

## ミニ食事文化論④



## 生涯消えない“おふくろの味”

お酒に続いて恐縮ですが、今回はもっと身近な食事の話です。日本人が一步国を離れたとき、最初にぶつかる壁は食べ物でしょう。海外に渡るとなれば、少なくとも言語を初めとする文化の違いや気候等の自然環境についても、それなりの心得をもって臨むでしょう。それは本人の努力によってある程度まで適応できるものですが、最も適応しがたく、それでいて毎日、三度三度やってくるもの それは食事の違いです。

幼少から身についた“おふくろの味”は、大人になっても、また居住環境が異なるようになっても消えることはありません。中南米に10年近く駐在、その後も各国を回ってみてそのことを痛感しています。

私の場合は幸いなことに、パナマに赴任当初、支局の近くにはマクドナルド店がありました。そこで、家族を迎えるまでの単身でいた約1年間、昼食といえばほとんどこのマクドナルドで通したものでした。夜は、炊くと粘りがなくポロポロと箸にかかってこないパナマ米をもとに自炊したり、近くのレストランを順繰りに回りました。ときおり日本食品が手に入ることもありましたが、どれも値段は日本の倍から3倍でした。



## 世界を制覇したマクドナルド戦略

そもそも、このマクドナルドはケンタッキー・フライドチキンと同じように、アメリカ発のファーストフードです。これが今、清涼飲料のコカ・コーラと同じく、世界を制覇したとも言われます。たしかに私が訪れたどの国の都市でも、あの特徴のあるマンガ的な広告塔を目にしたものでした。

その世界制覇の秘密は“どこへ行っても、どの国でも同じ味で食べられる”ことだといえます。時間もかからず、値段もそれほど高くない。そして“どこでも同じ味”が、人々をしてマクドナルドに足を向けさせているようです。アメリカ人のみならず、インタナショナル化した社会で働く各国の人にとっても、一步国を出たときの食事に対する安心感を与えています。さらに現在は、そのスピーディな接客技術とサービス精神を売り物に、社会主義体制の国にまでマーケットを拡大しているのです。

いわば、“食べる”という人間の欲望また弱みを狙った、そして国外でその解決策を与えた商法が、世界を制覇した秘密の一つだということです。

## “郷に入ったら郷に従え!”



ところで、各国の料理の違いはそれとして、面白いのはその食べ方、食事作法、食時間帯などにかかわる違いです。スープをズルズルと音を立てて飲んだり、食べ物を口のなかでピチャピチャと音を立てて噛まないこと これは海外では最低限の守るべきマナー。もっとも、あのラーメンを音なしで食べたら、味も気分も無くなってしまうという御仁もいるかもしれませんが・・・

宗教的視点からも、食文化の対比が浮き出てきます。ヨーロッパやラテン・アメリカでは、牛や豚は神が人間の食用に作らせたとするのに対し、アジアのヒンズー教徒は聖なる動物として牛は食べないし、イスラム教徒にとっては、豚は不浄な動物として食肉はタブーとなっています。

時間もです。昼食が12時のパナマからメキシコを訪れた際、午後2時からには戸惑ったものでした。お腹がすいて仕方がない!それは定年後スペインに留学した際にも同じでした。夜、レストランが本格的に賑やかになるのは10時を過ぎてからというのも驚きでした。滞在が1年と長期になると、慣れてはきましたが・・・どこに行っても“郷に入ったら郷に従え!”なんですね!

