

2007年度 キックマン「食文化セミナー」

# 「寿司の国際化」

30か国35都市、100店舗あまりの寿司店探訪の報告

講師：松本紘宇

本誌に「世界の寿司のれん繁盛記」を執筆された松本紘宇先生（寿司店オーナー兼食文化研究者）を講師に、十月十二日、「キックマン国際食文化セミナー」が開催されました。「寿司の国際化」と題して、世界三十か国を超えるお寿司屋探訪の成果や裏話などのお話しを要約しました。

すしポリスがやってくる

今年の春頃、「寿司ポリスがやってくる」という奇妙な噂が世界の寿司屋のあいだに拡がり、大騒ぎになったようである。世界中にある日本レストランを、日本政府が認証してお墨付きを与える制度を作ろうというのが騒ぎの始まりだったのだが、世界中から反対があり、これは取り止めになったようである。その一方で、推奨制度ではどうか、ということでは話しは続けられているようである。そもその始まりは、日本の農水産物や加工品を世界中に輸出したい、そのために店を認定し、そこを基点に日本の農水産物の輸出拡大を計ろう、ということだったようだ。

では現在、世界中に日本レストランといわゆる日本食を出す店の数はどうかと調べてみると、北米が一万店、中南米に一千五百店、アジアは六千から八千、オセアニア・豪州・ニュージーランドは五百から一千店。中東に百店、欧州が二千店にロシアには五百店（いずれも農水省調べ）というような数字がある。だが、これにはたとえば、南アフリカ（ヨハネスブルクやケープタウン）の三千店などが抜けているようだ。以上の数には、中国人（①の写真）

や韓国人がやっている日本レストランや、さらにラーメン屋なども入っているのが相場である。



ニューヨークにある中国人が経営しているレストラン。スシバーも併設されている



松本紘宇（まつもと ひろたか）

1942年 東京生まれ。  
東京大学農学部卒業。サッポロビール入社。  
1969年/退社後、ニューヨークへ渡る。レストラン「日本」の仕入れ係の仕事がきっかけで、魚卸商に従事。  
1975年/ニューヨークで最初の寿司専門店「竹寿司」を開店。  
現在、「ベルギー竹寿司」経営のかたわら食文化研究者として世界各地を取材。著書に『お寿司、地球を回る』（光文社）、『おいしいアメリカ見つけた』（筑摩書房）、『ニューヨーク竹寿司物語』（朝日新聞社）、『サムライ使節団 欧羅巴を食す』（現代書館）などがある。

るかどうかは、判断が難しいと思う。それでは、世界中におよそ二万から二万三千店ある日本レストランの中で寿司を出している店の数を知る唯一の方法として、次のようなアメリカで行なわれたことがある調査をあてはめてみようと思う。

過去（一九九〇年度）の調査で若干古いですが、北アメリカ全域にある日本レストランのおよそ六十六%の店が寿司を出しているという数字がある。しかし、私には、この「六十六%」という数字は少なめだと実感している。今はもの凄い寿司ブームが巻き起こっていることから、八〇%まではいかなないが、現状では七〇%を超えているのではないかと思っている。

これを根拠とするならば、日本以外の世界中にある寿司屋、寿司屋といっても他の料理を出しながら一部カウンターを設置している店も含むとした場合、およその数は一万四千から一万八千店ぐらいということになる。ちなみに、日本国内にある寿司屋の数となると、約四万五千店といわれているのが相場である。

## 世界の食材から生まれる寿司文化

③の写真は、私がベルギーで共同経営している店「竹寿司」で握った寿司である。しょうゆを含めてこの写真の寿司の食材の「出所」を調べてみよう。まずしょうゆだが、ベルギーの店で出しているしょうゆは、キッコーマンの業務用のしょうゆである。

パッケージには各国語で生産国が書かれている。キッコーマンは、現在世界六か国に工場を持っており、いままでもベルギーにはシンガポールの工場で作られたしょうゆが入ってきっていたが、一九九七年秋、オランダに工場ができたので、オランダから輸入している。ちよつと横道に逸れるが、②の写真は家庭用のしょうゆの写真である。下から四段目に「ネーデルランド（オランダ）で造られた」と書いてある。これはベルギーの一般的な日本食品店で売られているものだ。



寿司酢であるが、この酢は「プロダクト・オブ・UK」とあり、ミツカンがイギリスで造っている業務用の酢である。「ガリ」つまり生姜は、これは中国産である。日本の「かねふく」という会社が、中国に委託生産して作ったものを、各国に輸出している。海苔

も中国産である。「山本山」が中国で作ったものである。また、写真には写っていないが、山葵は粉山葵を使っている。この粉山葵は、なんとアメリカ産である。

さて、③の写真の寿司種はトロ、マグロ、スズキなどである。パリのランジスという大きな市場でベルギー人の魚屋が買い付けてくる。欧州が統合されたので、ほぼ毎日、買い付けができるようになった。トロ、マグロは地中海産である。イクラとホッキ貝、甘エビはカナダ産。ウニはノルエーから、アナゴは韓国産である。アナゴが切れたときは、ベルギーで捕れたウナギを蒲焼風に煮て使う。時々、中国産のいわゆる蒲焼の冷凍物を使う時もある。

このように、一つ一つ見ていくと、日本産はゼロということになる。逆に見方をすれば、このように色々な国から食材を調達することができるように

なったお蔭で、寿司は世界中に広まった、ということもできる。

## カリフォルニア米の傑作「国宝」

次に、寿司には欠かせない米である。海外で最初の寿司ブームはアメリカだったろう。その理由は、カリフォルニア米があつたからだろうと思う。もしカリフォルニア米がなくて、日本から輸入していたなら、米だけでも五倍から十倍の値段となってしまうだろう。カリフォルニア米があつたので、安い寿司ができたのである。

カリフォルニア米の作付けが始まったのは、十九世紀の中頃である。サンフランシスコを中心に始まったゴールドラッシュの時代に、中国からの多くの移民がやってきた。これらの移民は、金の採掘や大陸横断鉄道の敷設に従事したのであるが、彼らの主食は米で、中国から輸入していた。そんな時カリ

フォルニアの農業関係者が、アメリカ国内で米を生産すれば大きな利益が得られるだろうと考え、カリフォルニアでの米作りが始まったという。アメリカ南部ではすでに長粒米、いわゆるインディカ米は作られていたが、カリフォルニアは北にあって栽培が難しい。

そこで日本から種籾を持ち込み、ジャポニカ米を作った。しかしアメリカではバラバラの米を好むので、日本米では市場性がない。そこで今度は北方の日本米、つまり短粒米と米国南部の長粒米を掛け合わせて、一九四八年、いわゆる中粒米という中間の大きさの米を作り出した。カリフォルニア米誕生である。これはよく売れたが、日本人にとってはやはりポロポロし過ぎて不評であった。その後、「ライスキング」と尊称された日本からの移民の努力で、一九六二年、「国宝」という名の、一等米が作られた。

この「国宝」米が評判になり、日本レストランでも使われるようになった。それだけでなく日本レストランの数も増えるなど、結果として寿司に使える米が、アメリカに誕生したのである。

話は飛ぶが、一九九三年、日本では冷害で米が獲れず、世界各国から米を緊急輸入する騒ぎがあつた。そのとき、カリフォルニア米も輸入されたが日本での評判は良くなかった。それは、いわゆるレギュラー米が輸入されたからだ。一ランク下の米だった。しかし「国宝」米というのは、ブレミアム米と呼ばれる上級の米で、日本では一等米にあたる。あつたとき「国宝」米が輸



入されていたら、日本でのカリフォルニア米の評価も違ったものになっていただろう。

現在では「国宝」米でも飽き足らず、日本からの「あきたこまち」や「コシヒカリ」の栽培まで行われている。ちなみに、私のベルギーの店「竹寿司」では、カリフォルニア米のうちの「錦」米を取り寄せて使っている。

### 南米の米、ヨーロッパの米

世界最大の水田地帯がブラジル、アルゼンチン、ウルグアイの三か国に跨がっている。なにしろ凄い！見渡す限りの水田である。この中にある「ジョアキン・オリベイラ」という米生産会社の田圃は一万ヘクタールもある。日本の農家の平均面積が一ヘクタールなので、この会社の大きさが解るだろう。もちろんこの一帯では、この会社だけでなく、他の団体や個人が米を作っている。

ブラジルのサンパウロには、「吉田米」というのがある。これはYKKのブランドで知られる「吉田工業」が現地の社員のために栽培している米で、なかなかおいしいので、社員に供給した残りを市場に出している。すぐに品切れになるほど評判がいい。

ブラジルでは、新米が獲れて三か月も経つと味がガツクリと落ちる。これは土壌が関係しているらしい。

そこで、年間を通して味の変わらないカリフォルニア米を輸入して人気がある。

④の写真は、イタリアの米作の風景である。かつてソフィア・ローレン主



④

ミラノに近いバルチェーリはヨーロッパの米のメッカ。後方にアルプスが見える

演の映画「苦い米」の舞台となったポールの流域で、「あきたこまち」が委託栽培されている。ローマにある「六甲」という日本レストランのオーナーが、日本から種籾を持ってきてイタリ



ベルギー竹寿司の30ユーロ（約5000円）の上寿司

アの農家に委託しているのである。ここで獲れた米がヨーロッパ各地に出荷されている。⑤の写真は、ブリュッセルで見かけたもので、「玉錦」というブランド米である。

「みのり」という米は日本の大倉商事がスペインの農家に委託して作っている。普通は二十キロ袋入りで、ベルギーの日本食料店でも売られている。

スペインのバレンシア地方の有名な料理に「パエリア」がある。日本流に言えば、地中海の魚介類を入れた「炊き込みご飯」ということになる。こうした伝統料理があるくらいだから、バレンシア地方も昔から米どころだったのであろう。そうしたことから、スペインでもおいしい米作りが行なわれている。

オーストラリアのリーントンでも稲作が盛んである。カリフォルニア米の種籾を輸入して作られるようになり、香

港や南アフリカなどに輸出されている。もちろん現地の日本レストランでも使われている。



⑤

### 寿司ネタの裏話

#### 1. 65

海苔は英語で「シーウイード」である。直訳すれば「海の雑草」ということで、かつてアメリカ人は「雑草など食べるものではない」といつていたが、海苔が寿司に使われていたり、ヘルシーな日本食に海苔が出てくるなどで、健康にいいと解ったようだ。いまは「シーベジタブル」海の野菜」と、呼び方まで変わってきた。

また、かつてイギリス人が「ひじきには砒素が含まれているので、食べてはいけない」という警告を出した。彼らはひじきを生の状態で炒めたりして

食べるが、日本ではひじきは一度乾燥させてから調理するので、この心配はない。これはまさに、食文化の違いであるといえる。

## 2. わさび

海外のほとんどの日本レストランでは、「本山葵」を使わないといえる。一部の高級店でチューブ入りの山葵を使っている。ほとんどの店では「ホースラディッシュ」あるいは「西洋ワサビ」、「ワサビダイコン」の類を使っている。どの国でも植物の検疫がやかましく、日本から持ち込むためには、それなりの時間と費用が掛かり、当然売値も高くなる。ちなみに日本では、チューブ入りの山葵の場合、本山葵五十%以上入っているものには「本山葵使用」と表示され、未滿だと「本山葵入り」とか「本山葵が入っています」などと表示される。



## 3. 魚の代用品

寿司に使うネタであるが、魚が獲れなくなると代用品で補う場合がある。

⑥の写真の「ティラピア」というアフリカ産の熱帯魚は、日本では「チカダイ」や「イズミダイ」として鯛の代わりに使われている。知らずに食べている人がいると思う。



寿司ではないが、⑦の写真の「ナイル・パーチ」というビクトリア湖で養殖されている魚は、ホテルのバイキングのフライなどに使われている。

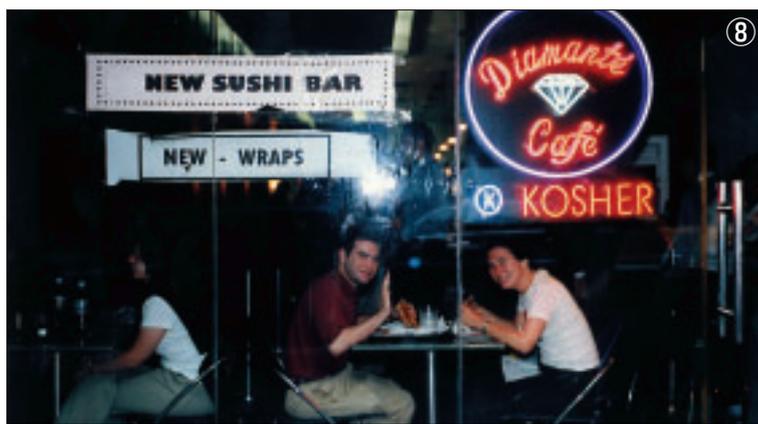
また、「ウミヘビ」は「アナゴ」の代用品となる。これなどはまだ許せるとしても、養殖の「ハマチ」などはちょっとこわい。というのは、「ハマチ」を養殖していると、なかには奇形の魚も出ることがある。しかし、それをおろしてしまえば、判らなくなる。

トロやネギトロなどの場合、植物油を混ぜるとか、いわゆるクス肉に植物油やマーガリンを混ぜるなど業者も工

夫している。実際にはトロではなく、油が混じったものだけだったというところも考えられる。だからあまりにも安い店というのは、注意が必要である。

## 4. 寿司と宗教

ユダヤ教では、鱗のない魚やヒレのない魚は食べてはいけないなど、いろいろな戒律がある。



私が初めて出店したニューヨークの「竹寿司」で、最初の客がユダヤ人であった。ユダヤ人は金持ちが多く、開店当初、彼らがよく食べに来てくれたので本当に助かった。ユダヤ教にもいろいろな宗派があり、厳格な宗派の人にはいわせると、とんでもないことなかも知れないが、とにかく助かった。

⑧の写真には「コウシャ」と書いて

ある。ユダヤ教の「コウシャ食品」というのは、神聖な食品を意味し、ユダヤ人が口にしてもよいものである。「ラビ」と呼ばれる牧師または僧侶のような精神的な指導者がいて店に常駐している。そしてこの店ではインチキなものは売っていない、戒律にそった食品しか使っていないことを証明してくれる。そのため、ネタの種類は少ないし、値段も高い。値段の高いのは、この「ラビ」の給料も含まれているからだ。

## すし普及の影の立役者

寿司が世界に広まった要因の一つは、回転寿司と寿司ロボットの機械が発明されたからだと思う。これらの機械は、寿司普及の影の立役者ということが出来る。



写真⑨は、ワルシヤワの回転寿司屋である。外国では、回転ベルトがドーナツ型の覆いでおおわれている。雑菌などが入らないようにしてあるわけで、公衆衛生上の決まりである。この店には、回転ベルトに接してテーブル席が七十席ある。石川県のベルトコンベア会社を作ったが、会社の人たちは、この七十席がワルシヤワに行くことなどありえないと思っていたということだ。

オランダの回転寿司屋では、途中に「跳ね橋」があつて、お国柄がよくでたいた。また、オーストラリアの寿司屋では、寿司を模型の汽車に乗せて運んでいたのが「寿司トレイン」と名付けていた。しかし、現在はベルトに変えたが、店名はあいかわらず「寿司トレイン」である。

ドバイにある有名なりゾートホテルグループ「ジュメイラ」のホテルは、七つ星だといわれている。普通のホテルの最上級は五つ星なのでその高級さがわかる。そのグループの中の一つのホテルが作った回転寿司の店は、ほんとうに豪華でゆつたりとしていた。ぜひぶん世界のあちらこちらの回転寿司屋を訪問したが、これほどすごい回転寿司屋はなかった。

### 続々生まれる「寿司の新種」

世界中に寿司屋が増えると、それにつれて変り種の寿司が生まれる。

⑩の写真是「キャタピラー・ロール」という。アボカドをスライスしたもので巻いてあるだけだが、その形がキャ



タピラー＝青虫に似ている。「青虫ロール」では食欲が減退してくるが、「キャタピラー・ロール」ならなんとかなるだろう。

⑪の写真是、「レインボー・ロール」である。レインボー＝虹の部分はマグロ、サーモン、白身魚などを薄く切つて作る。「ドラゴン・ボール」というのもある。これは鰻の蒲焼で巻いたもので、龍の背中に似ていることから名付けられた。

「スパイシー・ロール」は、しょうゆにタバスコや唐辛子などの香辛料を混ぜ込み、そこにマグロの切り身を漬けて、ズケマグロのようにする。それを巻いたものである。

中国では北京ダックを巻いた「北京ロール」がある。私が最初に中国へ行

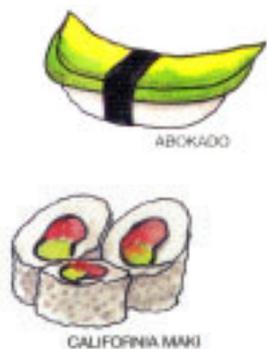
ったとき、チキンを巻いたものが出てきたので、これはいずれ北京ダックを巻くだろう、と思っていたが、その通りになった。

超高級という意味での変り種では、「キャビアの寿司」(⑫の写真右)がある。これで十八ドル、約二千円ほどである。⑫の写真の左のトコは九ドル、千円ちょっとする。二つで三千円を超えるというわけである。

また、ニューヨークにある「マサ」という寿司屋は、一人だいたい三百ドルから五百ドルの超高級寿司を出す。フォアグラ、トリユフ、キャビアなどを使ったり、魚は全部築地から航空便での直送ということで、高額にならざるを得ない。

さて、いままでお話ししてきたように、日本の寿司は世界中に定着しつつあり、その国の食の事情にマッチするように変身しつつある。しかし、こうした変身こそが真の「食文化の国際交流の証」だと思っている。

これから世界各国で、寿司がどのような受容と変容がもたらされるのか、注意深く見守っていききたいと思う。



(文中の写真・イラストはすべて筆者提供)