

「変化するイタリアの食」 宇田川妙子（国立民族学博物館教授）

(1) グローバル化の波 2020年12月5日刊行

イタリアは食に関して保守的だといわれる。1986年にローマのスペイン階段横にマクドナルドが出店した際、抗議運動が起き、それがスローフード運動の契機になったことはよく知られている。イタリアは今でも愛郷精神が強い。グローバル化のなか、各地に根付く伝統的な料理を守り、経済的な意味でも地産地消を進めて地域振興につなげていこうとする動きは広く見られる。

ただし、グローバル化の波が滞っているわけではない。たとえばマクドナルドは当初、外国人観光客しか入らないと言われていた。しかし今では少しずつ浸透しており、繁華街を外れた場所でも急にマクドナルドの店に出くわすことは多い。なかを覗くと、子どもや若者、家族連れで、しばしば賑わっている。子どもの誕生日パーティなどは、家で開くよりも面倒がないという。

この変化には、メニューをイタリア風に変えたりした店側の努力もあるが、人びとの側の生活習慣や好みの変化も関わっている。そして2年前には、スターバックスもミラノに1号店を開いた。スターバックスは、イタリアのコーヒー文化の影響を受けてアメリカで生まれたものだが、それがいわば逆輸入されたのである。これらが今後、彼らの伝統的な味や料理に本格的な影響を与えるのか否か、展開が楽しみである。



住宅地にあるマクドナルドの店。街の景観保護のため地味な外観になっている＝ローマで2018年、筆者撮影

(2) コロナ禍の共食 2020年12月12日刊行

人は共食する動物である。これは食研究の第一人者、石毛直道の言葉だが、なかでもイタリアは共食をととても大切にしている社会だろう。日曜日になると、離れて暮らしている家族も集まって食事をする。夕方、一旦帰宅した後も外出して地域の友人たちと食事したり、昼間は、仕事中でも誰かが訪ねてくるとバル（喫茶店）に出かけてコーヒーを飲んでお喋りしたりする。

その状況は、コロナ禍ではどうなったのか。イタリアでは一時期厳しい外出制限が課されたが、SNS等からは、それでも誰かと食を共にしようと工夫する姿が見られた。

たとえば集合住宅では、隣のベランダに板を渡してテーブル代わりにし、そこで隣の家と食事を共にしたり、中庭に面した家の人びとがベランダに出て、皆で長い棒の先に取り付けたワイングラスで乾杯したりする様子がアップされていた。通行禁止の県境では、離れて住む母が息子の誕生日のために焼いたケーキを息子に渡していた。また、路地に籠などを置き、各自が作った料理や余った食材を入れ、社会サービスが滞って困窮している人に自由に取ってもらうという運動も生まれた。

じつはイタリアでも近年、共食の機会は減っている。しかし今回は、その意味と楽しみを再認識する機会になったのかもしれない。



集合住宅の多くは、ベランダや窓が向かい合う中庭的な空間をもつ＝ローマで2017年、筆者撮影

日本食は今、世界的なブームだが、イタリアも例外ではなく、2015年のミラノ万博での日本館の成功は記憶に新しい。大都市を中心に、寿司だけでなくおにぎりやラーメン等のチェーン店もできており、回転ずしの店もある。そしてその人気を支えているのが、若者たちである。

現在のイタリアの若者は、日本のアニメや漫画を通して食などの日本文化に興味をもつようになった世代だが、理由はそれだけではない。日本食の店の多くは、アラカルトで食べることができたり、定額料金で食べ放題だったり、コスパが良い。失業率が高く生活が苦しいイタリアの若者たちにとっては、経済的にも受け入れやすかったという。

また、日本食好きの彼らと話していると、寿司、丼等の料理名だけでなく、マグロやイカ等のすしネタの名前まで、多くの日本語が知られていることに気づく。彼らの日本食の知識は豊富である。そして、そうした蘊蓄（うんちく）とともに日本食を食べている姿をみていると、彼らが楽しんでいるのは、味よりも知識や文化の情報であるような気もしてきた。

今はインターネットのおかげで情報収集と発信が容易になり、誰もがプチグルメになれる時代だ。イタリアの日本食ブームも、そうしたネットに長けた若者たちの食の楽しみ方の一つなのかもしれない。



日本料理店のメニューの一部。アルファベット表記の日本語名が表示されている＝ローマで2018年、筆者撮影