

2013年（平成25年）1月31日（木） 「地方行政」
木曜連載「続・地域力と地域創造③」

仏でガストロノミーを実践する

味覚の講座を受けて分かったこと

食総合プロデューサー

金丸弘美

ブリア・サヴァランとペトリーニ氏

フランスの「味覚の講座」を受けて分かったことがある。それは、味わいに関する豊かな表現・語彙（ごい）が身につくこと、個性が育まれることだ。そして、その背景として文化に対する造詣や食の体験も必要になるということだ。

講師のドミニクさんが勤務する学校の授業では、味覚教育のカリキュラムに「ガストロノミー」（美食学＝食に関するあらゆる背景を学ぶこと）がある。

味覚を学術的な考察と高尚な文化的視点から捉え、ガストロノミーとして学問の分野に引き上げたのは、フランスの美食家、ブリア・サヴァラン（1755～1826年）だ。彼の著書「美味礼賛」（岩波書店）には、ドミニクさんが講義で話した「味覚の考察」の基本がすべて書かれている。

この本の影響を最も受けたとされるのが、イタリアのNPO「スローフード協会」の創設者で会長のカルロ・ペトリーニ氏といわれる。彼は、著書「スローフード・バイブル」（中村浩子訳 NHK出版）の中で次のように語っている。

（フランスの有名なワインづくりの陰には、個々の人々や、事業として綿密に練られたプロジェクトがあるだけでなく、宣伝戦略と結びついた生産の考え方が

あり、それぞれの地方の歴史、風景、ワイン、料理、もてなしを含めた全体のイメージを世界に向けた売力がある。2000年の歴史を持ち、美食という文化と、美食家としての誇りがすべての階層に共通な財産として残っているフランスでは、そういったシステムが円滑に機能しているかに見えた）（誰もが充足感のある食事を取り戻すのに必要なものは、五感だ。見て、聞いて、触って、匂いをかいで味わうことが、適切な食事を判断し、それを守り、楽しみの手段となる）こうした取り組みは、イタリアのスローフード運動においてすべて実行に移された。すなわち、▽イタリアのブランドとして知られるワインの産地バローロ地区の歴史や土壌の条件、醸造法、品種などを徹底して調査し、出版物としてまとめた▽地域のワイン調査やソムリエとの連携でワインの付加価値を生み出し、地域の経済が活性化する仕組みをつくり上げた▽ワインから始まった味覚の表現を、チーズ、生ハム、パスタなどの基本的な食材にまで広げ、地域調査とテキスト化、そしてワークショップの仕組みをつくり、商取引の場に持ち込んだ▽学校のテキスト「味覚の学校」（プラート味覚教育センター・中野美季共著 木楽舎）を生み出し、味覚教育を学校にも広げた――

食文化は複雑な科学の体系

彼は、2005年に来日し、講演で次のように語っている。

「ガストロノミーは重要なものである。食文化は料理のことだと思っているかもしれないが、それは大間違いだ。複雑な科学の体系である。たくさん学問から成っている。農業、畜産、食品の加工知識、その裏には経済活動がある。その多様な交流がないと、食文化はない。そこには政治も経済も健康もあるだろう。重要なことは肥満問題である。食文化が他の科学と違うのは、複雑で多くの分野にまたがっているということだ」

その後、ペトリーニ氏は現場から食文化を学び体系化していくための「食科学大学」（University of gastronomic science

ces)を創設。ガストロノミーは、大学の卒業生によって食の現場に携わるマネジメント活動にも広がっている。彼らの活動は、食品の裏付けを明確化することでブランドを形成し、新たな地域経済の活動を生んだ。

「ジット」が教室に

さて、フランスの味覚の講義に戻る。

教室になったのは、コーデイナーターのレモン洋子さんが所有する「ジット」(宿泊施設)のリビング。レモンさんは、いろいろな人と交流したいとの思いから、庭にジットを建てたという。

ジットを管理する会社があつて、年間約3万円を払って会員になると、観光客へのインフォメーションが行われる。その情報を見て、長期滞在での休暇を過ごす人たちがやってくる。

ランク付けがあり、レモンさんのジットには「麦穂三つ」の小さな看板が掛かっている。庭があり、シャワーや洗濯機、冷蔵庫、食器類、乾燥器なども一通りそろっている。「麦穂四つ」が最高で、これらの設備に加えプールがあるとという。

レモンさんの庭には、さまざまな花々と野菜が栽培されている。壁はベージュの色調で、地元の石灰岩が埋め込まれている。どの家も色合いは似ている。景観条例により、壁や窓枠などの色合いが決まっているのだという。

こうしたジットは国内に3万軒ほどある。このほか、農家を改装したB&B(ベッドルームとブレイクファースト)スタイルの宿泊施設も2万軒近くあるという。B&Bスタイルの宿泊施設は、英国やドイツ、イタリアにもそれぞれ2万軒程度ある。しかも周辺環境が実に美しい。美観を創造する政策が実施されていることが分かる。それがグリーンツーリズムと呼ばれる農村の観光政策であり、これによって国内外の多くの観光客を農村部は迎え入れている。そこに高品質のワインや料理があれば、もてなしが生まれブランドを形成していくことになる。ちなみに、海外観光客の受け入れ数は、フランスが世界トップである。

レモン洋子さんのジットでの朝食風景



さまざまな体験の場

ジットでは、自分たちで料理を作る。朝、パンを買いに出掛け、フランスの日常生活に触れ、焼きたてのパンの香りを味わう。パンは細長いバゲットが中心で、日本のように菓子パン類やケーキ類はほとんどない。

この講座が素晴らしかったのは、座学だけでなく、ガストロノミーとしての食を学べるようにさまざまな体験の場が用意されていたことだ。

講義の1日目は、午前中にマルシェ(市場)を案内してもらった。現地に行ってみると、近辺の農家から車で運ばれた野菜や魚、肉、パン、サラミ、生ハム、

チーズなどが、それもかなり高いレベルのものが並び、販売されていた。

マルシェは商店街と一体となった取り組みで、一般の乗用車は商店街に入れない。だから、高齢者も子どもたちも歩きながら買い物をしている。オープンカフェで、椅子を歩道に出してのどかにお茶を飲む人たちもいる。日本のようなチェーン店ではなく、ジュース類などの自動販売機もない。

売られている野菜や果実はカラフルで美しい。ビニールの袋詰めになっているものはほとんどない。そもそもレジ袋もない。みんな籠持参でやってくる。

このような販売手法は、英国もドイツもイタリアも同じだった。支払いの計算は面倒かもしれないが、ゴミもでないし、対面販売の良さもある。この手法の方が利にならなっているように思える。マルシェは毎週2回、各地で開かれている。

2日目は、地元のウオーキングクラブとのハイキングが設定された。田園地帯を10^分ほど歩く。気軽に参加したところ、みなさん速い速い。ジョギングかと思うような速足なのだ。大地にどこまでも広がる畑の間を抜けて行く。実に広大だ。

行く先々に設けられた拠点で地元の農産品を食べる。大きな別荘の庭でシェフがパンとウサギの肉を振る舞った。物産センターではハチミツが用意されていた。

ヤギのミルクでチーズ

3日目は、ヤギの牧場に行き、チーズ作りを体験。サントモールはチーズの産地として知られている。ここで作られるのは「サントモール・ド・トゥレーヌ」と呼ばれるチーズで、ロワール地方のヤギのミルクを原料としている。日本では馴染みが薄いものだ。

細長い円筒状で表皮に木炭の粉がまぶしてある。芯に名前を刻印した麦わらが1本入っていて、これが、サントモール・ド・トゥレーヌのブランド印となっている。このこだわりが面白い。

チーズを作る工房を訪ねた。3年前からチーズ作りを始めたというセバスチャンさんとクレールさんが運営する牧場だ。約22頭のヤギの牧場に75匹のヤギを飼

っている。

ヤギは茶色で、まるで鹿のようだ。黒褐色の大きな乳房を持っている。日本では見たこともないヤギだ。1匹から2.5〜3リットルのミルクが出る。毎朝搾るという。2リットルでチーズ1本分ができる。

ミルクそのものを販売しても価格が安い。これは日本と同じ。チーズにすることで付加価値がつくわけだ。

ヤギの飼育は、広々とした牧場の牧草が主体。このほか、朝昼に穀物飼料を与える。飼料は、周辺の農家が有機栽培した大豆、小麦、菜の花、ヒマワリの油粕かすなどで、有機認証（Bio）のチーズを作っている。穀物をほとんど輸入に頼っている日本では、国産の有機穀物で餌を賄うというのは皆無に近いのではないだろうか。

ヤギの牧場でのチーズ作り体験



セバスチャンさんは、自然に興味があったことと、自分で創造する仕事がしたいからと牧場のチーズ工房を始めたという。もともと、クレールさんに言わせると、経営的には厳しいとのこと。彼女は役場でも働いている。

将来は、ヤギを15匹増やし、チーズ作りなどを体験できる教育ファームを始めたいという。フランスには、子どもたちが体験して学ぶ牧場が1400カ所もあり、国や州が支援をしている。

この牧場のチーズ製品はすべて地元で売ってしまうという。内訳は、自然食品店での販売が20%、イベントやマルシェなどでの販売が30%、牧場での直売が50%。

直売では、周辺の農家などが牧場に集まり、野菜やパンなどの販売も行われる。これらを購入するには、1カ月前に申し込んで先に代金を支払う。この方式は、日本の生協の産直運動がモデルとなっているようだ。意外なところに日本のノウハウの輸入があった。

チーズ作りの体験に続き、チーズの熟成度による味の違いのテイステイングもさせてもらった。若いチーズはミルクが濃厚で、草の香りをたたえたような、程よい酸味と優しい甘みが口の中に広がった。

驚いたのは、生協のスーパーに並んでいるのはほとんどがBioの食品だったことだ。有機栽培による農産物への住民の関心は極めて高く、よく売れているという。同じような話は、英国でもドイツでもイタリアでも聞いた。

ワインのテイステイングを体験

4日目は、ワイナリーに行き、ブドウ栽培とワイン販売の取り組みを聞き、さまざまな年のワインのテイステイングを体験した。

場所は、トゥールから南西約50kmに位置するシノン。ヴィエンヌ川に面しており、18地区でブドウ栽培を行っている。

うかがったのはワイン農家のドッボールさん方で、13・5畝の農地でブドウ

を栽培し、ワインを醸造している。フランスでは多くのワイン農家が22畝程度の農地を所有しているので、どちらかというと小さいブドウ園になる。品種はカルベネフランが中心。

ブドウ畑は、畝と畝の間に雑草が生えている。これは、ブドウと雑草を共生させる栽培法だ。20年ほど前までは除草剤をまいて雑草をとっていたが、栽培の手法が変わったそうだ。ブドウは剪定(せんてい)して樹木を低くし、下の方に大きい粒を実らせる。

ワイナリーの見学と試飲会



ドッボールさんの先祖は、家を建てる大工さんだった。その後、牛を飼ったり、穀物を栽培したりしたという。ワイン造りを始めたのは1980年代というから、わりと最近だ。この時代はフランス全体でワイン造りが盛んになったという。

ワインの醸造は大きなタンクで行う。ブドウを搾ってタンクに入れて冬を越し、

2月には樽たるに詰め替える。樽はボルドーから取り寄せたカシの木を使っている。

いくつかのワインを試飲させていただいた。シノンのロゼの辛口は冷やして飲む。夏のバーベキューなどに最適だ。このほか、▽アカシアの樽で寝かせた試験的なワイン▽タンニンが利いた辛口ワイン▽丘の上で栽培した渋みが強いブドウのワイン——など。

ワインの展示とイベントに利用する施設が面白かった。山の側面の洞窟がそのまま使われているのだ。もともとは、城が造られるときに石灰岩を掘り出した穴だ。これを整備して彫刻家が装飾を彫り込み、17のカウンターを設けた。イベントでは、ブドウ農家が各カウンターでワインを紹介する。

5日目は、スーパーに出掛けて食の売り場で買い物をした。

ぜいたくで素晴らしい時間

そして、味覚の講座ではすべての日にランチとディナーが用意されていた。川辺のレストランや、古い倉庫を改装した優雅なレストランなどで、趣向を凝らした料理が出てくるという具合だ。

味覚の講座は、素材が生まれる現場から販売、食としての展開に至るまでを、実際に味わったり体験したりして学ぶ、実にぜいたくで素晴らしい時間だった。これで五感がフル回転するというわけだ。当然のことながら、料理を食べるたびに食材の豊かなイメージを思い描くことができるようになった。

（「地方行政」時事通信より）