

南アフリカ便り

在南アフリカ共和国日本国大使館三等書記官 藤生 将治

1. はじめに

2014年7月にプレトリアの在南アフリカ共和国日本国大使館に着任して、ほぼ4か月が経ちました。そこで、南アフリカ（以下、「南ア」という。）の気候・風土及び食事情の2点について、当地に来て気付いた点や実際に暮らしてみて感じたことなどをまとめてみたいと思います。

2. 気候・風土について

アフリカというと灼熱の地を思い浮かべる方も多いかと思いますが、7月初旬の早朝、ヨハネスブルグのO. R. タンボ国際空港に着いた際の気温は、ちょうど摂氏0度でした。アフリカといっても広大な大陸なわけで、まして南アは南半球で大陸の最南端に位置しており、さらに南ア経済の中心地であるヨハネスブルグや行政政府の首都であるプレトリアは標高1,000メートル以上の高地である以上、当然と言えば当然なわけですが、理屈や知識では分かっているつもりでも、あまり実感はしていなかったため、着任して早々、当地の冬の寒さに驚くことになりました。

南アの季節は、一年を通して大部分が夏（11～3月頃）と冬（6～8月頃）の2つの季節から成り立っており、夏と冬の間の短期間（1～2か月間）に春（9～10月頃）と秋（4～5月頃）が挟まっています。特に9月は比較的過ごしやすい気候でもあり、後述する「ブライ」を行うのに最も適した時期であることから、当地の祝日である9月24日の伝統文化継承の日（Heritage Day）は、多くの人がブライを行っており、当地では同祝日は「ナショナル・ブライデー」として受け止められているようです。

10月に入ると、プレトリアではジャカラнда（アフリカ桜）の花が咲き乱れ、街の至る所で、その様を楽しむことができます。今年の10月は、特に気候も良く、強い雨もほとんど降らなかったことから、1か月の間、ジャカラндаを楽しむことができました。

また、南アでは生け花が盛んですが、本年は南アの小原流支部開設35周年に当たる年でもあったことから、日本から小原流教務の石橋先生が来訪され、当館においても同先生による生け花デモンストレーションが実施されました。その際、是非ジャカラндаを使った生け花を、という話にな

ジャカラндаの迎え花



（出所）著者撮影

り、ジャカランダを使った迎え花が生けられましたが、とても見応えのある作品になったと思います。

3. 食事情について

(1) 南アにおける一般的な食事情

南アにおける一般的な食事情について、以前、在京の南ア大使館での勤務経験がある南ア外交官と話した際、その方が自国（南ア）の食生活を「肉、肉、肉、そしてワイン（Meat, meat, meat and wine.）」と表現していましたが、正に肉とワインの種類が豊富であること、かつ廉価であることが、最も特徴的な点として挙げられます。

まず、肉について言えば、牛肉、豚肉、鶏肉のほかに、羊肉、またスーパーによってはゲームミート（Game Meat：野生肉）と呼ばれるダチョウやクドゥー（野生の鹿の一種）等の肉が購入できます。また、価格も様々ですが、例えば、牛肉のサーロインステーキなども1kg当たり100ランド以下の価格で購入が可能です（2014年10月現在の為替レートでは、1ランド＝約10円弱）。さらに、この数年、日本の外食において見られるようになった熟成肉なども、当地のスーパーで入手することが可能となっています。

また、南アではビルトンと呼ばれる干し肉の一種が、好んで食されており、多くのショッピングモールにはビルトンの専門店が入っています。そして、専門店以外にも、多くのスーパー又は肉屋においてビルトンを購入することができます。ビルトンは、ミンチにした肉を使って各種調味料とともに加工されたビーフジャーキーとは異なり、牛肉（又はゲームミート）を塊のまま、塩や酢、コリアンダーなどの香辛料で下味を付けて乾燥させたもので、肉自体の風味を強く感じるができる仕上がりとなっており、好みに応じて、薄くスライス又は厚切りにして、おやつや夕食のサラダの具材としても食されています。

肉類が廉価かつ豊富なことから、南アでは、「ブライ（Braai）」と呼ばれる習慣が一般的となっています。「ブライ」は、17世紀に南アに移民としてやって来たオランダ系住民（アフリカーナー）の言語であるアフリカーンスの「肉を焼く（braai vleis）」という表現が由来になっているそうです。その由来のとおり、肉を焼く、要するにバーベキュー（当地の人に言わせると、全く別物だそうですが）が、毎週末、どこかしらの家や公園などで行われており、当地での家族や友人との親睦の場となっています。

次に、ワインについて言えば、南アは世界の主要なワイン生産国の一角を占めており、スーパーや酒屋には、数多くの南ア産ワインが取りそろえられています。主要な

ブライの様子



(出所) 著者撮影

ぶどう品種としては、白ワインではソーヴィニヨン・ブラン、シャルドネ、シュナン・ブラン等、赤ワインではカベルネ・ソーヴィニヨン、メルロー、シラー、ピノ・ノワールのほか、南ア特有の品種であるピノ・タージュ（ピノ・ノワールとサンソーの交配種）等が生産されており、大部分は、南ア南西部に位置する西ケープ州で生産されています。価格帯も、ボトル1本（720ml）当たり、30ランド前後から100ランド以下のものが多くを占めており、当地の人にとって、100ランド前後のワインは、日常的に飲むワインとしては、比較的高い部類のものとして受け止められているようです。ワインの品質については、価格帯によって異なりますが、100ランド以上の価格帯のワインは、ほぼ外れがなく、また100ランド以下であっても、質の高いワインが数多く存在しています。

（2）南アにおける多国籍な食文化

これまで述べてきた一般的な食事情のほか、当地では歴史的な経緯からカラード、特にインド系の住民が多いことから、日本以上にインド料理を見る機会が多いように思えます。例えば、多くのスーパーでは、サモサ（インド料理の「揚げ餃子」）を購入できるほか、ピリヤニ（インド料理の「ピラフ」）などを売っている店舗も見られます。

また、南アの郷土料理には、カレー風味に味付けした挽き肉を薄いパン生地で包んで焼いたものや、ボボティと呼ばれる、カレー風味の挽き肉や干しぶどうの入ったミートローフもあり、いずれもスーパーなどでよく販売されています。

加えて、ヨーロッパからの移民も多く、ポルトガル料理やギリシャ料理などのレストランも数多く存在しています。特に、ポルトガル料理をベースにした、ペリペリチキン（ローストチキンに辛いソースをかけた料理）で人気のあるファーストフードチェーン、ナンドースは、南ア全土に店舗を有するほか、ロンドンや東南アジア等にも進出を果たしています。また、ギリシャやエジプト、イスラエルといった東地中海・中近東地域の料理でもあるファラフェル（ひよこ豆を使ったコロッケ）やシュワルマ（ピタパンにファラフェルや野菜、肉などを挟んだ料理）を扱うファーストフードチェーンなどもあることから、南アの食事情には多国籍な一面もあると言えます。

（3）南アにおける日本食事情

そうした中、南アにおける日本食事情に目を向けてみると、至る所で「SUSHI」を見ることができます。こうした状況は南アのみには当てはまるものではなく、イギリスなどの欧米各国においても同様の状況かもしれませんが、「SUSHI」は南アの多くのスーパーにおいて販売されているほか、中華料理店やタイ料理店、シーフード専門店、さらにはポルトガル料理店といった日本料理店以外のレストランでもスシバーが置かれている店舗があり、主力商品として扱われています。

その味わいですが、日本米の入手が困難なことや、米の炊き方からシャリの握り方、鮮魚の扱い等、すしそのものに係る技術レベルは、必ずしも高いとは言えず、とりあえず米と刺身をすしの形にしてみた、というものが多なのが現状です。また、握りずしや巻きずし以外にも、カルフォルニアロールやサーモンローズ（シャリをサーモンで巻いて、その

上にマヨネーズや魚卵等を乗せて、バラに見立てた当地のすし) といった、日本以外でアレンジされたすしも好んで食されています。

また、当地には日本食材を専門に扱っている食材店はありませんが、スーパーや中華食材店等において、日本食の材料を入手することができます。例えば、しょう油であれば、多くのスーパーにおいてシンガポール産のキッコーマンの製品が販売されているほか、ケープタウンの一部スーパー等においてヤマサ醤油の製品が販売されています。また、うどんや天ぷら粉、焼き海苔、しいたけやしめじ、

エリンギといったキノコ類を扱っているスーパーもあるほか、とくに中華食材店等において、中国東北部や台湾等を産地とするジャポニカ米、顆りゅうだし、そばつゆ、みりん、米酢、豆腐、大根、もやし、わかめ、切り干し大根、納豆といった食材や調味料が販売されています。それらの多くは、日本以外で作られた製品ですが、年々、当地で入手できる日本食の材料の種類は増えてきているそうです。

他方で、当地では入手困難な食材や料理もあり、その代表例の一つとしてラーメンが挙げられます。本年9月、ケープタウンで南ア人がラーメン専門店をオープンしたそうですが、プレトリアやヨハネスブルグを含めて、基本的には当地においてラーメン専門店は存在しておらず、数少ない日本料理店において提供されている状況です。また、日本酒についても、中華食材店において購入することができますが、2～3種類の銘柄に限られている上、純米酒や純米吟醸酒などは取り扱われておらず、当地において日本酒を入手することは、基本的には困難な状況と言えます。

現在、日本政府は日本酒を「国酒」の一つとして位置付け日本食とともに認知度の向上と海外輸出促進を積極的に支援しています。他方、当地においては、上述のとおり、廉価でかつ質の高いワインが普及していること、また日本食に接する機会が少ないことや、すし以外の日本食そのものに関する認識も十分に浸透しているとは言い難い状況にあります。

これらの点に関連して、本年11月に当館とプレトリア大学日本研究センターの共催により、当地の日本料理人を講師に招いて日本食デモンストレーションが実施されましたが、イベントへの参加応募開始時から非常に当地の方の関心も高く、改めて当地における日本食普及の潜在的な可能性を感じました。こうした日本食普及の取組を根気よく行っていくこと等によって、将来的に当地でも日本酒が人気になり、様々な種類の日本酒を入手できるようになることを望まずにはいられないところです。

当地レストランで提供されるすしの例



(出所) 著者撮影

(ふじう しょうじ)