

パスタとデザイン

今号のミラノ通信は、パスタとデザインの関わりを色々な角度から紹介したいと思います。皆さんは、どんなパスタが好きですか？日本で好まれているパスタといえば、ミートソースやペペロンチーノ、明太子の和風パスタなどが頭に浮かびます。私は、オレッキエツテ（耳たぶの形をしたパスタ）や、シチリア島で栽培されているグルテン含有量が少ない古代小麦ティミリアから作られるペンネなどが好きです。イタリアには、北から南まで、その土地ならではの伝統的な生パスタから、大手食品メーカーのドライパスタまで、数え切れないほどの種類が存在します。旅先や長い夏休みにシーリゾートで食べた魚介類のパスタ、そしてお母さんが家庭で作る幼い頃から変わらぬ味の手打ちパスタなど、イタリア人にとってパスタとは、だれの心にも深く浸透し、文化的な意味合いを含む、単なる食べ物以上のとても大切な存在のようです。

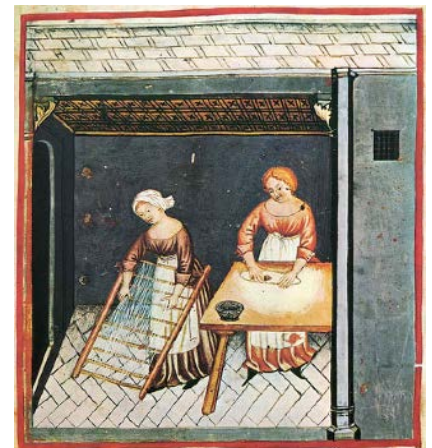
イタリア各地に伝わる手作りパスタをシリーズで紹介するビデオは、こちらからご覧ください。
www.youtube.com/@pastagrannies/featured（英語字幕付き）

パスタの起源について、専門家の見解や現存する記録によると、紀元前のローマ時代にはすでに、デュラム小麦の粉を手でこねてラザーニャのような平べったい形にし、油で揚げたり窯で焼いた食べ物がありました。そして、現在一般に普及しているドライパスタの製造、保存、輸送技術の原型は、9世紀頃、アラブ支配圏であったシチリア島で生まれました。その後、海上貿易ルートを通して、港町のナポリやジェノヴァ、カリアリなどに運ばれ、そこから各地へ広がっていったのです。その背景には、シチリアやサルデーニャ、そしてプーリアで原材料の小麦が豊富に栽培されていたことや、乾燥に適した気候の土地であることも大きな要因だったようです。

今も昔も、おいしいパスタの条件は、形が崩れることなく均一に火が通り、歯応えのある「アルデンテ」であることです。何世紀にも渡り、フードデザイナーは、粉、水、乾燥技術を組み合わせながら、より良いパスタを模索してきました。

パスタの最初の形はニョッキやオレッキエツテといった短いパスタ、それらを腕力で練り、手作業で切っていくのは労力を必要とするものでした。その後、アラブ人がスパゲッティを「発明」したのですが、この糸状のパスタは、枠に並べたり管や棒に吊り下げて、より短時間で均一に乾燥させることができただけでなく、製品の保存力も向上させました。近代では、工業技術の進歩と共にパスタ製造の可能性は大きく広がっていきました。

FERRARI社のパスタ製造を紹介するビデオは、こちらからご覧ください。
youtu.be/m846oN8ISrQ



「Tacuina sanitatis」（14～15世紀に編纂された医学書）に描かれたパスタ作りの様子。wikimedia.org

では、パスタとは一体何を指すのでしょうか？共和国大統領令2001年2月9日n.187の第6条には「デュラム小麦のセモリナ粉と水を原材料とする食品」と規定されています。パスタの大前提は、このようにとてもシンプルなのですが、その内訳としてイタリア国内だけでも300種類に及ぶさまざまな形と1200を超える名前が存在します。各種のパスタへ、多種多様なソースや具を組み合わせると、その種類は数えきれないほどです。伝統的なパスタは、生・乾麺という大きな括りに加え、長いパスタ、短いパスタ、詰め物入り、そして各種の形に分けることができ、そのクオリティは、ソースとの絡み具合、フォークですくう時の食べやすさ、食感で決まります。

イタリア発祥の「PASTA」は今や世界共通語であり、2010年にユネスコ無形文化遺産として登録された「地中海ダイエット」の象徴として、その応用力と原材料の単純さが弾みとなり、世界各国の多様な文化へ適応するだけでなく、現在では新しいレシピ創作の格好の対象にもなっており、消費量は年々増加傾向にあります。2022年のイタリア人の年間一人当たりのパスタ消費量は23.1kg、年間国内消費量は約389万トンにも及びます。世界に目を向けてみると、イタリアに続きアメリカが年間一人当たりのパスタ消費量8.8kg、続いてイラン、フランス、アルゼンチン、カナダがランキングされています。イタリアのパスタ輸出量は、1955年には国内生産量の5%であったのに対し、2022年には60%にまで達しています。

BARILLA社の開拓精神と3Dプリンター

イタリアの大手メーカーの中でも、積極的にパスタの新しい形を追求しているのが、パルマ市を拠点にする1877年創業のBARILLA社。パンとパスタ製造の小さな工房からスタートし、現在も創業当時と同じく家族経営を維持しつつ、100カ国へ製品を輸出しています。2018年には、フードセクターの新しい事業展開を推進する、次世代のためのイノベーションHub「Blu1877」を立ち上げ、伝統的な技と最新技術を融合させながら、地中海ダイエットを代表する食材を現代的な切り口で開拓していく実験的な製品づくりに挑んでいます。

その事業の一環として、2021年に新しいパスタの形態を公募するコンペ「Barilla New Pasta Sharpe」が企画・開催されました。具体的には、イノベーティブな形や、全粒粉デュラム小麦などの通常とは異なる代替の原料の提案を介して、製品の美しさ、機能性、調理方法などすべての側面を考慮した、新しい消費体験を提供するドライパスタがテーマです。また、提案されるパスタの形は、調味料やソースと絡みが良く、色彩が豊かで満足いく料理体験を提供できること、そして明確で目新しい形は、店頭で好奇心や購買意欲をそそり、製品を使用することで消費者の創造力が駆り立てられることも条件です。

世界各国のメディアを介して幅広く告知され、141カ国から1476人が参加し、計2486点もの応募作品が寄せられました。応募数が多かった国はイタリア、ロシア、アメリカ、イスラエル、ドイツ、また、応募者の居住地ごとの食文化の背景の違いも際立ち、デザイナーや建築家だけでなく飲食業に従事する人や、クリエイティブな職業とは関わりのない人たちからの参加もあり、とてもバラエティに富んだ様相を見せました。

一位を獲得したのは、ミラノ工科大学卒業後にエットレ・ソットサスの下で働き、現在はフリーのデザイナーとして活躍する、イタリア人建築家Donato Santoroの作品「Terzine」です。作品画像は製品化されるまで公表されないため、残念ながらどのような作品かは分かりません。その他、技術的に実現可能か否かはあえて考慮されず、見た目の美しさとコンセプトを基にサンプルプロジェクトとして、三つの作品が評価されました。



イタリア人デザイナーGiuliano Chimentiの作品「Barilla Ones」。blog.desall.com



イスラエル人ドゥオの作品「SHUMI」。blog.desall.com

ポーランドのコピーライターAleksandra Nycの作品「Blooming Pasta」。花の形をしたドライパスタは、火を通すことで花びらが開き、その表面にたっぷりとソースを絡ませるというアイデア。熱湯を注ぐと花開くドライハーブ&フラワーティーからインスピレーションを得た作品です。「Barilla Ones – Reinvent The Pasta Experience」は、多国籍食品・飲料メーカーに勤める上海在住のイタリア人デザイナーGiuliano Chimentiの作品。ジオメトリックに設計された球形のパスタは、柔らかなソース（具）の上に乗せられることを想定しています。デザイン学校の学生、イスラエル人のYarden JosephとPrielle Haddadの作品「SHUMI」は、焼売にインスピレーションを得ました。どの作品も、ソースをより絡ませることができるよう、表面積の広い新しいプロポーションを提案しています。

BARILLA社は、それ以前の2019年に斬新なパスタブランド「BluRhapsody」をリリースしています。高級デュラム小麦を原料に、3Dプリンターを活用してパーソナルなデザインのパスタを製品化するコンセプトです。自然からインスピレーションを得た独特の形状は、世界的に活躍するデザイナーたちとのコラボレーションから誕生し、ハイクオリティの小麦を手をかけながらスローペースでパスタに仕上げていく少数ロットの製品です。時間のかかる製造技術のため大量生産は未だ不可能ですが、シェフや料理愛好家からの反響は絶大です。シェフたちにとってとても刺激的なこの製品は、味付けや中に詰める具を考えた上でオーダーメイドで自分だけの形状を好みの小麦でつくることもできるため、さまざまなテクニックを推進し、想像力を掻き立てながら食の領域を広げます。すでに製品化された形状には、ギリシャの壺をイメージしたHydriaや、蝶の羽に具を詰めるButterflyなどがあり、これまでの伝統的な具を包み込むタイプのパスタにはない、液状の具を入れられる利点が特徴です。その他、アンティパストに導入できるクリームなどを入れるバスケットの形をしたSalixや、ウニの形をイメージしたSea Urchinなど、これまでのパスタとは異なるシチュエーションが広がります。こうした新しいツールを手にしたシェフたちは、見た目の美しさだけでなく、斬新な味のコンビネーションや食感の追求にさらに躍起になることでしょう。また、宇宙食としての可能性も浮上しています。ミラノ工科大学工業デザイン科で開講されたワークショップSpace4Inspirationで、学生たちは宇宙飛行士のイノベティブな食事方法をテーマとして与えられ、その教材としてBluRhapsody製品の一つ「SFERA（球形）」が起用されました。無重力空間でもパスタの中の具をしっかりと閉じ込める、ボール型ならではの技です。

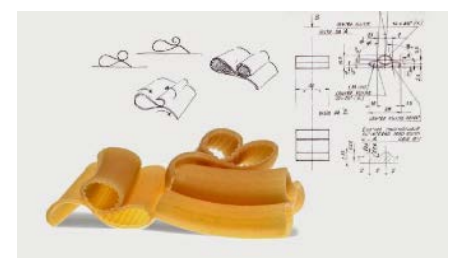
下記リンクから、BluRhapsodyのプロモーションビデオをご覧ください。
youtu.be/VQW4UEm6Lhc



クリエイティブなアンティパストにピッタリな、BluRhapsodyブランドの製品「Sea Urchin」。blurrhapsody.com

Giugiaroがパスタをデザインすると...

カーデザイナーとして世界的に名が知られているGiorgetto Giugiaroが、1983年にパーフェクトなパスタの形を研究し、ナポリのパスタメーカーVoiello社のために「Marille」をデザインした事をご存知ですか？彼は、あるインタビューで、生涯手掛けたデザインの中でも特に難題だったのがパスタのデザインだった、と告白しています。2つのチューブを組み合わせてギリシャ文字のβ（ベータ）を描く形状は、車に使われる発砲ポリウレタンのガスケットの断面からヒントを得ました。パスタも車と同様に構造がすべてと捉え、その形状は特定のソースの「乗り物」になるように設計されました。こうして、わずか幅3cm



Giugiaroデザインのパスタ「Marille」の設計図と完成品。corriere.it

の立体へもカーデザインと同じアプローチで取り組み、完成までに一台の車のデザインよりもはるかに長い時間をかけることになったのです。もちろんパスタの機能面も考え抜かれ、ナポリの伝統的なパスタを継承し、外側をなめらかに仕上げ、内側にソースを絡みやすくする溝を与えています。また、2つのチューブが接合する部分の厚みがパスタを噛む時に生じるしっかりとした歯応え、つまり「アルデンテ」を保証します。彼は「この仕事は私に、100年前、150年前にパスタをデザインした無名の職人たちへの憧れを抱かせました。彼らは真の天才でした。側面が波打っているペンネ・リガーテを思い浮かべるだけで、そのことがはっきりと分かります。」と語っています。

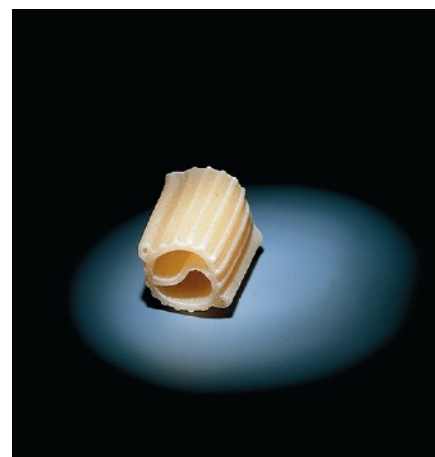
現在、製品は販売されていませんが、アンコーナ市の国立Omero触覚博物館のデザイン部門に、「Marille」の真鍮製ダイス（イタリア語でTrafila、パスタの生地がこの穴を通り抜けて、スパゲッティやペンネといった様々な形になります）のレプリカが、歴史的なデザイン作品として展示されています。



「Marille」（手前）とスパゲッティ、ブカティーニのダイス。museoomero.it

Philippe Starckの陰陽デザイン

1984年には、デザイナーのPhilippe Starckも、フランスのパスタメーカーPanzani社のために「Mandala」をデザインしています。彼にとってパスタは、万人を幸せにするもの。年齢を問わず多くの人に愛されていますが、彼曰く、難点は食べすぎて太ってしまうことです。アメリカやフランスでは、アルデンテではなく、茹ですぎてドライの状態の倍の大きさに膨らんだ柔らかいパスタを食べる習慣があるのがその原因です。そこで、チューブ形にして、パスタ内部に空洞をつくることで、見た目のボリュームを維持しつつ、食べる量を減らすことを考えました。しかし、茹ですぎたパスタは形が崩れてしまい、せっかくの空洞も功を奏さないため、チューブの真ん中に「支え」を入れて、形を保つアイデアを思いつきました。こうして、断面へ陰陽のシンボルを引用したフランス人のためのパスタ「Mandala」が生まれたのです。



Philippe Starckの「Mandala」パスタ。starck.com

ADI Compasso d'Oro初のフードデザイン受賞作

2014年には、フードデザイン製品が史上初めてADI Compasso d'Oro賞を受賞しました。デザイナーMauro Olivieriがデザインした、ナポリのパスタメーカーCampi社の「Campotti」です。ナポリの南、ソレント半島の付け根に位置するGragnano市所在のこのメーカーのパスタは、IGP（保護指定地域表示）の小麦から製造されており、地域固有の文化と創造力を結びつけることで、新しい市場を開拓できることも示しました。デザインは、既存するイカリング型のパスタの中心を絞り断面へ数字の「8」を描いています。オリジナルの形を尊重しつつも円周を小さくすることで、食べやすくし、また、口の中で新しい感覚が生まれ、調味料の絡みも向上させて、食欲をそそります。4年間かけて研究された形状は、パスタをカットする速度の違いを活用した長さの異なる4つのプロトタイプへ展開されましたが、2013年に長さ27mm一種類だけを選び、販売が開始されました。



Campi社の「Campotti」cucineditalia.com

世界のトレンド

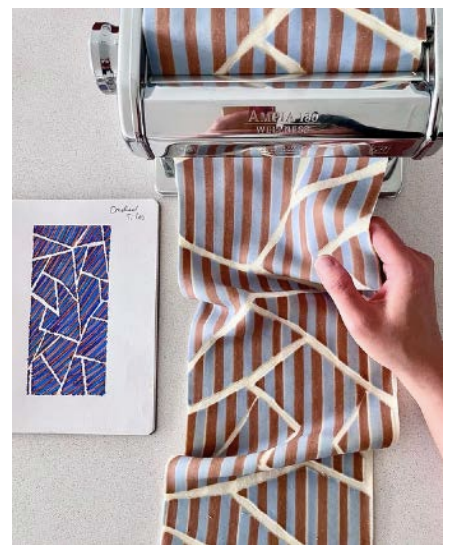
世界中で反響を呼んでいるパスタのトレンドをご紹介します。

独創的でカラフルなパスタで私たちを驚かせるのは、ブラジル人シェフのDavid Rivillo。2019年、彼はこの頃すでにパスタの着色に興味を持ち、試行錯誤を繰り返していました。そうした折に彼が好きだったベネズエラ人芸術家Carlos Cruz-Diezが亡くなったことを受けて、彼の代表作Cromointerferencia de color aditivoをパスタで再現することを決め、最初の作品として制作しました。それ以来、どのようにデザインや形を作り続けることができるか始終アイデアを練り、自然、芸術作品、建築、布地、ファッションなど、あらゆるものからインスピレーションを得ながら、ロックダウンの期間中、本格的に制作に取り掛かりました。美しいパスタも、究極のところ食べ物です。調理した後でも形が崩れず、色彩を保つために、原材料の化学的な分析を行なうなど独自のアプローチと新しい技術の研究を重ね、現在の品質に到達しました。細部まで丹念に仕上げられた作品は、まるで彫刻のようなパワーを発しています。ちなみに、彼のパスタは世界中ヘデリバリーされているそうです。

GucciやHermèsのペーパーフラワーをデザインしたことで知られる、オーストラリア在住のベトナム人アーティストJennifer Tranは、ラザーニャをまるで布地のように扱い、粘性のある素材をフルに生かしてパターンやモチーフを描きます。2021年、食べる事のできるオリジナルなプレゼントをネット上で探している時に、偶然にも、それまで見たことのないビート（サトウダイコン）で紫色に着色されたイタリアのラビオリを発見しました。それ以来、世界的なトレンドとなりつつあるアートパスタに魅了され、イタリアの伝統的なパスタであるラザーニャ、カップレッティ（帽子の形）、ファルファッレ（蝶の形）の基礎的な作り方を学んだ後、独創的な色彩と形を盛り込み作品として発表しました。色とりどりの数々の作品はinstagramのアカウントから見るすることができます。



シェフDavid Rivillo制作のパスタ。
www.instagram.com/david_rivillo/



アーティストJennifer Tranデザインのパスタ。
www.instagram.com/_papetal/

最後に、UNIONE ITALIA FOOD（イタリアフード連合）がアドバイスする、パスタを美味しく茹でるコツを紹介します。

まず、鍋に入れる水量。パスタの種類やレシピにより多少変わりますが、基本的には100gのパスタに対して700ccの水を使用するのが目安です。これより少ない水量で茹でた場合、パスタから澱粉質が溶け出るため、パスタ同士がくっついてしまいます。

茹で水は、おたま1杯ぐらい取り分けておくと、茹で上がったパスタが乾燥した場合に柔らかくするのに役立ち、また、パスタとソースを混ぜ合わせる時の水分として使うことができます。

お塩はどれぐらいの量を加えれば良いのでしょうか。パスタと合わせるソースの味にもよりますが、100gのパスタに対し7~10gが基本です。お塩を入れるタイミングは、茹で水が沸騰してから、パスタを入れる前、が正解です。茹でる間は、時々そっとかき混ぜながら、パスタ同士がくっつくのを防ぎます。

茹で上がったかはどうかは、製品パッケージに表示されている茹で時間を目安にしながら、味見をして確認します。

お湯を切る際は、形が崩れないようそっとパスタをザルに入れます。パスタはザルにあげても茹で続けますが、味が逃げてしまうので、水をかけてはいけません。食べるまでの時間を考慮して、フライパンの具と合わせる場合は特に、その調理時間を計算して早めにザルにあげるといいでしょう。

イタリアではここ最近、ブロンズダイスを使ったパスタが流行っています。一般的なテフロン加工のダイスで製造されたパスタは表面の仕上がりがツルツとしていますが、このダイスで形作られたパスタはざらついた仕上げになります。このざらつき感によって、さらっとした軽いソースでも滑ることなく、存分にパスタと絡み合います。さらに、一般的にブロンズダイスのパスタへは品質の良い原料が使用され、栄養分を損失しない低温乾燥で製造されます。もしよろしければ、一度試してみてください。



ブロンズダイスで作られたパスタの一例。
blog.spesasicura.com

執筆者 略歴

池田美雪 インテリアデザイナー

武蔵野美術大学基礎デザイン学科卒

Istituto Europeo di Design 建築インテリア科卒

1994年よりミラノ在住 個人邸の改築、パブリックスペースの設計に携わったのち

2005年より クリエイティブ・コンサルティング会社（デジタルゲーム、ウェブサイト、グラフィックデザイン、アプリ）の共同経営者として活動

デザイン・アートに関するプロジェクトコーディネイト、翻訳および通訳

mikedada.it