

ブームになるスイーツ、定番になるスイーツ

時代や社会の影響を受けやすい「食」。この連載では、今注目の食の事象から背景や経緯を考察し、今後の食の新たな視点を探っていく。今回ははやりのスイーツから消えゆくもの、定番になるものの性質に注目する。

始まりは「ティラミス」から

日本のスイーツブームはいつから始まったのか？菓子業界や専門家が口を揃える回答が「ティラミス」だ。

ティラミスは北イタリアの郷土菓子と紹介されることも多いが、実際は1960年代に、あるレストランで生まれた創作菓子。ヴェネト州トレヴィーゾのレストラン〈レ・ベッケリエ〉説が優勢だ。家族経営のレストランが、近所の老人や子どもの滋養のために開発した菓子で、ベースは卵黄たっぷりのザバイオーネソースとマスカルポーネチーズのクリーム。このマスカルポーネは乳脂肪が80%以上の超高脂肪フレッシュチーズで、ここに砂糖の甘さ、コーヒーやカカオパウダーの苦味が加わり、その組み合わせは万人をとりこにした。「ティラミス」の原語はイタリア語の“ティーラ・ミ・スー”(私を上へ引き上げて)。ネーミングのキャッチーさもあり、70年代にはイタリア中のレストランに広がった。

日本上陸は1980年代半ば。その頃、東京はイタ飯ブームに沸いていた。イタリアレストランで話題となったティラミスに目をつけたのが、日本の油脂メーカーだ。当時は高級食材だったマスカルポーネチーズの代替品として、大豆の植物性

油脂から作った擬似チーズを「マスカポーネ」と命名して業務用に販売。こうしてティラミスはレストランを飛び出し、全国の洋菓子店やコンビニエンスストアへ、ブーム街道を爆進した。

安価な代替素材の開発と簡易なレシピ。この2つがブームの大きな要因なのは間違いない。さらに無視できないのがネーミングや語感だ。ティラミスの大ヒットを振り返ったコピーライターの糸井重里氏は「名前がテトリスに似ているので受けると思った」と語っている(『Hanako』1993年12月31日号)。

イタリアは郷土菓子、キリスト教を背景にした伝統菓子の宝庫だが、結局、世界的なブームは、伝統を背負わず軽やかに誕生した創作菓子から生まれたのだ。ブームは常に急上昇と急下降がセットでもある。ティラミスも1990年に大ブームとなるが、「早くも1992年には流行を気にする女の子にとっては気恥ずかしい存在に墮ちていた」と『ファッションフード、あります。』(紀伊國屋書店)の著者、畑中三応子氏は記している。

近年、これと非常に似ているのが「バスクチーズケーキ」ブームだ。地方名がついているが郷土菓子ではなく、スペインのバスク地方、サンセバスチャンで、〈ラ・ヴィーニャ〉という一つのバルで生まれた

創作菓子。かの地はバル文化とミシュランの星付きレストランの多い美食の街として有名になった。日本では2019年、バスクチーズケーキが大ブームとなりコンビニ各社が商品化。“バスター”の愛称も人気に勢いをつけた。焼き色が強めで“黒いチーズケーキ”としてSNSでも話題になったが、チーズも特定のもではなく定義は曖昧。爆発的人気の一因には、バスクが美食家憧れの地というイメージの貢献もあるのだろう。またチーズはそもそも味の決まった旨味食材。スイーツに仕立てるにも技術や複雑な配合は不要だ。そこが作りやすさにもなっている。

単純なレシピに時代の人気(イタ飯やバスクのような)が絡めばブームの可能性は高まる。仕上げに語呂の良いネーミングが重なり、爆発的なブームとなるのではないだろうか。

ブームと別の道をゆく、本物の伝統行事菓子

フランスに生まれ、日本で20年ほどかけて人気になったスイーツに「ガレット・デ・ロワ」がある。ブームとまではいかないが、固定ファンのいる定番菓子とっていいだろう。フランス郷土菓子と料理の研究家である大森由紀子さんは「ガレット・デ・ロワは宗教行事菓子。郷土菓子



【ティラミス】世界的に最も有名になったイタリアのスイーツ。今ではマスカルポーネチーズも定番に



【バスクチーズケーキ】バルで誕生したチーズケーキは、現地ではワインの肴として楽しられている



【ガレット・デ・ロワ】パート・フィユテという折り込みパイの一種。生地を折り込む技術がポイント

Kaori Shibata

早稲田大学卒業後、(株)ジェイアール東日本企画入社。2004年に退社。イタリアのスローフード協会設立の「食科学大学」マスターコースを修了(1期生)。帰国後、(株)三越伊勢丹研究所の食品ディレクターを経て、20年(株)KOTODAMA PRESS設立。食の情報発信やコンサルティング業に従事。

ともまた違います。日本のおせちみたい
に特定の時期、大概1月6日のエピファニー
(公現祭)から1月いっぱい食べます。
ケーキの中にはフェーヴという陶製のチ
ャームが入っています。ケーキを切り分
けたとき、フェーヴの当たった人が王様
になり、望みを聞き入れてもらえる。由来
はローマ時代のサトゥル・ナリアとい
う祝祭で、この祭りでは奴隷もフェー
ヴを引き当てれば、その日は王様にな
れるルールがありました。人気のある祝祭
で、ローマからカトリック圏に広がった
ようです」と話す。

2003年、日本で文化継承と技術振興
を目的にした団体「クラブ・ドゥ・ラ・ガレ
ット・デ・ロワ」が設立された。メンバー
には実力派フランス菓子職人が並ぶ。「菓
子の技術交流の場となり、日本のガレ
ット・デ・ロワは本国のフランスを超えるお
いしさといわれています。でも、職人の会
ができるようなスイーツはブームにはな
らないでしょうね」(大森さん)

あるスイーツが文化や技術継承の対象
となったとき、ブームとは違う定番の道
を歩む。ブーム菓子に文化的背景や技術
向上などは、むしろ不要だ。

最近、日本でも活気を帯びてきたイタ
リアの伝統菓子「パネットーネ」もブーム
より定番向きといえる。クリスマスの時

期に北イタリアのロンバルディア州で食
されてきた伝統郷土菓子で、自家培養の
酵母で長時間発酵を要する。パンと菓子
の中間的な存在で、「パネットーネ」は「大
きなパン」という意味だ。

クリスマスに食べることの多いパネ
ットーネは、戦後、工業生産が中心となる。
近年、若手の菓子やパン職人が従来の伝
統的な作り方に回帰し、イタリア各地で
「パネットーネ」のコンテストが行われる
ようになった。コンテストを通じて品質
や技術が高まり、従来の工業生産とは違
うことを示す「パネットーネ・アルティジ
ャナーレ」(職人のパネットーネ)の名称
も生まれた。作り手の主役が誰かは、その
スイーツの運命を決める。

ちなみに2020年、日本でもパネットー
ネの製法や文化を正しく伝える団体「パ
ネットーネ・ソサエティ」が誕生。実は当
方も発起人の一人だ。今年で活動3年目
だが、本物のパネットーネや定義を聞か
れる取材が増えてきた。日本でも、イタ
リアの菓子職人や料理人、天然酵母を得意
とするベーカリーが、伝統製法のパネ
ットーネに取り組み始めている。

郷土菓子が ブームになるとき

カラフルな2枚の生地でクリームを挟

むスタイルのマカロン。実はこの形は20
世紀初頭のパリの菓子店(ラデュレ)(コ
クラン・エネ)で生まれた。大森さん曰く
「元来は素朴な修道院菓子で、原型をフラ
ンスに運んだのはイタリアのメディチ家
です。カトリック布教の一環で、各地の修
道院にアーモンド粉の菓子を伝えまし
た。今のような情報共有はできないので、
各地の修道院で独自化した菓子は、マカ
ロニを語源にマカロンと呼ばれるよう
になったとか。サンド型は、パリで進化し
たマカロン・パリジャンです」

そして薄いマカロン生地を、外側はカ
リッと内側はムチッと焼き上げられるよ
うになったのは、近年のベーキングシー
トの進化の賜物だろう。従来は水を紙
の下に流し込み、湿っている間に焼き上
げる技術が必要だった。それが不要にな
り、マカロンはブームスイーツに変貌し
ていったのだ。

では最近ブームになった「マリトツツ
ォ」も見てみよう。たっぷりのクリームを
挟んだ佇まいがSNSで人気になったが、
こちらも原型は驚くほど異なる。イタリ
ア在住でイタリア菓子の著書もある佐藤
礼子さんは「クリームたっぷりタイプは、
発祥地のローマでは『マリトツツォ・コン
ラ・パンナ』と呼ばれています。戦後、食事
情が豊かになってから生まれたもので、



【パネットーネ】発酵種(リエヴィト・マードレ)が各店それぞれの味の骨格を作る



【マカロン】イタリアから伝わった原型スタイルに近いナンシーマカロン(左)と変化を遂げたパリジャンマカロン(右)

〈今回のキーワード〉

ティラミス イタ飯 郷土菓子 創作菓子 マスカルポーネチーズ バスクチーズケーキ サンセバスチャン 公現祭 ガレット・デ・ロワ クリスマス パネットーネ マカロン マリトッツォ カヌレ ピエール・エルメ イスパハン アジアンスイーツ

それ以前はパン生地だけ。ルーツは古代ローマ時代の大きなパンで、材料は小麦粉、卵、オリーブオイル、塩、干し葡萄、蜂蜜。働く夫のために作られたパンのようです。中世になるとサイズダウンして、生地に松の実やフルーツの砂糖煮が加わり、謝肉祭の後の四旬節(この期間は菓子を食べられない)にこっそり食べるパンになりました。今のクリームを挟むタイプは、ローマのバールで朝食用に作られて人気になったものです」と言う。

ローマはカトリックの本拠地で、宗教行事と食の関連性が特に深い。佐藤さんは今のマリトッツォは「伝統から切り離された新しいスイーツといってよいのでは」と話す。

マリトッツォもマカロンも、伝統菓子から離れての一人歩きが、ブームのスタートだ。そして両者の転換期はデザインの変化。共にサンド型なのは偶然ではないだろう。今や“サンド”自体が一種のブーム。サンドはバリエーションを増やし、食べやすさという機能、被写体としての魅力がある。

また、デザイン以外に伝統菓子がブームとなる陰には道具の変化もある。ボルドーの郷土菓子「カヌレ」も修道院菓子だ。「ブルターニュ地方のファーブルトン、リムーザン地方のクラフティも源流

は古代の小麦粥菓子。粥状菓子仲間から、圧倒的に日本でメジャーになったのがカヌレです。これは型の勝利だと思えます」と大森さん。

カヌレは元来、銅製で菊形の凹凸のある型を使用。内側に蜜蝋を塗り、外側はカリカリ、内側はもっちりコントラストが生まれる。「町おこしのために1985年にボルドー・カヌレ協会が設立されましたが、銅製のカヌレ型は高価で当時思ったように広がりませんでした」(大森さん)

1995年、日本ではティラミスの次のブーム候補としてカヌレが紹介された。しかし「作り方は簡単なのに当時はブームにならなかった。最近のブームは、安価なシリコン製の型が流通するようになったからです」(大森さん)。ブームの影には、製造のコストダウンを可能にする代替品の存在も欠かせない。

これからのブームや定番を考える

今回は過去にブームとなった欧州のスイーツの例を見てきた。しかし今後の注目はアジアだ。世界的に文化の注目は西から東へ移行しており、音楽や映像コンテンツの国際戦略に長けた韓国などからは、画期的なブームスイーツが出てしか

るべき気がする。既に台湾発は日本でも「パイナップルケーキ」「豆花」「台湾カステラ」そして「タピオカティー」がブームになった。若い世代向けのカジュアルなスイーツは、ブームらしく短期のサイクルで浮き沈みしている。

また、定番化で注目したいのが創作菓子からの昇華だ。その担い手は著名なパティシエ。ピエール・エルメの発明とされるイスパハンは、バラ・ライチ・キイチゴの組み合わせ。イスパハンのマカロンは彼の代表作だ。2013年、エルメは飲料も含む42のイスパハンのレシピ本を出版。イスパハンはエルメの店を離れて、たくさん模倣されている。

エルメといえばファッションのコレクションのごとく、シーズンで新作を発表してきた。本人から話を聞くと、彼はイスパハンの模倣を歓迎していた。

ネット社会になって、あらゆるブームの消化スピードは速まった。いっそう短命化するブームには、新たな名前がつくかもしれない。一方、ゆっくり深化する定番スイーツは、個人のアイコン的作品も対象となるものが増えそうだ。それは発明者へのオマージュという定番なのかもしれない。食のファッション化は進み、特にスイーツは、今やファッションよりも時代を映すものとして興味深い。



【マリトッツォ】 クリームを挟んだのは戦後。ベースはブリオッシュ生地の、地味な宗教行事用のパンだった



【カヌレ】 フラン(左)のベース生地は、卵、砂糖、小麦。配合と焼き方の違いでそれぞれの郷土菓子に。カヌレ(右)はボルドー産の菓子

