

傍目考④a パサデナとオーガニック・ベジタリアン

(注)このレポートは外食事業の業態や新商品を検討、および、厨房計画の参考のため、メモ的に作成するものであります。グルメによるレストラン探訪に役立つことを目的とするものではありません。その点ご了承ください。また、引用の注記などは不完全な状態です。複写印刷等をご寛恕のほどお願い申し上げます。

パサデナで見たオーガニック・ベジタリアン

◆パサデナで見た肥満対オーガニック・ベジタリアン

アメリカ人に肥満が多いのは周知の事実である。OECD が興味深いグラフを提供している。この調査では、ほとんどの国が自己申告のデータを使っているとのことである。自己申告なので、調査対象者は自分の体重を実態よりも低く申告する傾向にあるようだ。かつ、女性の場合は顕著という。当たり前かもしれない。アメリカはBMIを測定値したので正確に高めにしている。

2.3.2 Increasing obesity rates among the adult population in OECD countries, 1990, 2000 and 2009 (or nearest years)

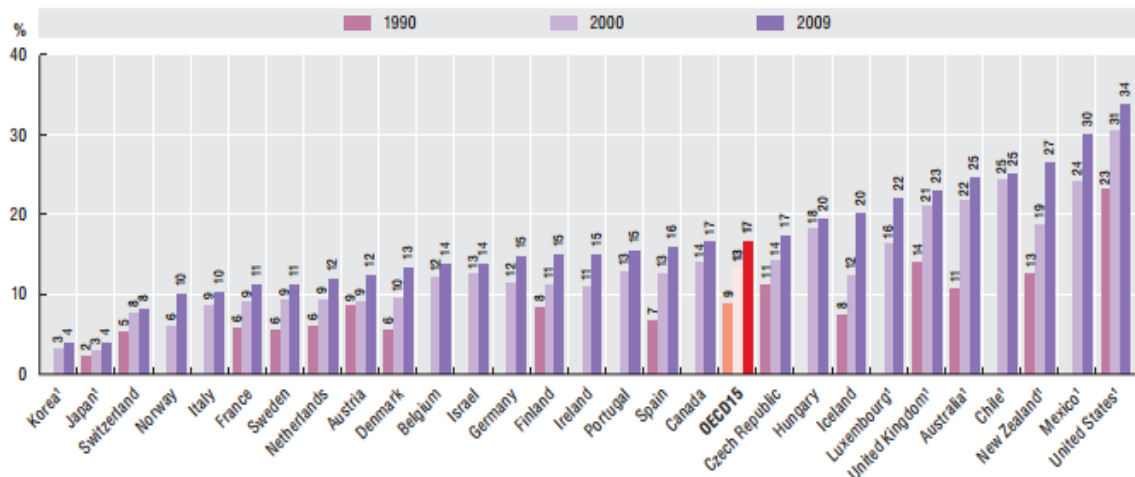


図 1 OECD の資料から。各国の成人人口に対する肥満者の割合。韓国・日本は～5%、US は 30%～。

それにしても、みごとなくらい実態を示している。たとえば、サンドイッチを作る料理番組を見ても、パンの上にチーズをのせて、ハムを乗せて、はさんだパンの両側にバターを塗って、それから表面を焦がす。たしかにおいしいということになるが、油断したら体重が過剰になりそうな調理法である。

パサデナは「ここ数年、LA の食シーンをリード」しており、伝統ある住宅街である。カリフォルニア工科大学の学生街がありレストランの種類も多いという。妙にレトロスペクティブを訴求する事業所が多い感じだ。「古き良きヨーロッパの伝統」「意欲的な工夫」が融和するという。

そのパサデナはロサンゼルス市中心地から 12 マイルとしてクルマで 20-30 分。人口 13.7 万人 (2010 年国勢調査)。パサデナはグレードの高い住宅地のひとつである。

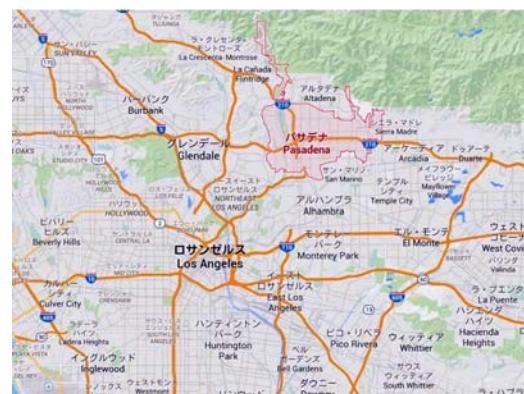


図 2 Pasadena の位置

ここで外食事情を予備的に調べたことがある。10 数年ほど前、アメリカに寿司天ぷらを売る和食店が増えたということもあった。なにを売っているのだろうか。わけても、カルフォルニアロール。なぜ人気を博しているのか。江戸前の寿司に比べて、必ずしも美味しいとは言えない。でも、とにかくよく売れている。

◆オーガニック・ベジタリアンの関心

トレーダー・ジョーズ(Trader Joe's 通称トレジョ)というロサンゼルス郡を本拠とするグロサリー・ストア(食料品スーパーマーケット)チェーンがある。トレーダー・ジョーズ(Trader Joe's)は、ロサンゼルス郡を本拠とする、アメリカ合衆国のグロサリー・ストア(食料品スーパーマーケット)チェーンである。1号店は1966年パサデナ。業態はCVSから業態変革を模索・成長した「グルメ・スーパーマーケット」。オーガニック、ベジタリアンに強い。

肥満のアメリカ人に反逆するように、神経質そうで痩せた賢そうな若い人たちが、パサデナの健康食料品店をたむろしている。この光景では、アメリカ人は太っているという前提は当

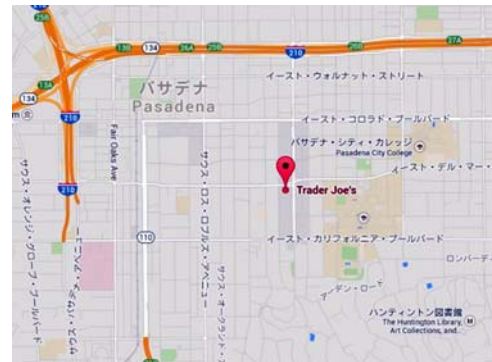


図 4 Trader Joe's Pasadena 店

URL: <http://www.traderjoes.com/>



図 3 商品例・カラスムギ

たらない。

彼らの主要な話題とか関心は、バルクアイテム、乾燥ハーブ、母乳を増やすサプリメント、茶、塩を含まない食品、ビタミン、穀物、スパイス、タンパク質シェイク、エネルギーバー、プロテインバーやエネルギードリンクである。価格はここのお客にとってお手頃である。

彼らは必ずしもトレジョは気に入らない。もっと小規模な店で、商品知識のある親切な店員と友達のように会話しながら、目的の商品を探したい。その品物の在庫が店になければ、自分のために仕入れてくれるような店を好む。そして、図 3 は Health Food CITY 店。このように量り売りである。業態はセルフヘルプ・チェックアウトだが、対面販売の機能を維持している。

出典: <https://www.youtube.com/watch?v=UCC47QYyV0Q>

◆「カウボーイ」と「健康ビューティフル」の併存

「70年代に入り、ベトナム戦後あたりからアメリカ人の価値観がガラッと変わった。それまでの食べ物でいうと1ポンド 450g のステーキを食べてドンと働こう、というようなカウボーイ的な発想から、健康的にビューティフルに痩せようというふうに変わってきた。そして肉より魚、パンよりライス。その延長線上にお寿司、刺身があり、私ども日本料理店は非常に潤った・・・」

出典: URL: http://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/e_award/pdf/2006_lec_kuraoka.pdf

これは倉岡伸欣が第1回 日本食海外普及功労者として農林水産大臣から表彰され、その折の基調講演からの引用である。倉岡はニューヨークで50年以上和食レストランを経営、ことに90年バブルのころ、ふぐを輸出してニューヨークで提供したことで知られる。

この指摘は以下のように解釈してみよう。・・・いまだアメリカ人の肥満が世界一ということなれば、「カウボーイ」派が充満していたところに、70年ごろから、新しい思想が生まれ、「健康ビューティフル」派が台頭し、いまや拮抗し併存するも、後者の先鋭化した集団が、たとえばパサデナのヘルシーフード店でみかけた「オーガニック、ベジタリアン」派にちがいない・・・。

◆カリフォルニアロール

カリフォルニアロールは売れている。つまり、ここではこれで良いのである。海苔は内側に置き、なかにアボガドでも入れて、外側に寿司飯を持ってきて、ゴマか何かをふりかけ、巻物にする。これでもカリフォルニアロールのごはんは寿司酢で味が付くが、レストランの味付けは物足りない。



コブとかつ節、つまりはグルタミン酸とイノシン酸が欠けているからだ。オーガニックやベジタリアン志向からみれば、こういう味付けは、むしろ「敵」視される可能性もあるようだ。

図 5 アーバイン某店の例

◆“healthy”ではあるが “boring”ではない

アーバインの商工会議所が作ったアーバインのレストランガイドでは、カリフォルニアでいう “healthy” はけて “boring” を意味するものではないという。Boring とは鉱山のボーリングではなくて、いふなれば、「うんざりするよな」という意味合いである。

一方で Met-Rx のシェイク・パッケージに凝りながら、他方で乾燥



図 6 80 袋 \$160。Amazon のサイト。



図 7 Dreamstime の HP から。

ハーブをバルクで買うといっても、ほどほどにしないと、周囲の客はうんざりしてしまうかもしれない。それではそれで独自の

コミュニティを形成するのであろうが、その延長で、ある料理がトレンドイになるとは考えがたい。味覚に対して、ときとして腺病質なアプローチを取ることは有用だが、合間に寛容なアプローチを加えていかないと、文字通り「うんざり」してしまう。ちなみに、図 6 の説明には “Attractive girl with apple making a diet boring – focus in the apple…” とある。リンゴと魅力的な女の子の組み合わせは、彼女の食事をうんざりさせる。それで

じっとリンゴをみつめている…」ということだろうか。これだと、New American cuisine は生まれない。

出典: <http://www.dreamstime.com/stock-photography-diet-boring-image5281892>

◆アーバインに着目

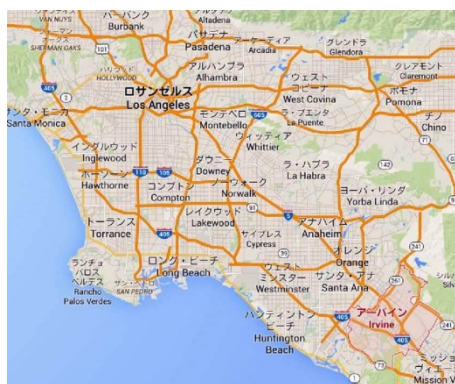


図 8 Irvine の位置

アーバインはカリフォルニア州オレンジカウンティ(郡)にあり、ロサンゼルス圏に含まれる。中心部から 40 マイル・1 時間強。市の花はアガパンサス、木はクスノキ、昆虫はアゲハチョウ、地中海性気候。面積 120.4 平方キロ、人口密度 1659.1/km²(2005 年)。人口 21.2 万人(2010 年の国勢調査)、今後増加が見込まれる。全米人口 10 万人以上の 281 都市で、アーバインは 97 位にある。アメリカでは「立派な」規模の都市である。したがって、それ相応の外食事業が存在するはずである。

都市の詳細は後述するが、全米でもっとも安全だが、住宅価格や賃料の高く、高学歴の市民が多い。したがって世帯中位所得も 90585 ドル(2009-13 年平均)と、パサデナの 68310 ドル(2010 年国勢調査)に比べても高い。人工的に開発された研究学園都市的な背景がある。