



Food





世界無形文化遺産となったメキシコ料理

2010年11月、メキシコの伝統料理は国際連合教育科学文化機構（ユネスコ）の世界無形文化遺産に登録された。登録の決め手となったのは、①料理文化の古さ、②古代からの継続性、③料理や食材のオリジナリティー、④料理法、などである。先住民の伝統が残るメキシコ料理は多彩であり、多数の唐辛子とチョコレートを用いた「モーレ」ソースなど手の込んだ料理が存在する。食材は豊富であり、主食のトウモロコシはメキシコ原産であるほか、多様な唐辛子（チリ）とトマト、アボカド、カカオ、バニラなどメキシコ由来の食材が様々な料理に活用されている。日本に輸出されている食材も多い。日本で流通しているライムやアボカドの9割以上がメキシコ産であり、メキシコはフィリピンを上回るマンゴの最大の対日輸出国である。カボチャやアスパラガスなどの野菜も対日輸出されている。魚介類ではエビやタコ、ウニのほか、バハ・カリフォルニア州エンセナーダ湾で畜養された寿司ネタ用のクロマグロも対日輸出されている。

料理には地方性があり、全国で鶏肉は食されるが、北部では牛肉や子ヤギの肉などが好まれ、中央高原では羊の肉が朝食などに用いられる。ユカタン半島では豚肉料理が豊富だ。牛のハラミを薄く切って焼く「アラチェラ（Arrachera）」（この頁下の写真）という料理はメキシコ独特の牛肉料理である。また、ベラクルス州など海岸地帯では新鮮なエビや魚を使った料理が多く、バハ・カリフォルニア州では伊勢海老をお手頃価格で楽しめる。

メキシコシティの食事情

2009年7月に発表された「Anholt-GfK Roper City Brands Index」によると、メキシコシティはパリ、ローマ、東京に次いで世界第4位のグルメ都市に選ばれた。同調査は世界20ヵ国で10,000人に対して行われた都市の様々な要素に関する魅力度調査であり、その中の食事を楽しむ都市のランキングで第4位に選ばれたのである。国際的都市であり、外国料理のレストランも多い。最も多いのはイタリアンだが、スペイン料理、アルゼンチン料理、日本料理も多い。最近では、アルゼンチン風ステーキを食べさせるレストランが増えている。アルゼンチン風といっても、動物検疫（口蹄疫）の観点からアルゼンチン産牛肉は輸入できない。そのため、米国産の肉がソノラ州など北部諸州の国産牛が用いられている。

レストランのレベルは年々上昇しており、2010年4月に英国の「Restaurant Magazine」が発表した「The World's 50 Best Restaurants」では、ポランコ地区の創作バス

ク料理店

「Biko」が第46位にランクインした。上位100位まで広げると、同じくポランコ地区の創作メキシコ料理「Pujol」が72位にランクインしている。BikoはMikel AlonsoとBruno Oteizaがシェフを務めるレストランで、2008年（89位）と2009年（81位）にも上位100位以内に入っていた。伝統的なバスク料理にメキシコ料理のテイストを取り入れた多彩で繊細な料理が評価されている。



日本食の普及も進んでいる。メキシコシティだけで150店舗以上の日本料理店があるが、伝統的な日本食よりも「Sushi Itto」などメキシコ風にアレンジされた巻き寿司チェーンが多い。提供する寿司はカリフォルニアロールなどが中心で、寿司でありながら衣をつけて揚げているもの、チリソースをかけたもの、マンゴやキウイフルーツを使ったものなど、寿司と呼んでいいのか悩むものもある。日本のサントリーが経営するレストラン、日航ホテルが経営するレストラン、日系人が経営するレストランなど、伝統的な日本料理を提供するレストランもあり、これらの店でも純粋なメキシコ人の来客が多い。

高級レストランが多いメキシコシティだが、庶民的な大衆街角レストラン、タコスなどの屋台も豊富に存在する。街角レストランではお昼の定食（Comida Corrida）が安くて便利である。前菜やスープ、メイン、デザートまで含まれており、安い店なら30ペソ（約200円）前後で食べられる。トウモロコシ粉をこねてシート状にしたトルティージャに様々なものを包んで食べる庶民の味方、タコスにも豊富な種類が存在する。牛肉、豚肉、鶏肉など肉の種類だけでなく、耳や舌、目、内臓など動物の様々な部位が具材として用いられる。代表的なタコスといえば、豚や牛のバラ肉を薄くスライスして塊にし、ドネルケバブのように回転させながら焼いた「タコス・アル・パストル（Tacos al Pastor）」（P. 34の写真）が挙げられる。通常のタコスよりも小さなトルティージャを用い、肉の上にコリアンダーとタマネギのみじん切り、パイナップルスライスを載せて食べるのが一般的だ。

食材調達の現状 ～スーパーマーケット、公設市場、青空市場～

急速な都市化と近代化のプロセスを経て、メキシコシティの食材調達の主役は従来の伝統的な公設市場や青空市場、街角の小売商店などから近代的なスーパーマーケットに移りつつある。メキシコ市経済開発省（SEDECO-DF）によると、市民の買い物需要の52%をスーパーマーケットが満たしている。スーパーマーケット・チェーンは対象購買層や立地に応じて店舗形態と品揃えを変えている。最大の勢力を誇る米系ウォルマートでみると、高級住宅地では「Superama」という名の中小規模で比較的高価格な品揃えのスーパー、中間層向けには大規模ハイパーマーケット型の「Wal-Mart Supercenter」、低所得層向けには低価格の品揃えで倉庫型の店舗形態をとる「Bodega Aurrera」を展開している。さらに、中所得層以上をターゲットとした会員製ディスカウントショップ「Sam's Club」も運営する。

ウォルマートは近年、低所得層の開拓に積極的だ。低所得層向けの「Bodega Aurrera」を小型化した「小規模安売り倉庫」のイメージの「Mi Bodega」や「Bodega Aurrera Express」といった低所得層向けの小型スーパーを積極的に開設し、従来は公設市場や街角の小売商店に通っていた貧困層を顧客に取り込んでいる。ウォルマートは深刻な不況に見舞われた2009年にも275の新規店舗を開設したが、そのうち246店舗が低所得層向けの「Bodega」ブランドの店である。これらの店では店舗装飾や陳列経費などを可能な限り削減し、低所得層にとっても魅力的な価格を実現している。



大手スーパーマーケットチェーン概要

(金額単位 :100万ペソ)

企業名/ 特徴	比較項目	2007年	2008年	2009年
WalMart Mexico (米系) < 2009年市場シェア 58% > 2000年以降急速に勢力拡大、 国内シェア4割以上。	店舗数	1,027	1,204	1,472
	従業員	157,432	170,014	176,463
	売上高	219,714	244,029	269,397
	営業利益	18,323	19,751	22,268
	純利益	13,962	14,673	16,806
Soriana (内資系) < 2009年市場シェア 20% > 北部に強い。2007年末のGigante買収 で中央に勢力拡大。	店舗数	257	465	471
	従業員	63,500	93,700	76,800
	売上高	65,191	91,921	88,637
	営業利益	4,303	4,198	4,584
	純利益	3,135	1,723	2,868
Comercial Mexicana (内資系) < 2009年市場シェア 12% > 08年為替レートの急落で大損、 会社更生法を適用して再建中。	店舗数	285	310	304
	従業員	40,484	40,172	39,190
	売上高	50,409	53,298	54,893
	営業利益	3,215	3,004	2,802
	純利益	2,535	△ 8,587	345
Gigante (内資系) 業績不振が続き2007年末にスーパー部門の大半をSorianaに売却。	店舗数	627	400	573
	従業員	34,811	12,356	12,437
	売上高	6,834	8,385	9,518
	営業利益	552	1,015	972
	純利益	4,730	2,811	813
Chedraui (内資系) < 2009年市場シェア 12% > ハラルスの地方スーパーだが、2005年の カルフォルニア店舗買収で中央進出。	店舗数	112	139	146
	従業員	NA	25,000	30,635
	売上高	34,452	40,658	47,901
	営業利益	1,742	1,864	2,487
	純利益	539	914	1,394

(注) 店舗数は国内店舗のみでレストランも含む。市場シェアはスーパーマーケット部門のもので、GiganteのディスカウントショップであるSuper Precioを除く。

(出所) 各社ウェブサイト、年次報告書などから作成

スーパーマーケットの全国的な普及に伴い、生産者から小売チェーンの物流センターを経由して販売店舗に効率的に商品が運ばれる近代的流通ネットワークが整備されつつあるが、生鮮食料品の分野においては依然として伝統的流通・販売網が存在する。中央卸売市場、公設市場、「ティアンギス」と呼ばれる青空市場、街角食品雑貨店などである。全国中央卸売市場販売業者組合連合会（CONACCA）のデータによると、2008年に全国38%の消費者が公設市場で生鮮野菜・果実を調達しており、16%がティアンギス、12%が街角の食料雑貨店（Abarroteria）で調達している。スーパーは25%に過ぎない。生鮮野菜・果実についてはメキシコ市民でも8割が公設市場やティアンギスで調達、スーパーは2割に過ぎない。市民が生鮮品の調達において公設市場やティアンギスを選ぶ理由は、「価格の安さ」と「新鮮さ」である。「何故そこで生鮮果実を買うのか」という問いに対し、「価格が安いから」と答えた消費者は、公設市場で39.0%、ティアンギスで59.1%に達する。「新鮮だから」と答えた消費者は、公設市場で34.0%、ティアンギスで28.6%に達する。

メキシコシティには
箇所あるティアンギス
植物、家具、民芸品など様々

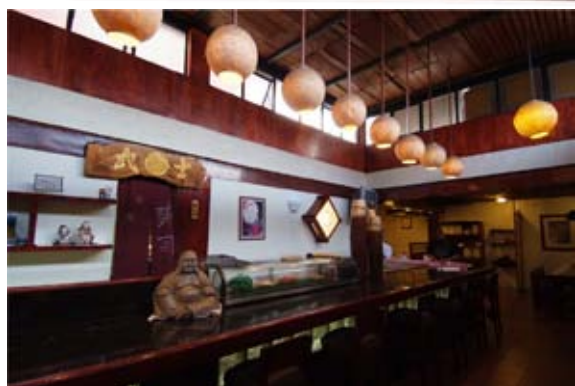
318 箇所の公設市場と1,145箇所のティアンギスが存在する。1,145
では合計約25 万人の商人が、野菜、果実、食肉、衣類、雑貨、観葉
な商品を販売している。

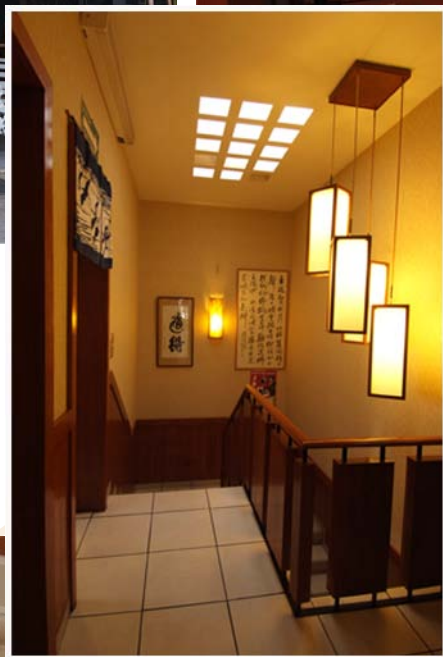


メキシコシティでも日本食の人気が高まっている。伝統的な日本食を出すレストランもあるが、最も広く普及しているのは、「Sushi Itto」などメキシコ風にアレンジされた巻き寿司レストランである。ショッピングセンター内のファーストフードコートにも巻き寿司の店はほぼ必ずあり、唐辛子を使ったメキシコ風の巻き寿司もある。



焼き鳥、串焼きで有名な伝統的日本食レストランの店舗内。店内装飾として用いられている本物の鎧かぶとが特徴的。





伝統的家庭料理を提供する日系人経営の日本食レストラン。ワールドトレードセンターの近くでメキシコ人ビジネスマンの来客も多い。





伝統的なメキシコ料理の数々。左上の写真は豚肉や鶏肉を野菜やトウモロコシやアボカドなどと煮込んだスープ料理のポソーレ (Pozole)、右上は牛肉料理の「アラチェラ (Arrachera)」、中段左は独立記念日に食べる国旗の色をした「チレス・エン・ノガーダ (Chiles en Nogada)」で、大きなチリ (ポブラーノ種) の中にフルーツやくるみなどと一緒に調理した挽肉を詰め、国旗色を施すためにナッツクリームをかけてザクロの実を散らしている。中段右はプエブラの伝統料理であるモーレ (Mole) で、多数の香辛料を混ぜて作ったチョコレートソース (モーレソース) を鶏肉にかけている。下段左の写真はベラクルス風魚料理 (Pescado a la Veracruzana) で、右下は庶民の味方、タコス・アル・パストール (Tacos al Pastor)。



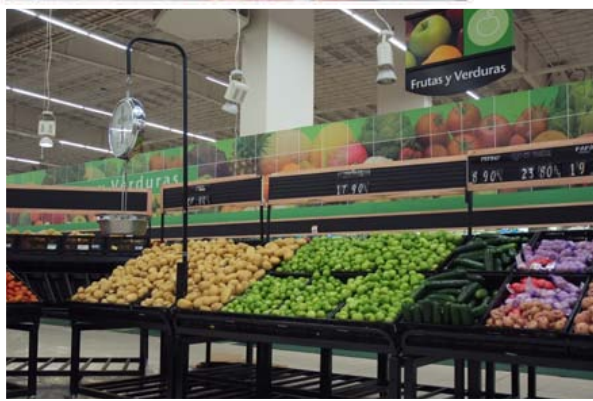


最近増えているワインショップでは、ワインのほか、チーズやハムなどを扱うグルメショップとなっていることが多い。お惣菜を扱う店も増えてきており、中にはオリエタルティストのお惣菜を扱う店もある。



大衆的な街角食料雑貨店や市場内の食料品売り場風景。乾物や食用油、ソース、穀物、豆類などが売られている。

近代的なスーパーマーケット内の風景。食肉はパック詰めされて売られているが、日本と比べるとサイズが大きい。また、大きく切り分けられていて、細かく切り分けられていない。ただし、ショーケース近くにあるサービスカウンターでパック内の肉の個数を少なくしたり、皮や骨を取り除いたりする個別依頼は可能。また、自分が欲しい量を図ってリパックしてもらうことも可能。





メキシコ市中央卸売市場内の魚市場の風景。メキシコ近海ではマグロ（キハダ）が獲れるほか、鯛類の魚の漁獲が多い。スズキやヒラメ類などの白身魚も種類が豊富。なお、ハマチやサンマは獲れないため、日本食レストランなど向けには日本から輸入されている。





中央卸売市場内の食肉、野菜市場風景。中央卸売市場で売られている食材は豊富で値段も安い。基本的には卸売りのため、数キロの単位で購入することになる。右下の小判状の野菜はとげを抜いた団扇サボテンの葉であり、メキシコでは焼いてお肉の付け合わせにしたり、サラダにしたりして食べる。





伝統的なメキシコ料理を提供するレストランの「ビジャ・マリア (Villa María)」。市内に2店舗あり、雰囲気の割には値段がお手頃。ポランコ店はマリアッチの生演奏が毎晩あり、マリアッチのレベルも高い。ただし、店内はかなり騒がしいので、ビジネスには向かない。



インターナショナルなメキシコシティでは中華料理やイタリア料理、アルゼンチン料理など世界各国の料理が楽しめる。ポランコ地区などにはレバノンやシリアなどの移民も多いため、中東料理のレストランもある。

国際的なコンデサ地区のレストラン街。様々な国のレストランがある。メキシコにも米国ベニハナ（Benihana）風の鉄板焼きレストランが多く、「日本料理」として扱われている。





庶民の味方、街角の軽食屋
台。タコスやハンバーガ
ー、パンにお肉や野菜を
はさんで食べる「トルタ
(Torta)」などが多い。
一般的に安くて美味しい



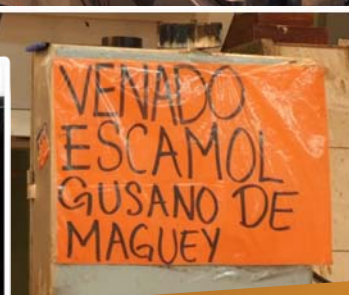
が、決して衛生的とは
言えないので慣れな
い旅行客にはお勧め
できない。

公設市場内の食堂。市場の新鮮な食材を使った料理を提供する店が多い。レストランと比べると衛生的とは言えないが、安くて美味しい。





歴史地区にあるサンファン（San Juan）公設市場の風景。扱っている食材の種類は非常に豊富で、シカ、ワニ、イノシシ、ダチョウの肉など珍獣の肉も扱っている。

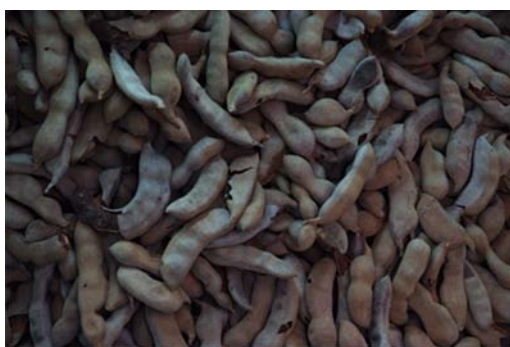




メキシコで売られている果物と野菜。種類は非常に豊富で値段も安い。唐辛子の原産国であるため、唐辛子の種類は限りなくある。



市場内の花や薬草、
香辛料などの売り
場。右上の写真のポ
インセチアはメキシ
コ原産と言われ、メ
キシコではクリスマ
スイブの意味で「ノ
チェ・ブエナ



（Noche Buena）」
と呼ばれる。キノコ
類も栽培されてお
り、マッシュルーム
やヒラタケのほか、
季節によっては
マツタケも採れる。
薬草・ハーブは香辛
料として用いられる
ほか、先住民が行う
宗教的儀式や民間医
療にも用いられてい
る。



