

コンタクト・ゾーンにおける食文化の表象

——沖縄・南米文化接触地域のエスニックフード・ビジネスから

安井大輔

1 はじめに

本稿は、複数の文化が接触する地域におけるエスニックフードとそのビジネスに関わる人々を対象とし、移民の食を考察するものである。

これまで日本に暮らす移民の生活を主軸とした研究では、コリア・タウン [成田 1995] やブラジル・タウン [小内・酒井 2001] など単一のエスニック集団が集住している地域を主に対象としてきた。しかし、日本国内での移民の多様化と定住化に伴い、異なる文化をもつ移民が隣り合って暮らす多文化接触地域が増加している。この傾向は今後ますます続くと考えられ、そのような複数の文化が共存する地域のマルチエスニックな状況を解明する必要も高まりつつある。

そして移民の生活において、食は重要な役割を演じている。食は年齢、性別に関わりなく貴賤を問わずあらゆる人間に必要な行為であり、モノ文化の研究において衣・住と並び各民族の生活様式と密接に関係する観察対象であり、食べる人のアイデンティティと結びついたものとなっている [Buchli 2004]。ゲストである移民と彼らを受け入れるホスト社会との相互作用の結果生まれた料理や食事作法は、社会意識の変化を反映する。そして食事の風景は、マクロなヒトとモノのグローバルな移動現象の影響を反映する場であるとともに、「ミクロ」な個人、日常の行為でもある。このように二重、三重に設定された領域を食のプリズムによって照射することで、社会変動と文化変容の新たな地平を見晴らせるようになる。つまり食はマクロ現象と個人意識の両世界を結ぶ鏡として多文化化する現代社会の縮図を映し出している。したがって多文化地域に暮らす移民の意識やエスニシティを考察するには、食文化のもつ多面的な力を見極めることが不可欠である。

そして多文化接触地域におけるエスニックフードのビジネスの実態調査に基づき、ビジネスの空間を通してさまざまな意味を担いコンタクト・ゾーンを維持している食の役割を分析する。

本稿では、文化のコンタクトにより、動的に変容しつつある過渡期の都市コミュニティにおける人々の関係を理解するために、文化の象徴であり、文化が変化する場でもあるさまざまなエスニックフードとそれを商う人々に注目する。

本稿は7章から構成される。第2章では移民の食研究に対する本稿の姿勢を表明する。

第3章では調査地域の歴史と調査方法を概括する。第4章では地域におけるエスニックフード料理店の実態を紹介する。第5章では料理、言説、人々の意識それぞれにおける食の表象を読み解く。第6章ではエスニックフードに関わる当事者の意識について考察する。第7章ではこれらのエスニックフード・ビジネスを本質主義的实践ととらえることを提案する。

2 移民の食研究について

移民と食の関係を問う既存の研究では、個人や集団のアイデンティティ、エスニシティ、ナショナリティなどが反映される対象として食をみるものが多かった。たとえば、在日コリアンの家庭における民族意識とキムチやチヂミなどの料理を食べる量の関係をみるように、アイデンティティの指標として食が機能している様子などが観察されてきた〔黄 2002a, 2002b〕。そこでは、モノである食そのものの形式が分析されるよりも、むしろその食が醸成し、増殖させてきたアイデンティティやエスニシティなど、非モノとしての精神活動を考察することが重視されてきた。このような観点は食を文化の象徴としてみるものであり人文学や社会科学の方法として有効と思われるが、食が担うのはそのようなシンボルとしての役割だけだろうか。

食を介した精神のありようとその変化を扱う以上、その基盤としての食そのものは変化の影響を反映する二次的な従属物として措定せざるをえない。つまり、コリアンであるからキムチを食べる、というように研究の主目的はあくまでコリアンの民族意識の強弱になり、料理はそれを計測する道具となる。しかしそのような視点では、食がアイデンティティやエスニシティなど、それぞれ別々の概念の象徴として設定され、それら複数の要素が入り混じり競合する側面が研究の射程から隠されてしまわないか。同時に、食そのものの変化の過程が見失われてしまわないか。

食自体がモノとして直接変化し、そこから逆に人の精神に変化を引き起こす場として能動的な役割を担うこともある。本稿では食を概念が直接反映されるような静的な客^{オブジェクト}体としてみるだけでなく、モノとしての食の主體的な役割にも注目し、食とそこに関わる人々の姿をみていきたい。

3 調査地域について

3-1 歴史

上記の視角から、筆者は横浜市の北東部に位置する鶴見区の臨海部分にあたる潮田町・仲通・本町通を中心とした区域で調査を行っている（図1）。

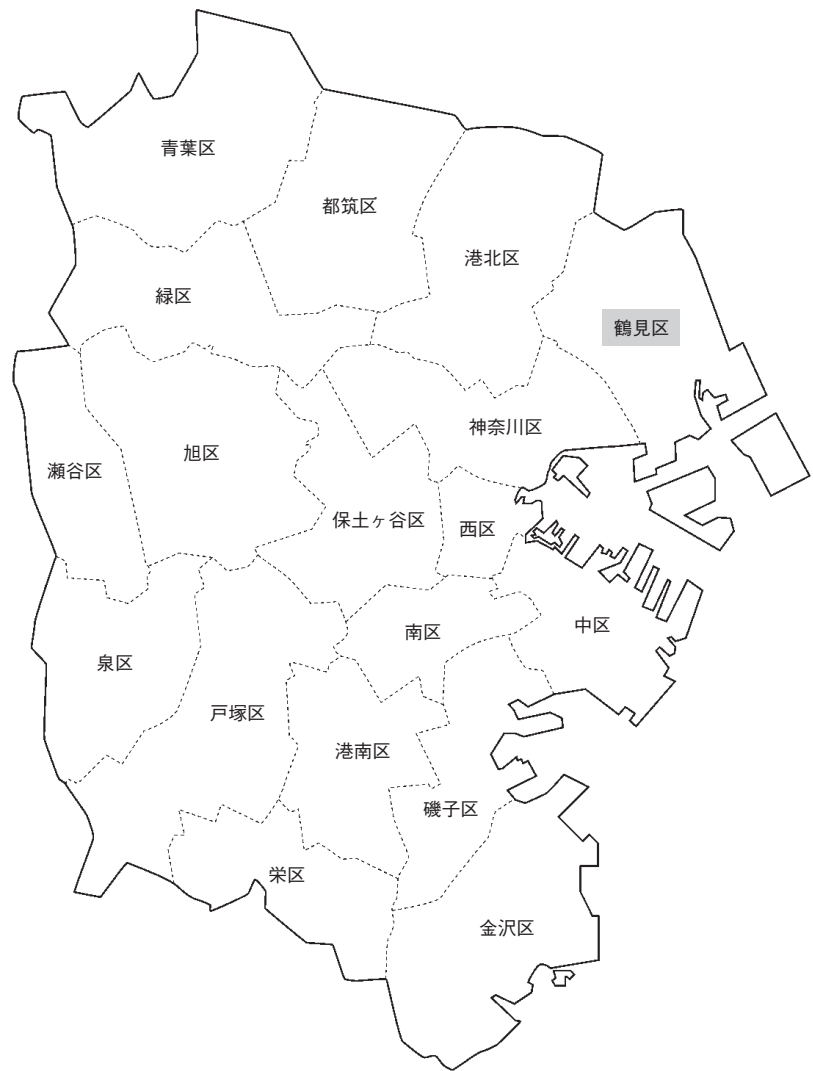
当地は1930年ごろから沖縄からの本土移民¹⁾の集住地であった。そして1990年の出入国管理および難民認定法の改正のあと、ブラジル、ボリビア、ペルーなどから沖縄出身日系人の二世、三世たちが多数移住するようになり、現在は、沖縄と南米の両文化が接触する空間となっている。異なる文化をもつものどうしの相互交渉こそがコンタクト・ゾーンの特

徴であり、非対称的関係の中での共在、相互作用、絡み合う理解や実践が取り扱うべき主題となる。調査地域は、沖縄系住民と南米出身の移住者たちが共存し、ときに衝突や葛藤をはらみながらも交流と共生がはかれる様子がみられる。その意味で本稿の対象とするフィールドは、現在進行形のコンタクト・ゾーンである。

このような地域において、筆者は、インタビューと参与観察を中心とする調査を継続している。本稿では、これらの質的調査のデータに基づき分析・考察を行う。

以下、調査地域の歴史的な形成過程を述べる。

鶴見区の人口は約27万人を数える。区内は北西部の丘陵地、鶴見川流域の低地、臨海部の埋立地から形成され、そのほとんどは市街地となっている。丘陵部は住宅地となっているのに対し、鶴見川流域中心部は商業・住宅地域が主体となっている。そして臨海部は工業地帯とそこで働く人々が暮らす住工混在地区からなっている。臨海部では、明治末期から昭和初期にかけて、浅野総一郎や安田善一郎といった事業家によって埋め立てが進み、



2)
図1 横浜市地図

この地図の作成に当たっては、国土地理院長の承認を得て、同院発行の数値地図200000（地図画像）を使用したものである。（承認番号 平19総使、第82号）

造船，製鉄，ガラス，製油などの大企業の工場が進出した。以来臨海部は，隣接する神奈川県川崎市の臨海部とともに京浜工業地帯の中核として発展してきた〔鶴見区史編集委員会編 1982；横浜市鶴見図書館編 1987；中嶋 1997〕。

京浜工業地帯の発展とともに，当地域では労働力不足が深刻化し，それを補うために農村からの出稼ぎ者を多数受け入れるようになった。1917年ごろから，隣接区域である川崎の富士紡績の女工として沖縄から500～600名がやってきて働くようになり，1935年ごろから鶴見区にも多くの沖縄県出身者が暮らすようになった（表1）。この地域の下宿屋には「朝鮮人・琉球人お断り」といって沖縄出身者や朝鮮半島出身者を差別するところもあり，自然と同郷人どうしが集まるようになっていった〔松山 2009〕。

沖縄は，日本国内のみならず海外へも多くの移民を送り出してきた〔岡野 2008〕。1908年の日本からブラジルへの移民開始の直後から，沖縄県人の多くがブラジルに渡っている。さらに，1945年の沖縄での地上戦の後，土地を追われた人々や，戦地や植民地から復員したものの米軍占領下の沖縄に帰ることが不可能な県内出身者たちが，親戚や地縁を頼って鶴見区やその周辺地域に移り住むようになった。

こうして1972年に沖縄が日本に復帰するまで大量の学生，労働者が経済的，個人的な理由で本土へ移住することとなる〔岸 2004〕。本土移動者である彼らの一部も調査地域に暮らすようになり，家族を呼び寄せ定住するようになったものも多い。戦後すぐの時期から労働組合などを組織し助け合ってきた調査地域の沖縄県人たちは，法人組織として鶴見沖縄県人会をつくり，「^{おきつる}沖鶴会館」と呼ばれるビルを中心に，そのような同郷出身者の住居や仕事の世話を受けもってきた〔三宅・羽田 2003〕。

表1 沖縄移民・移住関連年表³⁾

1879年	琉球王国廃止，沖縄県設置
	農村の窮乏のため多くの人が沖縄から関西，関東，九州に移住
1906年	沖縄初のペルー移民
1920年代	沖縄で「ソテツ地獄」 ⁴⁾ と呼ばれる飢餓状態が続く
1923年	関東大震災。復興に従い，沖縄からの移住が増え，郷友会もできる
1940年～	ペルーで排日運動起こる
1941年	太平洋戦争始まる
1945年	鶴見などに沖縄人連盟結成 ⁵⁾
1948年	アルゼンチン，ペルーへの呼び寄せ移住再開
1950年代	沖縄から京浜地区への集団就職増加
1952年	琉球政府設置
1954年	琉球政府によるボリビアへの計画移住開始（～1964）
1972年	5月沖縄返還
1980年	沖鶴会館完成
1990年	第1回世界のウチナーンチュ大会 ⁶⁾ 開催
1990年	入管法改正。沖縄出身日系人の出稼ぎが増え始める
1995年	第2回世界のウチナーンチュ大会開催
1997年	鶴見エーサー隊「潮風」結成
2000年	九州沖縄サミット開催
2001年	第3回世界のウチナーンチュ大会開催
2002年	11月横浜で第6回全国沖縄県人会交流会
2003年	琉球大学内に移民研究センター設置
2008年	鶴見区「多文化共生のまちづくり宣言」

そして1990年の出入国管理および難民認定法の改正前後から、ブラジル、ボリビア、ペルーなどから大量の出稼ぎ労働者が来日するようになり、日本各地で定住化が進んでいる。南米出身の日系人のうち最も数の多い在日ブラジル人社会は2009年末時点で、約32万人近くにおよび、そのうち神奈川県には約1万3千人が住む〔法務省入国管理局 2009; 神奈川県県民部国際課 2009〕。彼らの多く住む中心地が鶴見区となっている。ブラジルだけでなくペルー、ボリビア、アルゼンチンなどの南米各国の出身者も他の区と比較して多い〔鶴見区 2008; 横浜市都市経営局政策部政策課 2010〕。これは先述したように日系移民には沖縄出身者が多く、そのエスニック・ネットワークを介して沖縄出身南米人の二世、三世たちが多数移住するようになったためである〔島田 2000; 広田 2003〕。さらに2000年前後から彼ら／彼女らのつながりで非日系の南米人も移り住むようになっている。

こうした経緯を経て調査地域は沖縄出身者と南米出身者が共存するコンタクト・ゾーンとなっていた。そして彼らのニーズに合わせて沖縄や南米の衣食などを提供するサービス業を営むものもあらわれ、地域内にエスニックな料理や食材を提供する飲食店や物産店が多数存在するようになった。

地元の住民にとって調査地域は、沖縄系、南米系の店が立ち並ぶ商店街に沿って、分けられている（図2）。本町通^{ほんちょうどおり}を中心とした一帯には、ブラジル、ペルーなど南米の食事を出す料理店や物産店、またブラジルからの輸入ブランド衣服を扱うファッション店などが並び、観光用パンフレットでは「ラテン・タウン」と称されている場合もある〔京浜急行電鉄株式会社 2007〕。一方、仲通を中心とした一帯は、沖縄の料理店や物産店、お土産店などが集まり、また沖縄会館もあって「リトルオキナワ」と呼ばれることもある。

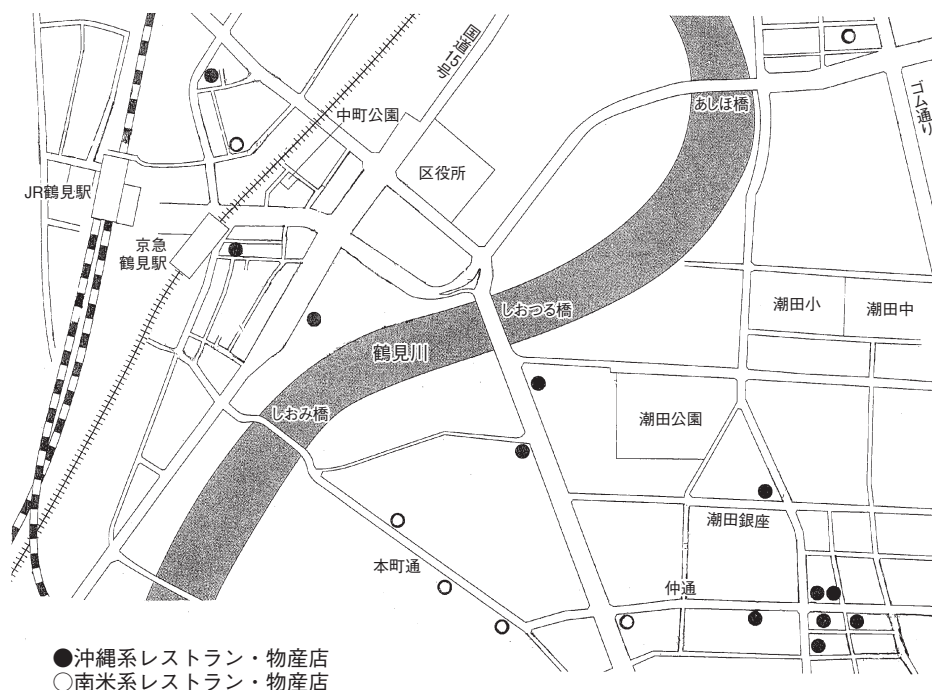


図2 レストラン・物産店分布図

表 2 エスニック・料理店、物産店一覧表

	事業形態	提供料理	オーナー 性別	オーナー 年齢	オーナー出身地 ⁷⁾ (前オーナー出身地)	鶴見出身者 (沖縄出身者)	席数	従業員数
Y	料理店	沖縄	男性	40代	鶴見（沖縄・泡瀬）	1993(1955)	20	4
B	料理店	ブラジル	女性	30代	鶴見（島根県）	2008(1979)	20	3
O	物産店・ 料理店	沖縄	男性	60代	宮古→那覇	1985	30	社員 6 名・ア ルバイト 29 名
E	料理店	ボリビア / アルゼン チン / ペルー / 沖縄	女性	50代	那覇→ボリビア・サン タクルス	2003(1999)	40	3
K	料理店	沖縄	女性	60代？	沖縄・数久田	2001	14	2
R	物産店	ブラジル	女性	40代	ブラジル・サンパウロ(?)	2003（？）	—	2
U	物産店	沖縄	女性	60代	沖縄・ヤンバル	2004	—	0
P	物産店	沖縄	男性	30代	那覇→鶴見	2004	—	社員 1 名・ア ルバイト 8 名
S	料理店	ブラジル	女性	40代	ブラジル・マナウス	2004	20	2
F	料理店	ペルー	女性	40代？	ペルー・ワチャ	2004	22	0
L	料理店	ボリビア / アルゼンチ ン / 沖縄(酒類のみ)	男性	40代	ボリビア・サンタクル ス(サンタクルス)	2008(2004)	40	3
N	料理店	沖縄	男性	30代	沖縄・中城	2005	20	2
C	料理店	ブラジル	女性	40代？	ブラジル・サンパウロ	2006	20	2
A1	料理店	ブラジル	女性	50代	ブラジル・パラナ	2006	14	2
A2	料理店	ブラジル	女性	50代	ブラジル・パラナ	2009	20	3

3-2 調査方法

インタビューは2007年10月、2009年2月および8月に、沖縄や南米各地の料理を提供する料理店や食材を販売する物産店の関係者に対して行った（表2）。サンプルは、電話帳と鶴見区発行の地域紹介のガイドパンフレットから、沖縄系料理店と南米系の料理店を選出した〔東日本電信電話株式会社 2008；鶴見区 2008〕。さらに、これらに掲載されていない店舗についても、可能な限り店を訪ね歩いて調査を行った⁸⁾。同時に、地域の沖縄県人会幹部、ブラジル人支援 NPO のスタッフたちに対しても聞き取りを行った。

また調査対象の料理店には、複数回通い詰め、客の席数や訪れる客の様子を観察した。同時に、店で掲示されるメニューや店の内装および調度品の大きさや設置の様子をノートに記録した。さらにオーナーの許可が得られた店については写真の撮影を行い、店ごとに提供料理の品目数や種類、またはそれらの記述の形式を比較分析した。

4 エスニックフード・ビジネスの実態

このような文化接触地域において、沖縄系、南米系のエスニック・ビジネスのオーナーたちは自分たちの食文化を提供する事業を展開している。その過程で彼らはさまざまな問題に直面する。その問題も日本社会と自分たちの母文化というホスト－ゲストの二者関係に還元できるものだけでなく、さまざまな文化が共存するコンタクト・ゾーンに特有の

困難もみられる。そのようなマルチエスニックな状況からの困難に対して、オーナーたちもそれぞれ独自の方法をもって対処することになる。以後、従業員、客層、店をつなぐネットワーク、メニューの項目ごとに、エスニックフード・ビジネスの展開を示す。

4-1 従業員

伊藤 [1994] や樋口 [2006] などエスニック・ビジネスを論じた先行研究によると、エスニック企業における従業員は、同一エスニック集団メンバーやオーナーの家族であることが多い。実際に今回の調査でもオーナーの姉と妻が協力している L 料理店以外にも、O 物産店、N 料理店、P 物産店、R 物産店、Y 料理店、E 料理店でオーナーの両親やきょうだい、子どもなどの家族が勤務していることが確認された。現在はオーナーが一人で経営している U 物産店でも、以前は娘が店を手伝っていたという。

ただし規模が大きくなるにつれ、家族以外の従業員も必要となってくる。その場合、必ずしも同じエスニック集団のメンバーが確保できるわけではなく、異なる文化をもつ人々を雇用するケースもみられる。

たとえば、沖縄系の O 物産店ではアルバイトの店員として男子高校生が働いているが、彼は中学生の時にブラジルから家族で移住した経験をもつ。また同じく Y 料理店では、以前から南米出身の人々を雇用してきており、2009年の夏もパートの従業員としてペルーからの移住者が働いていた。ボリビア、アルゼンチン、ペルー、沖縄料理の E 料理店では、パートで継続的に働く従業員は3名いて繁忙期に入る臨時メンバーが他に1名いる。その内訳は継続的メンバーが日本人、コロンビア人、ボリビア人、臨時で入るメンバーが日本人となっている。

雇用形態としては調査対象の店では、ウェ이터やウェイトレスなどホール係としての従業員はアルバイトやパートで働く様子がみられた。彼らは料理店や物産店での仕事の他に正業をもっている場合も多い。

このように調査地域では、ビジネスの規模が拡大すると異なるエスニック集団のメンバーを雇用している様子がみられた。従業員雇用という面でも多文化化が進行しているといえるが、そのような状況では同一集団の成員どうしでは考えられないような、文化習慣の違いから問題が発生する場合もある。その中でも言語の壁は大きいと思われる。

Y 料理店ではペルー人の従業員が働いているが、その際、言葉の問題はないかという筆者の質問に対して、オーナーは以下のように答えた。

【仕事の簡易化】

ここの仕事ねーシンプルな仕事だから、たとえばいくつとか数とかがわかる
とだいたいこなせるもんなの。何が今いくつかって、そういうのだいたい覚えてくる
の。
(Y 料理店オーナー、50代男性)

Y 料理店は沖縄そばが主力商品であり、自らの店をハンバーガー店や牛丼屋などのファストフード店と競合するものと位置付けている。そのため、客の入れ替わりを示す回転

率を高めるため、注文を受けてから料理を出すまでの時間をとことんまで早くしている。

【マクドナルド化している Y 料理店】

うちは回転が勝負の店だから。(中略)〔一人の客が店に滞在する時間は〕だいたい平均して15分か20分くらいですね、長い人でも。短い人なんかもー5分で。そばが本当に1分以内で出るんですよ。早いですよ、本当に。もうそこ箸が止まってるんですよ。タクシーの運転手なんか、タクシーの運転手が車を止めるじゃないですか、もう箸もって待ってるわけですよ、エンジンかけて箸もって食べて、もうすぐそのまま。ファストフード的な感覚で調理しておりますからね。(Y 料理店オーナー、50代男性)

このように速度を重視して仕事が簡略化されているため、言語の問題は大きな障害にならないと Y 料理店オーナーはいう。コミュニケーションのための手段として、習熟に時間とコストのかかる言語の代わりに、マニュアル化された動作と簡単な単語を覚えることで、接客の仕事ができるようになっていのである。このような業務が可能となっているのは、Y 料理店が商売を円滑に進めるために、どのような従業員にも仕事が適応できるように労働環境を整備しているからに他ならない。オーナー自ら述べるように Y 料理店はファストフードに近い形態をとっており、合理化が進んでいる。

ファストフード店に典型的にみられるこのような合理化が究極的に進んだ現象を、社会学者 George Ritzer はマクドナルド化と呼んだ。マクドナルド化は、一般に非人間化を進めるものとして消極的に評価されている [リッツァー 1999]。しかし速度と採算性を重視する合理化が、ある地域の特定の事例ではあるが、逆に不安定な外国人労働者に就業機会を提供するかたちで、就業構造のバリアを低くしているということも事実なのだ。多文化地域のエスニックフード・ビジネスでは、このように店の経営形態に沿ったかたちで、ビジネス上の問題への対処がなされ、文化間の折衝が行われている。

4-2 客層

エスニック・ビジネスにおいて何よりも重要なのは顧客の存在である。金融業や電話通信会社、中古車販売業などある程度顧客層が制限される他のビジネスと異なり、フード・ビジネスという薄利多売形式で、主に地域のエスニック集団が対象とはいえ、それ以外にも不特定多数の客を獲得し維持していかなければならない事業形態の場合はなおさらである。調査地域の料理店や物産店にはどのような人々が客として関わっているのだろうか。たとえば、沖縄そばが主力の Y 料理店では、1990年代前後から、地域に移り住んだ南米移民たちが多数来店するようになったという。

【Y 料理店の南米人客】

南米の方、労働者というか南米へ移民した方で二世三世の方が帰ってきてるでしょ。それが沖縄にゆかりのある人たちで、職を求めてまた鶴見に集まってきてるんです。そういう時期だったんです。90年以降、90年前後、前後しますけどね。そういう人た

ちがずいぶんきてくれましたね。毎日のようにきてくれました。

(Y 料理店オーナー, 50代男性)

南米系の客の多くは、南米各地の沖縄県出身者の集住地で育った経験をもつ。彼らは日本まで出稼ぎにきて、コロナ⁹⁾など沖縄県出身移民の居住地で食べてきた沖縄料理の味を懐かしみ、Y 料理店を頻繁に訪れるようになった。実際、筆者がY 料理店に通っているあいだには、スペイン語を話す若者たちがゴーヤチャンプルーなどをおいしそうに食べている姿がときどきみられた。そのような客の中から、店の味が気に入り店で働くようになった人もいる。

さらに現在のオーナーが店を継ぎ二十年近くがたった現在では、内地¹⁰⁾の日本人客の割合が増え、今では半分かそれ以上が内地の人々だという。それら地元以外の客の割合は、土日祝日にはより多くなる。

またY 料理店を訪れる地域外の客の中には、店での食事体験をインターネットで自身のWEB ページやブログに記事を投稿するものもある。それらの記事では、調査地域を「沖縄区」「鶴見・沖縄ストリート」「沖縄タウン」[池田 2004]「リトル沖縄」[大塚 2003]といった名前と呼び、その多くがY 料理店など沖縄料理店で食事をするとともに、すぐ近くのO 物産店やU 物産店で沖縄の食材やお土産品を買っていく。同時に、それらのページには、「沖縄好きな関東在住の方は一度はいかれてみて下さい」といった紹介文[池田 2004]もみられ、調査地域が関東にしながら沖縄の風物を楽しめる場所として認識されていることがわかる。このように一部の日本人客は観光目的で調査地域を訪れ、沖縄イメージを消費しているといえる。

日本人客の割合が増えたのは、調査地域と店が有名になり、マスコミや地域の振興行事などを通じて、沖縄県出身者以外の日本人にも知名度が上がったためもあるが、逆に沖縄県出身者の嗜好が変わり来客しなくなったためであるともいわれている。

【沖縄料理店の客層の変化】

[Y 料理店オーナーの妻¹¹⁾] 本当沖縄の人、減ったよね。やっぱり若い年代になったからかもしれない。

[Y 料理店オーナー] そうかもしれないな。若い人たちが沖縄の料理じゃなくても対応できるようになったんだよね。もうねー。沖縄じゃなくてもブラジル料理、たとえばてんぷらも食べられるし、日本食なら寿司も食えるだろうから。

(Y 料理店オーナー夫妻)

戦後すぐの時期に調査地域に暮らすようになった沖縄県出身者は、沖縄の味しか受け付けずうどんやそばなど日本料理を含め他の料理の店に行くことができなかったという。しかし、時がたつにつれ沖縄県内でも食の多様化が進み、現在の沖縄県出身の若者は必ずしも沖縄料理店を頻繁には訪れなくなっていると分析されている。

またY 料理店は、個人のホームページなどと並び、テレビ番組や新聞、雑誌などのマ

スメディアに取り上げられることも多い。マスコミの取材を受けた場合、客の数が一時的に増えるが、そのような一見客がリピーターになるのは難しいともいう。

このように沖縄系の料理店では日本人客の数が増えているが、南米系の料理店ではどうだろうか。多くの店では多数派である日本人客を求め、日本語の広告を出したり、WEBページを作成したりして周知を図っている。たとえば、ボリビアやアルゼンチン料理を主とする L 料理店でもインターネットのグルメサイトに店紹介を掲載している [グルメ GyaO 2010]。L 料理店オーナーによると、南米出身の客も多いものの、インターネットサイトをみて電車に乗って店を訪れる日本人客も増えつつあるという。タンゴやスペイン語の学習者などさまざまな興味関心から南米とつながりをもった日本人客が、アルゼンチンのムードを求めて来店するという。また A1 料理店には、店を見学した子どもたちからの「まちたんけんでお店をみせてくれたり色々な事を教えてくれてありがとうございました」というメッセージが書かれたお礼状が貼られており、地元小学校の地域学習で店が活用されていることがわかる。

このように調査地域の料理店には、地元暮らし沖縄県出身者や南米系の住民以外にも、地域内外の日本人が客として訪れており、エスニックフード・ビジネスの店が、コミュニティの外部にもある程度開かれた場所となっているといえる。

4-3 店をつなぐネットワーク

エスニックフードに関わる人々のあいだには、さまざまなかたちで食を介したネットワークを形成し交流が生まれている現実もみられる。たとえば、前出の E 料理店のオーナーは沖縄の食品を扱う U 物産店をよく訪れ食材を買っていく。このように地域の食堂経営者の中には、エスニック集団の枠を超えて、食材を販売・購入し合うネットワークがある¹³⁾。

食材を介したネットワークは、地域の歴史とともに徐々に形成されていったものである。E 料理店は U 物産店以外にも、O 物産店とも取引を保っている。このようなつながりができる前史として、E 料理店オーナーは先発エスニック・ビジネスにあたる O 物産店で、料理店のチーフを任されていた経験を有する。そこで調理経験を積み自信をつけたのちに親戚の店を手伝うようになり、独立して店を開くようになったという。

また E 料理店では、とうもろこしの粉やアルゼンチン原産の牛肉など南米系の食材を、調査地域の隣にある川崎市の会社から毎週購入している。この会社はもともと E 料理店オーナーが働いていた O 物産店とも取引があったところであり、そのころからのつながりで自分の店をもつようになった今でも車で川崎市まで買い出しに行くという。

このような食材を介した付き合い以外にも、同業種である料理店どうしで行き来することもある。ボリビア・アルゼンチン料理を提供する L 料理店のオーナーは、店が休みとなる月曜には他の店を回って勉強しているという。さらに L 料理店では、月に 1 度 O 物産店など近隣の料理店や物産店などを経営する人たちが集まって無¹²⁾尽が行われている。

料理店や物産店のあいだには交流関係がみられるが、それは食材の販売・購入だけではなく、のれん分けにも似た人的関係に由来する。そして無¹²⁾尽講など食以外の分野の交流へ

と発展している。つまり、沖縄系、南米系のエスニック集団の枠を超えたエスニックフード・ビジネスを展開するものどうしのネットワークが形成されているのである。このようなフード・ビジネスのつながりは、エスニシティによる分断を超えた食事業者による紐帯といえる。

4-4 メニュー

異なる文化をもつ複数のエスニック集団が共存する調査地域の料理店では、どのように食が表象されているのだろうか。それを知るための手掛かりの一つが、料理店で出されるメニュー¹⁴⁾にある（表3）。

調査地域には、メニューがスペイン語表記のみの店もあるが、ポルトガル語、スペイン語など日本語以外の言語を併記して客に対して便宜をはかっている店も多い。たとえば、同一店内で複数地域の料理を提供するE料理店では、1冊のメニュー内で沖縄料理と南米料理にページが分けられて記載されている。沖縄料理のページでは、料理の写真とともに、漢字カナ交じりの日本語で料理名が表記され、その下にさらにローマ字でふりがながふられている（写真1）。南米料理のページでは、スペイン語の表記の下に日本語で表記がされ、カッコ書きで料理の説明がされているものもある（写真2）。豆料理など一部の料理にはポルトガル語の表記が付いているものもある（写真3）。さらに沖縄料理の食材を南米風に調理、味付けするなどの創意工夫を経て開発された料理は、店のオリジナル品として特記されている。

E料理店では、このように多言語で表記することによって、日本語に不慣れな客も店で食事を楽しむことができるようになっている。また、沖縄料理は日本語、南米料理はスペイン語を先に表記するなど、料理のジャンルによって表記される言語の順序を変えるような、細かな配慮もみられる。言語による障害を減らし、さまざまなエスニック集団の客を

表3 エスニック・料理・メニュー一覧表

料理店名	提供料理	形式	表記の有無			品目数			注
			日本語	ポルトガル語	スペイン語	セットメニュー ¹⁵⁾	一品料理 ¹⁶⁾	飲料	
Y	沖縄	壁掛けの木札	○	×	×	17	19	2	
B	ブラジル	冊子・黑板	○	○	×	2	10	45	
O	沖縄	冊子	○	×	×	30	11	8	
E	ボリビア / アルゼンチン / ベルー / 沖縄	冊子	○	○	○	11	95	53	日本語ローマ字表記あり
K	沖縄	壁掛けの木札	○	×	×	10	2	—	
S	ブラジル	冊子	○	○	×	18	35	48	
F	ベルー	冊子	×	×	○	2	25	25	
L	ボリビア / アルゼンチン / 沖縄(酒類のみ)	冊子	○	×	○	12	23	44	
N	沖縄	冊子	○	×	×	0	50	9	宴会コースあり
C	ブラジル	冊子	○	○	×	13	28	13	
A1 / A2	ブラジル	冊子	○	○	×	17	57	59	



写真1 沖縄料理メニュー
(E 料理店)



写真2 南米料理メニュー
(スペイン語付き) (E 料理店)

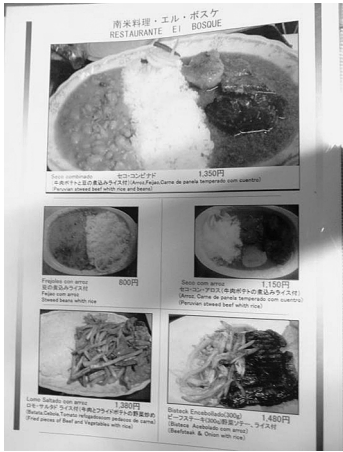


写真3 南米料理メニュー
(ポルトガル語付き) (E 料理店)

集めようとしている。多文化が共存する地域において、エスニックフード・ビジネスを継続するための工夫といえる。

5 エスニックフードにみる文化接触——モノ・言説・人

これまで、商業的な観点に基づいて調査地域におけるエスニックフード・ビジネスを記述してきた。本章では、ビジネスを取り巻く状況を、文化接触という軸から再検討する。調査地域に特有の沖縄、南米の要素が入り混じった混淆文化はどのようにエスニックフード・ビジネスの場においてあらわれているのか。錯綜した多文化状況の中で食はどのように表象されるのか。この問題を、料理そのもの、地域紹介のガイドブックやパンフレット、料理店のオーナーの意識という、モノ・言説・人の3側面から追っていく。

本章では個々の料理をモノ¹⁷⁾として考える。このように設定することで、食の研究をモノ文化研究の地平からとらえることが可能となる。モノ文化の研究とは、モノを通して人間関係やそれを包み込む場のありようを読み解くものである。

モノ文化研究の射程は、モノがどのように作られたのか、どのような特徴をもつのかを研究するだけにとどまらない。たとえばモノが商品となり価値をもつように、それが社会的コンテキストの中でどのように使われる／機能する／運用されるのかということにも注目する [Appadurai ed. 1988; 砂井 2004]。人はモノとともに生きている。そして人がモノを意識するのは、テキストなどの言説空間を通してである [田中 2009]。また複合的な社会関係は、それぞれの文脈をかたちづくる人・モノ・言説などの配置を通して可視化され、理解や説明が可能なものになる [松村 2009]。

モノと言説と人、これらは重なり合う部分をもちながらも一致しない部分もある。本章では、食という文脈を軸に、この三つの様子とそのあいだの関係をみていく。

5-1 料理における文化接触

食文化の研究では、郷土食など伝統的料理の研究と並んで、最近はフュージョン料理な

ど食の混淆が取り上げられることが多くなっている。移民の食を扱う研究でもアメリカのクレオール料理、ケイジャン料理の研究のように、移民によってもたらされた料理が移民先の食材や調理法と組み合わせあって食の混淆がおきることが指摘されてきた [大島 1993]。では、調査地域においては、料理の文化接触はどのようなかたちをとってあらわれているだろうか。



写真4 ソバ・サルタド・コン・カルネ (E 料理店)



写真5 ソバ・サルタド・コン・マリスコ (E 料理店)

たとえば、4-4のメニューでみたように、E 料理店では、沖縄と南米の食材を混ぜ合わせた独自の料理が提供されている。写真4は沖縄そばを使った焼きそばだが、具として入れられているものは沖縄料理でよく用いられる豚肉ではなく、ボリビアやアルゼンチンでよく食される牛肉となっている。また写真5は一見日本でもよくある焼きそばのようだが、同じく沖縄そばに海鮮食材を用いた焼きそばである。だがソースや塩で味付けられることが多い日本のものとは異なり、トウガラシなど香辛料が効いた味付けとなっている。E 料理店オーナーの説明によると、イカやタコなどのシーフードはペルー¹⁸⁾でよく用いられる食材であり、味付けもペルー風に調理してあるという。

E 料理店のオーナーは沖縄で生まれ、小学校1年生の時に家族でボリビアに移住し、第1コロニア・オキナワで育ち、アルゼンチンで働き結婚したのち、生まれた子どもを連れて来日し調査地域に移り住んだ経験をもつ。そのような経緯から、親から習い覚えた沖縄料理と南米各地で覚えた料理が組み合わせり、これらの料理が誕生した。

このような外見上からもわかりやすい変化に加えて、さらに調査地域の料理店では見ただけではわからないような部分に関しても変化がおきている。B 料理店では、オーナーがブラジル本国で修行して覚えたブラジル料理を提供していたが、客であるブラジル人たちの舌の変化に合わせて味付けを変えているという。

【定住に伴う嗜好の変化】

向こう [ブラジル] の料理をそのままこちらで出すということはね、最初はもうそれしかできなかったですから、喜ばれるし、そうしてたんですけど、(中略) 日本に、出たり入ったりする方たちも世代が変わってきてますから、そのまま向こうの料理を出すということはやっぱりできなくなってます。日本の気候にあったような味付け、お塩でもちょっと辛くして出すとね、辛いついてってますよね。ですからねえ、うちの料理は、最近はやっと薄め。薄いのは濃くしてお塩かけて食べられますよね。(中略) 日本のこの春夏秋冬のね、気温の変化とかね、まあそういった暑かったり寒かったりとかね、そういう知らず知らずのうちに、日本で食事することによって変化してきてると思いますね。

(B 料理店元オーナー、60代女性)

B 料理店元オーナーによると、定住化に伴い日本食を食するうちにブラジル人たちの味の好み¹⁹⁾が薄味に変わっていった。E 料理店のオリジナル料理のように自主的な創意工夫だけでなく、客の好みに受動的に合わせるかたちでも、食の混淆とその結果として味の変化がおこっているのである。

5-2 言説における文化接触

調査地域にはモノとしての料理だけでなく、それらを取り巻く言説空間も存在する。そのような場において文化接触はどのように表象されているのだろうか。

ガイドブックは、エスニック・レストランや物産店を紹介することで、この地域が多文化空間であることを示している。また多文化共生を促進する行政の発行する広報誌などは、それらの店を多文化共生の象徴として取り上げている。たとえば、鶴見区役所が発行する『新つるみ de 多文化』という地域紹介用のガイドブックでは、冒頭に以下のような記述がみられる。

鶴見はいろいろな国・地域の文化が息づくまちです。まちに点在するこうした店を中心に、鶴見の多文化の魅力を紹介するガイドブックを区民ボランティアの皆さんと一緒に作りました。このガイドブックをもってまちに出て、鶴見の多文化を味わってみませんか！²⁰⁾ [鶴見区編 2009：3]

ここでは、これまで取り上げた沖縄系、南米系に加え、コリアン系、中国系の料理店や物産店が1軒ずつ紹介されている。「味わう」という表現にみられるように、さまざまなエスニックフードを食することが、多文化の魅力を知ることにつながるポジティブなものとして表象されている。

また同様の記述は、区の発行する広報誌などにもみられる。2007年に行われた区制80周年を記念する行事の一環で、会場ではさまざまな国・地域の料理を販売するフードコートが作られた。そこでは区のエスニックフード・ビジネスの事業者たちが各自の店の料理を出す屋台を連ねた。そのフードコートを紹介する広報誌には、以下のように書かれている。

鶴見は外国人の多いまち。いろいろな国・地域の文化が根付いている鶴見ならではの「食」を味わってみよう。たとえば、シュハスコ・パステウなどボリュームたっぷりの南米料理、キムチ・チヂミなどコリアの味、香辛料の利いたアジア料理、ウチナンチュー沖縄の沖縄そばなど。おなかをすかせてきてね！ [鶴見区 2007]

食と多文化を結びつける言説は行政によるものだけではない。対象地域を通過する路線を有している私鉄会社も、駅ごとにその駅のある地域を紹介するパンフレットを作成し駅構内にて配布しているが、そこには以下のような記述がある。

この街の南米系レストランや沖縄系の飲食店は、殆どが自ら慣れ親しんだ郷土の味、

母親の味を源流としている。正にこれこそ“本場の味覚”だ。いざ、ラテン・タウン鶴見へ。南米のエネルギッシュな香りが満ちた、魅惑のストリートへ〔京浜急行電鉄株式会社 2007：2〕。

行政のガイドブックと同じく、民間企業のパンフレットでも観光目的で対象地域の飲食店を訪れることが宣伝されている。一方で、行政によるガイドブックでは対象地域の特色が「多文化」という用語で表されているのに対し、私鉄のものでは「多文化」という単語はまったくみられず、代わりに「国際化」「国際交流」が使われているという違いがみられる。

このような違いはあるものの、行政や民間によるガイドブックやパンフレットでも、料理店や物産店は南米系と沖縄系に分けて表記されており、両者が同一ページ内で表示されてはいない。観光や地域紹介のレベルでは、両者を別々のものとして楽しむことを前提とされている。そしていずれのものにおいても、南米系、沖縄系両方の料理を出す E 料理店は、南米系の店に分類されており、沖縄料理店の店とされてはいない。E 料理店の店先には「ラテン料理・沖縄料理」と看板が掲げられ、南米と沖縄の両方の料理の店であることが宣伝されているにもかかわらず、南米料理のカテゴリーに入れられている。

ガイドブックなどの言説の場面においては、対象地域のエスニックフードは地域理解や観光の文脈で、人々の関心を惹起させるための促進剤の役割をもたされているといえよう。しかし、複数の文化が同じ場所に存在することが提示されているものの、南米系、沖縄系の分離にみられるように、文化間の境界は維持されている。このような言説空間における文化の表象は、混淆というよりは共存と呼ぶのが適当に思われる。

5-3 文化接触に対する人々の意識

ここまでモノと言説の側面から、調査地域における文化の接触をみてきたが、それらの料理を作るオーナーや食する地元の客たちは、このような文化の接触状況をどのようにとらえているのか。

5-1 では、沖縄と南米の両文化が組み合わされた混淆料理が生まれていることを示したが、これらのオリジナル料理を人々はどのようにみているのだろうか。料理を作り出した主体である E 料理店オーナーによると、これらは開店してから店の売りとなるようなオリジナルな品が必要であると考え、自分の移民経験を生かし試行錯誤して開発したものであるという。このことから文化の接触が積極的に活用されようとしたことが想像される。

一方、これらの料理を食べる客の反応はどうだろうか。料理を注文するのは、主に観光目的に調査地域を訪れる散発的な地域外部からの客であり、地元の顔なじみの客からは、ゴーヤチャンプルーやアサド・エン・オヤ²¹⁾など正統的とされる沖縄料理やボリビア料理の方が多く注文されている。料理店オーナーのねらいとは裏腹に、地域の客には昔ながらの味を求める舌の力が強いことをうかがわせる。

言説のレベルで沖縄系と南米系などの文化が別々のものとしてみられている一方で、沖縄とブラジルの文化が共通するという意見もある。沖縄出身の父母をもち、ブラジルから

調査地域に移り住み、現在は地域のブラジル人支援 NPO のスタッフとして働く A 氏は、以下のように述べる。

【沖縄とブラジルの類似性】

沖縄とブラジル似てる、食べ物も味が濃いじゃないですか。人間も、なんか似てる。やっぱりたぶん海の方が同じかなあ。沖縄、海だから、そこが。で、やっぱり音楽好き、夜までなんかみんな踊ったり、ねえ、やってたから。ブラジルもけっこうそんな感じ。けっこううるさい。沖縄もちょっとうるさい。世間もけっこうせまい、なんか似てる。

(ブラジル人支援 NPO スタッフ A 氏, 40代女性)

沖縄県出身者とブラジル人について、味の好みや音楽や踊りに対する関心などの点が似ていると指摘し、そのように類似している部分が多いために対象地域で両者のあいだに親密な関係が築かれているという。このように A 氏の見解では、沖縄とブラジルの文化について差異よりも共通点が強調されている。

また前出の私鉄会社のパンフレットでは、調査地域の店では南米各地で培われた真正の料理が味わえることが「本場の味覚」という言葉で宣伝されている。しかし、実際のところパンフレットでも紹介されている S 料理店では、オーナーがブラジルに暮らしていた時に母親の作る料理を通じて身に付けた味をそのままのかたちでは提供していないという。

【日本人に合わせての味付け】

やっぱりブラジルの味、すごい濃い、アマゾンの味濃い。(中略) 覚えてる味おかあさんの味。本当はわたし店でやりたいの、これ。でもできない、いろんな人くるから合わないの、口が。でもわたしやっぱアマゾンの味好き。もうこれは日本人に口合わせてるから、あまりちょっと濃い濃いじゃない感じしてる。

(S 料理店オーナー, 40代女性)

S 料理店では、本来ならば故郷の味を提供したいところ、そのままでは日本人客には濃すぎるので、薄く味付けして提供している。オーナーは、自分の慣れ親しんだ味と多数を占める日本人客の好みの味とが食い違っており、ビジネスとして日本人客の好みに合わせて調整したものを出さざるをえないことに対して、残念な気持ちでいるという。同様に E 料理店でも、料理を元のかたちに保つのではなく、日本人客には薄味、ペルー人客には辛い味付け、ブラジル人客には塩味、と客によって味付けを変えているという。言説レベルの表象と店の実態とは異なるのである。

このように、調査地域における文化の接触現象について、モノや言説における姿と実際の現場に立つ当事者たちとの意識や実践を比べると、それぞれの食の表象のあいだには差異も存在する。

6 エスニックフード・ビジネスとエスニック・アイデンティティ

6-1 エスニックフードとアイデンティティ

前章ではモノ、言説、人それぞれの領域において食の姿が変化していることが示された。またその各領域のあいだでズレや葛藤が生じている様子も観察された。本章では、前章で分類した3つの領域から5-3で取り上げた人々の意識に焦点を当て、アイデンティティに関わる部分についてさらに詳しくみていく。

ここでは、エスニックフードを通じて身体化されたアイデンティティを人々がどのようにとらえ、一方で他者からどのようなものとみなされているのか、という問いを設定する。この問いに答えるため食を基盤とするエスニシティの性質を明らかにする必要から、沖縄県人会や、県人会が主催する地域での運動会などの行事と比較したい。

まず地域で食に関わる人々自身が、自己のアイデンティティについてどのようにとらえているのか紹介しよう。沖縄から本土に移住した親から生まれ、この地域で育ったY料理店オーナーは、当時店のオーナーだった祖母によって、幼いころから料理の手ほどきを受け、その思い出もあって会社員生活を経たうえで店を継ぐことになった。

【舌の記憶】

祖母なんかが商売するのちっちゃい時からみてたから、それで食べるものも、やっぱりねえ、舌がやっぱり沖縄のものに合ったのね、そういう経緯でまあ。

(Y料理店オーナー、50代男性)

Y料理店オーナーは、食を通じて自己のエスニック・アイデンティティが形成され、認識されてきたという。エスニック文化の研究において、食と並んで、歌や踊りなどの芸能もエスニシティの基盤として研究対象となる〔寺田 2000〕。が、以下にみられるように、それらと比べても食べ物の及ぼす力は大きかったと語られる。

【沖縄の味への思い】

エイサーをみてすごく懐かしいなとも思わないし、盆踊りみてもとても懐かしいなとも思わないし。食べ物やっぱりありますよねー。あ、やっぱり、ここ肝心だけど、食べ物でやっぱり自分、沖縄の味すきなんだなーって。(Y料理店オーナー、50代男性)

Y料理店オーナーは、エイサーをみても特に心を動かされることはないが、子どものころから親しんできた沖縄料理の味によって、沖縄に親しみを感じてきたという。しかし、そのような食を通じて形成された沖縄人としての意識は、本人の気持ちとは裏腹に、生まれ育った場所を重視する他の沖縄人からは必ずしも真正なものとはみなされていない。上記の語りのあとY料理店オーナーは筆者の質問に答え、以下のように続ける。

【Y 料理店オーナーに対する認識】

でもやっぱり沖縄の人は僕のことウチナンチュとは思わないです。

筆者：お店をやっているればそういう人なんじゃないのと思ったりするのでは？

〔沖縄料理のお店をやっているという〕 それだけなんだよ。

(Y 料理店オーナー, 50代男性)

沖縄人としてのアイデンティティを有しているからこそ沖縄料理店を経営している、という本人の思いとは裏腹に、周りの沖縄県出身者は、本土生まれの彼が沖縄人であるとは思っていないという。

同様に、ブラジル料理を提供する B 料理店元オーナーは夫が沖縄県出身者であり、自らもエイサー団体を旗揚げするなど沖縄の芸能や文化を深く知っていると自負しているが、自身は島根県生まれであるために、地域の沖縄県出身者には受け入れられていないと語る。

【B 料理店オーナーに対する認識】

今私が沖縄の人の会合に行く時はまだ受け入れられません。****〔B 料理店名〕のおかみであるという意味では、「あ、****〔B 料理店名〕さんがきた」ってね、ウチナンチュの中で、だんなさんがウチナンチュの中で成功したっていうかになってことで、なんか持ち上げられますけど。「いやそうじゃない、私は一主婦として今日はきてますよ」とか。沖縄の人たちの集まりの中では、まだまだ受け入れてもらえないですよ。沖縄のことを知りつくしてるつもりですけど。お墓のことから埋葬の仕方まで。知り尽くしてるつもりですけど、沖縄の中ではまだまだです。まだまだ〔認められていない〕です。でもね、私はね受け入れられようとも思ってないんですよ。なぜかというと、私は私なりの考え方でやってきてるんですから。

(B 料理店元オーナー, 60代女性)

これらの語りから、Y 料理店オーナーや B 料理店元オーナーの食に基づくエスニック・アイデンティティは、周りの沖縄県出身者のエスニシティ観からは、自分たちのものとは異なるものと認識されていることが示唆される。このように食をめぐる諸実践は、身体に残る記憶としてある意味で「本質化」されたエスニシティを維持・再生産する装置や実践として解釈できる。しかし、常に他者からの承認を得られるとは限らないのである。

6-2 エスニシティの基盤となる他の対象との比較

エスニックフード・ビジネスの実践者による食に基づくエスニックな意識は、自己にとっては身体的なものとなっているが他者にはそのようには受け止められていない。このような意識をひとまず「浅いエスニシティ」と呼びたい。「浅い」という表現は対自的には深いものの対他的には真正なものとはみなされていないことを指す。では、深いエスニシティとはどのようなものだろうか。本稿では沖縄県人会のような組織に象徴される血縁関係や地縁関係に基づくとされるエスニシティを深いエスニシティと考えたい。

3-1で触れたように、鶴見沖縄県人会は、戦後から、琉球列島から出稼ぎにきた沖縄県出身者の働き口の紹介や、県人どうしの芸能による交流活動を促進することを目的に活動が続けてきた〔松山 2009〕。地域の沖縄県人会は沖縄出身者の凝集する結節点として機能していた。また沖縄県人に対する差別に抗議することもあった。まさに深く固いエスニシティの基盤だったといえよう。県人会では県内の出身地域別に郷友会が組織され、頻繁に会合をもっていた。出身を同じくするものどうしの固い結束を誇る一方で、地域に暮らす本土出身者に対して排他的な側面もあったという。しかし、世代が進むにつれ、地域に溶け込むように考えが変わっていったという。それは具体的には地域の町内会などに参加し、地域の行事に参加することを意味した。その結果、最近では、県人会のメンバーが町内会の指導を担っている場合もある。

このような考えから、県人会は徐々に外部に開かれた存在となっていき、県出身者の相互扶助団体から地域全体に沖縄文化を広める文化団体へとその性格を大きく変えていくことになる。この背景には、二世、三世から沖縄人アイデンティティが失われ、人材が不足し若い人たちが参加しなくなっているという事情も存在する〔三宅・羽田 2003〕。そしてこれまで排他的な凝集性の象徴でもあった沖縄文化は、地域の特徴として積極的に称揚されるようになった。結果、今では県人会の行事に多くの県外出身者も参加するようになっている。そしてその最たるものとして沖縄料理を中心とした食文化がアピールされるようになっている。

このような県人会の活動内容の変遷をみると、沖縄県人会というエスニック団体の基盤が、「血縁・地縁」という範囲を限定するものから「他の人々に受け入れられやすい文化」という広く一般に流布しやすいものへと姿を変えているようにもみえる。これまで文化のサブカテゴリーとされあまり外部に示されてこなかった沖縄の食文化はエスニシティの肯定的な表現として、積極的に押し出される対象となった。

同じく深いエスニシティ基盤とみなされるスポーツでも同様な事情が見出される。県人会などの組織と並び、先行研究では、地域での運動会などがエスニックな共同意識を維持・形成することが指摘されている〔高畑 2003〕。調査地域でも毎年、鶴見沖縄県人会の主催で運動会や沖縄角力の大会が開催されており多くの参加者を集める。しかし近年は一世たちの高齢化とともに県人の参加割合は減少し続け、代わりに県外出身者および外国人の出場が増えている²²⁾。

県人会や運動会に代表されるような深いエスニシティが浅いものへと変化していったのだろうか。しかし、食を提供する人々へのインタビューにみられるように、出生地や地縁に基づく一種の線引きは維持されている。県人会や運動会など真正性を保証されたエスニシティに対して、食に基づくエスニシティは軽いものとみなされ、ときに非真正なものとされてきた。だが、活動内容の変化やメンバーの減少といった従来のエスニック基盤自体の変化に伴い、血縁や地域的つながりなど確固たる紐帯の付属物と考えられてきた食が、これまでの基盤に代わり人々を支えるため逆に前面にあらわれるようになったのではないだろうか。

食に基づくエスニシティは、出身地域に基づく強固なエスニシティからは真正なものと

はみなされないこともあり、けっして盤石なものではない。しかし、食を通じてエスニックな意識を醸成してきた人々は、他者からの承認が得られず葛藤を抱えつつも、自己の中にその意識を保っている。特に食の記憶に導かれエスニックフードの店を経営しているオーナーたちにとって、自らのエスニシティへの愛着は確固たるものとなっている。あらかじめ帰属している集団に基づく従来のエスニシティに比べ、身体化されたこれらのエスニック・アイデンティティはかえって強力なものになっているともいえる。これは先に引用したB料理店元オーナーの「私は私なりの考え方でやってきてるんですから」という自己肯定のことばからも読みとれる。食の記憶は自分たちのビジネスを開始する動機になり、またその商売を続ける過程でエスニック・アイデンティティはより強化されるようになったのである。もちろん、ここで取り上げたようなエスニックな意識は、食やそれにまつわる実践のみに基づいているわけではないだろう。食以外にも言語や習慣、家族の記憶などさまざまな要素が考えられる。しかし、日常的な実践によって出来上がるエスニシティの重要な構成要素の一つとして、このような食の力が作用していると思われる。

7 おわりに

これまでエスニック戦略としてのフード・ビジネスの実践者の声を探求することで、エスニックな意識が形成される回路を明らかにしてきた。結果、食をめぐる実践の中に、調査地域の文化がさまざまなかたちで接触している様子が確認された。料理店や物産店のオーナーたちは多文化状態の中で葛藤し、ときにその接触状態を活用してビジネスを展開している。

彼らは自らのエスニック・アイデンティティを、家庭の味などの味覚として身体に深く結びつけたものとして認識しているものの、6-1で示したように必ずしもそれは集団全体より承認された固定的なものではない。彼らは、食をも含む文化の排斥性に直面させられながらもエスニックフード・ビジネスの実践者として共同意識を形成している。また、自分たちのもつ文化の境界を維持しようと試みながらも、その枠組からはずれたものとして生まれた料理を積極的に活用する知恵をも合わせもっている。

食をめぐる諸実践は、常に文化の真正性を問われる弱い立場にあるが、味の好みや風土の変化に対して柔軟にその形態を受け入れるしなやかなものである。ビジネスを介して外部の声を受け入れやすくなっている。

血縁、地縁とエスニシティの深い関係が硬直的ないわば固いものとなっているのに比べ、食とエスニシティは浅く関与しているのみだが、その分柔軟でもある。これまでのエスニック文化の研究が対象としていた社会運動やスポーツは、権利の獲得や擁護のため集団の凝集力を高める以上、他者の排除を伴うことも多かった〔竹沢 1994; 大沼 2003; 尾崎 2005〕。これらのいわば固いエスニシティの実践と比べて、エスニックフードに関わる人々の取り組みは、「柔らかなエスニシティ」の実践と呼ぶことができるのではないか。「柔らかな」と表現したが、それは必ずしも他のものに交換されうるような浅いものとは限らないことを意味する。食のエスニシティは柔らかなものでありながらも身体に直接訴

えかけるしなやかな柔軟性を兼ね備えている。

6-2の沖縄県人会の後継者不足にみられるように、現代の社会では個人化と多様化が進展する中で、既存のエスニック集団は徐々にその基盤を掘り崩されつつある。それはコミュニティを支える共同意識がもはや過去のものになりつつあることを示している。しかし、そのように人々が個人に分断される現状にあって、食は人と人を結びつける可能性をいまだもっている。エスニックフードを作り、食べる中で、その料理の背後にあるエスニシティを感じ集合的な意識を共有することは、個人化しつつも参加が可能な連帯である²³⁾。こういった連帯意識を作りだす共食は、柳田國男の描いたような前近代的な共食とは大きく様相が異なる〔柳田 1997〕。柳田の示す共食が、農漁村における地縁・血縁という成員間に自明のつながりをもつ共同性を強化させる営みであるのに対し、本稿でみてきた共食は、そのようなつながりをもたないものどうしが共同性の感覚を共有する、または共有しようとする食の営みである。国籍、文化、習慣などさまざまな点で異なる人たちは、孤立しながらも食をともにする。そのような食を通じた人々の交錯のありかたにはライフスタイルの多様化により分断された孤食を乗り越え、つながりを回復させるヒントがあるのではないだろうか。

しかし4-1で示したように、フード・ビジネスの経済的基盤はほとんどが小規模な家族経営に基づく脆弱なものであり、景気の変動などで失われてしまう可能性も大きい。だが、これらの営みはエスニック集団の文化を支える日常的な実践として機能していると考えられる。

食の記憶を通じて形成されたエスニックな意識は、本人たちにとっては身体の上に固く同定されたきわめて本質的なものとなっている。だが、そのような意識が形成される過程自体は、逆に構築されたものであるといえる。なぜならば、沖縄そばやフェイジョアードを食する行為は身体的で交換不可能な単独性を担保するが、それを沖縄人やブラジル人などのエスニック集団に共通する文化や習俗として認識させ、理解を強化していくのは、言説空間を通じてこそなされるからである。つまり、「それらの料理が沖縄／ブラジルのものであり、自分はその沖縄／ブラジルの文化集団の一員である」というエスニックな意識は、必ずしも「沖縄」、「ブラジル」などの名で呼ばれる絶対的な固有物でなく、地域的、歴史的な過程から作り上げられたものだからである。その意味で、食を通して形成された本質性は、構築された本質性となっている²⁴⁾。いわば一ひねりした本質性といえる。

しかしながら、そのような意識が想像の共同体に由来するものであったとしても、それがエスニックフード・ビジネスの実践者たちにとって深く自らの人生と結び付いたものとなっているのも事実なのである。さらに、Y 料理店オーナーは沖縄人とはみなされないという自覚をもちながらも、自らの舌（＝身体）に残る「沖縄」の味を糧に沖縄料理の店を営むことで地域の活性化に貢献している。構築された本質性であっても、それが人々と地域社会の活力の源となっている現実を無視してはならないだろう。

このように地域社会でビジネスを営む人々の生のリアリティに密着したものであるがゆえに、本稿でみてきたエスニックフードの取り組みは鶴見区というコンタクト・ゾーンにおける本質主義的实践として考えうる。

注

- 1) 沖縄からみた日本本土を指す名称。内地（注10参照）と呼ぶ場合もある。
- 2) 白地図無料ダウンロード（<http://www.freemap.jp/blankmap/>，2009年12月20日閲覧）よりダウンロードしたファイルを元に筆者が作成〔井上 2009〕。
- 3) 財団法人神奈川県国際交流協会の広報誌をもとに筆者が作成〔神奈川県国際交流協会 2003〕。
- 4) 第一次世界大戦後のサトウキビ価格の暴落により，沖縄県経済は大不況に陥り，県民は飢餓状態となった。毒抜きをしないと食べられないソテツを食べて中毒死する人が多かったことから名づけられた。県外への出稼ぎが増えたのもこの時期である〔宮城 2000〕。
- 5) 太字は調査対象地域関連のもの。
>
- 6) 沖縄県民と世界各地の沖縄県出身者との交流を目的とする全県の行事。古典芸能祭や親善スポーツ大会，ビジネス交流会や県人会リーダーによる会議・シンポジウムなど，さまざまな文化イベントが催される〔金城宏幸 2008〕。
- 7) オーナーが幼少期，青年期を過ごした地域を指す。成人までに移動の経験がある場合，これを“→”で示した。
- 8) ただし今回の調査では，日本標準産業分類上，「761 食堂，レストラン（専門料理店を除く）」「762 専門料理店」に相当する食堂や料理店を目的とした調査を行ったため，「765 酒場，ビヤホール」「766 バー，キャバレー，ナイトクラブ」に当たるアルコール飲料を提供することが主な店は含まれていない〔総務省統計局 2007〕。
- 9) 1945年以降に，ボリビア共和国に移住した沖縄県出身者が中心となって，1956年に同共和国サンタクルス県に建設した開拓移住地のこと。
- 10) 九州以北の日本本土を指す。そもそも外地に対する本来の領土，もしくは本国を意味する。近代以降の日本における外地とは，日本の属領や植民地であった外国の土地を指す。その意味では沖縄は外地とはいえないが，沖縄では九州以北の日本を「内地」や「本土」と呼んできた歴史をもつ〔原 2008〕。
- 11) Y 料理店では，オーナーの妻も従業員として勤務しており，このインタビューの際に同席して話をしていただいた。
- 12) 模合。沖縄における頼母子講の一種。複数の個人や法人がグループを組織して一定額の金銭を払い込み，定期的に1人ずつ順番に金銭の給付を受け取る借金・貯金の一形態であり，相互扶助的な役割も果たす。現在では定期的に集まって飲食する名目となっている場合も多い〔津波 2008〕。また海外移住した沖縄系移民のあいだでも金策手段としてさまざまな用途に活用された〔岡野 2008〕。
- 13) 一方で地域を超えたエスニックなつながりを元にした企業家どうしのネットワークもある。一例として，世界各地の沖縄にルーツをもつ人々による，世界的なウチナナンチュ・ネットワークの構築と，それを活用したビジネス展開や各種交流活動の促進を目的とする団体“Worldwide Uchinanchu Business Association（略称 WUB）”があり，対象地域にはその活動に参加している企業家も存在する〔新垣 2006；白水 2006；岡野 2008〕。
- 14) その日提供されている食事の一覧表のことを指す。
- 15) 主となる総菜に加えて白飯などのライスやみそ汁などスープが添えられるもの。定食。
- 16) 沖縄そばなどの麺類はセットメニューとなっているものを除き，一品料理とした。
- 17) 一般に物質や物体を意味するが，本稿では経済的交換によって価値をもち，さらにはその過程でさまざまな社会的な関係性や意味を担うような物質を想定して用いる。
- 18) E 料理店オーナーの説明によると，内陸国であるボリビアでは，シーフードはあまり食べられず，代わりにティラピアなどの川魚が食べられるという。
- 19) 一方で故郷の味をそのまま変えずに出している店もある。たとえば，ボリビア・アルゼンチン料理を出している L 料理店では，本場の味を正しく伝えるために，味の変更はしていないということであった。
- 20) 以下，強調点は筆者による。

- 21) ポリビア料理の一種。牛肉とトマトなどの野菜を長時間煮込んだもの。
- 22) 2009年8月、2010年8月に開催された角力大会の優勝者はモンゴル人であった。
- 23) このような差異も取り入れた非強制的で多様なかたちの新しいエスニシティのありようについてはスチュアート・ホールの議論が参考になる [Hall 1996]。
- 24) エスニシティの定義やその構築性については Isajiw [1974] や Martiniello [1995] または青柳 [1996] の議論が参考になる。

参考文献

- 青柳まちこ 1996 「「エスニック」とは」 青柳まちこ編・監訳 『「エスニック」とは何か——エスニシティ基本論文選』 新泉社, pp. 7-22。
- 新垣 誠 2006 「WUBと「オキナワ・ディアスポラ」——「オキナワ」・「日系人」という視点から」 レイン・リョウ・ヒラバヤシ, アケミ・キクムラ=ヤノ & ジェイムズ・A・ヒラバヤシ編 『日系人とグローバリゼーション』 人文書院, pp. 440-466。
- 伊藤泰郎 1994 「エスニック・ビジネス研究の視点——ホスト社会や既存の移民社会に対する外国人の主体的対応」 『社会学論考』 15:68-92。
- 小内 透・酒井恵真 2001 『日系ブラジル人の定住化と地域社会——群馬県太田・大泉地区を事例として』 御茶の水書房。
- 大島英子 1993 「ケイジャン料理——南ルイジアナのアカディア人の料理」 『園田学園女子大学論文集』 27:147-164。
- 大沼義彦 2003 「アイルランドにおけるスポーツの背景——エスニシティとナショナル・アイデンティティとの間」 『北海道大学大学院教育学研究科紀要』 89:89-103。
- 岡野宣勝 2008 「移民」 渡邊欣雄・佐藤壮広・塩月亮子・岡野宣勝・宮下克也編 『沖縄民俗辞典』 吉川弘文館, pp. 36-38。
- 2008 「WUB」 渡邊欣雄・佐藤壮広・塩月亮子・岡野宣勝・宮下克也編 『沖縄民俗辞典』 吉川弘文館, pp. 577-579。
- 尾崎正峰 2005 「スポーツ, 移民, エスニシティ——オーストラリアの研究動向から」 『一橋大学スポーツ研究』 24:57-62。
- 神奈川県国際交流協会 2003 「特集 かながわの中の沖縄」 『Hello Friends』 23:1-4。
- 岸 政彦 2004 「戦後沖縄の労働力流出と経済的要因——「過剰移動」論へのアプローチ」 『都市文化研究』 3:118-136。
- 金城須美子 2008 「ゴーヤー」 渡邊欣雄・佐藤壮広・塩月亮子・岡野宣勝・宮下克也編 『沖縄民俗辞典』 吉川弘文館, p. 210。
- 金城宏幸 2008 「世界のウチナーンチュ大会」 渡邊欣雄・佐藤壮広・塩月亮子・岡野宣勝・宮下克也編 『沖縄民俗辞典』 吉川弘文館, pp. 291-292。
- 京浜急行電鉄株式会社 2007 『ひと駅ごとに行きたいまち——京急線普通電車の旅 3 京急鶴見・鶴見市場編』 京浜急行アドエンタープライズ。
- 島田由香里 2000 「横浜市鶴見区における日系人の就業構造とエスニック・ネットワークの展開」 『経済地理学年報』 46 (3):266-280。
- 白水繁彦 2006 「ウチナーンチュ・スピリットのゆくえ——エスニシティで繋がる世界」 『コミュニケーション科学』 24:57-64。
- 砂井紫里 2004 「食事行動とその空間におけるアイデンティティ複合——中国東南沿海部・回族の一地域集団の事例から」 『早稲田大学大学院文学研究科紀要』 49:81-89。
- 高畑 幸 2003 「エスニシティとスポーツ——在日フィリピン人にとってのボクシングとバスケットボール」 『日本体育学会大会号』 54:43。
- 竹沢泰子 1994 『日系アメリカ人のエスニシティ——強制収容と補償運動による変遷』 東京大学出版会。
- 田中雅一 2009 「あとがき」 田中雅一編 『フェティシズム研究 フェティシズム論の系譜と展望』 京

- 都大学学術出版会, pp. 357-361。
- 津波高志 2008「ムエー」渡邊欣雄・佐藤壮広・塩月亮子・岡野宣勝・宮下克也編『沖縄民俗辞典』吉川弘文館, pp. 502-503。
- 鶴見区 2007『広報よこはま鶴見区版 鶴見区区制80周年特別増刊号』
- 2008「第2章 鶴見区における外国人区民の状況と多文化共生の課題について」『鶴見区多文化共生推進アクションプラン』鶴見区役所, pp. 4-9。
- 編 2009『新つるみ de 多文化』鶴見区役所区政推進課。
- 鶴見区史編集委員会編 1982『鶴見区史』鶴見区史刊行委員会。
- 寺田吉孝 2000「エイサー——関西に根づいた沖縄芸能」『民博通信』89:58-66。
- 中嶋 昭 1997『鶴見ところどころ——私の鶴見・近現代史』230クラブ新聞社。
- 成田孝三 1995「世界都市におけるエスニックマイノリティへの視点——東京・大阪の「在日」をめぐる」『経済地理学年報』41(4):308-329。
- 原 知章 2008「ナイチャー」渡邊欣雄・佐藤壮広・塩月亮子・岡野宣勝・宮下克也編『沖縄民俗辞典』吉川弘文館, pp. 371-372。
- 東日本電信電話株式会社 2008『デリータウンページ横浜市神奈川・港北・鶴見区版』東日本電信電話株式会社。
- 樋口直人 2006「多民族社会の境界設定とエスニック・ビジネス」『国立民族学博物館調査報告 多民族日本のみせかた——特別展「多みんぞくニホン」をめぐる』64:33-43。
- 広田康生 2003『エスニシティと都市』有信堂高文社。
- 黄慧瓊 2002a「大阪市の在日コリアンにおける食文化の民族的アイデンティティ（第1報）——行事食を主たる対象として」『日本家政学会誌』53(7):671-680。
- 2002b「大阪市の在日コリアンにおける食文化の民族的アイデンティティ（第2報）——日常食を主たる対象として」『日本家政学会誌』53(11):1097-1104。
- 松村圭一郎 2009「〈関係〉を可視化する——エチオピア農村社会における共同性のリアリティ」『文化人類学』73(4):510-534。
- 宮城晴美 2000「ソテツ地獄」「沖縄を知る事典」編集委員会編『沖縄を知る事典』日外アソシエーツ, p. 236。
- 三宅明正・羽田博昭（聞き手）2003「鶴見沖縄県人会の活動と沖縄出身者の生活——元会長安村正信氏と現会長大城康彦氏に聞く」『市史研究 よこはま』15:28-47。
- 柳田國男 1997『柳田國男全集』第21巻, 筑摩書房。
- 横浜市鶴見図書館編 1987『鶴見の百年』横浜市鶴見図書館。
- リッター, ジョージ 1999『マクドナルド化する社会』（正岡寛司訳）早稲田大学出版部。
- Appadurai, Arjun ed. 1988 *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Buchi, Victor ed. 2004 *Material Culture: Critical Concepts in the Social Sciences*. London: Routledge.
- Hall, Stuart 1996 New Ethnicities. *Critical Dialogues in Cultural Studies*. London: Routledge, pp. 441-449.
- Isajiw, Wsevolod W. 1974 Definitions of Ethnicity. *Ethnicity* 1(2):111-124.
- Martiniello, Marco 1995 *L'ethnité dans les sciences sociales contemporaines*. Paris: P. U. F.
- Ritzer, George 1993 *The McDonaldization of Society: An Investigation into the Changing Character of Contemporary Social Life*. California: Pine Forge Press.
- インターネット資料
- 池田たくじ 2004「鶴見・沖縄タウン紹介」
<http://taa.moo.jp/ryukyu/special/turumi.php?page=1> 2009年12月24日閲覧。

- 井上恵介 2009「白地図の無料ダウンロード」
<http://www.freemap.jp/blankmap/> 2009年12月20日閲覧。
- 大塚幸代 2003「@nifty：デイリーポータルZ：鶴見リトル沖縄さんぽ」
<http://portal.nifty.com/special03/04/30/> 2009年12月24日閲覧。
- 神奈川県県民部国際課 2009「外国人登録者市区町村別・主要国籍別人員調査表及び国籍別人員調査表」県内外国人登録者統計：神奈川県
http://www.pref.kanagawa.jp/osirase/kokusai/seisaku/2008_toroku.pdf 2010年1月2日閲覧。
- グルメ GyaO 2010「【グルメ GyaO】LA ESTANCIA-川崎/鶴見 その他各国料理」
<http://ggyao.usen.com/0003008640/> 2010年3月30日閲覧。
- 総務省統計局 2007「日本標準産業分類（平成19年11月改定）」
<http://www.stat.go.jp/index/seido/sangyo/19-99.html> 2010年1月5日閲覧。
- 法務省入国管理局 2009「平成20年末現在における外国人登録者統計について、【第1表】国籍（出身地）別外国人登録者数の推移」
<http://www.moj.go.jp/content/000008047.pdf> 2010年1月2日閲覧。
- 松山雅臣 2009「本土における沖縄県民の文化継承に関する研究——神奈川県・川崎市の沖縄コミュニティをケーススタディとして」
http://www.itailab.se.shibaura-it.ac.jp/kankyo_system/event/event2009/kougai2009/data/pdf/r05086.pdf 2009年9月10日閲覧。
- 横浜市統計ポータルサイト 2010「1 横浜市の世帯数と人口」横浜市人口ニュース（No. 1003）
<http://www.city.yokohama.lg.jp/ex/stat/jinko/news1003-j.html> 2010年3月30日閲覧。
- 横浜市市民活力推進局区政支援部窓口サービス課 2010「横浜市区別外国人登録人口（平成22年2月末現在）」
<http://www.city.yokohama.lg.jp/ex/stat/jinko/non-jp/new-j.html> 2010年3月30日閲覧。
- 横浜市都市経営局政策部政策課 2010「横浜市区別外国人登録人口（平成21年12月末現在）」
<http://www.city.yokohama.lg.jp/ex/stat/jinko/non-jp/0912-j.html> 2010年10月29日閲覧。