

## ■ Aotearoa やさしさの循環する国で （第11回）

### \* マルシェの先がけ

ニュージーランド全国各地で定期的にかかれる朝市。1997年に私たちの地元のファンガレイから始まった。正式な名称は Growers Market だ。サイズ規格に合わない不揃いの野菜果物を活かす場として始まり、2000年までに全国に広がった。ルールはシンプル。販売できるのは地元で育てたもののみ。売りたい人はテントやワゴンを設営し、場所代を20ドル払う。この料金はもう何年も変わっていない。

スーパーでの買い物では商品補充スタッフ以外、消費者は売り手の顔を見ない。ひとりでカートを押して買い物をする人が多いためか、話し声はあまり聞こえてこない。それに比べ、有人の朝市のテントは見慣れない野菜の料理方法を尋ねたり、果物を味見したりする人たちが賑やかだ。朝市は生産者でもある売り手とのふれあいを楽しみながら、地産地消を応援する場なのだ。時間の流れもゆったりしている。

代金のやりとりは主に現金だが、カードを受けつけるところも出てきた。ニュージーランドでは EFTPOS（エフトポス）と呼ばれるデビットカードの普及率が高く、どこへ行ってもキャッシュレスで買い物ができる。ふだんは財布に現金が入っていないキーウィも、この日ばかりは小銭はもちろん、紙幣を用意して出かける。

マルシェのムーブメントの先駆けとなったファンガレイでは、土曜日朝6時前には会場となる駐車場にテントが並び始める。冬場は顔も見えない暗さだが、それでも続々と買い物客が集まってくる。季節の野菜果物を中心にオーガニック肉、手作りソーセージ、新鮮な魚、平飼いの玉子、オランダチーズ、植物の苗、生花、マヌカハチミツなど様々な商品が並ぶ。増えた移民の嗜好も反映して、レモングラスやこぶみかんの葉などのタイ料理に欠かせないハーブなどもここで手に入るようになった。生きた殻つきウニも見かける。トゲが鋭いので、持ち帰り用にハンドル付きのプラスチックのバケツに入っている。白人はウニを口にしないので買っていくのはマオリ人ばかりだが、目の前で飛ぶように売れていく。ウニは海にごろごろしていて捕獲量にも厳しい制限がないので、食べ方はカジュアル。ざっくりと殻を割ってスプーンですくって食べる。



①



②

## \* 人気沸騰のベジタリアンベーカリー



③

コロナ騒ぎの前にはフランス人が焼くクレープやら、ドイツ人によるドイツケーキや黒パンなどの屋台販売もあった。それがここ数年、ハレクリシュナの提供するパン屋にとって変わった。新鮮で安いのが評判を呼び、ロコミで増えたファンが行列するのが土曜朝の風物詩になった。週1度、朝6時前からパン屋の表に肅々と並ぶキーウィたち。この国では食べ物を買うのに行列するのは珍しいというのに、長い時には店の外に列が数メートル伸びている。



筆者もここで売られている特大のクロワッサン（プレーン、チョコレート、アーモンドの3種類。20センチの大きさに1個5～6ドル）を、ほぼ毎週買いに出かける。出来立ての温かいクロワッサンをマーケット内の移動式カフェに持ち込み、コーヒーと一緒にほおぼるのが土曜の朝のささやかな楽しみだ。サモサやチーズピザ、バナナブレッド、ほうれん草とフェタチーズのパン、ひよこ豆のお菓子などもあるが9時を過ぎる頃には完売する。

④

ハレクリシュナはヨガの教えなどで知られ「食を通じた意識の浄化」という教えのもと、週に3日ベジタリアンランチを無料で提供している。テイクアウトの希望者のみ「容器代込みで8ドルを」と、寄付の目安が書かれているだけで、収入に応じて寄付をすればよく、人々は備え付けの募金箱に思い思いの額を入れる。近年、インドやフィジーからの移民の増加に伴いベジタリアン食は広く受け入れられているが、ベジタリアン以外にもホームレスや一人暮らしのお年寄りなどで満員である。ボランティアによって運営され、パン販売の事業で得た利益をそっくり地元還元するなど、地域密着の姿勢が地元にも支持されている。



⑤

## \*踊り出すこどもたち

地域によって売り物にも特徴がある。北島の北端、ケリケリ (KERIKERI) のマルシェでは常設店も多いので、その場で調理したものを提供する屋台がたくさん並んでいる。大人気なのが、Mussle Flitters (ムール貝を刻んで混ぜ込んだパンケーキ)。店の人はひっきりなしに入る注文をさばくのと、大きな鉄板でフリッターを焼くのに大わらわだ。これが楽しみでマルシェに来る、と言う常連客も多いのだとか。敷地内にはタイやベトナム、メキシコ、インド料理などの屋台もある。フランス人のパティシエによる繊細なケーキは1個800円から1000円の値札がついているが、これもすべて正午には売り切れる。



⑥

屋外エリアに加えて屋根のあるエリアもあるので、天候を問わず多くの人が集まる。建物は昔の納屋を利用して天井が高いのが特徴だ。古びた木の壁が歴史を感じさせて面白い。建物内ではクラフトの店が多く、ニュージーランドのネイティブ木材の古代 Kauri や Rim を使ったお盆やスプーンなどの木工品、型紙作りからすべて手作りの帽子、牛革のカバン、ビーズや石のアクセサリ、廃油から作った石けんなどが所狭しと並べられている。



⑦

ケリケリでは楽器と大きなスピーカーを持ち込んだライブ演奏もある。ベテランミュージシャンが客層に合わせて、ビートルズやモンキーズなどの懐メロから今どきの人気ソングまでをカバー。場を多いに盛り上げている。ファンガレイの朝市でもスピーカーから音楽が流れているけれど、ライブの魅力には遠く及ばない。演奏の前で立ち止まり、小さな子どもたちと一緒に大人が身体を揺らし楽しそうに踊っている姿には自然と顔がほころぶ。

## \*犬連れの多いこと！

質実剛健なファンガレイの朝市に比べると、ケリケリの市はマルシェと言う呼び名がぴったりだ。ディスプレイや看板にもこだわりが見られるが、その分、値段もファンガレイの約1~2割増。生産者の支払う場所代も\$20から\$80とやや高めなのに、スペースは十分埋まっているようだ。Wi-Fi やカフェ、トイレなども完備、分別ゴミ箱も十分に備えられていて、清掃担当者が見回りもしている。客層も働き盛りや家族連れから、後期高齢者までと幅広い。子ども連れや犬連れが多いのも特徴で、カフェで休憩するあいだの1時間試しにカウントしたら、30頭近くの犬がマーケットに来ていた。犬たちは躑が行き届いていて、多くの犬が一堂に会しても鳴き声すら聞かない。みんな静かに足元に座っている。ちなみに、ファンガレイの朝市は犬の立ち入りは禁止である。



⑧



マルシェにくる人たちのファッションは、夏場はカジュアルなショーツ姿が多い。そして、足元は大人も子どもも申し合わせたようにゴムぞうり姿。こちらではジャンダル(Japanese + Sandal を組み合わせたもの) と呼ばれていて、ビジネスマンのモリスヨックが日本の草履にヒントを得て、1957年に作ったゴム製が商標登録された、という説が有効だ。

⑨

地元ワインやオリーブオイルが試せるのもマルシェの良さだ。土日に加え、金曜の夜のマーケットもあるので、生産者にとっては野菜果物が1週間を待たずに供給できる。ここでもプラスチックを使わない、というルールを徹底している。筆者はケリケリの特産品である特別に甘いオレンジのほか、ファンガレイでは見かけない NZ 特産のリム木材などで作った寄木細工のまな板を購入した。オイルを塗るなど手入れが必要だが、使うたびにプラスチックの表面が削れて食物に混入するプラスチック製のまな板を処分できる、とほっとした。



⑩



⑪

マーケットではマヌカハニーも買った。値段は2キロ入りで\$49。家で飲むコーヒーにも紅茶にもハチミツを大量消費するので、出かけた先でいろいろなものを買って試すことにしている。カフェに行く時も、なるべく携帯用ハチミツと Keep Cup (マイカップ) を持参する。マシンにうまく収まるように、あまり背の高いカップは使えないが、ロウビキした紙カップの安全性(熱湯を注ぐことから化学物質が飲み物に溶け出す)が社会問題になって以来、なるべくマイカップを持ち歩くようにしている。マイカップ持参は少しずつ根づいていっているようで、どの店でも嫌な顔せずにテキパキとコーヒーをついでくれるようになった。

季節によって販売される野菜や果物の顔ぶれは変わる。最近新しく見かけたのは、韓国人によるキムチ販売の屋台。とうもろこしを売るのはフィリピン人女性、手作りアクセサリーの販売はポルトガル人。移民が増えて多国籍化も進んでいる。

## \*チョコレートかシナモンか



もともと英国風に紅茶を嗜む人が多数だったニュージーランド。今や世界中のどの国よりも、一人当たりに対するコーヒーの焙煎業者が多くなっている。日本と大きく違うのはカフェの営業時間だ。朝7~8時には開店するので、仕事前の人がお気に入りのコーヒーを買ってオフィスに向かう姿をよく見かける。早朝から開けているせいで、個人経営のカフェだと午後の3時には早々に店じまいしてしまうから、仕事の後に立ち寄りたくても都心部の大型ショッピングセンター以外では開いている店を見つけるのは難しい。

⑫

カプセルコーヒーの普及で、簡単に美味しいコーヒーが家で飲めるようになった。N社純正品ではない格安カプセルがスーパーで買えるようになってから、カプセル用コーヒーマシンを家に備える人が急増した。それでも、友達や家族、恋人と一緒に時間を過ごすことのできる「お気に入りのカフェ」を持つ人はとても多い。カフェは老夫婦や散歩途中に立ち寄ったカップルなどが気軽に立ち寄る身近な存在で、日本のようにパソコンを広げて作業や勉強をしている若者の姿は見かけない。

ニュージーランドのカフェで供されるのはイタリア風のエスプレッソが主流。カプチーノやフラットホワイトが人気だ。特にカプチーノを頼むと、泡状になったミルクの上にシナモン粉末かチョコレートの粉末をパラパラと振りかけてくれる。注文時に Chocolate or Cinnamon? と聞かれることが多いので、覚えておくと便利だ。砂糖にもチョイスが多い。お馴染みの白砂糖、エスプレッソとの相性抜群のクリスタルブラウンシュガー、そして Sweetner (ダイエットシュガー)だ。ココナッツシュガーをおいている店もある。

## \* コーヒーのミルク事情

「日本のコーヒーは美味しいけど、フレッシュと呼ばれるクリームが厄介だ」と夫が不満顔で言う。確かに、ちょっと気の利いたカフェかコーヒー専門店でない限り、日本のカフェではフレッシュが出てくることが多い。まったく乳成分は含まれていない植物由来の油脂で、この味に慣れていない私たちは、フレッシュが出てくると心底がっかりする。日本でカフェに入る時は、フレッシュを使うかどうかで利用するかどうかを決めることも多い。



⑬

プラス料金を払えば、牛乳の代わりに豆乳はもちろんアーモンドミルク、オーツミルク、米ミルク、ココナッツミルク、ヘンプミルクと選択のチョイスが多いのもニュージーランドならではの。牛乳も全脂肪、低脂肪から選べる。環境保全に熱心なニュージーランドではカフェでも環境への配慮を徹底していて、数年前にプラスチックカトラリーの使用が使用禁止となった。プラスチック製のストローも完全に姿を消し、竹や紙かステンレス製に切り替わっている。



⑭

ニュージーランドのカフェで追加のミルクを頼めば、なみなみとミルクの入ったミルクジャグで運ばれてくる。もちろん無料のサービスだ。日本でも「ミルクをもらえますか？」と聞けば持ってきてもらえる、と思っていた。ある時、「えっ？」と若いウエイトレスに2度も聞き返されて、しかも「牛乳、ですね？」と念押しされた。

怪訝な顔をしていたら、同席者が「ミルク、と言えばメニューにあるミルクの注文と紛らわしいからじゃない？」と言う。ミルクが単品の飲み物として日本のカフェメニューに載っているのも不思議だったが、MILK=注文の別品。牛乳=無料サービス品という分類があるの？と自問自答しているうち、私たちのテーブルには、どんぐりぐらいの大きさのメープルシロップ用ジャグに入った「牛乳」が届いた。

## \* 「同じものを」と言わないで



コーヒーメニューでブラック、と言えばミルクなしを意味することは多くの人が知っている。でも、ミルク入りをホワイトコーヒーと言うのは意外と気づいていないのでは？人の家に招かれて、コーヒータイムになると「何を飲みますか？」「どうやって飲みたいですか？」と聞かれる。これには、まずコーヒー、紅茶、日本茶などから好みの飲み物を選び、続けてミルクや砂糖の有無と量の希望もしっかり伝えなければならぬ。

⑮ Coffee please. White with 1 sugar please (コーヒーを。砂糖小さじ1杯でお願いします) のようにはっきり希望を伝えるべきで、「みなさんと同じで」と言うとかえってホストを困らせる。パーティーの時にゲストの飲み物の希望を聞き、好みに合わせて飲み物を作って提供するのもパーティーホストの大切な仕事なのだ。

慣れたパーティーホストなら、紅茶砂糖入り牛乳なし2人、砂糖牛乳入り1人、と器用にメモをとりながら注文をとる。これに慣れていない日本人なら、たいてい遠慮してしまうだろう。でも、たった1人が違う飲み物を求めてもまったく問題はない。他の人が何を飲むかに合わせるような気遣いは、まったく求められていないのだ。

余談だが、「ニュージーランドのカプチーノが飲んでみたい」と、緊張しながらカフェでコーヒーを注文した日本の友人のテーブルに届けられたのは、なんと「紅茶」だった。張り切った彼女のカプチーノの発音が Cup of Tea に聞こえた、と判りみんなで大笑いした。

(さかいケイツミか Whangarei 在住)

## 写真キャプション

- ① スモークフィッシュの品定め中の婦人
- ② ウニはマオリ語でキナ。写真のものは夫が潜って獲ってきた Long Spine Kina。海の中ではバフンウニもとれる。外見はまったく一緒だったのに、殻を割り皿に並べてみると、こんなに色味が違った
- ③ 週に1度だけ開くハレクリシュナのパン屋の前で。行列がすごい (写真は FACEBOOK から)
- ④ サクサクの生地がおいしいクロワッサン。一個食べたらおなかいっぱい。後ろに映るブーケは\$15。手前のレタスは6つ苗が入って2ドル50セント。自立できないほど柔らかい葉が特徴。その名も「酔っぱらい女」
- ⑤ ランチは日替わり。メインとは別にデザートもついてくる。飲み物も、砂糖を使わないハーブ味のレモネードだったり、マンゴーラッシーだったり

- ⑥ Kerikeri Market は改装した古い倉庫が会場。表通りの車道からよく見えるようにひときわ大きな看板が立っている
- ⑦ Beatles のオブラディオブラダのメロディーにのって、ぴよんぴよん飛び跳ねながら踊る子どもたち
- ⑧ 犬は必ず手綱をつけて同伴する。カフェには犬たちが自由に飲めるよう、飲み水が用意されている。
- ⑨ これがジャンダル。\$50以上の値段がついたブランドものもある。
- ⑩ 木目の美しさに惹かれて購入した寄木のボード。NZ 産のリム、マタイなどが使われていて、まな板にしてもよし、チーズやおつまみを供するボードにしてもよし
- ⑪ 携帯用のハチミツ。黒い面に亀裂が入るようになっているので、ポキン、と半分に折って絞り出して使う。5ml 入りなので使い勝手もいい。
- ⑫ 泡ミルクで模様を描くカフェアートが楽しい。これはフラットホワイト。
- ⑬ 日本のカフェで供される「フレッシュ」。ニュージーランドではまったく見かけない。
- ⑭ 左から順にアーモンドミルク、オートミルク 2 種（青がニュージーランド産、グレーはスウェーデン産。OATS はカラス麦のこと）、豆乳
- ⑮ ゲストはてんでバラバラの飲み物を注文する。ソーサー（お皿）のついたカップでなく、カジュアルにマグカップを使うのがキーウィ風だ。