

みんなくりポジトリ

国立民族学博物館学術情報リポジトリ National Museum of Ethnology

佐世保のハンバーガーから「佐世保バーガーへ」

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2015-11-18 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 笹原, 亮二 メールアドレス: 所属:
URL	http://hdl.handle.net/10502/5586

佐世保のハンバーガーから 「佐世保バーガー」へ

笹原 亮二

(ささはら りょうじ)

国立民族学博物館准教授

専門分野 ● 民俗学・民俗芸能研究

著書 ● 『三匹獅子舞の研究』

佐世保バーガーとの遭遇

先日、鹿児島の天文館で「佐世保バーガーが鹿児島に初上陸」と記された看板を見付けた。それは、佐世保の国際通りにあるハンバーガー・ショップの鹿児島出店を伝えるものであった。佐世保バーガーは、近年各地で催される長崎物産展では定番となり、東京や大阪などの大都市圏にも進出して、今や佐世保のご当地グルメとして全国区となった感がある。



佐世保バーガー店（筆者撮影）

私が佐世保バーガーに初めて出会ったのは四、五年程前のことである。芸能の調査で上五島行き船に乗るために佐世保駅に降り立った私の目に、「佐世保名物 手作りハンバーガー」と記された町の地図が飛び込んできた。改めて構内を見渡すと、巨大なハンバーガーの作り物の横にハンバーガーの屋台がある。遠くでは、セーラー服に水兵帽を被った「佐世保バーガーボーイ」なるキャラクターが円らかな瞳で微笑みかけていた。佐世保バーガーとはいかなるものか？ 民俗学を学ぶ者としては放つてはおかず、即座に現地調査を思い立ったが、船の時間が迫っていた。後ろ髪を引かれつつ港に急ぎ、数日後に島から戻ると早速調査に取り掛かった（要するに、実際に食べてみた）のであった。

佐世保観光情報センター作成の佐世保バーガーのリーフレットにはハンバーガー・ショップが十数店紹介されているが、実際の数はそれ以上に上る。平成一三年（二〇〇一）には三〇軒程であったが、現在は更に増えているらしい。人口二五万人の佐世保にしてはかなりの数である。そのうち数軒のみが、大手ハンバーガー・チェーンの

ショッピング・モールなどへの出店で、それ以外は全て地元の人が経営する独立店舗の路面店である。

旅行情報誌でも佐世保バーガーは、「アメリカ文化が息づく佐世保発祥の味覚」として紹介されたり（『マップル情報版 長崎・島原・平戸・壱岐・対馬二〇〇一年版』）、「佐世保ハンバーガーカタログ」が掲載されたり（『マップルマガジン 長崎・佐世保・ハウステンボス '02』）、「特集」十九島の牡蠣と肩を並べて紹介されたり（『るるぶ情報版 福岡・長崎・ハウステンボス '02』）といった具合で、頻繁に取り上げられている。

佐世保バーガーは、佐世保を舞台とした映画にも登場している。ご当地ロケが売り物の「釣りバカ日誌」第一六作「浜崎は今日もダメだった」（平成一七・二〇〇五年）では、市内で評判の実在するハンバーガー・ショップや佐世保バーガーボーイのキャラクター、TVの人気タレントが売り子を演じるハンバーガーの露店が出てくる。また、佐世保出身の村上龍の小説を映画化した「69」（平成一六・二〇〇四年）で

も、主人公の高校生たちが入り浸るのはハンバーガー・ショップで、ハンバーガーの移動販売車も出てくる。

佐世保バーガーは、今や名実共に「佐世保名物」となっているようである。

佐世保のハンバーガーの歴史

前出リーフレットによれば、佐世保は日本の「ハンバーガー伝来の地」とされるが、その真偽はさておき、佐世保のハンバーガーの発祥は米軍や朝鮮戦争と深く関わっている。昭和二五年（一九五〇）に朝鮮戦争が始まると、佐世保は米軍の兵站の補給や兵士の休養、兵器の修理などの基地となり、町中に大勢の米兵が溢れ、米兵相手に飲食店や風俗店が軒を並べるようになった。そうした米兵相手に、米軍基地で働いていた日系二世の知人に教わって、クリーニング屋の傍らハンバーガーを作って売る者が現れた。当初は焼いた牛肉を四角いパンに挟んだステーキ・バーガーであったが、米兵たちに好評で、日に日に客が増えていった。その結果、ハンバーガーが本業となり、元のパン屋に丸いパンズを作らせて、それにミンチ肉のパティを挟んだ本格的なハン

バーガーを売るようになった。それが佐世保のハンバーガーの始まりという。

但し、異説もあり、かつて米軍基地にヨガのインストラクターとして通っていたあるレストランの店主が、基地で食べた味が忘れられずに再現したことに始まる、或いは、米兵相手の店が集まる外国人バー街のある店が売り出したのが始まりという話も伝わっている。

しかし、そうした米兵相手に始まったハンバーガーが現在の佐世保バーガーにそのまま繋がったわけではない。ハンバーガーが米兵相手のいい商売になることがわかると、町にはハンバーガー・ショップが続々と増えていったが、その繁盛も長くは続かなかった。昭和二八年（一九五三）朝鮮戦争が終わると米兵は激減した。当時佐世保の人々には、ハンバーガーは馴染みがなく、値段も高くても誰も買わなかったため、ハンバーガー・ショップは次々と姿を消していった。その頃から今も継続して営業している店は数えるほどである。

ハンバーガーが佐世保の人々に受け入れられなかったのは、値段の問題だけではない。朝鮮戦争後には前述のクリーニン

グ屋から転業した店も一旦閉店したが、昭和四八年（一九七三）に再び営業を始めた。その頃佐世保には、ベトナム戦争に従軍する大勢の米兵がいたが、単に米兵相手ではなく地元の人々も相手にするかたちで、路線変更して営業を再開したのである。店名を英語から日本語に変え、サイズを小振りにして、馴染みがなかったピクルスやマスタートードを除き、自家製マヨネーズを用いて繊細な味にするなど、様々な面で地元の人々の趣味嗜好に合わせるアレンジが施された。その結果、地元の人々もハンバーガーを食べるようになり、この店以外にも、地元の人々相手のハンバーガー・ショップが増えて、佐世保の日常的な食べ物として次第に定着していったのである。

佐世保の人々とハンバーガー

こうした佐世保のハンバーガーの定着の経緯は、町の規模の割に多くの店があること、多くが地元の人が経営する店舗であることといった、現在の佐世保のハンバーガー・ショップのありようと様々な点で符合する。また、ハンバーガーに店ごとの特徴が認められることも、そうした経緯とおそ

らく無関係ではない。敢えて市販の素材や材料を用いるシンブルな調理法を固守したり、ビーフではなくあつさりしたチキンのパティをメインにしたり、国産や自家製の素材のみを用いた安心・安全・ヘルシーさを志向したり、バンドズから徹底的に手作りこだわったり、地元の人々の個人経営の店ならではの細やかな配慮が見られ、結果的に他店との差別化に繋がっている。

盛り場であり、営業時間が深夜あるいは翌朝に及ぶハンバーガー・ショップが少なくないのも佐世保の特徴といえる。午後七時頃に閉店して翌日午前二時頃まで営業という店もある。酔んだ後にこうした店でハンバーガーを食べるのは、佐世保では若者に限らず珍しいことではない。二次会に行く途中で小腹が空くと、上司がハンバーガーを買いに部下を店に走らせることもあるらしい。「ハンバーガーは佐世保の人にとっては、のんだ後のラーメンと同じ」で、お土産に「老舗のハンバーガーショップのものを買って帰って、翌朝フライパンで温めて食べるのもおいしく、その際には「油をひいちゃいけない」という（『佐世保ごちそう大図鑑 ver.2 2004』）。

もちろん、佐世保のハンバーガーは酔客のものだけではない。町の中心部から少し離れた住宅街のある店でハンバーガーを食べていたら、サンダル履きの女性がハンバーガーを大量にテイク・アウトしていった。ちょうど午後三時頃で、近所の仕事場か集会のおやつを買いに来たという風情であった。その店のハンバーガーは一個一五〇円と手頃な値段で、メニューには、メインのハンバーガーとピザのほか、「鶏の唐揚げピリ辛」「串ジャガ」「コロツケ」「天ぶら（チーズ・たこ・ごぼう）」といった総菜風のサイド・オーダーが並んでいた。こうした店のありようも、「のんだ後のラーメン」同様、佐世保の人々にとってハンバーガーやハンバーガー・ショップが日常化している実態を現している。

「佐世保バーガー」の誕生

しかし、こうした佐世保におけるハンバーガー定着の経緯や現況は、旅行情報誌で紹介されている佐世保バーガーの姿とは必ずしも一致しない。アメリカ的でなくなることで地元の人々に受容されて定着し、日常化した佐世保のハンバーガーからは、米

軍基地の町ならではの本来アメリカ的な食文化という印象はほとんど受けないのである。そもそも、「佐世保バーガー」という呼称自体、そこには出てこない。

実は、「佐世保バーガー」が生まれたのはそう古いことではないらしい。平成四年（一九九二）佐世保に開園したハウステンボスは、当初は目新しさもあって多くの観光客を集め、地元は大いに潤ったが、リピーターに繋がらず、平成一二～三年（二〇〇〇～一）頃には来園者が減少して観光不振に陥ってしまった。そこで、佐世保市など地元の関係団体が新たな観光振興策を模索していた時に、目に留まったのが、市内にたくさんあったハンバーガー・ショップであった。そして、それらの店の協力のもと、旅行会社とタイ・アップして、「佐世保バーガー」のクーポンを組み込んだツアーを売り出したところ、意外に好評を博した。その頃から、観光情報誌にも「佐世保バーガー」が頻繁に登場するようになり、佐世保の名物として広く知られてちょっとしたブームのような現在の状況を呈するに至ったのである。

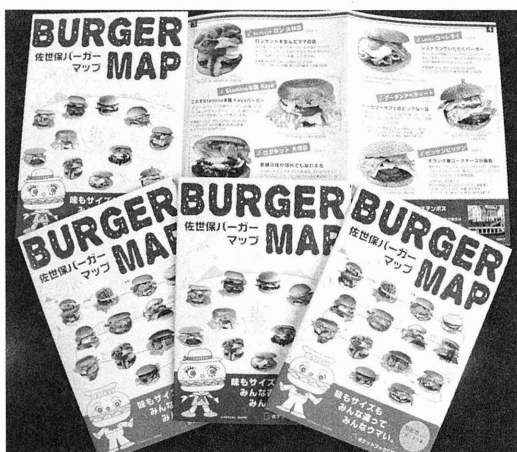
こうして新たに「誕生」した佐世保名物

ともいえる佐世保バーガーであるが、観光客向けのアイテムに止まらず、地元の人々にも一定の支持を得ているようである。地元で出版されたグルメ情報誌の佐世保の人々に対する「名物グルメと言えど？」というアンケートでは、「一位 ハンバーガー・二位 九十九島カキ・三位 新鮮な魚介類・四位 飛魚（アゴ）ラーメン」と、「佐世保が伝来の地とされるハンバーガーが堂々の一位」となっている（『佐世保ならではブック Vol.4 2004』）し、地元の様々な生活情報を掲載したフリーペーパーにも、新たに開店したハンバーガー・ショップや新作ハンバーガーに関する記事が頻繁に掲載されていて、地元の人々のハンバーガーに寄せる並々ならぬ関心が窺える。

自他共に認める佐世保バーガーという新名物が地域振興に一役買っているのは、地元にとっても好ましいことである。佐世保観光情報センターでは、佐世保バーガーのほかに、「海軍さんのビーフ・シチュー」も、ポスターやリーフレットを作って観光客への宣伝普及に力を入れている。これは、佐世保に旧日本海軍の軍港があったこと因んで、海軍のレシピを基に新たに作ったこ

当地グルメであるが、こちらは佐世保バーガーに比べて少々苦戦の様子である。そもそもこの料理は、佐世保の海上自衛隊幹部の肝煎りで産まれた、いわばトップ・ダウンの名物らしい。そこが、ボトム・アップの名物の佐世保バーガーとはいささか異なる。苦戦の原因も、案外その辺りにありそうである。

付記 佐世保観光情報センターの方々には、佐世保バーガーに関する興味深い話を聞かせていただき、本稿の作成に際して参考にさせていただいた。記して謝意を表したい。



佐世保観光コンベンション協会が作製した「佐世保バーガーマップ」（写真：共同通信社）