

# 日本とヨーロッパ、食が融合する可能性

10月26日から5日間に渡って開催され、日本からも多数の参加者を集めた「食の祭典」。ヨーロッパで脚光を浴びる日本の食文化だが、もっと新しい形の広がり方もあるはずだ。現地取材からその可能性を考えた。

取材・撮影・文/土門 剛

世界各国の食通が押し寄せてきた会場。数ある料理の中でも寿司人気は高かった



試食ができるとあって、会場にはそれを目当てに参加する人が大勢訪れ、まるでデパ地下並みの混雑ぶり。ソーセージのコーナーは大人気で、切り落とされるソーセージを今や遅しとばかり待っている。

**イタリア・トリノ市**  
イタリア第4の都市でイタリア最大の民間企業、フィアットの城下町として栄えている。人口90万人。今年は冬季オリンピックが開催された。サッカーチーム、ユヴェントスのホームタウンでもある。



(左上) 白ネギがイタリアの食卓にも登場しているようだ。(左下) オーガニック食品のコーナーは片手で数えるほどしかなかった。これは「オーガニックホップを原料として用いた」が売り文句のドイツ産ビールの試飲コーナー。(右) トマトはスローフードでも主役の座を占める。この瑞々しいトマトはシチリア島・パッキーノ産。

10月末、トリノで開かれていたスローフードショーを見てきた。正式にはスローフード協会(本部・ピエモンテ州ブラ)が隔年で開催する食の祭典「サローネ・デル・グスト」。今年が2度目の視察となった。訪れたのが日曜日で世界各国の食通がドツと押し寄せてきたかのようであった。デパ地下の物産展を百倍のスケールで展開したと想像すればよい。2年前は英国のチャールズ皇太子が自国出展者を応援するため会場を訪れていた。筆者の数メートル先を通り過ぎていったのには、ためげてしまった。

昨今、スローフードへの取り組みは日本でも盛んで、数年前から各地で同協会の支部の設立が相次いでいる。当然、スローフードショーに日本からも出展者が相次いでいるだろうと思っていたら完全に肩すかしを食った。結局、出展していたのは、2年前と同じ東京・築地の「(株)寿司岩」と、同社へ納入している日本酒の蔵元グループ(約10社ほど)。何の機縁か知らないが愛知県がブースを設けていたが物産の紹介はなかった。振り袖姿のお嬢さんがポツリと立っていただけだった。メイン会場を入れてすぐの寿司岩は、折から昼時とあって立錐の余地もないほど客が溢れていた。イタリアでも寿司

# 懐に飛び込んでこそ、消費が伸びていくはずだ 日本酒は魚介類をふんだんに使うイタリア料理の



食通で名高いイタリア人の間でも、寿司はブームになっている。出展していたのは「株寿司岩」。食材にはイタリア産の魚介類も使っていた。

ワインの国に日本酒が参戦。日本各地の優秀な蔵元が生み出したこだわりの地酒も、陳列と試飲というありきたりな方法でアピールしただけでは、ヨーロッパの消費者に強いインパクトを与えられたか、いささか疑問が残る。



日本酒試飲コーナー。そのネーミングは「山葵」と「和」「(わびさびの) さび」をかけたもの。日本からイメージされるものが「スシ、ゲイシャ、フジヤマ」だろうという、古い考え方に凝り固まってはいるのではないか。

ームは健在だった。スローフード宣言している寿司岩は、このイベントを戦略的にとらえ、社員を6人も派遣するほどの力の入れ方だ。

蔵元グループは、イタリア人に日本酒をPRしていたが、ちよつとパンチ不足の感が否めなかった。寿司など和食との連想でアプローチしていたが、これだと普及に限界がある。もっとイタリア料理の懐に飛び込んだ方が良かったのではと思つた。他の料理に比べふんだんに魚介類を使うイタリア料理は、日本酒と好マッチングになるかもしれない。

日本ではスローフードを、有機農業と結びつけて見る向きが多いが、それは誤解だ。筆者の見解は、じっくりと熟成した食品を、ゆっくりと味わうのが原点とみる。現に会場で「オーニック」や「バイオ」を表示した食品や飲料は数えるほど。イタリア人は、有機とか面倒なことより食べて美味しいかという一点に興味を集中しているように見受けられた。

日本にも地域の小企業が作る優れたスローフードはたくさんある。残念なことにはそれらが世界に通じる一級の食材であることを当事者はほとんど気がついていない。それを一堂に会して世界各国から食通が馳せ参じてくるような日本発の物産展があってもよいのだが。