

KAGAWA アンバサダーからのお便り～吉林千里さん～

新しい生活様式 #ていねいな暮らし 海外から注目される日本のライフスタイルと瀬戸内

日本では、新型コロナウイルスの蔓延により、#（ハッシュタグ）おうち時間 の下、自宅での時間の過ごし方が話題になり、『ていねいな暮らし』もよく使われるキーワードだった。中国でも同様に、コロナ禍の新しい生活様式の中で、『ていねいな暮らし』というキャッチフレーズが流行り、実践する人たちの様子がメディアにも取り上げられた。ロックダウン下の時間を、手作りのパンや手間暇をかけた料理と過ごすように浸透している。

中国国内では、ここ数年、雲南省の景観、地産の食材、米や小麦の収穫から始まる麺やパン作り、川を流れる水で食材を洗い、火を起こして料理するスローライフの紹介型の番組ほか、同様の自然豊かなライフスタイルの紹介番組が人気だ。

コロナ前の中国人の訪日旅行といえ、ブランド品や電化製品の爆買いの様子が頻繁に報道されたが、ここ数年は、『もの』ではなく、『日常生活』そのものにもっと興味を持つ人が増えたようだ。例えば、上海市が発表した2021年の「上海コーヒー消費指数」では、上海市内のカフェ店舗数は6913軒で、世界で最もカフェが多い都市だという。その中でも、日本式の、パン屋、珈琲店等は非常に人気だ。



中国の会員制飲食店にて

中国の都市部の日本料理は、大衆店と高級店の二極化に加え、日本酒や日本のウイスキーを取り扱うバーが増え、焼き鳥やつまみと日本酒カクテルをバースタイルで提供するモダンな店は若者を中心に人気だ。

高級店では日本建築の設え、季節の器、日本から空輸された新鮮な食材が贅沢に使われ、日本人の女将が接客や四季の設えの切り盛りをする店や、天ぷらや炉端焼きに特化した店も見かける。それに加え、主な客層が現地の中国人経営者である、私設会員制の飲食店でも、日本食を主軸の料理とする店もでき、茶室や庭園を備えた本格的な日本建築の設えには驚いた。中国における日本食や飲料の普及に関しては、まだまだ多様な可能性があり、将来も楽しみだ。

海外から見ると、日本文化はより多くの海外ブランドにも注目されており、多くのファッションブランドが日本の本格的な文化及び、四季、ライフスタイルに興味を持っている。複数のファッションブランドが、日本の素材（織物や芸術文化）を取り入れたコレクションを出し、海外の人気飲食店では味噌や醤油といった素材が西洋料理のアクセントになっている。



生ハム工房にて

加えて、筆者自身、香川県内で、地元の特産物を使用した食品との嬉しい出会いもあった。例えば、小豆島の特産物を使用したビールや、醤油麹菌と瀬戸内の気候を活かした生ハム等々…

香川県の瀬戸内の暮らし(風景、風土、食文化、の伝承)やアートによる国際的な交流や魅力の多様性は、海外から今後より一層注目をされるだろう。香川県によれば、コロナ前は香川県を個人旅行で訪れる外国人の割合も一定数いたそうで、今後の増加が期待される。

(公共性に配慮し、執筆に際して店名等の具体名は伏せている。)



吉林 千里 (きちばやしちさと) さん

中国の大学院で修士号を取得の後、コンサルティングやマーケティングを行う会社を中国で設立し、CEOを務める。また、ライフワークとして、様々な文化交流のボランティア活動を行っている。

◇ KAGAWA アンバサダーについて

香川の魅力を世界へ発信するとともに、本県の諸課題に対する情報提供、活動、提言等を行っていただく大使です。主に世界を舞台に活躍している香川県出身者や県にゆかりのある方で、各界から候補者の推薦を受け、識者による選考後、知事が委嘱しています。

◇ KAGAWA アンバサダーからのお便りについて

県民の方々にKAGAWAアンバサダー事業及び県の国際化の推進について、より理解を深めていただくことを目的に、世界を舞台に活躍されているKAGAWAアンバサダーの方々から在住国や御自身の活動等について御紹介いただくものです。