

e-dream-s 通信

No.127 発行：2012年1月22日 特定非営利活動法人 イー・ドリームズ

e-dream-s 通信 1月号をお届けします。お楽しみください。

目次

- | | | |
|----------------------|-------|---------|
| 1. 明けましておめでとうございます | 中川 房代 | p.2～3 |
| 2. スレとステマ | 辻 荘一 | p.4～5 |
| 3. 和食の進出：アメリカのラーメン事情 | 井川 好二 | p.6～16 |
| 4. コルカタから来た Raj さん | 山田 昌子 | p.17～18 |



カンボジア・トンレサップ湖 トンレサップ湖(2)

小高い丘のようなのはプノン・クロムという聖なる山。山頂には遺跡がある。
撮影時の1月は乾季にあたる。(2001年1月 Ryoji 氏 撮影)

明けましておめでとうございます

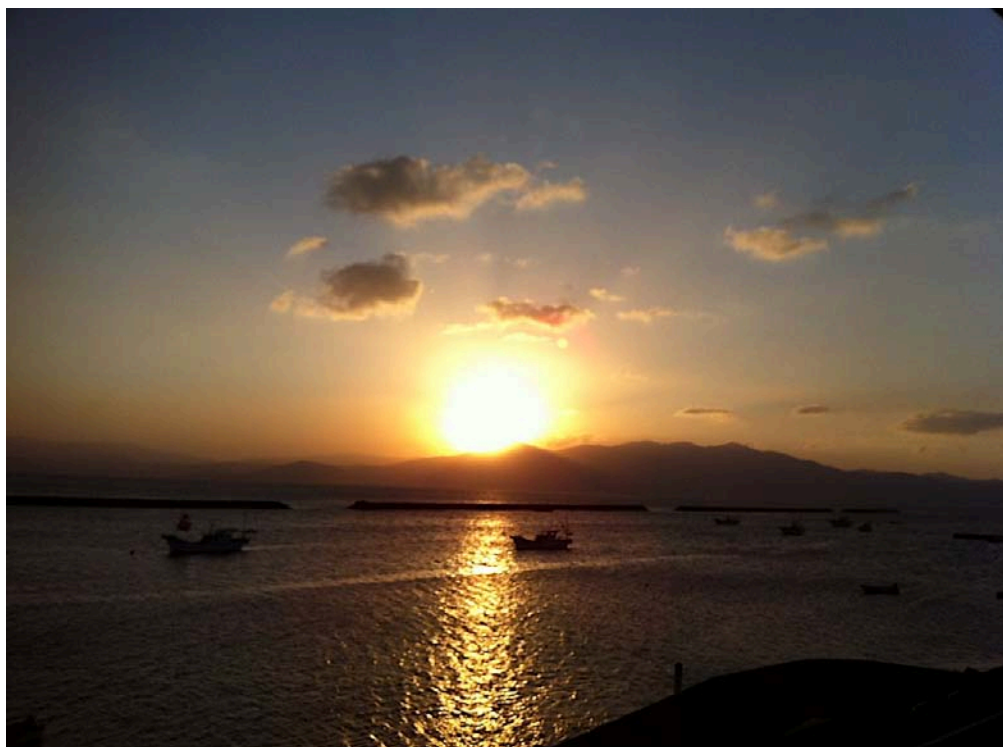
中川房代

2012年がスタートしました。皆さんはどんな新年を迎えられましたか？

昨年は3月の東日本大震災をはじめ、タイの洪水など世界的にも災害の多い1年でした。悲しく辛い思いと、「絆」という優しく力強い言葉が実体として感じられる1年でもありました。人と人との繋がり、暖かさ、広がり、深さが、国を超えて日本に寄せられていることに感謝する機会も多く、直接の被災者ではない私も、世界の多くの人々に支えられているということに、大いに励まされてきたように思います。新しい年2012年が皆にとってよい1年になるようにと願います。

さて、我が家の年末年始は、長年、夫か私の実家で過ごすことが多かったのですが、夫の両親が亡くなってからの最近、姪&甥のラブコールに応える形で私の実家に帰省することが多くなっていました。が、今年は夫の両親の墓参りやその他の用事を兼ねて、夫の両親の出身地である鹿児島で過ごすことにしました。

鹿児島県指宿市。昭和30年頃から45年ぐらいまでは、10人中に9人のカップルが新婚旅行先を宮崎の日南海岸か指宿にしたと言われる程の観光地。今はその数も大幅に減ってはいますが、指宿滞在中に必ず入りにしている砂蒸し風呂、錦江湾でとれる海の幸はなかなかのご馳走です。また、元旦には雨模様で見えなかった日の出も2日にはきれいに見え、なかなか幸先がよさそう…。よい1年になりそうです。



錦江湾の初日の出（2012年1月2日 鹿児島県指宿市にて 中川房代撮影）

そんな年明けの1月7日、京都で理事会が開催されました。主に論議したのは、「カンボジア教育書支援プロジェクト」と「東日本大震災支援プロジェクト」についてです。

カンボジア教科書支援プロジェクトについては、以下の4点が決定しました。

- 1) 昨年支援した学校での教科書の利用状況の調査、報告を行う。
2月のCamTESOL後に学校訪問を行う。その他アンケートなどについても実施が可能かどうか検討する。
- 2) 今年度は新たな1校に教科書支援を行う。学校の選定についてはカンボジア現地の協力を得て行う。
- 3) 「カンボジア教科書支援基金（仮称）」を創設する。その基金で、教科書支援に関わる事務費や代表団の派遣費の補助も支出できるようにする。
- 4) 教科書に準拠した音声教材が利用できるよう、その作成や方法について調査、検討する。

昨年の支援に引き続き、毎年1校ずつ支援を広げて行ければと考えています。そのためには、資金が必要です。学校選定のメドがつき次第、今年度のプロジェクトをスタートさせていきたいと思えます。

東日本大震災支援プロジェクトについては、昨年11～12月に東京の会員が2回にわたって復興支援のボランティアツアーに参加し、岡田理事からその報告がありました。e-dream-sとして、何ができるかを考えていくためにも、一度、被災地に行って自分の目で見て聞いて感じてこよう！と、3月末にe-dream-s被災地への支援ツアーを実施することになりました。私たちが考える機会とするということ、また参加して自分の周りの人たちに現状を知らせていくこと、多くの人が震災を忘れないということが、復興の力につながるのだという意味もあります。日程その他の詳細が決まり次第、参加者を募集します。ぜひご参加ください！

スレとステマ

辻 莊一

現在この世の中のほとんどのものがデジタル化の波にさらされ、すでに音楽と映像の世界はほぼデジタル化を終えたといっている状態です。現在急速に進みつつあるものの一つが書籍のデジタル化です。アメリカはすでに大部分が呑み込まれ、日本も時間の問題でしょう。そこにもう一つの大きな波が押し寄せてきました。教科書のデジタル化です。

日経新聞によると米アップル社は、「現地時間 2012 年 1 月 19 日、iPad 向けの電子書籍閲覧アプリケーション『iBooks 2 for iPad』の提供を開始」し、「また、インタラクティブな iPad 向け電子書籍を作成するためのオーサリングツール¹『iBooks Author』もリリース」しました。さらに引用すると、「iBooks 2 for iPad により、例えば生徒は iPad 上でアニメーション、図表、写真、ビデオを盛り込んだインタラクティブな教科書をフルスクリーンで表示し、指先の操作でリッチメディアを楽しみながら、学習することができる。ハイライト表示、注釈付記、用語検索などが手軽に行えるほか、復習機能、学習カード機能などを備える。」とのこと。さらにアップル社は、教科書会社に働きかけ、「教育書籍出版の米 Houghton Mifflin Harcourt、米 McGraw-Hill、英 Pearson などが iBooks 2 対応の電子教科書を、Apple の電子書籍配信／販売ストア『iBookstore』で販売する予定」だということです。

iPad のようなタブレット端末を学校で利用する場合、生徒一人に一端末という状態が理想的ですが、主にコストの面で実現は難しい状態でした。しかし今後すべての教科書がデジタル化されると「iPad + 全教科のデジタル教科書」と「全教科の紙の教科書」の価格差はかなり小さくなると思われます。さらにデジタル教科書がマルチメディア対応であることや、一つの iPad に全教科の教科書を入れて持ち運べることなどの様々な利便性を考えれば、今後教科書のデジタル化が急速に進む可能性が出てきました。

事程左様に、あれよあれよと進むデジタル化ではありますが、もちろんこれによって教師の役割の重要性が減じることはありません。誰もが簡単にあらゆる情報にアクセスできる現代社会においては単なる情報提供者として振る舞ってきた教師は無価値化しますが、玉石混交の情報の海から信頼できる重要な情報を掘り取り効果的に提示する、学生の学習を促進するコーディネーターとしての重要性はますます高まりつつあります。したがってよい教師にとってデジタル化は恐るに足りません。すぐに iBooks Author を使って iPad 用の教科書を作れと言われるわけでもありません。

とは言うものの、ある程度は知識や技量がないと、取り残されていくのも事実です。そこで、今回はインターネット上では常識化している用語で、あまりコンピュータを触らない人にはほとんど知られていないと思われる、2つの用語を紹介します。

1 スレが立つ

¹ プログラムを書かないでソフトウェアや作品を作るためのアプリケーションソフトウェア。

先日ミュージックステーション²でAKB48³のセンター前田敦子⁴の数年前の写真が紹介され、それを見た司会のタモリが「目が寄ってるね」とコメントするという「事件」がありました。前田敦子の目が寄っていることはファンの間では周知の事実でありながら、それをメディアで口に出す人は殆どなく、ましてや本人の目の前でハッキリ言うというのは「事件」だったわけですが、一緒に食事をしながら見ていた娘が「こりゃ、スレたつぞ」と発言しました。「スレ」というのはスレッドの略です。インターネット上には誰でも自由に書き込める「2ちゃんねる」などの電子掲示板があるわけですが、そこの特定の話題に関する投稿の集まりを指します。そしてある話題について初めに投稿をすることを「スレッドを立てる」といいます。そしてその投稿に関する返信や、その返信に対する返信を行うことでスレッドが形成されるわけです。(Wikipedia) つまり「スレ立つぞ」というのはインターネット上の電子掲示板で、「タモリが前田敦子の目が寄っていると発言」などというタイトルの「スレッド」が「立ち」話題になるぞということを意味しています。以前なら「こりゃ明日学校で話題になるぞ」などと言っていたところでしょう。つまり、学生などの若い人々の間では、実際の友人同士のコミュニケーションに加えて、インターネット上での不特定多数とのコミュニケーションが常識化しているという社会状況を表しているわけですね。

2 ステマ

ステマとは「ステルスマーケティング (stealth marketing) の略で、消費者に宣伝と気づかれないように宣伝行為をすること (Wikipedia)」です。これは主にインターネット上で行われており、掲示板などに関係者ということを隠して特定の製品や店などに関して好意的なコメントをすることを意味します。例えば書籍通販サイトやグルメサイトで、特定の本やレストランに対して関係者が好意的な書き込みをすることを意味します。最近では食ベログ⁵で、好意的な書き込みをすることを有料で行う業者が複数あることが分かり、テレビのニュースでも紹介されました。ある番組で司会者が出演者にレストランを選ぶ時に食ベログを参考にしているかどうか聞いたところ、全員が手を上げたということもありました。投稿が第三者である客によるものだから、情報が信頼でき参考になるということで人気のグルメサイトですが、その情報の信頼性を疑わせる大事件だったわけです。「ステマ」という略語の誕生は、インターネット上の情報の信憑性に関する警鐘でもあり、ユーザーの情報リテラシーが上がってきているということでもあります。

津波のようなデジタル化・情報化ですが、よい教師にとってデジタル化・情報化は恐るに足りず、逆にその価値は高まるといってもいいほどです。しかし一方、デジタル化・情報化に無関心でいつづける教師は、現代に生きる生徒たちを教える資格がないともいえるのです。

² テレビ朝日系列にて 1986 年 (昭和 61 年) 10 月 24 日から、毎週金曜日 20 時台に生放送されている音楽番組。(Wikipedia)

³ AKB48 (エーケービー フォーティエイト) は、日本の女性アイドルグループ。秋元康のプロデュースにより、2005 年に誕生した。(Wikipedia)

⁴ 前田 敦子 (まえだ あつこ、1991 年 7 月 10 日 -) は、日本のアイドル、女優であり、女性アイドルグループ AKB48 チーム A のメンバーである。(Wikipedia)

⁵ 食ベログ (たべログ) とは、カカクコムグループが運営するグルメサイトである。コンセプトは「ランキングと口コミで探せるグルメサイト」。レストランのユーザー及びレビュー代行業者による 5 段階の評価が掲載されている。(Wikipedia)

和食の進出: アメリカのラーメン事情

井川 好二



Ippudo NYCのレンゲと箸⁶

食いしん坊の私は、美味しい話にはつい聞き耳を立ててしまう。

最近、日本とアメリカの食を考える上で、面白い資料をいくつか見つけて、今回はそれらを参照しながら、最近のラーメン・ブームを中心に、アメリカにおける日本食の進出を考えてみたい。

寿司ブームが一段落した NYC では、今ラーメンがおしゃれらしい。

⁶ http://farm6.static.flickr.com/5169/5229162704_3b7e76f3b3.jpg

Table 1. Exports to U.S. Sales Figures for 1996 and 2006⁷:

Food Item	1996 (Unit: thousand \$)	2006 (Unit: thousand \$)	1996-2006 (Proportion increase)
Sake (日本酒)	6,251	26,291	4.21
Sesame Oil (ごま油)	9,664	17,195	1.78
Udon, Soba, Somen (うどん、蕎麦、素麺)	6,505	10,391	1.60
Instant Noodles (インスタント麺)	5,800	13,781	2.38
Miso (味噌)	3,353	5,728	1.71
Soy Sauce (醤油)	4,181	6,456	1.54
Vinegar (米酢)	2,002	3,668	1.83
Tea (日本茶)	1,829	12,600	6.89
Dried Scallops (乾燥ホタテ)	17,452	39,040	2.24
Kamaboko (Fishcake) (カマボコ)	6,157	21,053	3.42

(Source: Japan Ministry of Finance Trade Summary)

Table 1 は、日本の財務省が発表した貿易統計からの抜粋で、1996 年度と 2006 年度の日本の食材のアメリカへの輸出額の比較している。

10 年間で、日本酒の輸出が 4 倍以上、日本茶は 7 倍近くになっている。ごま油、味噌、醤油、米酢、カマボコなどの輸出が増えているのは、アメリカ社会での日本料理の飛躍的普及を示している。

データが少し古いのが残念。最新のデータなら、もっと大きな伸びを示していることだろう。むろん、現地生産と云うこともあるので、一概にそうとは云えないまでも、日本食のアメリカでの進出を物語る資料として、JETRO⁸のホームページでとりあげられている。

JETROのHP⁹では、アメリカにおける日本食レストランのデータを掲載していて、

The number of Japanese restaurants increased to 14,129 in 2010 up from 9,128 in 2005, according to JETRO's research. These numbers are up, roughly 1.5 times higher than in 2005, even though the U.S. has faced the challenging economy.

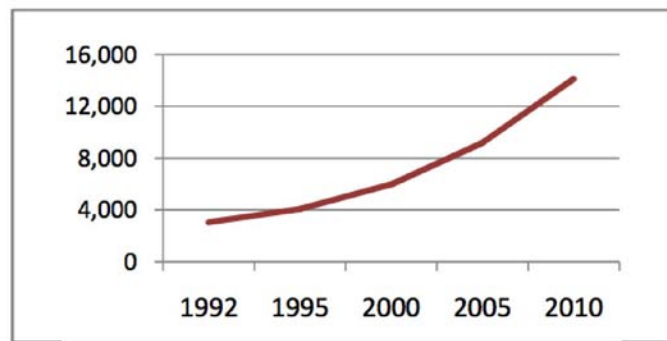
JETRO の調査では、2010 年には、全米の日本食レストランは 14,129 軒、2005 年から 1.5 倍に増えている。

⁷ http://www.jetro.org/index.php?option=com_content&task=view&id=514

⁸ ジェトロ Japan External Trade Organization ; JETRO 日本貿易振興会。日本の貿易振興事業を総合的かつ効率的に実施することを目的として 1958 年に設立された経済産業省の特殊法人。設立当初は輸出振興に力点が置かれたが、近年は経済・貿易摩擦の激化のなかで、輸入促進、日本市場接近への協力にも重点をおいている。98 年にアジア経済研究所と統合された。[有斐閣経済辞典第 4 版]

⁹ http://www.jetro.org/trends/japanese_restaurants_2010.pdf

Chart 1. Japanese Restaurants Growth 1992-2010

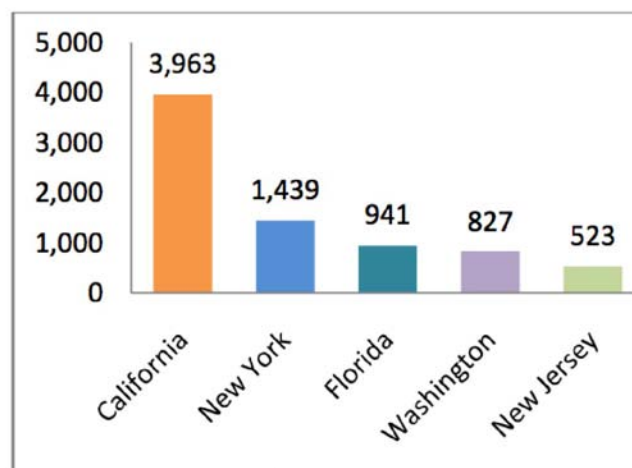


Japanese Restaurants Growth 1992-2010

また、この全米 14,129 軒の州毎の分布では、やはりと云うか、カリフォルニア州が 30%と最も多く、ニューヨーク州、フロリダ州、ワシントン州、ニュージャージー州と続く。

日系人や他のアジア系アメリカ人が多く住んでいる西海岸のカリフォルニア州やワシントン州、また東海岸のニューヨーク州やニュージャージー州に、和食の店が多いのは、さもありなんと思えるが、フロリダ州に多いのは、どうしてか？単に人口が多い州だからと云うことではないと思うのだが、理由は定かではない。ハワイ州がベスト5に入っていないのは、州の規模が小さいからか？

Chart 2. The Top Five States in 2010



The top five states in 2010

アメリカ人の食生活を論じるElliot Essman (2010)¹⁰は、最近のアメリカにおける日本料理の受け入れられ方を、次のように述べている。

After Italian, Chinese and Mexican, Japanese food is probably the most popular ethnic cuisine in the United States.

¹⁰ <http://www.lifeintheusa.com/food/japanese.htm>

イタリアン、中華、メキシカンに次いで、寿司を含む日本食が、アメリカで最も人気のある民族料理の一つである。が、一方で、2000年におこなった意識調査を基に、イタリアン、中華（広東）、メキシカンについて、Essman は次のように云う。

...the Italian, Mexican and Cantonese Chinese foods served in the United States are more like constituents¹¹ of American food than they are in any way foreign.

つまり、イタリアン、中華（広東）、メキシカンは、アメリカでは当たり前すぎて、外国の料理、あるいはどこかよその国の民族料理、と云うより、まるでアメリカ料理の一部のように感じられている。だから、

...consumers report that these top three [the Italian, Mexican and Cantonese Chinese foods] are so familiar to them as not to frequently bring up the question of authenticity¹².

つまり、多くのアメリカ人にとって、それらのレストランで出される料理の“Authenticity”、「本場の味」かどうかは、もはやどうでもいい、らしい。

そう云う意味では、アメリカ社会における日本料理は、まだまだ伸びる余地があるようにも思われる。

30年前には、アメリカの日本食レストランは、一軒でいろいろな種類の和食をだしたものだが、と云いながら、Essman (2010)は、今では市場が広がって、専門店が増えてきたとして、最近アメリカで以下のような日本料理のバリエーションの専門店を見かけるようになったとする。（脚注に New Oxford American English Dictionary に記載された英語による説明を記したので、ご参照）

寿司¹³、天ぷら¹⁴、トンカツ、しゃぶしゃぶ¹⁵、うどん¹⁶・蕎麦¹⁷、ラーメン、照り焼き¹⁸、焼き鳥¹⁹、丼物、弁当²⁰、すき焼き²¹、鍋物、鉄板焼き²²、焼肉

もっとも、Essman (2010)は、焼肉は朝鮮半島発祥なので、「コリアン・バーベキュー」と呼ばれるこ

¹¹ a component part of something (OAD)

¹² authentic |ɒ'θentɪk| (abbr.: auth.) adjective: made or done in the traditional or original way, or in a way that faithfully resembles an original : *the restaurant serves authentic Italian meals | every detail of the movie was totally authentic.* (OAD)

¹³ sushi |'soʊ sh ē| a Japanese dish consisting of small balls or rolls of vinegar-flavored cold cooked rice served with a garnish of raw fish, vegetables, or egg. (OAD)

¹⁴ tempura |tem'poʊrə| a Japanese dish of fish, shellfish, or vegetables, fried in batter. (OAD)

¹⁵ shabu-shabu |'sh äboō 'sh äboō| a Japanese dish of pieces of thinly sliced beef or pork cooked quickly with vegetables in boiling water and then dipped in sauce. (OAD)

¹⁶ udon |'oʊ,dän| (in Japanese cooking) wheat pasta made in thick strips. (OAD)

¹⁷ soba |'sōbə| Japanese noodles made from buckwheat flour. (OAD)

¹⁸ teriyaki |,terē'yäkē| a Japanese dish consisting of fish or meat marinated in soy sauce and grilled. (OAD)

¹⁹ yakitori |,yäkī'tôre| a Japanese dish of chicken pieces grilled on a skewer. (OAD)

²⁰ bento |'bentō| a lacquered or decorated wooden Japanese lunchbox. a Japanese-style packed lunch, consisting of such items as rice, vegetables, and sashimi (raw fish with condiments). (OAD)

²¹ sukiyaki |so ökē'yäkē| a Japanese dish of sliced meat, esp. beef, fried rapidly with vegetables and sauce. (OAD)

²² teppan-yaki |'tepän'yäkē| a Japanese dish of meat, fish, or both, fried with vegetables on a hot steel plate forming the center of the dining table. (OAD)

ともあると、云い添えることを忘れない。しかし、焼肉を一応日本料理と分類して見せるところ、東アジアの事情がよくわかっているとも考えられる。

しかし、この日本食のリスト中で、2011年アメリカで最も注目されたのは、ラーメンであろう。寿司や天ぷらも依然として人気ではあるが、手軽な和食として、ラーメン人気は急上昇中。マンハッタンだけでも、ラーメン専門店が18店舗を数えると云う²³。

「ラーメン」と云う日本語は、最近“ramen”という英語になってきた。いつも参照している2005年版“New Oxford American English Dictionary”(OAD)は、

ramen |'rāmən| (in oriental cuisine) quick-cooking noodles, typically served in a broth²⁴ with meat and vegetables. ORIGIN Japanese, from Chinese *lā* 'to pull' + *mì* 'noodles.'

と説明している。“Wikipedia”はさらに詳しく：

Ramen (ラーメン *rāmen*, IPA: [ʔa:meN]) is a Japanese noodle dish. It consists of Chinese-style wheat noodles served in a meat- or fish-based broth, often flavored with soy sauce or miso, and uses toppings such as sliced pork (チャーシュー *chāshū*), dried seaweed (海苔 *nori*), *kamaboko*, green onions, and occasionally corn. Almost every locality in Japan has its own variation of ramen, from the *tonkotsu* (pork bone broth) ramen of Kyushu to the *miso* ramen of Hokkaido.

その ramen の中でも、ニューヨーク・マンハッタンの「博多一風堂」が一世を風靡している。

あのミシュラン・レストラン・ガイド²⁵で紹介されたり、New York Timesの記事になったりした。読者の投稿により構成されるアメリカのレストラン紹介本“Zagat Survey²⁶”には、一風堂はこのように書かれている。

A "mecca" for "mouthwatering"²⁷ "hand-pulled ramen" (including the "extra-flavorful" *tonkotsu* variety), this "groovy" East Village branch of a Japanese chain supplies "soul-warming" slurps²⁸ for "light" tabs²⁹; just use your

²³ <http://weekly.ascii.jp/elem/000/000/033/33753/>

²⁴ 《肉・魚・骨また野菜などの》煮出し汁，だし汁，ブイヨン；だし汁で作る薄いスープ；[株式会社研究社 リーダーズ＋プラス V2]

²⁵ ミシュラン【Michelin】ヨーロッパのホテルやレストランの案内書。星の数で格付けし、三つ星が最高。フランスのタイヤ会社ミシュランが毎年発行。【広辞苑第6版】

²⁶ ◆ザガット (Zagat) 米国のレストラン格付けガイドブック『ザガット・サーベイ (Zagat Survey)』のこと。【現代用語の基礎知識 2008】

²⁷ [ほめて] よだれの出そうな，おいしそうな[ジーニアス英和大辞典]

²⁸ 【名】音を立てての飲食；その音[ジーニアス英和大辞典 株式会社大修館書店]

²⁹ informal a restaurant or bar bill. (OAD)

noodle³⁰ and "get there early" because "extreme popularity" spells³¹ "absurd waits." (*New York City Restaurants 2010*)³²



Ramen at Ippudo NYC³³

一風堂ニューヨーク店は、Ramen のメッカで、その「心」を暖めてくれる料理は値段も安くて財布にも優しいが、超人気店なので、バカみたいに並びたくなくちゃ、できるだけ早めに行くのがおすすめ、とか。その人気ぶりが伺える。とは云え、そのメニューを見ると、定番の「赤丸博多クラシック」が単品で 14 ドル。\$1=77 円の現在でも、一杯 1,000 円超。日本人的感觉で云えば、かなり高い。

このあたりを考えれば、経営陣の狙いは、ファーストフードとしてのラーメンではなく、和食の 1 ジャンルとしてのラーメンの立場を確立することにあるのがはっきりする。

1985 年に、福岡市中央区大名で創業した「博多一風堂」は、現在国内に 44 店舗を展開し、海外は、ニューヨーク、シンガポール、香港に進出している。福岡大名の本店にも行ったことがあるし、大阪の心斎橋や京都の錦小路にも支店があるので、時々立ち寄るラーメン屋の一つである。

今年になって、アメリカ・ラーメンブームの火付け役となったニューヨーク店の繁盛ぶりが、日本のいくつかのテレビ局の番組で紹介された。その取材の一つで、一風堂の店長は、アメリカ進出の工夫を、以下のように話している。

³⁰ ((米略式))頭(noddle).[ジーニアス英和大辞典 株式会社大修館書店]

³¹ …をもたらす；…という(好ましくない)結果を招く.[ジーニアス英和大辞典 株式会社大修館書店]

³² <http://www.ippudony.com/press.php>

³³ <http://foodlover360.com/2009/08/14/ippudo-ny/>



博多一風堂ニューヨーク店³⁴

「食べやすいように麺の長さを短くしたりとか、(麺を)すすれないのでこちらのお客様は、なので、乗せて食べてもらえるように、レンゲをスプーンより大きくして、スープスプーンのような感じにしたりとか・・・」 (一風堂ニューヨーク店長談)³⁵

日清食品の創業者で、インスタント麺の発明者である安藤百福氏³⁶が、かつて、日本でヒット商品となったチキンラーメンを、アメリカでも成功させようとして失敗したとき、アメリカ人のキッチンには、どんぶりがないことに気づいた逸話を思い出した。百福はそこから一念発起、カップヌードルを世に出す。

Essman (2010)は、アメリカの都会に住む、40歳以下の男女を、4つグループに分類し、エスニック料理を出すレストランに行く社会層を分析している。(Table 2)

この4つのグループのうち、(1)と(2)の男女が、よく民族料理店を訪れると考えられ、(3)と(4)のグループは、敬遠しがちであると言う。

これらは、アメリカだけの傾向ではなく、日本でも同様だと思われるので、すこし詳しく見ていく。

(1) Internationalists (国際派)は、自分たちの“cultural horizons”を広げるため、本格的な民族料理を求めている。エキゾチックな料理の文化的背景を学ぼうとしたり、料理名を現地風に発音しようとしたり、使い慣れない食器の使い方を覚えようとしたりする。(2) Urban Professionals (専門職を持つ都会派)は、目新しく楽しい食事をしたいと思うが、料理に関する長ったらしい説明は不要で、これが良いと感じる嗜好の“Comfort Zone”をわざわざ広げる気はない。このグループは1980年代に

³⁴ <http://savoryandsweet.com/2011/02/18/ippudo-nyc/>

³⁵ <http://www.youtube.com/watch?v=Oz43k2Hf7VA&feature=related>

³⁶ ◆安藤百福 [あんどう・ももふく、1910.3.5～2007.1.5、96歳]

日清食品創業者。台湾生まれ。1948年中交総社設立。自宅庭の作業所で即席めんを開発。58年チキンラーメン発売、社名を日清食品に改称。【現代用語の基礎知識 2008】

Yuppie (Young Urban Professional)³⁷と呼ばれた豊かな若者たちの現代版と思える。ちなみに、アメリカでProfessionalと云えば、大抵、弁護士や医者などを指すが、IT産業や証券業界など、高学歴高収入の職種も含まれている。

次に、日本料理も含めて民族料理店に足を運びそうにないグループは、まず、(3) Social Diners (親睦のための食事派)で、友人たちとワイワイ楽しく食事することが目的で外食し、どの店で何を食べるかはさして頓着しない。次に、(4) Convenience Diners (節約派)は、安く食事できる店を探していて、テークアウトもしばしば利用する。

TABLE 2. 外食傾向別アメリカの都市居住者の分類 (40歳以下)

No.	Cohort	Description
1	Internationalists 国際派	...want the authentic experience of foreign dining, read ³⁸ up on the culture involved, attempt to pronounce the names of the dishes properly, are willing to use different utensils like chop sticks, and in general seek an experience that expands their cultural horizons.
2	Urban Professionals 専門職を持つ都会派	...want a fun experience of new foods and tastes but ³⁹ with copious ⁴⁰ explanation and not too much comfort-zone ⁴¹ stretching.
3	Social Diners 親睦のための食事派	...are looking for an appropriate atmosphere in which they can entertain and enjoy the company of friends. The restaurant choice is less important; if ethnic, it had better be both comfortable and accessible.
4	Convenience Diners 節約派	...are looking for economical dining choices, frequently use takeout services, but are not inclined to experiment.

TABLE 3は、2011年12月に朝日新聞に掲載された記事「回転ずし・牛丼・ラーメン…外食チェーン、次々アジアへ⁴²」にあった表である。日本の外食チェーン大手の海外での出店状況を示している。

³⁷ yuppie |'yʌpē| (also yuppy) (pl. -pies) informal derogatory a well-paid young middle-class professional who works in a city job and has a luxurious lifestyle. (OAD)

³⁸ read up on something: acquire information about a particular subject by studying it intensively or systematically : she spent the time reading up on antenatal care. (OAD)

³⁹ except; apart from; other than (OAD)

⁴⁰ abundant in supply or quantity (OAD)

⁴¹ comfort zone: a place or situation where one feels safe or at ease and without stress : *times when we must act beyond our comfort zones* | *if you stay within your comfort zone, you will never improve.* (OAD)

⁴² <http://www.asahi.com/business/update/1205/TKY201112050461.html>

TABLE 3. 主な外食大手の海外進出

■主な外食大手の海外出店

	進出国（地域）	店舗数	今後の出店目標
味千ラーメン	中国・台湾・アメリカなど13カ国・地域	693	13年に1000店
吉野家	米国・台湾・中国など8カ国・地域	488	16年度に1000店強
モスバーガー	台湾・シンガポール・香港など7カ国・地域	269	19年度に1800店
サイゼリヤ	中国・台湾・香港・シンガポール	94	公表せず
CoCo壱番屋	中国・タイ・韓国など7カ国・地域	64	15年に300店
大戸屋	タイ・台湾・香港など5カ国・地域	60	13年に100店
ワタミ	香港・台湾・中国・シンガポール・マレーシア	53	16年に200店
スシロー	韓国	1	18年に80店
丸亀製麺	米国	1	公表せず

ラーメン店、牛丼店、回転寿司屋、ハンバーガー、定食屋などのチェーンの海外進出に混じって、注目すべきは居酒屋とカレー店。

この表にはないが、居酒屋は、アジアだけではなく、アメリカでも市民権を得ているようで、Wikipedia⁴³の英語版にも、記載がある：

An *izakaya* (居酒屋) is a type of Japanese drinking establishment which also serves food to accompany the drinks. They are popular, casual places for after-work drinking.

Wikipedia は、その語源にも触れて、

The name "*izakaya*" is a compound word consisting of "*i*" (to stay) and "*sakaya*" (sake shop), indicating that *izakaya* originated from sake shops that allowed customers to sit at the premises to drink.

としている。ニューヨークでも新しい外食のトレンドとして定着しつつあるという。

日本のカレーは、牛丼などとともに、明治維新後の日本人が、動物性タンパク質をとるために開発された料理である。肉のくさみを和らげるために、醤油と砂糖と云う日本の伝統的な味付けを用いた牛鍋⁴⁴（牛丼）と、軍隊での食事として、イギリス経由のインド・カレーのスパイスを使い開発された

⁴³ <http://en.wikipedia.org/wiki/Izakaya>

⁴⁴ぎゅう - なべ【牛鍋】牛肉を野菜などとともに鉄鍋で煮ながら食べる料理。明治の文明開化期に東

カレーライス。それらが今世界へ売りだされているのは、面白い。

また、モス・バーガーの海外進出は、逆輸出のパターンの一つとして注目に値する。海外での日本食の未来は、明るいように思える。

最後に、アメリカ人は Ramen をどのように味わっているのか、2つのエッセイからの抜粋で考えて、本稿の締めとしたい。と云って、ラーメンに関する文章を書き手の多くは、大学生である。アメリカにおける Ramen の歴史の浅さもあるし、値段の手頃さもある。

一つ目は、コリアン系アメリカ人大学生Christine M. Chungの“creative non-fiction”と云うジャンルのエッセイで、タイトルは、“Hello Kitty noodles” and ramen culture in the 21st century⁴⁵。

彼女は、子供のころ母親に連れられてよくラーメンを食べにいった、ロサンゼルスLittle Tokyo⁴⁶にある和食の店「ハナイチモンメ」へ、スタンフォード大の学生となった今、母親と共に再訪する。彼女が子供のころの母娘は、Ramen を “Hello Kitty noodles”と呼んでいた。

The familiar wave of nostalgia never really overpowers us until it is accompanied with the harmonious aroma of fresh ramen and the split-second⁴⁷ moment where, right before we pick up our chopsticks, we exchange our traditional unspoken glances across the table. (p. 29)

父母の離婚、その後の貧困など、いろいろあったあとで、思い出のラーメン屋でテーブルをはさみ、昔のように母と眼を見あわせる娘。このシーン、なかなかいい。

2つ目の作品は、ワイオミング州にあるGrand Valley State University (GVSU)の学生Kiersten Novak⁴⁸の、日本でのラーメン体験を綴った“Ramen Gateway⁴⁹”。Gatewayとは、関所のような入り口を意味するので、差し詰め、訳は「私のラーメン入門」。東京の小さなラーメン屋に、日本に短期研修に来たばかりアメリカ人学生数名が訪れ、ラーメンを食べる。

京で流行した。「一屋」◇今では「すきやき」という関西での呼称が一般的。[明鏡国語辞典]

⁴⁵ Chung, C.M. (2007). “Hello Kitty noodles” and ramen culture in the 21st century. *The Boothe Prize Essays 2007* (pp. 21-31) Stanford University. Retrieved December 27, 2011, from

http://stanford.edu/dept/undergrad/cgi-bin/drupal_ual/sites/default/files/common/docs/pwr_spring06_hm.pdf

⁴⁶ Little Tokyo リトルトーキョー 《(1) Los Angeles 市の 1st Street, Los Angeles Street, Central Street, 2nd Street に囲まれた地域; 世界最大の海外日本人街 (2) San Francisco 市の日本人街》.[株式会社研究社 リーダーズ+プラス V2]

⁴⁷ split second: adjective, very rapid or accurate : split-second timing is crucial. (OAD)

⁴⁸ Novak, K. (2009) "Ramen Gateway," *Fishladder: A Student Journal of Art and Writing*: Vol. 7: Iss. 1, Article 8. Available at: <http://scholarworks.gvsu.edu/fishladder/vol7/iss1/8>

⁴⁹ [a/the ～ ; 比喩的に] […への] 入口, 通路 [to] ; […への] 道, 手段(passport) [to] // This contest is a ～ to success as a violinist. このコンクールはバイオリン奏者として成功するための登竜門だ.[ジーニアス英和大辞典 大修館書店]

At first it was strange and I ate slowly. But the taste grew on⁵⁰ me and I quickly ate until there was nothing but broth left. Across the walkway at the long bar set against the wall and the kitchen wall, two Japanese business men ate their noodles noisily, slurping as was their custom. Looking at my remaining broth, I decided I didn't mind being an American for now and eating noiselessly.

As I finished my broth, I placed the chopsticks across the top of the bowl and sat back to look at the room. What had been at first confining⁵¹ was now friendly and quaint⁵². The walls were lined with pieces of paper advertising the different dishes the shop had to offer, written in characters I couldn't understand; the characters, however, were pleasing to simply look at.

一度味わえば、心が癒され、雑句把覧に打ち解けられるのが、ラーメン効果。出汁を飲みきり、箸を空の鉢の上、横一文字に置いて、と云うところがいい。ニューヨークのラーメン・ファンも同じ気持ちを味わっているのだろう。

それにつけても、ラーメンの味わいを、このように表現できるアメリカの大学生の文章力にも、感心する。(Saturday, December 31, 2011)



箸とどんぶり⁵³

⁵⁰ grow on: become gradually more appealing to (someone) : a house has to grow on you. (OAD)

⁵¹ confine: verb [kən'fɪn] [trans.] (confine someone/something to) keep or restrict someone or something within certain limits of (space, scope, quantity, or time) (OAD)

⁵² attractively unusual or old-fashioned (OAD)

⁵³ http://www.outofthefirestudio.com/images/Bowls/rice_bowl_rw.jpg

コルカタから来たRajさん⁵⁴

理事 山田昌子

毎年お正月になると、年賀状を見るのが楽しみ！が、昨今は代わりに年賀メールをもらうことがある。ここ数年、年賀メールの交換をしている友人の1人が、インド・コルカタ出身のRajさん。

2004年、ACROSS・e-dream-sで「インドに行きたい！」「インドの学校を訪問しよう！」とコルカタ訪問を企画したが、現地に知り合いがおらず困っていた。たまたまインターネットで、京都のインド料理店で働いている、コルカタ出身のRajさんを見つけ、押し掛けて協力をお願いした。初対面にもかかわらず、彼は、旅行社に勤務している弟Dipak君を快く紹介してくれた。Dipak君が20数校に声をかけ奮走してくれたお陰で、私たちは公立学校3校と私立学校の先生宅訪問をすることができた。また、中川さんと私は、薄暗い街灯の中、リクシャ（人力車）に乗せてもらい、ご両親のアパート（右参照）にも案内してもらった。観光では体験できない、インド庶民の生活が見られ、忘れられない思い出となった⁵⁵。



インドの旅の後、e-dream-sの教育用海外写真サイト@aglanceにヒンズー教の結婚式の写真を33枚提供、また私の勤務校を訪れ生徒たちに本場のカレー料理体験の機会を作ってくれた。が、最近、彼が大阪のインド料理店に移ったり、私も渡米したりしたせいか、会うことがなくなり、年1回年賀メール交換のみになっていた。



今年の年賀メールで、彼が京都のインド料理店に勤めていることがわかった。ACROSS冬期セミナーが京都で行われたので、中川さんと相談し、セミナー前に行ってみることにした。

「久しぶりですね。こんなに早く来てくれるとは思わなかった！」とRajさんは笑顔で迎えてくれた。お正月明けのせいか、開店早々客足が遅く、お陰で、ずっとおしゃべりができた。

「日本語、上手くなりましたね。」彼とは、初対面の頃は英語で話していたのに、最近は専ら日本語で会話している。英語は？と尋ねると、ネパールやインド出身の同僚とヒンズー語で話す以外は日本語

⁵⁴ インド・コルカタ出身のRajiv Agarwalさん。

⁵⁵ e-dream-s作成の報告集“India 2004”は、まだ数冊残っているので、ご連絡ください。

なので、第2言語である英語はほとんど使わないと言う。私だったら、日本語でも様々なお客さんにうまく対応するなんて難しいのに、例えばアメリカの日本料理店で、英語で接客するなんて自信が無い。彼からのメールも、最近は漢字や難しい語彙が増え、自然な日本語になった。特に学校で日本語を学んだ訳でもないのに、会う度に日本語が上手くなっていく Raj さんを見ていると、やはり外国語は、目的を持って、使用することの大切さを感じる。

「そう言えば、日本永住権を取ったんですってね、おめでとう！」

「ハワイにお店を持ちたいんです。日本の永住権がある方が有利みたい。」

Raj さんは、ハワイにはインド料理店がないので自分がその第1号になりたいと、日本在住12年ずっと夢みて、店舗経営や接客について学んできたと言う。そう言えば、初めて出会った頃にもこの夢について聞いたことがある。その時と変わらず、目を輝かせて夢を語る Raj さん。前向きに頑張る人は、周囲の人まで明るくさせてくれる。

「いつもはもっとお客さん、多いんですけど、今日は少なくて、一杯話できて、良かった！是非また来て下さい！」

「是非来ます。またおしゃべりしましょう！」

カレーを食べながら、スパイスのような刺激をもらい、2012年新たな気持ちで私も頑張らなくっちゃ！と気を引き締めた。

<編集後記> 新しい年を迎えました。1月の理事会では、カンボジア教科書支援プロジェクト等について話し合われる中で、新たなものやことが創出される場面にたくさん出会い、ワクワクする気持ちを味わいました。今年も通信を通じて情報をしっかり共有し、共に行動していきましょう。今年もよろしくお願いいたします。

(道面和枝)