



「食」がテーマの『ミラノ万博』 「日本館」が大絶賛！！で終わる …なかには 10時間並んだ人も

新宿・中村屋の常務にお会いした事がある。小柄な方でアイデアあふれる人。海外へ行くことが多いという常務が着ているものはバリッとした押し出しの良いスーツ。私は思わず「常務のスーツは高級ですね。いつもどこでおつくりになるのですか？」と訊いた。

「これですか、私はイタリアが大好きで、イタリアに行ったときにまとめて10着ほど買ってくるのです。イタリア人の体形は背もあまり高くないし、細くもない。日本で言うところの普通の既製服、いわば吊るしです。だから、日本でつくるよりずっと安い」とにこやかに種明かしをしてくれた。

常務が滔滔（とうとう）と語ってくれたのは『グルメと日本人』というテーマ。

取材の最後に「グルメを見に行きましょう」と誘われた。

そこはインド政府が出店しているインド紅茶の店。

そのお店の前に日本人のお客さんが長蛇の列、中村屋の常務は「これがグルメです」と言ってニコリとした。

日本人とイタリア人は似ているのかもしれない

2015年10月末で閉幕した『ミラノ万博』は奇跡的だった。

「展示デザイン」部門賞で金賞を受賞した「日本館」は大変な人気と賑わいで、イタリアのメディアも連日報道したので「行列嫌い」のイタリア人が最大10時間も待った、という。

連日の報道があったとしても「行列嫌いなイタリア人が列に並ぶ」とは考えにくい。日本人の私も列に並ぶくらいならすぐに諦めて別の店を探す口だから、よくわかる。

客としてリスペクトされないなら、リスペクトしてくれる店を探す方が精神衛生上よろしい、からだ。

しかし「万博のように他にかわるものがないとしたら、周りの評判に合わせて列に並ぶかもしれない」。さらにまた「並んだ人たちから並ぶ価値があった」と聞けば否応無く興味は募る。

「食」がテーマの『ミラノ国際博覧会』

2000万人を超える来場者

イタリアの『ミラノ万博』は2015年5月1日～10月31日で6ヵ月間の会期を終え閉幕した。

この『ミラノ万博』のテーマは「地球に食料を、生命にエネルギーを」というもの。世界約140ヵ国や国際機関が参加し、2千万人以上が来場した、という。

家族連れなどで連日の賑わい。日本館へは約228万人が来館した。日本館のコンセプトは四季折々の農村風景や「いただきます」「もったいない」という日本人の食に対する感謝の精神、農林水産業の技術などを体験型の展示で紹介した。

各国展示館の中でも『日本館』は人気が高く、 10時間待ちの日も

映像やハイテクを駆使するなど、体験型展示を通じて、持続可能な食料供給という課題への解決策を提案。各国展示館の中でも人気が高く、10時間待ちの日もあった。

「真夏でも、最大2時間待ちで、熱中症で倒れる方もいた。それが9月以降、どんどん列が長くなってきた。朝の、開門と同時に日本館めがけて走ってくる方も多い」。

「インターネット上ではみんなが、“日本館が一番美しい”とコメント」イタリア人は行列をつくれな、という声は昔から聞かれるが、中部イタリアのリヴォルノから来た20代

のカップルは、「インターネット上でみんなが、“日本館が一番美しい”とコメントしているので来た。4時間半待ちは人生で最長だけど、もともと好きだった和食がもっと好きになった」と話していた。

来場者の「人気投票」でもトップになった「日本館」

来場者のアンケートでは「好きな外国パビリオン」のトップが日本館で21%。「ミラノ万博」全体の人気でも宿主国のイタリアの11%を上回る15%だった。

イタリアの最有力紙が8月に行った人気投票では、「万博を観たあとで訪れたい国」として日本を挙げた人が最も多かったそうで、日本とイタリアは相性がよさそうだ。

日本館が盛り上がった背景には、イタリアにおける和食ブームもある。

日本食の実演にイタリア人も賛辞

「おにぎり」も大好評。意外にも「梅干し」が人気。

日本人にとっての「おにぎり」とイタリア人にとっての「パニーニ」が、どちらも日常的に食べている「おふくろの味」だった。ピクルスに代わり「梅干し」も人気。おにぎりを握る体験をしたイタリアのママンは「和食は店で食べるものだと思っていたけれど、自分でつくることができたわ!」と大喜び。

「素材の味を生かし、旬を大切にする。食に対する姿勢似ている」

日本での勤務経験がある外交官のマリオ・バターニさんは「素材の味を生かし、旬を大切にする。イタリア人の食に対する姿勢は日本人に似ている」と分析する。

「こだわりの食材を持ち込むという実績を作ることができた」

万博では、欧州への輸出が禁止されている「かつお節」や「日本産豚肉」の搬入が特例として認められた。日本政府関係者は「こだわりの食材を持ち込むという実績を作ることができた」と話している。



但馬牛の雑炊を試食する。



ハローキティと記念撮影する
100万人目の来館者ファミリー ラエラさん一家



沖縄そばの麺打ち実演や地域の特産品の試食などが行われ、来館者らは和の味に舌鼓を打った。



下関産のフグを紹介し、薄造り実演や試食を行った。



日本の正月の食卓を紹介。来館者らは「おせち料理」や「おとし」用の漆器が並んだ食卓で箸を使う練習や、出来たての餅を丸める体験をするなど、日本の伝統を味わった。



名物ますずしの紹介、地酒や黒茶の試飲のほか、古くから受け継がれる祭りの披露もあり、来館者らを魅了した。



静岡や福岡など全国の銘茶が勢ぞろいし、来館者らは産地や製造方法により異なる味や香りを楽しんだ。



山形県鶴岡市が、「だだちゃ豆」に代表される伝統野菜や出羽三山の精進料理など地元の食文化を発信するイベントを行った。



東日本大震災後の福島県の復興状況や食の安全を伝えるイベントで果物や日本酒など県特産品の試食などを通じて品質管理への取り組みをアピールした。



福井県の曹洞宗大本山、永平寺の精進料理を紹介する。座禅や「おぼろ昆布」作りを体験する企画もあり、来館者は食や精神文化に親しんだ。