

四季を通して、それぞれの季節に、旬の美味しい食べ物が存在します。特に、秋は郷土料理を賞味できるイベントが日本各地で開催されています。こうした催しは、都道府県持ち回りで、各地の郷土と歴史と文化が融合する、グルメ大会のような形式で行なわれています。それぞれの地域では日頃から食べている食材、料理であっても、他の地域で暮らしている人から見れば、その魅力は計り知れないようです。

十数年前、ある食材を用いた郷土料理のブースでは、時代に即したネーミングをつけて、子供からお年寄りまで食べやすく改良したところ、全国規模のグルメ大会で最優秀賞を受賞しました。地元でしか食されなかった郷土料理が、イベントを通じて、全国的に認知されるようになったのです。

経営者のA氏は、幼少の頃から慣れ親しんでいる料理が、全国どここの地域でも食べられていないと疑いませんでした。しかし、海外での食文化に触れたことで、その料理が、郷土独自の文化から誕生したものであったと気づくことになったのです。数年前、親戚が住んでいる中国へ滞在した時のことです。その地域では、羊の串焼きを食べる習慣があり、多数の羊の串焼き店がありました。日本とは異なる形状をした羊を串に刺して提供する独特の文化を目の当たりにし、A氏は驚かされました。

その食堂で、A氏をさらに驚かされたのは、ビールを注文したところ、冷やしたものは出されず、常温のまま提供されたことです。現地の親戚の誰もが、それが当然だという顔をしているのです。中国人からすると、A氏が好むようなキンキンに冷えたビールを飲むことのほうが、驚き以外の何

10月のテーマ：文化の秋に

異文化に触れ身近な文化の良さを知る



物でもないとのことでした。

中国では冷たい飲み物は体に良くないとされており、世代を問わず冷えた飲み物は避ける傾向にあるということをA氏は教わりました。

食文化の違いはその他にもありました。中国では、日本では馴染みのないヒマワリの種を炒ったものを食べる習慣があったり、子供からお年寄りまでヒマワリの種を口に含んだあと、歯と舌を上手に使う、殻を捨て実を分けて食べるのです。

中国の食文化に直に触れ、日本にはない食文化を体験できたことで、世界には様々な食文化が存在するのだろうとA氏は体感しました。それと同時に、改めて日本の食文化にも独自性があり、日本国内でも様々な食文化が存在するのだろうとA氏は興味をかきたてられたのです。

冒頭で紹介したグルメ大会の最優秀賞を受賞したご当地グルメは、十年以上経過した今日も、食を通じた「街おこし」として継承されています。街全体が利益を得られることを目的とし、市民、行政、商店街が一丸となって、企画から運営に携わった結果、街は活気に溢れているといえます。

家庭、職場において、今あるものをもう一度見まわしてみましよう。そこには、自分の家庭、職場にはない独自の文化や歴史が必ず存在します。企業においては、他社にはない「ポリシー」、すなわち企業文化としての売り物があります。新商品を開発することも大切ですが、自社商品の独自性を理解し、ちよっと視点を変えることで、新たな客層の獲得に通じるようなヒット商品が生まれたりするものなのです。

改めて、自社の文化、歴史を再確認して、会社の成長につなげてまいりましょう。