

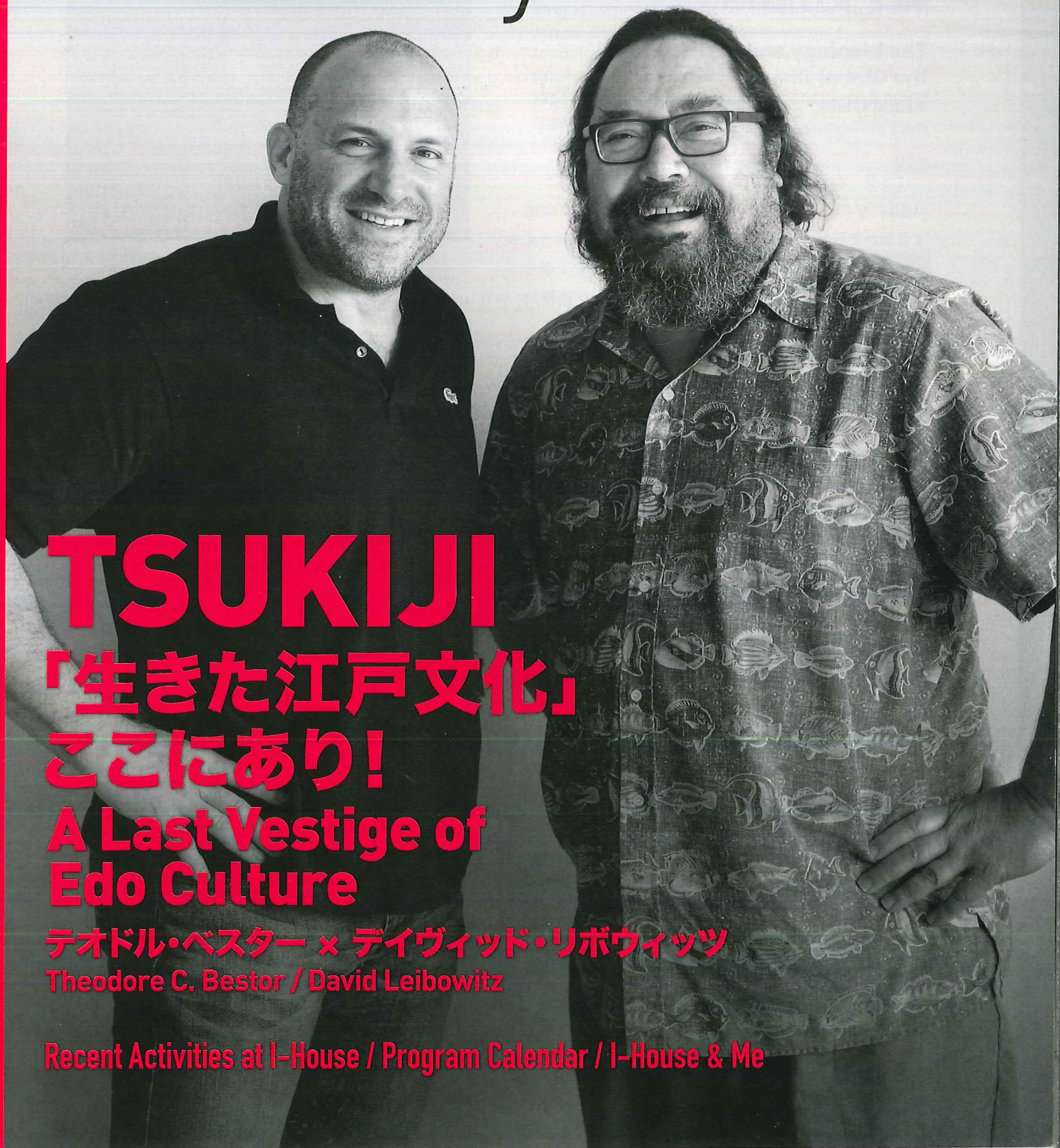


公益財団法人 国際文化会館  
International House of Japan

# I-House

## Quarterly

No. 07  
Fall 2015



# TSUKIJI

「生きた江戸文化」  
ここにあり!

A Last Vestige of  
Edo Culture

テオドル・ベスター × デイヴィッド・リボウィッツ

Theodore C. Bestor / David Leibowitz

Recent Activities at I-House / Program Calendar / I-House & Me



Dialogue

# TSUKIJI

## 「生きた江戸文化」ここにあり！

### A Last Vestige of Edo Culture

テオドル・C・ベスター

文化人類学者

Theodore C. Bestor

Social anthropologist

デイヴィッド・リボウィッツ

マグロ輸出会社経営者

David Leibowitz

Tuna trader

威勢のよい掛け声があちこちで飛び交い、人々の間をかき分けてターレが走り抜ける東京・築地魚市場。和食がユネスコ文化遺産に登録された今、ここはまさしく世界の台所だ。

2016年秋には新天地・豊洲への移転が決まっているが、現在の姿を惜しむ声も多い。

文化人類学者と、築地市場で働いた経験を持つマグロ業者——築地を愛してやまないお二人に、その魅力を大いに語ってもらった。

At Tokyo's Tsukiji Fish Market, you are immediately immersed in the lively cries of the workers and the traffic of "turret trucks" nimbly weaving their way through the crowds. Now, with the worldwide boom in Japanese cuisine, Tsukiji has literally become the world's pantry. The market, however, is slated to move to a new location in Toyosu in the fall of 2016, and many already mourn the passing of its longtime home. We invited two experts with an abiding love for Tsukiji—a social anthropologist and a tuna trader who used to work at Tsukiji—to talk to us about its enduring attractions.

©渡部まなぶ/アフロ

#### 築地魚市場に一目ぼれ？

テオドル・ベスター：私が最初に築地に出会ったのは、今から30年前。当時は結婚したての貧乏留学生でしたが、なぜか地元のすし屋さんを知り合いになり、魚についてあれこれ尋ねるうちに「築地に行ってみる？」という話になった。興味半分で出かけたものの、まるで火星に行ったようでしたね(笑)。見たこともない魚を前に、仲卸人たちの会話もほとんど理解できず、市場の雰囲気は圧倒されるばかりでした。その10数年後、日本の物流システムを研究するため東京にいた私は、再び築地を訪れることになった。その頃には言葉も上達し、日本社会に関する知識もかなり備わっていたので、現場で話が聞けるだろうと出かけたんで

#### Love at First Sight?

Theodore Bestor: I first encountered Tsukiji 30 years ago as a student. My wife and I were dirt poor, but somehow made friends with a local sushi chef. We'd ask him a lot of questions about fish and such, and one night he and his apprentices offered to take us to Tsukiji—which we'd never heard of before. We went on a lark, but it was like a trip to Mars [laughs]! I could hardly understand anything about what was going on. The atmosphere of the place completely blew my mind. Then, maybe a decade later I was back in Tokyo to study the Japanese commercial distribution system, and I visited Tsukiji again, thinking to interview a few people. At that point my Japanese was much better, I had



## Theodore C. Bestor

テオドル・C・ベスター

1951年米国イリノイ州生まれ。ハーバード大学社会文化人類学教授、同大ライシャワー日本研究所所長。築地の魅力に惹きつけられ、89年から14年間にわたって取材をし、「Tsukiji: The Fish Market at the Center of the World」(カリフォルニア大学出版、2004年。日本語版『築地』は本楽舎より2007年刊行)を完成させた。同書は米国人類学協会経済人類学部門2006年最優秀賞ほか多数の賞に輝く。現在の研究テーマは日本の食文化の伝統と和食の世界的普及。

Born in Illinois in 1951. Professor of Social Anthropology and Director of the Reischauer Institute of Japanese Studies at Harvard University. In 1989 he began the research that would culminate in the publication of *Tsukiji: The Fish Market at the Center of the World* (University of California Press, 2004; Japanese translation from Kirakusha in 2007), which has won a number of awards, including the Society of Economic Anthropology Best Book Award for 2006. His current research examines traditional Japanese food culture and the global popularity of Japanese cuisine.



す。そうしたら、今度は完全にのめりこんでしまいました。「こんなに面白い場所は世界中どこを探してもない!」そう確信した私は、以来、築地市場の研究に没頭し、2004年にその成果を本にまとめたんです。

**デイヴィッド・リボウィッツ:** 僕も拝読しました。今日こうして直接お話しできて、とても光栄です。僕の場合、築地との出会いは全くの偶然でした。それまでは古着屋ビジネスで成功していたんです。しかし1997年、ひょんなことからマグロ業者の方と知り合いになり築地へ行った時のこと。魚の匂いや潮の香り、活気に満ちた市場の喧騒、縦横無尽に動き回る男たち…五感のすべてが刺激され、一瞬で築地にほれ込んでしまった。それで、つてを頼りに河岸の世界に飛び込み、マグロ仲卸業者の店で1年半ほど修業させてもらったんです。

### 築地に垣間見る江戸文化

**ベスター:** 築地の魅力は何よりそこで働く人たちですね。河岸の仕事は朝が早いし、決して楽じゃない。でもなぜか皆が気持ちよく働いている。競売人、仲卸業者、魚の買い付けに来るプロの料理人たちは皆、冗談を言い合ったりしながら常に「笑い」を絶やさない。そうした日々のやりとりを通じて構築される人間関係が、築地の持つ独特な文化や商習慣の根幹にあるように思います。

**リボウィッツ:** 同感です。築地は人のエネルギーと混沌で満ちあふれていますね。ただ、混沌とした中でも不思議な秩序がある。僕にはそれが江戸時代の封建

a more sophisticated sense of how Japanese society worked, and I just got sucked in. I felt like this was the most fascinating place in the world, so I immersed myself in research on Tsukiji and emerged in 2004 with a book.

**David Leibowitz:** I've read it, and it's an honor to have this chance to talk about it with you in person. My encounter with Tsukiji was sort of haphazard. I was in the used clothing business here in Japan, but in about 1997 I became friends with this fresh tuna dealer and he took me to lunch in Tsukiji. As you say, it just blew my mind. The aroma of fish and the sea, the bustle and noise of the market, and the guys running around in every direction. There was something there for every one of the senses, and for me Tsukiji was love at first sight. So I just jumped feet first into this unknown world and spent a year and a half there apprenticing at a tuna wholesaler's shop.

### A Glimpse of Edo Culture

**Bestor:** One of the things I love about Tsukiji is the people working there. The market is a tough job with terrible hours, but people are enjoying themselves. The auctioneers, the wholesalers, the chefs coming to buy fish directly—they laugh, they joke, they kid around. I think the unique culture and business practices of Tsukiji are rooted in the web of human relations built up in these day-to-day exchanges.

**Leibowitz:** I agree. Tsukiji is just overflowing with chaotic human energy. But in the midst of that chaos there is also a strange sense of order. I feel like it has something to do with the concept of *bushido* that was born out of the feudal system



制度から生まれた武士道概念に通じるように感じられるんです。よくも悪くも、皆が自身の役割や責任をわきまえていて、おのおのの仕事を全うすることに誇りを持っている。

**ベスター:** 武士道とまでは思いませんが、確かに築地は、17世紀にさかのぼる江戸文化が今に息づく数少ない場所と言えます。江戸時代の武術に見るような「型」の存在もその一つ。例えば、マグロを解体するときは刀のように長い包丁を使って数人がかりでさばきますよね。一人は柄の部分、もう一人はタオルを巻いた刃先を握るため、呼吸が合わなければ非常に危険です。それだけに基本の所作と言うべき型の修練が必要になる。包丁研ぎを学ぶ弟子たちは、ただ研ぐのではなく、「正しく」研がなくてはならない。魚選びの際も、型はとても重要な要素の一つです。形や大きさが不揃いなものは使い勝手が悪いし、尾が反りあがっているような魚は、釣り上げられる際に激しく暴れた可能性があり、それは味に直接影響しますから。

**リボウィッツ:** 仲卸人たちの「目利き」の能力には本当に驚かされます。築地で働き始めた頃は、彼らが何を見て魚の質を判断しているのか、全くわかりませんでした。僕にはどれも同じに見えましたから(笑)。

**ベスター:** 魚の良しあしはもちろん、仲卸人たちは顧客である料理人がどんなレベルの魚を求めているかも熟知していますよね。彼らの会話を聞いていると、単に魚の状態や値段の話ではなく、「これはすごい上物だけど、おたくのお客さんにはちょっと高すぎるから、こっちのほうがいいよ」といったやりとりが交わされて

of the Edo period. There's a hierarchy in which everyone knows their roles and responsibilities, for better or worse, and takes pride in doing their job to the best of their abilities.

**Bestor:** I don't think of it as *bushido*, but, yeah, I'd say Tsukiji is one of the last vestiges of the Edo cultural tradition going back to the 17th century. One aspect of this is the *kata*, or forms, like in the Edo-period martial arts. There's a proper way to do anything. For example, when you are carving up a tuna, the right way is for one apprentice to grab the hilt of the knife and the other to grab the end of the blade, wrapped in a towel—if they are not working together in harmony it's very dangerous. Which is why mastering the basic *kata* is so important. The apprentice doesn't just learn how to sharpen a knife—he learns how to sharpen it the *right* way. When choosing fish, the *kata*—the literal shape—of the fish is also quite important. Mismatches in size and proportions make them difficult to use in the kitchen; a crooked tail might mean the fish struggled violently when caught, and this will affect the flavor directly.

**Leibowitz:** The eye the wholesalers have for fish is truly incredible. When I began working at Tsukiji I had no idea what it was they were looking at to determine the quality of the fish. They all looked the same to me [laughs]!

**Bestor:** The wholesalers don't just know good from bad fish—they know exactly what level of quality their clients are looking for. They don't just talk price or condition of the fish but say things like, "Yeah, this fish is really good, but it's probably too expensive for your customers. This would be

## David Leibowitz

デイヴィッド・リボウィッツ

1968年米国ニューヨーク市生まれ。DML株式会社代表取締役。93年に来日、まだ日本文化にもなじみがない頃に築地市場のマグロ卸業者「山和」で1年半勤務。その後2000年に北米に生鮮・冷凍マグロおよび加工品を輸出するDML株式会社を創業、Itsumo Foodsブランドを展開している。その活動は『ジャパン・タイムス』などで紹介された。

Born in New York City in 1968. President of DML Venture Enterprises. Came to Japan in 1993 and, while still unfamiliar with Japanese culture, apprenticed for a year and a half with the tuna wholesaler Yamawa in Tsukiji. In 2000, he founded the tuna processing and export company DML and its brand Itsumo Foods. His activities have been introduced in the *Japan Times* and other venues.





写真提供: 山和株式会社

3人がかりでマグロを解体する。(上)  
1日2000トン以上の水産物が取り扱われる築地市場には、日々約3万人の買い出し人が訪れる。  
It requires three men to cut a tuna (above). Tsukiji Fish Market handles over 2,000 tons of seafood every day. Some 30,000 people come daily to buy fresh seafood.

いる。つまり、日々のコミュニケーションを通して顧客の要望をくみ取り、それに誠実に応えているんです。単なるモノの売り買いではなく、信頼関係なんですよ。そうした商人の心意気も、日本橋で河岸が栄えた江戸時代中期から脈々と受け継がれてきた日本の文化的価値の一つでしょう。

## 自然から命をいただく

**ベスター:** 日本の文化を引き継ぐものとして、築地市場横の波除神社なみよけもとても興味深いですね。境内には卵、エビ、魚、ハマグリ、すしなどの塚があって、時折、参拝に訪れる仲卸人や料理人の姿を見かけます。「生きるために食べる」ことに感謝するという、人間以外の生き物の命に対する倫理感ですよ。さっきまで生きていたものを、食するために殺すことへの敬意でもあります。それは日本特有の考え方なのかもしれません。スペインや米国では魚市場の近くにカトリックの祠ほくらを見かけましたが、それらは魚や食物のためのものではなく、海で亡くなった漁師を祀るものでした。

**リボウィッツ:** ユダヤ教にはコーシャという食事規定がありますが、本来これは動物をどう扱うかという倫理を示したものです。神道の、自然から命をいただくという考えに、少し似ているかもしれません。人間以外にも魂があるという考え方はとても興味深いです。西洋は一般的に征服欲や消費欲が強く、魚がほしい、魚がそこにいる、そうしたらたとえそれが最後の1匹だとしてもその魚を捕りに行くというメンタリティーがある。逆に日本人は、自然や環境に対して共存意識を強く抱いているように思えますね。

**ベスター:** ユダヤ教とキリスト教は、原則的に自然の

exactly what you want.” They understand their clients’ needs through daily communication, and respond to them faithfully. It’s not just a business transaction, it’s a relationship of trust. In fairly significant ways, such as this sort of give-and-take among tradespeople, what now is Tsukiji can be traced back to the Nihonbashi Fish Market that started in the early 18th century—a living inheritance of Edo culture.

## Taking Life with Gratitude

**Bestor:** In terms of Japanese cultural heritage, Namiyoke Shrine right beside the Tsukiji Market is a really fascinating place. On the grounds of the shrine there is a row of monuments to eggs, fish, shrimp, clams, sushi—and the people associated with the market stop by from time to time to pay their respects. There’s a sense of ethical engagement with other aspects of the living world—that in order to live, we must eat. And since in order to eat, we must take life, it should be done with respect and gratitude. This may be something unique to Japan. In Spain or in the United States you might find a Catholic shrine near the fish market, but that’s not for the fish, it’s for the fishermen—the men who lost their lives on the sea.

**Leibowitz:** In Judaism there is the practice of keeping kosher, which is really a body of laws and rules about how to treat animals ethically. In a sense, it’s similar to the Shinto idea of gratitude for the life we are taking from nature—the sense that there is a soul or spirit in forms of life other than the human, which is really interesting. In the West the desire to conquer and consume is strong. The mentality that says: I want some fish, there’s the fish, let’s go get the fish—even if it’s the very last one. In contrast the Japanese seem to me to have a



上に人間を立たせますからね。神道の基本哲学や、昔ながらの日本を見てみると、人間と自然がより一体となっています。神道は、田植え期や収穫期などに合わせて季節を祝いますね。

**リボウィッツ:** 最初に日本人がすしや刺し身を食べ始めたというのも、自然と調和して、自然をありのままにいただくという日本的な考えに通じているのかもしれない。



波除神社に並ぶ卵や魚の塚。年間を通して、供養祭や魚霊祭が行われる。Monuments to eggs and seafood in Namiyoke Shrine. Memorial services are held for those foods throughout the year.

**ベスター:** 少なくとも北米で、昔から食されてきた生の海産物と言えば、力キくらいでしょうか。西洋料理の多くは、生の食材を香辛料やソース、調理法を駆使していかに美味しく変化させるかにかかっています。一方、和食の基本は食材自体の特徴が明確であること。本来、欧米人にとっては魚介類や動物の肉を生で食べることが安全だという考え自体、なじみがないものなんです。私のように海から1000キロ以上も離れたイリノイ州で育つと、新鮮な魚を知らなくても全く不思議ではない。子供の頃に「ライスの上に、おいしい生魚をのせて食べるんだよ」と言ってすしを出されたら、恐怖のあまり叫びながら逃げていったと思いますよ(笑)。それくらい生魚は想像を絶するものでした。すしや刺し身が北米や欧州で広まったのはごく最近のことで、それは紛れもなく日本食の影響なんです。

### 和食で伝える日本文化

**ベスター:** この数十年、すしや刺し身の米国での需要は群を抜いて高まってきていますが、腕利きの日本人シェフによって食材が吟味されていない場合も多いですね。すしは単に米に刺し身をのせたものではなく、伝統的な技術や知識が必要だという基本的な部分が伝

stronger sense of coexisting with nature and being stewards of the environment.

**Bestor:** The Judeo-Christian religions essentially put humans above nature. If you look at the underlying philosophies of Shinto and traditional, preindustrial Japan there is much more of a sense that humans and nature are integrated. You see it in the Shinto celebration of the seasons, the periods of planting and harvest.

**Leibowitz:** I think the sense of harmony with nature and wanting to eat naturally is why the Japanese came up with the idea of eating sushi and sashimi.

**Bestor:** At least in North America the only kind of raw seafood I can think of that has traditionally been eaten is oysters. Many Western cuisines depend on cooking techniques, spices, and sauces to transform raw ingredients. On the other hand, the basic principle of *washoku*—traditional Japanese cuisine—is that the underlying characteristics of the ingredients themselves should be self-evident. Traditionally, North Americans and Europeans have had little familiarity with the notion that eating seafood or animal products raw can be safe. I was born in central Illinois, which is over a thousand kilometers from the nearest seashore. If somebody had come up to me and said, “Here’s some rice and I put some really delicious raw fish on it, try it,” I would have run screaming from the house [laughs]. Sushi and sashimi are very recent things in North America, and in Europe as well, and the appreciation for raw seafood nowadays is a direct result of Japanese influence.

### Washoku as a Vehicle of Japanese Culture

**Bestor:** In the past couple of decades, sushi and sashimi have been among the fastest growing food categories in the United States. Yet most of it is not being handled by trained Japanese chefs, with their eye for quality, and that’s a big problem. Sushi is not just slapping some raw fish on top of rice; the fundamentals of the traditional knowledge and craft that go into it aren’t getting properly transmitted. I’ve met a number of people in the professional cooking world who now go on about *umami*, the fifth flavor. “I spent six weeks in Japan and all I did was make *dashi* [stock] and learn the difference between the types of *konbu* [kelp] I should use for it.” But these are guys who never even heard of *konbu*, *dashi*, or *umami* when they were in cooking school...

**Leibowitz:** It’s the same with the sanitary aspects: no matter how many rules you make, it seems



わっていない。今や多くの外国人シェフが「うまみ」について延々と語りたがります。彼らは得意気に「日本で和食を勉強した6週間のあいだ、ひたすら出汁を作って、昆布の違いを学んできたよ」と言うんです。でも、そんな人たちに限って料理学校では昆布や出汁、うまみのことなど、聞いたこともなかったりするんですよ。

**リボウィッツ:** 衛生面でも同じで、いくらルールを作っても海外の日本食店はなかなか日本のすし屋ほど清潔にならないですね。生ものを扱うことに対して、人々が意識的になるような文化の構築が必要です。

**ベスター:** 私は次の本で、和食とは何かについて書く予定です。調理法や見た目の美しさだけでなく、伝統芸能から宗教的信仰、日常的な作法、人々の社会的なつながりに至るまで、あらゆる文化的な側面と絡めて和食を説明したいと思っています。和食というのは単なる料理という次元を超えて、いわば世界観を表している。それを説明できたらと思いますね。

## 移転への不安と期待

**リボウィッツ:** 築地の移転はすでに東京都が決定し、2016年秋には豊洲に河岸がオープンしますね。場内で長く商売をしてきた業者の中には、移転に伴う経済的負担から、これを機に店をたたむ人もいと聞きます。昔ながらの築地の姿が失われていくと思うと、残念でなりません。それに「築地」という名は、今や世界に通用する大きなブランド力になっています。

**ベスター:** そうですね。築地の「場」としての文化的価値が意外にも過小評価されているのは残念です。例えば、誰がハリウッドをアリゾナに移転させて、改名したりするのでしょうか。考えられないですよ。豊洲への移転はそのくらいの衝撃がある話なんです。ただ、移転の必要性を認めざるを得ない部分もあります。築地市場が創設されたのは1935年ですから、施設はもうボロボロです。その懐かしい雰囲気は、私はとても好きなんですけどね。その姿を記録に留めようと、松竹が映画を製作していて、私も少しばかり協力しました。\* 豊洲に移れば、より衛生的で安全で効率的な環境になることでしょう。豊洲に移った人たちが満足する仕事ができ、最高の水産物を世界中の最高基準の料理人たちに供給し続けてくれることを、心から望みますね。

※築地市場と日本食の文化を記録したドキュメンタリー映画『Tsukiji Wonderland (仮)』(製作・配給: 松竹株式会社)は2016年公開予定。

impossible to get overseas Japanese restaurants to keep things as clean as a sushi restaurant in Japan. There has to be a cultural construct that informs people of how to handle raw food.

**Bestor:** My next book is going to be trying to explain what *washoku* is, as a projection of Japanese culture. Not just beautiful photographs and recipes, but in terms of all the cultural contexts that make Japanese cuisine a complete culinary system, ranging from traditional art and religious beliefs, to everyday etiquette and social interaction today. It is not just what you see on the plate in front of you—it's the whole world!

## Hopes and Fears of Relocation

**Leibowitz:** The Tokyo Metropolitan Government has decided to move the market to Toyosu, to reopen in the fall of 2016. But I hear a lot of long-time Tsukiji dealers are planning on quitting the business entirely due to the financial burden of the move. When I think about the loss of Tsukiji, this last vestige of Edo, I am heartbroken. And this is despite the fact that "Tsukiji" is like a brand name known around the world.

**Bestor:** Yes, it's a shame how underappreciated Tsukiji is in terms of its cultural value as a specific place. Would someone move Hollywood to, say, Arizona, and rename it? No. The move of Tsukiji to Toyosu provokes that kind of shock. Though there are many things about the move I can understand: the physical plant of Tsukiji dates from 1935, so it's getting pretty shabby. To me it's kind of a nostalgic shabbiness, so I like it. Shochiku is now shooting a film to make a record of Tsukiji, and I participated a little bit in making it.\* Toyosu probably will be a cleaner, safer, more efficient working environment. I certainly hope that Toyosu is a success. I hope that people who have to move there continue to find it a satisfying place to work and that it continues to be able to supply the best seafood in the world to some of the best chefs in the world.

\* The documentary film *Tsukiji Wonderland* (tentative) portraying the four seasons of Tsukiji and traditional Japanese food culture will be released by Shochiku Co., Ltd. (production and distribution) in 2016.

この対談は2015年6月23日に行われたものです。  
This dialogue was conducted on June 23, 2015.

編集・構成: 国際文化会館企画部  
インタビュー撮影: サトウノブタカ

Editing: International House of Japan, Program Dept.  
Photographer (interview): Sato Nobutaka