

〈書評〉

小林真樹 著

『日本の中のインド亜大陸食紀行』

(阿佐ヶ谷書院, 2019年5月発行, 319頁, 2200円+税, ISBN 978-4-9907986-1-1)

鄭 梓 鈺

いま、日本は空前のカレーブームである。カレーのチェーン店が全国展開し、スパイスカレーといわれるニッチ的な業態の勃興もあって、従来からあるチェーン店、洋食堂やホテルでのメニューに加え、ビジネスホテルのサービス朝食まで「朝カレー」がメニューの常連となっている。以前は店舗数も少なく高級イメージだった「インド料理レストラン」も様変わりし、地方都市の郊外のこんなところにも思われる場所にも小さな店が開業しては閉じる競争の時代に入った。

評者は中国福建省からの留学生で、東京の日本語学科・専門学校で学んだのち、関西大学大学院で地理学を専修し、日本におけるインド料理の発祥から現在までの系譜や立地を文化地理学的な視点から研究したいと思っている。私がこのテーマを選んだきっかけは、中国ではカレー店がほとんどないのに、東京に暮らしてみると、じつに多様な南アジアレストランがあり、その経営者も顧客も、南アジアの人が多いのには驚いたことである。2019年9月に大阪に来ると、今度は、日本人オーナーが日本人相手につくる創作カレーである「スパイスカレー」の店が、居酒屋・スナックなどの狭い空間を間借りして週のうち限られた曜日・時間帯だけ営業する店を知ることになって、ますます日本のカレー文化への関心が湧き上がってきた。そんな評者のカレー研究入門のための本として、指導教員から薦められたのが本書である。

著者の小林真樹氏は、インドなど南アジアや東南アジアの食器や調理器具を輸入販売している有限会社アジアハンター代表である。この本では、これまで筆者がビジネスのため、在日の南アジアの人々を実際に訪問し蓄積してきた南アジアの食文化や食材流通の知識と感覚が際立っている。いわゆる市販のグルメ本、食べ歩き本、レシピ本とは一線を画する。「インド亜大陸」にはまった人には奥深い地域色豊かな料理を食べ歩き、その文化や背景、はたまた創業の動機などを知ることが出来るガイドブックとなっている。

筆者は、北は北海道から南は沖縄まで、店舗はもちろん、オーナーの自宅、祭りの場や、モスクなどを訪れ、彼らと交流してきた軌跡を地域色豊かなインド亜大陸の料理や店構えのカラー写真、オーナーとその家族や調理する人びとのとびっきりの笑顔のポートレートをふんだんにとりいれて紹介している。わが国ではインド料理として一括されてきたものを、インド、パキスタン、ネパール、バングラデシュに大別する（なぜだかスリランカにはほとんど言及されていない）。

日本の「インドカレーのレストラン」の多くがネパール出身者の経営であることはよく知られている。チベット由来のモモというネパール式餃子はそのメニューアイテムにはいつていること

からも推測できるが、日本人を意識してナン（タンドールという特殊な釜で焼いたイースト入りの精白小麦を焼いたパン）やタンドリーチキンが多くの店で定番メニューとなっているのも共通する。本書ではこの日本のインド料理の特色を、数多くのネパール人経営者の来歴や創業動機からあぶりだしてくる。

また、関東地方や富山県に多いパキスタン料理店の多くが、彼らが得意とした中古車輸出ビジネスの兼業として始めたこと、近年増えてきている「南インド料理」という範疇が、南インド出身の IT 技術者による異業種参入によっている場合が多いことも本書で初めて知った。

章立ては以下の通りの 4 章構成である。筆者の写真入りのブログ記事が元になっていることもあって、その章の中は、いくつかのトピックが寄せ集められている。「インド人家庭に潜入・単身者編」「北関東イフタール紀行」「躍動する福岡ネパール社会」「スープカレーとネパールカレー」など、かなりマニアックな内容が満載である。

はじめに

第 1 章 日本に於けるインド亜大陸食材店

第 2 章 東京に於けるインド亜大陸

第 3 章 東日本に於けるインド亜大陸

第 4 章 西日本に於けるインド亜大陸

おわりに

「はじめに」で著者はこの領野にのめりこんだプロセスを吐露している。1991 年に初めてインドとネパールへのバックパックの旅をし、その後、「帰国後もインドとその周辺国の幻影がフラッシュバックのように脳裏に浮かんで消えるように」（4 頁）になった。再びインドに行きたかったが、なかなか行くことがかなわなかった。代わりに足が向くようになったのが、日本国内においてインド料理店、食材店、イベントといった「インド的成分が補給できる場所」だった（4 頁）。

この経験は 3 つの段階を経たと著者は述べる。第一段階が店に行ってお店の人と現地語で話してみることに、第二段階が気に入った店にしばらく通っているうちに店の人オーナーやコックさんと顔なじみになって話題も「食」にかたよって行く段階、最後の段階は、より現地を濃厚に感じられる店、日本人相手じゃない店を探して歩く段階である。第 3 段階は現地人経営による現地人相手の店といえよう。

「やがてこの手の特殊かつ味わい深い店を訪ね歩く行為そのものが、実際のインド周辺国への旅で感じるのとは別種の、新たな感動を与えてくれることに気づかされていきます。何気ない地方都市にたたずむインド料理店に内包される発見と驚き、感動と興奮、内部事情とその深い歴史」（6 頁）に思いをはせて、国内のインド食旅それ自体が目的化し、現実のインド旅以上に面白く感じるようになる」と著者は述懐する。

この本を読むと、2019 年現在の日本国内の南アジア食の状況の最新情報がわかる。ただ、グ

ルメ本にあるような店の基本情報（住所、電話、地図、営業日など）はいっさい書かれていない。著者はインド亜大陸に対する情熱、好奇心をこの本を通じて読者にぶつけていると感じた。インド文化、エスニック食に興味ある人たちはこの本を読むことがおすすだ。その点では、巻末に店名とその所在都市の索引が欲しかった。

第1章では、南アジア系の食材店を詳細に紹介している。食材店の棚は、そこを利用するインド人の地域性や出身地別の勢力分布、また、国外において彼らが日常的に必要とするものが何かを仔細に教えてくれる重要な情報である。さらに著者は、業者にインタビューして今の南アジア食材事情を明らかにしようと試みる。

インド食材店では、米、小麦などの全粒粉、油、豆、スパイスなどが主な商品であるが、日本のインド人しか経験しないことにも注目する。例えば、日本のインド食材店でよく販売しているバスマティ（香り米）は高価で、インド本国では日常食ではないことなどである。

インドの食材商社の社長とのインタビューでは、彼がこのビジネスを始めたきっかけは、素食主義のジャイナ教徒が同胞のための輸入食材に商機を感じたことであるという。日本にネパール人経営の店が多いのは、インド人オーナー店が増えないというより、ネパール人オーナー店が急増しているからだと彼は考えている。また、東京では、近年、南インド料理店が次々と誕生しているが、せいぜい30軒前後でマーケットとしてのボリュームはまだ小さいという。

もう一人の社長インタビューでは次のようなことが語られる。東京の新大久保ではアジア系やアフリカ系のムスリム人が集まる。1988年頃、今みたいにハラールの食材店が全く無かったので、米と豆だけを食べてすごした。商売をしている知り合いがいるうちにと自分も商売を始めた。最初の頃はアフリカ人や中国人もいたが、最近はベトナム人とネパール人が多いという。

ネパール食材店では米にまじって、そば粉、保存米、インスタントモモ、マサラ、羊肉といった食材から、祭礼用品、食器までいろいろな商品を並べている。ただここで販売されている米は、オーストラリアやアメリカなどから輸入された極端に安いものであるのに驚く。

バングラデシュ食材店の棚では、油、スパイス以外は他の南アジア食材店で見られない魚も常備している。バングラデシュ人の魚好きは有名で、食材店の冷蔵庫には販売用の淡水魚がぎっしり詰まっている。

「昨今ネパール人やバングラデシュ人経営の食材店の急増ぶりが目立つ一方、パキスタン食材店の店舗数は往時に比べて減少傾向にあるように感じられる」（35頁）と著者は述べている。そのパキスタン食材店では、スイーツや冷凍肉などの食材を備えている。

日本のハラールビジネスの始祖のパキスタン人とのインタビューも興味深い。80年代にパキスタン人が増えてきたが、皆ハラールの肉に困っていた。ハラール食品は、ムスリムがお祈りして首をカットしなければならない。そのため、彼が商売を始めたという苦労話が語られる。

第1章を読むとインド食材店に行ったような感じに襲われる。地域によって売るアイテムが異なり、経営者たちの創業動機も、宗教的禁忌から特殊な輸入食材の需要を感じたのは興味深い。

第2章では、東京を中心としてインド料理店、イベント、南アジア人の家まで行って食事を楽しんだディープな食紀行である。「店の増加に伴い提供される料理ジャンルは細分化されていく。

昔は「インド料理店」しかなかった呼称が、やがて「北インド料理店」と「南インド料理店」に分かれたように、更なる増加が経営者の出身地を反映した地域性豊かなインド料理店の出現をうながす。南インド料理店という呼称が既にある程度定着したかに思える東京では、ここ数年さらなる細分化が進みつつある」（50頁）と著者は述べる（「東京南インド料理三昧」）。

北インド料理店より数が少ない南インド料理店は一体どのような存在なのか。これを明らかにするため、著者は東京におけるいろいろなジャンルの南インド料理店に潜入する。南インド料理と言っても地域によって料理は違う。南インド料理の一つのアーンドラ料理の特性は酸味と辛味を重視する。ケーララ料理は他のインド各州料理の中でもとりわけ重層的で多様。アラビアのムスリム料理の影響を受けて海産物を使ったカレー、ヤシから作られるお酒やバナナの葉に盛られた料理など地域性が溢れる。タミル料理を特徴づけるのはやはり青いバナナの葉を皿として使う文化である。もちろん南インドの他州でもバナナの葉は皿としてよく使われるが、タミルでは定番のミールス（一皿に盛った定食）以外にもビリヤニ（米に肉・魚を加えた炊き込みご飯）や軽食などにも用いられる。カルナータカ料理店はインド国内外見渡しても数少ないが、東京にはカルナータカ料理を他の南インド料理と一緒に提供する名店もある。マンガロールは従来トルナドゥ文化の中心地として有名なアラビア海に面した街で、混交する様々な周辺文化の影響からインド有数の食都である。またゴア料理はインドでもメジャーな地域料理ある。長らくポルトガルの植民地だった影響で、文化面でも濃厚にポルトガル色が感じられる。

ここ数年、首都圏での南インド料理店の増加が著しい。最近目立つのは、飲食以外の本業を持つニュータイプの南インド人経営者の台頭だ。主にIT技術者として自国で経験しなかった飲食店を始めた例が多い。こうした動きは北インド料理店にはあまり見られない。北インド料理を提供するネパール人と競争して同じようなメニューが乱立する状況に比べ、南インド料理は未開拓なだけに商機がある。また、副業として経営にも余裕があり、自己実現性の追求が可能であると著者は考えている。

こんなデータを掲載している。2018年、東京に住んでいるネパール人は26,157人、中国人、韓国人、ベトナム人、フィリピン人に続く堂々の第5位である。更に興味深いのは、ここ10年の間に、新宿区内在住の外国人のうち、ネパール人が2007年の第9位から2018年には第3位になったことである。新宿区新大久保には専門学校や日本語学校が多く、勉強に忙しい留学生に料理を提供するネパール料理店が集まっていること、経営者は居酒屋勤務経験が多いことから、居酒屋風の接客もしているのが特徴である。安アパートが密集する阿佐ヶ谷にネパール人学校が開校したが、経済力を持つネパール人は日本で長く働いて食生活も日本化しているため、このエリアは新大久保のようなネパール料理店の林立にならなかったという指摘は面白い。

「東京スィク寺院のランガル」（78-82頁）は、著者は東京と神戸の寺院で経験した話である。「布で頭を覆っている信者達は礼拝をして賛歌吟詠などが終わると参拝者全てに無料で食事がふるまわれる。メニューはタワ・ローティー、ダールマッカニー、アルマタル、ライス、マンガアチャール、みかんという内容で、日常的に食べられている菜食の純正パンジャブ料理である。東京の多くのスィク教徒は仕事で直接来日した人が多く、神戸のように数世代住み続けている人

は稀だという点が食事の違いも現れている。

日本国内にも出身地別に様々なインド系団体が存在している。「在日インドコミュニティ・イベントを食べ歩く」(83-93頁)では、著者は珍しい祭礼料理と出会う。ベンガルコミュニティのイベントでは、黄色いお菓子や料理を食べる習わしがある。タミルコミュニティのイベントでは、ジャガリやミルクで甘いお粥を作るとき、火の上であえて沸騰させて吹きこぼれるようにする。これを縁起がいいとするアーンドラコミュニティの新年祭では、伝統的なアーンドラ料理を食べる以外は、ニームの葉、ヤシ糖、タマリンド、青マンゴー、塩という6種の味からなる複雑な味わいの食べ物は祭礼食の白眉である。

料理店にいたり、イベントに参加したりしている著者は、これにとどまらずインド人やネパール人の家まで訪ねて家庭料理を食べさせてもらう。そのインド人は、長年の付き合いで何度も自宅訪問している仲の良いインド人の友達だった。レストラン経営者からインド人食材輸入商社の社員、IT企業に勤める人たちにまで食卓を共にすることで、インドのいろいろな家庭料理の様子だけでなく、海外に住むインド人の生活状態も知るようになったという。

「魅惑のインド菓子の世界」(118-125頁)では、インドの各地の銘菓が紹介され、原材料や作り方も詳しい。インドのお菓子ではベンガルとパンジャブが有名だが、日本にもインド式菓子店があることにも驚いた。

都内のベンガル料理の差異にも注目する。著者は「同じくベンガルでも、ムスリム的な外食料理という点で西ベンガルとバングラデシュが国境をまたいで共通するのは興味深い」と述べる。確かに食文化は国によって異なるが、地理的要因で食文化を左右されてきたことも真実である。その一方で、ふだんのベンガル料理とコルカタの都市料理との違いも明瞭だ。

インド・ネパール料理店開店の背景には、ビジネスビザの取得が大きく関係する。開業資金をいかに調達し、物件はどのように探すのかを著者は経営者に聞き、料理店の業態やビジネスの展開の方法、店のインテリアにも注目する。

第3章は著者が北海道から名古屋まで食べ歩いた経験である。スープカレーは北海道の名物であるが、最近、ネパール風のスープカレーも目につくようになった。「日本人経営店で勤務していたネパール人が独立した際、スープカレーも取り入れた店にするという、ひとつの系譜が垣間見えてくる」「北海道スープカレーとネパールカレーの交互に影響し合う混交ぶり、他の地域にはないユニークな進化を遂げていて今後の動向が気になる」(165頁)という鋭い指摘もある。

かつては駅裏と言われた仙台駅東口には、専門学校、日本語学校が集中し、ネパール人留学生も多く居住し、ネパールの安食堂が増加しつつある。

イスラムの断食明けの食事(イフタル)は、ムスリムではない人たちにとっては馴染みがない。南アジアのムスリムが多い群馬県、茨城県、千葉県、富山県、新潟県のモスクでイフタルの光景を筆者はいきいきと記している。

ナンは日本のインド料理では定番だが、インドの家庭ではあまり食べられず、全粒粉を使ったチャパティやローティーの粉食が主流である。全粒粉で作られたチャパティは精白粉で作られたナンより健康にいいとインド人がよく言う。また、ネパール人は自国でナンを食べたこと

もなかったが、「インド・ネパール料理店」でナーンの美味しさを知るようになったという。これは興味深い。

いずれのルポを読んでも、経営者たちの開店動機、海外に働くの辛さが語られるとともに、日本での生活に対するプラス思考が印象的である。もちろん地方におけるカレー店の分布は東京より疎であるが、地元のカレーと南アジア料理の融合は新しい動きとなっている。

第4章は西日本のカレー専門店の食べ歩きである。大阪におけるムスリムレストランから沖縄のインド料理店まで紹介する。神戸のスイク寺院は長い歴史を持ち、日本のインド文化の心臓部である。掘れば掘るほど様々な事物が立ち現れる。インド人邸宅の日本人家政婦についても紹介している。戦前から神戸に移り住んでいるインド人たちはかなりの富裕層で、インドでは何人ものサーバントを従えていたはずである。日本に住んでいるその人たちはインドからサーバントを連れてくるの代わりに日本人の家政婦を探した。

地方でも続々とインド系レストランが誕生している。これは第一世代的な店の功績も大きい。珍しいことに、沖縄でもヒンドゥー寺院があり、集まっている人たちの多くは、現在パキスタン領土内のハイデラバード出身である。大半は沖縄返還前に主に香港から渡って来た人たちで、最初から現在のような自営業ではなく主に香港ベースのアパレル系企業が沖縄に支店を構えるのに伴い駐在員として来日したという共通項をもつ。しかも、沖縄の日本語学校でもネパール人が多いためネパール人学生食堂も商売として成り立っている。

本書は食紀行の形をとりながら、歴史、地理、食文化、芸術、社会などの分野に触れている。小林氏は日本をくまなく食べ歩きした際、様々な飲食情報をもらい、日本の中の南アジアの人との接触に通じて、彼らの食生活の現状、彼らの来日の経緯を知るようになった。しかも本書には、日本の中の南アジア人の分布、イベントの開催情報なども満載で、食材の流通、宗教との付き合い方まで経験知から驚くほど詳しく述べられ、今後の日本型インド料理の発展方向も予想している。本書は旬のインド料理を食べたい人にとって役に立つのみならず、学術分野のファーストハンドの資料としても有用である。

(関西大学大学院文学研究科・博士課程前期課程)