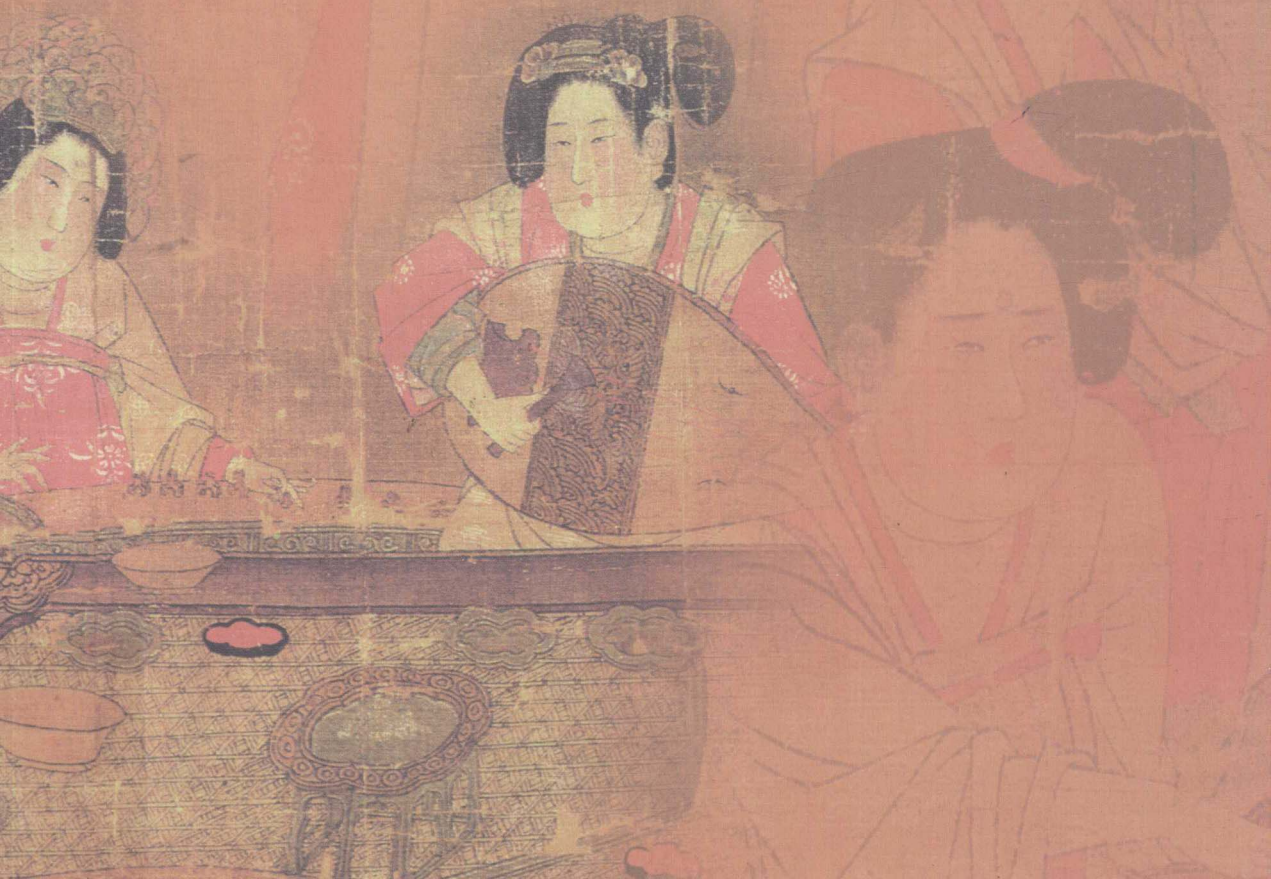


第七屆中國飲食文化

學術研討會論文集

THE 7TH SYMPOSIUM ON
CHINESE DIETARY CULTURE



第七屆中國飲食文化 學術研討會論文集

陳奇祿題 

THE 7TH SYMPOSIUM ON
CHINESE DIETARY CULTURE

財團法人中國飲食文化基金會 出版

九十年度蔣經國國際學術交流基金會補助

中國飲食文化學術研討會論文集 第七屆 = The
7th symposium on Chinese dietary culture
／張玉欣總編輯． - - 初版． - - 臺北市：中國
飲食基金會，民91
面； 公分

ISBN 986 - 80032 - 1 - 0(精裝)

1. 飲食(風俗) - 中國 - 論文, 講詞等

538.782

91009194

第七屆中國飲食文化學術研討會論文集

出版者—財團法人中國飲食文化基金會

發行人—翁肇喜

總編輯—張玉欣

主編—童心怡

編輯—陳慧俐、楊秀萍

發行者—財團法人中國飲食文化基金會

地址—臺北市 10434 建國北路二段 145 號

電話—866 - 2 - 25031111 轉 5616 ~ 5620

傳真—866 - 2 - 25171806

郵政劃撥—17053067

排版印刷—淵明設計印刷有限公司

行政院新聞局出版事業登記證—局版臺業字第5343號

中華民國九十一年六月初版一刷

2002, Foundation of Chinese Dietary Culture

Printed in Taiwan

版權所有，翻印必究

定價—新臺幣 1800 元

陳 序

中國飲食文化基金會自一九八九年成立以來，每兩年舉行一次飲食文化學術研討會，至今已在台北、香港、福州等地舉行了六屆會議。本屆為第七屆研討會，承國立台灣大學食品科技研究所共同主辦，並得日本味之素食文化中心與女子營養大學協辦，在此敬表謝意。

研究討會於二〇〇一年十一月十二日與十三日在日本東京國際會議廳舉行。參加者有來自中國、德國、香港、日本、韓國、台灣、新加坡、美國等地區之學者專家與飲食專業人士一百四十餘人。會議以「二十一世紀中國飲食的新面貌」為主題，邀請日本國立民族學博物館館長石毛直道教授作主題講演，講題：「二十世紀中國料理在日本之容受過程」。會議宣讀論文十七篇，分(一)中國飲食的國際創新；(二)中國飲食的新健康觀；(三)中國飲食的食品加工化；(四)中國飲食文化的海外傳播；(五)中國飲食與生態保育；(六)中餐廚師之教育與培養等六節進行，討論熱烈。會議並以中山時子教授主持之「中國飲食與中華街在日本的定位、改變與未來發展方向」圓桌會議作為結束，圓滿完成。

際茲研討會論文集付梓，謹向與會諸位女士先生及論文作者致敬，祝身體健康，諸事順遂。

中央研究院院士

陳序

Greeting

I feel extremely happy and honored to witness, that in this first year of the 21st century, the Foundation of Chinese Dietary Culture sponsors its 7th Symposium in Tokyo with the theme “New Images of Chinese Cuisine in the 21st Century.”

One might think Chinese people, when it comes to the foods and dietary habits, either in preparing techniques or in their cultural aspects, seldom deviate from the tradition. However, just as anything else you see in this world, the long lasting life of Chinese food has been derived from its ability to adapt and evolve constantly, so to exist, survive and renew. The tide of globalization is overwhelming. While we wish to live up to the expectation of the people to build up the new images of Chinese cuisine in the 21st Century, we have to discuss more than when, where and how the food is served. One of the most important topics of the symposium this time is “Chinese Diet and Environmental Protection.” So we must find a good answer to satisfy the very demanding environmentalists on the one hand and at the same time raise ourselves a question — can the Chinese food without sharkfin, abalone and bird nest still be considered a genuine and authentic Chinese food?

Japan is long famed for its capability to import materials, technical know-how and then process them into finished goods, adding a lot of Japanese originality while manufacturing, to re-export. The goods are exported with the “Made in Japan” stickers on them and people accept the labelling, as quite a high percentage of extra value is added while in processing — a kind of value can be created only by Japanese whose minds are so imaginative, souls susceptible and hands dexterous. Through this process Japan enriches her own people as well as the others.

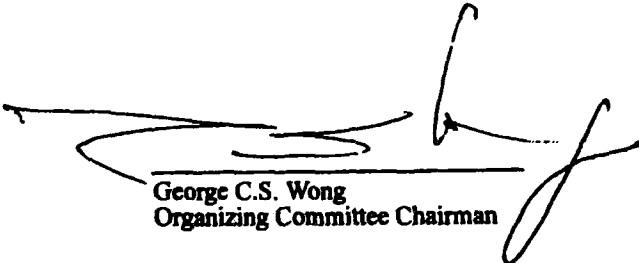
By the same token, “Made in Japan” culture, including the dietary culture, is very much welcomed all over the world. Just to name one, Japanese Ra-men, said to be the younger cousin of Chinese soup noodle, is deemed a very fashionable fastfood of Japanese origin and now becomes very popular in Taipei, Hongkong

and even among the young kids in Shanghai. For Japanese *shosha*, they say, the trading amount of cup noodle far surpasses that of missiles and rockets. Now we all realize that Japan actually has been playing the role of reciver and dispatcher of the cultural messages at the same time.

Two of the most important topics of this symposium are “Innovations in Chinese Cuisine” and “Dissemination of Chinese Dietary Culture.” As I tried to explain above, Japan is quite good at doing importation, processing and exportation as a circle. We simply can not find better place than Tokyo to elaborate on these subjects. We are very happy we selected Tokyo as the venue to hold this symposium.

In conclusion, permit me to offer our sincere gratitude to Mr. Kousuke Takahashi, managing director of Ajinomoto Foundation for Dietary Culture, who agreed to co-sponsor this symposium and further gave us very generous helps both financially and spiritually. Without his initiative and leadership or lack of effective supports and whole-hearted cooperation of his ardent colleagues, it is just a daydream to expect any smooth operation of this conference in Tokyo. We are especially grateful to Dr. Naomichi Ishige, director-general of National Museum of Ethnology and also the keynote speaker of today, for going through all the trouble to talk Mr. Takahashi into co-sponsoring this symposium. He is also one of the regular members of past 6 symposiums sponsored by the Foundation of Chinese Dietary Culture and he has enlightened us in many ways to keep this organization abreast and refreshed.

Last but not least, we are very fortunate and so proud of having the great scholars and knowledgeable specialists accepted our invitation to present the papers on the subjects of quite diversified fields with imaginative approach and creative insight. We thank sincerely to all the speakers, chairpersons and commentators present here today and hope every one of you will reap both from lecturing and being lectured.



George C.S. Wong
Organizing Committee Chairman

第七屆中國飲食文化學術研討會論文集

目 次

陳序	陳奇祿	i
Greeting	George C. S. Wong	iii
20世紀日本における中国料理の受容過程	石毛直道	1
Chinese Food: Changes for Eaters and Eateries...	Jacqueline M. Newman	13
21世紀の中国料理の伝統と創作	脇屋友詞	37
從《飲膳正要》看飲食文化的大同世界	江潤祥	41
新世紀的中國餐飲與健康	李長有	49
「食事で健康を守る」中国薬膳とは	謝敏琪	71
日本における社会的変化と食生活の変遷	久塚智明	81
傳統飲食工業化加工の形勢與展望	李漢昌	87
中式食品加工化－台灣經驗	陳建中、蔣丙煌	143
The Changing Place of Soybeans (<i>Glycine max</i>) and Soyfoods in U. S. Culinary and Economic Life	Sidney W. Mintz	165
Sichuan, Beijing, and Zhonghua in Chinese Restaurants in Korea: Local Specialty and Consumption of Imagination	Kwang-ok Kim	179
中國飲食文化在世界上的深遠影響	徐海榮	191
魚翅供銷與鯊魚保育	李家維	225
略論中國大陸野生動物的保護與飲食文化及其它...	金世澤	231
野味について	瀧満里子	249
The Asian Influence on the American Culinary Education	Bill Sy	267

日本における中国料理調理師の専門教育の現状

と今後に関して	松本秀夫	279
中國大陸廚師培訓和烹飪教育的歷史和現状 ...	季鴻崑	289
Chinese Food in Japanese Society	Sidney C. H. Cheung ...	311

附錄：

圓桌會議實錄：中國飲食與中華街在日本的定位、改變與未來發展方向.....	335
會議簡介.....	355
會議議程.....	361
與會學者介紹.....	363
與會人員名單.....	379
籌備委員會.....	385

20世紀日本における中国料理の受容過程

石毛 直道

国立民族学博物館長

摘要

21世紀の世界に中国料理がどう受容されるだろうか？それについて考えるための参考として、20世紀の日本における中国料理の展開について検討してみよう。

19世紀終わりには、神戸・横浜などの国際港湾都市においてチャイナ・タウンが形成されていたが、そこで中国の料理人がつくった本格的中国料理を食べる日本人は少数であった。20世紀になって、都市に湯麺、焼売などの点心類を食べさせる軽食堂や屋台が出現することによって、はじめて大衆が中国料理に親しむようになったのである。この大衆的中國料理は日本人の料理人がつくるものであり、日本の食文化にあわせて変形したものである。中国料理の湯麺に起源し、現在では日本独自の料理といわざるを得ないまでに変形したラーメンが、その例である。このような日本化した中国料理が、20世紀後半には、家庭の日常的な献立に普及したのである。

中国料理にかぎらず、近代日本における外来の料理の普及は外食からはじまる。まず、外国人を顧客とする外食店を起源とし、次の段階では日本人の顧客を対象とする日本人の料理人のつくる料理となる。ついで外食ばかりではなく、家庭料理にも採用されるようになる。家庭料理化した段階のつぎは、食品産業によって工場生産されて、大量に供給される商品化する道筋をたどる。世界商品となったインスタント・ラーメンは、その例である。

これらの段階を経るごとに、日本的変形の度合いが強くなり、本国における

料理とは異なるものになる。そのいっぽう、経済的に豊かで国際交流が盛んな社会状況が実現されると、外国人の料理人を招聘したり、海外で料理を研修した料理人がつくる「本場の味」を提供する高級レストランが出現する。

おなじような過程が、世界各地での中国料理の海外進出にあたって起こることが予想されるし、中国内部においても地方料理や少数民族の料理が、中国の他の地方に普及する過程で生じるものと考えられる。

21 世紀前半の世界では、社会の側の台所である食品産業と社会の側の食堂である外食産業がさらに進展するであろう。また、世界は産業化社会のつぎの段階である情報化社会へ向かいつつある。このような趨勢をにらみながら、20 世紀の日本での経験を参考にして、中国食文化の世界進出の戦略を考えてみることも重要であろう。

I 近代以前

21世紀の世界に中国料理がどう受容されるだろうか？それについて考えるための参考として、20世紀の日本における中国料理の展開について検討してみよう。

いうまでもなく、近代以前の日本の歴史に最大の影響をあたえてきた外来の文物は、中国文明に起源する。飲食においても例外ではなく、箸を使用して食事をする習慣、茶の飲用、豆腐、麺類（麺條）などの食品は、中国から導入し、日本人の食文化に定着したものである。しかし、それらは日本文化に適合するよう変形され、日本化することによって、日本の食文化体系（システム）の構成要素としての位置を獲得したものである。

たとえば、中国の食事においては箸は匙とセットで使用される食具であるが、日本では匙なしで箸だけを使用する食事方法に変形された。茶を飲むことにおいても、茶の湯にとまなう日本独自の茶道が発達した。豆腐や麺類にしても、伝統的日本料理の技術によって調理され、中国とは異なる味の料理となっている。

巨視的にいえば、中国文明を一つのまとまりをもつ体系として受容したのではなく、体系を構成する個々の要素のみを取り入れ、それらの外来要素を日本文化の体系のなかに再編成してきたのである。

料理とは、料理技術、料理用具、料理素材から構成される体系であると仮定してみよう。明治以前の日本人の食生活に中国起源の料理素材は導入されたが、中国の料理技術や料理用具は普及しなかった。したがって、中国起源の食品を使用しても、日本の料理素材の調味料で味つけされ、日本在来の料理技術で加工するので、できあがった料理は中国料理ではなく、日本料理となったのである。いくつかの例外をのぞいては、近代以前の日本には本格的な中国料理はなかったのである。❶そのことには、伝統的に日本社会では肉食が忌避されていたことにも関係をもつと考えられる。

II 明治時代

江戸時代末に欧米の圧力により鎖国が終わり、現在の横浜、神戸、長崎などの港には外国船の入港が認められ、そこに欧米人の居留地が形成された。やが

て、明治維新をむかえ、日本の近代化が開始されることになる。明治時代になると、居留地の欧米人の使用人として移住してきた中国人たちが自立して、日中貿易に従事するようになる。19世紀終わりには、神戸、横浜などの国際港湾都市においてチャイナ・タウンが形成されていたが、そこで中国の料理人がつくった本格的中国料理を食べる日本人は少数であった。

明治政府は、欧米をモデルとした国民国家の形成をめざし、富国強兵政策を推進した。そのためには、国民の体位の向上をはかり、健康で頑丈な肉体をした労働者や兵士を育成することが必要であり、食生活の改善を推進することが大切であると考えられた。その手段として、伝統的な日本の食生活に欠如していた肉と牛乳を摂取することが奨励された。

すき焼きの前身である牛鍋は明治初期から流行したが、あとは海軍の兵食に起源するといわれる肉じゃがが、明治時代の日本で生まれた日本の伝統的料理技術を肉に応用した主要な献立であった。^②他の肉料理は欧米起源の料理法に依存したのである。伝統的な料理技術には肉料理が未発達であったので、外来の料理法を導入したのであるが、おなじ箸の文明圏に属する中国・朝鮮半島の肉料理ではなく、欧米の肉料理を採用したのである。

それは欧米の文明をモデルとして「文明開化」を実践し、近代化を達成しようとした明治政府の「脱亜入欧」政策が、食の分野にまで反映されたものと解釈することができる。そして、台湾、朝鮮半島の植民地化、日清戦争（1894・95年）などの不幸な出来事が、東アジアの隣人の文化を蔑視することを助長したのである。

欧米文明起源の「洋」なるものは、政府が関与する「公」なる場からはじまった。すなわち「洋服」は軍隊や管理の制服からはじまるし、「洋館」は役所や兵営などの公的施設の建築に採用され、「洋食」は外国人との公的な食事や兵食として食べられるようになったのである。軍隊ではじめて「洋食」の味を知ったという人びとが多かったのである。

田中静一によると、明治年間（1868－1912年）に、日本で刊行された欧米料理の料理書は約130種にのぼるのに対して、中国料理の料理書は8種類にすぎない。また、明治時代の陸軍の兵食に中国料理が採用されたことはなく、はじめて中国料理が兵食に登場するのが1918年のことであるという。^③

Ⅲ 普及と変形

明治時代に、神戸、横浜の中華街の中国料理店で食事をする日本人は、中国との取引をする貿易関係者や中国滞在の経験のある人びとなど、少数の中国関係者に限られていた。中華街は不潔な暗黒街であるという中国蔑視につながる偏見のイメージをもってみられていたので、一般の民衆が食事に訪れることはまれで、中華街の飲食店は、そこに居留する中国人を主要な顧客としていたようである。

1910年代になると、中華街を離れて、大都市で日本人顧客を対象とする中国料理店が増加する。そのうちに、ナイフ、フォーク、スプーンで食べる洋食がちがって、気軽に箸で食べられる食事形態であるし、洋食よりも安価で、美味であることが認識されるようになった。日本に居住した中国人は、米を主食とする広東、福建省出身者がおおかったので、その系統の料理店がおおかったことも、日本人の嗜好に適合する味となることに関係をもつであろう。

第一次大戦で疲弊したヨーロッパにかわって、日本はアジア市場を獲得し、経済が拡大し、都市における中産階級の層があつくなった。1919（大正8）年、日本の工業生産額が農業生産額を超え、日本は農業国から工業国になったのである。このような産業構造の変化とともに、都市における給与所得者が成長し、この人びとが外国起源の料理を供する食堂の顧客層になったのである。

東京の都市圏が拡大し、郊外から通勤するサラリーマンがおおくなり、職住分離が進行すると外食の機会が増加した。また、以前は外食は行儀が悪いと飲食店に出入りすることがなかった女性も洋食などの、あたらしい食べ物を試みるようになった。そして、履き物を脱いで座敷で食事をする伝統的和食のスタイルではなく、イス、テーブルで気軽に食事をできる食堂が出現したのである。都市の近代化と、都市的生活様式が外食の大衆化を進行させ、その過程において、日本化した中国料理店が普及することになる。

関東大震災直前の大正12（1923）年8月の東京市とその郊外には約2万軒の日本料理店、5千軒の西洋料理店、1千軒の中国料理店があったと記録されている。^①この中国料理店のおおくは、支那そば（本稿における支那という文字は蔑称ではなく、記録としてその当時の呼称を記したものである）、ワンタン（雲吞）、やきそば（炒麺）、やきめし（炒飯）、シュウマイ（焼売）などの点心類を主力商品とした軽食堂であったと考えられる。このような中国料理店が出現することによって、はじめて大衆が中国料理に親しむようになったのである。

この大衆的中國料理は日本人の料理人がつくるものであり、日本の食文化にあわせて変形したものである。

関東大震災前後の大都市において、チャルメラを鳴らして客集めをする屋台の支那そば屋が出現する。支那そばとは、中国料理の湯麺に起源をもつ麺條料理である。支那そばにはアルカリ（碱）の水溶液を加えて製造した麺條を使用するが、これは日本の伝統的製麺法とは異なる種類の麺條である。肉食をしなかったのも、日本での伝統的な湯麺料理のスープには鰹節、昆布のだしが使用されるが、支那そばは鶏のだしなど肉類のスープである。ただし、中国の湯麺の場合は醤油で味付けしたものは一部にすぎないが、当時の支那そばは醤油味である。それは、うどん、そば、そうめんなど伝統的な日本の麺のほとんどが醤油味であることが影響したものであろう。

具には、支那竹とよばれた中国から輸入した発酵させた麻竹を煮たもの、叉焼の薄切り、鳴戸巻きという魚肉練り製品を一片、紙状にした海苔一片、刻みネギをのせるのが常道である。鳴戸巻き、海苔、刻みネギは、日本の伝統的な麺條料理に使用される具である。

こうしてみると、支那そばは純粋な中国料理ではなく、日中合作料理である。その起源には不明の事柄がおおいが、中国人の料理人が日本の中国料理店で供する湯麺を日本人向けの料理に変形し、それを日本の料理人が大衆向けの中国料理店で変形させ、ついには屋台の食べ物にまで普及した料理になったのであろう。

IV 餃子とラーメン

1920・30年代の婦人雑誌には、洋食や中国料理のつくりかたを紹介する記事が掲載されるようになる。しかし、外来の料理をつくることを試みる家庭はすくなくかった。外国起源の料理は、家庭での食にはまだ定着せず、外食で食べるものであった。

そして、1930年代から日本はながい侵略戦争の時代に突入し、戦時下の経済体制のもとで外食店は衰退し、戦争の拡大とともに食料不足に悩むようになる。

1945年の敗戦後の深刻な食料難の時期に流行した中国起源の料理が、餃子と中華そばである。餃子は敗戦によって中国東北地区から帰国した日本人たちが広めた料理である。中華そばという名称は、かつての支那そばが、中国蔑視に

つながるというので変更したものであり、のちにはラーメンという名称が一般化した。

餃子店で供したのは、水餃子ではなく、鍋貼で、豚の挽肉とともに、ニンニクをつつんだものである。中国ではニンニクを具のなかに加えることはなく、鍋貼よりも水餃子が一般的であるので、これもまた日本化した中国料理である。餃子、中華そばは、少量なりとも肉を使用した食べ物なので、食料難時代にはスタミナのつく料理として歓迎され、普及し、現在では日本人にとって、ごく日常的な食べ物となっている。

1958年、台湾出身の安藤百福氏が、湯をかけるだけで食べられるインスタント食品であるチキンラーメンを発売すると、爆発的な売れ行きで、追隨するメーカーが続出した。それまで家庭でつくることが困難で、外食店でしか食べることが出来なかった中国起源のラーメンが、インスタント食品化することによって、もっとも簡単に食べられる家庭での食べ物になったのである。工業製品として大量生産され、安価に供給可能な即席麺製造技術は、そば、うどんなどの日本の伝統的な麺條やスパゲッティなどにも応用され、海外にも技術が輸出され、世界商品となった。1999年度の統計では、世界全体で約437億食の即席麺が食べられている。

ラーメンがインスタント化して家庭で手軽に食べられるようになっても、街のラーメン屋が減少することはなく、逆に増加する現象がおこった。インスタント麺の普及でラーメンを食べることが日常化すると、1960年代に顕著になった日本社会の経済上昇にともない、家庭では食べられない専門店の味を楽しむ人口が増加したのである。そのような動きのなかで、札幌ラーメン、旭川ラーメン、喜多方ラーメン、和歌山ラーメン、博多ラーメン、熊本ラーメン……など、日本各地に個性的な味を売り物にし、地方名を付した名物ラーメンの店が出現し、いまやラーメンは郷土料理化した。中国起源の麺條料理が、支那そば、中華そば、ラーメンと名称を変えながら普及していく課程で変形をかさね、現在では日本独自の料理といわざるを得ないものに変貌したのである。

V 家庭料理と外食

現在では、どんな小さな田舎町にも中国料理屋が存在し、洋食店よりも中国料理店の軒数がおおい。このように大衆化した中国料理店のほとんどは、日本

人の料理人のつくる日本化した中国料理を提供する店である。世界の中国料理店のほとんどが、その国に在住する中国人のつくる料理を提供しているのについて、日本での特色は日本人がつくる料理となっていることである。

そのために、食材も日本で入手しやすい材料に置き換え、味つけも日本人の嗜好にあわせて変化させている。日本の変形がいちじらしい料理ではあるが、変形したことで大衆性を獲得したのである。高価な輸入品の食材を使用せず、本国から料理人を招聘することにくらべたら人件費も安くすむので、比較的安価で提供できるし、日本的な味のものに変えられているために、抵抗感なしに気楽に食べることができるのである。

中国料理店が増加し、外食での体験が豊富になると、家庭の日常の献立に八宝菜、芙蓉蟹、酢豚（古滷肉）、麻婆豆腐など、中国起源の料理が採用されることになる。家庭料理への普及にあたっては、1960年代からの、女性を対象とした料理教室の流行、婦人雑誌の記事、TVの料理番組などの料理情報媒体が発達し、これらのメディアを通じて料理技術が伝達されたことを重視する必要がある。

いっぽう、食品産業の発達が家庭における外来料理の普及を促進したのである。湯に溶かしたら上湯ができる中国スープの素、豆腐や挽肉を炒めたうえに袋に入ったソースをかけたら麻婆豆腐ができあがるレトルト・パウチ食品、焼くだけでよい状態にして売っている冷蔵や冷凍の餃子……などが普及することによって、料理作業が簡便化し、家庭の日常の食事に中国起源の料理が進出したのである。

中国料理の大衆化が実現したつぎの段階になって、「本場の味」の追求がなされるようになる。一般の中国料理店は広東菜を主流にし、そこに北京菜などがとりいれられ、さらに日本の変形をしたもので、中国の特定の地方の料理をモデルとしたものではなく、日本的中国料理としかいいようがないものである。

⑤1980年代以後、大都市で四川菜、上海菜、湖南菜、潮州菜など、中国の地方菜の専門店が出現するようになる。そこでは、その地方出身の中国人の料理人が、日本化を拒否した本場と同じ料理を提供する。おおくの場合、日本化した料理店よりも高価な高級店であるが、日本在住の中国人の人口が増加するにつれ安価で大衆的な地方菜を提供する店も出現した。

その背景には、日中国交の回復、改革開放政策のもとで、人びとの交流がさかんになり、中国を訪問し本場の料理を体験した人口が増加したこと、高度経