

＊ ロシア 紀行（第9回）

帝国ニュース九州版

オーポラロシア福岡（一般社団法人日本・ロシア連邦チュヴァシ共和国友好協会）の田村文彦です。オーポラロシア福岡は、日本とロシアの友好親善・学術及び文化、経済交流を盛んにして、交わりを深めて行き、ビジネス展開がスムーズに行くよう中小企業応援の為の団体です。オーポラロシア福岡は、全ロシアをテリトリーとして活動を行っています。私共は、モスクワを中心に西はサンクトペテルブルグから東のウラジオストックまで広範囲な地域で活動を行っています。

読者にとって「オーポラロシア」とは何？と思われるので、簡単に説明致します。ロシア国内の約50万社企業が加盟する同国最大の政府系経済団体「オーポラ・ロシア」（セルゲイ・ポリソフ会長）ロシア国内企業の活性化や国際化を目的に、プーチン首相の肝いりで2009年1月に組織されました。オーポラとは、日本語に直訳すると支柱や基盤の意味があり「ロシアの柱」とも訳され益す。会長のセルゲイ・ポリソフ氏はロシア政府の中小企業発展委員会副議長を務め、全国知事会（団長 麻生渡氏）が2010年5月に訪問した際、意見交換をしています。相互間の交流の為、オーポラロシア福岡がエスコートし、同11月2日に福岡県庁へセルゲイ・ポリソフ会長が訪問しました。

◆ 日本の調理師がいない日本食レストラン

ロシア人夫婦が東京に4年ほど滞在して日本食の魅力を満喫し、その思いをロシアで日本食レストラン経営と言う形で表現したレストランを紹介しましょう。

このレストランのシェフは、日本食の調理は、経験が無かったが、モスクワ市内の日本食レストランを食べ歩き、オーナー夫婦からのアドバイスを元に研究したと聞きました。

日本食レストランでは、昼下がりで有っても、来店客があり、平日の夕刻以降の客は多い。ビールはアサヒの麦酒であった。アサヒは、ロシアの伝統的なビール製造工場を買収し、アサヒブランドの普及に力を入れている。ビンビールのラベルを細かく見ると、「アサヒスーパードライ」ではあるが、ラベルの中心に「生」が抜けている。良く考えると製造の段階で加熱するので、ロシアで飲むアサヒビールは、「アサヒスーパードライ・ラガー」と言ったところでしょう。





上記の焼鳥の盛付を見るように飾りに力点を置いた内容になっています。同店は日本専門店ですので、日本の食べ物雑誌やインターネットで見る料理を参考にして努力しているなと感じました。やはり、一度は日本人調理師を数カ月でも招き入れ指導を仰ぐ事も重要ではないかと思いましたね。



日本食の食材は、どこから仕入をしているのだろうと、食材市場へ訪問し、全ての食材を見まわした。農畜産物から香辛料に至るまで、何でも揃う市場であった。日本と比べ、食材の販売価が遥かに安いのは驚かされた。調味料はうまく合わせれば、充分に対応出来ます。





醤油は、韓国産や中国産が主流で、味は日本の醤油に水を混ぜたような薄い醤油です。味噌は見かけませんでしたが、基本的には、日本の味は、満足出来ないものの韓国産や中国産で「疑似日本食」が出来ます。日本のものを必要とする場合は、高級スーパーマーケットに行かなくては手に入りずらいと思います。

ロシア人は日本食に対して憧れを持っている。理由は、はっきりしています。世界一の長寿国であり、長い歴史を踏まえて計算された日本の食文化を取り入れる事で、健康志向に向かって行きたいと望む人々が多いですね。

ロシアは寒冷地域に属して居り、肉や魚を塩漬けにして保存する習慣が有り、高血圧の人々が多いのも事実です。日本の東北地方や北海道にも高血圧の人々が多いのと似ています。

慢性的に、保存食を食べて来た時代が長く、食生活の改善が必要である事に気づき始めています。男性の平均寿命は現在に於いて 58 歳~60 歳とされています。もちろんウォッカが原因と言われて居りますが、私が見る限り、ウォッカを飲んでいる人は僅かで、殆どの人々はワインが中心です。その次にビールですね。