

検証・大阪ブランド **食**

「押し寿司」が名物になるまで

大阪の郷土料理

農林水産省は平成19年12月、全国の人気投票をもとに「郷土料理百選」を選定した。そこで大阪の郷土料理に上げられたのが、箱寿司と白みそ雑煮。大阪といえば「たこ焼き」「お好み焼き」一辺倒なイメージで語られることが多いだけに、この結果は大阪の多彩な食文化を示すよい機会ともいえる。

元来、大阪で寿司といえば押し寿司をさす。すし萬(1653年創業)の小鯛雀鮓、吉野鯨(1841年創業)の箱寿司、よし常(1891年創業)のバッテラなどが先駆で、歴史は古い。とはいえ老舗で旨いというだけで、その名が広まったわけではない。歌や芝居で語り継がれたり、宣伝で話題を呼ぶなど、“パブリシティ効果”に負うところも大きい。

虎造効果

「江戸っ子だってねえ」「寿司を食いねえ」で知られる浪曲『石松三十石舟道中』。戦後一世を風靡した広沢虎造(1899～1964)の創作だが、ラジオからテレビの時代になって浪曲が聞かれにくくなった今でも、このセリフだけは全国的に有名である。しかし、その寿司が大阪の押し寿司であることを知る人は、もはや少ない。

物語は幕末・文久2年の春、場所は大阪・天満橋近くの八軒家浜。次郎長の遣いで金比羅参りを済ませた石松が、清水への帰途、八軒家浜から三十石舟に乗って伏見へ向かう。その舟中で豪傑比べに興じる乗り合いのひとりが、「海道一の大親分は清水の次郎長だ」と言い出すや、待ってましたとばかり話に割り込む石松。子分である自分の名前を言わせようと、酒と寿司で機嫌を取るくだりが面白い。虎造は、石松が買い込んだ寿司を「大阪本町橋の名物・押し寿司」と紹介している。

「飲みねえ、飲みねえ、おい飲みねえ。寿司を食いねえ、寿司を。
もっとこっちへ寄んねえ。江戸っ子だってなあ」
「神田の生まれよ」
「そうだってねえ～。そんなになにか、次郎長にはいい子分がいるかい？」

酒と寿司をはさんだ二人の情景が目に浮かび、終わってみると押し寿司で一杯やってみてみたい気にもなる。さすがは名人上手。虎造が寿司業界に果たした功労は図り知れない。

宣伝と継承

虎造といえば、橋本寅蔵こそが「箱寿司」の生みの親。船場・吉野鯨の3代目店主で、発案は明治20年頃。きれいで味のよい箱寿司は気のきいた土産としても重宝され、とくに商家の旦那衆に好まれた。とりわけ5代目の芳蔵という人は船場旦那衆の中でも遊び心の長けた人物で、昭和31年、自ら世話人となって当時北浜にあった三越百貨店で「諸国寿司くらべ」という催しを行っている。30台ほどの人力車を連ねてパレードをしたり、落語会を同時開催してひいきの桂春坊(現・露の五郎兵衛)に「鮓喰い」という一席を演じてもらうなど、大宣伝につとめた。露の五郎兵衛は著書『上方落語のはなし』のなかで、「鮓喰い」の台本の表紙に「吉野鮓宣伝用と朱書きしておます」と述懐している。

さらに現在の支配人・大山雄市さんは、寿司職人の講習会やPR用に、箱寿司の製法を解説したビデオまで制作した人。「箱寿司を大阪食文化のひとつとして残し、継承していく使命を感じています」と、自社のノウハウを公開するに惜しみない。

大阪ブランドコミッティは、『大阪ブランド資源報告書(食パネル)』のなかで大阪の食に関する情報発信力の強化を上げ、幅広い波及効果のあるPRを強調している。吉野鯨の「箱寿司」が名物といわれるのも、その発案の妙に加え、なんとしても広めたいという熱意があったからである。

大阪ブランド資源報告書

「伝統と革新が融合した大阪の食」は
ホームページでもご覧いただけます。

<http://www.osaka-brand.jp/panel/index.html>



箱寿司(吉野鯨)