



ガストロノミー — 美食都市を歩く — イタリアと 北欧で学んだこと

池永寛明 | 取材執筆

グローバル時代における「都市」のあり方を考える際、近年においては人々の生活文化をかたちづくる「食」の重要性はますます高まっていると言っても過言ではない。都市における「食」とは何かを考えるため、CELの池永寛明所長が海外の美食都市を巡り、日本における食と都市・地域文化の関係について考えたことを伝える。

昨年度の情報誌『CEL』（116〜118号）では、創刊30周年を迎えて、これからの日本を考えるために「ルネッセ (Renessé / 再起動)」—— 私たちの生活文化の基盤「都市」にある本質を過去より掘り起こし、現代・未来へとつないでいく—— という考え方を提唱してきた。そして、続く実践のための準備段階に入った今年1月と3月、イタリアとオランダ、デンマークの都市を歩いた。イタリアは、「食」による地域文化」をテーマにした調査であったが、北欧においても、先に掲載しているイノベティブな動きのひとつに「食」があったことを知り、そこから都市・地域のあり方をめぐる議論につながる流れを見ることができた。これは、今後の日本のあり方を考えるうえでも有益なヒントになるのではないだろうか。

各都市で異なる「食」の位置づけ

今回訪れた都市のなかでも、イタリアのパルマやデンマークのコペンハーゲン世界的な「美食都市」と呼ばれている。美食都市の定義ははっきりしないが、たとえばユネスコは、「創造都市ネットワーク」という都市間の戦略的連携を図る一環として、ガストロノミー（食文化）を都市戦略に組み込むなど、広義に

「食」を見直す動きを示している。日本では唯一山形県鶴岡市がその取り組みを行っているが、どれだけの人が都市戦略としての食を認識し理解しているのだろうか？

そもそもイタリアやフランスなどは古い時代からの美食の歴史があり、多くの観光客が食を楽しむために訪れ、料理人もイタリアンやフレンチを学びに世界中からやってきている。私たちがそれをヒントに新たな取り組みを行っていくうえでも、なぜこれだけ継続され、発展し続けることができるのかという文脈・本質を探ることができなければ、いくら「美食都市を目指そう」と声を上げて、表層的なものになってしまいかねないだろう。

そんな日本の食の課題について考えながら歩いていたいせいか、イタリアのまちなかで日本食らしき飲食店が多々目につく。2015年のミラノ万博で日本料理がブームになって以降、イタリアのみならず世界中で「日本料理」的なレストランや寿司店が増えていることは、ニュースなどで知っているが、さすがにここまでとは思っていなかった。世界最古の金融都市であるシエナでは「OSAKA」という看板が目につき思わずスマホのカメラを向けた。ミラノでは回転寿司屋や、珍しいところではおむすび専門店なども目に

した。しかし、店内をよく見るとちょっと様子が変なのだ。

話を聞いてみると、中国や韓国の企業によるものが多く、大成功しているとのことだった。もちろん日本人の料理人たちも進出し本格的な日本料理店を営んでいたり、外国人のシェフたちも日本料理の味の強みである「UMAMI」について真剣に研究し、彼らの料理に取り入れているのも事実だ。しかし、その一方で正しい日本料理店とは言えない店が急増していて、しかも多くの観光客が食べにきているという事実がショックを受けた。

とはいえ、イタリアのまちは歴史に彩られた景色が美しく、ここで見られない光景もたくさん目にすることができた。

中部の都市フィレンツェで、サンタンブロージョ市場を訪れたのだが、そこでは日本のスーパーとは違い、パッキングされていないむき出しのままの、いかにも元気がいっぱいといった色鮮やかな食材や加工品が平たい積み上げられていた。いわゆる観光市場ではなく地元の人たちが毎日通う生活に密着した市場なのだが、そのすぐそばに「バル」を見つけた。イタリア語で「bar」と書くが、一般的なバーとは異なり、エスプレッソがメインの軽食喫茶店といった趣きで、イタリアのまちでは

右/パルマで見かけたガストロノミーのフラッグ。
中/色鮮やかな食材が美しいサンタンブロージョ市場。
左/フィレンツェで訪れたバルの店内。



よく見かける業態だ。

朝8時過ぎ頃だったが、すでに多くの人が集い賑わっていた。そんななかで私が驚いたのは、出勤前らしきサラリーマンたちが、そこで朝のミーティングをしているということだった。幹部が話すのを準幹部がメモを取りながら聞いている。日本であれば会議室で慣例的にやっているような打ち合わせを、パールでコーヒーを飲みながら行っている。周囲は特にオフィス街ということでもないため、出勤前にいつも立ち寄りお気に入りのパールがあり、そこが仕事場以外の重要なコミュニケーションの場になっているのだろう。

後にもふれるが、イタリア発祥の「スローフード」の考え方が生み出されるきっかけになったファストフード店のような全国展開規模の企業は少なく、加えてパールは個人経営のようなどころが多いため、それぞれ個性を出し独自のスタイルで経営していて、それを気に入った客が通い続けお店を育てているという印象だ。パールは都市・地域の顔であり、地域循環・住民交流の拠点となっている意義は大きい。

なお、このような「パール」という形態のほかに、イタリアでは高級レストランを「リストランテ」、大衆料理店を「トラットリア」、居酒屋を「オステリア」、ほかに「ピッ



上/イタリーの店内。イタリア産の食品が所狭しと並べられている。中/パルマで立ち寄った食品店のハムやチーズが目を引く。下/フィレンツェで食したトスカーナ地方の伝統料理「リポリータ」。

ツェリア」「エノテカ」など、それぞれのライフスタイルに応じて食の場が設けられている。当然ながら、レストランやトラットリアは家族や友人・知人とともにディナーを楽しむ場だ。ディナーは19時30分頃に始まり、3〜4時間そこで食事と会話をゆっくり楽しんだ後も、話し足りずにパールに立ち寄ってから帰宅するというライフスタイルが定着している。

そしてそれは夜だけに限らない。ランチも13時30分〜15時という遅めの時間に家族と一緒に過ごす。そのため小・中学校の授業は午前中までのところが多く、祖父母が学校に迎えに来て、一緒に歩いて帰る。親も

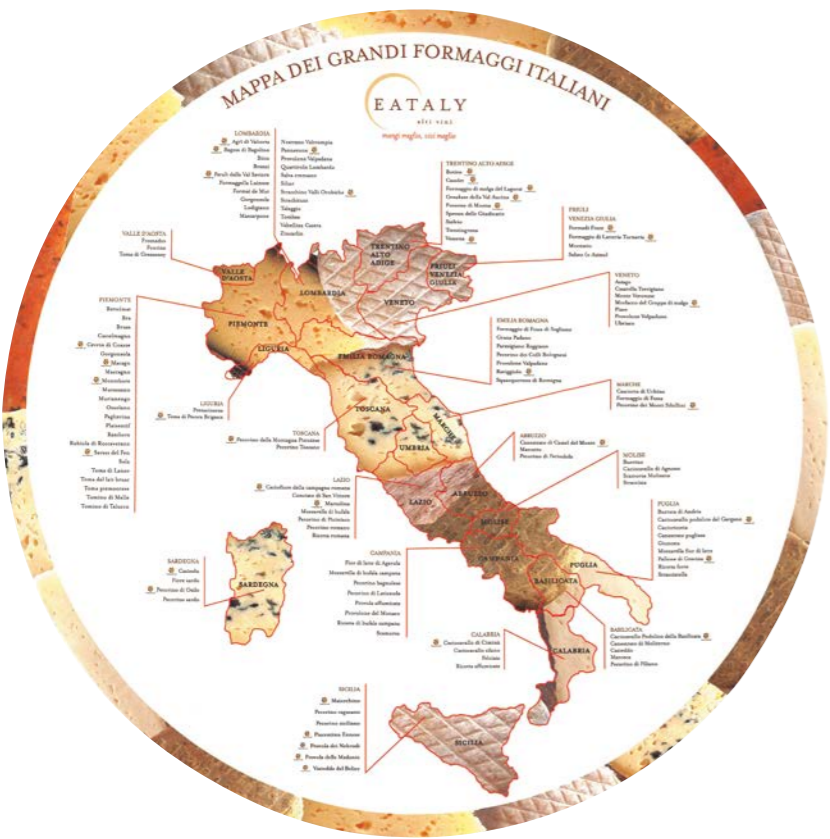
仕事場から家に帰ってきて家族一緒にランチをとる。

イタリアでは、2、3世帯同居、家族同居も多いことがこのライフスタイルを可能にしているのだが、それだけではなく、重要な鍵は各都市に優秀な大学があるということだ。シエナ大学やフィレンツェ大学など、教育が非常に大切にされており、地域の産業育成とともに豊かな生活・社会を形成するための二大基軸となっている。子どもを地域の学校で学ばせ、地元で勉強させ、卒業後も地元の企業に勤め、地域の学校で学び直すといった「地域経済が循環するしくみ」が機能している。このようなしくみは、後に訪れるア

ローフード」のコンセプトに合致したイタリアの食材を扱うほか、食育・飲食などでもできるイタリア食品のみを販売するショップなのだが、ここで「食材絵図」を手に入れた。円形のグラフ上に旬のイタリアの野菜がイラスト入りでわかりやすく配置されている。さらに食材ごとに採れる地域をマップ化したものもある。オリーブ、パスタ、パン、チーズ、ワインなどを、それぞれさすがデザインの国と思わせるカラフルでお

しゃれなレイアウトで見せていて、眺めているだけで楽しくなる。イタリアでは各地域ごとにこれだけ明確に地域独自の食材をあらわすことができる、その底力こそイタリアの食文化の厚みと強みがあるように感じられた。と同時に、日本の問題は、こうしたかつてあった地域に根ざした食文化が弱くなってしまったことだと直感した。

この「食材絵図」は「スローフード」の運動を立ち上げた協会が監修



イタリーで入手した食材絵図のひとつ。チーズの種類が産地ごとに分類表示されている。

したものが、彼らは70、80年代に台頭してきたファストフードに対抗し、その土地の伝統的な食文化や食材を見直すことを目的に始めている。そもそも今のイタリアより前の、国家として成立する以前の時代があったことを考えれば、それぞれ地域ごとの料理があるのは当然のことだ。たとえば、メデイチ家が作りあげたフィレンツェを含むトスカーナ地方の伝統料理に「リポリータ」がある。かたくなったパンを野菜スープに入れ、水分を吸わせて腹もちをよくする料理だが、世界における最も美しいまちのひとつであるフィレンツェには一見相応しくないような質素な料理だ。しかし、それは美しいフィレンツェをつくるために、大理石を切り出し運河で運び、教会をつくるための大量の労働者が必要だった200年間の歴史的経緯があったこそ生まれたものだ。ほかにも力になりやすい内臓料理（トリッパ）や疲労回復のために塩分が濃いめの味つけなどが特徴の数々の「男性的」料理が残っている。一方、ひとつ山を隔てただけの金融経済都市パルマでは、それとはまったく異なる「優しい」料理が多い。このように、都市ごとに食材、食品加工品、料理もそれぞれ異なっているのだ。各都市・地域で栽培され収穫できる食材の違いと、各都市の成立のし

ムステルダムやコペンハーゲンでも同様に見ることができる。日本も、かつては多世帯同居が当たり前で、みんなで食卓を囲んでいた歴史があったが、戦後一気に失われた。イタリアは日本と同様に数多くの浮き沈みがあったが、食を軸とした家族のつながりを大切に守り続けている。パールに集まったり、家族と一緒に食事をする食のスタイルや大学、地域経済循環も含め、日本との差を感じずにはいられない。

各都市・地域に根ざしたイタリア料理

ミラノで「イタリー（Eataly）」というショップに立ち寄った。「ス

かた・歴史の違いが独自の料理を生み出し、それが現代に脈々と継承されている。そのことから、イタリア料理はフレンチと同様に貴族社会が発展させてきたことは事実だが、高級なよそいきのものとして発展してきたのではないことがわかる。同行いただいたイタリアンシェフの永松信一氏（『CEL』118号に登場）は「その大前提に『マンマ（ママ）の料理』があるのだ」と話されていたが、やはりここからも、イタリアでは家族や仲間同士など、愛する人とのコミュニケーションの場に食が密接に結びついている歴史の蓄積がうかがえる。

都市ブランドをつくり、育てる

イタリーのチーズの食材絵図を眺めていると、優しい料理が多い都市パルマには「パルミジャーノ・レッジャーノ」の記載があった。イタリアチーズの王様とも呼ばれるようなメジャーなチーズだが、よく見ると、こういった地域の食品加工品には、「DOP（原産地名称制度）」のマークが刻印されている。これは原産地にこだわり、牛のサイズ、品質が指定されたものみに許される、いわばブランドの証しだ。もともと飼いが家畜に独自の刻印をしたことがブランドのいわれとなっている

ように、オリジナルであることを明確にあらわしたのだが、大事なのは、地域の生産者たちが自ら組合をつくりあげているということである。地域生産者たちの共通の価値観があり、そこでルールをつくり、品質を高め、ブランドとして成立させ、地域の競争力を生み出しているのだ。

また、永松シェフが途上よく口にされていた「本物はひとつ」という言葉もとても印象に残っている。イタリアの強さはまさにこの「本物はひとつ」に取り組んでいることにあるのだ。たとえば、ある物事においてルール・様式・方法論をつくる。それを守り、繰り返しつなぎ続ける。繰り返すからこそ確固たる文化が生まれて磨かれ、より本物になっていく。それこそがまさに「ルネッセ」的考え方なのだが、さらにそれがオンラインワンの高品質となり、都市・地域のブランドを育てるとするのがイタリア文化の本質だろう。

「本物はひとつ」をつくりあげるのは都市であり、地域である。前述したような「地域経済が循環するしくみ」がそれを支えているのだが、そのしくみを食に限定して言い換えれば、「二皿の料理にすべてが集約される」ということになるのではないだろうか。農業漁業―食材―梱包―輸送―市場―家庭の食卓―レストランでの調理―食事という食プロセス

において、各ステップが最適化しつつ、それぞれが緊密に連関しているのがイタリアの食文化であり、理想とする「循環する食のしくみ」となる。食の循環には農林業や漁業に従事する人、食品を加工する人、流通を担う人、料理をつくる人、お客さま、さらに食文化を支えるという意味では研究者や教育者なども関係してくるであろう。一皿の料理にすべてが凝縮されていると言っても過言ではないのだ。

対する日本はどうだろうか？ 高度成長期にあらゆることが自由になり、なんでもできるようになった。たとえば、儲かるから米をつくる、トマトをつくる。一方、手間がかかるから、あまり売れないから在来種の野菜をつくらないなど、利益優先の競争社会のなかで、「本物」の概念が揺らいでいった結果、商品の質ならびに地域力が落ちてしまったのではないだろうか。

一方、昨今ではイタリアでもEU統合後の物流網の発達により、ドイツ、フランス、オーストリアからどんどん安い商品が入ってくるようになり、地元産が高値になってしまった。しかし、だからといって人々は価格の安さだけで商品を選ぶことなく、スーパーでも無農薬や無化学肥料の有機バイオのコーナーは日本の売り場の2、3倍の広さがある。な

お、有機バイオについてはオランダやデンマークも生産・販売に取り組んではいるが、イタリアが圧倒的だ。彼らは、「本物はひとつ」という価値観やライフスタイル、成熟した都市のありようを支えるもののひとつとして有機バイオを明解に選択していると感じた。

北欧料理に見る革新性

今、食全体を世界的趨勢でみたと、シェフの役割が大きい。世界ナンバーワンシェフと言われるイタリア・モデナ「オステリア・フランチェスカーナ」のオーナーシェフであるマッシモ・ボットウーラ(Massimo Bottura)氏は、食にとどまらない哲学のある人格者として、イタリア大統領候補にも推されているらしい。ほかにもアメリカやブラジル、オーストラリアなどで地域の食文化に目を向けるシェフが、ここ最近一気にあらわれてきている。

そのようななかで特に注目を集めたのがデンマークだ。コペンハーゲンにあった「ノーマ(Noma)」は、権威のあるレストラン誌の「世界のベストレストラン50」の第1位に4回も選出されたことで一気に注目が集まり、ここを訪れるための観光客が増えるという、北欧の歴史上それまでになかった新たな経済効果も生み

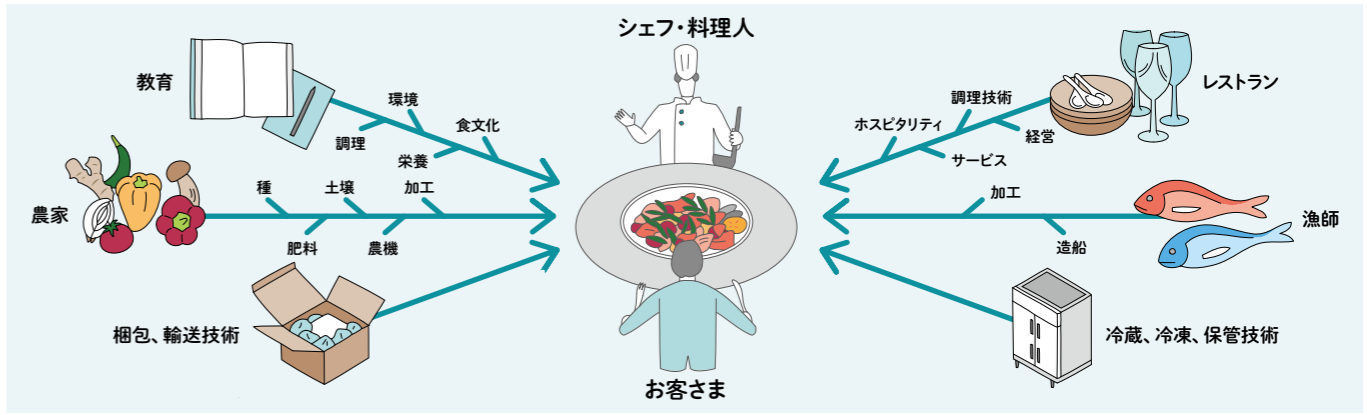


右/レストラン・エーオーシーのヘッドシェフ、ソーレン・セリン氏。©Signe Birck
中/焼きたまねぎのキャビアとエルダーフラワーソース添え。
左/ローストした鳩にピーズと骨髄の燻製、カタバミを添えたもの。©Claes Bech-Poulsen



出した。北欧ならではの食材を掘り起こし、その食材の良さを最大限に引き出すために革新的な調理方法まで編み出して、「ニュー・ノルディック・キュージーヌ」という試みは、多くの地元シェフに刺激を与え、さらに大きな広がりを見せている。なかでも、今回訪れた「レストラン・エーオーシー(Restaurant AOC)」のヘッドシェフであるソーレン・セリン(Soren Selin)氏は、日本料理に対する知識も豊富で、強い探求心が印象的だった。彼の口からは「UMAMI」「DASHI」「KONBU」という言葉が何度も出てきて、取材中3分の1は逆に質問責めにあった。彼が日本食に興味をもつのは、ガストロノミーのなかにやや行き過ぎた部分を見ているからようだ。彼いわく「良い方法はいつも自然な方法(A good way is always a natural way)」なのだ。「分子ガストロノミーで有名な某レストランは添加物を結構使っています。しかし、北欧料理のやり方はそれとは反対に位置するものです」とも話す。

さらに北欧は地域柄イタリアほど豊富な食材がない分、保存や発酵方法を工夫してきたことから日本の料理方法に関心を寄せている。彼はもともとフレンチのシェフで今回いただいた料理にもその片鱗を見たが、昆布を使ったり、お盆に載せて供さ



「地域経済が循環するしくみ」を食に置き換えて考えると、一皿の料理にすべてが集約されることがわかる。イラスト/野口理沙子(イスマデザイン)

れるそのおもてなしも含めて、各国の料理の本質の数々を集め、いったんそれらをバラバラに分解し、北欧料理として組み立てようとしていることがわかる。食の歴史があり土地に恵まれたイタリアとは異なり、北欧は厳しい環境条件だからこそ探究心を持ち、食欲に世界中から情報を集め、新たなものを生み出す高度な編集能力を見せつけられた。デンマークは食の教育機関も体系化されており、専門学校での勉強から実習を経て、また学校に戻って勉強と、シェフと名乗れるまでに最低4年程度かかるそうだ。日本でも以前は長い修業期間を経て職人を一人前に育ててきたが、その料理教育プログラムが崩れつつある。日本食ブームで喜んでいる間に、外国人シェフから日本食の本質を教わるなどということにならないければよいのだが。ローマからシエナ、フィレンツェ、パルマ、ヴェネツィア、ミラノ、アムステルダム、コペンハーゲンを歩くなか、都市のなかでの圧倒的な食文化の存在感を知った。一皿に盛りつけられた料理に都市の歴史・文化・戦略が幾重にも織り重ねられた濃厚な美味を味わいながら、「出汁に地域文化が凝縮している」という日本料理の本質が過去のものにならないように、私たちは今から踏みださねばならないことがあると感じた。