

## ? ラテンアメリカ 5. コロンビア 食文化と外食産業

著者	幡谷 則子
権利	Copyrights 日本貿易振興機構 (ジェトロ) アジア経済研究所 / Institute of Developing Economies, Japan External Trade Organization (IDE-JETRO) <a href="http://www.ide.go.jp">http://www.ide.go.jp</a>
シリーズタイトル	アジアを見る眼
シリーズ番号	85
雑誌名	「たべものや」と「くらし」 : 第三世界の外食産業
ページ	225-231
発行年	1992
出版者	アジア経済研究所
URL	<a href="http://hdl.handle.net/2344/00017928">http://hdl.handle.net/2344/00017928</a>

## 5 コロンビア

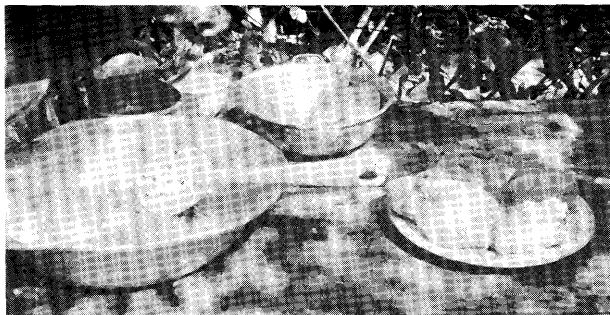
## 食文化と外食産業

幡谷則子

ラテンアメリカ ヨーロッパ移民の国として建国されたアルゼンチンなどの特殊な例を除く。カ の 主 食 いて、ラテンアメリカ、特にアンデス諸国と中米諸国では、食生活の基  
本は土着の穀類と豆・芋類であった。今でこそコメ、小麦の摂取量も増えたが、伝統的な食文  
化の基盤はメイズ、フリホール豆、馬鈴薯であった。メキシコの古代アステカ文明の豊饒の神  
のシンボルは、このトウモロコシである。すなわち、西欧のパンの文化に対するトウモロコシ  
の文化である。

コメも良く食べる。メキシコでは炊き込みご飯にするのが一般的だが、他の中米・アンデス  
諸国では、むしろ白いままのご飯を、付け合わせとして肉や豆に供することが多い。

南米原産のトウモロコシの食べ方は各国さまざまであるが、主食としては実をはずしてゆで、  
つぶし、少量の水と混ぜたものを練り上げて生地をつくり、これをいろいろな大きさ・形にし



コスタ（海岸部）地方のアレーパ。  
ここでは中に卵を入れて油で揚げる

て焼く、というのが共通の調理方法であると思う。黄色のトウモロコシを原料に、石灰を混ぜて薄く掌大に焼き上げ、おかずをはさんだり、丸めて食べるのがメキシコやグアテマラのトルティリーヤであり、白っぽいトウモロコシで小さく分厚く丸めて焼くと、ベネズエラやコロンビアで最もオーソドックスな形のアレーパになる。

もう一つ、意外とあまり知られていないのは、馬鈴薯が南米原産であることではないだろうか。種類もきわめて豊富である。ペルーではチューノといって、凍りジャガイモを作って保存食にするのは有名である。またコロンビアの代表的郷土料理であるアヒアッコというシチューは、パ・クリオージャという黄色の小型のジャガイモがレシピーの鍵である。この小さなジャガイモがコトコトと煮崩れないと、理想的な黄色のスープがとれないのである。

そのほか、代表的な副菜は、フリホール豆、プランテンバナナ、キャッサバなどである。豆は煮てそのままご飯のおかずにするか、肉や香辛料とともに煮込んで主菜にもな

る。プランテンバナナやキャッサバは、切つてそのまま空揚げにして付け合わせにするか、ぶつ切りのものをスープに加えて煮込むのが本来の食べ方であろう。

さて、こうした伝統的な郷土料理と米国型食生活が共存しているのが今日のラテンアメリカ一般の食文化ではないだろうか。これはラテンアメリカに限ったことではなく、世界中がコーラやトマトケチャップ文化の支配を受けている。しかし、その中でも、ファーストフード産業の進出と影響力は、米国の裏庭と称されたラテンアメリカでことのほか強かったと思われる。この現状をコロンビアの例で紹介しよう。

#### コロンビアの場合

コロンビアも他のラテンアメリカ諸国と同様、食文化の基盤はトウモロコシその他の穀類・根菜類である。しかも、たとえば豆とコメ、キャッ



スクレ県の海岸で。魚の丸揚げに、つけ合わせは「パタコン」と呼ばれるプランテンバナナをつぶして揚げたものを売っていた。



コスタの郷土料理である、ココナツライスの調理。(屋外食堂にて)

サバ芋というように、複数の種類を同時に供するのが特徴である。地域性の強いこの国では、伝統的郷土料理にも地域別特色が色濃く反映されている。首都サンタ・フェ・デ・ボゴタは食生活も国際的になっているが、他の地域はアンティオキア、カルダス、サンタンデル地方を中心とするアンデスの山の食生活と、マグダレーナ、スクレなどのコスタ（海岸部）の海の食生活とに大別されよう。

主食の代表選手たるアレーパ一つとっても、形態、調理方法、味付けがそれぞれ地域によって異なる。コメのとり方も、アンデス地域では白いご飯をフリホール豆とともに食べるのが典型的だが、コスタではココナツライスが最も代表的な食べ方である。副菜のとり方も多様で、同じアンデス地域でも、サンタンデルでは肉の摂取量が断然多くなる。コスタでも上品な煮込み料理やムニエルなどを除けば、中産階級以上は魚よりも肉を好み、浜で売っているような「魚の丸揚げ」はもっぱら庶民の献立である。これが都市では小麦をベースとした食文化に代替されつつある。米国型食習慣の筆頭である、ハン

バーガー、フレンチフライにコークの組み合わせはもとより、イタリア料理、ピザその他のパスタの普及も大きい。

コロンビアのみならず、南米いたるところに、イタリア料理と中華料理は存在する。南欧移民や華僑は、従来外食産業の担い手であった。彼らの生業の中で最も代表的なものひとつは、今もレストラン業である。特にこの二カ国の外食産業は、お持ち帰り可能な手軽さで売ったファーストフードにさらに比較優位をつけた「出前」サービスで当てた。

この手軽さ、敏速さが食生活で求められてきた背景には、市民の生活パターンの変化がある。都市化にともない、特に首都サンタ・フェ・デ・ボゴタ、メデジンなどの大都市になると、通勤時、昼休み、そして帰宅時の交通渋滞は目も当てられない。帰宅して昼食をとり、少々のシエスタ（昼寝）をして、二時間後にゆっくり再びオフィスへ、という古き良き時代の習慣はもはやほとんど姿を消している。都心では、皆時間に追われる毎日を送っているのである。仕事がつまんでいると、昼食時には「クワルキエルコサ（なんでもそのあたりのもの）、あるいはサンドイッチでも食べながら話しましょう。」というのが通常の会話である。

さて、そのほか、ドーナッツ、クレープ、手作りクッキー、クロワッサン・サンドイッチなど、小麦をベースにした外食産業は拡大の一途にある。思いつくだけでも、バーガーボーイ、バーガーキング（今はバーガーステーション）、ワッフル&クレープ、シェーキーズ、ピザハット、クッキーマン、ダンキンドーナッツ、ウインピー、と日本でもおなじみのブランドもある。つ

まり、チェーン店の銘柄による市民の嗜好をねらった、おしゃれな英語食文化の浸透である。出資割合はわからないが、このような外から入った外食産業が大半を占めるなかで、国内資本が強かったのは、フライドチキン（再大手はココリコ）とホットドッグ屋であろう。

**生業としての街** ホットドッグ屋といえば、も頭の**外食産業** とも街角の屋台やキヨスクで食べるものである。今でこそ常設化されたものがあったり、チェーン店が生まれつつあるが、なんといっても美味しいのは、フィエスタ（パーティー）の帰り、深夜まったく食べ物屋というものが開いていない時間に、路上で止めた車の中ではおぼる、あのペーロ・カリエンテ（ホットドッグのスペイン語直訳）である。

元祖米国式ホットドッグがフランクフルト・ソーセージだけの簡素なものであるのに比べ、コロンビ



サンタ・フェ・デ・ボゴタ街頭のフリタンガの店。サンタンテール地方の郷土料理で各種焼き肉、フランテンバナナ、アレーバ、ジャガイモ等の盛り合わせ。

ア式は、スライスオニオン、ポテトチップス、パイナップルの細切れ、そしてソース各種と盛りだくさんである。これに清涼飲料水を加えても一米ドルにもならない。

この他、庶民の生業としての伝統的屋台には、チュッソ（牛肉の串焼き）、焼トウモロコシ、エンバナード（トウモロコシの皮で挽き肉や香辛料を包みこみ、揚げた餃子のようなもの）、フリタンガ（ソーセージや臓物、小アレーパ、馬鈴薯などの鉄板焼き）などがあげられる。大都市では街頭に車付きの屋台や簡易店舗が並ぶ。週末や祭日だけ、庶民の集う広場に店を出すものもある。郊外まで出かける余裕のない庶民にとっては、この屋台の集まる広場や街頭に子供を連れ歩くのが、唯一の楽しみといってもよい。

手軽な商売のように思えるが、これでもムニシパリティ（市行政当局）には営業許可申請がなされなければならないと聞いている。同じ地区内、広場などでは縄張り争いもある。中都市の下層居住区では、主婦が子供に手伝わせて自家製エンバナード等を作り、隣り近所や同じ居住区内で売り歩き、家計を支えている例も多い。いわゆる都市雑業の典型であるが、伝統的な外食産業は庶民の生活の縮図でもある。

（はたや のりこ／アジア経済研究所地域研究部）