
This is the **published version** of the bachelor thesis:

Río Calvo, Ramón del; Torres Simón, Ester dir. ¿Por qué la comida española gusta a los japoneses? Estudio de caso en Kanazawa. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, 2024. 132 pàg. (Grau en Estudis d'Àsia Oriental)

This version is available at <https://ddd.uab.cat/record/300130>

under the terms of the  license

FACULTAT DE TRADUCCIÓ I D'INTERPRETACIÓ

GRAU D'ESTUDIS D'ÀSIA ORIENTAL

TREBALL DE FI DE GRAU
Curs 2023-2024

¿Por qué la comida española gusta a los japoneses?
Estudio de caso en Kanazawa

Ramón del Río Calvo

TUTORA
ESTER TORRES SIMÓN

Barcelona, 5 de Juny de 2024

UAB
Universitat Autònoma
de Barcelona

Información sobre el proyecto

Título: ¿Por qué la comida española gusta a los japoneses? Estudio de caso en Kanazawa.

Títol: Per què als japonesos els agrada el menjar espanyol? Estudi de cas a Kanazawa.

Title: Why do Japanese people like Spanish food? Case study in Kanazawa.

Autor: Ramón del Río Calvo

Tutor: Ester Torres Simón

Centro: Universidad Autónoma de Barcelona

Estudios: Grado en Estudios de Asia Oriental

Curso académico: 2023-24

Palabras clave: gastronomía, cocina española, cocina japonesa, *umami*, turismo, paella, gastronomía étnica, exportaciones agroalimentarias españolas, cocina *nanban*

Paraules clau: gastronomia, cuina espanyola, cuina japonesa, *umami*, turisme, paella, gastronomia ètnica, exportacions agroalimentàries espanyoles, cuina *nanban*

Keywords: gastronomy, Spanish cuisine, Japanese cuisine, *umami*, tourism, paella, ethnic gastronomy, Spanish food exports, *nanban*

Resumen

El presente Trabajo de Fin de Grado tiene como objetivo ofrecer respuesta a dos incógnitas: por qué motivos la gastronomía española es apreciada por los japoneses y qué grado de popularidad tiene dicha gastronomía en Japón. Al iniciar la investigación quedó clara la ausencia de estudios y datos que puedan responder a estas preguntas, por lo que el presente proyecto se basa en el trabajo de campo realizado por el autor en Kanazawa, Japón, durante el otoño del 2023.

Las respuestas obtenidas han sido desarrolladas a partir de cinco entrevistas semiestructuradas con los dueños de seis de los siete restaurantes españoles de Kanazawa. La información obtenida mediante las entrevistas ha sido complementada y comparada con los datos extraídos de diversas fuentes, mayormente redactadas en japonés. Muchos de los estudios y recursos en línea utilizados nunca han sido traducidos al español, catalán o inglés, por lo que este trabajo ofrece una aproximación novedosa a la gastronomía española tal y como la entienden los japoneses.

Los resultados de este trabajo ofrecen varias respuestas al éxito de la gastronomía española y ayudan a entender la familiaridad que los japoneses sienten por ella. Además, las conclusiones obtenidas serán de gran utilidad para todo tipo de empresas y administraciones que quieran introducir productos alimentarios españoles en el mercado japonés.

Resum

El present Treball de Fi de Grau té com a objectiu oferir resposta a dues incògnites: per quins motius la cuina espanyola és apreciada pels japonesos i quin grau de popularitat té la gastronomia esmentada al Japó. En començar la investigació, la falta d'estudis i dades que poguessin respondre aquestes preguntes va quedar palesa, motiu pel què el present projecte es basa en el treball de camp realitzat per l'autor a Kanazawa, Japó, durant la tardor del 2023.

Les respostes obtingudes han sigut desenvolupades partint de cinc entrevistes semiestructurades realitzades amb els propietaris de sis dels set restaurants espanyols a Kanazawa. La informació obtinguda a les entrevistes ha sigut complementada i comparada amb les dades extretes de diverses fonts, la majoria publicades en japonès. Molts dels estudis i recursos en línia emprats no han estat mai traduïts al català, castellà o anglès, motiu pel qual aquest treball proporciona una aproximació innovadora a la gastronomia espanyola tal i com l'entenen els japonesos.

Els resultats d'aquest treball ofereixen varies raons que expliquen l'èxit de la gastronomia espanyola i ajuden a entendre la familiaritat que els japonesos senten envers aquesta cuina. A més, les conclusions obtingudes seran de gran utilitat per tota mena d'empreses i administracions que desitgin introduir productes alimentaris espanyols al mercat japonès.

Abstract

This Final Degree Project aims at answering two different questions: why Japanese people enjoy Spanish cuisine, and how popular is said cuisine in Japan. The lack of studies and data that could answer these matters was solved by centering the project around the field work conducted by the author in Kanazawa, Japan, during the Autumn of 2023.

The offered answers have been developed from five semi-structured interviews conducted with the owners of six out of the seven Spanish restaurants in Kanazawa. The information obtained was then compared and complemented with the data from various sources written mainly in Japanese. Most of the studies and online resources used have never been translated to English, Spanish or Catalan, which means this study will be a novel approximation to the way Japanese people understand Spanish cuisine.

The results obtained offer several reasons that explain the success obtained by Spanish cuisine and help us understand the familiarity Japanese people feel towards it. In addition, the results obtained will offer some ideas to any company or public administration that wishes to introduce Spanish products in the Japanese market.

Índice

Índice	I
Listado de figuras	III
Introducción	1
1. Metodología	3
1.1. Entrevista.....	3
Diseño de entrevista	3
Lengua de la entrevista.....	4
Reflexiones éticas y de protección de datos personales.....	5
Selección de participantes	6
Contacto con los participantes	7
Ejecución de las entrevistas.....	8
Transcripción y traducción.....	10
1.2. Datos contextuales	12
2. Marco teórico	15
2.1. Los Bárbaros del Sur: primeras relaciones España-Japón	15
2.2. Turismo japonés en España	18
2.3. Umami	22
3. Discusión de resultados.....	28
3.1. ¿Es popular la gastronomía española en Japón?	28
3.2. Dos cocinas parecidas.....	36
La paella: arroz y marisco	36
“Si comieran lo entenderían”: dos gastronomías similares	41
3.3. Umami en la gastronomía española.....	48

Paella y “mar i muntanya”	48
Pimentón.....	50
Jamón y embutidos.....	53
4. Conclusiones.....	57
5. Bibliografía	60
6. Anexos	I
Anexo A. Esquema de la entrevista	I
Anexo B. Consentimiento informado	IV
Anexo C. Entrevistas traducidas al español.....	V
Arroz.....	V
Respiración – Comer: Mar y Montaña.....	X
Ochenta y Ocho	XIX
Casa de Live Kanazawa	XXIV
Sonrisa.....	XXVII
Anexo D. Entrevistas originales en japonés	XXXVI
Arroz.....	XXXVI
Comer - Respiración.....	XLI
Sonrisa.....	L

Listado de figuras

Figura 1 Evolución de las búsquedas de los términos パエリア (paella) y アヒージョ (ajillo) en Japón entre 2004 y 2024. Elaboración propia a partir de datos obtenidos de (Google Trends, 2024).	31
Figura 2 Evolución de las búsquedas de los términos スペイン料理 (comida española), フランス料理 (comida francesa) y イタリア料理 (comida italiana) entre los años 2007 y 2024 en Japón. Elaboración propia a partir de datos obtenidos de (Google Trends, 2024).	32
Figura 3 Porcentaje de gente que dice disfrutar las cocinas seleccionadas (eje vertical) ordenados por países (eje horizontal, arriba). Tabla extraída de (Smith & Sanders, 2019).	34
Figura 4 Evolución de las búsquedas del término パエリア (paella) entre los años 2010 y 2023 en Japón. Elaboración propia a partir de datos obtenidos de (Google Trends, 2024).	40

Introducción

Durante el curso 2022-23 tuve la oportunidad de viajar a Japón como estudiante de intercambio durante seis meses. Al acabar la estancia pude permanecer en Japón los tres meses siguientes, que usé para mejorar mi japonés y para preparar y realizar las entrevistas usadas en el presente Trabajo de Fin de Grado. El tema escogido se debe a mi experiencia en la ciudad en que realicé mi estancia: Kanazawa, situada en la Prefectura de Ishikawa, en la isla principal de Japón. Con unos 460.000 habitantes, es la trigésimo cuarta ciudad más poblada en Japón (Todoufukun Shikuchouson, 2024), por lo que, según la opinión de muchos japoneses con los que hablé a lo largo de mi estancia, se trata de una ciudad un tanto rural.

A menudo escuché críticas sobre la falta de variedad o de calidad de los restaurantes de la ciudad, por lo que cuando unos compañeros me invitaron a comer a un restaurante de “comida española” quedé bastante sorprendido. Al investigar un poco más encontré que el número total de restaurantes españoles en Kanazawa era siete, mientras que en el resto de la prefectura solo había otros dos establecimientos, situados en ciudades de la periferia de Kanazawa. Aunque el número es muy inferior al de las grandes urbes japonesas, me sorprendió comprobar que era mayor a lo que imaginaba.

En Japón, la popularidad de la gastronomía española no puede compararse con la de otros países como Italia, China, India o Francia, pero también parece estar muy presente. Además de la paella, que parece conocer todo el mundo; en restaurantes de todo el país y de todos los estilos se sirve アヒージョ (ahijijo), la versión japonesa de las gambas al ajillo. Cada vez hay más tiendas de churros, “los dulces de moda en 2023”, llenas de gente joven (Yui, 2023); y en Kanazawa me sorprendió enterarme de la existencia de una tienda especializada en la tarta de queso estilo vasco, un postre cuya fama desconocía por completo.

La gastronomía española parece haber penetrado con cierto éxito en Japón, pero al querer investigar un poco acerca de su aceptación, me sorprendió no encontrar prácticamente nada escrito sobre el tema. Aunque numerosos blogs y artículos afirmaban que a los japoneses les apasiona la gastronomía española, en ningún sitio se exponían las razones o se justificaba tal afirmación. En el ámbito académico, a pesar del sinfín de informes oficiales y de medios especializados que proclaman desde hace años “la apuesta por el mercado nipón” de las empresas alimentarias españolas (Fiabcomunication, 2023), el número de estudios acerca de dicho mercado deja mucho que desear. No es fácil encontrar información acerca de las empresas importadoras, de los restaurantes de comida española en Japón o de las percepciones de los japoneses acerca de la comida española, por lo que es

muy difícil hacerse una idea de la popularidad y la aceptación que tiene realmente. Lo mismo sucede en el mundo académico japonés, en el que tampoco parece haber apenas estudios que puedan responder a estas preguntas.

Esta falta de información me llevó a centrar mi Trabajo de Fin de Grado en la gastronomía española en Japón. Consciente de que conseguir datos generales de todo el país iba a ser muy difícil, decidí centrarme en Kanazawa. Al ser una ciudad de tamaño medio, un estudio acerca de la situación de este sector me pareció posible, ya que podría recabar la información y datos necesarios por mi cuenta. Además, existía la posibilidad de entrevistar a un número significativo de los dueños de los restaurantes de la ciudad; y, como mi objetivo principal para realizar un intercambio en Japón era la mejora del idioma, la posibilidad de llevar a cabo esas conversaciones me pareció una oportunidad perfecta para practicar y aprender vocabulario nuevo.

Así pues, decidí centrar el presente trabajo en responder la pregunta de por qué a los japoneses les gusta la comida española. A primera vista, los sabores, las especias, las formas de cocinar los ingredientes e incluso las costumbres de ambos países son extremadamente distintas y, aun así, la gastronomía española en Japón parece seguir creciendo. La formulación de esta incógnita presupone que la cocina española es apreciada en Japón, algo que no podemos afirmar por la falta de datos mencionada, por lo que también deberemos investigar cuán popular es.

El trabajo se divide en seis apartados: metodología, marco teórico, discusión de resultados, conclusiones, bibliografía y anexos. En la metodología se describen las técnicas usadas para la realización del trabajo, haciendo hincapié en las entrevistas semiestructuradas que vertebran el trabajo de campo. En el marco teórico se introducen algunos conceptos y aspectos relevantes para el trabajo, como la historia de los intercambios culturales entre España y Japón; el turismo gastronómico japonés en España; y el *umami*, el quinto sabor básico. En la discusión de resultados se desarrollan en profundidad las respuestas que surgieron a lo largo de las entrevistas, y se complementan con la información presentada en el marco teórico. En las conclusiones se resumen los resultados del trabajo y se plantean interrogantes que podrían resultar interesantes de cara a futuras investigaciones. En los anexos encontramos el esquema de la entrevista, una copia del Consentimiento Informado, la traducción de las entrevistas y, por último, las entrevistas originales transcritas en japonés.

1. Metodología

Tal y como se ha avanzado en la introducción, el objetivo de este trabajo es encontrar posibles respuestas a las preguntas de por qué a los japoneses les gusta la gastronomía española, y hasta qué punto se ha popularizado en Japón. Debido a la falta de bibliografía acerca de este tema, decidimos articular el trabajo entorno a las entrevistas semiestructuradas a los dueños y cocineros de restaurantes de comida española en Japón, con la idea de que a partir de las conversaciones sugirieran algunas respuestas. Además, dado que el trabajo fue iniciado en octubre de 2023 y mi tarjeta de residencia en Japón expiraba en diciembre de ese año, las entrevistas se convirtieron en prioritarias. Aunque la norma es que la búsqueda de información preceda y fundamente los preparativos para las entrevistas, la falta de estudios anteriores y el poco tiempo del que contaba obligaron a invertir dicho orden; por lo que la preparación, redacción, transcripción y traducción de las entrevistas se convirtieron en los primeros pasos para la realización del trabajo, como se describe en los siguientes apartados.

1.1. Entrevista

Diseño de entrevista

Al plantear el tipo de entrevista que queríamos llevar a cabo, el principal condicionante que encontramos fue el nivel de japonés. Los entrevistados no hablaban inglés o español, por lo que, aunque el modelo de entrevista semi estructurada parecía el más adecuado, existía el riesgo de no entender sus intervenciones y que eso entorpeciera la conversación. Tomamos dos medidas para prevenir dicho problema: la grabación en audio de las entrevistas; y la redacción de más preguntas de las que podríamos cubrir en el tiempo de que disponían los informantes, alrededor de media hora. Ese excedente servía como herramienta en caso de que las respuestas fueran muy escuetas y, por falta de dominio del japonés, no pudiera plantear cuestiones derivadas que complementaran el testimonio. En el caso de que el discurso del entrevistado fuera particularmente difícil de entender, tener preguntas de más permitía dirigir la entrevista a un formato más directo, casi de cuestionario, en el que no hacía falta que se entendieran las respuestas al momento. En tales casos, la grabación de audio debería ser suficiente para entender a posteriori la mayor parte del discurso del informante. No obstante, las conversaciones fueron más fluidas de lo previsto, aunque factores como la práctica o el carácter del interlocutor influyeron mucho en el resultado, como se describe más adelante.

Durante la redacción de las preguntas, decidimos no centrarlas exclusivamente en la pregunta de por qué gusta la gastronomía española en Japón. La razón es que preguntas más generales acerca de las características y situación de la gastronomía española en Japón revelarían factores que podrían resultar interesantes para el trabajo, aunque ni yo ni los informantes viéramos de antemano su relación con las incógnitas que vertebran el trabajo. Las preguntas acerca de los ingredientes utilizados, por ejemplo, ayudó a ver hasta qué punto los cocineros creían que la gastronomía japonesa y la española se parecían. Esta percepción, opuesta a la imagen que tenía antes de realizar las entrevistas, ofreció la primera respuesta que buscábamos. Como esta posible explicación apareció en la primera entrevista realizada, se añadió una pregunta acerca del parecido entre ambas cocinas a la lista de preguntas, aunque en la mayoría de los casos el tema apareció espontáneamente.

Uno de los criterios a la hora de ordenar la entrevista fue comenzar con preguntas sencillas como el nombre del restaurante y cuánto tiempo llevaba abierto. Esta segunda pregunta permitió ordenar cronológicamente la apertura de los siete restaurantes de Kanazawa y ayudó a perfilar la imagen de que la gastronomía española es una industria en crecimiento. Las siguientes preguntas acerca de la formación del entrevistado también fueron concebidas como cuestiones “para romper el hielo”, pero reveló dos aspectos de interés: la formación en cadena de los entrevistados, y la importancia de las experiencias vitales de los entrevistados en su introducción a la gastronomía española.

Lengua de la entrevista

Otra necesidad derivada del nivel de japonés fue la preparación, no solo de la conversación, sino también de la forma en que debía solicitarse. Perteneciendo a una cultura en la que este tipo de interacciones sociales se llevan a cabo de manera muy distinta, utilizar expresiones demasiado directas o ignorar el registro lingüístico que debía usar eran puntos a tener en cuenta. El japonés es un idioma con una gran variedad de honoríficos, utilizados en función del contexto social y del grado de formalidad o cercanía que quiera expresar el hablante, pero que también son un indicador de su identidad (Okamoto, 1999). Normalmente no se espera que un estudiante extranjero pueda usar correctamente este tipo de registros, pero al tener que solicitar una entrevista, usar un lenguaje demasiado informal o distante podría facilitar un rechazo o incluso resultar ofensivo.

Afortunadamente, durante el mes de septiembre asistí a clases particulares de japonés, por lo que pude discutir mis dudas con las profesoras, que me recomendaron utilizar las formas *masu-desu*, también conocidas como *teneigo* (lit. lenguaje educado). Afirmaron que, al tratarse de un extranjero, no sería necesario el uso de *sonkeigo* y *kenjougo*, dos tipos de lenguaje honorífico con un vocabulario particular que puede ser difícil de usar correctamente incluso para hablantes nativos del japonés (Okamoto, 1999, pág. 54). Como puede verse en la entrevista modelo redactada durante aquellas

semanas, las profesoras consideraron que al enunciar las preguntas era mejor utilizar *sonkeigo*, aunque cuando me “saliera del guion” prescindiera de él por su dificultad. *Sonkeigo* es el lenguaje honorífico empleado para hablar de las acciones y estados de un interlocutor que el hablante quiera situar por encima suyo. Esto puede verse en verbos como *suru* (hacer), que se transforma en *nasaru* al usar este registro.

En un primer momento, la alternancia entre ambos estilos -*teneigo* y *sonkeigo*- me pareció extraña, y durante la primera entrevista me sentía incómodo con ese cambio constante. Pero a medida que conversaba con los entrevistados, me di cuenta de que ellos también saltaban de un registro a otro con naturalidad: でもスペイン料理って意外とシンプルなんですね。塩だけで焼いたりとかがありますし、後使う調味料もすごい少なかったり。でも素材の味を生かす。¹ Este es un fenómeno muy común con infinidad de razones que van desde la diferencia de estatus, edad o rol, hasta un intento por parecer más amigable y cercano (Okamoto, 1999). En el caso de los entrevistados, la alternancia se daba entre el registro informal y el formal o *teneigo*; mientras que en mi caso la alternancia era entre el *teneigo*, la mayor parte del tiempo, y el *sonkeigo*, al leer las preguntas. En la traducción de las entrevistas, estas diferencias no pueden percibirse más que en el uso del pronombre *usted* y en el uso de la tercera persona gramatical.

Reflexiones éticas y de protección de datos personales

Otro aspecto de la preparación fue la redacción de un *Consentimiento informado* sobre la participación en la entrevista. Algunas circunstancias como la grabación en audio de la conversación obligaban a considerar ciertas cuestiones éticas que debían quedar plasmadas, y que los entrevistados debían aceptar antes de la entrevista. Las entrevistas semiestructuradas suelen ser anónimas para salvaguardar tanto la privacidad del informante como el contenido de sus respuestas, que podrían verse alteradas si se conociera su identidad. No obstante, aunque en este trabajo no aparece el nombre de los individuos, la anonimidad es solamente parcial, ya que sí que aparece el nombre de los restaurantes. La razón es que, al tratarse de una población tan pequeña, el contenido de las entrevistas permitiría identificar inmediatamente de qué restaurante se trata. Por otra parte, en algunos casos los nombres pueden darnos información acerca de la historia o del carácter del establecimiento, lo que también puede resultar interesante.

¹ “Pero la gastronomía española es sorprendentemente simple. Es frecuente cocinar solo con sal o usar pocas especias. Pero realzando el sabor de los ingredientes” (Anexos pág. XXVIII).

El *Consentimiento informado* es un documento con un lenguaje muy particular, tanto por el vocabulario empleado como por el registro, entre académico y administrativo, por lo que su redacción desde cero en japonés quedó descartada. El modelo en que nos basamos es el ofrecido por la 名古屋市立大学 (Universidad de la ciudad de Nagoya), titulado 研究協力のお願い (Petición de colaboración con una investigación), un modelo de petición escrita (依頼書) que cuenta con tres apartados. El segundo apartado se trata de un 同意書, un *Formulario de consentimiento* sobre la participación en la entrevista. Tras hacer algunas modificaciones, quedó tal y como puede verse en los anexos (Anexos, pág. IV).

El contenido de sus seis puntos en orden es: 1) se asegura la privacidad del entrevistado, 2) el entrevistado puede negarse a ser grabado, 3) los datos de la entrevista serán guardados confidencialmente, 4) aunque el entrevistado conceda su consentimiento, puede retirarlo cuando desee, 5) el contenido de la entrevista aparecerá salvaguardando la privacidad del entrevistado, 6) la entrevista no será usada para ningún otro fin excepto el de este trabajo. Además, se aclaró de antemano el punto acerca de la anonimidad, y se les informó de que el nombre del restaurante sí que aparecería, algo que la mayoría daba por supuesto. Una vez leído y explicado, todos los informantes aceptaron los puntos arriba descritos y firmaron el documento.

Selección de participantes

Para encontrar los restaurantes de comida española en Kanazawa, se utilizó la aplicación *Google Maps* y la página web *Tabelog*, muy usada en Japón para buscar y valorar restaurantes. En ambos buscadores, el término スペイン料理 (comida española) ofrece más resultados que cualquier expresión sinónima o traducción, ya sea al español o al inglés, ya que los restaurantes deben tener la palabra buscada entre sus *tags* o en su descripción, que suele estar escrita en japonés. En la mayoría de los casos, los buscadores de este estilo también sugieren restaurantes que no están especializados en el estilo o los platos que has introducido, por lo que hace falta hacer una criba. En el caso de la comida española, lo más común es el perfil de restaurante de comida europea -especialmente italiana- que únicamente ofrece platos como la paella o el ajillo, o que incorpora embutidos españoles. Pero también hay restaurantes de *yakiniku* que ofrecen *iberiko-buta* (cerdo ibérico), o cafeterías que venden dulces o vinos españoles, como veremos más adelante.

En la página *Tabelog* aparecen 11 restaurantes de “comida española” en Kanazawa, aunque solo 7 tienen realmente esa especialidad o siguen abiertos. Si ampliamos la búsqueda a toda la Prefectura de Ishikawa nos aparecen 17, aunque al aplicar el mismo criterio nos quedaremos con 9. Los dos

restaurantes que no están en Kanazawa están situados en ciudades dormitorio de su periferia, como es el caso del restaurante *La Mola*, mencionado en las entrevistas como uno de los más antiguos de Kanazawa pese a encontrarse en la vecina localidad de Nonoichi (Anexos, pág. XVIII). Además de los 7 restaurantes especializado en comida española de Kanazawa, al menos tres ofrecen una cantidad considerable de platos españoles, pero su cocina aparece como “europea” o “mediterránea”, por lo que fueron descartados.

Contacto con los participantes

En noviembre comenzó el proceso de solicitud de entrevistas. En un primer momento aspirábamos a obtener la colaboración de tres restaurantes, pero al comprobar que su número total era mayor de lo que esperábamos, tratamos de conseguir más. El objetivo era visitar los diferentes establecimientos y solicitar de forma directa la entrevista, pero dado que uno de ellos tenía un horario difícil de compaginar con las clases, decidí probar suerte por teléfono. Aquella primera tentativa fue rechazada por la razón de que no disponían del tiempo necesario para conceder una entrevista. Semanas más tarde fui presencialmente a aquél mismo restaurante y sí que aceptaron, lo que reafirma que es preferible el trato directo en situaciones así.

Dado que mi japonés no era demasiado bueno, hablar cara a cara me permitía ver la reacción de los interlocutores y hacerme entender mejor. Además, creo que en los restaurantes españoles de Japón suele ser motivo de interés o alegría la llegada de clientes hispanohablantes, ya que la mayoría de los dueños hablan un poco del idioma y, por lo que pude observar, siempre aprovechan para intercambiar algunas palabras. Diría que esa buena predisposición fue un factor que ayudó a que la mayoría aceptaran. Después de ese primer rechazo, los siguientes restaurantes, que visité poco antes de su apertura entre las 17:00 y las 18:00, me aseguraron su participación, aunque hicieron hincapié en el poco tiempo del que disponían. Cabe destacar que, a medida que visitaba los restaurantes, la confianza y la facilidad con que exponía mi petición mejoraron notablemente.

Los seis restaurantes que pude entrevistar fueron, en orden cronológico: *Arroz*, *Respiración-Comer*, *Mar y Montaña*, *Ochenta y ocho*, *Casa de Live Kanazawa*, y *Sonrisa*. El dueño del restaurante *Arroz* fue el primero en acceder y en realizar la entrevista, y en él podía verse perfectamente esa buena predisposición antes mencionada. El cocinero del restaurante *Comer: Mar y Montaña* me pidió que les contactara por correo en caso de que quisiera hablar con el dueño, ya que tenía varios restaurantes y estaba siempre muy ocupado. Para redactar el mensaje también conté con la ayuda de las profesoras de japonés arriba mencionadas, ya que el lenguaje usado para este tipo de textos es muy distinto al japonés oral; y elegir entre expresiones de cortesía dependiendo del contexto, evitando las fórmulas demasiado directas o excesivamente educadas puede ser complicado. El correo no obtuvo respuesta,

por lo que fui poco después personalmente, con la buena suerte de que aquel día estaba uno de los propietarios, que me concedió la entrevista. Ya que los dueños de *Comer: Mar y Montaña* también lo son del restaurante llamado *Respiración*, en nuestra conversación pude obtener información de ambos.

Tal y como mencionó en la entrevista, el dueño de *Respiración* y *Comer* también regentó, junto a sus compañeros, el restaurante *Blanco* hasta que lo traspasaron hace unos años. Cuando visité dicho restaurante, el nuevo dueño me dijo que prefería no concederme la entrevista porque todavía no sabía mucho del negocio, pero dio la casualidad de que el propietario de otro restaurante, llamado *Ochenta y ocho*, estaba en aquel momento allí ofreciéndole ayuda, y me propuso hacerlo en su lugar. La dueña del restaurante *Casa de Live Kanazawa*, por otra parte, aceptó mi petición, pero aprovechó el momento para comenzar a explicarme algunas de las cosas que se recogen en la entrevista. Aquel día, como no había firmado el *Consentimiento informado* ni había tenido ocasión de encender la grabadora, tomé notas de la conversación de manera más informal. En el restaurante *Sonrisa*, la entrevista fue con el chef en lugar del dueño, lo que resultó muy positivo, ya que este último apenas tenía conexión con la gastronomía española. Así pues, durante el mes de noviembre pude realizar cinco entrevistas acerca de seis de los siete restaurantes de Kanazawa, transcritas y traducidas en orden cronológico en los anexos. A lo largo del trabajo el nombre del restaurante que representan es el nombre usado para cada informante: *Arroz*, *Respiración*, *Ochenta y Ocho*, *Casa* y *Sonrisa*.

Ejecución de las entrevistas

Todas las entrevistas se realizaron en el restaurante sobre el que hablan;² y de los cinco informantes, cuatro prefirieron realizar la entrevista entre las 16:00 y las 18:00, durante las horas de preparación para el turno de tarde. Como ya se ha mencionado, la primera fue con *Arroz*. Tal y como puede verse en la traducción, me apoyé mucho más en las preguntas preparadas que en las entrevistas posteriores, para las que ya tenía algo más de experiencia. Duró poco más de media hora, pero dado que las respuestas del informante no fueron demasiado largas -comparado con las de días posteriores-, pudimos abordar la mayoría de las preguntas preparadas. A pesar de que mi interlocutor se esforzó en expresarse de una forma fácil de entender y añadía a sus explicaciones frases y palabras en español, no pude ahondar en algunas de las cuestiones por falta de dominio del idioma. Al acabar, aproveché para cenar en el restaurante, donde pude observar el ambiente desinhibido que lo caracterizaba y lo hacía parecer más un bar o *izakaya* que un restaurante. También pude asomarme a la planta superior,

² En el caso de la entrevista *Respiración-Comer*, se llevó a cabo en el restaurante *Comer: Mar y Montaña*.

donde el ambiente era más formal; y pude tomar notas del menú y de las interacciones con otros comensales, algo que traté de hacer durante todas las entrevistas.

Durante las dos semanas que transcurrieron hasta las siguientes entrevistas tuve tiempo suficiente para escuchar varias veces la grabación de la conversación en el *Arroz* y repasar el vocabulario usado tanto en las preguntas como en sus respuestas, lo que fue muy buena práctica para las siguientes citas. Las conversaciones en los restaurantes *Respiración-Comer: Mar y Montaña* y *Sonrisa* se desarrollaron de forma similar a la primera, con la diferencia de que ambos informantes preferían explayarse más en cada pregunta, por lo que pudimos tratar algunos temas con más profundidad, pero no hubo tiempo para otros. Ambas duraron alrededor de 45 minutos y se hicieron antes de la apertura de los restaurantes, y en ambos casos me sentí mucho más cómodo y pude hacer preguntas y comentarios que completasen los testimonios.

En el caso de *Casa de Live Kanazawa*, tras aceptar mi propuesta pidieron que les contactara para decidir un día, pero al no recibir respuesta decidí ir presencialmente a preguntar. Me contestaron que iban cortos de tiempo y que la cantidad de trabajo iba a seguir creciendo a medida que nos acercáramos a Navidad, pero la dueña comenzó a explicarme algunas cosas que sabía que me serían útiles. Entendiendo que no sería más que un par de comentarios no hice ninguna grabación, pero acabó siendo una conversación de una media hora. Así pues, tal y como hice en nuestro primer encuentro, me concentré en tomar notas a medida que repasaba algunas de las cuestiones que me parecían más importantes. Dado que la suma de nuestros dos diálogos cubría la mayoría de las preguntas preparadas en la entrevista modelo, sus intervenciones están sintetizadas como respuestas, aunque el orden y las palabras que se usaron no sean exactos. También cabe destacar que tanto la hija de los dueños como el cocinero participaron de la conversación, por lo que algunas de las respuestas provienen de sus intervenciones. A diferencia del resto de casos, la firma del documento de *Consentimiento informado* se hizo después, y no antes, de la conversación.

Algo similar ocurrió con *Ochenta y ocho*, cuya entrevista no pudo desarrollarse como las demás debido a que pidió que fuera pasadas las 21:00, cuando habría menos clientes y podría contestar a mis preguntas mientras atendía y cocinaba. En mi primera visita, le había explicado la temática de la entrevista, así que él había preparado algunas ideas que respondían a la pregunta que da título a este trabajo. Al estar más atareado de lo que esperaba, la conversación fue interrumpida en muchas ocasiones, y se alargó unas dos horas. Esto, sumado al ruido ambiente de un restaurante en funcionamiento, hizo que la grabación no fuera de mucha utilidad, así que di prioridad a la toma de apuntes. El contenido de dichos apuntes y de los intervalos en que sí pude grabar están traducidos y condensados en la entrevista correspondiente, pero no hay una transcripción en japonés de la conversación, igual que en el caso de *Casa de Live Kanazawa*.

Transcripción y traducción

La grabación de las entrevistas fue hecha con un teléfono móvil *Google Pixel 7*, que cuenta con un sistema de transcripción bastante reconocido. Aun así, en el caso de las conversaciones recogidas en este trabajo, la función de transcripción registró menos de un 50%. Esto puede deberse a que esta función en japonés no sea tan buena como en otros idiomas, o porque el tipo de conversación, de más de un hablante y en un entorno relativamente ruidoso, dificultara su eficacia. Aunque el texto resultante no sirviera de mucho, fue de gran ayuda para descifrar algunas palabras y expresiones que no había oído nunca. Algunos de los entrevistados usaron un lenguaje bastante complejo y, en muchas ocasiones, el vocabulario gastronómico era muy especializado. En estas ocasiones, aunque la transcripción automática no hubiera captado del todo la palabra o la hubiera interpretado mal, la lectura en *hiragana*³ que sí registraba me ayudaba a encontrar los términos desconocidos.

El proceso de transcripción y traducción duró desde mediados de noviembre de 2023 hasta febrero de 2024. Las transcripciones tratan de ser fieles a la forma de hablar del informante, por lo que se han mantenido las muletillas y repeticiones, las contradicciones y las frases inacabadas. En el texto transcrito, las palabras extranjeras, los nombres propios y las citas aparecen con corchetes o *kamikakko*「」, usados en el idioma japonés para este tipo de ocasiones. Tanto en la transcripción como en la traducción, los pasajes ininteligibles son marcados con la acotación [*inaudible*] en español; y las acotaciones generales como gestos o intervenciones externas están escritas de la misma forma, entre corchetes y en cursiva: “La comida francesa es un poco... [*hace gestos de comer en un ambiente muy formal o elegante*]” (Anexos, pág. XIV).

La transcripción de las interjecciones japonesas ha sido también un punto de atención por su gran variedad y frecuencia. Se conoce como 相槌 (*aizuchi*) a las interjecciones usadas en conversación para hacer entender al interlocutor que se está escuchando, entendiendo o reaccionando de una forma concreta a su discurso. Aunque en las grabaciones pueden oírse constantemente tanto por mi parte, al escuchar las respuestas, como por parte del informante al escuchar las preguntas, se ha prescindido de ellas en los casos en que su transcripción interrumpiera las intervenciones.

Se ha reducido el número de interjecciones de relleno en los casos en que fueran excesivamente frecuentes, pero se han mantenido siempre que tenían un significado claro, tales como el まあ (*maa*),

³ *Hiragana* es un silabario japonés compuesto de 46 caracteres fonéticos sin valor semántico. A diferencia del *kanji*, su lectura es unívoca, por lo que tanto *hiragana* y *katakana* se utilizan para la transcripción fonética.

que indica reflexión o dificultad de expresarse correctamente ante una respuesta complicada o con muchas facetas. A diferencia de la transcripción, el texto traducido resume o elimina frases y pasajes en que hay muchas repeticiones, y las muletillas son por lo general ignoradas. Cuando las interjecciones o frases inacabadas que vuelven a retomarse indican una duda, sorpresa o cavilación consideradas importantes, se han traducido y adaptado lo más fielmente posible.⁴

La traducción al español se ha hecho a partir del documento transcrito, usando las grabaciones solo como apoyo; o bien a partir de las anotaciones tomadas durante las entrevistas en los casos en que no hubo grabación. Dado que muchos términos y expresiones me eran desconocidas, me he valido del diccionario *jisho.org* y de la extensión de *Google Chrome* llamada *10ten Japanese Reader (Rikaichamp)*, que permite ver la traducción de palabras japonesas al situar el cursor encima del texto.

En los casos en que una referencia no explicitada es difícil de entender, o cuando una frase queda inconclusa y hace falta especificar a qué hace referencia, el texto añadido está escrito entre corchetes sin cursiva, a diferencia de las acotaciones: “Al explicarles [que es mejor acompañarla de vino], suelen entenderlo y cambian de opinión” (Anexos, pág. XXX). Naturalmente, la corrección del texto transcrito, de la traducción o de la información añadida en corchetes depende de la comprensión del discurso del informante, por lo que podría haber errores. Las palabras y frases que no han sido traducidas y se han mantenido como en el original aparecen escritas en cursiva. Esto incluye conceptos japoneses que es interesante mantener en su versión original como *izakaya*, *konbini* o *sashimi*; pero también la gran cantidad de palabras que los informantes dijeron en español ya sea porque han aprendido el idioma o por ser el nombre de ingredientes, recetas o lugares de España. “Naturalmente los japoneses lo primero que conocen es la paella. Después es el *Flamenco*. Después sería la *tortilla*. Esos tres. También conocen *torero* y *San Fermín*” (Anexos, pág. 7). Un detalle significativo es que, a diferencia de otras palabras en español, el término “paella” siempre aparece en su versión japonesa, パエリア (*paeria*), lo que podría deberse a su gran popularidad y a la frecuencia con que la palabra aparece en todo tipo de situaciones.

⁴ Un ejemplo sería el siguiente pasaje: 変わったと思います。まあどうなんだろう？まあジャンクフードとか流行ってきたと思います。特に子供たち (Anexos, pág. XLVI).

La traducción literal sería: “Creo que ha cambiado. Hummm... ¿cómo sería...? Bueno... la comida basura y demás se han popularizado mucho. Especialmente entre los niños.”

Mientras que la versión definitiva es: “Creo que ha cambiado. Cómo decirlo... La comida basura se ha popularizado mucho, especialmente entre los niños” (Anexos, pág. XVII).

1.2. Datos contextuales

Como ya se ha mencionado, la pregunta central del trabajo presupone que nuestra gastronomía es apreciada -al menos hasta cierto punto- en Japón; lo que no podemos afirmar categóricamente por falta de datos o estudios al respecto. Así pues, resulta necesario comenzar investigando hasta qué punto podemos afirmar que la comida española gusta y cómo se compara con la de otros países. Las respuestas de los entrevistados son muy útiles en este aspecto, ya que sus años de experiencia nos permiten obtener una respuesta que tiene en cuenta la evolución de las últimas décadas, así como las predicciones que esperan de cara al futuro. Como veremos, las opiniones de los entrevistados son bastante similares, aunque es interesante observar cómo las trayectorias laborales de cada uno influyen en el tono de sus respuestas. Al tratarse de individuos que “viven” en el mundo de la gastronomía española es fácil que hablen más de su experiencia personal que del estado general en todo el país, por lo que es necesario contrastar sus opiniones con datos contextuales que nos ayuden a hacernos una idea de su popularidad.

Una de las herramientas más útiles son las encuestas sobre preferencias culinarias. En el caso de Japón, encontramos la reconocida empresa de encuestas マイボイスコム (*My Voice Enquete Library*). Sus encuestas sobre preferencias culinarias pueden arrojar alguna luz sobre cuáles son los países con una gastronomía más valorada en Japón y, dado que han sido realizadas siete veces durante los últimos quince años, garantizan cierta seguridad y perspectiva temporal (MyVoice Enquete Library, 2023). Otro recurso interesante es la tabla publicada por la compañía de encuestas americana *YouGov*, en la que se sintetizan las valoraciones que individuos de todo el mundo hicieron de la gastronomía de 34 países distintos, incluida España (Smith & Sanders, 2019).

También se utilizarán las páginas *Tabelog*, *Rakuten Gurunabi* y *Retty*, muy usadas en Japón a la hora de buscar y valorar restaurantes, para recopilar datos acerca del número de restaurantes de comida española, pero también de los que ofrecen exclusivamente platos como el ajillo o la paella. La comparación con los de otros estilos culinarios podrá complementar las declaraciones de los informantes acerca de la popularidad de la comida española, aunque este sistema nos ofrecerá una imagen puntual, que ignora la evolución temporal.

Otro recurso utilizado es *Google Trends*, una función de *Google* que nos permite observar las búsquedas de un término en un país o región. Gracias a esta herramienta podemos ver la frecuencia con la que conceptos como “comida española”, “paella” o “tarta de queso estilo vasco” ha sido buscada durante los últimos veinte años. Aunque podemos extraer ideas muy interesantes de estas cifras, las tendencias que observamos no se deben únicamente a la popularidad del elemento en

cuestión, ya que el rechazo o la familiaridad, por ejemplo, pueden hacer que el número de búsquedas aumente o se reduzca, respectivamente. Aun así, esta herramienta nos ha mostrado características del consumo de comida española en Japón totalmente inesperadas. Como veremos más adelante, el descubrimiento de que en Japón cada año hay un pico de búsquedas de la palabra “paella” en diciembre obligó a contactar de nuevo a algunos de los informantes para preguntarles su opinión respecto a este hecho, sorprendente para quienes asocian la paella con la playa y el verano.

Los datos contextuales introducidos en este apartado nos ayudarán a entender cómo de popular es la gastronomía española en Japón, pero hay otros indicadores de su popularidad que requieren una atención más detallada. Es el caso del turismo de japoneses en España, un fenómeno que apareció mencionado varias veces en las entrevistas. Como veremos en el apartado del marco teórico acerca del turismo, la gastronomía juega un fuerte papel como reclamo turístico, especialmente en el caso de los turistas japoneses. La importancia que estos dan a la gastronomía del país de destino puede servirnos de indicador de su aceptación; y en varios estudios encontramos las opiniones de japoneses acerca de la comida que han podido probar durante su estancia. Como veremos en las entrevistas, viajar a España ofrece a los visitantes la oportunidad de probar comida “auténtica”, lo que en muchos casos sirve como inspiración para dedicarse a la cocina española en Japón (Anexos, pág. XIII). Además, su experiencia en España también puede suponer un primer contacto con aspectos culturales que contribuyan tanto como la comida en sí a que la gastronomía española sea tenida en consideración, como puede verse en las entrevistas. Para estudiar el turismo y el turismo gastronómico en Japón se usan varios artículos en español, inglés y japonés.

Una vez presentada una respuesta tentativa a la pregunta de si la cocina española es popular en Japón, se ofrecen dos posibles explicaciones a dicha respuesta. Estas explicaciones son una síntesis de las opiniones surgidas durante las entrevistas, contrastadas con varias fuentes bibliográficas con tal de reforzarlas o corregirlas. La primera de estas respuestas, el parecido entre ambas gastronomías, fue mencionada por todos los entrevistados como una de las principales razones por las que a los japoneses les gusta la cocina española. Para explicar estos puntos en común, se resume en el marco teórico la historia de intercambio comercial y cultural que durante los siglos XVI y XVII se estableció entre Japón y la Península Ibérica ya que, como veremos, muchos de los parecidos expuestos por los informantes son el resultado de simientes plantadas durante ese período.

La segunda gran respuesta obtenida, expuesta por dos de los cocineros entrevistados, es que el sabor *umami* de la comida española encaja con los sabores a los que están acostumbrados los japoneses. Para poder entender lo que significa tal afirmación es necesario explicar qué es el sabor *umami*, todavía bastante desconocido fuera de Japón, e introducir algunos conceptos como los diferentes componentes del umami o la “sinergia umami”. Posteriormente, en la discusión de

resultados, se explora, partiendo de las entrevistas, el umami presente en varios platos y alimentos típicos de la gastronomía española.

2. Marco teórico

2.1. Los Bárbaros del Sur: primeras relaciones España-Japón

Uno de los primeros aspectos necesarios para entender la gastronomía española en Japón son las relaciones comerciales entre ambos países y cómo, durante los siglos XVI y XVII, jugaron una parte importante en la introducción de productos, técnicas e ideas que cambiaron la sociedad japonesa. Aunque la presencia de portugueses y españoles en Japón fue prohibida antes de que se cumpliera un siglo de la llegada de los jesuitas, el impacto de los alimentos y técnicas de cocina introducidos por Portugal y, en menor medida, por España durante el período Muromachi (s. XIV-XVI) puede verse todavía en la gastronomía japonesa actual. Según uno de los cocineros entrevistados, Portugal y España son vistos en Japón con una familiaridad mayor que la de otros países europeos gracias a este pasado comercial y, según su opinión, esta familiaridad podría ser una de las razones por las que la gastronomía española parece ser tan apreciada en Japón (Anexos, págs. XIX-XX).

Cuando los jesuitas portugueses y españoles llegaron a Japón en 1543 y 1549, respectivamente, fueron nombrados 南蛮人 (*nanban-jin*) por influencia de la clasificación china que ordenaba los distintos pueblos en función de su grado de civilización. China, en el centro y la cima de dicha clasificación, permitía a los reinos tributarios -Corea, Japón y Vietnam- el uso de la lengua y escritura chinas, así como su tradición filosófica y religiosa a cambio de tributos periódicos. Al seguir el modelo civilizatorio chino, los países tributarios se consideraban civilizados, mientras que otros pueblos del norte, centro o sur de Asia eran considerados bárbaros. Por consiguiente, cuando los jesuitas europeos llegaron a las costas japonesas sin ningún conocimiento de la hegemónica tradición china, fueron considerados bárbaros del sur (*nanban*). No obstante, como nos recuerda Florentino Rodao: “En el caso japonés, las representaciones [de los españoles y portugueses] no han sido tan negativas como el término bárbaros sugiere” (Noya, 2004, pág. 14).

La imagen de España en el imaginario japonés ha sufrido cambios radicales a lo largo de la historia debido al contexto político en ambos países, aunque las relaciones nunca han sido particularmente importantes, como describe Rodao. No obstante, el comercio de Japón con la Península Ibérica dejó un importante legado culinario. Cuando los misioneros españoles y portugueses llegaron a Japón, les pareció que todo en aquel país era opuesto a lo que se estilaba en Europa, que era “el mundo al revés” (Doñas, 2022, pág. 456). Aun así, según Antonio Doñas, esta diferencia no era vista como algo malo:

Esta oposición tan radical, dice Valignano, y repiten otros misioneros, no puede ser producto de la naturaleza; es como si los japoneses “estudiaran de propósito” ser diferentes de todos los demás. Lo más admirable de ello para Valignano es que este ir “al revés de Europa”, espejo de civilización, no ha dado lugar a su contrario, la barbarie, sino que sus ritos, costumbres y ceremonias están perfectamente “puestas en razón” y los japoneses “se gobiernan como gente de mucha prudencia y policía” (Doñas, 2022, pág. 444).

Uno de los rasgos culturales que más sorpresa generaron fue la comida, como vemos en este extracto del *Sumario de las Cosas de Japón* de Alissandro Valignano, citado en el artículo de Doñas: “Y los manjares que comen son tales y guisados de tal manera, que no tienen cosa en que se parezcan ni cuanto a la sustancia ni cuanto al sabor con las cosas de Europa” (Doñas, 2022, pág. 444). Desgraciadamente, las diferencias culinarias no eran tan bien consideradas por los jesuitas ibéricos como la prudencia y cortesía antes mencionadas. Según Doñas, “los europeos, casi de manera unánime, detestan la comida japonesa”, hasta el punto de que una de las mayores problemáticas surgidas entre los jesuitas fue si debían adaptarse a la comida japonesa o, en cambio, debían forzar a los japoneses a adoptar las costumbres ibéricas (Doñas, 2022, págs. 444-449).

Naturalmente, los japoneses, especialmente los bonzos o monjes budistas, también sintieron extrañeza y desprecio por la gastronomía ibérica. El punto de mayor contención fue el consumo de carne. Según las crónicas de jesuitas y comerciantes, los japoneses apenas consumían carne ni pescado por influencia del budismo, y tenían una dieta muy austera. Pero en las pocas décadas que portugueses y españoles estuvieron en Japón, puede verse un cambio notable en las actitudes de los japoneses respecto la gastronomía ibérica. En la última obra que Valignano escribió a principios del siglo XVII encontramos este pasaje, citado en el artículo de Doñas:

[L]os Japoneses grandemente aborrecían comer toda suerte de carne que no fuese de caza; y de la misma manera universalmente aborrecían nuestros comeres, y aun se escandalizaban de saber que los Nuestros comiesen carne de vaca y de puerco; y así fue necesario por mucho tiempo abstenerse destas cosas y usar de sus comeres, que de su natural hasta se hombre costumar a ellos no son menos aborrecibles a los Europeos de lo que eran entonces a ellos los nuestros. Mas de algunos años a esta parte, con el comercio de los Portuguezes, y con la guerra tan larga que tuvieron en Coray [Corea], fueron tomando gusto en comer las galinas y las carnes de puerco y de vaca, y otros guizados nuestros, de tal manera que no hazen quasi banquete agora en que no entren algunas cosas de las nuestras (Doñas, 2022, pág. 451).

El éxito de la gastronomía ibérica se ve reflejado en la publicación de la obra titulada 南蛮料理書 (libro de la cocina *nanban*), un compendio que recogía varias recetas traídas por los jesuitas. El libro se dividía en dos partes: platos dulces y platos salados. Según Doñas, de las 45 recetas, como mínimo

15 son claramente de origen ibérico, aunque cabe destacar que la mayoría provienen de Portugal y no de España (Doñas, 2022, pág. 452). Algunos de los platos más reconocibles son el ボーロ (*bōro*), que viene del bollo o *bolo* portugués; el カステラ (*kasutera*), evolución del *bolo de Castela* o bollo de Castilla; o la 天ぷら (*tenpura*), que tiene sus orígenes en la verdura y pollo frito que se comía en España y Portugal.

Los dulces traídos por portugueses y españoles se convirtieron en un símbolo de los esfuerzos evangelizadores de los jesuitas, que los usaban para atraer a la población, poco acostumbrada a esos sabores. El consumo de carne y huevos también se popularizó mucho en aquella época pese al asco que los japoneses habían sentido por ellos. El cambio llegó incluso a figuras de la talla de Toyotomi Hideyoshi, el *shōgun* que unificó Japón durante aquellos años, quien también comenzó a consumir carne de ternera y huevos (Doñas, 2022, pág. 451).

Con la prohibición del cristianismo y la expulsión de comerciantes y jesuitas de origen portugués y español, la actitud respecto a las nuevas costumbres culinarias cambió radicalmente, llegando a prohibirse la matanza y venta de vacas o el consumo de vino, muy asociado con el cristianismo (Doñas, 2022, pág. 455). Pero el cambio ya se había producido. Muchos de los productos que quisieron ser prohibidos siguieron consumiéndose durante el período Edo (s.XVII-XIX), y la mayoría de las recetas recogidas en el libro de cocina *nanban* se popularizaron y, con el tiempo, pasaron a convertirse en alimentos típicamente japoneses.

2.2. Turismo japonés en España

Como ya se ha avanzado, el turismo es un fenómeno ilustrativo en este estudio desde varios puntos de vista. El contacto con la cultura de un país mediante el turismo suele generar una mayor familiaridad e interés por su gastronomía y, de la misma forma, el contacto con una gastronomía extranjera puede despertar el deseo de visitar el país del que proviene. Por otro lado, la atracción que un país genera como destino de turismo gastronómico puede darnos información acerca de la imagen y la fama de que goza su gastronomía. Un ejemplo claro es el de la gastronomía japonesa, que se ha convertido en un imán importantísimo de turismo extranjero. En palabras de Roger Ortuño, divulgador de la gastronomía japonesa en España:

La gastronomía, según la Organización Nacional del Turismo de Japón, es la razón número uno por la que los españoles van a Japón. Por encima del arte, los templos, la naturaleza, la moda o la arquitectura. El número uno es el turismo gastronómico (Fundación Consejo España Japón, 2022).

Japón posee una gran variedad de atractivos para los extranjeros, por lo que la afirmación de que la gastronomía es la razón principal de su visita puede resultar sorprendente, pero es innegable que el éxito de la cocina japonesa en la atracción de turismo pone de manifiesto su popularidad a nivel global. Es por eso por lo que un breve análisis de la relación entre el turismo en España y el grado de atracción que supone su gastronomía puede darnos una idea acerca de su popularidad. Tal y como destaca Noya en su estudio de la imagen de España en Japón, el turista japonés da mucha importancia a la gastronomía local (現地グルメ), por lo que las actitudes de los turistas japoneses pueden ser un buen indicativo de la popularidad de la cocina española (Noya, 2004). Según Noya, los japoneses prefieren el turismo cultural y gastronómico al de sol y playa; y, aunque los países a donde más viajan son los de la región Asia-Pacífico y Estados Unidos, España e Italia se encuentran en segunda posición respecto a los destinos que desearían visitar, aunque la distancia, el idioma y la inseguridad son factores que lo dificultan (Noya, 2004, pág. 344).

Un recurso interesante es el Informe anual sobre turismo 2019, en que se estudian las opiniones de los viajeros japoneses acerca de su país de destino (Japan Travel Bureau Foundation, 2019).⁵ Según

⁵ A pesar de que se han publicado informes posteriores al de 2019, los efectos de la pandemia del coronavirus en el turismo internacional impiden que los datos que se recogen sean de utilidad para este trabajo.

este estudio, a la hora de nombrar “aquello que más querían hacer en el país de destino”⁶ el total de los encuestados seleccionaron “comer buena comida”⁷ por encima de cualquier otra cosa, con un 18,9% (Japan Travel Bureau Foundation, 2019, pág. 43). En el caso de los encuestados que habían visitado España (59 personas), el número de personas que seleccionaron la comida como aquello que más deseaban hacer en el país de destino fue solo un 10,9%. En cambio, España fue el país que obtuvo el porcentaje más alto en el apartado “ver lugares de interés cultural”⁸ con un 43,2%, frente al 16,3% total.

Aunque los porcentajes obtenidos por este estudio parecen rechazar de lleno la posibilidad de que España sea un destino del turismo gastronómico japonés, deben ponerse en contexto. Para empezar, el tipo de pregunta obligaba a los encuestados a escoger uno solo de los elementos ofrecidos, por lo que es predecible que la enorme popularidad de los “lugares de interés cultural” españoles en Japón -especialmente la Sagrada Familia y el modernismo- supere a la gastronomía independientemente de su aceptación.

Por otra parte, los países que superaban la media en el apartado gastronómico eran, en orden decreciente: Taiwán, Corea del Sur, Hong Kong y Tailandia, todos ellos países próximos a Japón. Sucede lo contrario con los países europeos, entre los que Italia es el país con un porcentaje más alto con un 13,9%, bastante inferior la media (18,9%). Dado que la popularidad de la gastronomía italiana en Japón es indiscutible, estos datos no deberían entenderse como una falta de interés por su gastronomía, sino como consecuencia de otros factores como el elevado coste del viaje o el atractivo turístico de los países europeos, que supera el interés en su gastronomía.⁹ Tomando esto en cuenta, el porcentaje de encuestados que destacaban la gastronomía entre las razones para visitar España es considerablemente alto, ya que es el segundo más elevado de Europa, después de Italia y por encima de Francia.

⁶ 旅行先（国・地域）別の最も楽しみにしていたこと。

⁷ おいしいものを食べること。

⁸ 文化的な名所を見ること。

⁹ Según el mismo estudio, los países con un porcentaje superior a la media en el apartado gastronómico eran cuatro de los seis destinos en que los viajeros habían gastado un menor presupuesto (Japan Travel Bureau Foundation, 2019, pág. 47). Además, los países europeos siguen un patrón muy similar en que el porcentaje de encuestados que eligió los lugares de interés cultural es superior a la media, mientras que la elección de la gastronomía es bastante inferior.

Otra de las preguntas que aparecen en el estudio es acerca de las actividades que los encuestados habían disfrutado durante su visita.¹⁰ A diferencia de la anterior, este apartado era multirrespuesta, por lo que los encuestados no debían escoger una única opción. Los participantes que habían viajado a España nombraron la gastronomía como una de las cosas que más habían disfrutado en un 56,10%, un 7% más que la media de países (Japan Travel Bureau Foundation, 2019, pág. 48). Este resultado lo sitúa en cuarta posición respecto a la gastronomía, por encima de países como Italia, Francia o Tailandia, lo que apunta a que los japoneses que visitaron España quedaron satisfechos con la experiencia culinaria. Aunque factores como el bajo número de encuestados nos obliga a tomar con pinzas los resultados, la imagen que nos muestran parece apuntar a que muchos japoneses descubren una gran afinidad con la gastronomía española cuando la prueban por primera vez.

Lo mismo puede verse en el estudio de Noya acerca de la imagen de España en Japón, en que los encuestados satisfechos con su visita a España, el 91%, nombraron la comida como una de las principales razones (Noya, 2004, pág. 280). Entre el 9% de encuestados que quedaron insatisfechos, solo un 16% señaló la comida como motivo principal, un número relativamente pequeño que puede deberse a las diferencias culinarias entre ambos países o unas expectativas incumplidas, entre otros (Noya, 2004, pág. 281). Aun así, por lo general podemos aceptar los resultados que afirman que: “Lo que más gusta de nuestro país son los edificios históricos-museos (74%), la cultura y tradiciones (74%) y la buena comida (70%)” (Noya, 2004, pág. 276). Si los comparamos con los resultados del Informe anual sobre turismo, veremos que los resultados son similares. La conclusión que parecen sugerir estos dos estudios es que la gastronomía española es uno de los principales motivos de satisfacción entre los japoneses que han visitado España, pero sigue siendo menos importante que los atractivos culturales y los lugares turísticos.

Uno de los testimonios recogidos por Hida y Coenders en su estudio acerca del turismo gastronómico japonés en las zonas rurales catalanas lo resume perfectamente: “I would rather join a heritage tour than a gourmet tour, but if it is combined, it is great!” (Hida & Coenders, 2016, pág. 49). En dicho artículo también se destaca la familiaridad que los turistas japoneses tienen con la gastronomía española:

Japanese travelers have deep familiarity with Spanish foods in general. This is because of the taste and ingredient similarities with Japanese food, of the current fashion of Spanish food and culture in Japan, and of the availability of Spanish restaurants in Japan (Hida & Coenders, 2016, pág. 50).

¹⁰ 現地で楽しんだ活動。

Según estos autores, la similitud entre ambas cocinas, que trataremos más adelante, así como esa familiaridad garantiza a los turistas japoneses que la “comida local” que degustarán en España será de su agrado. El contacto que tienen en Japón con la gastronomía española, que describen como “*great exposure*”, también conlleva unas expectativas que, como se ha mencionado anteriormente, pueden generar una experiencia insatisfactoria (Hida & Coenders, 2016, pág. 50).

2.3. Umami

Durante las entrevistas realizadas en el trabajo de campo, el término japonés うま味 (*umami*) aparece en diversas ocasiones, a menudo mencionada como uno de los puntos en común entre la gastronomía japonesa y la española. Esta palabra de origen japonés es cada vez más popular en el ámbito gastronómico y académico, pero fuera de Japón sigue siendo relativamente desconocida. El término *umami* fue acuñado por el químico japonés Ikeda Kikunae a principios del siglo XX después de una serie de experimentos que le llevó a descubrir un sabor completamente nuevo. Durante su estancia en Europa, Ikeda tuvo la oportunidad de probar varios alimentos que a mediados del período Meiji (s. XIX-XX) no se encontraban en Japón como el tomate, el queso, los espárragos o la carne. Y se percató de que todos ellos poseían un sabor que no era dulce, salado, ácido o amargo; y que no podía ser entendido como resultado de una combinación de esos cuatro sabores básicos (Ninomiya, 2020, pág. 4). Al volver a Japón, comprobó que ese sabor también se encontraba en el 昆布出汁 (*dashi* de *konbu*), y comenzó a investigar cual era el compuesto químico detrás de ese sabor.

El *dashi* es un tipo de caldo central para la gastronomía japonesa por su uso como base para todo tipo de platos que, a diferencia del caldo usado en la gastronomía española, se prepara hirviendo durante muy poco tiempo un número bastante reducido de ingredientes (San Gabriel, Rains, & Beauchamp, 2024, pág. 184). El *dashi* en que se centró Ikeda fue el de alga *konbu*, un tipo de alga muy utilizada en la gastronomía japonesa que, tras un proceso de secado, puede añadirse entera o pulverizada al agua caliente para generar un caldo muy sabroso.

Tras varios experimentos con el *dashi* de *konbu*, Ikeda logró aislar cristales de ácido glutámico, un aminoácido que había sido descubierto algunos años antes en Alemania. Propuso que ese nuevo sabor que había notado en Europa y en el *dashi* de *konbu* se debía al ion del ácido glutámico, y lo llamó “umami” (Ninomiya, 2020, pág. 4). Ikeda describió el sabor umami como “the peculiar taste we feel as *umai*”, un término japonés que suele traducirse como “sabroso” en español; y como *savory*, *meaty* o *brothy* en inglés (San Gabriel, Rains, & Beauchamp, 2024, pág. 2). Al ser un sabor que no podía entenderse como la mezcla de los cuatro sabores básicos conocidos hasta el momento -salado, dulce, ácido y amargo-, y encontrarse en una gran variedad de alimentos, Ikeda propuso que se trataba del “quinto sabor básico”.

Varios científicos rechazaron esta idea basándose en varias características que los cuatro sabores básicos compartían pero no se encontraban en el umami, como que ninguna otra cultura lo había detectado nunca, que se trataba de un sabor demasiado sutil y difícil de percibir, y que no parecía ser un indicador de un nutriente beneficioso para los humanos, lo que daría una explicación evolutiva

para la percepción de dicho sabor en los alimentos (San Gabriel, Rains, & Beauchamp, 2024). Ciertamente, tal y como reconoce Ninomiya, la pregunta “qué tipo de sabor es el umami” sigue siendo difícil de responder y, aunque en Japón este sabor es enseñado tanto en las escuelas de primaria como en las academias de cocina, es difícil ofrecer una descripción precisa (Ninomiya, 2020, pág. 4). Según Ninomiya, su sabor recuerda al del dashi, y algunas de sus características son su durabilidad, superior al resto de sabores básicos; la sensación de que se extiende por toda la lengua; o la secreción de saliva que genera. Algunos de los chefs extranjeros lo han definido usando expresiones como: *savory, delicate, mouth watering, earthy, mushroom-like, lingering, subtle, ambiguous* o *fullness of taste*, pero sigue sin haber una definición precisa de su sabor (Ninomiya, 2020, pág. 8).

Pese a su aparente inefabilidad, el interés despertado por el umami ha crecido imparable. Durante la década de 1970’ se fundó la *Society for Research on Umami Taste* (うま味研究会), un organismo destinado a investigar el quinto sabor desde varias disciplinas como la bioquímica, la fisiología del gusto y la nutrición (Society for Research on Umami Taste, 2023). Los simposios y publicaciones que siguieron a su creación ayudaron a estimular la investigación sobre el umami en todo el mundo, y lograron el reconocimiento de la palabra como término científico. Posteriormente, el descubrimiento de receptores del sabor específicamente vinculados con los aminoácidos, conocidos como *umami receptors*, ha reforzado la idea de que se trate del quinto sabor básico como postuló Ikeda hace más de un siglo.

Based on scientific studies on the umami taste receptor on the tongue, published after 2000, proof of the existence of glutamate receptors has made it widely accepted that umami is a basic taste, along with sweet, sour, salty, and bitter. It is important to note that taste here is limited to the receptor reaction and different from flavor, which is a broader construct that includes the perception not only of taste but mainly aroma and also feelings such as heat or cooling. For chefs, this understanding of glutamate receptors (...) underscored what they already knew but couldn’t precisely explain. Chefs and cooks around the world have always cooked using umami-rich sources because they were simply delicious. Now the science caught up to explain the pleasurable umami taste from a chemosensory perspective (San Gabriel, Rains, & Beauchamp, 2024, pág. 184).

Después de que Ikeda descubriera el umami y su relación con el ácido glutámico a partir del dashi de konbu, estudios posteriores demostraron que, tal y como Ikeda intuyó en su viaje a Europa, el tomate, el queso y los espárragos son alimentos con una gran concentración de ácido glutámico. Debido al papel que jugó en su descubrimiento, el ácido glutámico suele asociarse con el alga konbu, pero también está presente en verduras como la cebolla, el ajo, la zanahoria, la col, el *daikon* y el tomate, una de las hortalizas en que encontramos una mayor concentración (Odashi Koubou, 2018). Dicha concentración puede multiplicarse hasta diez veces en el caso de los tomates secos típicos de la

gastronomía mediterránea, que se convierten, con el proceso de secado al sol, en un alimento con un sabor umami muy potente (Ninomiya, 2020, pág. 4).

El tomate seco nos da una pista de los cambios que experimentan algunos alimentos mediante procesos de secado, fermentación o ahumado que tradicionalmente se han usado como métodos de conservación y, posteriormente, por el excelente sabor que aportan (San Gabriel, Rains, & Beauchamp, 2024, pág. 167). Algunos ejemplos serían la salsa de soja, el *miso* o el jamón curado, del que hablaremos más adelante, pero sobre todo el queso (Inshokuten Dottokomu, 2021). El método de fabricación, el tiempo de curado o el tipo de hongos usados son elementos de los que depende la concentración de ácido glutámico en cada tipo de queso, pero todos ellos destacan por su elevada cantidad. Los estudios acerca de los quesos de más renombre han concluido que el *parmigiano reggiano* es la clase con mayor concentración, seguido del queso *comté* y, en tercera posición, el queso cabrales asturiano (San Gabriel, Rains, & Beauchamp, 2024, pág. 186).

Desde el descubrimiento de Ikeda se ha comprobado que el glutámico no es el único ácido que genera un sabor *umami* en los alimentos. Actualmente se considera que los principales componentes o 成分 (*seibun*) del *umami* son tres: el ácido glutámico, el ácido inosínico y el ácido guanílico. El ácido inosínico fue el segundo compuesto en ser descubierto, y fue aislado por primera vez por un discípulo de Ikeda, que trabajó con el カツオ出汁 (*dashi de katsuobushi*) (Ninomiya, 2020, pág. 4).

El 鰹節 (*katsuobushi*) es, como el alga konbu, un ingrediente fundamental en la gastronomía japonesa por el dashi que produce, base de una gran variedad de platos tradicionales. En español suele traducirse como “hojuelas de bonito”, y se trata de una pieza de bonito que, después de un proceso de cocción, ahumado y fermentado, es cortado tan finamente que parece moverse en contacto con el aire. Su presentación más reconocible fuera de Japón es como guarnición en platos como el *takoyaki*, pero su importancia radica en el sabor umami que aporta como condimento o como ingrediente principal del dashi. Se caracteriza por un sabor ahumado fruto del proceso de fermentación y ahumado al que se expone el atún y, de la misma forma que las algas konbu son el alimento más representativo del ácido glutámico, el *katsuobushi* lo es del ácido inosínico.

La imagen que los japoneses suelen tener del ácido glutámico y el inosínico puede entenderse claramente con la siguiente cita de *Respiración*:

Respiración) Igual conoces el ácido glutámico y el ácido inosínico... el umami. Inosínico, glutámico; *Mar y montaña*. El mar sería el inosínico. En la montaña hay mucho ácido glutámico. Como en el tomate. La misma dicotomía entre el katsuo y el konbu. El konbu tiene glutámico y el katsuo tiene inosínico (Anexos, págs. XI, XII).

Como veremos más adelante, los japoneses, especialmente aquellos con formación o interés en la gastronomía, tienen casi siempre nociones básicas acerca del umami y sus componentes, algo que los diferencia de sus homólogos en el extranjero, que hasta hace poco no solían poseer dichos conocimientos. No obstante, las nociones que tienen de este tema no siempre son exactas o, como podemos ver en la cita anterior, simplifican una realidad bastante más compleja. La dicotomía entre ácido inosínico y glutámico como mar y montaña es correcta hasta cierto punto, pero ignora cómo muchos alimentos que entrarían en la categoría “montaña” cuentan con una abundante cantidad de ácido inosínico. El ejemplo más claro sería la carne de animales como el cerdo, el pollo, la ternera y el cordero, todos ellos alimentos ricos en ácido inosínico y tradicionalmente asociados con la montaña (San Gabriel, Rains, & Beauchamp, 2024, pág. 103). Aun así, sigue asociándose con el mar debido a su identificación con el katsuobushi y a que muchos de los pescados más valorados en la gastronomía japonesa son también ricos en ácido inosínico.

El tercer gran componente del umami sería descubierto décadas después por otro científico japonés llamado Kuninaka Akira. El ácido guanílico se asocia principalmente con las 干し椎茸 (*hoshi-shiitake*), setas *shiitake* deshidratadas (San Gabriel, Rains, & Beauchamp, 2024, pág. 191). A pesar de ser el tercer componente principal del umami, se encuentra en un número menor de alimentos, por lo que no es tan conocido. Algunos alimentos ricos en ácido guanílico son ciertos tipos de setas, el tomate seco, el erizo de mar y las algas *nori* japonesas (Washoku no Umami, 2022). En las entrevistas de este trabajo no aparece mencionado, pero su papel como fuente de umami es esencial para entender la popularidad de las setas *shiitake*, así como del dashi que se prepara con ellas y alga konbu.

Como podemos observar, el dashi es un plato estrechamente ligado con la gastronomía japonesa y con el umami en general.

The core flavor of many Japanese recipes is the umami taste from dashi soup stock. The extraction of umami substances when preparing the stock from traditional ingredients—dried kelp, dried bonito, or dried shiitake mushrooms—in combination with such products as vinegar, miso, or soy sauce intensifies the flavor of seasonal and fresh local ingredients (San Gabriel, Rains, & Beauchamp, 2024, pág. 167).

Otra característica muy importante a la hora de entender el quinto sabor es el *umami synergism* o sinergia umami. Este término fue acuñado por Kuninaka, el científico que descubrió el ácido guanílico, y hace referencia a la forma en que el sabor umami del ácido glutámico se multiplica al añadirle ácido inosínico o guanílico (Ninomiya, 2020, pág. 4). El ejemplo más fundamental es el del dashi:

[The umami synergism] also explains why dashi, the base stock in Japanese cooking, is so tasty despite being made from only two ingredients that are cooked for a short

period of time: the kombu contributes glutamate, and either the katsuobushi contributes inosinate or, in vegetarian dashi, dried shiitake mushrooms contribute guanylate (San Gabriel, Rains, & Beauchamp, 2024, pág. 191).

La mejora que experimentan los platos al combinar dos componentes del umami es un hecho probado recientemente por la ciencia, pero las tradiciones culinarias de todo el mundo hace siglos que descubrieron este fenómeno, por lo que podemos ver innumerables ejemplos de la sinergia umami por todo el globo. En Japón, el *ramen* combina el dashi de konbu (ácido glutámico), con la carne de cerdo (inosínico); en China, las *gyoza* o *jiaozi* combinan la col (glutámico) con la carne de cerdo (inosínico); en Italia, la pasta boloñesa combina el tomate (glutámico) con la carne de ternera (inosínico) (Odashi Koubou, 2018). En el caso de España, la paella también combina el ácido glutámico del tomate y las verduras con el ácido inosínico de la carne de pollo o, en su versión más conocida en Japón, del marisco. Como veremos más adelante, la opinión que tienen muchos japoneses de que el umami de la gastronomía española encaja con el paladar japonés se debe en parte a la paella.

El último punto que haría falta destacar en esta introducción acerca del umami es su función como potenciador del sabor. Ikeda Kikunae, el descubridor del umami, también fue la primera persona en patentar el proceso de producción del glutamato monosódico o MSG, una de las sales derivadas del ácido glutámico con más sabor umami (Ninomiya, 2020, pág. 4). A pesar de que el ácido glutámico y sus sales no tienen un sabor claramente reconocible, intensifican el resto de los sabores de un plato o producto, y ayudan a reducir la cantidad de sal necesaria sin que el sabor final se resienta. Consciente del éxito que un compuesto así podía llegar a tener, Ikeda fue uno de los fundadores de la empresa 味の素 (lit. origen del sabor), la primera en comercializar el glutamato monosódico como potenciador del sabor.

A partir de la Segunda Guerra Mundial, su uso se extendió fuera de Japón a restaurantes, industrias alimentarias e incluso el ejército estadounidense; aunque la controversia conocida como “*Chinese restaurant syndrome*” hizo que se extendiera la percepción de que era un ingrediente nocivo para la salud (San Gabriel, Rains, & Beauchamp, 2024, pág. 13). Aunque su uso como especia a la hora de cocinar no es común en España, el glutamato monosódico es ampliamente usado como aditivo alimentario con el código E-621 en todo tipo de productos salados, ya que realza el sabor de los ingredientes y sirve como sustituto de la sal. Suele usarse en combinación con las sales del ácido inosínico (E-630) y/o las sales del ácido guanílico (E-626), ya que gracias a la sinergia *umami* su efecto se multiplica al combinarlos.

Como hemos visto, a pesar de que el “quinto sabor básico” fue descubierto en Japón hace más de un siglo, no fue reconocido por la ciencia occidental hasta 1985 (San Gabriel, Rains, & Beauchamp, 2024). Debido a este desfase temporal, la percepción del sabor umami por el público general está

mucho más extendida en Japón, donde los frutos de las discusiones académicas llevan décadas presentes en los medios de comunicación, libros de cocina y publicidad. Especialmente en Internet, es sorprendente la cantidad de páginas dedicadas a divulgar todo lo que tenga que ver con el umami, especialmente aquellas que enseñan acerca de los tres componentes principales y los alimentos más representativos de cada uno. Muchas de estas páginas divulgadoras pertenecen a empresas productoras de alimentos como el katsuobushi o el konbu, pero también a las empresas fabricantes de potenciadores del sabor como el glutamato monosódico.

Algunas de los recursos que más útiles han resultado para este trabajo han sido publicados por la 日本うま味調味料協会, la Asociación de Fabricantes Umami de Japón, y el *Umami Information Center*, un centro de investigación vinculado con la Asociación de Fabricantes cuyo lema es “Compartiendo umami con el mundo” (Umami Information Center, 2024). De hecho, la investigación en umami, un tema en espectacular crecimiento los últimos años suele estar financiada por este tipo de organizaciones (San Gabriel, Rains, & Beauchamp, 2024). Por esta razón, a pesar de que los resultados de las investigaciones no deberían ponerse en duda, no está de más tener en cuenta que las organizaciones que investigan acerca del umami a menudo están vinculadas económicamente con la industria de los aditivos alimentarios.

El éxito de los esfuerzos divulgadores de esta industria se ve en la familiaridad de la población japonesa con el término umami, presente en todos los niveles de la gastronomía japonesa actual, desde el menú de los restaurantes más noveles hasta los libros, vídeos y programas de televisión dirigidos al gran público. Es frecuente, por ejemplo, que las recetas expliquen cómo realzar el sabor umami de los ingredientes, o que esperen que el lector tenga un conocimiento básico de los distintos componentes umami, así como los alimentos más representativos de cada uno. No obstante, debemos entender que, pese a que la población esté familiarizada con estos conceptos, su conocimiento suele ser superficial. Como veremos más adelante, no es inusual que individuos con largas carreras en la gastronomía confundan algunos conceptos y llamen ácido glutámico al inosínico y viceversa.

3. Discusión de resultados

3.1. ¿Es popular la gastronomía española en Japón?

Tras realizar las cinco entrevistas, la respuesta a esta pregunta es quizá la más clara de todas las que se han planteado en este trabajo, pero también la menos concreta: la gastronomía española es mucho más popular que en el pasado, pero aún tiene margen para crecer. Esta respuesta no nos dice cómo de popular es con exactitud, por lo que deberemos indagar un poco más comparando las respuestas de los informantes con los datos contextuales arriba descritos. Los dueños del restaurante *Casa de Live Kanazawa*, el más antiguo de la ciudad, han visto cómo la cocina española ganaba popularidad en Japón desde que abrieron en 1978. La respuesta de su dueña lo deja claro: “Ahora sí. Depende de la persona, pero ahora es mucho más popular que cuando abrimos. Antes no había nada. Ahora todo el mundo conoce el ajillo o la tortilla, pero nosotros fuimos los primeros” (Anexos, pág. XXV).

Lo mismo opinaba *Respiración*, quien afirmó que cuando abrió junto a sus compañeros el restaurante *Blanco*, que ya no regentan, tenían muchas dudas:

Pregunta) A pesar de que Kanazawa no es una ciudad muy grande, me sorprendió ver que había bastantes restaurantes de comida española.

Respiración) Sí, aunque solo hay unos ocho.¹¹ Pero antiguamente solo había dos: *Casa de Live* y *La Mola*. Luego vino *Arroz* y nosotros con un restaurante que se llamaba *Blanco*, aunque ya lo dejamos. (...)

P) ¿En aquel momento dudaban de si podría tener éxito?

R) Sí, teníamos muchas dudas. En aquel momento estábamos ansiosos, pero como la comida que probamos en España era tan y tan buena, pensamos que sí o sí debía tener éxito en Japón. Porque nos pareció deliciosa. Y también porque tenía arroz, por la paella.

P) ¿En serio? ¿Entendieron que la comida española se haría más popular por lo buena que les pareció?

R) Exacto. Seguro que en Japón se populariza. Lo entendimos enseguida. En esa época no había cosas así de buenas. En aquel momento el paladar japonés no estaba tan refinado, pero entendimos que si los japoneses probaban la comida española les gustaría.

P) Pues parece que así ha sido.

¹¹ En este cómputo incluye al restaurante *La Mola*, situado un pueblo de la periferia de Kanazawa.

R) Sí, se ha hecho realidad. (Anexos, pág. XVIII)

Otra opinión que resulta interesante es la de *Sonrisa*, quien afirma que la gastronomía española está en crecimiento, pero que aún tiene que volverse más popular:

Pregunta) ¿Diría que la comida española es conocida si la comparamos con la de otros países europeos?

Sonrisa) Creo que es fácil de comer, en el sentido de que la forma de realzar y mantener el sabor de los ingredientes encaja con las preferencias de los japoneses, pero creo que aún no es tan conocida. De ahora en adelante creo que se irá popularizando. Creo que todavía hay mucha gente que no la conoce, así que de cara al futuro. Como a los japoneses les gustan los fideos, los espaguetis y la pasta italiana entraron y se popularizaron antes. Desplazarla de esa posición creo que es bastante difícil. Aunque puede que haga falta algo de tiempo para que la comida española se introduzca por completo en Japón, creo que los japoneses la irán aceptando durante los próximos años. (Anexos, pág. XXIX, XXX)

Esta última respuesta, un poco menos optimista, podría deberse a que el cocinero del *Sonrisa* no tiene tantos años de experiencia en el sector. Las dos primeras respuestas vienen de individuos que llevan más tiempo trabajando en restaurantes de comida española, por lo que han podido ver cómo el número de restaurantes crecía con los años. Para ellos, el número de establecimientos es claramente superior al que había cuando empezaron, por lo que su respuesta es que, indudablemente, la gastronomía española ha crecido en popularidad. En este último caso, en cambio, el entrevistado lleva pocos años dedicándose a la gastronomía española, por lo que la idea de que en Kanazawa haya siete restaurantes no le sugiere la misma sensación de crecimiento. Además, la experiencia del entrevistado en otros géneros culinarios como la comida japonesa, la francesa o el *yakiniku* hace que compare la popularidad de todos ellos.

Ciertamente, si comparamos la popularidad de la cocina española con la francesa o la italiana, la española parece claramente la menos conocida. Eso expuso *Ochenta y Ocho*, el único que pudo ofrecer unas cifras inciertas pero ilustrativas:

Ochenta y Ocho) Pero de todas formas la gastronomía española no es tan popular como la francesa o la italiana. Sigue siendo relativamente rara. No estoy seguro de si estos datos son correctos o no, pero un colega cocinero me dijo que hace unos 10 años en Japón había aproximadamente 20.000 restaurantes de comida italiana. En cambio, según esa estadística, solo había 5.000 restaurantes de comida española. (Anexos, pág. XX)

Esta estadística, que no he sido capaz de encontrar, muestra una dominación clara de la gastronomía italiana, algo que podemos confirmar si visitamos cualquier buscador de restaurantes en línea. En algunos pueden consultarse el número de restaurantes de cada estilo, lo que puede darnos

una idea general de la popularidad de cada uno. Según los buscadores de restaurantes más usados en Japón (*Tabelog*, *Rakuten Gurunabi* y *Retty*), los restaurantes italianos son los más numerosos entre los de países europeos, mientras que los franceses serían los segundos y los españoles los terceros.¹² Aunque encontramos el mismo orden en las tres páginas, las cifras que ofrecen cada una son muy dispares, lo que podría deberse a diferencias considerables tanto en sus bases de datos como en la forma en que se catalogan los establecimientos.¹³ Otro problema que encontramos es el elevado número de restaurantes categorizados con los términos 西洋料理 (comida occidental) y 洋食 (comida occidental adaptada al paladar japonés), que ofrecen todo tipo de platos franceses, estadounidenses, españoles o italianos.

La mezcla de comidas de varios países, algo que también puede verse en Europa con los restaurantes de “comida asiática”, hace más difícil calibrar la popularidad de la gastronomía de un país en particular, pero nos permite ver el éxito que han tenido platos particulares. Los platos españoles que suelen encontrarse en este tipo de restaurantes suelen ser los más populares, aquellos que los entrevistados consideran parte de la imagen típica de la comida española: paella, tortilla, ajillo y jamón (Anexos págs. VII, XVI, XXVI, XXX). Al buscar en las páginas anteriores, los platos ofrecidos en más restaurantes son la パエリア (paella) y el アヒージョ (ajillo), presentes en las cartas de todo tipo de restaurantes, sean de comida española o no. Según *Tabelog*, en todo Japón hay 1.461 restaurantes de comida española, mientras que 5.400 ofrecen paella y 24.036 sirven ajillo, casi veinte veces más. La popularidad del ajillo es un ejemplo claro de cómo algunos platos han tenido tanto éxito en Japón que han trascendido la categoría de gastronomía española para convertirse en platos que pueden disfrutarse en todo tipo de restaurantes. Parte de la popularidad del ajillo podría deberse a su practicidad, pues requiere mucho menos tiempo y esfuerzo que la paella, y puede prepararse con los ingredientes típicos del restaurante o la región, especialmente pescados y mariscos. Podemos observar el crecimiento de su notoriedad con *Google Trends*, una función de *Google* que nos permite consultar el número de búsquedas acerca de uno o más términos en todo el mundo o, como en este caso, en un solo país como Japón:

¹² Pueden consultarse las cifras mencionadas en las siguientes direcciones:

<https://tabelog.com/>

<https://gurunabi.com/ja>

<https://retty.me/>

¹³ Por ejemplo, en *Tabelog* aparecen 34.000 italianos, 11.092 franceses y solo 1.461 españoles. Mientras que en *Rakuten Gurunabi* las cifras son más similares a las mencionadas por *Ochenta y Ocho*: 18.501 italianos, 10.479 franceses y 5.077 españoles.

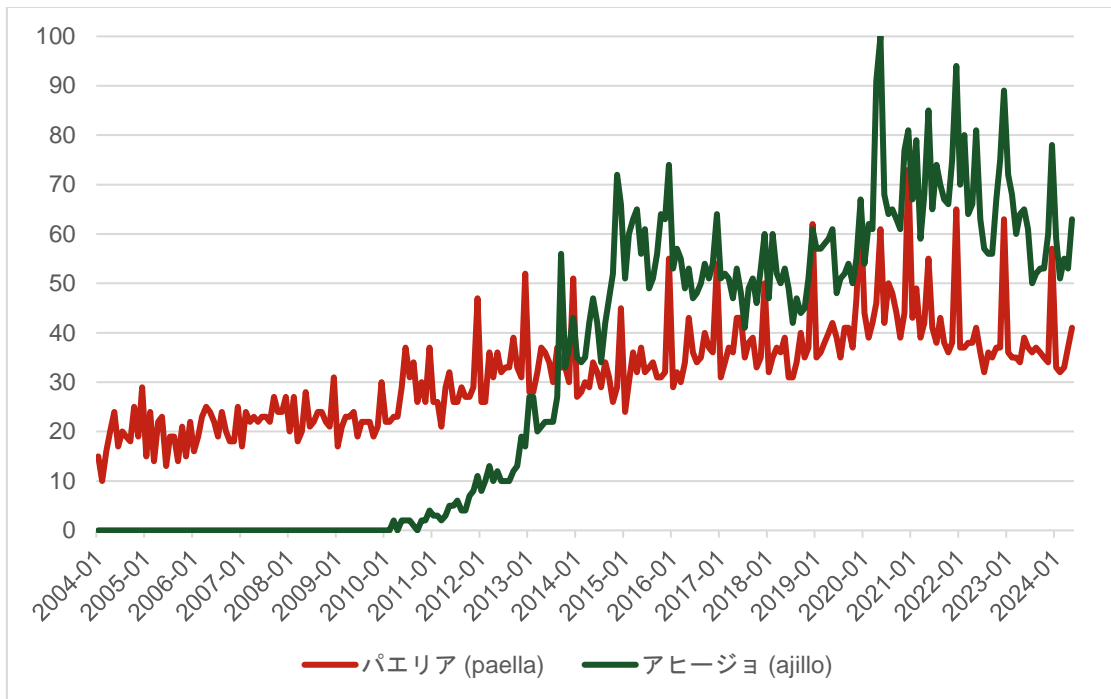


Figura 1 Evolución de las búsquedas de los términos パエリア (paella) y アヒージョ (ajillo) en Japón entre 2004 y 2024. Elaboración propia a partir de datos obtenidos de (Google Trends, 2024).

Como vemos en el gráfico, el ajillo (rojo) era un plato prácticamente desconocido en Japón, tal y como dijo la dueña de *Casa de Live Kanazawa*, hasta que a principios de la década de 2010 empezó a crecer exponencialmente. Actualmente ha superado a la paella como el plato de comida española más buscado, pero no podemos atribuir este hecho únicamente a su popularidad, ya que la familiaridad que los japoneses tienen con la paella seguramente hace innecesaria su búsqueda en muchos casos. Aun así, su crecimiento es sorprendente y refuerza los datos obtenidos a través de los buscadores en línea. Actualmente las búsquedas de 生ハム (jamón curado) también son superiores a las de paella, pero hay que tener en cuenta que este plato no es exclusivo de España, y en muchos supermercados japoneses encontramos paquetes de *prosciutto* de origen italiano.

Google Trends también nos permite comparar el número de búsquedas que reciben la comida española, la francesa y la italiana en Japón. En el siguiente gráfico podemos ver como la gastronomía española (rojo) ocupa una segunda posición bastante clara.

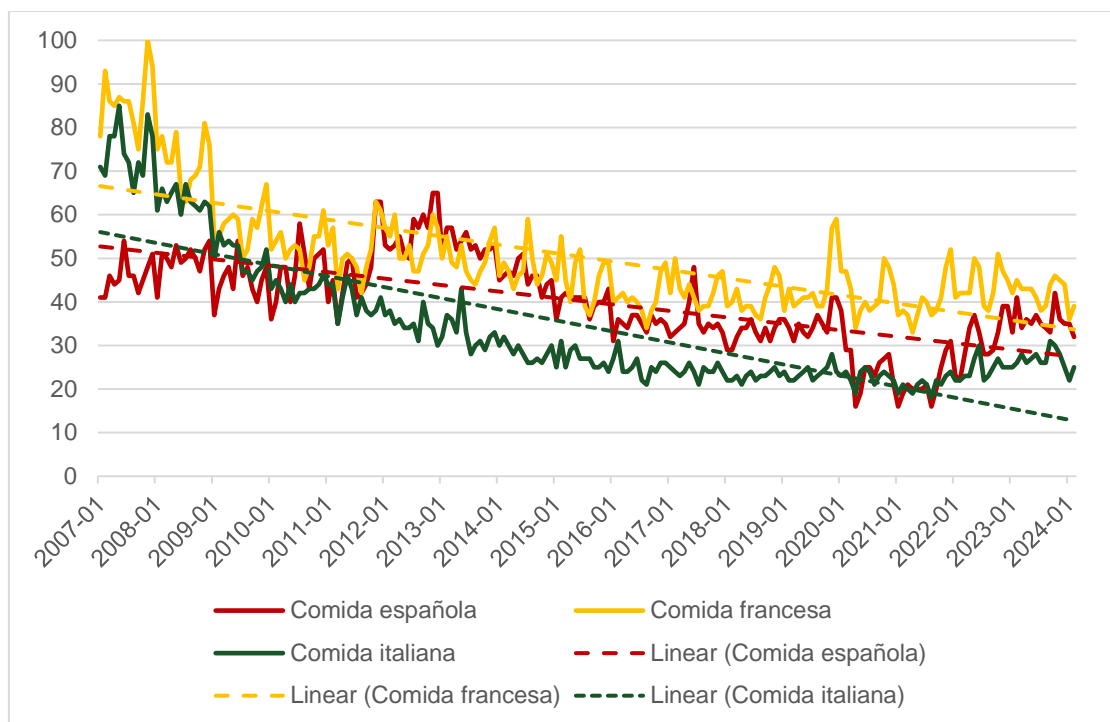


Figura 2 Evolución de las búsquedas de los términos ス페인料理 (comida española), フランス料理 (comida francesa) y イタリア料理 (comida italiana) entre los años 2007 y 2024 en Japón. Elaboración propia a partir de datos obtenidos de (Google Trends, 2024).

A diferencia de lo que habíamos observado anteriormente por el número de restaurantes, la primera posición la tiene la comida francesa, por encima de la italiana. Esta discrepancia puede deberse de nuevo a la familiaridad que los japoneses tienen con la gastronomía italiana, algo que comentó *Respiración*:

Respiración) Y el problema con la comida italiana es que comprar pizza, pasta o tiramisú se popularizó demasiado. Se come demasiado. Además, grandes compañías producen comida italiana que se puede comer hasta en supermercados y *konbini*.¹⁴ Por lo que se convirtió en algo demasiado cotidiano. Como tiene mucha calidad y es barato, puedes comer tanto como te apetezca. Por eso dejó de ser un tipo de comida que la gente quiera ir a comer a un restaurante. Pero la comida española no se ha extendido a ese nivel (Anexos pág. XIV).

Ciertamente la comida italiana puede encontrarse por todo Japón a un precio muy económico, como en la cadena de restaurantes familiares de comida italiana サイゼリヤ (*saizeriya*), que cuenta con más de mil establecimientos (Saizeriya, 2023). La cocina española, por otra parte, no se ha extendido

¹⁴ Tienda de alimentación de tamaño menor a un supermercado en el que es común comprar comida preparada. Las tres cadenas más grandes son 7-Eleven, Family Mart y Lawson.

tanto, lo que permite que siga siendo, según su opinión, una comida más “de ocasión”. Lo mismo opinaba *Casa de Live*, quien afirmó que la mayoría de los clientes acuden por una ocasión especial como cumpleaños o citas (Anexos pág. XXVI). Como podemos ver en el gráfico, durante los 20 años desde que existen estos registros en *Google*, el número de búsquedas de las tres cocinas estudiadas ha tenido una tendencia descendiente. De las tres, la comida española es la que tiene una línea de tendencia menos pronunciada, algo que podría indicar que suscita un interés más constante o que los japoneses tienen una menor familiaridad con ella.

En la comparación con la cocina francesa, cabe recalcar que una ventaja que ofrece la gastronomía española es que no se asocia con el lujo y formalidad de la francesa, lo que permite un uso más casual y desenfadado:

Pregunta) ¿Por qué cree que la cocina española se ha vuelto popular?

Respiración) La paella es lo primero, por supuesto. Luego está el *umami*. Y luego quizás también gracias a su informalidad. Los bares y demás. La comida francesa es un poco... [*hace gestos de comer en un ambiente muy formal o elegante*] (Anexos pág. XIV).

Pregunta) ¿Cree que está más cerca que la comida francesa?

Sonrisa) Creo que sí. La comida francesa es un poco como si hubiera que ir de traje, hacer así [*hace gesto de comer en un ambiente muy formal o elegante*], comer sin hacer mucho ruido... Pero aquí, si armas un poco de jaleo mientras bebes no pasa absolutamente nada. Eso me gusta mucho. Creo que es un punto a favor (Anexos pág. XXIX).

En la página web de la compañía de encuestas *MyVoive Enquete Library*, una de las más importantes en Japón, podemos ver los resultados de una serie de encuestas realizadas entre 2007 y 2023 acerca de los géneros culinarios más populares en Japón. Según los resultados obtenidos el 2007 y 2012, la gastronomía española ocupaba la sexta posición entre los países extranjeros, mientras que en las ediciones de 2015 en adelante la cocina española había ascendido al quinto puesto (MyVoice Enquete Library, 2023). En la edición de 2023, ante la pregunta de qué cocinas eran de su agrado, un 62,2% de los encuestados seleccionaron la china, la más popular por encima de la italiana (48,3%), francesa (22,3%), coreana (20,1%) y española (14,6%). Es necesario remarcar que los porcentajes de todas las gastronomías han descendido desde el 2007, especialmente en el caso de Italia (del 65,4% al 48,3%) y Francia (del 33,1% al 22,3%). La gastronomía española, en cambio, ha aumentado en las dos últimas ediciones, pasando de un 14,2% en 2007 al 14,6% actual (MyVoice Enquete Library, 2023). Aunque la variación es pequeña, la tendencia observada contrasta con la de otros países y parece

indicar que, como afirmaron los informantes, la popularidad de la gastronomía española sigue creciendo.

Otra encuesta muy interesante es la realizada por la compañía de encuestas *YouGov*, en la que se consultó a individuos de todo el mundo acerca de la gastronomía de 34 países distintos. Según sus resultados, Japón es el país que menos disfruta la cocina extranjera (Smith & Sanders, 2019). Como vemos en la siguiente tabla, la comida española recibió un 64% de aceptación, lo que la coloca en sexta posición entre las de los países extranjeros después de China, Italia, Francia, Corea y Tailandia. Según los datos obtenidos mediante esta encuesta, la gastronomía española es la sexta más valorada en todo el mundo con una media de 68%, por lo que los datos específicos de Japón parecen bastante parejos con los obtenidos en el resto de países.

	<div>PhilippinesSingaporeAustraliaTaiwanUAEHong KongBritainFinlandIndiaFranceUSANorwaySwedenMalaysiaVietnamGermanyDenmarkSpainSaudi ArabiaItalyIndonesiaThailandChinaJapan</div>																								
Italian cuisine	90	89	90	81	87	81	91	87	80	93	88	83	92	74	72	89	86	94	78	99	70	69	59	85	84
Chinese cuisine	88	94	86	87	69	91	86	81	77	80	84	77	74	74	73	78	73	71	54	62	57	80	95	88	78
Japanese cuisine	90	94	74	92	58	93	57	63	57	70	74	61	66	73	81	58	61	57	43	62	72	90	54	94	71
Thai cuisine	76	91	85	76	61	84	75	77	65	70	68	74	78	91	75	68	73	56	31	52	51	98	44	48	70
French cuisine	82	79	70	71	71	73	68	74	70	96	69	74	79	58	72	62	68	70	63	60	46	62	63	68	70
Spanish cuisine	86	68	74	62	67	67	80	79	58	87	79	81	82	44	45	70	74	98	56	87	36	39	38	64	68
American cuisine	93	83	68	76	75	62	70	69	75	56	91	68	63	65	71	53	70	49	66	54	66	73	51	57	68
Mexican cuisine	85	72	77	62	71	54	76	81	70	78	86	84	77	51	46	71	78	72	64	77	38	54	42	51	67
Indian cuisine	55	77	74	60	71	48	84	71	93	71	55	75	67	70	44	62	67	52	76	57	49	27	26	63	62
Turkish cuisine	61	63	71	49	77	45	67	68	56	62	43	62	65	58	47	64	50	53	85	47	65	32	47	39	57
Korean cuisine	87	86	66	74	50	78	43	45	42	45	58	43	48	66	81	45	32	36	29	32	63	78	52	66	56
Greek cuisine	57	49	77	48	55	47	74	77	46	75	69	75	85	31	32	79	69	62	51	71	27	23	32	22	56
Vietnamese cuisine	66	67	75	63	39	77	53	55	42	74	59	56	54	45	96	57	63	38	18	36	34	67	37	44	55
Hong Kong cuisine	80	91	68	78	45	93	60	38	51	44	50	37	29	54	68	39	33	38	22	35	47	68	68	53	54
German cuisine	59	64	63	62	47	65	51	63	49	51	63	52	57	35	51	87	37	43	38	40	37	54	45	46	52
British cuisine	70	76	71	50	63	61	91	49	68	28	49	45	35	65	61	25	27	26	52	32	58	44	43	20	50
Taiwanese cuisine	68	87	59	96	42	88	37	37	42	46	48	31	25	49	62	41	28	36	24	32	40	54	64	66	50
Singaporean cuisine	72	96	75	68	53	73	55	31	62	31	34	34	24	74	64	33	29	27	26	29	55	52	54	33	49
Indonesian cuisine	59	84	71	49	47	46	54	43	48	44	39	43	44	80	39	50	44	34	46	35	97	26	31	32	49
Malaysian cuisine	65	91	76	61	52	67	58	40	56	35	34	35	30	97	44	34	32	24	37	21	66	34	41	25	48
Australian cuisine	74	74	89	49	52	58	52	47	59	35	43	41	34	54	57	36	42	27	32	35	41	48	41	28	48
Moroccan cuisine	50	49	65	44	63	38	66	49	50	81	47	48	51	45	26	42	44	53	67	50	39	25	34	16	48
Lebanese cuisine	40	50	71	35	82	31	58	42	54	67	47	48	67	43	26	35	39	43	84	45	32	22	31	13	46
Caribbean cuisine	63	50	55	46	47	39	66	57	50	54	68	54	48	31	35	50	44	54	33	49	21	29	30	22	46
Brazilian cuisine	59	45	56	43	48	41	49	47	49	58	55	48	40	26	47	49	42	56	39	66	28	29	42	33	46
Swedish cuisine	50	63	47	49	44	48	47	68	48	41	48	62	92	36	40	42	29	30	35	33	27	29	34	18	44
Argentinian cuisine	55	35	53	42	45	36	46	42	43	54	48	54	41	24	35	60	45	77	29	75	25	24	37	16	43
Danish cuisine	51	48	47	39	39	40	42	56	41	35	41	67	62	33	40	36	85	20	29	25	28	29	32	14	41
Emirati cuisine	51	43	43	48	84	28	23	22	63	30	23	24	22	51	49	27	18	27	71	24	53	29	29	14	37
Norwegian cuisine	47	48	39	41	41	42	31	52	38	40	38	81	41	31	36	33	27	27	26	27	23	30	31	17	37
Filipino cuisine	97	41	56	35	48	29	29	37	39	31	45	40	25	33	38	38	30	26	25	25	29	25	29	21	36
Saudi Arabian cuisine	47	42	41	33	67	30	18	21	60	29	24	20	22	66	28	24	22	28	89	25	64	22	31	11	36
Finnish cuisine	47	37	37	33	35	38	23	94	39	33	27	28	36	26	39	26	13	18	26	24	23	26	30	14	32
Peruvian cuisine	47	33	44	33	37	31	27	30	39	39	44	30	27	19	37	28	21	50	23	39	21	16	28	16	32
	67	66	65	57	57	57	56	56	55	55	54	54	52	52	52	50	47	46	46	46	45	44	42	39	

Figura 3 Porcentaje de gente que dice disfrutar las cocinas seleccionadas (eje vertical) ordenados por países (eje horizontal, arriba). Tabla extraída de (Smith & Sanders, 2019).

En conclusión, los datos que hemos visto en el apartado sobre el turismo en España y los que hemos estudiado en esta sección confirman que la gastronomía española es una de las más apreciadas por los japoneses, seguramente la quinta o sexta más popular entre las cocinas extranjeras. Por otra parte, es indiscutible que no puede compararse en popularidad con la italiana y la francesa, dos cocinas mucho más establecidas desde hace años. Algunas de las fuentes consultadas apuntan a que el número y el éxito de los restaurantes y bares españoles sigue creciendo en Japón, lo que refuerza los testimonios obtenidos en las entrevistas, pero no podemos afirmarlo por falta de datos.

3.2. Dos cocinas parecidas

La idea de que los japoneses disfrutaban de la gastronomía española puede resultarnos extraña debido a la percepción, bastante extendida, de que su comida es completamente distinta a la nuestra. La mirada exotizante con que Occidente ha observado durante siglos a Japón ha calado en nuestro imaginario sobre su gastronomía, algo que podemos ver en libros de cocina con títulos como *Cocina japonesa paso a paso: todo el exotismo y la magia de la cocina japonesa* o *Cocina japonesa: armonía y exotismo en el plato*. Ciertamente, la costumbre de comer pescado crudo; condimentos como la salsa de soja, el *miso* o el *wasabi*; los dulces hechos de judías o de arroz; y la preferencia por sabores sutiles y emplatados delicados son varias de las razones por las que la inmensa mayoría de los extranjeros suelen considerar la gastronomía japonesa como distinta a la propia (Norinchukin Bank, 2023). Tal y como hemos visto en el apartado sobre los “bárbaros del sur”, ya desde el siglo XVI los misioneros ibéricos consideraron que tanto la comida como las costumbres gastronómicas de los japoneses eran completamente opuestas a las europeas (Doñas, 2022, pág. 444).

Las entrevistas, en cambio, revelaron que los cocineros japoneses consideran que la comida española es bastante parecida a la japonesa y, como veremos, esta percepción parece estar tan extendida entre los japoneses como lo está la contraria entre los españoles. El primer parecido que suele ser mencionado es el de los ingredientes, especialmente el marisco y el arroz asociados con la paella, pero también encontramos costumbres y platos parecidos, así como un tratamiento de los ingredientes más cercano de lo que parece.

La paella: arroz y marisco

La popularidad de la paella de marisco en Japón es un hecho irrefutable. Desde hace décadas, la imagen de España que poseen los japoneses está tan basada en este plato de origen valenciano como en la Sagrada Familia, el flamenco o, más recientemente, el fútbol. La fama de la paella puede verse en las respuestas de los informantes cuando se les preguntó cuál era la imagen que los japoneses tenían de la gastronomía española:

Arroz) Los japoneses lo primero que conocen es la paella, claro. Después es el Flamenco. Después sería la tortilla. Esos tres (Anexos, pág. VII).

Respiración) Naturalmente lo primero es el jamón, la paella, la tortilla española y el ajillo. A parte de eso creo que no conocen nada (Anexos, pág. XVI).

Sonrisa) Si te soy honesto, antes de dedicarme a la comida española en serio, la imagen que tenía era paella, tortilla española y ajillo. Prácticamente solo esas tres cosas (Anexos, pág. XXX).

Según el estudio de Noya, no solo se ha convertido en emblema de la cocina española, sino de la comida mediterránea en general, como demuestra que el 75% de los japoneses entrevistados mencionaron la paella cuando se les preguntó qué alimentos relacionaban con la dieta mediterránea (Noya, 2004, pág. 171). Aunque no hay un solo motivo por el que la paella haya llegado a ser tan conocida, la mayoría de los japoneses considera que el uso de arroz es una de las principales razones: “La paella es un plato a base de arroz, así que encaja muy bien con el gusto japonés, aunque la verdad es que resulta un poco pesada” (Noya, 2004, pág. 79). Lo mismo opinaba *Respiración*:

Respiración) En Japón hay mucha comida española, ¿no? Quizás si no fuera un país donde se come tanto arroz [la comida española] no se hubiera popularizado tanto. Quizás en un país donde el pan es el alimento básico es más difícil. Creo que es más fácil en un país donde se coma mucho arroz (Anexos, pág. XVIII).

Su popularidad ha hecho que se convierta en el plato estrella de la gastronomía española y la imagen fundamental con la que se asocia, lo que ha permitido que los japoneses crean que el consumo de arroz de los españoles es comparable al de los japoneses: “Creo que el arroz es también su alimento básico” (Noya, 2004, pág. 79). Ciertamente, hay muchos platos de arroz típicos en España como el arroz negro, el arroz a banda, el arroz con bogavante o el arroz con leche, pero tal y como vemos en *Respiración*, esta concepción ignora diferencias fundamentales entre el consumo de arroz en España y Japón:

Respiración) Sí, bueno, los ingredientes son ciertamente similares. Si hablamos del arroz, los españoles lo usan como una verdura, lo pueden comer con pan. Porque el pan es el alimento básico. Para nosotros la paella sería el alimento básico [sin ningún acompañamiento]. En España se usa casi como una verdura y se come con pan. Pero ciertamente la aceptación de la comida española en Japón se debe al arroz, a la paella (Anexos, pág. XIII).

Aunque pueda resultar extraña, la idea de que en España se usa el arroz como una verdura se refiere a que los japoneses por lo general comen el arroz blanco, sin salsas ni caldo; mientras que “en Occidente es considerado una verdura y se cocina de varias formas”¹⁵ (Oshima, Narita, Senda, & Koshio, 1999, pág. 159). A lo largo de la historia, el alimento básico en España y el resto de Europa ha sido el pan, mientras que en Japón lo ha sido el arroz, una diferencia que aparece en las entrevistas:

¹⁵ 欧米では米は、野菜として考え調理法もさまざまで。

“Dentro de lo posible intentamos ofrecer pan. Quería abrir un restaurante donde se pudiera comer con pan. Aunque [mi restaurante] se llame *Arroz*. [Risas]. Allí siempre se acompaña la comida con pan” (Anexos, pág. VII). A pesar de que al abrir su propio restaurante diera mucha importancia al uso del pan, él mismo declaró que el motivo que lo empujó a aprender acerca de la comida española fue el uso del arroz.

Pregunta) ¿Por qué se interesó en aprender cocina española?

Arroz) Mi familia tenía un restaurante de *sushi* en Toyama. Como [la comida española] también utiliza arroz y pescado, son parecidas. Al graduarme, primero trabajé en un restaurante de comida japonesa durante cuatro años, en un *ryōtei*. Después de eso comencé en *Casa de Live Kanazawa*. Es que el pescado y el arroz me encantan (Anexos, pág. 5).

En España hay platos de arroz muy valorados, pero las condiciones geográficas y climáticas han hecho que el uso histórico de este ingrediente se concentre en las zonas del levante español. Esto hace que el consumo de arroz en España no sea tan frecuente, ni de lejos, como en Japón, pero la popularidad de la paella ha hecho creer a muchos japoneses lo contrario. El cocinero del *Sonrisa* resumió perfectamente la forma en que la paella y la gastronomía española han quedado entrelazadas como uno de los principales ejemplos del consumo de arroz en Europa:

Pregunta) ¿Por qué cree que a los japoneses les gusta la paella?

Sonrisa) Creo que en Europa no hay muchos platos que usen el arroz de esa forma. Desde el punto de vista de un japonés, [en Europa] no se come demasiado arroz, no está en la dieta. (...) Creo que quizás [la paella] se popularizó tanto porque es un plato con arroz. No lo sé con certeza, pero creo que hace tiempo el plato que sirvió de presentación a la forma en que se cocinaba el arroz en Europa fue la paella española. En aquella época, los japoneses, que desde la antigüedad habían comido arroz y le daban mucha importancia, entendieron que los extranjeros lo cocinaban de esa manera. Puede que debido a esa introducción haya quedado un recuerdo tan fuerte. (...) El arroz ha sido desde siempre el alimento principal en Japón, y la idea de que en el extranjero se cocine de esa manera... Por eso la gastronomía india, por ejemplo, también fue recibida fácilmente en Japón, porque se come con arroz. (...) Y a raíz de este hecho, los japoneses pueden entender la costumbre española de cocinar paella en familia. Aunque hay muchas diferencias, el punto en común de comer arroz hizo que [la comida española] pudiera popularizarse. Dentro de eso, hay una tendencia a identificar la comida española con la paella. Su papel como representante caló muy hondo. No hubo una introducción a través de algún otro elemento de la cultura española, sino que la paella entró como un *boom*, por lo que se estableció esa igualdad entre cocina española y paella. Creo que existe esa percepción. Mucha gente viene al restaurante sin conocer nada más que la paella, pero descubre que hay muchos más platos buenos. Pero el principal motivo [por el que vienen] sería ese, por lo que para nosotros es más fácil publicitarnos a partir de la paella (Anexos, pág. XXXI).

La asociación de la comida española con la paella ha permitido que los japoneses la asocien con el arroz, pero también con el marisco y el pescado, dos de los ingredientes más emblemáticos de su cocina (Noya, 2004, pág. 79). Esta equivalencia ha contribuido a la creación de unos estereotipos sobre la comida española que han ayudado a su popularización: “El uso de ingredientes con los que los japoneses tienen familiaridad como el arroz, el calamar o el pulpo también ha jugado un papel en la popularización [de la gastronomía española] en Japón”¹⁶ (Shoku Banku, 2017). La abundancia de arroz, pescado y marisco es un factor que, según Hida y Coenders, también ofrece ciertas garantías a los turistas japoneses de que la comida que prueben en España será de su agrado (Hida & Coenders, 2016, pág. 50).

Los datos de *Google Trends* revelaron un fenómeno muy curioso sobre las búsquedas del término パエリア (paella) en Japón que reafirman hasta qué punto se relaciona con el marisco. Como vemos en el siguiente gráfico, el número de búsquedas de este plato aumenta drásticamente cada invierno, especialmente en el mes de diciembre, un hecho que puede resultar sorprendente para los españoles, que suelen asociarla con el verano y la playa (Anexos, pág. XVI). El descubrimiento de esta tendencia obligó a contactar a los informantes mediante las aplicaciones *Line* e *Instagram*, y todos ellos relacionaron este fenómeno con el marisco. Para los japoneses, el pescado y el marisco son especialmente buenos en invierno, por lo que normalmente el consumo de platos con estos ingredientes crece durante esas fechas. El cocinero de *Casa de Live Kanazawa*, por ejemplo, contestó: “A los japoneses les gustan los productos marinos y el arroz es su alimento básico, así que quizás hay mucha gente que prepara paella en invierno porque puede obtenerse muy buen pescado y marisco. Creo que la paella de invierno está más rica que la de verano.”¹⁷ Una opinión compartida por la dueña de dicho restaurante, que añadió que quizás también se deba a que los japoneses que se reúnen con familiares y amigos para celebrar la Navidad preparan paella porque no es un plato muy difícil y gusta mucho por tener arroz y marisco.

¹⁶ Cita extraída de un “mensaje directo” de Instagram: 米やイカ、タコなど日本人にもなじみのある食材が多く使用されているため、日本での人気の高まりにも一役買っています。

¹⁷ Cita extraída de un “mensaje directo” de Instagram: 日本人はお米が主食で、魚介が好きで、冬場に美味しい魚介が手に入るので冬にパエリアを作る人が多いのではないかと？夏のパエリアより冬のパエリアのほうが、美味しいと思います。

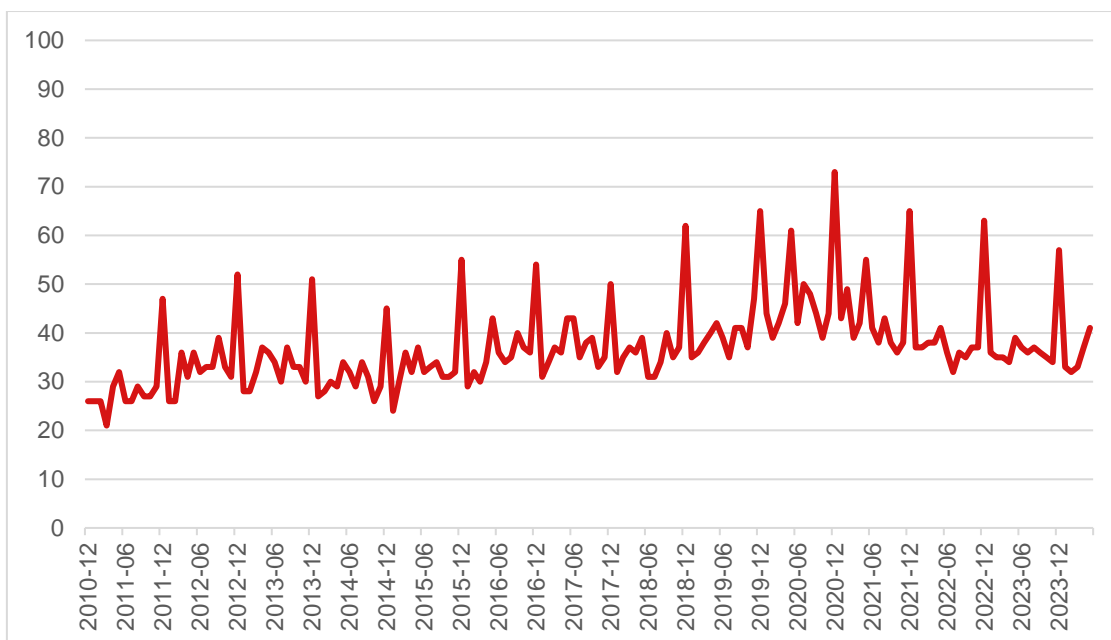


Figura 4 Evolución de las búsquedas del término *パエリア* (paella) entre los años 2010 y 2023 en Japón. Elaboración propia a partir de datos obtenidos de (Google Trends, 2024).

La familiaridad que los japoneses sienten hacia la gastronomía española, propiciada por la paella, se refuerza con la abundancia de platos de pescado y marisco que encontramos en las costas españolas. En la costa del Mediterráneo podemos encontrar platos como el arroz negro, la fideuá, las anchoas en salazón, el espeto de sardinas o los pescaditos fritos; mientras que, en el norte, donde el Mar Atlántico proporciona una mayor variedad de pesca, encontramos el pulpo a la gallega, las mariscadas, el bacalao al pilpil, las gambas al ajillo, las gulas o los calamares en su tinta. Conociendo la afición de los japoneses por el pescado y el marisco, no es de extrañar que el bacalao al pilpil, el pulpo a la gallega, las gambas al ajillo o los calamares en su tinta aparezcan mencionadas en las entrevistas como algunas de las recetas más apreciadas por los japoneses (Anexos, págs. VI, XVI, XXVI).

También desde el punto de vista del consumo de la paella, los japoneses encuentran parecidos con sus tradiciones culinarias: “En la actualidad, la paella se prepara en días en que la gente se reúne para comer como el domingo, de forma similar a como en Japón se cocina *nabemono*”¹⁸ (Oshima, Narita, Senda, & Koshio, 1999, pág. 160). El 鍋料理 (*nabe-ryōri*) o 鍋物 (*nabe-mono*) es el término con que se conoce a una gran variedad de platos cocinados en una olla llamada *nabe*. Podría traducirse como “cocido” o “estofado” y, a pesar de la gran variedad de platos que existen en función del tipo de caldo e ingredientes empleados, suele asociarse con la tradición de comer varias personas de un solo caldero

¹⁸ パエリアは、現在日曜日など人の集まる日に作られ、日本で作る鍋料理と同じようである。

situado en el centro de la mesa. Muchos japoneses trazan el paralelismo entre la forma en que se come *nabemono* y la imagen típica de una familia española comiendo paella en domingo (Anexos, pág. XXXI).

Otro punto en el que el consumo de paella resuena con los japoneses es el concepto de 締め (*shime*), que podría traducirse como “conclusión”, “cierre” o, en este caso, “plato para finalizar la comida” o “comida de cierre”.

Pregunta) Ya veo, siendo tan famosa, ¿cree que para abrir un restaurante de comida española en Japón es imprescindible ofrecer paella?

Sonrisa) Qué pregunta tan difícil. Creo que es recomendable que haya. Es decir, para los japoneses, cuando salen a beber, existe la percepción de que se acaba con una “comida de cierre”. Como si fuera un *course meal*. En la gastronomía japonesa el orden sería: entrantes, *sashimi*, platos asados, guisos, fritos y, para cerrar, arroz. Esa sería una comida. Tenemos esa percepción. En el caso de la comida española, la paella cumpliría esa función. Aunque no sea un *course meal*, comer arroz para cerrar una comida es muy común en todo Japón (...).

P) ¿Los clientes suelen comer la paella al final?

S) Sí. Bueno, como una paella requiere bastante tiempo y hay que preparar una para cada mesa, siempre acaba siendo lo último que sale. Pero también gusta que sea lo último en salir. (...) Después de haber comido y bebido, está bien acabar con algo que hasta cierto punto siente bien al estómago y, como mucha gente quiere comer arroz, lo sacamos al final. (...) Y el equivalente en la comida española se ha convertido en la paella, sobre todo por la percepción de que gastronomía española es sinónimo de paella. Así que diría que sí que es bastante imprescindible ofrecerla en un restaurante (Anexos, pág. XXXI).

Como hemos visto, la paella es un plato que encaja con los gustos y tradiciones japonesas a muchos niveles, por lo que es, sin duda alguna, una de las razones por las que la comida española tiene aceptación en Japón. La identificación de nuestra gastronomía con este plato ha ayudado a que se extienda la idea de que en España se come mucho arroz y pescado, algo que ha ayudado a que los japoneses sientan familiaridad con la cocina española, pero los parecidos entre ambos países no acaban aquí.

“Si comieran lo entenderían”: dos gastronomías similares

La primera entrevista, realizada en el restaurante *Arroz*, reveló una cantidad considerable de parecidos entre la cultura gastronómica española y la japonesa. Según su testimonio, platos tradicionales japoneses como el 煮込み (*nikomi*) o el おでん (*oden*) encuentran equivalentes en la gastronomía hispana en el cocido y la sopa, respectivamente (Anexos, pág. VII). Los ingredientes utilizados y el sabor resultante son distintos, pero la lógica detrás de las recetas y el tipo de consumo

que se hace de ellas es ciertamente parecido. Esta opinión parece estar bastante extendida en Japón, ya que en Internet encontramos artículos con títulos como: “¡Solo en la estación fría! El cocido o puchero, el nikomi español!”¹⁹ (Mori, 2021); o “Comienza la temporada del oden español -Cocido-”²⁰ (Makori, 2012).

Además de platos marinos como el pulpo, los chipirones o los calamares, que ya han sido tratados, encontramos un paralelismo entre España y Japón en el 焼肉 (*yakiniku*), literalmente “carne asada”. Más que un plato, hace referencia a un método de preparación de la carne y a un estilo de restaurante de origen coreano que desde hace décadas se han convertido en una parte fundamental de la cultura gastronómica japonesa. En los restaurantes de *yakiniku* la carne se sirve cruda, y son los clientes los que la cocinan a su gusto en pequeñas parrillas situadas en medio de la mesa. Este tipo de preparación es la que *Arroz* consideró parecida a las parrilladas y asados típicos en España y América latina (Anexos, pág. VI). Además de la similitud entre las dos costumbres, en el apartado acerca del umami veremos cómo en muchos restaurantes de *yakiniku* también se ofrece carne de cerdo ibérico importada de España, otro elemento que puede servir de puente entre ambas culturas.

El paralelismo entre los bares españoles y los *izakaya* fue uno de los más mencionados en casi todas las entrevistas (Anexos, págs. VI, XIII, XIV, XXIX). Los *izakaya* son un tipo de establecimiento extremadamente popular en Japón que cierra bastante más tarde que un restaurante y al que se va a beber cerveza, licores de arroz o cocteles mientras se acompaña con todo tipo de comidas. Dado que la forma de pedir y el tamaño de las raciones suelen ser más parecidas a las de las tapas que a las de un restaurante, el paralelismo con los bares españoles es evidente. Otros factores como el ambiente desenfadado y ruidoso, o la idea de que la comida debe combinar bien con el alcohol también son razones por las que los informantes consideraban que se parecían tanto. A diferencia de los bares en muchos países europeos, en España la mayoría ofrece tapas, raciones o menús, igual que en Japón; e incluso la disposición de las mesas y la barra, donde los clientes pueden sentarse en sillas altas, es bastante parecida en ambos casos. Las opiniones de los cocineros entrevistados coinciden con la siguiente descripción, que encontramos en una conocida página web japonesa sobre el mundo de la gastronomía:

La reciente popularidad de los bares españoles ha contribuido a la atención que atrae la gastronomía española. No es exagerado decir que el bar español, que puede usarse como una cafetería durante el día y como *izakaya* durante la noche, es como

¹⁹ 寒い季節限定！スペインの煮込み料理コシード or プチエロ。

²⁰ スペインおでん、今シーズン初。 - Cocido -。

una segunda casa para los españoles. También en Japón, el número de restaurantes donde poder disfrutar despreocupadamente de tapas y vino ha crecido recientemente (Shoku Banku, 2017).²¹

El consumo de alcohol mientras se come es también un aspecto fundamental de los bares españoles (vino y cerveza) e izakaya japoneses (licores de arroz, cerveza y cocteles), y un punto al que los japoneses dan mucha importancia cuando piensan en la gastronomía española. De los seis restaurantes que participaron en las entrevistas, en cinco de ellos la oferta de vino o cerveza es considerada un punto de atención en su cocina:

Sonrisa) Acerca de la comida española, aunque cada plato requiere una técnica diferente; el único punto que me dijeron que debía tener en cuenta al cocinar y desarrollar el menú es que nuestra comida debería ser disfrutada con vino (Anexos, pág. XXVII).

Su importancia puede verse en el nombre y la descripción de algunos de ellos. El restaurante *Comer*, por ejemplo, fue descrito así en la entrevista: “Este es un bar. Aquí servimos comida típica de restaurante o bar español: *bravas, tapas, jamón, queso...* Comida súper súper normal” (Anexos, pág. XI). En la página web de dicho restaurante también se describe de forma similar: “Puede disfrutarse de forma casual con un menú o a la carta. Los platos [se comen] junto a cerveza española y vino natural”²² (Restaurante Español Comer, 2024). En el restaurante *Ochenta y Ocho*, cuyo nombre completo es ワイン食堂 オチエンティオチヨ (Taberna de Vinos Ochenta y Ocho), uno de los clientes, que hablaba español y había visitado España varias veces, me explicó que cuando probó la comida española no le gustó demasiado, pero que al comerla con vino le encantó. Para el paladar japonés, la comida española puede resultar pesada o demasiado fuerte:

Respiración) A ver, los sabores de la comida japonesa son mucho más sutiles. La comida española tiene sabores bastante fuertes, ¿no? Sabores pesados y con muchísimo umami. Porque al cocinar, al freír, es todo más intenso. Freír bien, cocer bien, que [el rebozado] tenga un color más marrón. Eso creo que hace que tenga tanto umami. En Japón no se aprende esa técnica (Anexos, pág. XII).

²¹ 近年のスペインバル人気もあいまってスペイン料理（スパニッシュ）に注目が集まっています。

日中はカフェ、夜は居酒屋といった感じで利用できるスペインバルは、スペイン人にとっては第二の我が家と言っても過言ではなく、小皿料理（タパス）とワインを気軽に楽しめるスタイルのお店が日本でも増えてきています。

²² コース料理やアラカルトでカジュアルに楽しめるお料理はスペインビールやナチュラルワインと共に。

La combinación de la comida con alcohol permite que los sabores más potentes de los platos españoles se suavicen. Gracias a la costumbre japonesa de ir a los izakaya a comer platos pensados para ser acompañados con alcohol, la recomendación de que es mejor comer con vino no resulta extraña ni difícil, lo que ha facilitado la introducción del modelo de bar español (Anexos, pág. XXX). Por otro lado, una de las consecuencias que podría tener la vinculación con el vino es que clientes menos acostumbrados a beber no visiten los bares españoles en japon. Según *Sonrisa*, esta posible tendencia, sumada al precio relativamente elevado, hace que el tipo de clientela sea más bien mayor (Anexos, pág. XXXV).

Otro de los parecidos más mencionados tanto por los entrevistados como por varios artículos y páginas japonesas es que españoles y japoneses comparten una la filosofía similar a la hora de cocinar.

Sonrisa) Y, aunque la apariencia y las especias que usamos son completamente distintas, tengo la sensación de que se parece mucho a la comida japonesa. Por ejemplo, la imagen de que la comida francesa es muy compleja está muy extendida. Pero la gastronomía española es sorprendentemente simple. Es frecuente cocinar solo con sal o usar pocas especias, pero realzando el sabor de los ingredientes. La comida japonesa también da esa sensación. Creo que es un punto en común entre ambas. Al principio, cuando comencé en la gastronomía francesa, como me interesaba la comida extranjera, tenía la impresión de que la cocina española era como la cocina japonesa con otras especias (Anexos, pág. XXXVIII).

La simplicidad no es en absoluto algo malo, sino todo lo contrario: es un aspecto de la gastronomía española muy apreciado en Japón, una de las principales razones por las que puede llegar a considerarse “como la cocina japonesa con otras especias”. Pese a haber cientos de recetas españolas en que las salsas o los condimentos toman todo el protagonismo, hay otras tantas en que el sabor de los ingredientes es preservado al usar pocos condimentos. Encontramos casos tanto en la costa, donde la preparación estrella de muchos pescados y mariscos solo requiere sal, aceite de oliva, vino, limón o perejil; como en el interior de la península, donde platos como el lechazo, el cabrito o el cochinillo no usan apenas ingredientes que camuflen el sabor del elemento principal. Naturalmente, esto obliga a que la materia prima sea de mucha calidad y esté completamente fresca:

Sonrisa) Aunque el sabor y las especias son distintas... Puede que como cliente sea difícil de entender, pero desde el punto de vista de un cocinero, realzar el sabor de los ingredientes es algo que en la gastronomía japonesa también es muy importante. Por ejemplo, el *sashimi* y el grado de frescura: si el pescado no es fresco, no podrá estar bueno como *sashimi*. Pero en la comida francesa, al cocinarlo, aunque el pescado esté un poco malo, incluso el pescado que no está muy bien, gracias a la salsa se [*inaudible*]. Pero en comparación, en la cocina española también hay platos que usan solo sal para mantener y realzar el sabor de los ingredientes. Las especias son distintas, por supuesto, el sabor también es completamente distinto, pero la sensación al cocinar es que se parecen en esos aspectos (Anexos, pág. XXVIII).

Esta opinión también puede encontrarse en libros de cocina o artículos académicos, como vemos en la siguiente cita, extraída de una introducción a la comida española publicada en una revista gastronómica:

Por lo general, la gastronomía española no requiere una técnica demasiado compleja. No es una gastronomía que dependa de una gran variedad de especias, condimentos o técnicas culinarias, sino que su calidad radica en combinar hábilmente productos frescos con tal de realzar el sabor que los ingredientes poseen (Taniguchi, 1978, pág. 122).²³

Como hemos visto, desde los ingredientes hasta la forma de cocinar, la cultura gastronómica de ambos países es mucho más cercana de lo que podría parecer en un principio. En palabras de *Respiración*: “De alguna forma la cultura y ese tipo de cosas tradicionales creo que se parecen. Son cosas que también pueden ser bien recibidas en Japón” (Anexos, pág. XII). Paradójicamente, si nos remontamos a los siglos XVI y XVII, los testimonios de los jesuitas ibéricos parecen afirmar todo lo contrario. Como hemos visto en el Marco Teórico, la opinión de europeos y japoneses en aquella época fue que la cultura gastronómica del otro era completamente opuesta a la suya, que era ilógica, bárbara y hasta repugnante (Doñas, 2022). ¿Cómo puede ser que en poco más de 400 años haya cambiado tanto?

Como hemos visto, los testimonios de los misioneros españoles y portugueses coincidían en la frugalidad de los japoneses y su costumbre, inculcada por los bonzos budistas, de abstenerse de consumir alcohol, carne y pescado (Doñas, 2022). Si observamos los parecidos que hemos mencionado hasta ahora, esta afirmación desbarataría varios paralelismos como la popularidad del *yakiniku*, el consumo de pescado o la costumbre de beber y comer en los *izakaya*. La respuesta a este cambio tan radical es la evolución que la gastronomía japonesa experimentó durante los siglos que siguieron a la llegada de los misioneros católicos. Durante el período Edo (s. XVII-XIX), platos como el sushi y los fideos *soba* evolucionaron hasta convertirse en versiones muy similares a las que actualmente asociamos con la gastronomía nipona; los primeros restaurantes que ahora consideramos “típicamente japoneses” comenzaron a proliferar; y el consumo de carne y pescado empezó a normalizarse (Seligman, 1994, pág. 171). La apertura que supuso la Restauración Meiji fue un punto de inflexión en el que las tradiciones gastronómicas europeas, china e india fueron adaptadas al paladar japonés; el consumo de carne, especialmente de vaca, se disparó; y el *boom* de libros de cocina hizo que las recetas tradicionales japonesas tratadas hasta ahora fueran estandarizadas y se

²³ ス페인料理は総じて複雑な技巧を用いない。多種の香辛料や調味料、料理の技巧によって作られる美味ではなく、新鮮な材料の巧みな取り合わせによって、材料の持ち味を生かした美味を創る。

extendieran (Seligman, 1994, pág. 172). Pero el primero de todos estos cambios, antes del período Edo, fue la influencia de la cocina *nanban*:

The most important food influence during the late Muromachi period was the beginning of a culinary revolution called *nanban ryōri*, often referred to as the cooking of “southern barbarians” because this food was based on Portuguese, Spanish, and, eventually, Dutch and Chinese cuisines. (...) New ingredients, all still eaten today, filtered into Japan -sweet potatoes, potatoes, corn, processed meats, dairy products, and a variety of sweets and pastries like *kasutera* (a sponge cake, whose name is believed to have originated from Castilla, Spain) and *kompeitō* (...). The people of those times adapted these new ingredients to the Japanese palate. A case in point is tempura, which evolved from the batter-fried fish European Catholic missionaries ate on Fridays because their religion prohibited the consumption of meat on that day (Seligman, 1994, págs. 170,171).

Las novedades culinarias introducidas por los europeos perduraron, evolucionaron y crecieron en popularidad durante el período Edo, tras la expulsión de los misioneros católicos. Un ejemplo de ello es el 茶碗蒸し(*chawan-mushi*), un plato tradicional hecho con natilla de huevo que se come como acompañamiento y tiene su origen en las natillas de la cocina ibérica, aunque tiene un sabor más bien salado. Este es un ejemplo claro de los platos de origen ibérico que fueron transformados por los japoneses hasta convertirse en parte de la comida tradicional nipona; y que ahora la acercan a la gastronomía española (Anexos, pág. 9). De entre todos estos platos que podríamos considerar “de ida y vuelta”, el más importante es sin duda la tempura, :

Ochenta y Ocho) Después está la tempura. Nosotros solemos pensar que es un plato 100% japonés, pero en realidad originariamente fue introducido por España y Portugal. Por eso también podemos decir que inconscientemente ya hemos estado comiendo comida española. Además, la gastronomía española [y portuguesa] ha tenido una influencia enorme en la gastronomía japonesa. Últimamente quizás es al revés. La cocina japonesa está influenciando mucho la gastronomía de todo el mundo (Anexos, pág. XXI).

Como vemos, la influencia portuguesa y española ha contribuido indudablemente a que nuestras gastronomías hayan llegado a parecerse tanto. Este hecho, además, deriva de una historia de intercambio cultural cuya huella es estudiada por todos los niños japoneses, lo que refuerza la sensación de proximidad y familiaridad de una gastronomía compartida.

Ochenta y Ocho) Hay muchas cosas que entraron en Japón de esta forma hace siglos provenientes de España y Portugal. Por eso estamos bastante familiarizados con la gastronomía española. (...) Ese tipo de influencia histórica creo que hacen que la comida española nos resulte más familiar (Anexos, pág. XX).

En definitiva, la cocina española y la japonesa tienen una larga lista de puntos en común que permite que los japoneses sientan una familiaridad con ella que ha contribuido a su popularización. Esta es la percepción de todos los cocineros entrevistados y de muchos japoneses interesados por la gastronomía, pero quizás la mayoría de la población no es tan consciente de cuánto se parecen:

Pregunta) ¿Cree que los japoneses saben que se parecen tanto?

Arroz) Si comieran, lo entenderían.

P) Antes de eso...

A) Antes de eso, flamenco, paella (Anexos, pág. VIII).

3.3. Umami en la gastronomía española

Como hemos visto, la comida española y la japonesa comparten una serie de rasgos que facilita el sentimiento de familiaridad y el intercambio culinario entre ambos países. Aun así, por más que algunos productos utilizados sean los mismos, o que por motivos históricos ambos países tengan platos que comparten un mismo origen, hay diferencias evidentes que no pueden ser ignoradas. En el caso del pescado, por ejemplo, el uso de condimentos tan distintos como el aceite de oliva y el perejil en España, y la salsa de soja y el *wasabi* en Japón debe generar por fuerza una cocina con sabores totalmente distintos.

Una de las posibles respuestas que empezaron a perfilarse durante el trabajo de campo es el umami. Ciertamente, la mayoría de los condimentos usados en ambas tradiciones tienen un sabor completamente distinto si nos fijamos exclusivamente en los cuatro sabores básicos conocidos tradicionalmente; pero si nos fijáramos en el umami, el quinto sabor, de los ingredientes que componen cada plato, quizá empezaríamos a ver unas similitudes que nos habían pasado completamente desapercibidas en un principio.

Paella y “mar i muntanya”

Como ya se ha comentado, la población japonesa está mucho más familiarizada con el umami que en cualquier otro país del mundo, por lo que no es de extrañar que el tema apareciera en varias de las entrevistas. *Respiración* fue el primero en exponer el parecido que había entre el umami de los productos usados en España y los que se podían encontrarse en Kanazawa. Durante el tiempo que él y sus socios estuvieron viviendo y trabajando en Barcelona descubrieron un elemento común entre ambas cocinas: la comida de *mar i muntanya* catalana. Según su opinión, el parecido entre la gastronomía japonesa y la española no solo radica en los ingredientes, sino también en una filosofía compartida que no rechaza la mezcla de los productos del mar y de la tierra.

Respiración) Cuando cocinaba comida italiana, la mezcla de los ingredientes de la montaña y del mar era algo bastante tabú. Por ejemplo, si cocinas [pasta] *pescatore* no puedes echarle queso. Pero en la comida española se puede cocinar pollo, calamar y cerdo todo junto, ¿no? (Anexos, pág. XIII).

Ciertamente, el plato estrella de la gastronomía española, la paella de marisco, combina ingredientes del mar y de la tierra; pero si indagamos algo más encontraremos un sinfín de recetas que combinan los sabores de ambos mundos. Especialmente en la costa catalana, platos como el *pollastre amb escamarlans* (pollo con cigalas), el *arròs de mar i muntanya*, o las *mandonguilles amb*

sípia (albóndigas con sepia), son ejemplos de una cocina de *mar i muntanya* propia de campesinos y pescadores de la costa del Mediterráneo.

Respiración) Cuando le pregunté a un chef español a qué se debía esto, me dijo que en la paella se juntaban ingredientes que podemos encontrar en toda la Tierra, y que eso era lo que lo hacía un plato tan bueno. Me dijo, ¿por qué habría que separar la montaña del mar? Y creo que esa es la maravilla de la comida española (Anexos, pág. XIII).

Además de la afinidad que encontró con esta forma de pensar de la gastronomía catalana y española, el punto en que puso más énfasis fue en que el umami encajaba con el paladar japonés. Aunque pueda parecernos que el sabor de todos los platos mencionados hasta ahora es completamente distinto a los sabores que encontramos en la gastronomía japonesa, el umami de ambas tradiciones es sorprendentemente similar:

Respiración) Cuando comí en España me pareció todo buenísimo, me encantó. Igual conoces el ácido glutámico y el ácido inosínico... el umami. Inosínico, glutámico; *Mar y montaña*. El mar sería el inosínico. En la montaña hay mucho ácido glutámico, como en el tomate. La misma dicotomía entre el katsuo y el konbu. El konbu tiene glutámico y el katsuo tiene inosínico. El sabor umami [de la gastronomía española] y esos sabores de *Mar y montaña* también encajan con los japoneses. Además de que Japón también tiene mar y montaña, por lo que también encajan (Anexos, págs. XI-XII).

Esta cita no solo hace referencia al sabor umami de los ingredientes por separado, sino que reivindican el parecido entre el umami que surge al mezclar el mar y la montaña, en la gastronomía española; y el umami que surge cuando los japoneses combinan el katsuobushi con el konbu. Como hemos visto en el marco teórico, este es el fenómeno conocido como “sinergia umami”. En Japón, el dashi suele prepararse con konbu, katsuobushi o shiitake deshidratado, pero al combinarlos, el ácido glutámico, el ácido inosínico y el ácido guanílico que poseen se fusiona y multiplica el sabor umami del plato (Ninomiya, 2016, pág. 1330). Un ejemplo claro de sinergia umami es la paella de marisco: las verduras como el tomate, el *garrofó* o las judías aportan ácido glutámico; mientras que la carne de marisco, pollo o conejo aporta el ácido inosínico, y por eso el plato resultante tiene un sabor umami tan potente (Odashi Koubou, 2022).

La opinión de que el umami de la gastronomía española encaja con el paladar japonés no es en absoluto exclusiva de *Respiración*, sino que también podemos encontrarla en el estudio de Hida y Coenders sobre el turismo japonés en Cataluña, donde uno de los individuos entrevistados afirma: “The “Umami” from seafood and fish are really similar to what Japanese people like at home” (Hida & Coenders, 2016, pág. 50). Una de las razones por las que esta percepción está tan extendida en Japón podría ser, precisamente, la popularidad de la paella. Dado que existe una “tendencia a identificar la

comida española con la paella” (Anexos, pág. XXXI), es natural que mucha gente crea que en España se come mucho arroz y marisco, que es normal la mezcla de mar y la montaña, y que el umami de toda la gastronomía española encaja con los gustos de los japoneses. Lo cierto es que un gran porcentaje de las recetas tradicionales se alejan de estos estereotipos, pero hay que agradecer que, gracias a ellos, muchos japoneses sienten cierta afinidad con la gastronomía española y se atreven a probarla.

Pimentón

Una de las preguntas que más me interesaba al idear la entrevista era cómo la opinión de los clientes cambiaba después de probar por primera vez la comida española. Como ya hemos visto, la imagen que los japoneses tienen de nuestra cocina es bastante limitada, por lo que es interesante ver cómo reaccionan al descubrir que la gastronomía española “no es solo paella”. Según las entrevistas conducidas, las respuestas más normales eran la sorpresa por la diversidad y la calidad de los platos de origen español: “Solemos recibir comentarios como ¿[la comida española] es así de buena?” (Anexos, pág. XVI). Una de las razones de esta reacción tan positiva podría ser descubrir el parecido entre ambas cocinas, como defendía *Arroz* (Anexos, pág. VIII); mientras que otra posible razón podría ser la sugerida por *Ochenta y Ocho*.

Según *Ochenta y Ocho*, uno de los principales motivos por los que la gastronomía española gusta en Japón es el umami, pero, a diferencia de lo que opinaba *Respiración*, la razón se encuentra en el pimentón ahumado. Ciertamente, aparece en un gran número de recetas tradicionales españolas y, en palabras de un blog de cocina japonés: “dependiendo de si se usa pimentón o no, la *españolidad* de lo que se cocina varía enormemente” (Nieve, 2013).²⁴ En cuatro de los cinco establecimientos que pude visitar, la cocina estaba flanqueada por una barra en la que los clientes podían sentarse a comer y beber. En todos ellos, en el mostrador en el que en un bar español se expondrían las tapas, y que en Japón funciona más como separación entre la cocina y los clientes, se encontraba un bote de considerable tamaño de pimentón ahumado. A mi parecer, su posicionamiento no solo respondía a la evidente necesidad de alcanzarlo con facilidad mientras se cocina, sino como muestra de la calidad y autenticidad de los ingredientes utilizados.

Desgraciadamente, no puede encontrarse bibliografía acerca de las particularidades del pimentón dulce español, aunque en varios foros y blogs de Internet aparecen decenas de comentarios que dan por hecho que su calidad se debe a su sabor umami y ahumado (Zippo1, 2018). Como ya se ha comentado, Japón es el país en que la apreciación del umami está más extendida, pero apenas hay

²⁴ これを使うのと使わないのでは、格段にスペインっぽさに差が出ます。

páginas japonesas, ni siquiera aquellas especializadas en la gastronomía española, que puedan darnos una explicación científica acerca de cuál es el componente -ácido glutámico, inosínico o guanílico- que le da ese sabor umami. Según *Ochenta y Ocho*, el componente del pimentón ahumado es el ácido glutámico:

Ochenta y Ocho) El *umami* del pimentón se debe al ácido glutámico, ¡tiene *mucho*! (...) al probarlo su sabor recuerda al katsuobushi. Son similares. Como ambos tienen el mismo ácido glutámico, como el katsuobushi también se hace ahumando el salmón, tienen un sabor similar. Es por eso por lo que los japoneses se sienten atraídos inconscientemente por ese sabor [de pimentón ahumado y de comida española en general] (Anexos, pág. XXI).

Según su opinión, la gastronomía española es familiar al paladar japonés debido a la gran cantidad de ácido glutámico que posee, y afirma que su fuente es el pimentón ahumado. A continuación, compara su sabor con el del katsuobushi o hojuelas de bonito, un ingrediente fundamental en la cocina japonesa. Pero encontramos una contradicción en esta teoría, ya que como hemos visto en el marco teórico, el katsuobushi es el alimento que representa el ácido inosínico por excelencia, y no el ácido glutámico (Ninomiya, 2016, pág. 1330). Dado que el pimentón no puede tener mucho ácido glutámico “y” parecerse al katsuobushi simultáneamente, una de las dos afirmaciones debe ser errónea.

A lo largo de la entrevista el informante confundió en varias ocasiones el ácido glutámico por el inosínico (Anexos, pág. XX, XXIII), por lo que una posible explicación sería que en este pasaje esté hablando de una abundancia de ácido inosínico, y no glutámico. Su teoría acerca del parecido entre el pimentón y el katsuobushi, en cambio, coincide con varias opiniones que encontramos en blogs de cocina en japonés, en los que se pueden leer títulos como “El pimentón, la paprika en polvo con sabor a katsuobushi” (Martin's kitchen, 2013)²⁵; o “¿El katsuo español?!”²⁶ (Yamaguchi, 2017). De la misma forma, en la tienda online *Rakuten*, donde puede comprarse pimentón de la vera, podemos ver comentarios con la misma opinión: “¡Ese katsuobushi escondido en la comida de bar española es precisamente esto [el pimentón]! Que al ahumar un pimiento se obtenga un sabor parecido al katsuobushi es realmente sorprendente” o “Acerca del aroma, [el pimentón] se parece al katsuobushi.

²⁵ かつお節の風味がするパプリカパウダー「ピメントン」。

²⁶ スペインの「かつお節」?!

¿Eh, sabe a marisco y pescado pese a ser una verdura? ¿Tiene ácido inosínico? ¡Qué curioso, jajaja!” (Maononikukyu & Arafifumama, 2023).²⁷

Como vemos, la comparación entre el katsuobushi con el pimentón parece ser una reacción más o menos común para los japoneses aficionados a la gastronomía, que también suelen creer que la razón de su parecido es el sabor umami que comparten, presumiblemente derivado del ácido inosínico. La reacción que los internautas citados tienen ante esta idea es de sorpresa, algo lógico teniendo en cuenta que estamos comparando el sabor de dos productos derivados de alimentos tan distintos como el atún y el pimiento (Anexos, pág. XXIII). Tal y como hemos visto en el marco teórico, en Japón el ácido inosínico se asocia con el katsuobushi y los productos marinos (魚介風味), pero la realidad es que aparece en muchos otros alimentos, como la carne de la mayoría de los animales. La extrañeza de que productos derivados del pimiento y el salmón puedan tener un sabor similar se difumina en parte al comprobar que el ácido inosínico que caracteriza al katsuobushi aparece mediante el proceso de cocción, fermentación y ahumado al que se somete el atún, que tiene relativamente poco ácido inosínico cuando se pesca (Umami Information Center, 2024).

Independientemente de si su sabor se debe al ácido inosínico o a otro componente, lo importante es que, para los japoneses, probar el pimentón ahumado es descubrir con sorpresa que esta especia tan utilizada en la gastronomía española tiene un sabor umami muy parecido al del katsuobushi, un ingrediente fundamental para su gastronomía. En todos los ejemplos que pueden encontrarse en Internet, este parecido es claramente positivo, y en todos ellos se anima al lector a probar esta especia y se le educa acerca de las diferentes variedades que existen -pimentón dulce, picante, de la Vera, etc. Existe la posibilidad de que el parecido entre el katsuobushi y el pimentón no se deba a una cantidad excesivamente alta de ácido inosínico, pero lo que parece claro es que existe cierta similitud tanto en aroma como en sabor, y que para muchos japoneses dicha similitud despierta una sensación de familiaridad y sorpresa muy atrayente.

El interés japonés por el pimentón ahumado, y particularmente el pimentón de la Vera puede verse también en la comercialización de este ingrediente en Japón: “A pesar de la dificultad para incluir nuevos productos europeos en el mercado nipón, este último ha incluido al Pimentón de La Vera dentro de los alimentos reconocidos para el consumo en ese país” (DOP Pimentón de la Vera, 2022).

²⁷ バル料理に隠れてるかつお節君はまさにこの子 ♪ なんでパブリカを燻製するとかつお節の風味が出てくるのかほんと不思議。

香りはね、鰹節に似ているのです。え？ 野菜なのに魚介風味？ イノシン酸？ とても不思議ですよ〜W。

En 2022, este paso supuso la culminación de los esfuerzos de varias empresas y administraciones españolas de popularizar el pimentón de la Vera en Japón, un proyecto que podría beneficiarse del análisis de los comentarios y opiniones tratadas en este apartado, que apuntan a que la comparación entre pimentón y katsuobushi y la referencia a un sabor umami compartido podrían ser buenas estrategias para promocionar este producto en el mercado nipón.

Jamón y embutidos

Otro alimento estrella de la gastronomía española que destaca por su sabor umami es el jamón ibérico, un producto en pleno crecimiento en Japón. En palabras de *Casa de Live*: “Antes apenas se veía jamón o vino español, pero ahora puedes verlo en cualquier supermercado o incluso en los konbini” (Anexos, pág. XXV). El jamón curado de origen español es el más importado en Japón (Tokio, 2022, pág. 3), por lo que resulta natural que se haya convertido en uno de los elementos más reconocibles de la gastronomía española, algo que también podemos ver en las entrevistas (Anexos, págs. XI, XVI, XXVI).

A primera vista, el jamón serrano es un alimento con un sabor bastante lejano a la imagen que tenemos de la gastronomía japonesa. Según una encuesta de *My Voice*, repetida 7 veces entre 2012 y 2024, los sabores más apreciados por los japoneses son, en orden: dulce, ligero, especiado, refrescante, cremoso, dulce-salado, fuerte, picante, salado, ácido y amargo (MyVoice Enquete Library, 2024). Como vemos, los adjetivos que mejor describirían el jamón serrano -fuerte y salado- no son muy valorados por los encuestados, lo que parece contradecir su aparente éxito en Japón. Una posible respuesta podría encontrarse en el umami.

El cerdo ibérico es un producto cada vez más popular en Japón, donde puede verse en restaurantes en absoluto relacionados con la gastronomía española. Un ejemplo serían los restaurantes de yakiniku mencionados en el apartado anterior. En estos restaurantes la calidad de la carne es de suma importancia, por lo que muchos establecimientos ofrecen cerdo ibérico, normalmente a un precio un poco más elevado, como símbolo de una oferta de calidad.

El cerdo ibérico es, como todas las carnes, un ingrediente rico en ácido inosínico y por lo tanto posee un sabor umami muy potente. Matsuji Hideki, chef del restaurante japonés más renombrado de Barcelona, usa carne de cerdo ibérico para preparar el caldo de sus platos de ramen, como explica en un video para el *Umami Information Center* (Umami Information Center, 2020). Según Matsuji, el ácido inosínico del cerdo ibérico junto al ácido glutámico de las verduras que usa en dicho caldo tienen la misma sinergia umami que el katsuobushi y el konbu del dashi tradicional japonés, que ya hemos visto anteriormente.

De la misma forma que la carne cruda de cerdo ibérico parece ser apreciada, entre otros motivos, por su umami, las páginas japonesas que divulgan y educan a los consumidores acerca del quinto sabor con frecuencia mencionan el “jamón curado” o 生ハム entre los alimentos extranjeros con más umami. Extrañamente, el componente detrás del umami del jamón curado no es el ácido inosínico, tan abundante en la carne cruda de cerdo, sino el ácido glutámico. Según el *Umami Information Center*:

El umami del jamón curado no proviene del ácido inosínico, sino del ácido glutámico. A pesar de que sea un producto de origen animal como el katsubushi, prácticamente no posee ácido inosínico. (...) La carne de cerdo cruda posee una gran cantidad de ácido inosínico, pero [para que se convierta en jamón] se deja en salazón durante un largo periodo de tiempo (uno o dos años) hasta que madura. Durante ese tiempo el ácido inosínico disminuye hasta que no queda prácticamente nada a la hora de comer. Pero debido al proceso de maduración, el ácido glutámico aumenta y, mediante el proceso de secado, se concentra aún más. Es por eso por lo que la pérdida de ácido inosínico queda compensada y [el jamón curado] se convierte en un alimento con tanto sabor umami (Umami Information Center, 2022).²⁸

Según la base de datos ofrecida por el *Umami Information Center*, el contenido de ácido glutámico en el jamón curado español varía enormemente a lo largo del proceso de curación: el ácido glutámico en un jamón curado durante 527 días llega a los 337,42 mg por 100 gramos, mientras que al principio del proceso está en torno a los 10 mg por 100 gramos (Umami Information Center, 2024). Para los consumidores japoneses, el umami y sus componentes son conceptos hasta cierto punto familiares, por lo que a menudo las empresas ofrecen una explicación del umami de sus productos para publicitarlos. El jamón, un alimento en que la relación entre tiempo de maduración, concentración de ácido glutámico y sabor puede demostrarse tan claramente, dicha explicación puede resultar muy atractiva. Un ejemplo sería la tienda イベリコ屋 (lit. tienda de ibérico), una empresa importadora de productos de cerdo ibérico de calidad que ofrece explicaciones a los consumidores acerca de sus productos, sus diferencias y su producción para así publicitar la calidad de las carnes que venden. En

²⁸ 生ハムのうま味はイノシン酸ではなく、グルタミン酸です。生ハムはかつお節と同様に動物性の食品ですが、イノシン酸はほとんど含まれていません。(...) 生の豚肉にはイノシン酸が豊富に含まれていますが、生ハムは豚肉を塩漬けたあとと長期間（1、2年）熟成させています。そのあいだにイノシン酸は減少し、食べるころにはほとんど残っていません。一方で、熟成の過程でグルタミン酸が増加し、さらに乾燥によって濃縮されます。そのため、イノシン酸の減少を補ってあまりあるほどのうま味の強い食材になるのです。

el caso del jamón ibérico, el aspecto sobre el que se hace un mayor énfasis es su sabor umami, como atestiguan frases como esta: “El secreto detrás del delicioso sabor del jamón es la cantidad de aminoácidos que contiene, lo que se conoce como su componente umami” (Iberiko-ya, 2015).²⁹

Cuesta imaginar otro país en que una característica como “la cantidad de aminoácidos” pueda servir como *selling point* a la hora de promocionar un producto, pero esta empresa no es la única que emplea esta estrategia, ni mucho menos. Esto se debe al conocimiento, superficial pero general, que tiene la población de lo que es el umami, pero también al tipo de consumidores que buscan estos productos. Suelen ser personas que buscan una experiencia gastronómica de categoría, lo que en japonés se conoce como グルメ (*gurume*), individuos con un interés por la gastronomía que los lleva a indagar acerca de aspectos más complejos. Debido a que este tipo de clientes suele interesarse por la gastronomía de otros países, publicitar algunos de los productos o platos españoles por su abundante umami puede resultar muy interesante.

Los embutidos, por ejemplo, podrían ser mejor promocionados en Japón siguiendo el modelo del jamón, ya que los diversos procesos de secado, ahumado y maduración generan distintos sabores con una gran cantidad de umami. La página japonesa グルメ・ソメリエ (*gurume somerie*), por ejemplo, dedica una página de su tienda *online* a サラミ／ Chorizo／生ベーコン (*salamis, chorizos y beicon crudo*), en la que ofrece una gran variedad de embutidos como chorizo, fuet, morcilla, lomo embuchado o sobrasada. En ella podemos ver descripciones como “una intensidad y un umami que rebosan al morderlo (...)”³⁰ en el caso del fuet; o “la delicia concentrada del umami del cerdo ibérico de bellota”³¹ en el caso del salchichón (Gurume Somerie, 2024). Tampoco debemos olvidar el sabor que aporta el pimentón ahumado, del que ya hemos hablado, en embutidos como el chorizo, la sobrasada y el lomo embuchado. Como hemos aventurado, su sabor umami, parecido al katsuobushi, podría deberse al ácido inosínico, que desaparece en el proceso de ahumado y secado del jamón, por lo que estudiar los componentes de los distintos embutidos y en qué se diferencian podría resultar interesante y muy atractivo para los clientes japoneses que buscan una experiencia más *gourmet*.

Como hemos visto, el umami detrás de muchos de los platos más representativos de la gastronomía española es un factor muy atrayente para los japoneses. La paella, la cocina de mar y

²⁹ 生ハムの美味しさの秘密は、なんと言ってもその旨味成分と呼ばれるアミノ酸の含有量。

³⁰ 白カビ熟成の甘い香りと、噛むほどにあふれる旨みとコク。

³¹ イベリコ豚ベジータの旨みがぎゅっと詰まった美味しさ。

montaña y las recetas de marisco y pescado son vistas, gracias al umami, como platos cercanos al paladar japonés. El pimentón y los embutidos como el jamón, por otra parte, son alimentos en alza en el mercado japonés, y el quinto sabor parece que vuelve a ser una de las razones de su aceptación. Además de explicar su éxito hasta ahora, la importancia que los japoneses dan al umami podría mostrar a las empresas y administraciones españolas una vía para promocionar sus productos en el mercado nipón.³²

³² Un ejemplo de esta estrategia es el queso Cerrato Umami, de la empresa española Cerrato. Dado que el queso curado es uno de los alimentos con más ácido glutámico (San Gabriel, Rains, & Beauchamp, 2024, pág. 186), hacer referencia al quinto sabor podría ser una buena estrategia de *marketing*, especialmente en Japón.

4. Conclusiones

A lo largo de este trabajo hemos estudiado la situación de la gastronomía española en Japón con tal de responder dos preguntas: cómo de popular es dicha gastronomía y a qué se debe su éxito. Como hemos visto, el trabajo de campo y la investigación bibliográfica ofrecen varias respuestas a estas incógnitas. Sobre su grado de popularidad, la conclusión es que la cocina española es un género culinario en alza en Japón. Actualmente, aunque no haya datos que puedan darnos una respuesta definitiva, podemos aventurar que la española es la quinta o sexta gastronomía extranjera más apreciada en Japón, y la tercera en cuanto a los países europeos. Los restaurantes españoles en Japón no pueden competir con los franceses o italianos ni en número ni en reconocimiento, pero según varios testimonios algunas de sus características son apreciadas por encima de las otras dos cocinas. La cocina española, por ejemplo, se asocia con un ambiente más desinhibido y relajado que la francesa; y el nivel de popularidad alcanzado por la gastronomía italiana podría haberla convertido en algo demasiado común, lo que todavía no sucede en el caso español.

Acerca del turismo, podemos afirmar que la gastronomía no es la motivación principal por la que los turistas japoneses viajan a España, aunque supone un atractivo añadido para la mayoría de ellos y suele ser un motivo de satisfacción de su visita. Aunque factores como la fama de la arquitectura española o el elevado precio del viaje impidan que España sea visto como un destino de turismo gastronómico, podemos afirmar que la aceptación de la gastronomía juega un papel indiscutible en la llegada de turistas japoneses a España, lo que también apunta a que nuestra gastronomía goza de un reconocimiento notable.

Entre las muchas razones por las que la gastronomía española es apreciada en Japón, los datos obtenidos en el trabajo de campo y la lectura de bibliografía apuntan a que las dos más importantes son el sabor umami de la comida española y su parecido con la cocina japonesa. Algunos de los puntos en común son el uso de arroz, pescado y marisco, especialmente vinculados con la paella; la equivalencia entre el yakiniku, el nimono y el oden con maneras de cocinar y platos tradicionales españoles; la cultura de comer y beber en los bares españoles y los izakaya japoneses; las recetas sencillas que usan pocos condimentos con tal de mantener y realzar el sabor de los ingredientes; y platos derivados de la cocina nanban como la tempura, el chawanmushi, el kasutera o el boro. Todos estos factores contribuyen a que los japoneses sientan familiaridad por la gastronomía española, lo que genera interés y facilita su aceptación.

Dado que la paella, el plato español por antonomasia, está compuesta por algunos de los ingredientes más populares en Japón, la imagen estereotípica de la cocina española es positiva para

la mayoría de japoneses, por lo que se convierte en el escaparate de una gastronomía sorprendentemente similar. Las novedades culinarias introducidas por los jesuitas ibéricos durante los siglos XVI y XVII están detrás de muchos de los parecidos entre ambas cocinas, y la historia de intercambio cultural proporciona a la población japonesa un antecedente sobre el que construir una imagen de España y su gastronomía hasta cierto punto conocida y favorable.

El umami de la gastronomía española es también un aspecto compartido entre ambas tradiciones culinarias, especialmente el del pescado y el marisco, muy parecido al japonés. De nuevo, el papel de la paella es fundamental para el desarrollo de esta idea, pero otros aspectos de la gastronomía española como la cocina de mar y montaña catalana también son ejemplos claros de sinergia umami, un fenómeno químico muy familiar al paladar japonés. Otra posible explicación de su popularidad es el uso de pimentón ahumado. Esta especia, imprescindible para numerosas recetas españolas, tiene para muchos japoneses un sabor umami muy similar al del katsuobushi. La falta de estudios acerca del pimentón nos impide corroborar o refutar los testimonios que afirman que el sabor de esta especia se debe al ácido inosínico, pero esta cuestión podría ser un elemento de estudio interesante de cara al futuro. Por último, el fuerte sabor umami de la carne de cerdo ibérico y de los embutidos que se preparan con ella es también un aspecto atrayente para muchos japoneses, y podría ser una de las claves para su promoción y popularización en Japón.

La falta de espacio ha hecho que solo pudieran mencionarse de pasada algunas cuestiones surgidas en el trabajo de campo que también han jugado un rol importante en la introducción de la cocina española en Japón. El rol del cocinero catalán Ferran Adrià, por ejemplo, fue mencionado por uno de los entrevistados como la razón por la que descubrió nuestra gastronomía. Por otra parte, aunque los resultados de las entrevistas hayan dirigido el trabajo hacia la reivindicación de los aspectos compartidos entre ambos países, sería interesante explorar el papel que las diferencias juegan en la atracción por España y su gastronomía. La imagen tradicional que los japoneses tenían de España era de un país un tanto exótico, casi oriental, dentro de Europa; y las diferencias culturales entre ambos países son frecuentemente mencionada por los informantes del estudio de Noya (Noya, 2004, págs. 25, 31, 70, 71). Algunas diferencias entre ambas culturas gastronómicas como las comidas largas seguidas de sobremesa, o la costumbre de comer hasta cinco veces al día son aspectos que generan curiosidad en muchos japoneses y, como vemos en las entrevistas, pueden convertirse en razones de su aceptación.

Otro fenómeno que este trabajo ha revelado es la formación en cadena de varios de los restaurantes de comida española en Japón. El restaurante *Casa de Live Kanazawa* es el mejor ejemplo: su dueño aprendió en el restaurante tokiota *Casa de Live* antes de abrir el restaurante homónimo que todavía regenta, más de cuarenta años después. De su restaurante han salido varios cocineros que

han abierto sus propios negocios, como es el caso del *Arroz*, quien ha formado a nuevos cocineros que han abierto un restaurante propio, como el dueño del *Ochenta y Ocho*. Actualmente nos encontramos en la quinta generación de esta cadena, ya que durante el período de redacción de este trabajo el dueño del *Ochenta y Ocho* está ayudando y enseñando al nuevo dueño del restaurante *Blanco*.

El último aspecto que querría destacar es el éxito de algunos platos de origen español que se han vuelto extremadamente populares en Japón pero no son asociados con la gastronomía española. Dulces como la tarta de queso estilo vasco o los churros se han convertido en los últimos años en verdaderos fenómenos, especialmente entre la gente joven y, aunque podría tratarse de una moda pasajera, contribuye a la creciente familiaridad de los japoneses con la cocina española. Si buscamos estos platos por sus términos en japonés, veremos que la pregunta que más se hacen los japoneses es de dónde provienen, lo que indica una desconexión entre el plato y la cocina que representa. Lo mismo sucede con el ajillo, un plato consumido por todo el país que seguramente muchas personas no asocian con España y que en pocos años se habrá amoldado tanto al gusto de los japoneses que podrá considerarse una receta distinta. Pero como ocurre con el kasutera o la tempura, la evolución del ajillo, los churros o la paella podría sentar las bases para que nuevas generaciones de japoneses descubran la cocina española, la historia de fusión gastronómica de estos platos de ida y vuelta, y todos los puntos que acercan la comida de estos dos países tan lejanos.

5. Bibliografía

- Doñas, A. (2022). El encuentro gastronómico entre ibéricos y japoneses en los siglos XVI y XVII. *eHumanista: Journal of Iberian Studies*, 51, 436-460.
- DOP Pimentón de la Vera. (12 de Abril de 2022). *Japón y el Pimentón de La Vera: amigos para siempre*. (vídeo). Obtenido de Denominación de Origen Protegida "Pimentón de La Vera": <https://pimentonvera-origen.com/japon-y-el-pimenton-de-la-vera-amigos/>
- Fiabcomunication. (9 de Febrero de 2023). *Los alimentos y bebidas españoles apuestan por el mercado japonés*. Obtenido de FIAB Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas: <https://fiab.es/alimentos-bebidas-espanoles-mercado-japones/>
- Fundación Consejo España Japón. (18 de Noviembre de 2022). *La gastronomía es la principal razón por la que los españoles viajan a Japón*. Obtenido de Spain Japan Foundation: https://spainjapanfoundation.com/lo_ultimo/20-anos-roger-ortuno/
- Google Trends. (20 de Mayo de 2024). *Comparación de los términos de búsqueda "comida española", "comida francesa" y "comida italiana"*. Obtenido de Google Trends: [https://trends.google.com/trends/explore?date=2007-01-01%2024-02-04&geo=JP&q=%E3%82%B9%E3%83%9A%E3%82%A4%E3%83%B3%20%E6%96%99%E7%90%86,%E3%83%95%E3%83%A9%E3%83%B3%E3%82%B9%E6%96%99%E7%90%86,%E3%82%A4%E3%82%BF%E3%83%AA%E3%82%A2%E6%96%99%E7%90%86](https://trends.google.com/trends/explore?date=2007-01-01%202024-02-04&geo=JP&q=%E3%82%B9%E3%83%9A%E3%82%A4%E3%83%B3%20%E6%96%99%E7%90%86,%E3%83%95%E3%83%A9%E3%83%B3%E3%82%B9%E6%96%99%E7%90%86,%E3%82%A4%E3%82%BF%E3%83%AA%E3%82%A2%E6%96%99%E7%90%86)
- Google Trends. (20 de Mayo de 2024). *Comparación de los términos de búsqueda paella, ajillo y jamón*. Obtenido de Google Trends: <https://trends.google.com/trends/explore?date=all&geo=JP&q=%E3%83%91%E3%82%A8%E3%83%AA%E3%82%A2,%E3%82%A2%E3%83%92%E3%83%BC%E3%82%B8%E3%83%A7,%E7%94%9F%E3%83%8F%E3%83%A0>
- Gurume Somerie. (1 de Junio de 2024). *サラミ／ Chorizo／ 生ベーコン "Salami/Chorizo/Beicon crudo"*. Obtenido de グルメソメリエ: <https://www.gourmet-world.co.jp/shopping/?page=category&cate=2463>
- Hida, N., & Coenders, G. (2016). Will the Japanese Venture Out of Barcelona and Taste Local Food? *Journal of Gastronomy and Tourism*, 2, 43-54.
- Iberiko-ya. (20 de Diciembre de 2015). *イベリコ屋 "Tienda de ibéricos"*. Obtenido de Iberiko-ya: <https://www.iberico.co.jp/html/page33.html>

- Inshokuten Dottokomu. (24 de Febrero de 2021). 「旨味」と「美味しさ」は違う？ 旨味を感じる成分や食材、引き出すポイントを解説 "¿Es diferente umami y delicioso? Ingredientes y componentes del umami y explicación de cómo extraerlo". Obtenido de 飲食店ドットコム: <https://www.inshokuten.com/supplier/knowledge/detail/158#:~:text=%E3%82%B0%E3%83%AB%E3%82%BF%E3%83%9F%E3%83%B3%E9%85%B8%E6%BF%83%E5%BA%A6%E3%81%8C%E9%AB%98%E3%81%84%E9%A3%9F%E6%9D%90,%E6%8A%97%E7%94%9F%E7%89%A9%E8%B3%AA%E3%81%AE%E4%B8%80%E3%81%A4%E3%80%82>
- Japan Travel Bureau Foundation. (2019). 日本人の海外旅行 "Viajes al extranjero de los japoneses". En J. T. Foundation, 旅行年報 "Informe anual sobre turismo" (págs. 37-56).
- Makori. (3 de Diciembre de 2012). スペインおでん、今シーズン初。 - Cocido - "Comienza la temporada del oden español. -Cocido-". Obtenido de チラうら中央地中海通信: <http://midmednews.blog85.fc2.com/blog-entry-1777.html>
- Maononikukyu, & Arafifumama. (7 de Mayo de 2023). パプリカパウダー ピカンテ DOP 370g【常温/全温度帯可】"Paprika picante en polvo DOP 370g". Obtenido de Rakuten: https://review.rakuten.co.jp/item/1/227144_10010258/1.1/
- Martin's kitchen. (23 de Agosto de 2013). かつお節の風味がするパプリカパウダー「ピメントン」"El pimentón, la paprika en polvo con sabor a katsuobushi". Obtenido de Martin's kitchen: <https://martinskitchen.hatenablog.jp/about>
- Mori, K. (11 de Marzo de 2021). 寒い季節限定！スペインの煮込み料理コシード or プチエロ "¡Solo en la estación fría! El cocido o puchero, el nikomi español". Obtenido de スペイン庶民生活@バレンシア: <https://spainseikatsu.com/14853.html>
- MyVoice Enquete Library. (5 de Septiembre de 2023). 食のジャンルに関するアンケート調査（第6回）"Encuesta acerca de géneros culinarios (6º)". Obtenido de MyVoice Enquete Library (MyEL): https://myel.myvoice.jp/products/detail.php?product_id=30204
- MyVoice Enquete Library. (5 de Enero de 2024). 味の好みに関するアンケート調査（第7回）"Encuesta acerca de las preferencias en cuanto a gustos (nº7)". Obtenido de MyVoice Enquete Library (MyEL): https://myel.myvoice.jp/products/detail.php?product_id=30604

- Nieve, B. (20 de Marzo de 2013). *El Pimenton de la Vela* ピメントン・デ・ラ・ベラ. Obtenido de Excite Blog: <https://benny.exblog.jp/17499025/>
- Ninomiya, K. (2016). だしとうま味の食品化学 "Food Science of Dashi and Umami Taste". *The Pharmaceutical Society of Japan*, 136(10), 1327-1334.
- Ninomiya, K. (2020). うま味と和食文化のグローバル化 "Globalization of umami and Japanese food culture". *日本食生活会誌*, 31(1), 3-12.
- Norinchukin Bank. (2023). 訪日外国人からみた日本の“食”に関する調査 "Investigación acerca de las opiniones de extranjeros que han visitado Japón sobre la gastronomía japonesa". Tokio: 農林中央金庫.
- Noya, J. (Ed.). (2004). *La imagen de España en Japón*. Instituto Cervantes, ICEX, SEEI, Instituto Elcano.
- Odashi Koubou. (18 de Julio de 2018). うま味の相乗効果で料理をおいしくするテクニック！ "La sinergia umami, la técnica para hacer tu comida deliciosa!". Obtenido de まいにち、おだし: <https://odashi.co.jp/umami/>
- Odashi Koubou. (6 de Agosto de 2022). うま味の相乗効果で料理をおいしくするテクニック! "La técnica para que la hacer una comida deliciosa: la sinergia umami!". Obtenido de まいにち、おだし: <https://odashi.co.jp/umami/>
- Okamoto, S. (1999). Situated Politeness: Manipulating Honorific And Non-Honorific Expressions In Japanese Conversations. *International Pragmatics Association*, 9(1), 51-74.
- Oshima, E., Narita, A., Senda, M., & Koshio, T. (1999). ヨーロッパの米料理（第 1 報）スペインの米料理 “パエリア” "La cocina del arroz en Europa (Primera parte): Paella, la cocina del arroz en España". *東京家政大学研究紀要*, 39(1), 159-162.
- Restaurante Español Comer. (13 de Febrero de 2024). スペイン料理コメル "Comida española Comer". Obtenido de スペイン料理コメル: <https://comer.gorp.jp/>
- Saizeriya. (8 de 2023). 企業情報 "Información de la empresa". Obtenido de Saizeriya 株式会社サイゼリヤ: <https://www.saizeriya.co.jp/corporate/information/outline/>
- San Gabriel, A., Rains, T. M., & Beauchamp, G. (Edits.). (2024). *Umami: Taste for Health*. Springer Cham. doi:<https://doi.org/10.1007/978-3-031-32692-9>

- Seligman, L. (1994). The history of Japanese cuisine. *Japan Quarterly*, 41(2), 165-169.
- Shoku Banku. (13 de 3 de 2017). スペイン料理 (スパニッシュ) の特徴 "*Características de la comida española (spanish)*". Obtenido de 食バンク: <https://shoku-bank.jp/magazine/shop-spanish/>
- Smith, M., & Sanders, L. (12 de Marzo de 2019). *These are America's favorite foods from around the world*. Obtenido de YouGov: <https://today.yougov.com/consumer/articles/22648-americas-favorite-foods-around-world>
- Society for Research on Umami Taste. (22 de Diciembre de 2023). うま味研究会 "*Society for Research on Umami taste*". Obtenido de うま味研究会: <https://www.srut.org/>
- Suehiroya. (12 de Abril de 2014). イベリコ豚バラ焼肉 800g (4-5 人前) 【ベジヨータ】/カルビ/ばら肉/黒豚/豚肉. Obtenido de イベリコ豚: <https://iberikobuta.com/SHOP/ib-18.html>
- Taniguchi, U. (1978). スペインの料理 "La comida de España". *料理科学*, 11(2), 122-125.
- Todoufuku Shikuchouson. (1 de Enero de 2024). 全国の市人口・面積・人口密度ランキング "*Ranking de la población, superficie y densidad de población de las ciudades de todo el país*". Obtenido de 都道府県市区町村: https://uub.jp/rnk/c_j.html
- Tokio, O. E. (2022). *El mercado de la carne de porcino en Japón*. Tokio: ICEX España Exportación e Inversiones.
- Umami Information Center. (22 de Mayo de 2020). *UMAMI Talk: Koy 旬香 松久秀樹シェフ*. Obtenido de Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=eByv84ZqmFk>
- Umami Information Center. (2 de Junio de 2022). よくあるご質問 "*Preguntas frecuentes*". Obtenido de Umami Information Center: <https://www.umamiinfo.jp/faqs/#:~:text=%E7%94%9F%E3%83%8F%E3%83%A0%E3%81%AE%E3%81%86%E3%81%BE%E5%91%B3%E3%81%AF,%E3%81%93%E3%81%A8%E3%81%AB%E3%82%88%E3%82%8A%E7%94%9F%E3%81%98%E3%82%8B%E7%89%A9%E8%B3%AA%E3%81%A7%E3%81%99%E3%80%82>
- Umami Information Center. (1 de Enero de 2024). *Umami Database*. Obtenido de Umami Information Center: <https://www.umamiinfo.com/umamidb/>
- Umami Information Center. (1 de Enero de 2024). うま味の知識を世界中の人々に "*Compartiendo el umami con el mundo*". Obtenido de Umami Information Center: <https://es.umamiinfo.com/>

Washoku no Umami. (6 de Enero de 2022). 干し椎茸にたっぷりグアニル酸！多く取るためのコツとその

他の食材 "*El ácido guanílico del que están llenas las setas shiitake deshidratadas! El truco*

para extraerlo y otros ingredientes". Obtenido de 和食の旨み: [https://www.kobayashi-](https://www.kobayashi-foods.co.jp/washoku-no-umami/guanylate#:~:text=%E3%82%B0%E3%82%A2%E3%83%8B%E3%83%AB%E9%85%B8%E3%81%8C%E5%)

[foods.co.jp/washoku-no-](https://www.kobayashi-foods.co.jp/washoku-no-umami/guanylate#:~:text=%E3%82%B0%E3%82%A2%E3%83%8B%E3%83%AB%E9%85%B8%E3%81%8C%E5%)

[umami/guanylate#:~:text=%E3%82%B0%E3%82%A2%E3%83%8B%E3%83%AB%E9%85%B8%](https://www.kobayashi-foods.co.jp/washoku-no-umami/guanylate#:~:text=%E3%82%B0%E3%82%A2%E3%83%8B%E3%83%AB%E9%85%B8%E3%81%8C%E5%)

[E3%81%8C%E5%](https://www.kobayashi-foods.co.jp/washoku-no-umami/guanylate#:~:text=%E3%82%B0%E3%82%A2%E3%83%8B%E3%83%AB%E9%85%B8%E3%81%8C%E5%)

Yakinikuyasakai. (21 de Julio de 2018). 期間限定おすすめメニュー！ "*Menú recomendado de tiempo*

limitado!". Obtenido de 焼肉屋さかい: <https://www.yakiniku.jp/sakai/news/news2/>

Yamaguchi. (22 de Noviembre de 2017). スペインの「かつお節」?! "*¿El katsuo español?!*". Obtenido de

Cook & Dine Hayama: <https://www.cook-dine.net/171122-pimenton/>

Yui. (12 de Septiembre de 2023). 今チュロスがアツい！可愛い絶品トレンドスイーツを楽しめるお店 10 選

♡ "*¡Los churros están de moda! 10 tiendas donde poder disfrutar de esta delicatessen tan*

mona ♡". Obtenido de Trepo: https://trepo.jp/food/churosu_trend/

Zippo1. (10 de Octubre de 2018). *The Magical Spice That Makes Vegetables Taste Like Bacon - Kids*

love Spanish smoked paprika—including my little vegetarian. Obtenido de Hungry Onion:

[https://www.hungryonion.org/t/slate-the-magical-spice-that-makes-vegetables-taste-like-](https://www.hungryonion.org/t/slate-the-magical-spice-that-makes-vegetables-taste-like-bacon-kids-love-spanish-smoked-paprika-including-my-little-vegetarian/15250/1)

[bacon-kids-love-spanish-smoked-paprika-including-my-little-vegetarian/15250/1](https://www.hungryonion.org/t/slate-the-magical-spice-that-makes-vegetables-taste-like-bacon-kids-love-spanish-smoked-paprika-including-my-little-vegetarian/15250/1)

6. Anexos

Anexo A. Esquema de la entrevista

1. いつからこのお店を開いていらっしゃいますか。

¿Hace cuánto que abrió el restaurante?

2. 「お店の名前」について。どうしてこの名前にしましたか。

Sobre (nombre del restaurante): ¿por qué escogió este nombre para el restaurante?

3. どこでスペイン料理を勉強なさいましたか。

¿Dónde aprendió a cocinar comida española?

4. オーナー以外で料理を作る人はどこでスペイン料理を勉強なさいましたか。

¿Y dónde aprendieron a cocinar comida española los cocineros en plantilla?

5. 日本の料理専門学校でスペイン料理について教えることが普通だと思いますか。

¿Cree que en las escuelas de cocina de Japón se enseña la cocina española?

7. どうしてスペイン料理に興味がありましたか。

¿Por qué se interesó en aprender cocina española?

8. スペイン料理の勉強の前にスペイン文化やスペイン語に興味がありましたか。

¿Antes de aprender a cocinar comida española tenía interés en la cultura o el idioma español?

9. どうしてスペイン料理のお店をオープンなさいましたか。

¿Por qué decidió abrir un restaurante de comida española?

10. スペイン料理は他のヨーロッパの料理と比べて人気があると思いますか。

¿Diría que la comida española es conocida si la comparamos con la de otros países europeos?

11. 金沢のようにそんなに大きくない町でスペイン料理のお店をオープンなさる前にどんな市場調査なさいましたか。

12. ¿Antes de abrir un restaurante de comida española en una ciudad de tamaño medio como Kanazawa, hizo algún tipo de estudio de mercado para evaluar su rentabilidad?

13. スペインからの材料など使っていらっしゃいますか。

¿Utiliza ingredientes provenientes de España?

14. はいなら、仕入れるときに関税や言葉の壁のように困難が生じたことあると思いますか。

En el caso de que sí, ¿se ha encontrado con problemas para abastecerse como los aranceles o la barrera lingüística?

15. 輸入会社とかはありますか。貿易会社 ぼうえき

¿Hay empresas que hacen de intermediarias entre los proveedores españoles y el restaurante?

16. 最近そういう輸入会社の数が増えてきたと思いますか。

¿Cree usted que el número de empresas importadoras ha crecido con el tiempo?

17. スペイン料理の材料が見つからない時にどのような日本の材料を使っていらっしゃいますか。

Quando no puede encontrar los ingredientes necesarios, ¿qué tipo de ingredientes japoneses utiliza?

18. 金沢の新鮮で美味しい材料はスペイン料理にどんな影響を与えたと思いますか。

¿Qué tipo de influencia cree que tiene en la comida el cambio por ingredientes locales?

19. このお店をオープンしたときにどういうことを目指しましたか。例えば本格的なスペイン料理とか日本人の口に合う料理とかお客様を楽しませるとか。

Quando abrió el restaurante ¿cuál era su objetivo? Por ejemplo, ofrecer comida auténtica española, ofrecer una versión adaptada al paladar japonés, proponer nuevas recetas basándose en la cocina española...

20. オリジナルレシピをお考えになった時にどんな事に注意なさいましたか。

¿Al idear recetas propias, a qué aspectos presta atención?

21. 日本人はスペイン料理に対してどんなイメージを持っていると思いますか。

¿Qué imagen cree que los japoneses tienen de la comida española?

22. 日本人にとって一番有名なスペイン料理は何だと思いますか。

¿Cuál diría que es el plato más conocido de la cocina española?

23. どうして日本人はパエリアが好きだと思いますか。

¿Por qué cree que a los japoneses les gusta la paella?

24. そんなに有名なパエリアを必ず提供しなければならないと思いますか。

Siendo tan conocida, ¿cree que es imprescindible para un restaurante de comida española en Japón servir paella?

25. このお店に来るお客さんはパエリア以外にどんな料理を食べてもらいたいと思いますか。

- ¿Además de paella, qué otros platos suelen pedir los clientes?
26. お客様はスペイン料理以外にスペインに興味があると思いますか。
- ¿Cree que los clientes tienen, además de por la comida, interés en la cultura española?
27. スペインに行ったことあるお客様がこのお店に来ることがありますか。
- ¿Sabe si es común entre los clientes haber viajado a España?
28. そのお客様はどんなメニューを頼みますか。行ったことがないお客様と違うと思いますか。
- ¿La comida que piden estos clientes que han visitado España difiere en algo de la del resto?
29. 最近お客様の舌は変わったと思いますか。
- ¿Cree que el paladar de los clientes ha cambiado con los años?
30. どう変わったと思いますか。
- ¿Cómo cree que ha cambiado?
31. 舌が肥えたと思いますか。
- ¿Diría usted que su paladar se ha refinado?
32. お客様のお好みに合わせて作り方や味を変えていらっしゃいますか。
- ¿Ha cambiado las recetas y el sabor para amoldarse a este cambio?
33. 初めてスペイン料理を食べたお客様が驚いたことがありますか。どうして驚いたと思いますか。
- ¿Los clientes que comen comida española por primera vez se sorprenden por algo en particular?
34. スペイン料理は日本料理と共通点があると思いますか。
- ¿Cree que hay puntos en común entre la comida española y la japonesa?
35. ちょっと日本人の口にあうようにアレンジをしたほうがいいのかスペインの味のまま提供したほうがいいのか、お客様が喜ぶはどちらだと思いますか。
- ¿Qué cree que los clientes prefieren por lo general, una comida española que mantenga el sabor original, o una versión adaptada al paladar japonés?

Anexo B. Consentimiento informado

同意書

私は、「日本人はどうしてスペイン料理に興味があるのか」のインタビューについて説明者から以下のよう
に説明を受け、理解しましたので調査に回答者として参加することに同意します。

説明事項

1. インタビュー回答者のプライバシーについては、十分配慮致します。
2. インタビューの録音は、お断り頂くことが可能です。
3. インタビューにより得られた調査のデータにつきましては、厳重に保存いたします。
4. 本研究に参加することに同意を頂いても、それはいつでも撤回は可能です。
5. このインタビューにより得られた情報は、回答者が特定されない形で記載致します。
6. これらのインタビューは、研究以外の目的で使用致しません。

● 同意する

● 同意しない

令和 年 月 日

説明者 _____

同意者 _____

Anexo C. Entrevistas traducidas al español

Arroz

P) Para empezar, ¿hace cuánto que abrió este restaurante?

R) Hace 17 años.

P) Sobre el nombre *Arroz*, ¿por qué eligió este nombre?

R) Como en España se usa mucho arroz, y lo mismo pasa en Japón, pensé que era un punto en común, así que decidí ponerle ese nombre.

P) ¿Dónde aprendió a cocinar comida española?

R) Cuando era joven, pasé cuatro años en el restaurante *Casa de Live Kanazawa*, en Kanazawa. Con el señor A. Después de eso fui a España de viaje, estuve un año en *Hondarribia, Alameda*, y volví a Japón.

P) ¿Dónde estuvo trabajando?

R) En un restaurante de *Hondarribia* llamado *Alameda* y regentado por *Gorka Txapartegi*.

P) ¿Y dónde aprendieron a cocinar comida española los cocineros en plantilla?

R) Hoy libraba, pero un chico llamado B que trabaja aquí también estuvo en el *Alameda*. Él estuvo un año y medio durante la pandemia, cuando no se podía salir a la calle.

P) ¿Cree que en las escuelas de cocina de Japón se enseña la cocina española?

R) Sí, y también hay escuelas donde se enseñan palabras sueltas en español además de la cocina en sí.

P) Ah, ¿sí? ¿También en Kanazawa?

R) Hay lugares donde lo hacen. También en Tokio u Osaka. A parte de eso, se da el caso inverso. Yo estuve en San Sebastián enseñando comida japonesa. También en Vitoria.

P) ¿Fueron eventos recientes?

R) Hace siete años.

P) ¿Por qué se interesó en aprender cocina española?

R) Mi familia tenía un restaurante de *sushi* en Toyama. Como [la comida española] también utiliza arroz y pescado, son parecidas. Al graduarme, primero trabajé en un restaurante de comida japonesa durante cuatro años, en un *ryōtei*. Después de eso comencé en *Casa de Live Kanazawa*. Es que el pescado y el arroz me encantan.

P) ¿Antes de abrir el restaurante tenía interés en la cultura o el idioma español? Usted sabe hablar un poco de español, ¿ya sabía antes de viajar a España?

- R) Antes de ir a España estudié un poco de español. Y una vez allí *necesario hablar un poco* [risas].
- P) ¿Por qué decidió abrir un restaurante de comida española? A pesar de estar trabajando en *Casa de Live Kanazawa*, ¿tenía ganas de abrir su propio restaurante?
- R) Después [de estar en Casa de Live], fui a País Vasco, y allí hice muchos amigos y familia con los que disfrutaba comiendo. Cuando volví a Japón me acordaba de ellos y quería volver a sentirme así, pasarlo bien con todo el mundo, así que abrí el restaurante.
- P) ¿Diría que la comida española es conocida si la comparamos con la de otros países europeos?
- R) Creo que es conocida. Por supuesto la más conocida es la comida italiana. Pero creo que [los japoneses] están más familiarizados con la comida española que con los bistrós franceses. La comida española tiene arroz, pescado fresco...
- P) ¿Considera que la comida francesa es más distinta?
- R) Exacto. El *bar* también es lo mismo que un *izakaya*.
- P) ¿Antes de abrir un restaurante de comida española en una ciudad de tamaño medio como Kanazawa, hizo algún tipo de estudio de mercado para evaluar su rentabilidad?
- R) Creo que hay bastante mercado para la comida española. Además, mi restaurante tiene un horario muy largo, como en España [de 17:30 a 03:00]. Por eso puede atraer a un número más amplio de clientes.
- P) ¿Clientes que vienen a cenar y otros que vienen a beber como si fuera un *Izakaya*?
- R) Exacto, exacto. Durante un buen rato, *beber, fiesta, y luego a la discoteca*. [Risas]
- P) Sobre la comida ¿Además del *jamón* de la barra, utilizan ingredientes provenientes de España?
- R) También tenemos *queso: Manchego, Cabrales, Idiazábal*... Tenemos un montón.
- P) ¿Se ha encontrado con problemas para abastecerse como los aranceles o la barrera lingüística?
- R) En Tokio y Osaka hay empresas que importan productos españoles, y [nos proveemos] de ellos.
- P) ¿Cree usted que el número de empresas importadoras ha crecido con el tiempo?
- R) Con la Covid-19 el número bajó, pero está volviendo a crecer.
- P) Cuando no puede encontrar los ingredientes necesarios, ¿qué tipo de ingredientes japoneses utiliza?
- R) Por ejemplo, el menú más conocido de este restaurante es *bacalao* [al pilpil]. El bacalao puede pescarse en Ishikawa, el *rape* o el *chipirón* también son productos de esta prefectura. Así que de una forma u otra nos apañamos. También producimos arroz, claro.
- P) ¿Qué tipo de influencia cree que tiene en la comida el cambio por ingredientes locales?
- R) El bacalao español tiene más gelatina que el de aquí.
- P) ¿Eso cambia el sabor de platos como el *pilpil*?
- R) Sí, exacto. El *bacalao al pilpil* es diferente.

- P) ¿Cuándo abrió el restaurante cuál era su objetivo? Por ejemplo, ofrecer comida española, ofrecer una versión adaptada al paladar japonés, proponer nuevas recetas basándose en la cocina española...
- R) Dentro de lo posible intentamos ofrecer pan. Quería abrir un restaurante donde se pudiera comer con pan. Aunque se llame *Arroz*. [*Risas*]. Allí siempre se acompaña la comida con pan.
- P) Aunque la mayoría de las recetas son españolas, también tenéis recetas originales, ¿no?
- R) Sí.
- P) ¿Al idear recetas propias, a qué aspectos presta atención?
- R) En las recetas originales, como originalmente yo trabajaba en restaurantes de *sushi*, también utilizo ingredientes que no se pueden comer en España. En el caso del bacalao, añadido *Shirako*³³ al *Bacalao al pilpil*. Esa es una de mis recetas propias. También le añado *Amaebi*³⁴ y lo ofrecemos acompañado con pan.
- P) Acerca de los clientes, ¿Qué imagen cree que los japoneses tienen de la comida española?
- R) Los japoneses lo primero que conocen es la paella, claro. Después es el Flamenco. Después sería la *tortilla*. Esos tres. También conocen *torero* y *San Fermín*.
- P) ¿Por qué cree que a los japoneses les gusta la paella?
- R) Si hablamos de comida japonesa, la imagen que nos viene a la cabeza es *sushi*, *tempura*, *sukiyaki*. Si hablamos de comida española, creo que a todos [los japoneses] se les ocurre la paella y la *tortilla*. Se come de la misma forma. Italia es la *pizza* y la *pasta*. En japon el Templo dorado de Kioto sería lo mismo que la Sagrada Familia. Es la imagen que se tiene. Creo que [la paella] está dentro de la imagen [de la comida española]. Eso es así. Nadie conoce el *bacalao al pilpil*.
- P) ¿Cree que hay muchos clientes que vienen a su restaurante y prueban por primera vez el bacalao al pilpil?
- R) Muchísimos.
- P) ¿Y se sorprenden?
- R) Sí, sí. Lo llaman *cream sauce* [*risas*]. Pero solo es *aceite de oliva*, *bacalao* y *un poco de ajo*.
- P) Ya veo. ¿Cree que hay un descubrimiento de que la comida española es más diversa que la imagen que se tenía en un principio?

³³ 白子(*shirako*): nombre con el que se denomina a los testículos de varios pescados, usados de diversas formas en la gastronomía tradicional japonesa.

³⁴ 甘えび(*amaebi*): literalmente “gamba dulce”. Especie de marisco muy apreciada por su sabor y utilizada en el *sushi* y *sashimi*, especialmente abundante en la Prefectura de Ishikawa.

- R) Sí. Por ejemplo, a mí me gusta *León*, por su *jamón*, *chorizo*, *cecina*, que son muy buenos. También el *cocido*. Cuando fui a *Asturias*, la *fabada* me pareció deliciosa. Pero la *morcilla* es imposible para los japoneses. La *morcilla* no. Es un poco difícil.
- P) ¿A parte de la *morcilla* cree que [a los japoneses] les gusta la mayoría de la comida española?
- R) Sí, pueden comerlo, pueden comerlo. *Nikomi* [es como un cocido], *Oden* [es como una sopa]. En Japón también se come *pulpo*. Es lo mismo con los *chipirones en su tinta*, también se come en Japón.
- P) ¿Cree que los japoneses saben que se parecen tanto?
- R) Si comieran [comida española], lo entenderían.
- P) Antes de eso...
- R) Antes de eso, *flamenco*, *paella*.
- P) ¿Cree que el paladar de los japoneses ha cambiado desde que trabajaba en Casa de Live Kanazawa?
- R) Sí, ha cambiado.
- P) ¿En qué cree que ha cambiado?
- R) Los japoneses se han acostumbrado al aceite de oliva. En casa usan aceite de oliva. Antes no había aceite de oliva. Es un cambio cultural.
- P) ¿También se han acostumbrado a la comida española?
- R) Creo que sí que se han acostumbrado. Cuando hacen barbacoas fuera³⁵ todo el mundo también cocina paella. Últimamente se ha vuelto muy común cocinar paella.
- P) El ajillo también...
- R) Es muy conocido.
- P) ¿Cree que los clientes tienen, además de por la comida, interés en la cultura española?
- R) Sí que lo creo. El fútbol, Ibiza [*risas*]. Tienen la imagen de ser un lugar para la fiesta.
- P) ¿Sabe si es común entre los clientes haber viajado a España?
- R) Es muy común.
- P) ¿La comida que piden estos clientes que han visitado España difiere en algo de la del resto?
- R) Es bastante diferente. Los que lo ven como un bar han comido *bocadillo*. Los que lo ven como un restaurante, han comido *chipirón*, *bacalao*.

³⁵ En Japón es común hacer barbacoas en sitios como el río, parques o durante eventos como el *hanami*. Suelen ser reuniones con amigos, compañeros o familia; y normalmente se cocina carne y verduras de forma similar a las BBQ estadounidenses.

P) Para acabar, ¿podría hablarme de los puntos en común de la comida española y japonesa?

R) El arroz, el pescado... También la *carne*, el *asado*, la *plancha*, son iguales que el *Yakiniku*. También la tempura. Incluso la *crema catalana* se parece al plato de comida japonesa *Chawanmushi*,³⁶ aunque no es dulce.

³⁶ 茶碗蒸し(*chawan-mushi*): Literalmente “Cocido al vapor en taza de té”. Plato tradicional hecho con natilla de huevo que se come como acompañamiento o aperitivo, tiene un sabor delicado pero salado, a diferencia de las natillas de la cocina española.

Respiración – Comer: Mar y Montaña

P) ¿Hace cuánto que abrió el restaurante?

R) Este³⁷ lo abrimos hace 5 años más o menos.

P) Pero aparte de este...

R) También tenemos un restaurante llamado *Respiración*. Luego tenemos una tienda de tartas de queso vascas llamada *Piso*. También tenemos un restaurante de *Yakiniku* y una tienda de moda. ¿Sobre cuál quieres preguntarme? *Respiración* es el más famoso y tiene dos estrellas michelín, pero podemos hablar de cualquiera de ellos.

P) Entonces centrémonos en *Respiración*. ¿Hace cuánto que abrió lo abrió?

R) Lo abrimos hace 7 años. Con dos colegas que conozco. [*Muestra foto de él con dos compañeros en la cocina del restaurante*] Lo abrimos entre los tres.

P) ¿Los tres pueden cocinar comida española?

R) Sí. Fui con ellos a España, a Barcelona. Estuvimos unos dos años, luego hicimos una empresa en la que los tres somos dueños y cocineros de los establecimientos que he dicho antes.

P) Acerca de *Respiración*, ¿por qué escogieron este nombre?

R) ¿El nombre del restaurante? *Respiración* en japonés es 呼吸 (*kokyu*), ¿verdad? El significado de respiración... por ejemplo un tomate. Hay que cogerlo de la mata. El tomate muere, pero hay una persona que lo cultiva con esmero, alguien que lo transporta hasta que nos llega a nosotros, que lo cocinamos. El tomate ya está muerto. Pero hay un aliento, una vida, un alma imbuida en él y en su preparación, y luego está el servicio del camarero, que lo lleva a la mesa. El cliente lo come y al día siguiente de alguna forma se transforma en energía, a través de la respiración obtienes vitalidad. Por eso “aliento”, “respiración”. Comes un tomate, y al día siguiente estás vivo. Hace referencia a ese ciclo. También en que los platos que usamos provienen todos de la Prefectura de Ishikawa; y lo mismo con los ingredientes, que procuramos que sean siempre de la región a menos que sea imposible. Así que un 70-80% son de Ishikawa.

P) ¿También usáis ingredientes provenientes de España?

³⁷ *Comer: Mar y Montaña*. Nombre del segundo restaurante español que regenta, del que se hablará más adelante y en el que se realizó la entrevista. Todas las referencias a “este”, “aquí” etc. se refieren a este restaurante.

- R) Solo cosas como el aceite de oliva. Usamos lo que aprendimos en España. Aunque estudiamos cocina española, cómo decirlo... Por ejemplo, yo fui a Catalunya, a Barcelona. *Mar y Montaña, Comer: Mar y Montaña*. El objetivo es cocinar comida española que se puede comer aquí, cocinando con el “mar y la montaña” de la Prefectura de Ishikawa. Además, en *Respiración* servimos comida original. La gente viene de todo el mundo a comer porque es *gastronomía* [de alto nivel]. Este es un bar. Aquí servimos comida típica de restaurante o bar español: *bravas, tapas, jamón, queso...* Comida súper súper normal. También guisos como *fricandó* o *capipota*. Aquí transmitimos lo que aprendimos en España. Aquí se mantiene más el espíritu, quizás.
- P) Ya veo. ¿Entonces en *Comer* servís comida clásica española, mientras que en *Respiración* tomáis influencia de las cocinas de todo el mundo y servís recetas originales?
- R) Exactamente. Esa era la comida que planeábamos hacer.
- P) ¿Al idear recetas propias, a qué aspectos presta atención?
- R) Naturalmente también ideamos recetas originales a partir de la comida regional que aprendimos en España. Por ejemplo, nos inspiramos a partir de la salsa *romesco* y transformamos la receta después de imaginar un nuevo plato. Aquí es al revés, servimos el *romesco* tal cual lo aprendimos.
- P) Y cuando idean recetas propias, ¿piensan en si gustará al paladar japonés o no?
- R) Al principio sí que procuramos cocinar comida que se amolde al paladar japonés, pero como yo he cocinado en España y entiendo el sabor que les gusta a los extranjeros, intentamos apuntar a ese espacio entre ambos. No es solo a los japoneses. Intentamos apuntar a un espacio en que guste al público japonés pero que cualquier persona de fuera pueda entender. Además, recibimos muchos halagos de parte de turistas extranjeros.
- P) ¿Qué porcentaje de clientes cree usted que son japoneses?
- R) Aquí la mayoría son japoneses. El porcentaje de extranjeros será un 10% más o menos. En *Respiración* el número de extranjeros igual está entre un 40-50%. Y los clientes japoneses vienen de todo Japón, desde Hokkaido hasta Okinawa.
- P) Acerca de los estudios. ¿Antes de ir a España ya había estudiado cocina española en Japón?
- R) Sí, en Giza, Tokio, durante un tiempo.
- P) ¿En una escuela de cocina?
- R) No, yo no estudié en ninguna escuela.
- P) ¿Entonces aprendió en un restaurante?
- R) Exacto. Y después fui a España. Cuando comí en España me pareció todo buenísimo, me encantó. Igual conoces el ácido glutámico y el ácido inosínico... el *umami*. Inosínico, glutámico;

Mar y montaña. El mar sería el inosínico. En la *montaña* hay mucho ácido glutámico. Como en el tomate. La misma dicotomía entre el *katsuo* y el *konbu*. El *konbu* tiene glutámico y el *katsuo* tiene inosínico. El sabor *umami* [de la gastronomía española] y esos sabores de *Mar y montaña* también encajan con los japoneses. Además de que Japón también tiene mar y montaña, por lo que también encajan. Después, en Japón también hay *pinchos*, los *tsumayōji*. Y luego están los *izakaya*, que hay por todas partes y a los que todo el mundo va, como los bares españoles.

P) Es lo mismo.

R) Exacto. De alguna forma la cultura y ese tipo de cosas tradicionales creo que se parecen. Son cosas que también pueden ser bien recibidas en Japón. Hace 15 años, cuando comí en España, en Japón aún no había cocina española. Creo que era aún bastante pronto. Solo [se conocía] *El Bulli*. Quizás porque *El Bulli* era realmente famoso.

P) Cuando fue a España y pudo comer y experimentar la cultura española, ¿pensó que se parecían a la japonesa?

R) Sí, pensé que se parecían. Los condimentos y demás.

P) ¿Y sigue pensándolo?

R) Al volver... A ver, los sabores de la comida japonesa son mucho más sutiles. La comida española tiene sabores bastante fuertes, ¿no? Sabores pesados y con muchísimo *umami*. Porque al cocinar, al freír, es todo más intenso. Freír bien, cocer bien, que [el rebozado] tenga un color más marrón. Eso creo que hace que tenga tanto *umami*. En Japón no se aprende esa técnica.

P) A pesar de que a mí me encanta la comida japonesa, su sabor me parece totalmente distinto del de la comida española. Pero cuando hablé con el propietario del restaurante *Arroz*, él me hizo notar varios rasgos similares como el uso de arroz, de pescado, las parrilladas, la tempura. ¿Qué opina usted?

R) Sí, bueno, los ingredientes son ciertamente similares. Si hablamos del arroz, los españoles lo usan como una verdura, lo pueden comer con pan. Porque el pan es el alimento básico. Para nosotros la paella sería el alimento básico [sin ningún acompañamiento]. En España se usa casi como una verdura y se come con pan. Pero ciertamente la aceptación de la comida española en Japón se debe al arroz, a la paella. A parte, como he dicho antes, el *umami* se parece. La mezcla de *mar y montaña*. Cuando cocinaba comida italiana, la mezcla de los ingredientes de la montaña y del mar era algo bastante tabú. Por ejemplo, si cocinas [pasta] *pescatore* no puedes echarle queso. Pero en la comida española se puede cocinar pollo, calamar y cerdo todo junto, ¿no? Cuando le pregunté a un chef español a qué se debía esto, me dijo que en la paella se juntaban ingredientes que podemos encontrar en toda la Tierra, y

que eso era lo que lo hacía un plato tan bueno. Me dijo, ¿por qué habría que separar la montaña del mar? Y creo que esa es la maravilla de la comida española.

P) ¿Quién opinaba eso?

R) El propietario de un restaurante de Barcelona llamado *Topik*. Eso dijo: que no hay necesidad de separar lo que hay en la Tierra en mar y montaña. Al comerlo junto está bueno, ¿no?

P) Qué interesante. ¿Antes de aprender a cocinar comida española tenía interés en la cultura o el idioma español?

R) La verdad es que prácticamente no. Fue gracias a *El Bulli*. Yo trabajaba como cocinero de comida japonesa y luego italiana. Con los tíos [que te he enseñado] antes hacíamos comida japonesa, pero teníamos ganas de ir a estudiar al extranjero. Cuando estudiaba para ser cocinero, había un libro que salía mensualmente especializado en cocina, y debido a la influencia de *El Bulli* pude descubrir la comida española. En aquella época, hace unos 15 años, prácticamente no había internet. Cuando vi esa revista me sorprendió mucho. Hablaba de cosas que no había visto nunca hasta ese momento, me impactó mucho lo que decía de *Ferran*, y descubrí *Barcelona* y *Catalunya*. *Barcelona* tiene mar, ¿verdad? Yo nací y crecí en una ciudad al lado del mar, así que me dije que teniendo mar seguro que estaba bien. También odio la lluvia, y *Barcelona* tiene un clima muy soleado.

P) Como dice, la comida española no era muy conocida en Japón, ¿por qué abrieron un restaurante de comida española?

R) Bueno por un lado está la cocina de mar y de montaña, que aquí también tenemos. Los ingredientes son también los mismos, como te dijo el propietario del *Arroz*; el *umami* también encaja; hay *pinchos* e *izakaya* [bares]; así que hay muchos puntos en común. Además, allá también hay una sensación de libertad. El clima es bueno y el ambiente es divertido. Nosotros empezamos a cocinar, más que porque nos gustara la comida, porque nos gustaba el rato de la comida. Por eso el tiempo de la comida en España, ese rato que va pasando, la atmósfera, la jovialidad... Ese "*No pasa nada*." Todo daba esa sensación y nos gustó, claro, así que dijimos: "vamos a hacer esto".

P) Entonces, además de por la cocina en sí, ¿decidisteis abrir el restaurante por vuestra experiencia en España?

R) Exacto. Creo que los japoneses son bastante diferentes. Los españoles no viven por y para el trabajo, sino por cosas como las *vacaciones*, la *siesta* o la *noche*. Creo que en eso son un poco diferentes a nosotros, que vivimos más por y para el trabajo.

P) ¿Por qué cree que la cocina española se ha vuelto popular?

- R) La paella es lo primero, por supuesto. Luego está el *umami*. Y luego quizás también gracias a su informalidad. Los bares y demás. La comida francesa es un poco... [*hace gestos de comer en un ambiente muy formal o elegante*]. Y el problema con la comida italiana es que comprar pizza, pasta o tiramisú se popularizó demasiado. Se come demasiado. Además, grandes compañías producen comida italiana que se puede comer hasta en supermercados y *konbini*.³⁸ Por lo que se convirtió en algo demasiado cotidiano. Como tiene mucha calidad y es barato, puedes comer tanto como te apetezca. Por eso dejó de ser un tipo de comida que la gente quiera ir a comer a un restaurante. Pero la comida española no se ha extendido a ese nivel. También hay poca gente que la prepare. Por eso también hay poca competencia. Aunque ha calado en la sociedad japonesa, no es tan popular como la comida francesa o italiana. Para bien o para mal, gracias a eso hay poca competencia y sigue siendo una cocina que la gente quiere ir a comer a un restaurante. Pero el primer motivo por el que se popularizó fue el arroz. Más que la pasta, la pizza, la ternera o el pescado, aunque no sea una exquisitez, fue el arroz lo que hizo que todo el mundo... Tiene un carácter festivo, ¿verdad? La paella. Excitante.
- P) En cambio, ¿la comida italiana se ha convertido en algo más normal?
- R) Sí, porque la *harina* es barata. Así que se puede cocinar y vender barato; por lo que hay mucho. También las grandes empresas la producen, y el público general la cocina. Dejó de ser algo que vas a comer a un restaurante. Esa es mi opinión, porque antes también trabajaba en restaurantes de comida italiana.
- P) Ahora sabe hablar un poco de español, ¿desde que cocina comida española ha ganado interés en la cultura o el idioma español? ¿Fue primero la comida?
- R) Sí, en mi caso sí, primero me interesé por la comida. En aquella época el fútbol era muy famoso, jugadores como *Ronaldinho*, un poco antes de que *Messi* saliera. Hace unos 15 años. Cuando aprendí a cocinar comida española, no trabajé en *El Bulli*, pero fui a comer cuando estaban en su época de esplendor. El sentimiento de libertad culinaria, la expresión personal [a través de la cocina] fue lo que más me emocionó. No era una expresión de [la personalidad de] España o de Catalunya, sino la expresión individual de Ferran Adrià. Que existiera todo ese mundo [fue lo que más me sorprendió]. Había muchísima gente trabajando para Ferran Adrià. Todos expresaban sus orígenes y su individualidad, y se llevaron esa forma de hacer a su lugar de origen. Yo creo que cambiaron el mundo de la *gastronomía*. Me impactó mucho. Así que

³⁸ Tipo de tienda de alimentación de tamaño menor a un supermercado en el que es común comprar comida preparada. Aunque hay cadenas regionales más pequeñas, las tres más grandes son *7-Eleven*, *Family Mart* y *Lawson*.

pensé que, ya que había estudiado en España pero seguía siendo japonés, abriría un restaurante en mi tierra en el que transmitiera el espíritu que había aprendido en España, pero ofreciendo una comida que saliera de mí y que usara los productos de la tierra donde nació: y así nació *Respiración*. Y para no transmitir solo eso, también hicimos el *bar*, doble. Para convencer [al público] decidimos también ofrecer comida española propiamente dicha. Además de ofrecer nuestra comida evolucionada a partir de la comida española.

- P) ¿Qué tipo de influencia cree que tiene en la comida el cambio por ingredientes locales?
- R) Por ejemplo, cosas como las berenjenas o los calabacines españoles tienen la piel más gruesa. Al ser Japón, si cocinas las verduras hasta cierto punto puedes dejar la piel. En España hay que pelarlas un poco, una capa o así. Por eso aquí no podemos cocinar comida española. No la auténtica. En *Respiración* procuramos cocinar con esas técnicas que aprendimos en España, cocinar recetas originales surgidas a partir de la comida regional de allá, dando importancia al espíritu. Aquí sí que usamos ingredientes españoles. *Chorizo*, olivas, anchoas, jamón... La mayoría son productos españoles. Pero como las verduras y la carne son distintas, la cocción, la cantidad de sal etc. diría que las cambiamos para que se ajusten.
- P) Aquí ofrecéis una comida española más auténtica, ¿pero cree que la adaptan al paladar japonés?
- R) Naturalmente cocinamos para que un público japonés venga a comer. Aquí, en *Comer*. Seguramente un negocio que cocine pensando en los extranjeros a los que les guste la comida española no puede mantenerse a flote. Además de que lo que quiero ofrecer no es comida que guste a los españoles que estén en Japón, sino transmitir la alegría que aprendí en España a los clientes del lugar donde nací, que naturalmente son japoneses. Como dije antes, *Respiración* puede gustar tanto a los japoneses como a los extranjeros. Porque son recetas propias. A quienes queremos atraer es a los japoneses. Si quisiéramos gustar a los españoles ofreciéndoles su propia comida, no podríamos ganar. Tampoco es nuestra función.
- P) ¿Antes de abrir el restaurante, sus dos compañeros tenían el mismo objetivo e ideas que usted?
- R) Sí, sí, el mismo. Porque somos amigos desde siempre. Hemos estado juntos desde los 5 o 6 años, durante 38 años. Nos entendemos sin hablar.
- P) ¿Qué imagen cree que los japoneses tienen de la comida española?
- R) Naturalmente lo primero es el jamón, la paella, la tortilla española y el ajillo. A parte de eso creo que no conocen nada. Los platos que han triunfado en Japón son la *butifarra*, el *pilpil*, los guisos como el *fricandó* o el *chilindrón*, todos suelen ofrecer más o menos lo mismo, ¿no? Incluso aunque vayas a otras prefecturas. Este tipo de restaurantes ha crecido demasiado. Aunque últimamente en sitios como Tokio sí que hay restaurantes con dueños más

apasionados y originales, pero la norma creo que es esa. En todo Japón, todos los bares que ofrecen comida española tienen prácticamente el mismo menú.

P) Ya... Por ejemplo, los restaurantes en Japón siempre ofrecen paella, mientras que en España la mayoría de los restaurantes no la ofrecen.

R) ¿Verdad? Normalmente si vas a un bar no hay paella. En los restaurantes de la ciudad no suele haber. Es más una cosa de *playa*. “*Ir a la playa*”.

P) Acerca de los clientes que prueban comida española por primera vez en sus restaurantes, ¿cree que la imagen que tenían de la comida española cambia al probarla?

R) Sí. Solemos recibir comentarios como “¿[la comida española] es así de buena?”. También hay gente que, gracias a probar la comida, quiere ir a España. También hay gente que ya ha ido a España. Y gente que después de comer quiere trabajar aquí.

P) ¿Sabe si es común entre los clientes haber viajado a España?

R) Sí.

P) ¿La comida que piden estos clientes que han visitado España difiere en algo de la del resto?

R) Creo que sí. Quieren comer lo que comieron en España.

P) ¿Además de paella, qué otros platos suelen pedir los clientes?

R) *Tortilla*, jamón, últimamente también hay bastante gente que conoce el *pan con tomate*. Pero todo el mundo asocia la comida española con la comida vasca. Pero yo no hago comida vasca, porque me encanta la comida catalana y aprendí ahí. *Xavier Pellicer, Santi Santamaria, ABaC...* También hago algo de comida vasca, como *pilpil*; o de cocina gallega, como *caldo gallego* o *pulpo a la gallega*. Pero en Japón, los platos que se ofrecen y los que gustan son siempre los mismos, por lo que el menú de todo el mundo se parece mucho. Eso me parece poco interesante...

P) ¿Cree que es malo?

R) Bueno, que ese tipo de restaurantes crezca significa que más y más gente está formada, con lo que pueden surgir nuevos colores. También aparecerán más y más entusiastas que harán comida más original. Pero por otro lado, la comida española se va deformando poco a poco, convirtiéndose en comida española japonesa. Hay gente que mantiene el modelo de bar español, pero el otro tipo [de restaurantes poco originales] también se ha extendido. Pero también una expansión y un aumento de cocineros y clientes, y eso es bueno.

P) ¿Cree que el número de restaurantes de comida española ha crecido con los años?

R) Sí, está creciendo.

P) ¿Cree que el paladar de los clientes ha cambiado con los años?

- R) Creo que ha cambiado. Cómo decirlo... La comida basura se ha popularizado mucho, especialmente entre los niños. Por eso la altura de los japoneses también ha aumentado.
- P) ¿Diría usted que el paladar se ha refinado?
- R) Sí, sin ninguna duda. Poco a poco se ha ido refinando. Hoy en día tenemos la comida de una gran variedad de países a nuestro alcance, podemos visitarlos, investigar acerca de su comida, aprender a cocinarla y experimentarla; con lo que también hemos podido entender qué es lo que hace que la comida japonesa sea tan buena. Así que nuestro paladar se ha refinado. Gracias a que ahora podemos viajar y podemos recibir, ver, investiga, probar, experimentar y estudiar la cocina de otros países, podemos entender los motivos por los que la comida japonesa es buena. Ahora podemos entender mejor que las generaciones anteriores qué es lo bueno de Japón.
- P) A pesar de que Kanazawa no es una ciudad muy grande, me sorprendió ver que había bastantes restaurantes de comida española.
- R) Sí, aunque solo hay unos ocho.³⁹ Pero antiguamente solo había dos: *Casa de Live* y *La Mola*. Luego vino *Arroz* y nosotros con un restaurante que se llamaba *Blanco*, aunque ya lo dejamos.
- P) Cuando abrieron el restaurante, ¿sólo había tres restaurantes?
- R) Exacto.
- P) ¿En aquel momento dudaban de si podría tener éxito?
- R) Sí, teníamos muchas dudas. En aquel momento estábamos ansiosos, pero como la comida que probamos en España era tan y tan buena, pensamos que sí o sí debía tener éxito en Japón. Porque nos pareció deliciosa. Y también porque tenía arroz, por la paella.
- P) ¿En serio? ¿Entendieron que la comida española se haría más popular por lo buena que les pareció?
- R) Exacto. [Pensamos] que seguro que en Japón se popularizaría. Lo entendimos enseguida. En esa época no había cosas así de buenas. En aquel momento el paladar japonés no estaba tan refinado, pero entendimos que si los japoneses probaban la comida española les gustaría.
- P) Pues parece que así ha sido.
- R) Sí, se ha hecho realidad.
- P) ¿Cree que los clientes tienen, además de por la comida, interés en la cultura española?
- R) Sí que tienen interés, les encanta. Por la arquitectura, el fútbol, la comida...
- P) Pero como ha dicho usted antes, fue por la calidad de la comida por lo que se ha popularizado, ¿no?

³⁹ En este cómputo incluye al restaurante *La Mola*, situado un pueblo de la periferia de Kanazawa.

- R) Eso creo. También por el fútbol, ser ciudad olímpica, el arroz, la *Sagrada Familia*, *Gaudí*... En Japón hay mucha comida española, ¿no? Quizás si no fuera un país donde se come tanto arroz no se hubiera popularizado tanto. Quizás en un país donde el pan es el alimento básico es más difícil. Creo que es más fácil en un país donde se coma mucho arroz.
- P) Como ha dicho usted antes, comparada con la comida japonesa, la cocina española tiene un sabor bastante fuerte. ¿no? Cuando empezaron a cocinarla, ¿consideraron que era mejor rebajar un poco el sabor?
- R) Sí, la cantidad de sal que aprendimos en España tuvimos que ignorarla por completo. Tuvimos que modificarlo. Creo que en países con más Sol, en los que se suda más, la comida es más fuerte, se usa más sal. Como con la paella de *Valencia*. Barcelona también es cálida. En cambio el País Vasco es distinto, la comida vasca se popularizó más en Francia.

Ochenta y Ocho

P) ¿Hace cuánto que abrió el restaurante?

R) En abril de este año. Aún no llevo ni un año.

P) ¿Dónde aprendió a cocinar comida española?

R) Aprendí a cocinar en el restaurante *Arroz*, con el señor A, hace unos 14 años. Aprendí mucho durante los años que trabajé allí, pero también he aprendido mucho por mi cuenta, investigando, leyendo etc. Y después de estar en el *Arroz* me he dedicado casi exclusivamente a la gastronomía española.

P) ¿Y dónde aprendieron a cocinar comida española los cocineros en plantilla?

R) Además de mí solo hay un chico a tiempo parcial que no tiene mucha experiencia en cocina, pero que está aprendiendo aquí.

P) ¿Cree que en las escuelas de cocina de Japón se enseña la cocina española?

R) Casi nada.

P) ¿Diría que la comida española es conocida si la comparamos con la de otros países europeos?

R) Creo que la comida y la cultura española, así como la portuguesa, son relativamente conocidas en Japón por motivos históricos. En el colegio, los japoneses aprendemos acerca del comercio entre la Península Ibérica y Japón a partir del 1549, acerca de la misión de Francisco Javier y su influencia. En aquella época, Japón nombró a España y Portugal *nanban*, que se escribe con los caracteres de “Sur” y de “salvajes”. Como las primeras misiones cristianas que llegaron a Japón eran portuguesas, España se asoció con Portugal, que era más conocido. Por lo que hay esa relación historia entre Japón y la Península Ibérica. ¿Conocías esta historia?

P) La verdad es que sí que la conocía, pero nunca se me había ocurrido que pudiera ser la razón de la popularidad de la comida española, así que me parece muy interesante.

R) Para los japoneses fue la primera introducción a la cultura de los países occidentales. Francisco Javier y demás, ¡aunque en realidad es San Francisco Javier! [*risas*]. En japonés existe el término *nanban-torai*,⁴⁰ que define los productos introducidos en aquella época mediante el comercio con los portugueses y los españoles. Por ejemplo, están los utensilios de cocina *nanban-torai*, como las ollas. La tempura sería otro ejemplo. *Fritos...*

R) ¿*Fritos*?

⁴⁰ 南蛮渡来(*nanban-torai*) es un *yojijukugo* (fórmulas compuestas por cuatro *kanji*) empleado para definir los productos, alimentos e ideas introducidos en Japón por portugueses y españoles durante los siglos XVI y XVII.

R) Exacto, los *fritos* de Portugal se introdujeron en Japón y fueron modificados hasta llegar a la tempura actual. Hay muchas cosas que entraron en Japón de esta forma hace siglos provenientes de España y Portugal. Por eso estamos bastante familiarizados con la gastronomía española.

[Un cliente que habla español, con quien había hablado antes de comenzar la entrevista, interviene en la conversación para ofrecer otros ejemplos de palabras y comidas japonesas que provienen del español y portugués]

Ese tipo de influencia histórica creo que hacen que la comida española nos resulte más familiar.

P) ¿Diría que la razón es histórica?

R) Creo que la conexión histórica es un factor, algo que todos compartimos en Japón. Hay una proximidad cultural gracias a ese intercambio que luego hace que muchos nos preguntemos acerca de la comida española. A partir de esa duda inicial, aparece el deseo de probarla. Además, también está el impacto de Don Quijote, que nos introduce elementos de la cultura española como La Mancha. Pero de todas formas la gastronomía española no es tan popular como la francesa o la italiana. Sigue siendo relativamente rara. No estoy seguro de si estos datos son correctos o no, pero un colega *cocinero* me dijo que hace unos 10 años en Japón había aproximadamente 20.000 restaurantes de comida italiana. En cambio, según esa estadística, solo había 5.000 restaurantes de comida española. Según mi opinión, la familiaridad con la gastronomía española se debe también a otro factor muy importante. Desde el punto de vista de los sabores... ¿Conoces el *umami*?

P) Sí, lo conozco.

R) Químicamente hablando, las sustancias que conforman el *umami*... ¿Conoces el ácido glutámico?

P) ¡Sí! Otro de los entrevistados lo mencionó, aunque no lo conocía anteriormente.

R) Los japoneses tienen una gran familiaridad con el ácido glutámico, está en nuestro ADN. La razón es que comemos mucho pescado y marisco. La fuente del sabor *umami* del pescado es el ácido glutámico. El umami de la carne proviene del ácido inosínico. En la comida española, ciertamente, se come mucha carne, pero también hay muchos platos que poseen una gran cantidad de ácido glutámico. Eso se debe a que también se puede encontrar en muchas verduras. En una gran variedad de verduras hay también ácido glutámico, *un poquito*. La razón por la que la gastronomía española tiene tanto ácido glutámico es esto [me muestra un bote de Pimentón de La Vera]: el *pimentón ahumado*. El umami del pimentón se debe al ácido glutámico, ¡tiene *mucho*!

P) ¿El pimentón que usa es español?

- R) Sí, exacto. [En el teléfono móvil, busca la traducción del término 本能 (honnou)]. ¡Instinto! Los japoneses, instintivamente, nos decantamos por el ácido glutámico. Un caso representativo es el ramen, aunque parezca mentira.
- P) ¿El ramen tiene mucho ácido glutámico?
- R) Sí, el ramen es el plato que representa el ácido glutámico por excelencia. Incluso si vas a restaurantes de comida francesa, no obtendrás suficiente ácido glutámico. Puedes saberlo por el sabor. Eso creo yo. El pimentón ahumado, en cambio, al probarlo su sabor recuerda al *katsuobushi*. Son similares. Como ambos tienen el mismo ácido glutámico, como el *katsuobushi* también se hace ahumando el salmón, tienen un sabor similar. Es por eso por lo que los japoneses se sienten atraídos inconscientemente por ese sabor [de pimentón ahumado y de comida española en general]. Es solo mi opinión, pero no creo que ande muy desencaminado.
- P) Qué interesante... La verdad es que en España apenas se conoce el umami, y menos el ácido glutámico, pero parece que los japoneses sí que están familiarizados con estos conceptos.
- R) Para los japoneses, históricamente hablando, la percepción de esos sabores viene de lejos. La palabra misma ha sido usada durante mucho tiempo, y solo recientemente se ha expandido al resto del mundo. Así que yo destacaría sobre todo esas tres razones por las que a los japoneses les gusta la gastronomía española, aunque hay muchos.
- P) [Hace una pausa para servir unos platos, y veo que uno de ellos lleva morcilla]. ¿Morcilla? El dueño del restaurante *Arroz* me comentó que para los japoneses la morcilla era demasiado difícil.
- R) Sí, se suele evitar la morcilla al cocinar porque es un poco arriesgado. Pero yo la preparo poniéndola entre dos rodajas de raíz de loto y lo frío, y a los clientes les gusta. En Japón está muy extendido el *renkon-hasami-age*, una tempura de raíz de loto.
- P) ¿Diría que la comida española y la japonesa se parecen?
- R) Bueno, creo que sí que se parecen respecto al *umami*. Tienen en común la importancia del ácido glutámico en el sabor *umami* de las recetas. Después está la tempura. Nosotros solemos pensar que es un plato 100% japonés, pero en realidad originariamente fue introducido por España y Portugal. Por eso también podemos decir que inconscientemente ya hemos estado comiendo comida española. Además, la gastronomía española [y portuguesa] ha tenido una influencia enorme en la gastronomía japonesa. Últimamente quizás es al revés. La cocina japonesa está influenciando mucho la gastronomía de todo el mundo. Actualmente se puede sentir la influencia japonesa incluso en los restaurantes franceses de todo el mundo. También en los españoles, se introducen algunos elementos [de la gastronomía japonesa] cuando el

objetivo es cocinar algo un poco más exótico. Incluso cuando fui de viaje a España pude encontrar ingredientes japoneses como el *wasabi*.

P) ¿Es eso caldo? [*Mientras prepara los pinchos de morcilla y raíz de loto*].

R) Sí, *caldo de jamón*. Lo preparamos nosotros y lo usamos para todo tipo de recetas.

P) ¿Cuál sería equivalente al caldo en la gastronomía japonesa?

R) El *dashi*. Es muy común.

P) ¿Diría usted que el *caldo* y el *dashi* se parecen?

R) Bueno, en Japón, los *dashi* más comunes suelen ser el *katsuo-dashi*,⁴¹ el *iriko-dashi*⁴² y el *konbu-dashi*.⁴³ Son estos tres principalmente. Prácticamente no hay caldos de carne en Japón.

P) ¿Diría que la mayoría de los clientes son japoneses?

R) Por nuestra localización [cerca de la estación de tren de Kanazawa] vienen bastantes extranjeros, como los de antes, pero muchas veces solo quieren bebida. Aparte de eso diría que la mayoría son japoneses.

P) ¿Qué cree que los clientes prefieren por lo general, una comida española que mantenga el sabor original, o una versión adaptada al paladar japonés?

R) Creo que prefieren comida adaptada al paladar japonés. Nosotros cocinamos pensando en los gustos de los japoneses. Como el plato de morcilla y raíz de loto. Aunque en el caso de la morcilla no hay una forma de prepararla en la gastronomía japonesa [*risas*].

P) Ya veo. ¿Eso hace que tengan que idear recetas propias?

R) Exacto. Por eso el resultado es usar ingredientes de la comida española para realizar mi propia cocina. Seguro que el dueño del *Sonrisa* también opina lo mismo.

P) ¿Entonces la mayoría de los ingredientes son españoles?

R) No, la mayoría son de esta región. Cosas como *morcilla*, *jamón serrano*, *chorizo fresco*, *pimentón ahumado* sí que son españolas. Probablemente en muchos países de Europa existe la política de cocinar con ingredientes de proximidad, *local food*. Manteniendo ese espíritu, si

⁴¹ カツオ出汁 (*katsuo-dashi*) es el caldo preparado a partir de las hojuelas de bonito o *katsuobushi*. Es rico en ácido inosínico gracias al proceso de ahumado y fermentación.

⁴² イリコ出汁 (*iriko-dashi*) es el nombre con que en la región de Kansai se conoce al 煮干し出汁 (*niboshi-dashi*), el caldo hecho a partir de sardinas secas, también muy ricas en ácido inosínico pero que dan un sabor más suave al caldo.

⁴³ 昆布だし (*konbu-dashi*) es el caldo hecho a partir de algas *konbu*, el máximo exponente del ácido glutámico.

se quieren usar los ingredientes de la región, no puedes cocinar comida española propiamente dicha. Al menos eso creo yo. *[Nos sirve a los clientes y a mí el plato de morcilla. Me muestra en el traductor del teléfono que la traducción de renkon es “raíz de loto” y hablamos de su etimología].*

P) ¿Cuál es la salsa de este plato?

R) Es caldo de jamón, salsa de soja y *mirin*.⁴⁴ En esta salsa hay ácido glutámico gracias a la salsa de soja, y ácido inosínico por el *caldo de jamón*. Al tener los dos creo que lo hace más rico.

P) Está buenísimo.

R) Muchas gracias. *[En la siguiente explicación, el entrevistado confunde el ácido glutámico e inosínico y los invierte]* El caldo de konbu tiene mucho ácido inosínico, mientras que el de katsuo tiene mucho glutámico. Para nosotros, la combinación de ambos nos parece buenísima, está en nuestro ADN. El pimentón ahumado y el katsuobushi, cuando se pulverizan las hojuelas, tienen un sabor muy parecido. Parece increíble, aunque vengan del pimiento y del bonito respectivamente, son casi iguales.

[La entrevista acaba porque tiene que seguir recogiendo la cocina y atendiendo a los últimos clientes, pero añade algún comentario].

⁴⁴ 味醂 (*mirin*), tipo de vino dulce de arroz muy usado para cocinar.

Casa de Live Kanazawa

P) ¿Hace cuánto que abrió el restaurante?

R) Hace 45 años, en 1978.

P) ¿Por qué escogió el nombre *Casa de Live Kanazawa* para el restaurante?

R) Mi marido, el dueño del restaurante, estudió hace años en el restaurante de un *senpai* de la universidad. El restaurante estaba en Shinjuku, Tokyo, se llamaba *Casa de Live*, y ofrecía comida española. Al cabo de un tiempo mi marido vino a Kanazawa y abrió su propio restaurante, que llamó *Casa de Live Kanazawa*.

P) ¿Entonces aprendió a cocinar comida española en el restaurante de su excompañero?

R) Sí, pero luego también fue a España a estudiar. Hemos estado más de 9 veces por todo el país. Al volver estudió durante algún tiempo más en Kanazawa y volvió a visitar España antes de abrir el restaurante.

P) ¿Y dónde aprendieron a cocinar comida española los cocineros en plantilla?

R) Hemos tenido muchos cocineros, tres de ellos ya no trabajan aquí porque han abierto sus propios restaurantes, pero el que tenemos ahora lleva 10 años con nosotros. El dueño es quien le ha enseñado, también le ha enseñado un poco de español. Como nunca había ido a España, fuimos a Valencia y a Mallorca para que aprendiera a hacer paella y comida española auténtica.

P) ¿Cree que en las escuelas de cocina de Japón se enseña la cocina española?

R) No, apenas se enseña. Puede que en algún sitio sí que se haga, pero por lo general no.

P) ¿Por qué se interesó en aprender cocina española?

R) Primero fue por la invitación de este excompañero de universidad.

P) ¿Antes de abrir el restaurante tenía interés en la cultura o el idioma español?

R) Sí, después de aprender en el restaurante de Shinjuku, fuimos a España y la comida y la cultura nos encantaron. Como te he dicho hemos ido unas nueve veces.

P) ¿Por qué decidió abrir un restaurante de comida española?

R) Cuando abrimos el restaurante no había prácticamente comida española en Japón, y menos en Kanazawa, así que nuestro objetivo era dar a conocer la comida española en nuestra ciudad de origen.

P) Teniendo en cuenta los restaurantes que hay ahora, y que muchos de ellos han salido de su cocina, yo diría que lo han logrado.

R) Muchas gracias. Algunos de los cocineros que han salido de *Casa de Live Kanazawa* y han abierto su propio restaurante también han enseñado a cocineros que luego se han independizado.

- P) ¿Diría que la comida española es conocida si la comparamos con la de otros países europeos?
- R) Ahora sí. Depende de la persona, pero ahora es mucho más popular que cuando abrimos. Antes no había nada. Ahora todo el mundo conoce el *ajillo* o la *tortilla*, pero nosotros fuimos los primeros.
- P) ¿Utiliza ingredientes provenientes de España?
- R) Sí, muchos. Tenemos *jamón 5 Jotas*, vinos de *Rioja*, *Jerez*, *Priorat*, *cava*, *pimentón*... También tenemos vino francés y de Alemania.
- P) ¿Se ha encontrado con problemas para abastecerse como los aranceles o la barrera lingüística?
- R) Sí, los aranceles hacen que todo sea muchísimo más caro. Un vino que en España vale 1000¥ nosotros tenemos que venderlos a 3000¥ o más. Lo mismo pasa con el *jamón*.
- P) ¿Hay empresas que hacen de intermediarias entre los proveedores españoles y el restaurante?
- R) Sí, ahora hay muchas más que al principio. Nosotros nos suministramos de unas cuantas. Como el gobierno japonés es muy exigente con la importación de carnes no cocinadas como el *jamón*, eso también afecta al precio.
- P) ¿Cree usted que el número de empresas importadoras ha crecido con el tiempo?
- R) Sí, al principio apenas había. Ahora hay en Tokio, en Osaka... Antes apenas se veía *jamón* o vino español, pero ahora puedes verlo en cualquier supermercado o incluso en los *konbini*.
- P) Cuando no puede encontrar los ingredientes necesarios, ¿qué tipo de ingredientes japoneses utiliza?
- R) Los pescados y los mariscos son todos de Ishikawa, del mar de Japón. Pero nosotros lo hacemos todo desde cero. El pan lo preparamos aquí, los postres son todos caseros y hechos desde cero, etc.
- P) ¿Qué tipo de influencia cree que tiene en la comida el cambio por ingredientes locales?
- R) Por ejemplo, hacemos caldo con un tipo de *besugo* de la región, que luego usamos para cocinar, sobre todo para la paella.
- P) ¿Cuál era su objetivo cuando abrió el restaurante? Por ejemplo, ofrecer comida auténtica española, ofrecer una versión adaptada al paladar japonés, proponer nuevas recetas basándose en la cocina española...
- R) Nuestro objetivo es hacer disfrutar al cliente de la experiencia gastronómica de España con comida casera hecha desde cero, como te he explicado. Queremos mantener el sabor original de la comida española. Sabemos hacer comida francesa, japonesa, italiana... pero queremos ofrecer una experiencia auténtica. Pero también tenemos muchas recetas originales, por ejemplo el *Asado con salsa de la casa*, la *tortilla de anchoas*... Comida española que no se

puede comer en España. Lo que queremos es ofrecer comida original, que no pueda encontrar en otros restaurantes.

P) ¿Al idear recetas propias, a qué aspectos presta atención?

R) Siempre nos esforzamos por que sean sabores de la comida española auténtica.

P) ¿Qué imagen cree que los japoneses tienen de la comida española?

R) Es una cocina que usa mucho marisco, mucho pescado, así que encaja con el paladar y los gustos de los japoneses. La paella también encaja, por supuesto. Todo el mundo la come.

P) ¿Cuál diría que es el plato más conocido de la cocina española?

R) La paella. Aunque también piden mucho *bacalao al pilpil*, *gambas al ajillo*, *tortilla*, *pulpo a la gallega*, *jamón*...

P) ¿Por qué cree que a los japoneses les gusta la paella?

R) Porque usa mucho marisco y porque encaja con los gustos de los japoneses.

P) ¿Cree que los clientes tienen, además de por la comida, interés en la cultura española?

R) Depende de la persona, pero diría que muchos sí. Hay muchos clientes que han estado en España, por ejemplo.

P) ¿La comida que piden estos clientes que han visitado España difiere en algo de la del resto?

R) Sí, suelen pedir la comida que probaron en España. Pero también hay gente que solo le interesa la comida española y por eso vienen a *Casa de Live Kanazawa*.

P) ¿Cree que el paladar de los clientes ha cambiado con los años?

R) Sí, cuando empezamos casi nadie conocía la comida española. Como nuestro objetivo siempre ha sido expandir la cocina española, al servir los platos o el vino damos una pequeña explicación. Si viene de España u otro país; si tiene influencia de la comida de otros lugares, como Portugal; en qué región o momento se suele comer en España...

P) ¿Y cómo cree que ha cambiado el paladar de los clientes?

R) Creo que depende de la persona, pero los que vienen aquí vienen a probar comida auténtica española. Ahora hay incluso gente que prepara comida española en su casa, pero cuando vienen aquí quieren comer lo que no pueden hacer ellos mismos. Una cosa que sí que ha cambiado es que los jóvenes beben cada vez menos vino. Comparado con hace unos años, los clientes jóvenes no suelen pedir vino.

P) ¿Qué tipo de clientes suelen venir?

R) Hay de todo. Vienen muchas familias y parejas, pero también viene gente joven con amigos o para una cita. Suelen venir por cumpleaños o para celebrar algo. En días especiales [para ellos].

Sonrisa

P) ¿Hace cuánto que abrió el restaurante?

R) Hace unos 3 años más o menos.

P) Sobre el nombre *Sonrisa*: ¿por qué escogieron este nombre para el restaurante?

R) Eso sería mejor que se lo preguntara al gerente. Ya le habían puesto ese nombre cuando yo entré, así que no podría decirte.

P) Acerca del dueño, ¿tiene otros restaurantes además de este?

R) Sí, el dueño también tiene otros negocios. Pero no son de comida española. Una de las razones por las que abrió un restaurante de comida española fue que el dueño del restaurante conocía al presidente de un club español de Tokio que quería abrir un restaurante de este estilo en Kanazawa.

P) ¿Dónde aprendió a cocinar comida española?

R) Aprendí después de entrar a trabajar en este restaurante. Acerca de la comida española, aunque cada plato requiere una técnica diferente; el único punto que me dijeron que debía tener en cuenta al cocinar y desarrollar el menú es que nuestra comida debería ser disfrutada con vino.

P) ¿O sea que uno de los objetivos es ofrecer comida española que se pueda disfrutar mientras bebes vino?

R) Exacto. Es con lo que tenemos más cuidado al cocinar. El aspecto más importante.

P) ¿Ha visitado España?

R) No, no he ido.

P) ¿Antes de entrar a este restaurante tenía interés en la cultura o el idioma español?

R) Te estaría mintiendo si te dijera que me apasionaba, pero eso tampoco quiere decir que no tuviera interés. Al principio, cuando comencé a formarme en cocina francesa y empecé a desear viajar al extranjero, pensaba vagamente en que querría ir a España. Oí decir que la comida española encajaba muy bien con el paladar japonés, así que durante aquel tiempo sí que me interesó. Pero después de aquello, por varios motivos, trabajé de cocinero en campos totalmente distintos, así que durante un tiempo no tuve contacto con la gastronomía española, hasta que tuve la oportunidad de entrar aquí y me encontré con la cultura, el idioma... Aparte, cuando realmente cocinaba los platos que me habían enseñado y los que yo aprendía en libros, me gustaban mucho... Aunque es posible que yo me decantara por sazonar los platos a mi propio gusto. Pero poco a poco creo que apareció en mí el deseo de conocer más de la cultura en sí.

- P) Actualmente está estudiando español. ¿Ese interés surgió a partir de que entrara aquí a trabajar?
- R) Mi interés hacia España se avivó desde entonces. Sobre la oportunidad de entrar, como yo he trabajado siempre en restaurantes, como cocinero... Aunque ahora hago comida española, he trabajado en restaurantes de cocina japonesa, de *yakiniku*, de cocina francesa y de comida italiana. De alguna forma creo que la comida francesa era un poco distinta. Como la comida japonesa es algo a lo que estoy acostumbrado, ya me parecía bien, pero continuar en ese negocio se hizo un poco difícil. Esa era la tendencia general en el ambiente. Decidí meterme a hacer comida española cuando por casualidad surgió la posibilidad de hacerlo. Pero, aunque fuera por pura casualidad, desde entonces mi interés ha crecido muchísimo.
- P) Al haber trabajado en restaurantes de comida francesa e italiana, ¿cree que al cocinar comida española incorpora las influencias de esas dos cocinas?
- R) Sí, creo que se mezclan bastante. Al cocinar comida francesa aprendí muchas de las técnicas más básicas, como el uso de los cuchillos o la forma de cortar verduras. Después, la cocina japonesa también es una influencia importante, también usa muchísimo pescado. Y, aunque la apariencia y las especias que usamos son completamente distintas, tengo la sensación de que se parece mucho a la comida japonesa. Por ejemplo, la imagen de que la comida francesa es muy compleja está muy extendida. Pero la gastronomía española es sorprendentemente simple. Es frecuente cocinar solo con sal o usar pocas especias, pero realzando el sabor de los ingredientes. La comida japonesa también da esa sensación. Creo que es un punto en común entre ambas. Al principio, cuando comencé en la gastronomía francesa, como me interesaba la comida extranjera, tenía la impresión de que la cocina española era como la cocina japonesa con otras especias. No sé cómo decirlo, pero esa era la sensación que tengo desde que me adentré en la gastronomía española.
- P) ¿Cree que hay puntos similares entre la comida española y la cocina japonesa?
- R) Aunque el sabor y las especias son distintas... Puede que como cliente sea difícil de entender, pero desde el punto de vista de un cocinero, realzar el sabor de los ingredientes es algo que en la gastronomía japonesa también es muy importante. Por ejemplo, el *sashimi* y el grado de frescura: si el pescado no es fresco, no podrá estar bueno como *sashimi*. Pero en la comida francesa, al cocinarlo, aunque el pescado esté un poco malo, incluso el pescado que no está muy bien, gracias a la salsa se [*inaudible*]. Pero en comparación, en la cocina española también hay platos que usan solo sal para mantener y realzar el sabor de los ingredientes. Las especias son distintas, por supuesto, el sabor también es completamente distinto, pero la sensación al cocinar es que se parecen en esos aspectos. Para la gente que no cocina igual es algo un poco

difícil de entender. La gastronomía japonesa también se acompaña con alcohol... En los *izakaya*, o el *sashimi*, los platos también se comen con alcohol. Eso es lo que opino.

P) Ya veo, ¿así que hay puntos en común tanto en la preparación como en el consumo?

R) Exactamente.

P) ¿Cree que está más cerca que la comida francesa?

R) Creo que sí. La comida francesa es un poco como si hubiera que ir de traje, hacer así [*hace gesto de comer en un ambiente muy formal o elegante*], comer sin hacer mucho ruido... Pero aquí, si armas un poco de jaleo mientras bebes no pasa absolutamente nada. Eso me gusta mucho. Creo que es un punto a favor. Yo los fundamentos y ese tipo de cosas [las aprendí] con la comida francesa, al principio de todo. Pero la verdad es que dedicarme a ello, trabajar en un restaurante francés para siempre era bastante... Me sentía un poco fuera de lugar. Si en aquel momento hubiera viajado a España, me hubiera iniciado mucho antes, pero en aquella época no podía ir. Aun así, he acabado llegando a la comida española después de dar muchas vueltas, y de todos esos caminos he ido sacando cosas positivas, así que creo que es bueno. Cómo decirlo... Desde el punto de vista de un cocinero que siempre se ha dedicado a la gastronomía española puede que le parezca mal, que diga que no he seguido el camino que tocaba. Aunque eso no significa que ignore la cultura española auténtica. Pero como es comida española en Japón, creo firmemente que es bueno introducir nuevos elementos. Mientras no uses cosas como salsa de soja o miso ni destripes [la comida española auténtica], creo que se puede innovar.

P) Al ser un restaurante de comida española en Japón, ¿cambia las recetas y el sabor para amoldarse al paladar japonés?

R) Creo que hacemos unos cuantos cambios para que las recetas se amolden. Pero si comparamos, creo que está cerca de cocina original. En el caso de la comida española creo que sí. En el caso de la gastronomía francesa, por ejemplo, cuando chefs japoneses se forman en el extranjero y al volver sirven comida como la que aprendieron allí, es extrañamente difícil que guste entre los japoneses. Si se trata de un chef muy famoso es otra historia. Pero se oyen casos de restaurantes que se encuentran con ese problema. En cambio, diría que cuando un cocinero se ha formado en España y ofrece su comida en Japón no suele generar ningún malestar. Casi no se oyen historias así.

P) ¿Diría que la comida española es conocida si la comparamos con la de otros países europeos?

R) Creo que es fácil de comer, en el sentido de que la forma de realzar y mantener el sabor de los ingredientes encaja con las preferencias de los japoneses, pero creo que aún no es tan conocida. De ahora en adelante creo que se irá popularizando. Creo que todavía hay mucha

gente que no la conoce, así que de cara al futuro. Como a los japoneses les gustan los fideos, los espaguetis y la pasta italiana entraron y se popularizaron antes. Desplazarla de esa posición creo que es bastante difícil. Aunque puede que haga falta algo de tiempo para que la comida española se introduzca por completo en Japón, creo que los japoneses la irán aceptando durante los próximos años. Desde nuestro lado, como restaurantes que ofrecen comida española en Japón, tenemos que pensar de qué forma queremos cocinar y si gustará a los clientes. Pero creo que de aquí en adelante [irá creciendo].

P) ¿Qué imagen cree que los japoneses tienen de la comida española?

R) Si te soy honesto, antes de dedicarme a la comida española en serio, la imagen que tenía era paella, tortilla española y ajillo. Prácticamente solo esas tres cosas. Son buenas, están ricas, pero parte de nuestra función es hacer ver la variedad que hay a parte de esas tres cosas.

P) ¿Antes de entrar a este restaurante tenía esa misma imagen?

R) Sí [*risas*]. Esas tres y poco más, si te soy honesto. Pero bueno, aunque aún hay muchas cosas que desconozco, he aprendido mucho.

P) ¿Cree que ha ensanchado su visión?

R) Sí, considerablemente.

P) ¿Cree que la imagen que tienen los clientes cambia de la misma manera después de venir al restaurante?

R) Sí, creo que cambia.

P) ¿Cómo cree que cambia?

R) Normalmente hay gente que no bebe alcohol. Para la gente que no bebe alcohol y que viene a comer, cosas como el arroz o el pan son imprescindibles durante la comida. En mi opinión, uno de los puntos positivos de la paella es su carácter desinhibido. Pero cuando ven el menú, suelen pedir coca cola. Al explicarles [que es mejor acompañarla de vino], suelen entenderlo y cambian de opinión. Creo que ese es uno de los cambios que experimentan.

P) ¿Por qué cree que a los japoneses les gusta la paella?

R) Creo que en Europa no hay muchos platos que usen el arroz de esa forma. Desde el punto de vista de un japonés, [en Europa] no se come demasiado arroz, no está en la dieta. [En Japón] también hay gente que no come arroz blanco, pero sí arroz guisado, arroz frito chino, arroz con mantequilla... Aunque no sé si este último es conocido en Europa. Creo que quizás [la paella] se popularizó tanto porque es un plato con arroz. No lo sé con certeza, pero creo que hace tiempo, el plato que sirvió de presentación a la forma en que se cocinaba el arroz en Europa fue la paella española. En aquella época, los japoneses, que desde la antigüedad habían comido arroz y le daban mucha importancia, entendieron que los extranjeros lo

cocinaban de esa manera. Puede que debido a esa introducción haya quedado un recuerdo tan fuerte. No sé si esto es correcto o no. Lo que creo es que, para los japoneses, a los que les encanta el arroz, fue muy... El arroz ha sido desde siempre el alimento principal en Japón, y la idea de que en el extranjero se cocina de esa manera... Por eso la gastronomía india, por ejemplo, también fue recibida fácilmente en Japón, porque se come con arroz. O la comida del sudeste asiático, que cuando se acompaña con arroz como el *green curry*, es muy aceptada por los japoneses. Y a raíz de este hecho, los japoneses pueden entender la costumbre española de cocinar paella en familia. Aunque hay muchas diferencias, el punto en común de comer arroz hizo que [la comida española] pudiera popularizarse. Dentro de eso, hay una tendencia a identificar la comida española con la paella. Su papel como representante caló muy hondo. No hubo una introducción a través de algún otro elemento de la cultura española, sino que la paella entró como un *boom*, por lo que se estableció esa igualdad entre cocina española y paella. Creo que existe esa percepción. Mucha gente viene al restaurante sin conocer nada más que la paella, pero descubre que hay muchos más platos buenos. Pero el principal motivo [por el que vienen] sería ese, por lo que para nosotros es más fácil publicitarnos a partir de la paella.

P) Ya veo, siendo tan famosa, ¿cree que para abrir un restaurante de comida española en Japón es imprescindible ofrecer paella?

R) Qué pregunta tan difícil. Creo que es recomendable que haya. Es decir, para los japoneses, cuando salen a beber, existe la percepción de que se acaba con una “comida de cierre”. Como si fueran un *course meal*. En la gastronomía japonesa el orden sería: entrantes, *sashimi*, platos asados, guisos, fritos y, para cerrar, arroz. Esa sería una comida. Tenemos esa percepción. En el caso de la comida española, la paella cumpliría esa función. Aunque no sea un *course meal*, comer arroz para cerrar una comida es muy común en todo Japón. No pasa absolutamente nada si no lo haces, naturalmente, también hay gente que prefiere hacerlo con espaguetis o algo así. Pero si hablamos de una comida al estilo japonés, muchísima gente quiere comer un poco de arroz para acabar.

P) ¿Los clientes suelen comer la paella al final?

R) Sí. Bueno, como una paella requiere bastante tiempo y hay que preparar una para cada mesa, siempre acaba siendo lo último que sale. Pero también gusta que sea lo último en salir. Además, hay mucha gente que le gusta beber alcohol cuando sale a comer fuera, por lo que al principio servimos los platos normales. Después de haber comido y bebido, está bien acabar con algo que hasta cierto punto siente bien al estómago y, como mucha gente quiere comer arroz, lo sacamos al final. Esa es la idea. Puede que otros restaurantes no lo hagan así, y

últimamente también hay gente que prefiere cerrar la comida con fideos. Aunque también hay gente con esa preferencia, siempre es algún tipo de hidrato de carbono. Y el equivalente en la comida española se ha convertido en la paella, sobre todo por la percepción de que gastronomía española es sinónimo de paella. Así que diría que sí que es bastante imprescindible ofrecerla en un restaurante.

P) Ya veo. ¿Cree que la comida española encaja con la cultura y las costumbres gastronómicas de Japón?

R) Bueno, también están los *izakaya*. Si estudias el menú, verás que al principio están todos los platos y al final esas “comidas de cierre”. En un *izakaya* no suele haber dulces como pasteles y tal, pero en la última página aparece ese tipo de comida. También porque los japoneses no comemos tantos dulces. Yo soy así, y hay mucha otra gente que acaba la comida con arroz. Lo sé porque también he trabajado en *izakaya*.

P) ¿Cree que los clientes tienen, además de por la comida, interés en la cultura española?

R) Acerca de la cultura no estoy seguro. Naturalmente viene mucha gente que tiene interés y que ha ido a España. Pero también hay mucha gente que solo viene porque quiere comer algo en particular y no necesariamente tiene interés en la cultura española.

P) ¿También vienen clientes que han viajado a España?

R) Sí, sí que vienen.

P) ¿La comida que piden estos clientes que han visitado España difiere en algo de la del resto?

R) Eso es difícil de decir. Hay gente que ha ido y quiere comer lo que probaron allí, pero creo que también hay diferencias entre un sitio como Ishikawa⁴⁵ y grandes ciudades como Tokio. Es solo un ejemplo, pero en Tokio está el Mercado de pescado *Tsukiji* -aunque ahora es el Mercado de *Toyosu*.⁴⁶ En ese tipo de lugares se reúnen los productos del mar de todo Japón, por lo que se pueden comer los alimentos y productos estrella de cada región. Pero en regiones como Ishikawa... En Tokio es fácil reunir todos esos alimentos, pero Tokio e Ishikawa están lejos, ¿verdad? Muchas cosas se pueden traer hasta aquí, pero hay que usar otra ruta, por lo que siempre hay algunos productos que no nos llegan. En esos casos, utilizamos los productos que se pueden obtener en esta región. Por lo que la comida cambia. Por eso los chefs que quieren ofrecer comida española tal y como la aprendieron allí quizás puedan

⁴⁵ Prefectura en la que está situada la ciudad de Kanazawa.

⁴⁶ Mercado Mayorista Central Metropolitano de Tokio, el mayor del mundo en cuanto a pescado, que recibía productos de todo Japón y proveía a un gran número de restaurantes y empresas de la capital. El 2018 fue transferido al Mercado de Toyosu, también en Tokio, debido al crecimiento de la población.

hacerlo en Tokio, pero en sitios como Ishikawa habrá ingredientes que no se podrán obtener. Para salvar ese problema cocinamos con productos locales, con lo que revertimos la situación y eso se convierte en un atractivo de nuestra cocina. Creo que eso también pasa en España. Por ejemplo, como Madrid es una ciudad de interior y Galicia tiene costa, los productos que pueden obtenerse son distintos, por lo que la cocina tradicional será distinta. La carne y el pescado, el *bacalao*... Pero en la costa puedes obtener el pescado y servirlo tal cual o cocinarlo solo con sal, y eso llevará a un tipo de cocina totalmente distinto. Creo que ese tipo de diferencia es la que hay entre Tokio e Ishikawa.

P) Qué interesante, en función de si los ingredientes se pueden obtener o no, la cocina de cada región será distinta.

R) Por eso, de las cosas que en Tokio se pueden obtener hay que no pueden ser traídas y otras que sí que llegarán. Estas últimas vienen de Tokio. Usar en nuestra cocina esos elementos que hacen que la gente diga “¿qué es eso? ¿qué es aquello?” es más... Cómo decirlo... A nosotros nos parece mejor ser un restaurante en que se pueda probar una comida hecha con las técnicas españolas y que use esos ingredientes tan distintos a los de la gastronomía japonesa. Pero la verdad es que también hay modas pasajeras. Hace unos años la tarta de queso estilo vasco se puso extremadamente de moda en todo el país. A raíz de las tartas de estilo vasco, surgieron tiendas de tartas de queso españolas, con lo que la gastronomía española ganó visibilización. Pero si en Ishikawa intentáramos ofrecer lo mismo que en Tokio para que el cliente no tuviera que viajar exprofeso para probar ese tipo de novedades, por mucho que nos esforzáramos, no tendría éxito, no se vendería. Cómo decirlo... Lo que está de moda en Tokio y lo que quiere la gente de aquí es lo mismo más o menos —también porque con el *Shinkansen* nos hemos acercado—, pero aquí no puede mantenerse sólo porque esté de moda. En cambio, hay que ir cambiando las cosas a las que ya se ha acostumbrado la gente, y si están buenas las pedirán de nuevo. Por eso no saldría bien si hiciéramos lo mismo [que en sitios como Tokio].

P) Cuando no puede encontrar los ingredientes necesarios, ¿utiliza ingredientes de la región?

R) Sí que usamos. Por eso cuando nos visitó uno de los empleados del club español de Tokio dijo que la comida era completamente distinta. Aunque yo aprendí de ese club español, nuestro menú es completamente distinto. Tiene que ser distinto por fuerza. Como te he dicho al principio, mi forma de cocinar es bastante cercana a la comida japonesa. Así que por un lado está eso y por otro que los ingredientes que utilizamos son los que se pueden obtener aquí, por lo que creo que sí o sí tiene que ser distinto.

P) ¿De quién aprendió usted?

- R) Lo básico lo aprendí del chef de un club español de Tokio. Por teléfono. Pero también hay cosas que me enseñó cuando fui personalmente a Tokio. Además de por teléfono también hay cosas que leí en libros y aprendí a cocinar por prueba y error. Y lo que no me salía se lo preguntaba a él, me decía cómo hacerlo y lo rectificaba. De esa forma.
- P) ¿Se puede hacer por teléfono?
- R) Se puede, se puede. Es decir, yo no era un completo novato, tenía experiencia cocinando. Si con un poco de explicación entendía de qué forma tenía que hacerlo y con eso podía corregir lo que hiciera falta, nos apañábamos por teléfono. Pero también me enviaba videos de algunos platos que cocinaba.
- P) ¿Cree que el paladar de los clientes ha cambiado con los años?
- R) Em... Creo que eso no ha cambiado mucho. Creo que en lo fundamental no ha cambiado. Las cosas nuevas gustan, el deseo de probar cosas nuevas diría que se ha expandido. En redes sociales como Instagram descubres muchísimos más sitios a los que quieres ir, por lo que las ganas de probar comidas muy diversas han crecido. Pero también está el gusto de cada uno, cosas como la forma de sazonar. Esas preferencias cambian a medida que maduras, pero una vez ya eres adulto el paladar y los gustos que has desarrollado no creo que cambien. Los japoneses creo que prefieren comida ligera, poco salada, que se mantenga cercana al sabor original de los ingredientes. Pero también hay gente que le parece demasiado soso, por supuesto, gente a la que le parece perfecto y gente que prefiere la comida con mucho aceite. Hay todo tipo de comida, ¿verdad? Es algo más de tu estado en cada momento, creo que la gente decide cuándo comer una cosa u otra. Más que un cambio en tus gustos personales o en el paladar como tal, lo que cambia es lo que te apetece en cada momento. Lo que cambia es tu estado de ánimo.
- P) Dice que los japoneses prefieren comida ligera, pero la comida española es un poco fuerte, ¿verdad?
- R) Sí, creo que es un poco fuerte. Cuando yo cocino para mí mismo, lo hago un poco más ligero. Pero bueno como se suele combinar con alcohol, queda bien un poco más especiado.
- P) Yo diría que los sabores de la gastronomía japonesa suelen ser bastante sutiles. ¿Cree que los clientes prefieren una comida un poco más suave, o que se mantenga el sabor potente?
- R) Sí que es más sutil. Como cocineros, lo que procuramos siempre es que no sea demasiado fuerte. Si es demasiado salado no puedes hacer nada. Si está soso el cliente puede añadirle sal, pero si al servirlo es demasiado fuerte, ya no se puede hacer nada. Solo podemos excusarnos. Por ejemplo, los encurtidos japoneses son salados, ¿verdad? Pero, aunque lo sean, lo comemos con arroz, que no es salado. Esa es la forma de suavizarlo.

P) ¿Qué tipo de clientes diría que vienen a este restaurante? Familias, parejas... La verdad es que cuando vine ayer me sorprendió mucho ver al grupo de clientes vestidos con ropa tradicional japonesa que había aquí sentados. ¿Es eso normal?

R) Ah, ¡esas personas son especiales! [*risas*]. La persona que estaba aquí sentada era el dueño, la verdad. El resto eran conocidos del dueño, que trabajan en esa escuela de ahí, donde van vestidos de forma tradicional [*el restaurante está situado en el barrio más tradicional de Kanazawa, por lo que hay establecimientos que mantienen los kimonos*]. Es por eso: vinieron directamente. Eran unos clientes especiales, no quiero que pienses que es normal. Básicamente viene gente vestida con ropa occidental, claro. Diría que la franja de edad de los clientes es más bien alta. Hay muchas personas de 40 años para arriba. Diría que vienen menos personas jóvenes, [*inaudible*]. No es que no vengan personas jóvenes, creo que viene todo tipo de gente; pero si tuviera que decir qué tipo de clientes es más común, creo que es la gente más mayor. Aunque creo que la gente joven tiene más interés por todo tipo de comida, cómo decirlo... Entrar sin reservas a este tipo de restaurante... Creo que el número de veces que vienen los jóvenes es más reducido. El tema es el tipo de sueldo que necesita un japonés para permitirse comer fuera. Como la gente que puede permitirse comer de restaurante con frecuencia es más bien mayor, [*inaudible*] ese tipo de persona es más numeroso. Además, como somos un restaurante que ofrece alcohol, la reticencia al vino... No es que sea reticencia, sino que más que vino, suelen preferir beber aquello a lo que están acostumbrados. Especialmente los hombres, que están acostumbrados a beber cerveza y *shochu* en los *izakaya*. Bueno, como beber vino forma parte más bien de la cultura europea... Ciertamente el vino se ha vuelto muy popular, y también hay cada vez más gente que bebe vino en los *izakaya*, pero no todo el mundo. Ya que la preferencia es lo más importante... Cuando nunca han venido antes, hay mucha gente que dice que vendrá de nuevo. Por eso hace tiempo que tenemos la intención de que en esa barra de ahí se pueda beber y comer de pie, como en los bares españoles. Que se pueda picar fácilmente, como los *pinchos* o las *tapas*. Creo que eso y el vino cambiaría el estilo de lo que se viene haciendo, quizás de cara al futuro. Hasta hace poco, debido al coronavirus no podían venir extranjeros y los japoneses no podían salir hasta tarde. Estábamos en esa situación. [*La entrevista es interrumpida por uno de los compañeros, que le dice al entrevistado que no le dará tiempo de hacer unos preparativos, por lo que la entrevista acaba de manera un poco brusca*].

Anexo D. Entrevistas originales en japonés

Arroz

P) 先ずはいつからこのお店を開いていらっしゃいますか。

R) 17 年前。

P) アロスってお店の名前について。どうしてこの名前にしましたか。

R) はい、アロスはスペインもお米たくさん使うし日本もお米たくさん使うから一緒だなーと思ってやりました。

P) どこでスペイン料理を勉強なさいましたか。

R) 僕は日本の金沢にあるカサデリブ金沢ってあそこに若いごろ 4 年にいました。A さんと。でその後はスペインに旅に出て、「Hondarribia」の「Alameda」に 1 年行って帰ってきました。

P) どこで働いていましたか。

R) 「Alameda」っていう「Hondarribia」の「Gorka Txapartegi」っていうシェフがやっているレストランで働いていました。

P) オーナー以外で料理を作る人はどこでスペイン料理を勉強なさいましたか。

R) 今日休みですが、もう一人 B っていう男が「Alameda」にいました。彼は 1 年半、コロナの中の時にいました。外で出たらだめだった時。

P) 日本の料理専門学校でスペイン料理について教えることが普通だと思いますか。

R) いいと思います。スペイン料理と一緒にスペインの言葉も一緒に「こんにちは」とか「Hola」「Buenos días」とか教えている学校もあります。

P) そうですか。金沢にもありますか。

R) スポットで、あったりすることもあるし、東京、大阪でもあったりするし。後、「San Sebastián」のイベントで僕が逆に日本食教えに行ったこともあります。「Vitoria」でもあります。

P) それは最近しましたか。

R) 7 年前。

P) どうしてスペイン料理に興味がありましたか。

R) 僕は自分の家がお寿司屋さんです。富山で。お寿司はお米も使うし、お魚を使うし似てる。で一番初めに「Comida japonesa」のレストラン、料亭に 4 年間働きました、学校を卒業した後。その後、カサデリブ金沢。お魚とお米が大好きなんで。

P) スペイン料理の勉強の前にスペイン文化やスペイン語に興味がありましたか。石浦さんがスペイン語が少し話せるんですが。スペインに行く前にもスペイン語が話せましたか。

R) 少しだけ勉強して、その後向こうで、「necesario hablar un poco」[risas]。

P) どうしてスペイン料理のお店をオープンなさいましたか。カサデリブで働きましたけど、自分のお店をオープンしたかったですか。

R) その後、「País Vasco」に行って、向こうの色々なお友達とかファミリーが出てきて友達が食べてきて素敵だなーと思って。で日本に帰ってきてからみんなのことを思い出して、またみんなと一緒に楽しみたいなーと思って、お店をやりました。

P) スペイン料理は他のヨーロッパの料理と比べて人気があると思いますか。

R) 人気があると思います。一番人気はやはりイタリア料理。ただフランス料理のビストロよりもスペイン料理のほうが馴染みがあると思います。やはりお米もそうだし、フレッシュ魚も食べられるし...

P) フランス料理もうちょっと遠いと思いますか。

R) そうですね。「Bar」も居酒屋と一緒にです。

P) 金沢のようにそんなに大きくない町でスペイン料理のお店をオープンなさる前にどんな市場調査なさいましたか。

R) マーケットがあると思う。それに僕はお店の営業時間がすごく長いです。スペインと同じ時間。だからマーケットは広がると思います。

P) なるほど。早く晩御飯を食べたり居酒屋としてお店に遊びに来たり出来ます。

R) そうそう、長い時間「Beber」「Fiesta」、後で「Discoteca」。。。[risas]。

- P) スペインからの材料など、そちらの「Jamón」の他には何か使っていらっしゃいますか。
- R) 「Queso」もあります。「Manchego」「Cabrales」「Idiazábal」。。。いっぱいある。
- P) 仕入れるときに関税や言葉の壁のように困難が生じたことあると思いますか。
- R) 日本に東京に大阪に輸入元があって、インポーターがいて。インポーターから[inaudible]。
- P) 最近そういう輸入会社の数が増えてきたと思いますか。
- R) 一回コロナで下がって、今また上がってる。
- P) スペイン料理の材料が見つからない時にどのような日本の材料を使っていると思いますか。
- R) 例えばこのレストランの人気メニューは「Bacalao」。タラは石川でも取れるし、「Rape」も、「Chipirón」も石川県の物。だからなんとかなる。お米も作ってるから。
- P) その材料はスペイン料理にどんな影響を与えたと思いますか。
- R) スペインのタラのほうが、ゼラチンが強い。こっちのは弱い。
- P) そうですか。「Pilpil」とかの味が変わりますか。
- R) そうそう。「Bacalao al Pilpil」は違う。
- P) このお店をオープンしたときにどういうことを目指しましたか。例えば本格的なスペイン料理とか日本人の口に合う料理とかお客様を楽しませるとか。
- R) できるだけ、パンが売れる、パンを食べるレストランにしたかった。「Arroz」だけど [risas]。向こうはね「arroz a la vez」としても必ずパンを食べる。
- P) 大体レシピはスペインからでしょうね。オリジナルレシピもありますか。
- R) もある。
- P) そのオリジナルレシピを考えになった時にどんな事に注意なさいましたか。
- R) オリジナルレシピは僕元々お寿司屋さんだから、スペインでは食べない材料も使う。タラだったら、「Bacalao al pilpil」に白子も入る。それはオリジナルレシピ。「Bacalao al pilpil」に甘えびを入れてパンと食べる。
- P) 日本人はスペイン料理に対してどんなイメージを持っていると思いますか。

R) 日本人は先ずスペイン自体に分かるのはパエリア。次はフラメンコ。後は「Tortilla」。その3つ。

「Torero」「San Fermín」も分かる。

P) どうして日本人はパエリアが好きだと思いますか。

R) 日本料理という、お寿司、天ぷら、すき焼き、みんなスペインのパエリア、「tortilla」になると思う。

一緒に食べる。イタリアは「pizza」「pasta」。日本の金閣寺、京都、と「Sagrada Familia」一緒。イメージで。イメージの中にあると思う。それはそれ。「Bacalao al pilpil」誰も知らない。

P) このお店に来るお客さん初めて「Bacalao al pilpil」とか食べる人が多いと思いますか。

R) すごく多い。

P) 驚きますか。

R) そうそう。クリームソースって言う [risas]。でも「aceite de oliva」「bacalao」や「un poco de ajo」だけ。

P) そうですね。実際のスペイン料理はその持っていたイメージより多様性に気が付きますか。

R) そう。例えば「León」僕が好きなんだけど León の「jamón」とか「chorizo」とか「cecina」おいしいよね。「Cocido」とかもね。「Asturias」に行くと「fabada」はすごくおいしい。でもね「morcilla」は日本人だめ。「Morcilla」だめ。ちょっと難しい。

P) 「Morcilla」以外に大体好きだと思いますか。

R) 食べれる、食べれる。煮込み。おでんある。「Pulpo」日本も食べる。「Chipirones en su tinta」一緒、日本も食べる。

P) 日本人はそんなに似てるイメージを持ってると思いますか。

R) 食べれば分かるね。

P) それ前に。。。

R) それ前に「Flamenco」「paella」。

P) カサデリブで働いた時から最近お客さんの舌は変わったと思いますか。

R) 変わりました。

P) どう変わったと思いますか。

- R) 日本人はオリーブオイルに慣れてきてます。お家でオリーブオイルを使います。前はオリーブオイルがなかった。文化が変わってきてます。
- P) スペイン料理も慣れてきたと思いますか。
- R) 慣れてきてとる思う。外でバーベキューの時にみんなパエリア作ったりするね。今最近は多くなってきてる。パエリア作る。
- P) アヒージョも。。
- R) 人気ある。
- P) このお店に来るお客さんはスペイン料理以外にスペインに興味があると思いますか。
- R) あると思う。サッカー [risas]。イビザ [risas]。パーティーのイメージ持っている。
- P) スペインに行ったことあるお客さんがこのお店に来ることがありますか。
- R) たくさん来る。
- P) そのお客さんはどんなメニュー頼みますか。行ったことがないお客さんと違うと思いますか。
- R) だいぶ違う。バルとして使う人は「bocadillo」食べたことがある。レストランとして chipirón とか bacalao 食べたことがある。
- P) スペイン料理と日本料理は似ている点について話していただけませんか。
- R) ライス、魚。。。なんだろうな。「Carne」もね「asado」「plancha」とかも焼肉と一緒に。天ぷらも。「Crema catalana」も甘くないけど茶碗蒸しという和食の料理と似てると思う。

Comer - Respiración

P) いつからこのお店を開いていらっしゃいますか。

R) これは 5 年前ぐらい。

P) でもこれ以外。。

R) 「Respiración」っていうお店もあります。後「Piso」ってバスクチーズケーキのお店もあります。焼肉もやってるし、アパレルもやってるし。どっちについて聞きたいですか。「Respiración」が一番有名だし、ミシュランの二つ星の付いたお店ですから。。でもどっちでもいいですよ。

P) じゃ、「Respiración」にしましょう。いつから開いていらっしゃいますか。

R) 「Respiración」は 7 年前。私は知ってるやつ。それは *[Muestra foto de él con dos compañeros en la cocina del restaurante]*、三人で。

P) みんなスペイン料理が作れますか。

R) 作れます。こいつと一緒にスペインに行って、バルセロナ。2 年ぐらい一緒に。3 人で会社を作って、3 人も社長で、シェフで、今言った店舗があります。

P) Respiración について。どうしてこの名前にしましたか。

R) 店名か。Respiración は呼吸だよね。呼吸っていう意味で...例えばトマト。トマト採るでしょ。トマト死んで大切に育ててる人がいて、で運ぶ人いて、で僕らのとこに来て調理して、まだ死んでる、トマトは。息を吹き込み、命、魂込めて作って、それがサービス、「camarero」が運ぶ。でお客さんが食べて、明日にはなんかのエネルギー、活力になってあなたの呼吸で戻ってくるっていう。それで息。あなたがトマトを食べて、明日生きてる。そういう循環。お皿も全部石川県のお皿使ったり、食材も 70-80% 無理なければほぼ地元の物。

P) スペインからの材料も使いますか。

R) オリーブオイルとかだけ。スペインで学んできたことって。スペイン料理を学んできたけど、何っすかいいかな。。。やっぱ僕がカタロニアに行ったんで、バルセロナ。「Mar y montaña」「Comer Mar y

Montaña」。石川県の山と海で作る、ここで食べれるスペイン料理というのを作ろうと思って。さらに Respiración はオリジナル。世界中から食べに来るから「Gastronomía」。ここはバル。ここではクラシックなスペイン料理とかバルとか「bravas」「tapas」「jamón」「queso」...めっちゃくちゃノーマルな食べ物。煮込みも「fricandó」もあるし、「capipota」とか。スペインで学んできた物はここで伝える。ここはスピリッツっていうか。

P) そうですか。それで Comer ではクラシックなスペイン料理を提供して、Respiración では世界中の影響を混ぜて、オリジナルレシピとか提供するでしょうか。

R) そうです。そういうつもりの料理です。

P) そのオリジナルレシピをお考えになった時にどんな事に注意しますか。

R) やっぱりスペインで学んだ郷土料理から発想するときもあるし。例えば「salsa romesco」からインスパイア、イメージして変形させたりとか。ここは逆に「Romesco」そのままつける。

P) そうですか。スペイン料理からのインスピレーションの時に日本人の口に合うかどうか考えていますか。

R) 日本人の口に合うように先ず作るけど、僕はやっぱりスペインで調理したので、外国の方が好きな味も分かるので、その間を狙っていく。日本人だけではない。大方の日本人の方に当たるようにして、外人の方は誰でも分かるところを。またすごい観光の外国の方に褒められる。

P) お客様の何パーセントは日本人だと思いますか。

R) ここはほぼ日本人。外国の方は 10 パーぐらい。「Respiración」は 40-50 パーぐらいかな。日本中から北海道から沖縄からも来ます。

P) 勉強について。スペインに行く前に日本でもスペイン料理を勉強しましたか。

R) 東京の銀座でやった。少しだけ。

P) 専門学校ですか。

R) 専門学校に僕は出てない。

P) そうですか。銀座のスペイン料理のお店で勉強しましたか。

R) した、した。で、スペインに行って。スペインで食べた時にめっちゃ美味しかったんでいいな。分かるかな
グルタミン酸とイノシン酸...うま味。イノシン、グルタミン、「Mar y montaña」。「Mar」は海だから、
どっかしたらイノシン。「Montaña」はグルタミンが多い。トマトとか。それって、カツオ、昆布だから。
カツオはイノシン、昆布はグルタミン。うま味も合ってる、日本人「Mar y montaña」。後は日本も山
と海なんで、そこは合ってる。後は「Pinchos」日本も爪楊枝。後は日本居酒屋ばっかで居酒屋、
居酒屋。バルだから。

P) 同じですね。

R) そうです。なんで文化とかそういう昔からの物が一緒だなーと思った。これは日本でも受けてもらえる
なー。15年前にスペインで食べた時にまだまだ日本になかったんです、スペイン料理って。結構早
い方だと思います。「El Bulli」だけ。あれめっちゃ有名なのででしょう。

P) スペインに行って、初めて食べ物や食文化を分かった時に日本と似てると思いましたか。

R) そうだな、似てる。思った、思った。味付けとか。

P) 今もそう思いますか。

R) 帰ってから。。。まあ、やっぱり日本のほうが繊細な味は好きかな。スペインのほうがやっぱりちょっと濃
かな。濃くてやっぱりちょっとうま味のかっ強い。それはまあ調理もに炒める時に。強いから。良く炒めて、
良く焦がして、茶色くして、あれがうま味があると思う。日本ではあの腕を習わないんで。

P) 私は日本料理が大好きですが、スペイン料理の味と全然違うと思います。でもアロスのオーナーと話した
時に米も使うし、魚も使うし、「parrilla」とか、「fritos」とか日本料理もあるので、共通点がたくさんある
と教えてくれました。そう思いますか。

R) そっすね。まあやっぱり食材そうですね。米っていうのは。スペイン人にとって米は野菜じゃん。米とパン食
べるでしょ。主食だからね。僕らはパエリアってあれ主食だからね。スペインはでもあれは野菜だもん
ね。米っていう野菜でパンを置く。だけど、やっぱりスペイン料理が日本で受けたのは、やっぱり米のおか
げだと思います。パエリアのおかげだと思います。後、さっき言ったうま味が似てるっていう。「Mar y
montaña」山と海を混ぜた物。イタリアやってた時に山の食材と海の食材を混ぜて作るのって結構

タブーだとかっつて。例えば「pescatore」にチーズをかけないとか。スペインのは鳥もイカも一緒に豚も煮るじゃん。それを聞いたらスペインのシェフになんで、パエリアが地球の中にある食材を合わせてそれはうまいでしょう。「なんで山と海を分けるの？」って言われた時に、そのスペイン料理の壮大さだ。

P) 誰が言いましたか。

R) 「Topik」っていうバルセロナのお店のオーナー。彼が言った。海と山は地球にあるのに分ける必要ないじゃん。一緒に食べたらうまいじゃん。

P) 面白いですよ。スペイン料理を勉強の前に、スペインの文化とか、言語とか興味ありましたか。

R) 正直全くほとんどなかった。「El Bulli」のおかげで。日本料理をやってて僕はイタリア料理をやってた。さっきの奴は日本料理をやってて、でも海外に出て勉強したいと思ってたから。まあ、でも料理の勉強して専門料理って毎月出る料理の本があって、「El Bulli」の影響でスペインの料理が見れるんだって。あの時はインターネットがなかったから、15 年前ほぼなかった。その雑誌を見た時にビビったね。今まで見たことないものが出てきたんで、「Ferran」で衝撃を受けて、「Catalunya」、「Barcelona」を知って。「Barcelona」は海じゃん。海の隣の町で生まれて育ったんで海からいいなーって言ったって。雨も嫌いだし、バルセロナは晴れじゃん。料理ってもその時の料理の地球の最先端だったと思うけど。

P) 言ったとおりにあの時スペイン料理はそんなに有名じゃなかったんです。どうしてスペイン料理のお店にしましたか。

R) やっぱりその山と海の料理、こっちも山と海がある。食材も一緒だし、「Arroz」のオーナーが言ったとおりに、うま味もあってる、「Pinchos」もあるし、居酒屋もある、たくさん共通点があったっていう。後は単純に本当にあそこは開放感がある。天気が良くて、雰囲気が楽しかった。僕らは料理が好きってより食べる空間とか時間が好きで料理を始めたから。だからスペインで食べてた時間、あの流れた時間とか雰囲気とか陽気さとか。。。「No pasa nada」。。。全部ああいう雰囲気事はやっぱり楽しいなーって思ったら、これやりたいなーって言う。

P) スペイン料理の上に、スペインでの経験でスペイン料理店をオープンすることにしましたか。

R) そうですね。やっぱり日本人とは違うと思ったね。なんかやっぱり仕事のために生きていない「vacaciones」「siesta」や「noche」のために生きてる。僕らは違うので、仕事のために、ちょっと違う。

P) どうしてスペイン料理は人気になってきたと思いますか。

R) やっぱまずはパエリア。後はうま味、後そのカジュアルさもあるかも。「Bar」とか。フランス料理はってちょっと。。。イタリア料理ってピザとかパスタとかティラミスとか買って日本で流行りすぎちゃった。食べすぎる。そうすると大手が作ってコンビニとスーパーで食べる。そしたらそれは日常になっちゃったんだよ。日常はもうすごいクオリティで安くどんだけの食べれる。だから食べに行くものじゃなくなっちゃった。でもスペイン料理って、そこまで流行ってない。やってる人も少ない。だから競技人口も少ないっていう。めっちゃ根付いたけど、イタリア、フランス料理ほど流行らなかった。良くも悪くもそのおかげで競技人口が少なかったってことは少ないから食べに行きたいものだ。そのきっかけとして先ずお米がある。パスタでも、ピザでも、牛肉でも、魚でも、豊富でもなくても、お米皆で。。。エンターテインメント性があるよね？パエリア。盛り上がる。

P) 一方でイタリア料理はちょっと普通になってしまったと思いますか。

R) そうそう。粉なんで、「harina」、安いなんで。安く作れて、安く売れたから、たくさん置けるよね。大手も作って、そしたら今度は大衆のみんなの料理になりました。食べに行くものじゃなくなった。これは僕の意見だ。イタリア料理やってたから。

P) 今スペイン語がちょっと話せますよね。スペイン料理をやってからスペイン文化とかスペイン語とか興味を持ってきましたか。

R) そうだ、僕は先ず料理だった。。あの時サッカーも超有名だったんで、「Ronaldinho」とか、「Messi」が入るちょっと前。15年前から。僕はスペイン料理を学んだ時やっぱ「El Bulli」で働いてないけど、その彼ら全盛期の時に行って、その料理の自由さとか自己表現とか一番感動したかな。スペインやカタルニアの表現じゃなくて、「Ferran Adrià」の表現だった。その世界があるんだって。「Ferran Adrià」は就業した人っていっぱいいるんだよ。皆が各地に自分のことに持って帰って、自分の土地を自分の個性で表現する。さらに僕は「gastronomía」の世界が変わったと思うんだよね。すごい感銘を受

けてなら、僕は日本人でスペイン料理を学んだけど、日本人だから日本で生まれた場所で生まれた場所のもの使って、スペインで学んだ精神で自分からの料理を発信したいというのは「Respiración」。

それだけを伝わないので、Bar も伝えていく、ダブル。これは納得させるためにちゃんとスペイン料理も伝えていく。スペイン料理から生まれてきた僕らの進化もされてる。

P) 金沢の新鮮で美味しい材料はスペイン料理にどんな影響を与えたと思いますか。

R) とりあえず例えば茄子とか、ズッキーニとか皮が硬いなーって。だから日本だったらこれぐらいで煮込んだら皮が残るなーとか。少し、1 列を抜こうかなって思ったの。だからここでスペイン料理も作れないなーって。本当の。Respiración ではそのスペインで学んだテクニックとか郷土料理から発生して作ってくるようになったり、スピリッツを大事にしたオリジナル調理。ここではスペインの食材を取ります。「Chorizo」とかオリーブとかアンチョビとか生ハムとかほとんどスペイン産です。でも野菜とかそれに合わせる肉とか違うので、炒め方とか塩分量とか、灯の入れ方はやっぱり向こうとは変えてるかな？

P) ここで本物のスペイン料理を出しますが、日本人の口に合わせるように作っていますか。

R) やっぱり日本人に食べてもらえるように作っている。「Comer」は。まあ外国人のスペイン料理が好きな人でお店埋めてたぶん経営成り立たないです。さらにスペイン人に僕が救ったスペイン料理を伝えたいんじゃないくて、僕がスペインで学んだスペインの楽しさを地元のお客さんに伝えたいんで、必然と日本人の。「Respiración」はさっき言った通り、日本人にも分かるし、たぶん外国の方にも受ける。オリジナル料理だから。ここで伝えたいのは、どっちかさ、日本人ですね。外国の方に僕らのスペイン料理を本場のスペインの方に伝えようとは僕が勝てないんです。僕の役割でもないし。

P) お店をオープンする前にその二人の方は同じ目的とかアイデアとかあったと思いますか。

R) 同じ、同じ。ずっと友達だから。5 歳、6 歳から一緒だから。38 年来の友人です。なんで話さなくても目を見るとわかる。

P) 日本人はスペイン料理に対してどんなイメージを持っていると思いますか。

R) やっぱりまずは生ハムそしてパエリア、スペインオムレツとアヒージョかな。後は多分何も知らないと思う。日本で受けたものって「butifarra」、「pilpil」、煮込みも「fricandó」「chilindrón」皆大体一緒な

の？違う県に行っても。そういう店が増えすぎた中で、最近でも東京とかだったらもうちょっとマニアックな料理とか作ったりしてるけど、やっぱりそうですね。日本中やってるスペインバルのメニューってほぼほぼ一緒だよな。

P) そうですね。日本のスペイン料理店にはいつもパエリアがありますが、スペインのお店でそんなにありません。

R) そうだよな。普通「bar」に行ったら、パエリアなんてほぼないよね。町のレストランにパエリアがないとね。「Playa」という感じがするね。「Ir a la playa」。

P) ここでスペイン料理を初めて食べるお客さんが持ってるスペイン料理のイメージが変わると思いますか。

R) 変わる。「こんなうまいんだ」って思ってもらってると思う。そこからスペインに行きたい人もいるし、行った人もいるし、ここで修行したい人もいるし。

P) スペインに行ったことあるお客さんがこのお店に来ることがありますか。

R) いる、いる。

P) そのお客さんはどんなメニュー頼みますか。行ったことがないお客さんと違うと思いますか。

R) なると思う。スペインで食べたことあるものを食べたい。

P) このお店に来るお客さんはパエリア以外にどんな料理を食べてもらいたいと思いますか。

R) 「Tortilla」、生ハム、最近は結構「pan con tomate」とかも知ってる人もいるね。でもスペイン料理ってなればみんなバスクだね。僕はカタロニアで修行したんだよ。僕はバスク料理をしてない。カタロニアの料理が大好きです。「Xavier Pellicer」「Santi Santamaria」「ABaC」。。。バスクの料理もやってるし、「pilpil」、ガリシア料理も、「caldo gallego」「pulpo a la gallega」やってる。日本中でやってる食べ物、好きな食べ物は一緒だから、皆メニューに似てるよね。それは面白くないと思うけど...

P) それは悪いと思いますか。

R) でもそういう店が増えてきてもっとちゃんと修行したりもっと面白いカラー増えてきて。もっとマニアックな料理とか出してる店もあるし、逆にスペイン料理をどんどん変形させて、日本のスペイン料理、ス

ペインバーを作ってる人もいるし、それでも広がったことです。競技人口や食べに来る人も増えてきてるのがいいことです。

P) スペイン料理のお店が増えてきてると思いますか。

R) 増えています、増えています。

P) 日本人の舌が変わったと思いますか。

R) 変わったっすね。変わったと思います。まあどうなんだろう？まあジャンクフードとか流行ってきたと思います。特に子供たち。だから身長もでかくなった。

P) 舌が肥えたと思いますか。

R) そうですよ。間違いない。どんどん肥えてきた。単純にその色んな世界の料理が見れるようになって、もちろん行けるようになって、調べられるようになって、作れるようになって体感でき寄るようになって、日本のよさとか日本のおいしさってどこにあるんだろうかって分かるようになって、さらに肥えた。他を受け入れて見れて調べて食べれて体感できて修行できて旅行できるようになったおかげで日本本来の良さが更に分かったので、今までの日本人よりももっともっと日本のよさっていう物が分かったから。

P) 金沢はそんなに大きくない街ですが、スペイン料理店は結構あってビックリしました。

R) そうね。8 個しかないです。でも昔は 2 個ぐらいしかなかった。「Casa de Live」と「La Mora」。後は Arroz さんができて、僕ら「Blanco」もやってたけど今やってない。

P) お店をオープンした時に 3 個ぐらいありましたか。

R) そうです。

P) その時採算がとれるかどうかちょっと不安でしたか。

R) 不安だった。不安だったけど、スペインで食べた料理がめっちゃくちゃうまかったので絶対流行ると思いました。めっちゃめっちゃうまかったんで。後やっぱ米もあるんで、パエリアって。

P) そうですか。スペイン料理のうまさで絶対流行ることが分かりましたか。

R) そうだ。絶対日本で流行る。すぐ分かった。そんなにうまい物ほとんどなかった。元々舌が肥えてないけど、日本人には食べると好きになるんです。

P) そうですか。的中しましたね。

R) そうですね。

P) お客様はスペイン料理以外にスペインに興味があると思いますか。

R) ある、ある。建築もあるし、サッカーもあるし、食べ物もおいしい。

P) でも言ったとおりにスペイン料理のおいしさで人気になったのでしょうか。

R) そう思います。それにサッカー。オリンピックの時からね。バルセロナオリンピック、サッカー、ご飯、「Sagrada Familia」、「Gaudí」。日本でスペイン料理って多いんじゃない？ たぶんご飯を食べるところじゃないと流行らないかもね。パンが主食のところではたぶん流行らない。やっぱお米が主食の国では絶対流行ると思うけどな。

P) 言ったとおりに和食と比べてスペイン料理のほうが濃いでしょうか。日本でスペイン料理を作り始めた時に薄くなったほうがいいと思いましたか。

R) そうですね。スペインで学んだ塩分の塩気を落としています。戻して作ります。それは単純に体とかの作り方もあるけど、太陽が当たれば汗かけば塩分が強くなるんです。「Valencia」のパエリアとか、バルセロナも暑いし。バスクは違う。バスク料理がフランスで流行った。

Sonrisa

P) いつからこのお店を開いていらっしゃいますか。

R) 3年前ぐらい。

P) 「Sonrisa」について。どうしてこの名前にしましたか。

R) 店長に聞いたほうがいいんだけど。もうその名前になってるところに入ったということなので、僕はそ
のお店の名前っていうのはちょっと分からない。

P) オーナーっていうのは、Sonrisa 以外にお店を持っていますか。

R) オーナーが他の店舗も持っています。ただスペイン料理ではないです。スペイン料理をやるきっかけに
なったのは東京にあるスペインクラブの会長さんとうちのオーナーが知り合いで、金沢にもこういうお店
を出したいっていうのが一つです。

P) どこでスペイン料理を勉強なさいましたか。

R) スペイン料理は入ってから勉強します。スペイン料理っていうのを、一つ一つの料理ってのはやっぱり色
んな作り方とかあるんだけど、気を付けなくてはいけないことっていうのを一つだけ言われて、ワインと
一緒に楽しむ料理っていうのを心がけて料理を考えたりメニューはします。

P) 一つの目的はワインを飲みながら楽しむスペイン料理を出すということですか。

R) そうです。一番の料理を作る上での心がけてること。一番大事なところですね。

P) スペインに行ったことがありますか。

R) 行ったことないです。

P) ここに入る前にスペイン文化やスペイン語に興味がありましたか。

R) すごいあったっていう言えば嘘になるんですけど、全くなかったわけではなくて、最初フランス料理で料
理の修行を始めて外海に行きたいっていう気持ちが若干あった時にスペインに行きたいなと漠然
と思っていました。というのは、スペインの料理っていうのは日本人の口に合いやすいということを聞いて
たので、スペインというのはその当時はすごくあったんですけど、その後ちょっと色々があって全然違

う方面の料理をやったので、しばらくスペインというものに触れることはなかったんですけど、ここのお店に入ることをきっかけに、なんか文化にあたりとか言葉であたりとか。後は自分で実際に教えてもらった料理を作ったり、本で見て作ったりすると美味しいもんで。自分の味付けが自分の好みに偏ってるのかもしれないですけど。でもだんだんだんだんとその文化っていうものも知りたくなってきたかなっていうのはあります。

P) 今はスペイン語とか勉強していますね。それはここに入ってから興味を持ってきたのでしょうか。

R) スペインに対しての興味っていうのは強くなった。入ったことがきっかけっていうのは料理の仕事をずっとしてたので、料理を作るっていう。。。ジャンルっていうのは、今スペイン料理ですけど、その前は和食に至るとか焼肉とか。後フランス料理もやりますし、イタリア料理もやったんですね。なんかフランス料理はちょっと違うなーと思って。でも和食はやっぱ自分が食べ慣れてるから、それはそれでいいなーとは思ってたんですけど、ちょっと続けることが難しくなった。ちょっと周りの環境がそういうパターンがあって。たまたまスペイン料理をやるきっかけがあってやることになったっていうのが、本当に偶然のことなだけで、偶然からなんかすごい興味は湧いてきたで。

P) フランス料理やイタリア料理もやっていたって、スペイン料理を作るときに色んな影響を混ぜていると思いますか。

R) はい、かなり混ざっていると思います。フランス料理をやったことで、料理を作る基礎みたいな包丁の使い方だったり、野菜の切り方であったり、そういったことも学べたし。その後ちょっと大きいのは和食をやったことなだけで、魚とかもすごい使うことになったり。で、見た目は全然違いますし、使ってる調味料も違うんだけど、感覚的に言うと和食とすごい似てるという感覚があるんですが。何と云うかな。。。フランス料理ってすごい手の込んだ料理っていうイメージがすごい強いんですよ。でもスペイン料理って意外とシンプルなんですね。塩だけで焼いたりとかがありますし、後使う調味料もすごい少なかったり。でも素材の味を生かす。和食っていうのもそんな感じの料理なんですよ。和食と共通点もあったのと。元々フランス料理から入るぐらいから、海外の料理に興味があったので、「スペイン料

理自体が調味料は違う和食みたいな」そういう感覚がすごくあるので、うまく言えないけど、そのスペインの料理自体に入ってくれたっていう感じは自分の中であります。

P) スペイン料理と日本料理は似ている点があると思いますか。

R) 味と調味料は違うんですけど。食べる側からするとちょっと分かりにくいかもしれないです。でも作る側からすると素材を活かすっていうことって、和食でもすごい気を付けることなんです。例えば、お刺身に鮮度、お魚の鮮度がよくないとお刺身として美味しくないじゃないですか。でもフランス料理っていうのは火を入れるから多少悪くなったけど、あまりよくない魚でもソースで[inaudible]。けどスペイン料理でも比較的素材の味を活かして塩だけ、素材の味のそのものだあったりとか。。調味料はもちろん違うんで、味も全然違うんですけど、作ってる感覚からするとそういう似てるんです。作らない人にはちょっと分かりにくいかもしれないですけど。和食っていうもお酒と一緒に飲むって。。居酒屋もお刺身も素材をお酒と一緒に飲みます。そういう感覚あるね。

P) そうですね。共通点と言ったら作り方と食べ方でしょうか。

R) そうですね。

P) フランス料理よりも近いと思いますか。

R) そうかもしれないです。フランス料理はなんか正装してこうやって音を立てずに食べてっていう。でもこの音って、飲みながらちょっとワイワイやってとか全然嫌じゃない。それはすごくいいなーと思います。メリットだと思います。自分でやってる時から一番最初やし基礎とかそういうのは色んなことやるフランス料理でっていうそういう感覚あったんやけど。でも実際やっていくとちょっと違うなあと、自分がフランス料理でずっとやっていかないだろうなーっていうのはすごく。。なんか違和感みたいなのは。その時に海外でスペインに行けば、もっと早くスペイン料理に入ってたかもしれないんやけど、その時行けなかったけど。でも今になって巡り巡ってスペイン料理たどり着いてるんで、そこにはいろんな周りの道をしながらも自分のプラスになることがあったんで、それが今に生きてるかな。何と言うかな。。スペイン料理だけをやってた人がそういう人からするとちょっと邪道っていうか、道外れているかもしれないけど、スペインそのものの文化をないがしろにしてるわけではないけど。でも日本で食べるスペイン料

理だから、まだ要素は入ってもいいかなというのは僕の中ではすごく強くて。ただ調味料は一切醤油とかそういうのは使わない。味噌とかは使わないで作っているの、千切りだけはつけながら作るようにはする。

P) 日本でのスペイン料理なので、日本人の口に合わせるように作っていると思いますか。

R) 多少合わせるところはあると思います。ただ比較的元に近いと思います。スペイン料理はそうだと思います。フランス料理とかは意外と日本の日本人の口には海外で修行して帰ってきましたシェフが作った料理とかが日本では受けないとかそういうこともあるんだけど。本当に有名なシェフとかになったらまた話が違うのしょうけど。でもそういうお店があるっていうことも聞きますかな。スペインでやっていう人が日本で作ってる料理を食べて違和感がないんじゃない？あんまり聞いたことないですね。

P) スペイン料理は他のヨーロッパの料理と比べて人気があると思いますか。

R) 食べやすいということが一つと素材の味を生かしてるっていう日本人の好みに合いやすいという意味では、人気はまだこれから出てくると思います。今はまだ知らない人が多いので、まだまだこれから。日本人って麺が好きで、イタリア料理のスパゲティとかが先に入ってきてるんで、そういったものが先に日本で広がってるから、それにとって代わるというのはなかなか難しいとは思うんです。ただ受け入れるのはちょっと時間かかるかもしれないけど、日本人には入っていくとは思いますが。それはたぶん、僕らの日本でやってるスペイン料理のお店の方で、どういう風にして食べてもらうかとか。そういったことをやっていかないといけないところではあるかなと思うんですけど。まだまだこれから。

P) 日本人はスペイン料理に対してどんなイメージを持っていると思いますか。

R) 正直、スペイン料理をちゃんとやる前までのイメージはパエリアとスパニッシュオムレツ、後アヒージョ。大体この3つなんですよ。それはそれで。美味しいです。美味しいですけど、それだけじゃないっていうのを広めていくっていうのがやっぱ僕らの使命ですよ。

P) Aさんもここに入る前にそういうイメージを持っていたか。

R) そうです[risas]。この3つぐらい、正直。あまり知らないところは大きいし、まだまだ知らないこともいっぱいあるんですけど、そのイメージから入っています。

P) 広がってきたと思いますか。

R) だいぶ広がってきたと思います。

P) 同じように、このお店に来るお客さんはその3つのイメージから変わると思いますか。

R) 変わると思います。

P) どう変わると思いますか。

R) 普通にお酒を飲まない人もいますね。お酒を飲まない人はやっぱり食事しに来るから日本には米が、米とかパンとか、そういうものは必要なんですよ。食事の中に。そうするとパエリアっていうイメージはちょっと無碍ないところがあるかなと思う。でもメニューを見てコーラコーラっていう、説明をするとアップ！っていう意味もらえるっていうんで、そこは変わってくるんじゃないかなと思います。

P) どうして日本人はパエリアが好きだと思いますか。

R) やっぱお米を食べるっていうのが、ヨーロッパの方でお米をあいう形で食べる料理っていうのはそんなに多くないと思います。お米なんですよ。日本人にとってのお米ってダイエットとかってお米はあんまり食べないって言いますが。白ご飯は食べないけど、焼き込みご飯とか中華のチャーハンとか、これは向こうで食べるか分かんないけど、バターライスで味付けたピラフみたいなものとか、そういうのは食べるっていう人もいます。お米を使った料理っていうことで広まってたんじゃないかなと思います。ちょっとはっきり分らないですけど、昔からヨーロッパで食べるお米の料理っていうのを紹介するような物が、そういうものがあって、スペインではお米をこういう風に食べます。という紹介があった時に、やっぱり日本人の中の昔からずっと食べ続けたお米を海外の人だったらこういう風に作ります。という紹介されて、それで意外と記憶に残ったのかもしれないですね。これが正しいかどうか分らないです。僕の考え方ってお米が大好きな日本人の感覚ってすごい。。。なんだ言ってもお米は食べ物、主食としてずっと続いているのでそのお米を海外のそれは作るとこういう食事になる。だからインド料理とかでも簡単に受け入れ、ご飯と一緒に食べるから。東南アジアの料理もお米の食べる物だったら一緒に食べるようなグリーンカレーとかも日本人ってすぐ受け入れてるんです。だからそういう意味からすると恐らくスペインの人の感覚と日本人の感覚でパエリアを作った家庭は分かる。違うと思うんだ

けど、同じお米を食べてるということで、日本人にも受け入れられたんじゃないかなと思います。で、そんな中でスペインの料理イコールパエリアみたいなそんな風潮がずっとあったと思います。代表格があれっていうそんなイメージが付いてしまった。ちゃんとした文化から入ってくる物ではなくて、そのパエリア自体を先ずどーんと紹介してしまったから、スペイン料理、パエリア、そのイコール繋がってしまった。そんな感じじゃないかな。ただパエリアしか分かんないから来てみないと分かんなくて来てみたら他の料理も美味しいなーとかそういう風になってくる。きっかけっていうのが一番そのパエリア僕らは宣伝しやすいところがあります。

P) そうですか。そんなに有名なので、日本でスペイン料理のお店をオープンしたら必ずパエリアを出さなければいけないと思いますか。

R) 難しい質問ですね。あったほうがいいのかと思います。というのも日本人のお酒を飲みに行った時の感覚で締め食事っていうがある。コース料理ってあるじゃないですか。和食の場合に前菜をあげて、刺身が出て、焼き物が出て、煮物が出て、揚げ物が出て、最後にご飯を食べるんですよ。それが食事。そういう感覚なんです。で、そのご飯っていうの部分っていうのはスペイン料理でいうパエリアかな。だからコースとか言わないんですけど最後お米を食べたいっていう感覚は日本中にはすごい強いと思います。めっちゃなくてもいいんですけど、スパゲティとかそういうのもあるんでしょうか。でもやっぱり日本人の食事っていう風になると意外とお米を少し食べたいっていう人も多いんですね。

P) お客様はよく最後にパエリアを食べますか。

R) そうですね。まあパエリアは時間かかるので、お客様のテーブルごとにそういうパエリアを用意するので、うちの最後になってしまうんですよ。で、最後に出すとやっぱり喜ばれるところもあるので。後は外で食べる時にはお酒が入るとご飯を食べながらお酒を飲むってもちろんいるんですけど、最初に普通の料理を食べます。で料理を食べながら飲んである程度お腹がフレンドリー来て良いものがあるって最後にお酒いいから食事を食べたいということでご飯を出す。そういう感覚です。ご飯であったり、お店によって知らないとかそういうこともありますし、後最近はやっと一般的って麺を最後に食べるっていう人もいますし。そういう感覚もあるんですけど、麺にしてもやっぱり炭水化物を取るんですが。それ

を取る前に取りに当たってもやっぱスペインだと、スペイン料理イコールパエリアっていうぐらいに日本の中ではパエリアが浸透するのね。で、そのパエリアを入れとくっていうのは必要なことかなとは思いますが。

P) そうですね。スペイン料理は日本の食事の習慣とか文化とかに合うと思いますか。

R) 居酒屋とかでもそうなんですけど。メニューをちょっと興味と書く見ていただくもそうなんですけど、最初に料理はズットズット付いています。で、最後のページに締め食事って書いています。居酒屋だとそんなにケーキみたいなものはないですけど。大体居酒屋のメニューだとそういうご飯の物とか載ってるんです。日本人はそういう甘いもの食べないしことあるので。僕なんかそうなんですけど、あんまりそういう食べないでお米で終わらせるとか、そういうのは多いんです。居酒屋でもちょっと働いたことがあるので。

P) じゃ、お客さんについて、スペイン料理以外にスペインに興味があると思いますか。文化とか。。

R) 文化になると分かんないですね。もちろん文化、あっちに行ったことがある、そういう人がもういっぱいおいでなんですけど。なんかたまたまこういう物が食べたいなっていうのが合致したっていうお客さんもいるので、必ずしもスペイン文化に興味があるからスペイン料理を選んだっていうわけではないと思いますね。

P) スペインに行ったことがあるお客さんもいると思いますか。

R) います、います。

P) そのお客さんはどんなメニュー頼みますか。行ったことがないお客さんと違うと思いますか。

R) そこは難しいですね。行ったことある人は向こうで食べた物も注文してくれたりするんですけど、でも、東京とかああいいう都会、こういう石川のようなところとの違いっていうこともあると思います。例えば話ですけど、東京っていうの築地市場とか、あっ今豊洲になったか。まあ、全国から海産物集まってくる、そういう所は東京にながら各地の名物の物、採れた物っていうのを食べることができる。でもこういう所、石川みたいな所だと、例えば、なんだろうな。。。東京はこう集まりやすいけど、東京と石川って離れるじゃないですか。こっちの方からこう来た途中のこの辺だったら、土地で降ろせる、荷物を降ろ

したりできるけど、こっちに入れたい時は別のルートを使っていかなきゃいけないし一つ二つとかだとなかなか運んでくれないんですよ。だからそうすると、今度この周りで採れたものっていうのを使う。スペイン料理変わってくるんですよ。だから、スペインで修行したシェフがスペインの料理をそのまま作ろうとすると東京とかだと可能かもしれません。ただ、こっちの石川県とかになると手に入りにくい物とか当然出てくるので。そういうところをどう埋めるかって地元で採れる物を使ったスペイン料理を作って、それを逆にそれを売りにするっていう。だからスペインとかでもそうだと思うんですけど。スペインの料理って例えば、マドリードとかガリシア地方とかだと内陸の方が海の方がそういう意味で、採れる物が違うし、昔から食べた物もやっぱ肉とか魚を使うにしても、あの「Bacalao」とかそういう意味。でも、海辺だったら、採れたそのままの魚を、ただ塩で、塩漬けて焼いてとかそういうので全然違う料理になりますよね。そういう違いって東京と石川県ではあると思います。

P) 面白いですね。各地で材料が採れるかどうかによってスペイン料理は違います。

R) だから、東京の方に入れられ、こう運ぶほど量採れない物っていうのも、石川県では流通してるものがある。そういう物は東京から旅行に来た。人がこれは何ですか、これは何ですか、これはどういう物ですかっていうのを使って作る料理の方が。。。何と言うかな。和食とは違うスペインの調理の仕方でこういう物を食べれるお店っていう感じの料理を作った方が僕らはいいのかなと。実際に流行り廃りっていうのがやっぱあるんです。ちょっと前にバスクチーズケーキが爆発的に全国的にすごい人気になって。で、またバスクチーズケーキっていうのはスペインのチーズケーキ屋っていうことで、スペイン料理もまたみんな見るようになったっていうのもあるんですけど。でもそんな中で東京と石川で同じ物を食べようと思うと、別に旅行とかもしなくてもいいし、東京で食べれるもわざわざ食べなくてもいいやっていう風になってしまったらこっちで頑張ってもなかなか同じ物作ってない、なかなか売れないし。後は何と言うかな。。。東京の流行りとこっちの方の人の流行りを追うっていう人と同じような感覚はあるんです。今新幹線もできて近くなったから。けどこっちの方ってその流行りだけだと売れないんですよ。むしろ食べ慣れてるものとか、そういったものをちょっと変えて、それが美味しかったらその同じ物

をまた頼んでくれるとか。そういうものあるので、ちょっと同じようなことをやってもうまくは行かなかったりとか。

P) 石川県でスペイン料理の材料が見つからない時に地元の食材を使っていっぱいますか。

R) 使います。だから東京のスペインクラブさんの従業員ですが旅行できて全然料理と違います。僕は教えてもらったのはスペインクラブから教えてもらってましたけど、メニューは全然違いますっていうような。まあ当然違いますよね。僕の作る感覚っていうのはちょっと最初にお話した、和食に近い感覚で作ってるっていう。そういうところもあるし、後は使ってる材料がこっちの方で採れた物を使ってるっていうのもあるから、そうなりゃ東京でやるのとも違うと思います。

P) Aさんは誰から学びましたか。

R) 基本的な物は東京のスペインクラブのシェフです。電話です。でも東京に行った時に教えた物もあります。で、後は電話と後はスペイン料理の本を見てちょっと試行錯誤しながら作ってみて、上手いかないものを聞いて、「ああこうだこうだ」って言って、それで直してとか。そんな感じです。

P) 電話でできますか。

R) できます、できます。っていうのは、僕が全くの未経験、料理を全くしてない人ではなかったんで、ちょっと話をすると「ああそういうことですか」っていうような納得ができることがあれば、その場で修正ができるので、電話でもなんとか。。。ただ作った物を動画で送ってもらったこともあります。

P) 最近お客さんの舌は変わったと思いますか。

R) えー。それはあまり変わってないと思います。基本的なところ変わってないと思います。新しいものが好き、こういう料理を食べたいというのは色々と欲望っていう感じで出てくると言うんですよ。今インスタグラムとかそういうのも色んな紹介があったりとかそういうのもあるので、食べたいっていう思いは出てくることはあるんだけど、それでもやっぱり自分の好みの物っていうのは味付けっていうのはあるんですよ。だから、そういうのって子供から大人に変わる時には変わったりすると思うんですけど、大人が食べに来たっていう風になるとあんまり舌が変わるとかそういうのはないかなと。塩味にしてもどっかっていうと薄いんですよ。薄い方が好きで、素材そのものの味に近いものそのままの食べたりとかす

る方だと思うんですけど。でも「それは薄い」って言う人ももちろんいますし、「ちょうどいい」って言う人もいますし、本当に油っぽいのが好きな人も。色んな料理があるじゃないですか。でもその時の状態っていうので、その食べ物を食べ分けたりしてるかなとは思って、その本来自体は好みとか、舌とかそういうものの変化っていうよりもその時の感情ですよ。気分でやっぱ変わってくるのかな。

P) 薄いつて、スペイン料理はちょっと濃いでしょね。

R) 濃いと思います。僕自身が食べるのは薄くするんですけど。普段まあ、お酒と一緒に合わせるので少し濃いめにちょっと味付けはするっていう。

P) 和食というのは結構繊細な料理だと思うんですが。日本人の口に合うように薄くした方がいいかスペインの濃い味のまま提供した方がいいか、お客さんが喜ぶのはどちらだと思いますか。

R) そうですね。僕らが作る側だから気を付ける時に濃くしちゃいけないですよ。濃すぎるとダメなんです。薄い時は塩とかが貸せるんですけど。もう濃い状態でここから出してしまうともうどうしようもないんです。何かで誤魔化すしかなくなっちゃう。例えば、日本の漬物ってしょっぱいですね。で、しょっぱいけど白ご飯、白米はしょっぱくない。だからそれと一緒に食べる。そういう感じのことなんですけど、ニュアンスで言うとそんな感じなんですよ。

P) このお店に来るお客さんというのはどんな方だと思いますか。家族とか、お二人とか。。。実は昨日来た時にこちらで座っていたお客さんを見てビックリしました。そういう和服とか着たお客さんの集まりは普通だと思いますか。

R) あっ！あの方々は特殊です[risas]。ここに座ってた方がこのお店のオーナーの方なんです。実は、で、オーナーのお知り合いの方で普段からああいう学校を仕事をされてる方なんですけど、ああいう格好で仕事をされる方なので、そのまま一緒に来られたっていう、そういう感じ。特別なお客様だっていうのを一応ご理解いただいた方が。基本的にはやっぱ普通の洋服の方が多いです。少し年齢層が高いと思います。40 歳以上の方が多くいます。あんまり若い人たちだけっていう方が少ないかなとは思って、[inaudible]。必ず若い人はいないっていうわけでもないで、まんべんなくいらっしやるとは思うんですが。でもどちらかというと、年齢層は高い方の方がこのお店は多いと。若い子

の方が色々な食に対して興味があると思うんですけど。何と言うかな。。。こういうことで食べるとなると気軽に入ってこれないと。使ってもら回数っていうのは少なくなってきて。外食にかけられる日本人の収入の話とかになるところで、外食を頻繁にできる人らはやっぱりちょっと年齢が高くなってくるので、[inaudible]いらっしゃるのそういう方々の方が多いかなという。後はお酒のお店もそうなんですけど、あんまりワインに抵抗がある。。。抵抗があるわけではないんですけど、ワインよりも飲み慣れた物を飲むっていう風になると、特に男性の方が居酒屋とかでビールとか焼酎とかそういうのを飲まれる方とかもいらっしゃるの、まあワイン自体を飲むのはヨーロッパの方の文化なのでそこまで。。。まあ確かにワインはすごい入ってきてるし、居酒屋でもワインを飲む人も出てきてるぐらいなんですけど、全員ではないと思います。好みっていうのが一番大きいので行ったことない店だと、ちょっとまあ。。。また今度にしようかなとかそういう人も多いと思うんですよ。だから、立ち飲み心のああいうカウンターがずっとあって、スペインのバーみたいに簡単に摘まめる、「pinchos」とか「tapas」とかそういうのがあって。じゃあ、これとワインでとかっていうようなスタイルができると、なんかちょっと変わってくるのかもしれないです。そういうのはちょっと「これからかな」という風に思うんですよ。ちょっと前まで、コロナで海外の人は来れないとか、日本人も夜遅くに歩いていけないとか、そういう状況があったので。