

特別寄稿

デフレ経済下における ラーメン屋の展開に 関する一考察

ペンネーム

碓田 素州

おしめし

大袈裟なタイトルですみません。でも、不思議じゃないですか。バブルが崩壊して一〇数年、数多くの会社が倒産し、お役人の給料までもが削減される御時世なのに、どうしてラーメンは高値安定のままなのでしょう。筆者が北海道に流れ着いたバブル経済末期には、札幌市のラーメンは内税も外税も六〇〇円が標準的な価格でした。それまで関東北部の地方都市（でも地価と労賃は札幌より高い）に暮らしていた筆者にとって、ラーメンとは五〇〇円玉でお釣りの来るメニューであったので、割高な印象を強く受けたものでした。その後、消費税率が5%に上昇した頃から、七〇〇円（一六・七%も上昇）が標準となって現在に至っているようです。七〇〇円という金額は、絶対的に高い金額とは言いませんが、少なくとも札幌のラーメンに七〇〇円を払う価値はないと思います。世の中、ラーメン好きの方は多数いらっしゃいますし、雑誌やTV等を通じてラーメン屋の情報も数多く溢れておりますので、今回は、どこぞこのラーメンはうまいというようなことよりも、むしろ、あるべきラーメン屋像について、あくまでラーメン好きの一人の客として、筆者なりの疑問と意見を述べさせていただきます。

そういえば、筆者が学生時代のNHKラジオ英会話の例文で、さっぽろ雪祭りを題材に「ラーメンが一、〇〇〇円以上もするのはおかしいと思います」（英語で書けないのが悔しい……）というような例文があったと記憶しています。札幌のラーメン価格は国際問題にまでなっているようです。

過熱するラーメンブームのなかで

周知の通り、ラーメンはカレーライスとともに我が国の国民食です（同時にインスタント食品の代名詞であり、不健康な食生活の象徴でもあります）。両者とも口にしないで生活することの方が困難なくらいポピュラーな食べ物ではないでしょうか。それにしても、近年のラーメンブームはいささか狂乱的であります。旭川・和歌山・徳島・久留米・尾道等々、いわゆる「ご当地ラーメン」は流行色のように毎年とってかわり、コンビニエンスストアに行けば、従来からのインスタントラーメンに加えて、こうした「行列ができる店」のカップ麺までも並んでいます。TVでは、体育が苦手でアニメが好きで血圧の高そうなマニアたちが「通算××杯完食」「全国××店制覇」と井の隅をつつくようなウンチクと食べた数を競い、「下痢が止まらなくなったポール牧」みたいな顔をしたラーメン屋のオヤジが、究極の食材なるものを求めて、あた

かも足寄出身のセンセイのように恫喝しながら全国を行脚するなど、食べる側も作る側も何かを間違っているようです。こうしたことを背景に、数多く出版されているラーメン屋のガイドブックのなかには「美味い店の条件」として、「店主が無愛想」などという項目を掲載しているものまであり、もはや末期的症状の様相をみせております。客は、単に、美味しいラーメンを気軽に食べたいだけなのに、何でオヤジの顔をうかがいながら食べなくてはいけないのでしょうか。

職業には原則として貴賤はないと思いますが、TVの貧乏番組にみられるように、飲食店のなかでも、特にラーメン屋とは「俺にだってできる」という人生士依際の側面があるためか、そうしたコンプレックスの裏返しにラーメン屋の横柄な態度をもたらしているのかもしれませんが。

一般的な飲食店のなかでも、敷居が高いものの代表格は寿司屋であると思いますが、江戸前の寿司も、もとは屋台のファストフード、すなわち庶民の気軽な大衆食であり、現在でも東京都内の簡易宿泊所密集地帯周辺の立食い寿司にその名残が見られます。それがいつしか、調理が単純であることが災いしてか、「奥の深さ」を強調し、料理よりも料理人が前面に出てくるようになり、高額（高級ではない）料理になってしまいました。現在のラーメン屋のおかれた状況も徐々にこれに似かよってきています。寿司屋に関し

ては、御存知の通り、二十世紀初頭のフォード的大量生産様式を備えた回転寿司の台頭により、従来の存立基盤が崩壊しつつあります（驕れるものは久しからず）。やがてはラーメン屋も、何かにとってかわられるのでしょうか。カップ麺だつたりして・・・。

▼ ラーメン屋の町としての札幌

いまでこそ、全国各地でご当地ラーメンが花盛りですが、その元祖はなんといっても札幌でしょう。筆者が子供の頃（第一次オイルショックの頃ですね）、ラーメンで想像できる地域というのは、札幌サッポロ、サッポロ、サッポロいちばんぐんという単純なフリーズと藤岡琢也の不自然な笑顔が印象的なインスタントラーメンCMのせいもあり、札幌のみであったと思います。横浜や博多などの地域性を売り物にしたインスタントラーメンが関東地方のCMに登場するのは、第二次オイルショックの頃になります。札幌におけるラーメン屋展開の概略を記述すると以下のようになります。

- ① 大正末期：ロシア革命を逃れた中国系料理人による導入
- ② 昭和初期～戦前期：喫茶店メニューとしての定着
- ③ 昭和二〇年代：大陸引揚者によるラーメン屋の急増と炒め野菜トッピングの普及

（喫茶店メニューからの撤退）

- ④ 昭和二十九～三十年：雑誌媒体による全国紹介

（味ではなく、ラーメン屋数の多さによるもの）

- ⑤ 昭和三〇年代中盤～四〇年代前半：経済成長が進むもて味噌ラーメンが誕生・定着

（札幌ラーメンの確立）

- ⑥ 昭和四〇年代中盤：札幌オリンピック開催によるラーメン横丁のスキノ移転

（観光客向けメニュー化）

こうして、昭和五〇年代以降も観光客への一発勝負を念頭にしたボツタクリを中心とする展開が地域住民をも飲み込んだまま現在にまで至ります（まさに北海道の歩みそのものだ！）。ここで、札幌特有の要件として、一部ラーメン屋の製麺工場化による大量生産が大きく影響していると考えられます。このラーメン屋の暖簾にもたいてい「××製麺」と書いてありますよね。ラーメンのレーゾンデートルである麺の生産を、ほとんどのラーメン屋が外部委託しているわけで、まるで購入飼料に依存しながら規模拡大する畜産経営のような虚しさがあります。これは、さぬきうどん（地域と農業四〇号参照）が多数の小規模家内工業の製麺所を中心に成立していることにより、麺そのものを大事にしているのとは対照的な姿です。食文化とはこういうことを指すのではないのでしょうか。

あるべきラーメン屋像を求めて

対観光客向け一発勝負型展開の札幌のラーメン屋が、このままでは衰退へと転じることは、現在の道内主要観光地の惨状、というか北海道経済そのものの惨状を見れば、想像に難くないと思います。本節では、あるべきラーメン屋像のヒントを、札幌のラーメン屋に欠けているものは何かという観点から、内地の事例を参考に考えてみたいと思います。



(一) 当地ラーメンの町・栃木県佐野市

佐野ラーメンといえば、青竹打ちの麺としょうゆ味のあっさりスープが標準的スタイルです。価格はご当地ラーメンブームで上昇しましたが、それでも税込み五五〇円が標準です。佐野のラーメンは大正初期に、札幌と同様に中国系料理人により導入されましたが、もともと関東北部は小麦作地帯であり、うどん文化が発達していたため、手作りの麺を主役として大切にし、麺とうまく絡み合い脇役に徹するすっきりとしたスープから成るラーメンが形成されたと考えられます。この点が、もともと麺類文化の希薄な北海道や九州各地のスープばかりを強調するご当地ラーメンとの明確な相違点といえます。佐野ラーメンと札幌ラーメンの違いを簡潔に表せば、佐野ラーメンは自然・健康であり、札幌ラーメンは不自然・不健康です。筆者のような中年になると、手づくりの味がする佐野ラーメンと動物性油脂と化学調味料にまみれた札幌ラーメンとの身体への影響の違いは明白に実感できます。ぜひ一度、現地で食べてみてください。

(二) 大衆中華料理店のラーメン・東京都特別区

ごこの町でも、日本人調理人のいる大衆中華料理店がある

と思います。東京都特別区の東部および北部におけるこうした店のラーメン（しょうゆ味）の相場は税込み四〇〇円です。筆者が食べたなかで最も安いものは二七〇円（北区赤羽）でした。もちろん製麺所から麺を購入しておりますが、けっして不味くありません。少なくとも札幌のラーメン屋で食べる「昔風ラーメン」などという偽ブランド品みたいなものと比べたら格段に美味ですし、店員の態度も謙虚です。どうして地価も労賃も高くても水もまずい東京で四〇〇円でできることが、札幌では七〇〇円かけてもできないのでしょうか。お役所天国の北海道では、タクシー料金みたいにラーメン価格も認可制になっているのでしょうか。

（三）筆者が感激したラーメン屋 岩手県宮古市

宮古市は三陸海岸沿いにある人口約五万人の狭い港町ですが、駅前の商店街から少しはずれた住宅街に「たらふく」という小さく地味なラーメン屋があります。メニューは中華そば税込み四五〇円のみで、チャーシュー麺はおろか大盛りさえありません。調理場では酪農学園大学でコメ流通を研究しているような雰囲気のお店が、真剣にラーメンを作っており、自ら客の元まで謙虚な態度で運んでくれます。肝心のラーメンはというと、まず、①手打ちの細麺が店名のごとく通常の三玉分くらい大量に入っています。②大量の麺により表面張力ぎりぎりまであるスープは、あっさり

すつきりした塩に近いしょう油味です。そして、③トッピングは小さなチャーシュー二枚と少量のメンマ・ネギと面積四・五平方センチメートル程度の二等辺三角形に切られた海苔のみです。見た目にはとてもバランスが悪いですが、食べてみると、細麺がスープと絶妙に絡み合っており、するすると喉を通っていく、麺を食べ終わるとほぼ同時にスープが無くなります。このことは、佐野ラーメン同様、いやそれ以上に、あくまで麺が主役であり、スープもトッピングもあくまで主役を引き立てるための脇役であり、自慢の麺を最高の形で一杯の丼に入る限界まで充分に味わってほしいとでも主張しているように思えます。当時、ところけるチャーシューのようなトッピングが好きだった筆者は目の覚めるような思いで必死に大量の麺を食べたと記憶しています。

おわりに

本来、ラーメン屋というのは、一人でも、家族連れでも、カップルでも気軽に入れるとても包容力のある飲食店だと思います。でも、近年のラーメンブームのなかで、特に札幌を代表とする北海道のラーメン屋は、居心地の悪い店が多く、とても残念に思います。そして、ラーメン自体も、麺は相変わらず外部購入で、スープはコクも求めるあまりに味の不自然さが際立っています。

行列に並んでみると



- ①. 江夏みたいな店主は、自ら調理はせず、店内にニラミをきかせている。時々、ケ-タイど「今日は360食行くぞ!」なんて言っている。
- ②. 調理場では、工業高校を中退したようなオ-サンたちが、ロンブ-みたいな髪型をして、分業化した持ち場を働いている。「秘伝の「味の素」担当」なんていうのがない?

札幌出身者にオリンピック以前の昔話を聞くと、「丸井さんで買
い物をして、おみやげにとうまを買って、だるま軒でラーメン
食べて帰る」というような思い出を、とても楽しそうに話したり
します。一ラーメン屋の類い希なる情熱により味噌ラーメンが誕
生したことで札幌ラーメンが確立し、高度経済成長のなかで庶民

が買物や外食を楽しめるようになったのもこの頃です。現在、
我々が行っていること、例えば「某ラーメン屋の行列に観光客と
一緒に一時間並んだあげく、自動販売機で食券を買って、未熟練
のあんちゃん達が作った脂っこいだけのラーメンを、急かされる
ように食べて帰る」なんていうのが、何十年か後には良い思い出
になるのでしょうか。そうは思えませんよね。

これは筆者の思い込みですが、ラーメン好きの方は、孤独を愛
し、探求心と向上心が強い人が多いと思います。少なくとも、い
い大人が集団で頭にターバン巻いて奇声を発するカレマニアの
ような思慮分別のみじんもない行動などせずに、自分で考えて行
動する方々であると思います。この駄文を読んで少しでも共感さ
れる方がいらしたら、せめて食べる側が行動を示すこと、例えば、
納得いかないラーメンはしっかりと残し、その店には二度と行か
ないこと、などをやってみてはいかがでしょうか。

不況が長引き、将来への展望が見えないなかで、庶民は、せめても
の小さな幸福を日々の食事に託しております。あんなラーメンに七
〇〇円以上も払わされる北海道民が不憫でなりません(合掌)。

がんばれ北海道民!

(内地は予算を略奪してくるだけの場所ではない、しっかりと
見よ!)