

イタリア食文化の現地調査と日本における市場性 Field investigation of Italian food culture and marketability in Japan

1200200 尾崎 広貴
Hirotaka Osaki

【背景・目的】イタリア野菜と食文化の日本での市場性を見出すことを目的に、トビタテ！留学 JAPAN の制度を活用して、2019 年 8 月 16 日～12 月 28 日の期間、イタリアで現地調査を行った。本論文では、イタリアの食文化について調査報告するとともに、その結果から見出した日本での市場性について議論する。

【方法】イタリア北部と南部の主要都市 6 ヶ所を訪問し、実際に食することと現地の方とのコミュニケーションを通して、各地の郷土料理を調査した。またイタリアで一般的なインターネットレシピサイト『Le ricette di Giallo Zafferano』を利用して情報を補足した。これらの調査で得た結果と東京のイタリア料理店からニュース検索で抽出した 60 店舗の料理の特徴を比較する。

【結果・議論】イタリア各地に特徴的な郷土料理があり、それらの中には各地域でしか食べることができないものも多く存在した。その中でも各地のスナックフードは日本でもまだ一般的でないものが多く、市場価値があると考えられる。



図 1 訪問したイタリア主要都市 6 ヶ所の位置と北部と南部の料理の特徴