

## グローバル・スシ の行方

佐藤 寛

まだ我々のような「在外赴任者・出張者」と日本人観光客向けのものだった。それから四半世紀。日本食の「健康」イメージ、「クールジャパン」との相乗効果もあり、ロンドンでも至る所に「スシ」「ベントー」の看板が目につく。イギリスに限らず欧米では「スシ」は単なるエスニック・ブームではなく、日常的な外食文化の一部になりつつあると言っている。こうした店で提供されるスシのなかには日本人的には「とんでもない」ものも少なくない。私はこれらを「なんちゃってスシ」と呼んでいるが、これこそ、まさにスシのグローバル化した姿なのである。

### ●数々のチェーン店

数年前からロンドンに本の買い出しに来るたびに気になっていたのが回転寿司の「ヨ！スシ」である。このチェーンは最近ではロンドン市内の主なターミナル駅や空港のかなり目立つところ、主要観光地などには必ず出店している。システムは日本と同じで、色違いの皿ごとに値段が決まっていて一皿一ポンド（約一三五円）が一番安い。カッパ巻きやトロなど日本風のものはもちろん、海外のスシネタとしておなじみのアボカドもあれば、イギリスではトロ以上に人気のサーモンもある。



ITSUのサーモン巻き寿司。  
2.24ポンド（約300円です）高いかな？

魚のネタはそれほど多くはないが、天ぷらやローストビーフを載せたものも流れてくる。小皿のチャーハン、焼きそば、どら焼き、大福も流れてくるし、注文すれば鴨うどんが食べられる。他方、繁華街のスターバックスなどのコーヒESHOPPの並びによくあるのが明るいガラス張りのカフェ形式の「Wasabi」と「itsu」である。ここでは日本のコンビニのスシ弁当のようなパック入りのにぎりや巻き寿司の詰め合わせがテイクアウト出来ると同時に、温かい焼きそば、チャーハン、ミソスープなどがテーブルで食べられるのが特徴である。さらに「セインズベリー」「テスコ」などの有力スーパーマーケットチェーンには、サンドイッチの隣にスシ弁当のコーナーがある。なぜかこうした弁当には「えだまめ」がつきものである。これらのスシの味は日本人としては「……」で、特に安いにぎり寿司のご飯には閉口することがしばしばである。冷蔵ショーケースに入っていると冷たいうえにびちゃびちゃなのである。ある日本人は、回転寿司のローストビーフ握りを食べて、「シャリさえなければおいしいのに」と言った。

### ●誰が食べに来るのか

こうした「なんちゃってスシ」を筆頭に日本食は結構はやっているのだが、食べに来ているのはほとんど日本人「ではない」。これが私には驚きだった。日本食屋に日本人が来なくて商売が成り

立つのだろうか。だが、成り立つのである。だから「グローバル・スシ」なのだ。日本食系ではラーメンを主体とした「WAGAMAMA（ワガママ）」もイギリスの主な都市にあり、日本の大衆食堂のような大テーブルに相席しながらイギリス人が箸を操っている。スシを含めてこうした「なんちゃって日本食」屋は、それでも「日本食」なので、価格帯は普通の大衆レストランよりは高めである。だから、客に学生は多くなく、白人の、少しインテリ系の人为中心な顧客となっているように見受けられる。あるとき、ヴィクトリア駅構内（東京駅八重洲口に当たるだろうか）の「ヨ！スシ」で食べていた私の隣で、かなりおめかしした妙齢の（アラサー？）女性が三皿ほどを積み上げてワインを片手に、*to go*を聞きながらキンドル（電子書籍）で本を読んでいた。スシは「クール」に欠かせない道具なのだ。



ヴィクトリア駅のYO！Sushi（左側 WHSmithスーパーの2階）

さとう かん／アジア経済研究所在ブライトン海外研究員

専門は、開発社会学、地域研究（イエメン）。開発援助プロジェクトの社会的影響を中心に研究。最近ではフェアトレード、BOPビジネスなど途上国と先進国とを結ぶ「ビジネス」にも関心を持って研究している。



## ●グローバル・スシの行方

欧米社会にはこうして「スシ」が浸透しつつあるのだが、これに対して「本来のスシではない」と嘆いたり、「偽物追放」キャンペーンを海外でするなどの本家意識は捨てた方がよいだろう。むしろ、寿司がどのようにグローバル化し、変遷を遂げていくかを楽しみながら観察し、その変化が「なぜ」起こるのかを分析する「グローバル・スシ」研究が必要な時期になっているのかもしれない。英語のグローバル化につれて、ブローケンイングリッシュが流通する時代である。日本人がジャパニーズ・イングリッシュを胸を張ってしゃべるためには、「なんちゃってスシ」を認める度量が必要なのではないだろうか。