

ラーメン職人の学びに関する研究

柏 木 恭 典

Study of the learning of the chef in Japanese ramen-shop

Yasunori KASHIWAGI

Abstract

This thesis tries that specialty of learning of the expert-chef (ramen-shokunin) of ramen shops is clarified. Generally speaking, most Japanese like ramen. Ramen should have some elements charming many Japanese. The element is related with learning of the ramen-shokunin. This article shows the following; 1) make a eating trip, 2) Search and encounter, 3) experiment and balance, 4) trial and error. There are the four specialties of learning of the ramen-shokunin. I intend to clarify this specialties through many examples. And finally essence of learning of ramen-shokunin will be elucidated by a viewpoint of Hermeneutics; namely communicative self-education.

Key-words

Learning, Ramen, shokunin, Self-education, Communicative self-education

はじめに

「何でもこうもラーメンの事になると誰もが語りたくなるのかね。ラーメンってさ、本当にいろんなオイシサがあるよね。だってカレーだったら…、いやカレーも俺大好きだけど、カレーのおいしさってもっと範囲が狭いでしょ。オイシサの幅がね。ラーメンってすごいいいじゃん。だから皆これだけハマるんだろな」¹、と漫画家の江口寿史は語る。この語りからも窺えるように、日本人は概してラーメンが好きである。そして、ラーメンを語ることが好きである。

今や、ラーメン店の数のみならず、ラーメンに関する書物も膨大な数を誇っている。これほど一つの食について書かれている食べ物には他にあったらどうか。江口の言葉からも分かるように、日本人のラーメンへの情熱は尋常ではない。日本人を魅了し、国民の大衆食として確固たる地位を築いたラーメンは、現在、食の観点のみならず、あらゆる観点から考察すべき対象であり、その試みは既に始まっていると言っても過言ではない。さらに、今やラーメンは国内に留まらず、海外にも広まっており、寿司文化のみならず、ラーメン文化も国際化の傾向を見せており²、ハリウッド映画にさえなっているほどである³。

ラーメンに関する書物を紐解くと、主に情報誌と文

芸誌と調理技術本に分けられる。

情報誌では主にラーメン店に関する様々な情報が記載されており、驚くべきことに全国各地にそれぞれのラーメン情報誌が存在している。都内はもちろん、地方のラーメンのみを扱った本までもが全国各地で発売され、その売れ行きもよく、地域活性化にラーメンが使われることも決して稀ではない。また首都圏では、毎年年末から年始にかけてラーメン情報誌が大量に出版され続けている⁴。

文芸誌では、ラーメン史、ラーメン起源論、ラーメンの経済学、ラーメン店経営論、ラーメン文化論、ラーメン職人論などが既に出版されており⁵、主に歴史、経済、文化、人間という人文科学、社会科学の方面のアプローチによって書かれたものが多く、学際的な研究の一領域としてその裾野を広げている。また、ラーメン経営者やカリスマ店主の精神論や成功談話、その人の生涯を綴ったものも数多く出版されている。新書レベルの著作も実に多い。

また、調理技術本も数多く出版されているが、これは他の料理の調理技術本に比べてそれほど突出しているわけではない。だが、一つの料理として「単体」でこれほどまでに調理技術本が出版されているというのは珍しい。中華、和食、洋食、フレンチ、エスニック

1 江口寿史・徳丸真人、ラーメン道場やぶり、集英社、2008、p.54

2 ラーメンの国際化については、既に「クレア・ドゥエ・イツ」という雑誌において特集が組まれている。これは、世界36都市（国内17都市を含む）のラーメン店を紹介した画期的な特集であった。cf.クレア・ドゥエ・イツNo.2,文藝春秋、2004.

3 cf. <http://www.warnerbros.co.jp/ramengirl/>

4 例えば、噂のらーめん（日本出版社）、石神秀幸ラーメンSELECTION（双葉社）、究極のラーメン（ぴあ）、最新ラーメンの本（交通タイムス社）などがある。

5 例えば、小菅桂子や奥山忠政や河田剛や坂本一敏などがラーメンの学的研究の第一人者と言えるだろう。主に経済学、経営学、歴史、文化といった広い意味での社会科学、人文科学的な研究に属しよう。

など広域概念ではなく、個別の食べ物でこれほど調理技術本が出版されるのは極めて異例のことであろう⁶。

このように、ラーメンに関する書物の中でも、とりわけ情報誌と文芸誌の出版が際立っている。また、ラーメン職人の自伝や伝記も多く出版されている。これだけの文献が蓄積されれば、様々な学問領域からラーメンについて論じることも可能であろうし、またそのような時期に来ているようにも思われる。

本論では、主にラーメン職人の学びの特殊性について論じていくことにする。筆者は既にラーメン店主と教師の学びにおける共通点を解明しているが⁷、それに続き、本論では、主にラーメン店主の学びに着目し、その学びの特殊性を明らかにしていく。そして、その解明を通じて、「コミュニケーション的独学」という新しい教育学的概念を仕上げ、ラーメン店主の学びの固有性を提示してみたい。

1. ラーメン職人はいかにして職人となったか

ラーメン職人の学びを考察にするにあたり、われわれは、まず「ラーメン職人はいかにして職人となったか」、ということを明らかにしなければならない。既に述べたように、現在、ラーメン職人の語りは書物という形で様々なところで残されている。

本節では、主にラーメン職人の語りから、彼らがどのような仕方でもラーメン職人になったのかを分析し、その可能性を示してみたい。なお、河田によるラーメン店の開業モデルについては既に拙論文、『「独学」の積極的意味について』（2007）で論じているので、これを踏まえた上で、またこのモデルに囚われることなく、その実際に言及していくことにしたい。ラーメン職人を目指した店主らはどのようにして店主となり、職人となっていったのか、これを明らかにすると共に、修行と独学という二項対立の枠では捉えきれない現象を示し、ラーメン職人の学びの独自性を浮かび上がらせてみたい。

[CASE 1] I氏の場合（インタビューより）

I氏は、高校卒業後、調理師になるために調理師専門学校に入学した。資格取得後、和食の世界で働き始めるが、就職五年目に転職が訪れる。父が、高血圧が災いとなり、突然倒れてしまったのだ。もともと家が魚屋だったI氏は、和食の世界から退き、父の魚屋を支えることになった。しばらく父の魚屋で働いていたが、それから数ヵ月後、父が復帰することになる。これを境に、I氏は、父の知り合いの魚屋へと働く場を変えた。そこで、3年半ほど働き、魚屋の仕事の基礎を学び、魚屋としての仕事を覚えていく。その後、再び自

宅の魚屋へと戻り、しばらく働いた。

しかし、またここでさらに職を変えることになる。今度は、漁業組合が運営するJRショッピングセンター内テナントのスーパーの店員となった。三年間そこで働いていたが、またここで転職が訪れる。このスーパーが不祥事を起こしていたことが発覚し、そのせいで社員はリストラされることになる。I氏もその対象となり、スーパーの職を失ってしまった。まさに突然の事態で、I氏はまた再び転職を余儀なくされる。

「捨てる神あれば拾う神あり」とはまさにこのことだった、とI氏は言う。バイク仲間で、現在のI氏の店の場所で営業していたラーメン店のマネージャーに、「ここで働かないか？」と誘われたのだ。I氏は、このとき、「ラーメンの世界」に足を踏み入れることになる。ラーメン店の仕事を始めて強く感じたのは、「ラーメンって面白い！」ということだった。その後、I氏は、ラーメン作りに没頭し、ラーメンを作る仕事の喜びを見出していく。当時、店長に、「三ヶ月で仕事を覚えなす！」と言い切り、本当に三ヶ月で仕事をすべてマスターしたという。ところが、そのラーメン店も、経営不振におちいり、厳しい状況下に立たされる。もともとラーメンの具材を生産する会社のアンテナショップだったので、会社はラーメン事業から撤退することを決めた。

この時、I氏に独立の話が舞い込んできたのだ。「このお店をやってみないか？」、と。このときI氏は一大決心をする。彼は、自分のお店を持つことを決意し、I氏自身のラーメン店を営業することになる。平成14年、2002年のことだった。

I氏の場合、修行という修行は三ヶ月のみであった。この三ヶ月の経験を経て、彼はすぐに独立開業してしまう。だが、彼は和食店での経験や魚屋での経験をもっており、それを土台とした「三ヶ月」であったことは注目すべきであろう。この三ヶ月は、いったい何だったのだろうか。本論で問題となるのは、彼にとつての三ヶ月の期間を本当に修行と呼んでよいのかどうか、という点である。これを修行と呼ぶのであれば、ラーメン職人は三ヶ月の修行で職人になってしまうことになるし、これを修行と呼ばなければ、一体なんと呼べばよいのだろうか。次のCASEも、I氏と同じような学びを行っている。

[CASE 2] 佐野実の場合

佐野は、ラーメン業界の中でも最も有名なラーメン職人であり、メディアへの露出も多く、「頑固なラーメン職人」のイメージに最も近い人物として認知されている。そんな彼の辿ってきた道を追ってみたい。主に

6 Googleで「ラーメン 調理技術 出版」で検索すると41,100件、「カレー 調理技術 出版」で検索すると35,800件、「中華 調理技術 出版」だと34,600件、「そば 調理技術 出版」だと30,300件、「パスタ 調理技術 出版」だと16,500件、「フレンチ 調理技術、出版」だと11,600件であった（2009年1月現在）。調理技術本として有名なのは、「プロのためのラーメンの本」（柴田書店）であろう。

7 柏木恭典、「独学」の積極的意味について—ラーメン屋店主の独学と教師の学び—、千葉経済大学短期大学部紀要第3号、2007、pp.39-54

彼の自伝に基づいて、彼の足取りを探っていこう。

佐野は、高校卒業後に目黒の洋食店で働くが、すぐに辞める⁸。その後、様々なレストランなどを転々とし、24歳の時に大きな転機を迎える。戸塚の洋食レストラン⁹に就職し、そこでチーフの田島と出会う¹⁰。この田島が佐野の料理人としての基礎を教えてくれた。例えば、「ソース鍋をかき回し忘れていると、すぐに怒られた。なんせ、とろ火で一週間も煮込むのだ。その間、ちゃんと火加減を見ていないと、厨房のはずれから飛んできて叫ぶ。『ほらなんで火から眼を離すんだ!』」¹¹、と。負けん気の強い佐野であったが、この時の田島のことを「怖かった」¹²と回想している。その頃の佐野はかなり厳しい教育を受けていた。「ふてくされて仕事をしているから、よく殴られた。アイスピックでケツを刺されたこともあったし、包丁で切られた」¹³。そして、それから四年後、27歳の時に、佐野はその店の長となり、彼の才能が発揮される。その当時一日の売り上げは、平均7万円程度だったのだが、彼が店長になるとその売り上げが30万円から35万円くらいにまでなったのだ¹⁴。彼は、厨房に新しい機器を導入したり、営業時間を変えたり、味を変えたり、と自分なりに試行錯誤を繰り返した。ちょうどその頃、彼はラーメン作りにも興味をもつようになる。この洋食レストランでの賄いでラーメンを作っていた。それだけでなく、彼はラーメンの食べ歩きを行っていた。「コックの仕事についても、ラーメンの食べ歩きはずいぶんやっていた。他の店の洋食を食べ歩けばいいのに、ラーメンの魅力にはかなわない」¹⁵、と当時を振り返る。佐野はたしかにラーメンを好んで食べていた。だが、彼の中にはある偏見があった。偏見、蔑視、軽視である。「ラーメンを作ることなど簡単だし、洋食より飲食業としてはレベルが低い」¹⁶、という気持ちがある中であつたのだ。食べ手としてはラーメンが好き、しかし作り手としてはレベルが低い、そういう葛藤、ジレンマが彼にはあつた。のみならず、この当時はまだ一般にそういう価値観があつた。彼が意を決して、32歳の頃にラーメン店を開業することを決めると、知人らから、「せっかくコックにな

つたのに、ラーメン屋はないだろ」、「どうせ自分の店を持つなら、もっと綺麗な店にしたら」¹⁷、といったことを言われたというエピソードもあつた。佐野はラーメンを作ることが好きではあつたが、佐野の内においても、周囲においても、「ラーメンなんて…」という感覚があつたのだ。そして、彼は苦悩する。その結果、彼は、「自分の好きなものを作る店をやればいい。ラーメン屋さんは格が下だ何だといつても、オレはラーメンが好きなんだ。その好きなものを自分なりに作って、日本ソバやフレンチを見返せばいいんだ」¹⁸、と思い、ラーメン店の開業を決意する。そして、32歳から35歳までの三年間、ラーメンの勉強をすることになる。この三年間の中で、彼は一度だけラーメン店で働いている。だが、そこで納得できるような学びが得られず、「すべて自分の舌と工夫」¹⁹だけでラーメン作りを学んでいった。この時に彼が学びの方法として選んだのが、以前から続けている「食べ歩き」であつた。「ラーメン店開業までの三年間は、食べ歩きに終始した。『なんとなくまいラーメンなのだろう』と脱帽する店がいくつもあつた」²⁰、と彼は述べている。脱帽するようなお店のラーメンを食べると、彼は「自分の作っているラーメンとあまりに違いすぎて涙が出た」²¹、と言う。

そんな彼の彼らしい学びのエピソードがある。彼は荻窪の「丸福」というお店の麺に感動した。この麺がいったいどこで作られた麺なのか、なんとか知りたいと思った。しかし、「カウンター越しに、見知らぬ者がどこの製麺所で麺を作っているのかと訊くわけにはいかない」²²、と思い、店の外に出て、製麺所の車が麺を店に運んでくるのを待った。車を見れば、製麺所の名前が分かるだろうと考えたのだ。だが、「クルマのボディには製麺所の名前など書いてなかった」²³。そこで、彼は車のナンバーを控え、なんと「警視庁の交通課に行つてナンバーの持ち主を教えてもらった」²⁴のだ。こうした愚直な姿勢が、彼のラーメン職人としての姿勢だつた。それは、「うまいラーメンを作るためには、地の果てであっても素材を求めて探しに行く」²⁵、という彼の言葉からも窺い知れよう。そんな彼は、「自分の味

8 佐野実、佐野実、魂のラーメン道、竹書房、2001、p.64

9 垣東によると、横浜市戸塚の「横浜ドリームランド」の中にあるレストランで佐野は働いていた。15年ほど働いていたということも示されている。(cf.垣東充生、湯気のむこうの伝説、新宿書房、2000、p.153)

10 Ebd.,p.66

11 Ebd.

12 Ebd.

13 Ebd.,p.68

14 Ebd.,p.70

15 Ebd.,p.72

16 Ebd.,p.73

17 Ebd.,p.75

18 Ebd.

19 Ebd.,p.82

20 Ebd.

21 Ebd.

22 Ebd.

23 Ebd.,p.83

24 Ebd.

25 Ebd.,p.90

が決定打に欠ける、これでは客に出せないと思うと、店を早じまいして有名店の食べ歩きにでかけた」。彼の学ぶ姿勢、追及する姿勢はどこまでも貪欲だった。「カウンターからクビを延ばして鍋をのぞき、店の者が作る姿から何かを学ぼうと必死だった」²⁶、と彼は語る。「オレは専門店でのラーメン修業をやっていないので、オレ一人で店の味を作り出すしかない。いろいろな専門書やラーメンの本を読んだりはしたが、そこには料理の真髄は書かれていない。結局、手探りのまま、ラーメンの道を進むしかなかった」²⁷。

上述したI氏と佐野の事例から、ラーメン職人の学びの典型例が理解されよう。すなわち、彼らは調理技術としてのスキルは既に身につけていたが、決してラーメン店で長期にわたる修行は行っておらず、自分でラーメン作りに徹している、という学び方だ。独学と言えど独学なのだろうが、佐野が示しているように、必ずしも一人で孤軍奮闘しているわけではなく、食べ歩きや人気店でのまちぶせなどを通じて他のお店から多くのことを学んでいた。佐野はこんなことも言っている。

ラーメン屋の主人には一匹狼的な人が多い。オレがそうだったが、他の店とあまり交わることはせず、唯我独尊で商売する人が目立つ。しかし、これからは小麦粉、塩、しょうゆなど、ベースになる食材で質のいいものを手に入れるためには、各店が提携することも一アイデアだと思っている²⁸。

佐野の言う「各店の連携」は、既に多くの地域で始まりつつある。個人店がほとんどのラーメン業界において、「連携」は大きな課題となっている。近年ではブログやmixiや他のSNSなどでラーメン店主同士の積極的な意見交換や情報交換が行われており、いわゆる「横のつながり」ができつつある、と言っても過言ではない。こうした連携を、佐々木は、「垣根を飛び越えた交流」²⁹と呼んでいる。「ラーメン屋の店主は結構ラーメンが好き。休みにラーメンを食べ歩く店主も少なくありません。単に食べ回るだけでなく、お互いに顔見知りになって情報交換したりしています。店主同士が高い次元の情報交換をして、お互いの味が良くなれば、食べるほうも嬉しい。同業者の団体や組合というのは、あらゆる外食産業にありますが、ラーメン業界はもっと垣根を飛び越えたような交流を行っているように思います。他の外食産業では見られない現象でしょう」³⁰。

[CASE 3] 市川泰治の場合

I氏や佐野のように料理の経験がなく、全く異なった世界から転職してラーメン店主となった人も少なく

ない。ここでは、千葉の人気ラーメン店「総豊」の市川のケースを取り上げてみたい。彼はもともと力士であったが、角界を引退した後にラーメン店主になった。

蘇我から千葉へと繋がる末広街道には行列店から話題の新店まで数多くのラーメン店が軒を連ねている。いわばラーメン街道とも呼べる末広街道の端とも言えるような場所に創業して早12年、地元で確実にファンをとらえている人気店がある。それが「ちゃんこらーめん総豊」である。

その店名からも想像がつくように、店主の市川泰治さんは角界の出身。中学卒業後に時津風部屋に入門し初めは総ノ国、後に総豊という四股名で土俵に上がっていた。元々無類のラーメン好きだった市川さんは、巡業で行った先々で美味しいラーメンを求めては食べ歩きを重ねていたが、27歳で廃業し第二の人生を歩むことになった時に、大好きなラーメンの世界へと足を踏み入れた。基本的なラーメンの作り方は一通り習ったものの、オリジナルのラーメン作りとなると、見よう見まねだけではなかなか上手くいかない。

独学ゆえの試行錯誤の味作り。そのヒントとなったのが巡業中に会った数々のラーメンたちだった。中でも豚骨醤油の徳島ラーメンや和歌山ラーメンに刺激を受けたという市川さんは、醤油の風味が立ちながらもベースの動物系がしっかりと出たバランスのラーメンを完成させた³¹。

このCASEでは、調理経験のない力士が独学で自らのラーメンを作り上げたラーメン職人の姿が示されている。ラーメン界においては、上の例のように料理経験のない人であっても、参入可能なのである。市川の場合、巡業中に会ったラーメンが彼のラーメン作りにおいて大きな役割を果たしていた。彼は、たしかに短期間ラーメン店での労働経験をしているものの、そこでの経験が直接現在のラーメンに反映されているわけではない、と語る。彼が自分のラーメンのモチーフとしたのは徳島ラーメンや和歌山ラーメンといったご当地ラーメンであった。

さらに、ラーメン職人の中には、ラーメン店を含め飲食業界で全く働いたことがなく、調理師学校等も出しておらず、さらには食べ歩きもほとんどしていない職人というのも存在する。通常だと「全くの独学」という言葉で片付けられてしまいそうな例を見てみよう。「若きカリスマ」と呼ばれた中村栄利の例だ。

26 Ebd.,p.93

27 Ebd.,

28 Ebd.,p.106

29 佐々木晶、ラーメンを味わいつくす、光文社新書、2002、p.21

30 Ebd.

31 山路力也、ラーメンWalker千葉2009、角川マーケティング、2008、p.54

[CASE 4] 中村栄利の場合

中村は、単にラーメン業界の中で有名なだけでなく、かなり独特な思想をもった人物である。いや、むしろ芸術家としてのラーメン職人に近い人物である。彼は、スープ作りにおいて、「浮き上がってくるアクをていねいに取りながら、その様子を何時間も眺め続ける」瞬間のことを、「それはきっと、画家がキャンパスに絵を描いたり、書道家が墨と筆で字を書いたりするようなものだろう」³²、と捉えている。彼にとって、スープ作りは、芸術活動に限りなく近い仕事なのである。

そんな中村は完全なる独学で自分のラーメンを完成させている。彼には修行時代がない。又、食べ歩きも行っていない。にもかかわらず、ラーメン業界の中でオピニオンリーダーとして現在も君臨している。彼はいかにしてラーメン作りを学び、どのようにして自分のラーメンを見出すに至ったのだろうか。

彼の場合、「母の作ったスープストック」が彼のラーメン作りの大きな助けとなった。このスープストックは、彼の「祖母が、戦時中満州にいたときに現地のコックさんから習ったもの」であり、「祖母はそれを使って、今でいうボルシチやカレーをよく作ってくれ」、「母はそれを受け継ぎ、僕や兄に食べさせてくれた」³³、と語る。

彼は、高校卒業後、アメリカのサンディエゴに留学し、現地のコミュニティーカレッジに進学した。そして、18歳の時、現地でお世話になったホスト・ファミリーのために料理を作ることになる。「いつもお世話になっているホスト・ファミリーのために、中村の家の料理を作ってあげよう」、と思ったのだ。遂に、中村は祖母から受け継いだスープストックを初めて作ることになる。そのときにホスト・ファミリーの人々に言われたのが、「Shige, it's so yammy! (美味しいよ)」³⁴という言葉だった。このことがきっかけとなって、料理に関心をもつようになる。

その後、ホスト・ファミリーの元を離れ、一人暮らしを始める。この頃、彼はスープ作りに強い興味を示し、実際にスープを作り始める。「牛すじ肉だけではなく、牛や豚、鶏の骨などをごっそりとスーパーで買ってきて、あらゆるものから髓をとってみた」³⁵。この経験が基となって、彼はラーメン店を開業する決意を日本の父に伝える。「日本に帰ったら、ラーメンを作ってみたいんだ」³⁶、と。

だが、彼はラーメン店で働くことも、ラーメン職人の下で修行をすることもしなかった。彼が参考にしたのは、いわゆる市販のカップラーメンだった。「昆布パウダーにチキンエキス、あくまで人工的な調味料によって作られた味ではあるが、ことスープのバランスに関していえば、今でも下手なラーメン屋のスープよりもずっとすぐれていると思っている」³⁷、と彼は言う。そして、「そのカップラーメンのスープを、天然素材から作れないものか」という彼自身の「研究課題」³⁸を見つけ、ひたすらスープ作りに没頭する。そして、四ヶ月間、スープ作りに取り組み、「自分の理想といえる味」³⁹を見出すこととなった。彼の家族に自分のその理想のスープで作ったラーメンを食べさせると、みなに「うまいよ、これ!」⁴⁰と言ってもらえたそう。こうして中村は自分の理想の味のスープと共に、1999年9月9日⁴¹に「中村屋」を開業することとなった。

以上、四つのCASEを見てきた。これらの事例に基づいて、次節では、ラーメン店主の学びの独自性を明らかにしていきたい。ラーメン職人の学びの特殊性とはいったいどのようなものなのであろうか。

2. ラーメン職人の学びとしてのコミュニケーション的独学

本節では、前節の事例研究を踏まえた上で、ラーメン職人における学びの問題について詳しく考察していくことにする。

ラーメンの世界では、従来の修行と独学という二項対立にうまく当てはまらないケースが多いのだが、この「修行VS独学」という判断の先入観ゆえに、ラーメン職人の学びを単純化して捉えようとしてしまう傾向がある。ラーメンジャーナリストのはんつ遠藤は、こうした修行と独学の二項対立の視点で、ラーメン職人の独立問題を考えている⁴²。彼によれば、ラーメン店主の独立には、修行と独学の二つがあり、それぞれ以下のように分析している⁴³。

1. 修行

- ① ラーメン店で修行→ノレン分け
- ② ラーメン店で修行→別の味で独立
- ③ 中華料理店で修行
- ④ ラーメン学校を卒業

2. 独学

- ① 他の料理業界で修行

32 中村栄利、ラーメン中村屋の髓道、徳間書店、2007,p17

33 Ebd.,p.18

34 Ebd.,p.21

35 Ebd.,p.22

36 Ebd.,p.24

37 Ebd.,p.27

38 Ebd.

39 Ebd.,p.28

40 Ebd.

41 Ebd.,p.2942 はんつ遠藤の論については、以下のサイトを参照。

<http://www.nikkeibp.co.jp/style/bizinno/ramen/article20040302.shtml>

43 上のアドレスを参照した。

②他の職種から転進

③学生→ラーメン店主

この分類はまさに修行と独学の対立図式の上でなされたものである。だが、この分類はあくまでもどのような過程で独立したかを示すだけで、ラーメン店主の学びの過程を捉えているわけではない。上の分類は、単にラーメン業界に入った人間が、以前に料理業界で働いた経験があるか否か、ということを示すのみである。確かに、[CASE 3]のように、全く飲食業とは関係のない相撲界からの参入もあるし、[CASE 4]のように、これまで全く飲食業の仕事をしてこなかった人間の参入もある。ラーメンの世界には、[CASE 1]や[CASE 2]のような和食や洋食の料理界からの参入のみならず、他の職種からの参入もある。この現象を、B級グルメだから誰もが参入できるのだ、と説明することもできよう⁴⁴。上の分類からすれば、ラーメン作りは修行であっても独学であっても、どちらでもよい、ということしか示せていない。

以上の考察に基づくと、河田の5モデルも、ラーメン職人の学びを明らかにするためには不十分である。彼は、ラーメン店の開業を、完全独立型、修業独立型、のれん分け独立型、チェーン店加盟型、屋台独立型の五つに分けて開業モデルを考えていた。たしかに開業の仕方としては上の5つのモデルでほぼすべてのラーメン店を分析することは可能である。だが、チェーン店の店長・店員を経て独立する職人もいるし⁴⁵、のれん分けで独立した職人の中にも、修行先の味を全く変えずにラーメンを作る人もいれば⁴⁶、のちに店名を変えて新たにラーメンを学ぶ者もいる。また、完全独立型と屋台独立型は学び方としてはどちらも独学に属し、それほど大きな違いはない。しかも、河田の分類においても、修行か独学かという二項対立が強く影響されており、ラーメン職人の学びの特殊性を明らかにする手がかりとはならない。

ラーメン職人と呼ばれる人々は、どんな独立の仕方であれ、独立後も様々な仕方であれ、ラーメンについて学び続けている。彼らの過去がどんなものであれ、また調理技術があろうとなかろうと、それは問題とならず、すべての人に門戸が開かれているのがラーメンの世界である。学びという点からすれば、修行か独学か、という二項対立におさまらない点にラーメン職人の学びの固有性があるのではない。

ラーメン職人は、修行、独学のいずれでもない仕方であれ、ラーメン作りを学んでいる。[CASE 2]の佐野の場合、

ラーメン店開業後から徹底的な学びを開始していた。食べ歩きや素材集めの旅、こうした学びは、いわゆる「修行」とも「独学」とも違うものではないだろうか。ラーメン店の独立問題だけを考えるならば、上の二項対立で捉えてもよいかもしれないが、ラーメン職人としての独立-ないしは自立-を考えるならば、決して単純に修行か独学かという二項対立をもち出すことはできないように思われる。

そこで本節で検討したいのは、ラーメン職人の学びとはそもそもどのようなものなのか、ということである。ラーメン職人の学びを考察していくことで、実はラーメン職人は修行でも独学でもない別の学びをしているのではないか、という問いの内実を示したい。

その前提として理解しておかなければならないのは、「ラーメンは誰にでも作ることができる」、という事実である。ラーメンは、他の飲食業界と比べても、極めて単純でシンプルな料理である。修行経験がなくても開業できる、というのも、まさにこのことを示している。他方、「独学で日本料理を究めた」、「独学でフレンチを究めた」という話はほとんど聞かない。長く厳しい修行の末に、人は各種料理の技術を体得し、独立していくのである。だが、ラーメンという料理には、そのような長い修行経験は必要ない。たとえ「修行」という言葉は使われていたとしても、短くて三ヶ月、長くて三年程度であろうし、師弟関係の中に入り込む修行とは全く別のものである。実際に前節で示した[CASE 1]や[CASE 2]においても、彼らは数ヶ月の修行しかしていない。また[CASE 4]の中村にいたっては、一日も修行をしていない。中村の例は極端な例ではあるが、いずれにせよラーメンを作る上で修行は絶対条件にはなっていないし、誰にでも作ることが可能であり、また誰に対しても開かれているのである。中村は、「スープレンジを使ってスープを煮込む。麺ゆで機を使って麺をゆでる。そして、その麺を湯切りし、トッピングと一緒にどんぶりに盛りつける。…ラーメン屋に存在する調理器具、調理技術はたったこれだけなのである」⁴⁷、とさえ言っている。

とはいえ、誰もがラーメン職人として生き続けることは非常に難しい。他の飲食店以上に閉店に追い込まれる可能性も高い。飲食業界でラーメン店ほど閉店数の多い飲食店は他にないのではないだろうか。どんぶり一杯で食べ手を満足させなければならず、競争相手も実に多い。ラーメン店は、開業は簡単だが、営業し続けるのは極めて難しいと考えた方がよい。まさに

44 あるラーメン店主に「ラーメンを作る技術は難しいですか」と尋ねたところ、その店主は「ラーメンは誰にでも作れるんですよ。所詮B級グルメですからね」と話していた。彼はラーメンを軽視しているわけではないが、「ラーメン=B級グルメ」という考え方をもっている、と理解することはできるだろう。こうした構図を打破しようとしているラーメン店主は実に多い。

45 例えば、千葉市内のDというラーメン店の店主は、全国的に規模を拡大させている有名チェーン店の店員として働いた後に、独立し、非常にユニークで独創的なラーメンを作り上げている。完全独立型ではないが、修業独立型とも言えず、またのれん分け独立にも該当しない。こうしたラーメン店主は比較的多いように思われる。

46 これに関しては、確かに河田の言うとおりであろう。大勝軒やラーメン二郎ののれん分けのお店は、既にラーメンの完成度が高く、またその味を分かっている人が多いので、味を変えたり、改良したりすることは困難である。

47 中村、ebd,pp.67-68

「ラーメン界は入りやすく出やすい」のである—このことについては後に詳しく述べる。

このような厳しい状況下で、店主はどのような学びをしているのか。このことを明らかにするために、前節での事例と様々なラーメン職人の書物に基づいて、ラーメン職人として自立するためにラーメン店主が行っている学びを、「食べ歩き」、「素材集めと出会い」、「実験」、「試行錯誤」の四つに分類して示してみたい。

①食べ歩き (Make a eating trip)

食べ歩きは、ラーメン界において、極めて重要な学びの方法となっている。ラーメンを食べ歩く人の食べる量は尋常ではない。ラーメンを食べ歩く人の中には、年間1000杯を越える人もおり、500杯前後であれば、通常の食べ歩きと見なされる。ラーメンの食べ歩きを趣味としていた人でラーメン店主になった人物も多く、食べ歩きはラーメン店主がラーメン職人になる上で非常に重要な学びとなっている。例えば「バカうまラーメン花の季」の菊池英之は、この食べ歩きを経て有名ラーメン店に仕立て上げた代表的人物である。彼は「10年以上前から…全国を食べ歩き、自分なりのデータベースをまとめていた」⁴⁸。彼は、「ラーメン修業の経験を持たない、ただのラーメン好き素人から一流ラーメン店を作り上げた人たちの草分け」⁴⁹として、認知されている。彼のみならず、勉強熱心なラーメン職人は、週に一度の定休日に、一日かけてラーメンの食べ歩きにでかけている。もちろん一杯ではなく何杯も食べて歩くのである⁵⁰。特定のラーメン店に通いつめる人もいれば、無数のラーメン店を食べ歩く人もいる。当然こうした食べ歩きは自腹であり、他店のラーメンを食べ歩くことを学びとしつつ、自らの快樂としている点にその特徴が示されている。まさに心身共に「自らを太らせる」旅となっている⁵¹。「自分の味が決定打に欠ける。これでは客に出せないと思うと、店を早じまいして、有名店の食べ歩きに出かけた」⁵²佐野のことも思い出したい。この時、彼は「カウンターからクビを延ばして鍋をのぞき、店の者が作る姿から何かを学ぼう」⁵³としていた。

また、ラーメン店以外の食べ歩きというものもある。全国的に名高い「元祖一条流がんこ総本家」の一条安雪は、ラーメンがさっぱり売れない時代にあることを

行っている。彼が35歳の時、一条は井とラーメンの店を開いた。だが、この頃のラーメンは全く売れなかった。「…ほとんどの客が、ラーメンを残すんです。ひどいになると、一口食べただけで、『勘定!』とこれ見よがしに席を立たれたり。スープを飲み干した人はゼロでした。それにリピーターはゼロでした。誰も二度と来ないんです」⁵⁴。こうした状況の中で彼がとった行動は、「リサーチ」であった。彼は新橋の居酒屋に足を運び、「若者に人気のあるメニューを全部注文した」、というのだ。「若者の好みを知りたかったんです。一番いい方法は、私の舌とお客さんの舌を交換することなんです。しょうが[…] そうもいかないの、若者が好きな味を確かめたんです。それでわかったんですが、若者の好みというのは、スナック菓子の味なんです」⁵⁵。こうして、彼は若者の嗜好を見出し、それにふさわしい味のラーメンを作り、彼独自の味を見出した。

このように、ラーメン職人たちは、積極的に食べ歩きにでかけ、実際に食べ、思考し、そして自分のラーメン作りのヒントやきっかけを得ている。こうした傾向は全国的に確認されており、ラーメン職人の学びに大きな影響を与えている。長野県で有名な塚田兼司も、中学卒業後にラーメン店で働き、22歳の若さで独立しているが、そんな彼も、「独立するにあたり、もっとラーメンの勉強をしておきたかったの、約半年間にわたって全国のラーメン店を巡った」人物であった⁵⁶。

②素材探しと出会い (Search and encounter)

ラーメン職人は、ラーメンの食べ歩きだけでなく、全国・全世界へとまなざしを向ける。その典型例が[CASE 2]で示した「素材探し」である。佐野は、麺や鶏ガラや魚介類など、ありとあらゆる食材を見出す旅に出ている。彼は、「うまいラーメンを作るためには、地の果てであっても素材を求めて探しに行く」、という姿勢を徹底させていたのである。彼のみならず、優れたラーメン職人は、ラーメンに使用する素材・食材を徹底的に吟味し、探求し続ける。

奥山は、ラーメンには「日本人の好む『道』の匂いがある」⁵⁷、と述べている。「茶道、華道、香道、書道、剣道、弓道、柔道、合気道、商人道、仏道」⁵⁸を並べ、彼は「ラーメン道」という考え方を示している。彼は、一風堂の河原のラーメンは「自己表現である」⁵⁹という

48 垣東充生、湯気のむこうの伝説、新宿書房、2000、p.96

49 Ebd.

50 さらにその上、自分の食べたラーメンについて自分のブログやmixiで書いているラーメン職人もいる。スープの仕込みの合間をぬってラーメンの食べ歩きにでかける人さえいるのである。

51 武田常夫は、教師の立場から、「仕事によって自らをふとらせていく」ことの重要性を訴えていた。(cf.武田常夫、真の授業者をめざして、国土社、1990、p.61)

52 佐野、ebd.p.93

53 Ebd

54 垣東、ebd.p.133

55 Ebd.p.134

56 プロのためのラーメンの本2、柴田書店MOOK、2008、p.78

57 奥山忠政、ラーメンの文化経済学、芙蓉書房出版、2000、p.64

58 Ebd.

59 Ebd.

言葉を引用し、ラーメン店主の在り方を日本の伝統技芸に重ね合わせようとしている。そして、ラーメン職人たちから、一つのことを極限まで突き詰める人間の姿を見てとり、それこそが多くの人間をひきつける理由なのだ、と奥山は分析する。その姿は、映画『タンポポ』(伊丹十三監督、1985年)でも描かれており、また2009年に日本でも上演されたハリウッド映画『RAMEN GIRL』⁶⁰にも登場する。

たしかにラーメン職人には、「道」の匂いがあるように見える。また、「がんこ職人」というイメージもたしかに存在する。しかし、事態はそれほど単純ではない。食材探しの旅を行っているからといって、それを単純に「ラーメン道」と呼んでしまうと、従来の伝統的な「道」の世界との違いが浮き出てこなくなる。例えば茶の世界は、次のように言われている。

「茶は入りがたく出がたい」という言葉の通り、茶の世界はいちど足を踏み入れると、学ぶべきことが多く、出口を見出せなくなるものです。茶道は、日本の衣食住を含むあらゆる文化に影響を与えた総合芸術として伝承され、湯を沸かしてお茶を飲むという単純な行為は、世界に類のない日本の食文化として発展しました。⁶¹

この「茶は入りがたく出がたい」という言葉は、ラーメンの世界とは真逆のものである⁶²。既に見たように、ラーメンの世界は入りやすく出やすい世界なのである。その道を究めた人間の下で何年にもわたって指導を受ける、というケースはほとんどない。「学ぶべきこと」もそれほど多くはなく、独立開業するまでの時間は比較的短い。ゆえに、奥山のように、安易に他の「道」と関連させて考えるべきでない。というのも、他の「道」と重ね合わせてしまうことで、ラーメン職人の独自性が隠蔽されてしまう危険が潜んでいるからである。

ラーメン職人の食材探しの旅は、「新たなラーメン創造の旅」である。ラーメン職人は、既成の枠組をそのまま踏襲することを避け、新たなラーメンを産み出そうと試みる。中村もラーメン作りに没頭する中で、「一人のクリエイターとして『売る』のではなく『作りたい』」⁶³、と考えるようになったと述べている。彼の場合、食材探しというよりは、「出会い探し」を常に行っている。

海外旅行に行って、見知らぬ面白いものごとに出会ったとき。

あるいは、音楽や絵画を鑑賞して、その美し

さや素晴らしさに何らかのインスピレーションを感じたとき。

深い驚きや満足感に心を揺さぶられたその瞬間、「何とかしてこれをラーメンに応用し、自分のお店で表現することはできないだろうか？」

といつも考えてしまうのである。⁶⁴

こうした感覚は、優れたラーメン職人によく見られるものである。[CASE 1]のI氏は、季節ごとに限定ラーメンを創造しているが、そのきっかけを探すために外にでかけ、なんとなくふとインスピレーションを感じるのを待つという。外の世界に身を置き、心が揺さぶられるのを待つ。こうした「待つ態度」にも注目したいが、ここでは、「出会い」が大きな役割を果たしている。先述した「食材探し」もやはりこの「出会い」と関わっている。当然、何と出会うかについては、当の本人も分かっていない。それは分からないが、自分のラーメンを創るためにラーメン職人は食材探しをし、全国津々浦々へと足を運び、新たな出会いを求めているのである。

③実験とバランス (Experiment and Balance)

修行に代わるラーメン店主の学びの特色として、「実験」が挙げられよう。先の中村の中村屋のみならず、「麵屋武蔵」や「ちゃぶ屋」や「青葉」がその例だ。ラーメン店とは別に「実験室」を設けているラーメン職人も存在する。

なぜ修行ではなく実験なのか。それは、ラーメンの場合、他の料理以上にバランス—ないしは配合—が重要となるからである。岡山県の人気ラーメン店「富士屋」の二代目、末本典子は、「スープが濃すぎるとくさみが出て 薄すぎると 醤油が勝ちすぎるん。そのバランスが難しい」⁶⁵、と散文的に述べている。この言葉からも分かるように、スープの「バランス」はラーメン作りにおいて非常に重要であり、問題となるのである。石原は、富士屋のラーメンについて、「薄い豚骨スープと醤油ダレの程よいバランス、それが富士屋の味だろう」⁶⁶とさえ言っている。特記すべきは、富士屋で使用される醤油が、「岡山県内の醸造所で調合した特製品」で、「色も指定している」⁶⁷醤油だということである。ゆえに醤油は、まさに「富士屋の生命線」⁶⁸なのである。この醤油に最もバランスよく合う豚骨スープを見出したことで、富士屋の味が定まったと考えてよいだろう。

60 cf. <http://www.warnerbros.co.jp/ramengirl/>

61 阿部孤柳、日本料理の真髓、講談社、2006、p.95

62 とはいえ、茶道の影響はあらゆる人に見られていた。岡倉覚三によれば、「茶道の影響は貴人の優雅な閨房にも、下賤の者の住み家にも行き渡ってきた」(岡倉覚三、茶の本、岩波書店、1991.p.22)

63 中村、ebd.p.47

64 Ebd.

65 石原正裕、岡山・香川ラーメン見聞録、吉備人出版、2002、p.39

66 Ebd.

67 Ebd.p.41

68 Ebd.

ラーメンにおけるバランスについては、奥山も次のように述べている。「麺、スープ、具の三要素から成り立っているが、それぞれの特徴と組み合わせ・バランスを考慮すると奥行きが深い。常に『冒険と発見』を伴っている」⁶⁹。ここで奥山が「組み合わせ・バランス」と同列でこの両者を並べているところが興味深い。ラーメン作りにおいては、まさに「組み合わせ」＝「バランス」が問題となるのである。組み合わせの仕方において、新たな味の発見が生じるのである。その組み合わせの中身はそれほど複雑なものではないかもしれない。けれど、その組み合わせやバランスを見出すことは極めて困難なことであり、創造的なことなのである。「コクとは何か」を問い続ける伏木も、「ラーメン店の秘伝のスープなどは、一見さまざまな食品素材が無造作に煮られてダシが作られているようにも見えますが、特定のダシ素材のうまい組み合わせが秘伝の旨さに繋がる鍵なのではないか」⁷⁰、と述べている。

また、意外な組み合わせが思わぬ味を生み出すこともある。佐野の場合、渋谷の人気店「喜楽」で、独特な風味のする揚げネギの作り方を－無料で教えてあげるといふ喜楽店主の申し出を振り切って－150万円も支払って伝授してもらっている。伝授してもらったと言っても、修行のように時間のかかるものではなく、「二種類」、「日常的に目につくものを揚げ油に入れた」だけであり、わずか一瞬で終わってしまったほどだった。この「二種類の食材を揚げ油に入れただけ」というのも、まさに「組み合わせ＝バランス」の一例と言えるだろう。このバランスは、佐野が「すぐれた板前やコックは、まるでマジシャンのように、何でもない素材から驚くような料理を作る」⁷¹、と言っているように、ラーメン職人に限った話ではないが、そのバランスを自分で見つけ出さなければならぬところにラーメン職人の特殊性が認められる。それは次の佐野の言葉からも窺い知れよう。「苦勞して創り出した味を、ただそのまま教えてもらい、受け継ぎ、それがオレの味だといつて店で出すのでは、ファーストフード店やファミリーレストランの味と変わらない。師匠の味を真似る、他人の店のやり方を真似るといふのは、まだ準備段階に過ぎないことで、その人本来の味ではない」⁷²。とりわけバランスが重要なラーメン作りにおいては、そのバランスを習うことは非常に簡単である。だが、そのバランスを自ら見出すとなると、やはり修行ではなく実験が重要になる、ということなのだろう。

「麵屋武蔵」の山田の場合、店舗とは別に「考房」という施設を作っており、そこで新たな創作メニューを創るために実験を行っている⁷³。その名の示すとおり、この施設は、新たなラーメンを創りだすための厨房であり、まさにラーメンの実験室となっている。この施設は、垣東によれば「直接もうけを生まない投資」であり、山田に言わせれば、「トップランナーであり続けるため」の「先行投資」なのであった⁷⁴。

④ 試行錯誤 (Trial and error)

ラーメンのスープの在り様は「無限」と言われている。次の引用文は、ラーメンスープに関するものであり、スープの無限の可能性とその捉え方や学び方について述べている。

細かくわければ、豚骨にはゲンコツや背ガラなどがありますし、丸鶏は銘柄によって全然変わります。野菜も種類が多だけでなく、切り方によって味の抽出具合が大きく異なります。昆布や節類にも多くの種類が存在しますし、水から煮出すか、沸騰したお湯に入れるかの選択も重要。当然、煮出す火加減によっても味は違ってきます。このように考えると、組み合わせは無限に広がります。これら一つずつ試していくと、スープの構成がよく理解できるようになります。…そして、つけ加えるなら、できれば素材単品で煮出してみると、その素材の味がよく分かります。⁷⁵

この記述に示されているように、ラーメンのスープはあらゆる食材の「組み合わせ」から成り立っている。豚と鶏だけを考えても、丸鶏、ガラ、モミジ、小骨、ネック、スネ、顔、鶏皮、ゲンコツ、背ガラ、豚頭、豚足、背脂、豚皮など何種もある⁷⁶。さらにそれ以外に節類、煮干し、昆布、乾物、醤油、塩など様々なものを合わせていく。その組み合わせ方はまさに無限であり、その中でそのつど「選択」していかなければならない。この組み合わせと選択を繰り返すのが、まさにラーメン職人の学びである「試行錯誤」なのである。それは、自分自身を示すラーメンを創造する営みであり、ある種の芸術性が含みこまれているようにも見える⁷⁷。ラーメン文化を昇華させようと試みている中村も、「試行錯誤を繰り返し、『ああでもない、こうでもない』と悩み、ついにある日『これだ!』というものに辿り着く。これがなくては、こうしなくては、本当に自分の理想とする味を出すことはできない。だから、それ

69 奥山、ebd.pp63-64

70 伏木亨、コクと旨味の秘密、新潮社、2005、p.80

71 佐野、ebd.pp.119-120

72 Ebd.p.116

73 cf.垣東、ebd.pp.38-40

74 Ebd.

75 プロのためのラーメンの本2、柴田書店MOOK、2008、p.62

76 人気店が公開する調理技術ラーメン つけ麺 冷し麺 旭屋出版、2006、pp.114-115

77 ラーメンにおける芸術性の問題については、今後別のところで論じることにはしたい。芸術性やアート性の問題については、本論の主旨を越えるので、ここでは論じない。

を自分のラーメンに採り入れる」⁷⁸のであり、またこれを彼は、「後づけではない必然性、ストーリー」⁷⁹と呼んでおり、奇をてらったラーメンや話題づくりのためのコンセプトなきラーメンと区別している。そんな彼は、食べ歩きをほとんど行っていないが、実験と試行錯誤を執拗に繰り返し、また食材のみならず、調理機器をもどこまでも追求している職人でもある⁸⁰。

垣東も麵屋武蔵の山田についての記事の中で、「試行錯誤」という言葉を挙げている。この対話の中で、山田は次のように語っている。「約1年弱、毎日ラーメンの試作をしました。だいたい週に1日くらい妻と友人に食べさせて、感想を聞いたんです」、「悩んだのは、サンマのフレーバーが出ないこと。仕上がったスープにサンマの煮干しの香りが残らないんです。これがないと、『なんとなくおいしいけどイマイチ』の域を超えられない。これを解決するだけで3ヶ月かかりました」、「答えは動物系のスープと魚介系のスープを別々に作り、最後に丼の上で合わせるのがなんですが、これがわからなかった。でも、プロの料理人ならば、もっと簡単に気づくことですよ。僕にはそういう回り道もありました」⁸¹、と。山田が「回り道」をして、サンマの煮干しの香りの問題を自ら見出したことから分かるように、ラーメン職人の場合、試行錯誤をする中で、自分自身で答えを見出していくことが多いのである。

以上、ラーメン職人に固有な学びを四つに分類して考察してきた。ここで明らかなように、ラーメン職人は孤立無援に独学で学んでいるわけではなく、むしろ人やモノの連関の内に入り込んでいるのである。食べ歩きや食材探しはまさに食の連関の中に自らを置くことで、新たな発見や新たな味の創造に通じている。当然、実験においても、多くの他者の意見が入り込んでおり、独りよがりな自己満足に留まっていない。むしろ逆に、自己と他者の融合を実験という形で行っているのではなかったか。そうした自己と他者の融合をあてどなく試みるのが「試行錯誤」なのであった。こうしたあてどない偶発的な出会いや発見を伴う自己と他者の接触を通じた学びを「コミュニケーション的独学 (communicative self-education)」と呼びたい。communicativeという形容詞は、「隠しだてのない」、「オープンな」、「話好きの」といった意味ももっており、「対話的独学」と呼んでもよいだろう。

コミュニケーション的独学は、誰か特定の他者の下で技を習得する修行でもなく、誰の指導も受けず自分だけで学ぶ単なる独学でもない。いわゆる「独学」は、自らを外と区別し、閉じられた自己の内に留まろうとするのに対し、コミュニケーション的独学は自らを外に開く。自らを外に開くことで、他との接触、他との出会いを求め、その瞬間を孤独にじっと待つ。何かと出会うことを待ちながら、他との接触を常に求め続けるのである。これを松尾に倣って「ひらけ」⁸²と呼んでもよいかもしれない。コミュニケーション的独学は、自らをひらき、自分のラーメンを仕上げるための「何か」を求める旅のようなものと言ってよいかもしれない。しかも、その「何か」は自分にも分からないような何かであり、その何かをつかむために、ラーメン職人は食べ歩きや食材探しを続け、実験を行い、試行錯誤を続けているようにも見える。

他方、閉じられているという意味では、徒弟制度の影響の強い日本料理における「板前制度」は明確に外と内とを区別している。ここで、日本料理の板前になるまでの段階である「料理人の十職」⁸³を挙げておきたい。これは、板前になるための階級のことであり、下洗いから板前になるまでのヒエラルキーのことであり、下から順に、下洗い、中洗い、立洗い、立廻り、盛付け、焼き方、脇鍋、煮方、脇板、板前となっている⁸⁴。この階級を経て、人は板前になっていくが、当然すべての人が板前になれるわけではなく、その任命権は親方がもっていた⁸⁵。また親方となる板前は絶対的な存在であり、実親よりも関係の深いものとなる。「親方と弟子の関係は、生みの親よりも義理固いもので、親方は食べさせる世話、着せる世話、仕事を教える世話、健康の管理、住居の世話、配偶者の世話、孫の世話までもみる責任と義務」⁸⁶があったとされている。当然、修行においては、実験や試行錯誤は求められない。むしろ、修行において重要なのは、一般的な意味で一伝統の継承、技能の伝授、そして板前世界への自己の同一化と言えるだろう⁸⁷。

こうした伝統的な「修行」のイメージは、ラーメン界においてはほとんど皆無であると言ってよいだろう。たしかに「洗い方」から始まる修行を行ったラーメン職人もいる。東池袋大勝軒の山岸一雄は、そうした修行を行った人物であった。1951年4月、彼は17歳の若さでラーメン職人の見習いとして働きはじめた⁸⁸。その当

78 中村、ebd.60

79 Ebd.p.59

80 彼は、チャーシューを作るために炊飯器とオープン・トースターを使用していたり、スープのために医療用の粉碎机やエスプレッソ・マシンの使用したりしている。彼の調理器具へのこだわりが彼の魅力となっている (cf.中村、ebd.pp.63-66)

81 垣東、ebd.pp.23-24

87 とはいえ、解釈学的には、こうした板前の文化伝承においても、その時代の制約やそのつどの解釈が入り込んでおり、完全なコピーとなっていない、と言うべきであろう。伝承されるものは常に新たなものと融合しており、その融合を経て、新たな意味や新たな地平が切り開かれるのである。この融合問題については、今後の課題としたい。地平の融合の問題から、修行・独学問題を明らかにすることは次回の課題とする。

88 cf.阿部、ebd.p.160

時の彼の仕事は、「洗い場、そして麺作りなどの仕込み」⁸⁹がそのほとんどだったという。だが、兄弟子であり従兄弟の坂口政安の独立と共に同年12月に修行元を移り、その三年後には坂口の店の支店を任されるようになった⁹⁰。そしてその後、1961年には自分自身の店を開業している。この例からしても、ラーメン界における修行というのは、板前になるために15年から20年にわたって厳しい修業を行う日本料理とはやはり根本的に違うのではないだろうか。

いずれにせよ、本節で明らかにされたように、ラーメン職人における学びには、従来の修行や独学という概念では捉えきれない要素を含んでいるのである。ラーメン職人たちは、日々学び続けているが、その学び方は極めて特殊で、独特なものであった。次節では、このように非常に特殊なラーメン店主の学びの地平を明らかにしてみたい。

3. ラーメン職人の学びとその地平

既に述べたように、今やラーメンやラーメン屋に関する「情報」の量は膨大である。また、数年前の情報がかく役立つほどにその情報はめまぐるしく変動する傾向にある⁹¹。こうした背景にあるのが、インターネットとブログの急速な広まりであろう。佐々木はこの現象について次のように述べている。

ここ数年のインターネットの普及とともに、個人がそれぞれホームページを作り、自分の行ったラーメン屋のリストやその批評を載せ始めました。おかげでマスコミでは得られないような食べる側からの情報が、たくさん得られるようになったわけです。マスコミ取材拒否店でもネット上には所在地やラーメンの内容、感想といった情報が載る。要するにお店が営業しているお客さんが出入りしている限り、その情報は全部流れてしまうわけです。個人で楽しむということであっても、実際にどこまでオープンにして良いかという線引きは非常に難しいところで、様々な問題も抱えています。⁹²

ラーメンやラーメン職人に関する情報は、ネットを通じてすぐに流出する。職人が取材拒否と言ったとしても、ネット上で話題になってしまうのである。つまり、自らを閉じようとしても、閉じられない状況なのである。本論の域を出てしまうが、ラーメン職人を学びへと迫るものは、ラーメン職人以上に多く存在する

ラーメン愛好家たち（「ラーメンフリーク」、「ラーメンマニア」）なのかもしれない。前節でコミュニケーション的独学について述べたが、そうした開かれた学びは、開かれたラーメン・コミュニティによって支えられている面もある。これはラーメン界に特有の問題であり、極めて特殊な問題であるように思われる。例えばラーメンサイトやラーメンブログの数は実に膨大で、他の飲食とは比べ物にならないほどである。ラーメン職人は、開かれた学びをしているのみならず、常に開かれた状況を生きなければならないのである⁹³。こうした状況の価値判断は留保しておくこととして、本節では、こうしたラーメン職人の置かれている状況を鑑みて、彼らの学びの地平について論じていくことにする。

ラーメンそのものは、19世紀末期以来、長い時間をかけて日本の中でゆっくりと発展してきたし、基本的な構造や価値は変わっていない。数多く存在する麺料理の一つであり、依然として「B級グルメ」という先入観も根強く、大衆料理の一つと見なされている。しかし情報という観点からすると、およそ1990年以降、ラーメンやラーメン店主の情報が多くの人の手によって作られ、共有化され、データベース化されるようになり、料理の世界では他の追随をゆるさないほどに膨大な情報を蓄積するに至っている。既に前節で見たように、見習い－修行－独立というシンプルな料理界の枠を越えて、あらゆる人が様々な仕方でもラーメン店主を目指し、次々に開業しているのが現状である。修行経験のない若いカリスマ店主がメディアに取り上げられるのも、まさにこうした情報社会あってこそその現象であろう。マスコミやインターネットといったメディアの力で一時的に注目を集めるかもしれないが、それはほんの一瞬の出来事ではない。こうしたラーメンをとりまくメディアについての厳しい批判も徐々に生まれつつある⁹⁴。

従来の「見習い－修行－独立」という枠に留まらず、あらゆる分野からのアプローチが可能であり、すべての人に開かれているのがラーメンという文化であった－通常「料理界」、ないしは「技の世界」は閉じられている－。だが、ラーメン職人になる可能性がすべての人に開かれているのと同時に、ラーメンについて語ることもすべての人に開かれているのである。誰でも作れて、誰でも語れる、これこそラーメンの魅力であり、ラーメンの人気を支える要因なのかもしれない。

とはいえ、その出来は千差万別である。ラーメンは、

89 Ebd.p.217

90 cf.ebd.pp.216-219

91 ラーメン店の紹介誌として最も有名な石神秀幸のラーメン本（通称石神本）において、その傾向をはっきりと確認することができよう。10年前に紹介されたラーメン店のどれほどのお店が閉店してしまっていることか。

92 佐々木、ebd.p.83

93 いいかげんな仕事をしていたら、すぐにインターネットの掲示板やブログで指摘され、厳しい批難の声を浴びることになるだろう。

94 江口寿史と徳丸真人の対談を書籍化した「ラーメン道場やぶり」はまさにこうしたメディアとラーメン店の結びつきについて痛烈に批判した書と考えてよいだろう。「普通マスコミのせいでやたらと並ぶような店になっちゃって、お客に荒らされちゃって、味が落ちてしまうケースが多いんだよね。[...]マスコミにあおられてお客さんがドツと押しかける。それを店側がおいしいから来た！みたいに錯覚しちゃうんだよ。それで、天狗になっちゃって味のレベルを向上させる努力をしなくなっちゃう…」(江口・徳丸、ebd.p.30)

作り手の個性や時代性が反映されやすい料理なのである。ラーメンの器が一枚のキャンバスだとすれば、そのキャンバスに何を描くかは、作り手の感性や才能に委ねられている。自分の存在を切り離して考えることのできない料理がラーメンなのである。現在主流のラーメン店は、ラーメンーあるいはつけ麺ーしかメニューにのせておらずーサイドメニューあるにせよー、他の料理等を出さないお店が多く、丼一杯に自分自身を賭している職人も少なくない。

また、時代背景や時代精神も重要である。ラーメンの嗜好は時代に依りて変容する。そのときにきちんと対応できるかどうかは、その人の調理技術や食材の知識や視野などにかかっているし、またその人の柔軟な学びにかかっている。ゆえに、おのずとコミュニケーション的学びが必要となってくるのであろうーラーメンは時代に埋め込まれた料理であると言えようー。優れたラーメンの作り手は、芸術家やアーティストと同様、自らの時代精神の中で、己れの感覚や発想を駆使して、常に新しい一杯を作り出そうと日々学び続けているのである。

ここで思い出すのが、「コンピタンス (competence)」という概念である。これはいわゆる「能力 (ability)」に代わる概念で、主に心理学や社会学で使用されている概念である。この概念は、個人の内面に備わった能力ではなく、「環境との関係における能力」を意味している。またK.Meendermannによれば、コンピタンスとは、「開かれることで得られる能力」⁹⁵のことを指し、何らかの対象と関わりながら獲得され、発揮される能力と考えてよい。ラーメン職人は、まさにラーメンに対して己を開き、ラーメン作りの過程で様々な事物と関わり、その関わりの中で、己のラーメンを見出し、ラーメンを創る能力を身につけていく。こうした能力を「ラーメン・コンピタンス (Ramen-competence)」と名付けてもよいかもしれない。ラーメンという「対象」との関係において、その対象のポイントを見抜き、その対象と自己とを結びつけて、それを生かす能力⁹⁶、こうした能力を発揮すべく、創造的な活動を続けているのがラーメン職人なのである。例えば先述した「富士屋」の末本頼雄は、研究熱心で、「たくさんの人に、ラーメンのことを聞いて回」り、「窓越しに店で働いている人に声を掛け、店内を観察する」⁹⁷ことも度々であった。このように、ラーメン職人はラーメンという対象との関係の中で自己を見出し、その関係そのものを常に広げようと試みる。彼らの能力は、修行によって獲得される能力とは別の能力であり、より関係的な能力と考えてよいだろう。修行で獲得される能力は、日本

料理の例で言えば、「毎日、いかなる条件のもとでも自分の狂いもなく、うまい出しがちゃんとひけるように」⁹⁸する力のことを指す。この能力は条件や環境に左右されない絶対的な能力である。しかし、ラーメン職人に求められる能力は、既に述べたように、食べ歩きや素材集めなど、様々な人やラーメンや素材と出会い、その中で、関係的に自分のラーメンのイメージを膨らませていき、そのイメージに基づいてラーメンを創っていく能力である。そして、あてどない実験や試行錯誤の末に、あたかも画家がキャンバスに絵を描くように、詩人が世界を詠うように、歌手がステージで歌うように、自分自身のラーメンを描いて、実際に創っていく能力なのである。そのような意味で、彼らの能力は美的な能力とも言えるだろう。倉敷にある百万両の初代故西山徳男は、「わしは、ラーメン屋という舞台に立つとんじゃ」⁹⁹、と言うのが口癖だったという。

おわりに

本論は、拙論「『独学』の積極的意味について」(2007)の続編である。ラーメン職人の学びに焦点を当てて、彼らの学びの特殊性を明らかにするのが本論のねらいであった。

紛れもなく、ラーメンは日本を誇る一つの食文化である。ゆえに、ラーメン職人はその食文化の担い手と言えるだろう。そんな彼らの学びには、これまでの学習論では捉えきれないものがあるのではないか。これが本論の問題提起であった。そして、本論を通じて、伝統的な修行でも単なる独学でもない「コミュニケーション的独学」という新たな学びの次元を示そうと試みた。

そして、ようやく解釈学的な考察の一步手前には到来したように思う。本論は終始ラーメン職人の学びに焦点を当てて論じてきたが、学びの解釈という点では極めて不十分であると言わざるを得ない。

したがって、今後の課題としては、やはりラーメン職人の学びの解釈学的解明がある。具体的には、ラーメン職人における解釈学的循環の問題や世界内存在の問題が挙げられよう。そして、本論の考察を踏まえた上で、もう一度教育における学びの問題に立ち返らなければならない。また、ラーメンは今や国際食として世界各国で食べることができるようになっていることからしても、日本文化としてのラーメンの研究も求められよう。

95 cf.Karin Meendermann, *Die Dialog zwischen den Generationen*, Waxmann,1994.SS.24-34

96 こうした能力を、カントの「構想力 (Einbildungskraft)」の視点から解明することもできよう。これは今後の課題としておきたい。

97 石原、ebd.p.42

98 阿部、ebd.p.166

99 石原、ebd.p.103