

城取博幸の

カンボジア シェリムアップのスーパーマーケット見聞録

NO46

2013年 9月

取フードサービス研究

城取 博幸

<http://www.shirotori-f.com>

カンボジアの小売業

ジェトロ「アジアの小売業の今」より

http://www.jetro.go.jp/jfile/report/07000788/asia_retail.pdf

イオンがモール参入を予定

2011年11月25日 プノンペン発（道法清隆）

人口は約1,410万人で、隣国のタイ、ベトナムに比べると国内市場は小さいが、首都プノンペンには地場系のスーパーマーケット、コンビニ、家電量販店などもある。小さいとはいえ経済成長とともに確実に豊かになっている国内市場をターゲットに、外資の進出が予想される。

<プノンペンにはスーパー、コンビニも登場>

計画省統計局の2010年パイロット調査によると、小売業の売上高は41億6,500万ドルだった（前年の調査がないため、前年比での比較はできない）。また、同局の事業調査によると、全国に約19万7,000の小売業者がいるとされるが、登録業者はごくわずかで、その大半は未登録の小売店だ。

カンボジアの一般市民にとって、東南アジアによくある市場（いちば）が、依然として野菜や肉、魚などの食材・食料、日用品などの主な購入場所だ。だが、近年はプノンペン市内に近代的なスーパーマーケットやコンビニなども現れている。これらの店は当初は在住外国人を対象としていたが、所得の増加や海外留学帰国者の増加などを背景に、カンボジア人客も増える傾向にある。中には在住外国人よりもカンボジア人の方が多いい店もある。

<比較的大きめのショッピングセンターも人気>

国内でショッピングモールといえるのは、ソリアショッピングセンター、ソバンナショッピングセンターの2つだ。高級ブランド店が並ぶようなフロアはなく、洗練されていないが、センター内にはスーパーマーケット、家電量販店、ファストフード店、カフェなどがあり、週末には家族、友人、恋人連れでにぎわっている。

カンボジア人に聞くと、市場でも食品や日用品を買うが、冷房も完備したおしゃれなショッピングセンターに行くことが増えているという。今後は、市場と異なり、小売価格が明示され、値段交渉の手間が省けるスーパーマーケットやコンビニなどでの支出が増加していくと予想される。

＜外資参入規制は特になし＞

人口が1,410万人と少なく、小売業を展開している日系の企業は個人経営を除いてほとんどないといえる。また欧米系の手卸・小売業も進出しておらず、地場資本のラッキーグループ、バイオン、ペンシルなどのスーパーマーケットがあるくらいだ。

日系では11年にイオンが駐在員事務所、イオンモールが現地法人を設立し、14年までにプノンペン市内で外資系として初の本格的なショッピングモールの開業を予定している。

外資系小売業に対する法規制は特にない。法人税などの優遇税制の恩典が与えられる適格投資プロジェクト（QIP）の認可（通常の法人事業税は20%だが、QIPに認定されると最大9年間の法人税免税を享受できる）を得るためには、投資金額が200万ドル以上で面積1万平方メートル以上の「近代的なマーケット（Modern Market）」でなければならない。小規模な小売店、コンビニは、適格投資プロジェクトの認定を得ることはできないが、100%外国資本による現地法人の設立は可能だ。

一方で、課題もある。野菜、果物などの集荷・配送など国内物流の問題や、電気代が近隣のタイやベトナムの約2倍と高額なことから冷蔵・冷凍品を扱うコールドチェーンを形成しにくいことなどだ。食品、食材でさまざまな品ぞろえを提供していくためには、対処方法を検討しておく必要がある。

近代的なショッピングモールやコンビニが出店攻勢をかける

カンボジアの人口は約1,410万人で、隣国のタイ、ベトナムに比べると国内市場は小さい。マクドナルドもケンタッキーフライドチキンもまだ街中では見かけないが、地元企業の似たような業態は存在している。

その中でも、群を抜いているのが、ラッキースーパーマーケットをキーテナントに持つ「ラッキー・モール」だ。



シェリムアップの「ラッキー・モール」

ガラス張りの入口が特徴。外国人観光客が多く訪れるモール。

モールといっても小規模で、日本の昔のGMSである。

巨大な「生鮮市場」にスーパーマーケットはどう対処しているか

ラッキースーパーマーケットは、生鮮食品の品揃えも充実した近代的スーパーマーケット。完成度も高い。以前、プノンペンに聞いたところ、シンガポールの企業からノウハウの提供を受けているとのこと。推測だが、シンガポールの食品小売業と言えは「シンガポール生協」であろう。

バラ売りのフルーツやカットフルーツが充実している。



このボリュームで65円～120円と安い即食系を品揃え。

楊枝までついている。全てインスタ加工。

左から、ドラゴンフルーツ、グレープフルーツ、ジャックフルーツ。商品を並べる間隔を揃えるなど、丁寧に商品づくりを行っている。まだ人件費が安いいためインスタ加工のコストもあまりかからない。

肉のR T C商品

肉、野菜、ソースがセットになったもの。コンドミニアムの住民をターゲットにセットメニューを作っている。



魚のR T C商品

魚と香草をセットにした魚のR T C商品。鮮度も悪くない。

巨大な「生鮮市場」が存在しているため、スーパーマーケットは、素材では対抗できないため、「付加価値」「新しい価値」で対抗している。

シェリムアップ最大の「冷凍食品売場」「アイスクリーム売場」

冷凍食品、アイスクリームはタイからの輸入品が殆ど。

まだカンボジアでは製造メーカーの存在が少ない。



パンも充実している

フランスの植民地であったため、昔ながらの作り方でパンを焼いている。

チーズ売場

包装済みのチーズを対面販売している。切り売りもしている。



2014年 イオンモール、プノンペン出店予定

シェリムアップの、トゥクトゥクの後ろにイオンの宣伝を見た。すぐに写真を撮ろうとしたが間に合わなかった。シェリムアップでも宣伝をスタートしている。

ジェトロの情報によると、イオンモール・プノンペン（仮称）は2014年の開業を目指している。プノンペン市街地の東、バサック川に面した土地に、総床面積約10万平方メートルのモールを建てる。地上3階（一部4階）の低層だが、出店数は150店。プノンペンで最大級のショッピングエリアとなる。

同社の「購買力調査」では、カンボジア全体では月収400ドル（約4万円）以下の世帯が88%とほとんどを占めるが、イオンモール開業予定地の周辺5キロ圏内では、月収400から800ドルの世帯が最も多く、78%にのぼっているらしい。

さらに予定地1キロ圏内に絞ると、月収800ドルから2000ドルの世帯が6割を超えていた。

「今のカンボジアは日本の1960年代の状況と似ているが、成長のスピードは日本の4倍ともいわれる。その勢いに期待を込めた」と、同社幹部は言う。

カンボジア人のライフスタイルは変わる

この規模のモールがオープンすれば、かつて、ヤオハンが上海にオープンした時のような大衝撃波がカンボジア国内に走るに違いないと思います。

その後、続々と外資が参入すると思います。

アンコール・トレードセンター内のスーパーマーケット

オールドマーケット近くに建つ近代的な建物。目の前は「シェリムアップ川」



その中に、150坪程のスーパーマーケットが入っているが、まだSMの体裁を成していない。ドライ食品、雑貨を中心にした小売店だ。

SC運営のノウハウがない

センター内は、ピザやチキンなどのファストフーズのテナントが入っているが、客は少ない。カンボジアまで来てファストフードを食べる旅行客は少ないからだ。

スーパーの品揃えは、みやげ物とドライ食品、家庭雑貨が殆ど。若干くだものや生鮮食品をパックで売っているが、その陳列量は少ない。問題は、テクニカル的には近代的建物ができるが、テナントの募集などSC運営のノウハウがないように思う。



「アンコール・マーケット」

シヴオタ通りの「ラッキー・モール」近くにある小型スーパーマーケット。

200坪程に店だが、一応生鮮食品の品揃えはある。それでもシェリムアップで2番目の大きさを誇るスーパーマーケット。

価格がラッキーモールより安いので、客はよく入っている。



生鮮食品はラッキー・モールよりも品揃え、鮮度がよい。

ドライ食品は、中国、タイ、ベトナム、ヨーロッパからの輸入品が殆ど。

日本の乾麺やつゆも売られている。

ドライ食品は必要なものは一応揃っている。



「アンコールミニマート」

同じ通りにあるミニマート。最近オープンしたようで店舗はまだ新しい。
小型店でも外にガードマンが立っている。



100坪程に小型スーパーマーケットだが、意外と生鮮食品、チルド商品が以外と充実している。生鮮食品は全て冷蔵ケースに陳列されて、高鮮度を維持している。



ハイゴンドラを使用し、在庫を最上段にストックしている。しかし、通路はかなり狭い。

スーパーマーケットの強み

市内の生鮮市場を2ヶ所見て感じたことは、常温保存の生鮮3品とその加工品はあるが、冷凍食品、チルド食品、調味料、雑貨などの品揃えは少ない。

スーパーマーケットの強みは何か？

やはり、スーパーマーケットは「ドライグロサリー」「チルド商品」「冷凍食品」などの加工食品の品揃えが豊富なことが武器になる。

市場だけでは生活は豊かにならない。

「より豊かな暮らしの提案」「より便利な暮らしの提案」、そのためには、加工食品は欠かせない。やはり「加工食品」が武器になる。

市内から6号線を行ったところに、庶民の巨大生鮮市場がある。

朝から多くの人で活気がある。生鮮食品、雑貨が主で観光客用の物はない。

市場は2000年以上の歴史がある。

庶民の市場を見ることでその国の食文化が分かる。



狭い路地にバイクと人が群がる。人が多すぎて立ち止まることもできない。
足元は泥だらけ。まさに「ウェットマーケット」である。

「パン・ド・トラディショナル」

フランス植民地時代から同じ焼き方で焼かれるフランスパン。外はパリパリ、中はしっとり。



米は長粒米

「玄米」と「米ぬか」が並べて売られている。こう売れば分かりやすい。

古い市場の中で「IPAD」で遊ぶ子供

右の弟は魚の乾物で、遊びに夢中、姉はIPADに夢中。



この子が大きくなる頃はアジアはどうなっているのか。

肉の売り方はどこも変わらない。売り子は全員女性。



魚は淡水魚 生きていた魚も売られている。

「ココナツ餅」

ココナツミルクをタピオカデンプンで固めたもの。バナナの皮の上に乗っている。一つ買って食べる。ココナツミルクの蒸し餅で素朴な味。



「カットパイナップル」の模様はデザイン？

カンボジアのパイナップルは身が小さいため、日本のように外皮と芯をくりぬくと、食べる所が少なくなってしまう。

外皮を剥いた残りの黒い部分をよく見ると、黒い部分が左上にらせん状に並んでいる。



それを包丁で切り取ったものが、この写真。
デザインではない。芯は柔らかく食べられる。

「カンジャンケジャン」？

カニを醤油のような物に漬け込んである。韓国の「カンジャンケジャン」によく似ているが、生では食べられるどうかは分からない。



「炭火焼きとり」

他で食べたが、外はパリパリ、中はジューシーに焼かれている。

場外の麵屋

露店で、大きな中華鍋を使い豪快にスープや麺を茹でている。



注意

生鮮市場を見て歩くのはいいが、中は魚や肉、野菜が同じ場所で売られているため、どこを触っても細菌が繁殖している。

手で汗を拭いたりすれば、細菌が目に入ったりする。私もアジアを歩くと時々目に「物もらい」ができた。たりした。

水も信用できないため、必ず石鹼で手を洗うことを忘れないようにする。

加熱ものもいいが、生ものは手を出さない方がいい。

近くにカフェやトイレがないため、見学するには時間制限がある。

それを忘れると、時限爆弾が爆発しそうになる。

ダウンタウンのオールドマーケット（生鮮市場）

ホテルからトクトックに乗ってダウンタウンへと向かう。

ホテルからダウンタウンまでは直線で3 km程だが、とても暑くて歩ける距離ではない。

価格は交渉制で帰りも場所と時間を指定すれば迎えに来てくれる。



ダウンタウンの「オールドマーケット」に到着

生鮮食品だけでなく、雑貨やみやげ物、宝石なども売っている昔ながらの市場。地元住民と観光客で中はいっぱいである。



今回は商品の陳列と提供方法を中心にしてみた

魚屋の基本

最高の鮮度管理は、生きている魚を売る事。近くに寄り魚が跳ねて水がかかる。それだけ鮮度がよいことを強調している。

八百屋の基本

野菜は戸板販売 その日採れた野菜やくだものを売り切るのが基本。何千年も前から売り方は変わっていない。



靴屋の立体陳列

靴は一足ずつ足元から頭の上まで積まれている。

何とんでも「ボリューム」が客の目をクギづけにする。



「ゴールデンゾーン」には売りたい商品を陳列し照明を当てる

足元から頭の上まで商品を陳列すれば、どこが、「ゴールデンゾーン」か「ストックゾーン」か「ショージョーイングゾーン」かは、経験上分かっているはずだ。

まるでパリのカフェのようなオシャレな通り

ヨーロッパ風のようなカフェやレストランが軒を連ねる「パブ・ストリート」

欧米人が多く、団体のアジア系の観光客は少ない。



レストランでは「料理教室」も行われている。

日本もこれからオリンピックに向けて観光客が増加するため、レストランはアイドルタイムを使った「料理教室」もおもしろい。

衣料品の店づくり

10時頃から衣料品の店が開店の準備を始める。

前のカフェに座りその様子を最後まで見る。

店の戸板を、下の溝から外して、中から商品を表に出す。

2300年前のポンペイの商店と全く変わっていない。



「フェイス・アウト」と「スリーブ・アウト」陳列

高い所には、上半身だけの立体的なハンガーを使い、棒でフックに吊るす。

下はL字型の金属製の什器を置き、商品の表が見える「フェイス・アウト陳列」が殆ど。

左側だけ、袖が見える「スリーブ・アップ陳列」だ。

手前にマネキンを置いて約1時間ほどで売場が完成。

これを、毎日繰り返している。

「フェイス・アウト」の基本

フェイスアウト陳列の最後には、カラフルな商品を手前に吊るして完成。

手前用に1個だけ別のフックが付いている。



歴史に学ぶ

生鮮市場や衣料品の売場づくりや提供方法は、長い歴史の中から生み出されたもの。

古い市場を見ているとそれを教えてくれる。

これから、カンボジアも外国資本の小売業が続々と進出する。

その中、特に食品小売業は、庶民の市場との競合になる。

なかなか強敵である。

シェリムアップのレストラン、カフェの食べ歩き

ホテルの朝食、食事は止めて、ガイドブックに載っているオールドマーケット付近のレストランを食べ歩くことにした。どれだけ回れるか分からないが挑戦してみようと思う。

昔の製法、味は新しい味

シェリムアップに来たもう一つの目的は、化学調味料や加工食品を使わない、昔ながらの味を探すことだ。「新しい味の発見」である。

日本では、「レディ・ミール」や「冷凍食品」「加工食品」などの試食を繰り返しているため、味覚が少々狂い始めてきている。それを、リセットする目的もある。

宿泊ホテルの「海鮮クイティク（ライスヌードル）」

スープの特徴は、「ベトナムフォー」と「タイトムヤムクン」を足して2で割ったようなスープの味。辛くはない。



「パパイヤサラダ」

青いパパイヤをスライスして酢とライムの葉、スイートチリソースで和えたもの。

ライムの葉が清涼感を出している。青パパイヤのシャキシャキとした食感は日本人にも人気。カンボジアでもエビは高級品。盛り付けもキレイだ。



ホテルの朝食バイキングで情報を集める

朝食は、目の前で、「クイティク（ライスヌードル）」と「卵焼き」を作ってくれる。

まず、その国の料理を知りたかったら、バイキングでいろいろと食べてみることに。

パンもおいしいが、毎日同じ物を食べても意味がないので、朝食はコーヒーとフルーツく

らいにして、街のカフェで朝食を食べることにした。



パンもおいしいが、ジャムも手作り感がありおいしかった。
特に「パイナップルジャム」は珍しく「新しい味の発見」であった。

「ザ・スープドラゴン」

パブストリートの「チュナン・ダイ（鍋料理）」で有名な店。



朝食で「チキンのクイティク（ライスヌードル）」を注文

あっさりとしたスープで量も少ないため、朝食や間食には最適。胃に負担をかけない。
カンボジア人に聞くと日本の「ラーメン」は大好きだが、量が多いという。



「ブルー・パンプキン」

人気の「ベーカリー・カフェ」 いつも欧米人でいっぱいの店。
自店で焼くパンが人気だ。買ったパンはテラスでも食べられる。



焼きたての「パン・ド・クラシック」

パンにうるさい欧米人が多いため、本格的なテーブルパンを販売している。

昼には1回転して商品がなくなる。



フレッシュケーキもあるが、日持ちのするクッキー類も充実

「チキンピタ」「レモンチーズケーキ」

冷蔵ケースの中に陳列されている「チキンピタ」「レモンチーズケーキ」とコーヒーを注文したが、ピタがなかなか出てこない。しばらく待つと焼きたてのパンに挟んだチキンピタが登場。生地は少し厚めでパリパリしていて香ばしくておいしい。

レモンチーズケーキは少し甘い、濃めのブラックコーヒーと一緒に食べるとちょうどいい。WIFIも無料で使える。



「シナモンロール」と「チョコロールデニッシュ」を購入

日本でも代表的なパンを買って本場の味を確かめる。

シナモンロールは日本とあまり変わらないが、チョコデニッシュはデニッシュがサクサクしていて、中の気泡が大きい。

結論 パンは予想通りうまい。ライスヌードルの自然でやさしい味

ちなみに、レストランやカフェで料理2品、飲み物1品頼んでもUS\$10以下。

気に入った同じ店で食べてもよいが、いろいろな店を試してみたい。飲み物もフルーツジュースや野菜ジュースが安いので、いろいろ試したい。一度だけ喉が渇いて「コーラ」を注文してしまったことを反省する。

さらに、新しい味を求めて、カフェ、レストラン巡りは続きます。

今日もオールドマーケット近くのパブ・ストリートを散策。やる時は徹底的にやるのが私の性分。黄色い傘を逆さまに吊るしたディスプレイがおもしろい。

雨が降れば傘に水がたまり重くなり、頭に直撃するなど、危険な状態になるのが心配。

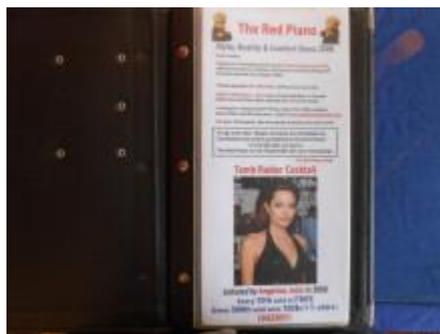


「レッドピアノ」

ここは化学調味料を一切使わない料理が特徴。

ここは欧米人に人気のカフェ&バー。イタリア人らしい金持ちの団体に囲まれた。フレンドリーなサービスも受けている。

2階には赤いピアノが置いてあることから「レッドピアノ」の名前。



アンジョリーナ・ジョリーが訪れた店

メニューの1ページ目に、アンジョリーナ・ジョリーが訪れたと書かれている。

イタリア人ガイドもしきりにそれを説明している。

「ベーコンサンド」

朝食メニューのベーコン野菜サンドを注文。ミニバケットを開きその中に、パリパリベーコンを挟んだシンプルなサンドイッチ。添えられている野菜を自分で挟む。



日本の「おかき」のようなパリパリの食感

発酵状態もよくパンに中の気砲がすごく大きい。パリパリのおかきのような。

ケチャップをかけて食べたが、新しい食感が発見できた。

目に前のパフォーマー

街でちょくちょく見かけるパフォーマーが、目に前でなにやらやっている。

欧米人がしらけた目で見ている。だれもチップを出そうとしない。

チップが欲しければ、パフォーマーは移動しないで一か所で客を集めてやらないとムリ。



カンボジア料理「クメール・キッチン」

ここも、化学調味料を一切使わないで有名なカンボジア料理レストラン。

オールドマーケットの目の前と立地もよいため、早く行かないと昼時には満席になる。



「豆腐のおかゆ」

カンボジアのご飯は長粒米であるため、パサパサしてなかなかなじめない。

そのため「豆腐のおかゆ」を注文する。野菜で取ったスープがおいしい。豆腐はポイル豆腐であるため少し硬めだが味はある。



「鯖の揚物」と「人参ジュース」

鯖は下味を付けて油であげたもの。チリソースベースのタレに付けて食べる。

硬く干物のようだがしっかり味が染みているおいしい。

人参ジュースは、人参をそのままジューサーで絞ったもの。少しぬるいが氷が入っていないのがうれしい。

忘れていたどこかで味わった懐かしい味？

昔どこかで味わったような記憶がある。そうだ、ご飯に味噌汁をかけた「ねこまんま」そのもの。鯖は前日に焼いて時間が経った「さばの干物」の味。別にバカにしている訳ではないが、昔懐かしい味であった。こんなものを食べたかった。

この2店舗は、化学調味料を使わないのが売り物の繁盛店。

お勧め店舗である。欧米人もそれを求めて訪れているようだ。

「昔の味は、新しい味」を再確認できた。

さらに、食べ歩きは続きます。

「ザ・サン」

オールドマーケット近くのカフェ。観光客用の写真メニューはないが、シンプルなメニューで分かりやすい。



「スイカのスムージー」「フレンチトースト」「スペインオムレツ」を注文

スイカスムージーはスイカを凍らせてミキサーにかけているのであろう。

フレンチトーストの上には焼きバナナが載っているカンボジアスタイル。

3品注文すると大体\$9.5になるようになっている。

最初はテップであげていたが、お釣りのリエルはしっかりもらい、内戦の被害者、地雷で手足がなく、物売りをしている人に施すことにした。



皿が大きいので一つにまとめる。

スペインオムレツは、玉ねぎ、ベーコン、トマトが入っている。バケットに付けるバターを間違えてオムレツに付けてしまった。日本では最近「オムレツ」を作ることが少なくなった。久しぶりにオムレツもいいなと思う。これも「忘れていた味」である。

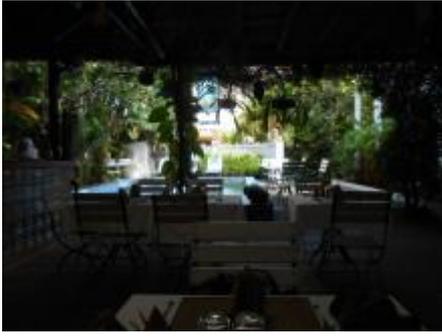
「アライアンス カフェ」

ビラの中のカフェ。シェリムアップ川を渡ってしばらく歩くと、右側に緑に包まれた建物がある。その中のカフェ。カンボジアフレンチとのことで\$14のセットメニューと白ワインを注文する。



手前がプール、その奥がテラス席になっている。

テラス席からプール側を見た風景。客も少なく静かでのんびりできる。



前菜の「バナナの葉のサラダ」

バナナの花を千切りにしてピーナツ、小魚と和えたサラダ。

味付けは「パイヤサラダ」と同じ。これはおいしかったが少し量が多かった。



奥がバナナの花のつぼみ、手前はタマリンド、熟すと干し柿のような味。

「白身魚（淡水魚）のスープ」

クセのない淡白な味の淡水魚のスープ。この時点でお腹がいっぱいになる。

なにせ、3時間に1食たべているからお腹がすかない。



メイン料理は「鶏肉とパイナップルの炒め物」

鶏肉を生姜、パイナップルで炒めたもの。生姜の味がきいている珍しい味。

ライスも添えてあるが量が多くて食べられない。もうお腹いっぱいでも半分程残してしまっ
た。オーナーが気にして「口に合わなかったか？」と聞くので、「もうお腹いっぱいでも食べ
られない」と答える。

デザートは「バナナの春巻」ココナツソース

バナナを春巻の皮に包んで揚げたもの。ココナツのソースに付けて食べる。

これも1本食べて残す。冷たいデザートが欲しかった。



ピラの部屋を見せてもらう

オーナーに頼み部屋を見せてもらう。宿泊費は\$60~\$80。

街中であって価格も手ごろなので、こうしたピラにゆっくり泊まるのもいい。



お任せのコース料理は内容をしっかり確認してから食べた方がいい。

露店の「あさり売り」

街を歩くとあちこちで、リアカーにあさりを広げた「あさり売り」を見かける。

朝は濡れたあさりを売っているが、午後にはあさが乾いている。

さらによく観察すると、ステンレスの板の上に載せてあり、塩や唐辛子がかかっている。

しかし、どの時点から食べられるか分からない。

これはおもしろい商売だ。日本で例えれば、朝は魚を「開き」で売り、夕方には「干物」で売られるようなものだ。

まさに、自然光で作る「あさりの乾物」 昔からの優れた知恵であろう。



朝の状態、それが夕方になればこう変わる。

新しい飲食ゾーン

シェリムアップ川を渡って左に少し歩いたところに、新しい飲食ゾーンが建築中だ。中にはベーカリーカフェ、日本の「吉野家」がオープンしている。



「吉野家」のほかに和食の「和ごころ」の看板もあるが、まだ準備中。1階と2階が吉野家になっている。牛丼の価格は1杯\$4.00 \$3.5が中心である中、\$4が通用するかどうが見守りたい。



1階でオーダーして2階で食べるというもの。2階でもオーダーできる。店内はカウンター席ではなく、テーブル席。先にお金を払えばテーブルまで運んでくれる。並盛\$4 大盛り\$5 味噌汁(ワカメ、油揚げ)\$1.5 \$3.5がポイントである中、\$4は強気である。



何故か日本より玉ねぎが多い。数えてみたところ9枚も入っている。これがマニュアルであるのであればよいが。日本人は不満をもつだろう。

スープの味も煮詰まったせいか少し塩味が強い。カンボジアでの成功をお祈り致します。

ベーカリーカフェでアイスクリームとコーヒーを注文 \$5



「アンコール パーム」

街中の「カンボジア料理店」 盛合わせプレートが売り物



6品盛りで\$7.5 カンボジア料理入門編にはよい。



内容は、「フィッシュココナツカレー」「チキンココナツカレー」「パパイヤサラダ」「生春巻」「チキンのスパイシー揚げ」「空芯菜のガーリック炒め」の6品。それにライスが付いてくる。温かいものは、温かく、冷たい物は冷たくバナナの葉にうまく盛合わせてある。

ダウンタウンの「マッサージ店」

「フットマッサージ」は1時間\$5～\$6

暑い中、冷房のきいた店内でゆっくりできるのが助かる。



「ネイルケア」をお願いする

40分\$4 爪が伸びていたので切ってもらう。かなり深爪にカットされた。

カフェにて

毎日、朝からカフェで人間観察をしていると、いろいろなものが見えて来る。

朝カフェで食事をしているのは、白人の老人が多い。シェリムアップに移住したのか分からないが、半日くらい1人で座ったままだ。年を取ったらアジアのリゾートにロングステイなるものに憧れる人も多いと思うが、これを見る限り少し寂しさを感じる。毎日やることがないのだ。

東洋人の姿は殆ど見かけない。東洋人は団体旅行が殆どでホテルか郊外の団体専用のレストランで食事をしているようだ。

庶民の市場へ再び行く

市場で食材を確かめながら、レストランで食事するものおもしろい。



アジアのくだものは殆ど食べたが、新種を発見。その名前は「サラ」

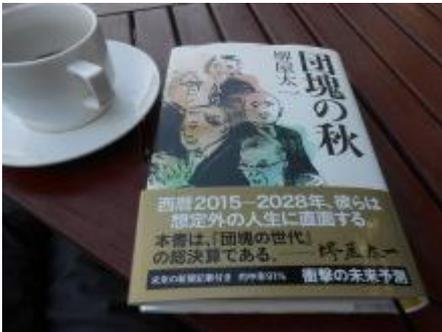
売り子のおばさんに「これはフルーツですか？」と尋ねると、「そうだよ、サラっていうんだ 一つたべてみるかい？」というので、一つ手に取るが、トゲが付いていて剥けない。おばさんが「こうむくんだ」と剥いたものを手に渡してくれた。少しくせのある臭いがするが、ライチ系の味がする。

ポケットから小銭を出して渡そうとするが、受け取らない。お礼を何度言ってもその場を立ち去る。こんな人との触れ合いがうれしい。



堺屋太一著「団塊の秋」を読む

内容は、学生のころ何人かでカナダ、アメリカを旅した人々が、定年後を迎えるまでの様子と時代背景を描いた作品。年を取ってくるとこれからの生き方をいろいろと考えさせられる。



「パブストリート」

と書いてあるレストラン。表のメニューを見て、そろそろイタリアンが恋しくなったので中に入ってみる。殆どレストランが表に写真付きのメニューが置いてあるため、それを見て注文すればよい。どこもパスワードを聞けば、フリーのWIFIが使える。これは日本より進んでいる。



パブストリートのレストラン

「フェットチーネのボロネーゼ」

フェットチーネは乾麺を茹でたもののようなのだ。
ボロネーゼは自家製で本格的な味だ。
盛り付けもオシャレである。これで\$3.5



お坊さんの托鉢

オーナーらしき女性が靴を脱ぎ正座してあいさつをしている。
その後にお線香をたいていた。仏教徒の国であることを再確認する。

「フォーライフ」

パブストリートの裏側にあり、あまり目立たないが、表のメニューを見ると興味をそそるカンボジア料理が多い店。



「野菜と魚のスープ」

メニューを指さして「コレ」と言うと、「チキン、ビーフ、ポーク、フィッシュのどれだ」と聞かれるので「どれがおいしい？」と聞くと「フィッシュにしておきなさい」との返事。
野菜と魚だけのシンプルな味。こんな素朴な味を求めていた。
しかし、キュウリはどうも生臭くて合わなかった。



「川魚のソティ」

柑橘系のくだものの汁、たぶんライムと、黒コショウ、それに少し甘味がある変わったソースだがおいしい。盛り付けもフランス料理の影響を受けて実にセンスがある。ガルニ野

菜のサイズが揃っている。魚も表はパリッとソティされて、中はジューシーでクセが無い。
市場の魚売場 殆どが淡水魚だ。



こんな料理を探していたからこの店は正解

料理2品に「ご飯」と「フレッシュパイナップルジュース」を付けて1100円程
この店はお勧め。

シェリムアップは、カフェ、レストランを勉強するには絶好の場所

シェリムアップの「オールドマーケット」付近には、数え切れない程のカフェやレストランがひしめき合っている。安くてしかもハズレがない。地元の人がここで食事することはない。地元の人々は、市場の中の屋台で100円以下の食事をしている。

客の殆どが欧米人。何かフランスの植民地時代にタイムスリップしたみたいだ

ついに見つけた「イオンのロゴ」

街の中をトウクトウクで走っていると、イオンのロゴに似た宣伝看板を2回ほど見た。まさかと思っていたが、停車中のトックトックをついに発見。

あわてて車を止めて撮影する。書いてある内容を聞くと「幼児迫害を禁止する」ものらしい、イオンの宣伝ではないが、イオンがスポンサーになっているようだ



ホテルの中華料理店「リアン・ファ」

中華料理も恋しくなったため、ホテルの中華レストランに入る。



「海鮮チャーハン\$5」「MAPO豆腐\$5」「カットフルーツ\$3」「ウーロン茶」を注文
何と2人～3人目の量である。本格的な中華料理ではなく、その辺の調味料で作った家庭料理のような味だが、薄味であるため箸がなぜか進む。



料理は半分ほど残して、フルーツは部屋に持ち帰る。

メキシコ料理「VIVA」

オレンジ色のスペイン風建物でよく目立つ。



「ビーフタコス \$7.5」

タコスの皮は焼きたてだが柔らかい。中は牛肉角切り、玉ねぎ、トマト、コリアンダー、中心のサルサソースで食べる。原価はかなり安い。

材料は実にシンプルだが、さわやかな味でおいしい。

日本も夏が暑くなってきているため、メキシコ料理もメニューに入れてもおもしろい。

「スープ・ドラゴン」

再び初日にライスヌードルを食べた店を訪れる。



カンボジア名物「チュナン・ダイ」

「チュナン」は鍋、「ダイ」は土の意味。土鍋を使った鍋。これも写真を指さし注文。ミートボールと調味料が入っている土鍋に、牛肉、空芯菜、乾燥ゆば、きのこ、米麺、卵が付いて2人前\$11.5



牛肉のスライスが硬くて食べられない。

アジアの殆どは肉は塊で買って自分で包丁でスライスする。薄く切ってはいるが硬い。たぶんモモ肉であろう。カンボジアの肉類は全て硬い。日本のような柔らかい肉は少ない。2切れ食べて全部鍋に入れてダシを取る。それに、残りの具材と米麺を入れて「牛肉麺」を作る。それがおいしかった。鍋の味は中国の「火鍋」とほぼ同じ。

「かぼちゃプディング \$3」

これも、カンボジア名物のデザート。かぼちゃの芯をくり抜き、そこへ卵、ココナツミルク、砂糖を混ぜ入れて蒸したもの。プリンは気泡が入って硬め。

かぼちゃの甘さと、なめらかではないが、卵とココナツミルクのプリンがよく合う。

「中心温度85℃で30分程蒸せば、中はしっとりするのに」と余計なことを言いたくなる。これも、「新しい味」であった。



これで、シェリムアップの食べ歩きは終わり

「昔の味は、新しい味」の発見や、「全く新しい味」が発見できた。

何件食べ歩いたかは分からないが、シェリムアップのレストランは、まだ昔の製法で料理を作っていたり、化学調味料を使っていない店もあるため、素朴だが、身体にはよさそうであった。

期間中、お腹を壊したり、便秘をしたり、胸やけを起こすことはなかった。

毎日、黄色い太めの「いい うんこ」が出て健康であった

カンボジア料理教室

「カンボジアカレー」「牛焼肉」「バナナデザート」を作る

料理教室を申し込む。他の参加者はなくマンツーマンの料理教室となった。



材料はすでに準備してくれてある。

「カンボジア ココナツチキンカレー」

骨付き鶏肉は、すでに二分の一カットにされている。頭もちゃんと半分になっている。レバーや砂肝、心臓も半分。これをぶつ切りにする。



生うこん、生姜、ライムの葉、青菜などをミキサーにかけてつぶす。
昔は石臼でつぶしていたが、今はミキサーにかける家庭が殆どようだ。
生徒は昔の石臼でつぶした方がうれしいのだが

おいしく作るコツ

ココナツを何度も絞り、ココナツミルクをつくる。それを少し鍋に入れて、カラメルをつくるようにキツネ色になるまで煮詰める。

バターを使わないため、ココナツミルクを煮詰めるとコクが出る。



さらにココナツミルクを足し、沸騰したら鶏肉とミキサーにかけた調味料を足す。エビの塩辛を加える。少しなめてみたがエビの味が濃縮されている優れもの。

ここで問題発生

さらに、「チキンコンソメ」と「うま味調味料」を加えようとするので、「それはやめて下さい」と苦言をいう。ここは引けない、化学調味料を全く否定する訳ではないが、カンボジアまで来て化学調味料を使った料理は食べたくない。料理の先生は少しムツとし、カンボジア語で何やら言っている。ガイドに「それを入れない味が食べたいから」と伝えてもらい、どうにか納得してもらう。30分程煮込み、カレー粉、玉ねぎとインゲンを加えて煮込み完成。



化学調味料やチキンコンソメを入れなくとも十分美味しかった。

「カンボジア牛焼肉」

タイやカンボジアの料理は、ライムやライムの葉をよく使う。



スライス牛肉は売っていないため、ブロック肉をスライスする。それを中華鍋で炒め、カンボジアの醤油と調味料を加える。ここでも、「牛肉エキス」らしきものを加えてしまった。



新しいつけダレの味

つけダレは、絞ったライムに黒コショウ、塩、砂糖のみだが、これがおいしかった。日本でも試してみたいと思う。皿にグリーンリーフを敷き、その上に玉ねぎの輪切り、スライストマトを敷き、その上に焼肉と小葱を載せる。トマトは青トマトを使う。焼肉のタレのような調味料を使っているため、味は日本とほぼ同じ。

「バナナのデザート」

カンボジアの代表的デザート。料理用バナナらしいが、生で食べてもおいしい。バナナを切って塩水に入れる。乾燥タピオカ、乾燥のレンズ豆のような豆を水に浸しておく。



ココナツミルクに砂糖を入れて煮立て、豆とタピオカが柔らかくなるまで煮る。豆が柔らかくなったら、バナナを加える。

「日本のお汁粉」思いだす

豆とタピオカが少し解けてドロツとしてお汁粉のようである。バナナともよく合う。

素朴な味でおいしい。冷して食べてもおいしそうだ。



最後に料理を食べさせて頂き。「レシピ」「終了書」と「エプロン」をもらう。

「カレー」と「デザート」は勉強になった。

私としては、少し不満であったが、いくつか感心するものがあったと納得する。

客は何を求めているかを理解することが必要

最後に、連れて行ってくれたガイドに、「昔ながらの食材と、その料理法で料理を作って欲しかった」と苦言を呈する。最初にそれをリクエストしておかなかったわしも悪い。街のレストランでは、「昔ながらの味付け、料理法の店」が欧米人にも人気である。それを売り物にしている店は、確かに繁盛している。

シェリムアップといえば「アンコール・ワット」と「アンコール・トム」

ツアー会社に「アンコールワット半日観光」を申し込む。ル・メリディアンホテルに午後3時集し、アンコールワットへと向かう。入場料は1日20ドル。

日本語ガイドとベトナム在住の日本人家族4人の計6名で観光する。池にアンコールワットが映る「逆さアンコールワット」や数々の壁画、森本一房の落書き、中央のパワースポット、中央塔の上にまで登る。

ホテルに帰り、カメラからSDカードを取り出そうとすると、SDカードが入っていない。SDカードをパソコンに残したままというドジを踏んでしまった。写真はゼロという結果に終わってしまった。

「シェリムアップまで来て、アンコール・ワットの写真を残せなかった男」

になってしまった。あまりショックはない。それでも、入場券の写真と逆さアンコールワットの写真の写真を載せておきます。

一つだけ載せたい写真があった。

それは、アンコールワットの堀を渡って向かう参道。向かって右側がフランスが修復した参道、左側が日本の上智大学が修復した参道。フランス側はしっかりしているが、上智大学側はデコボコしていて誰も歩いていない。これは問題でしょう。上智大学が国が再修復しなくては、日本のテクノロジーが疑われる。

冗談で「学生がやった仕事だから」と言う声も聞かれたが…



写真付きの入場券

キリングフィールド

ポルポト時代の虐殺行為の跡がシェリムアップにも残っている。

現在は寺院になっている。



頭骸骨を集めた記念碑



カメラを向けて、シャッターを押そうとすると、

カメラが「顔認識」を行い、緑のマークが頭骸骨に数多くつき「ゾット」する。

二度と起こらないことを祈り。合掌