

時	論
新	論
理	想 論

カレーといえばナン

杉本 良男 (すぎもと よしお)

本館民族社会研究部

家庭料理にあらず

民博のレストランに今年の三月からインド人のスタッフが加わり、焼きたてのナンが食べられて評判がいいようだ。職員向けにもだしてほしいという要望が殺到しているとも聞く。二〇〇五年の特別展「インド サリーの世界」の開催にあわせて特別メニューとして始まったインド・カレー・セットは、その後「みんぱくら

ンチ」として定番化され、今に至っている。民博のエスニック料理の代表としてインド・カレーの名声が保たれたのは喜ばしい限りである。

日本の一般家庭で作るカレーは一般にご飯で食べる文字通りカレーライスだが、インド・レストランではご飯よりもナンが人気、というよりむしろ「カレーといえばナン」が定着している。しかし、特別展のときから材料を提供してもらっているカレー店「サンタナ」のクンナ・ダツシュ氏は、インドの家庭料理を日本に紹介したい意向が強かったため、最初ナンをだすのに積極的ではなかった。

ナンはパン種を発酵させてからタンドール（かまど）で焼いて作る。民博では今回本格的にナンを焼くためにかまどを新調したが、インドでも一般家庭にそうそうあるわけではなく、ナンはもっぱらホテルのレストランなどに限られる。一方家庭でよく食べられるパン類は、無発酵のチャパティー、パラター、プリーなどであり、また東インドや南インドでは日本と同様にご飯が主食である。

画一化と地方色

その一方で、カレーにナンにタンドウリー・チキンという日本のインド・レストランの定番は、インドでもいわばホテル・メニューとして定着している。そのため、外国人の多い四つ星、五つ星ホテルのレストランのメニューにあまり大きな差はない。ただ、大きなホテルになると、地方色を強調した南インド・レストラン、グジャラート・レストランなどがおかれている場合もある。

インドの食文化は千差万別で、われわれ外国人でも、ある地方の料理になじむとほかの地方の食事がのどを通らない、などということもある。経済発展を上げているインドのレストランでは、一方でホテル・メニューのような画一化が進むとともに、ステレオタイプ化された地方色も強調されるようになってきている。近代的なショッピング・モールのなかにはファスト・フード化された地方の料理がならび、また田舎風をうたってノスタルジーをおおる大都市郊外のレストランなども出現している。

クンナ氏の故郷東インド・オリッサ州はその北隣の西ベンガル州とともに魚料理がうまいところである。しかし、クンナ氏は心斎橋にある自分の店では魚料理をだすことができないと嘆げく、日本でのインド・イメージはかくも根深いのである。



田舎風を売りにした野外レストラン(アーメダーバード)