

日本の食文化と西洋の食文化、その出会いと変遷

# オランダにおける日本食 世界トレンドの普及

カタジーナ・チフィエルトカ Katarzyna J. Cwiertka



カタジーナ・チフィエルトカ

Katarzyna J. Cwiertka

ライデン大学文学部日韓研究所研究員。1990年ワルシャワ大学東洋学院日本学科、修士号取得。1994年筑波大学地域研究科、修士号取得。1999年ライデン大学文学部日韓研究所、博士号取得。著作に「調理文化学」(共著：『21世紀の調理学』第1巻 建帛社)、「異文化との接触と受容」(共著：『全集日本の食文化』第8巻 雄山閣)がある。

本の食文化のイメージ向上にも貢献したのである。

ヨーロッパにおける日本食の普及は、基本的にアメリカと同様の動機に基づいていたが、その普及を推進させる大切な誘因がもう一つあった。それは日本食ブームがアメリカの食トレンドであるというイメージであった。日本食がアメリカのファッションであるという付加価値がヨーロッパにおける日本料理の人気を高めたと考えられる。例えば、一九九八年の調査によると、日本食経験者の多くがアメリカへ旅行に行った際にはじめて日本食と出会ったという。つまり、アメリカで日本料理が一般化したことが、オランダ人と日本食の出会いをもたらしたのである。

## オランダにおける日本食ブーム

日本とオランダが日蘭交流四百年を記念を祝った二〇〇〇年は、両国にとって特別な年であった。一六〇〇年四月九日、豊後国(現在の大分県)の臼杵湾に、「リーフデ号」というオランダ船が漂着したことが、現在まで続く日蘭関係の起りとなつている。このように長年日本の文化とつながりをもったオランダ人であるが、食の面においてはほとんどお互いを感化しなかったのは不思議である。ポルトガルの食文化が日本料理に与えた影響は広く知られているが、オランダのインパクトはほとんど見られない。長年の交流にも関わらず、日本の食文化もオランダの方には伝わらなかった。他の西洋の諸国と比べ、オランダにおける日本食

## 西方へゆく日本料理

二十世紀は日本の食文化史にとって変化の激しい時代だった。西洋からの影響を強く受けながら、日本の政治、経済、そして生活習慣に至るまで、大きな変化を遂げたのである。衣食住のあらゆる面において、西洋のものが取り入れられ、日本の食文化にとって洋風化の時代となった。歴史的視点から見れば比較的短期間である百年間に、西洋の食文化が日本に与えた影響は、非常に大きい。これは、奈良時代から何世紀にもわたり続いた中国の食文化の影響に匹敵するである。

二十世紀の最も顕著な食の変化として、日本食の洋風化をあげることができ、ここ数十年、逆のプロセスが始まったことも指摘すべきものである。つまり、西洋における日本料理の普及というプロセスである。日本料理が西洋の食文化に影響を与え始めたのは、日本経済の海外進出が始まった一九七〇年代であるが、明治時代以降多数の日本人が北・南米へ移住したことも深く関わっている。日本食ブームがカリフォルニア州で発生したという点で、日本人移住者の外食施設がそこで繁栄していたことには、つながりがあるに違いない。

アジア以外で日本料理店が最初にオープンしたのは一八八七年、サンフランシスコにおいてであるが、やがてアメリカ合衆国の日本食文化の中心となったのはロスアンジェルスである。すでに一九二〇年の普及が極めて遅かったことも事実である。アメリカ合衆国、イギリス、フランスなどの国々において日本食ブームが一九七〇・一九八〇年代にすでに起っていたにも関わらず、オランダでの本格的な日本料理の普及は一九九〇年代の後半になつてからである。<sup>注1)</sup>

数年前まで、アムステルダムで日本料理店の利用者の過半数は日本人であり、日本料理は、一般にオランダ人の間ではあまり知られていないエスニック料理<sup>注2)</sup>の一つのように思われていた。今では、ロスアンジェルス、ニューヨーク、香港、ロンドンに続き、寿司ブームの真っ最中である。寿司がスーパーや駅のスタンドで販売され、大都市ではインターネットで注文して家まで届けてくれる寿司サービスもある。このブームが発生したのは二〇一〇、二〇一一年のことである。

アムステルダムで最初の日本料理店ができたのはおよそ三十年前のことである。一九七〇年代前半は、ホテルオークラが経営している「やまざと」として、日本人の個人経営の「とぎよ」の計

代には、ロスアンジェルスでチャイナ・タウンの一部が「リトル・トーキョー」と名づけられるほど日本人移住者が多かった。銭湯から八百屋にいたるまで、移民が日本の生活を営むために必要とした施設が整えられ、日本料理店の数は四十軒を超えていた。このようなインフラストラクチャーは、ロスアンジェルスに限られたことでなく、スケールや時期はやや異なるが、ブラジルやハワイなど日本人移住者が集まった地域で同様に見られるものである。

一九六〇年代までは、日本以外で食される日本食というのは、日系人のなかでのみ消費される文化であったが、一九七〇年代以降西海岸のロスアンジェルスを中心に寿司が人気を博し、そのトレンドがすぐさま東海岸やヨーロッパへと広がった。現在では、カリフォルニア州のようなアメリカ風の寿司が世界中で日本においても有名になっている。

寿司ブームが発生した重要な要因のひとつは、寿司の健康的だというイメージだった。一九七〇年代のアメリカというのは健康志向の時代で、アメリカにおける肥満の問題も注目されるようになり、アメリカ人の食生活を改善しようという動きが始まった時期だった。そこで、日本食が低脂肪で健康的な食物として、栄養学者や国民健康政策関係者によって薦められた。それと同時に、当時高度経済成長期にあった日本の電化製品、カメラ、自動車などがアメリカで好評となり、日

三軒のみだった。「きよ」は二〇一三年で閉店したが、「とぎよ」は、新しいオーナーの名前をもらい、「とぎよ」となり、現在でも営業を続けている。「やまざと」と「とぎよ」の三軒が、一九七〇年代はじめに開店したという点は、日本の経済成長に伴い日本に対する好奇心が高まったことと、日本人のビジネスマンや駐在員が世界各国へ派遣されるようになったという状況が、強く関係していると思われる。オランダにおける日本食レストランの利用者の約八割は日本人であったが、その割合が少しずつ変りはじめたのは八〇年代後半から九〇年代にかけてのことである。その頃から日本料理店の数も次第に増えていった。

「とぎよ」は「やまざと」と並んで最も歴史の古い店であるが、残念なことに「とぎよ」のオーナーであった原さんは、今年の二月十二日にこの世を去った<sup>注3)</sup>。伝統的な日本の雰囲気をお客さんに感じてもらえるように、原さんは様々な工夫をしていた。のれんや盆栽、赤ちまちゃん、そして、原さんが自身の着物は地元の人々の間で



写真1 レストラン「とぎよ」のオーナーであった故原さん。20年間以上、毎晩着物姿でお客さんに接し、古きよき日本のイメージを体現された。



写真2 「スシ・タイム」とそのオーナーの一人



写真3 好きなお寿司を気楽に選べるのが寿司バーの魅力のひとつ。



写真5 モダンなイメージの寿司を楽しむ人々にぎわぶ「ズシ」

人気であった「ズシ」。

日本食ブームの二、三年、原さんが二十年以上表していたエスニック料理的な日本食というイメージは徐々に弱くなっている。むしろ、寿司を中心に、日本食がモダンな国際都市のシンボルの一つとなり、日本料理を食べることが最先端をいくという認識が生まれているように思われる。世界中に日本料理が徐々に普及していくうちに、日本料理は洋風化され、西洋人の間で愛用されるようになる。と同時に、日本料理が普及するともに西洋人の嗜好も和風の味に近づいていくと言える。

### スシ・バーという世界トレンド

お寿司が、オランダ人の中で、いま最も流行している食べ物の一つであることは否定できない。特に流行しているのは、お寿司が目の前でぐるぐる回る回転寿司「寿司バー」と呼ばれるレストランである。寿司バーがヨーロッパで最初に流行したのは一九九〇年代前半のロンドンであり、すぐにパリなど欧州の大都市へと広まった。オランダにおける回転寿司ブームも少し遅れているが、現在、三軒の回転寿司のお店が阿姆斯特ダムで営業している。

一九九九年の夏にオープンした「スシ・タイム」という店は阿姆斯特ダムで初めて開店した寿司バーである(写真2)。「スシ・タイム」は阿姆斯特ダムの南にあるワールド・トレード・センターというオフィス街にあり、食事の時間をあまりとれないビジネスマンを対象にランチを中心に営業している。「スシ・タイム」の支配人は、三十才にもなっていない。スシはオランダの寿司バーのなかで最もじやれたところである。オーナーが人気歌手のライオネル・リッチーのマネージャーで、イギリス人である。お店自体もロンドンの回転寿司店を手本にしており、バーの雰囲気を感じさせる場所である。ここで出される寿司は日本の食べ物であるというよりも、ロンドン、パリ、ニューヨークなど世界中で好まれているトレンド的な料理というイメージである。

### 終わりに

オランダにおける日本料理の普及を考察してみると、それを支えているものは日本食ブームが始まったアメリカ合衆国と同様であることが目につく。まず、日本経済の世界進出がオランダ人の中で日本の文化への好奇心を高め、そして日本料理のイメージを向上させた。それと同時に、日本料理が低コストで、低力ロリーであることが、現在オランダで非常に注目を集めている健康志向に重なった。ここまではアメリカと同様であるが、オランダでの日本食ブームがアメリカのように日本人移住者の食文化から発生せず、すでに流行している世界トレンドとしてオランダに入ったというところは注目する点である。

第二次世界大戦以降、西欧はアメリカ合衆国の影響を受け続けた。技術や経済面だけでなく、文化の面においてもヨーロッパはここ数十年アメリカ化が進んでいるのである。この現象は食文化において特に著しく現れている。マク

ドナルドなどのファーストフードからソフトドリンク、ベーグルなど、パリからモスクワまで、欧州の若者がアメリカから取り入れられたものを食べている。日本料理の流行も欧州文化のアメリカ化との繋がりが強い。



写真4 大流行している寿司バー「ズシ」のポスター(阿姆斯特ダム)

午後一時から三時までのあいだに、セントさんの小さな店は人で混雑する。注文せずに、自分で好きなお寿司を気楽に選ぶことができるというのは、回転寿司の大きなセールスポイントだ。また、お皿の色によつて食べたものの値段が分かるというこ

とも、お金の節約に熱心なオランダ人には大好評である。ここで指摘しておかなくてはならないのは、お寿司というのは、やはり安いものではないということである。日本では一皿最低百円から百五十円までという回転寿司が多いが、オランダでは最も値段が安いところでも、少なくとも二倍はする。したがって、回転寿司に行くお客さんのほとんどは、中流以上の裕福な人たちに限られる。三十代と四十代のサラリーマンが利用者の過半数を占めている。

日本における洋食は、一九世紀末西洋文化の象徴として入り、時間とともに和風化され、日本独自のものとなった。カレーライス、カツ丼、あんパンなどのように、日本的だと思われる食べ物は、もともと西洋から輸入された料理を元に出来上がったものだという認識がほとんどなくなってきた。これと同様に、現在、日本以外の国で、寿司が食生活の一部となる過程にあると言えよう。ロスアンゼルス、ロンドン、シンガポールなどで見られるように、世界の大都市では、国際都市の一つのシンボルとして寿司が普及していきののだが、その間、寿司が日本の食であるという認識が薄れていっている。そして、日本の食というよりもアメリカから出た世界トレンド食として広まってきたのである。

注

- (1) 本論文の基礎となったフィールドワークは、アサヒビル財団(平成九年度)および文部省(10041034号)による助成を受けている。
- (2) ここでいう「エスニック料理」は、一般的に日本で通用している、東南アジアの料理ではなく、「あらゆる民族のそれぞれの料理」という意味で使っている。
- (3) この場を借りてお悔やみ申し上げます。

### 参考文献

Bestor, Theodore "How Sushi Went Global" *Foreign Policy* Nov./Dec. (2000): 54-62.  
Ellwood, David et. al. "Questions of Cultural Exchange: The NIAS Statement on the European Reception of American Mass Culture" *Cultural Transmissions and Receptions: American Mass Culture in Europe*. Amsterdam: VU University Press. (1993): 321-333.  
小山修三「日本料理店の成立と展開」(『ロス・アンゼルス日本料理店: その文化人類学研究』ドメス出版 1985年所収)  
森幸一「ふるさとの味を求めて: 日系社会の食文化」(『海外移住』591号 2000年1月所収)