

中日食文化の比較研究

—料理と飲食店に関する分析を通して—

705-020 董 翔 指導教官 千葉 貢

A comparative study between food cultures in China and Japan

DONG Xiang

はじめに

中国と日本の料理は調理方法、食べる習慣、味の違いがある。その原因は国の地理的な位置、動植物の量や種類、歴史、生活習慣、政府の政策などいろいろな原因によって、違いが生じている。それらの違いに基づく「食文化」について認識しようと思ったのが研究動機の一つである。また、日本の居酒屋でアルバイトをするうちに、日本の料理の造り方、管理の方式、店全体の運営方法について詳しく知ることができたからである。日本の管理方式や店の運営方法は、すでに独特なシステムになっていた。このシステムについて、日本文化の視点から日本の飲食店を見ると、日本の歴史や社会の変遷、生活の習慣に関すること知りたいというのがもう一つの研究の動機である。

そこで、文章の構成については大きく三章に分けて説明し、それぞれまとめて見たい。

第一章は「食文化の実態—中日の場合」とし、今の中華料理にしる、日本料理にしる、何千年も時間を経て、その国の食材と習慣の影響をうけて、現在の様子や風味になってきたのである。そのため、本章の中に、日本料理と中華料理、食材の天然条件、食材選択、中日の地理、動植物の量や種類、歴史、生活習慣、政府の政策、調理方法、食べ方の習慣、調味料などの角度から見て、中日料理の同異について説明した。

第一節 日本料理と中華料理

日本料理とは日本周辺の食材を使い、日本の国土で独自に発達した料理を指す。日本食、和食とも言われる。海外では寿司、蕎麦、天麩羅がよく知られている。日本料理の量はあまり多くない。食器は古風で、小さく巧みである。料理の中に日本人の美意識を表していると言われている。近年では、西洋料理も日本料理に大きな影響を与えている。

第二節 食材の天然条件、歴史

中日両国所在の地理的位置、自然条件によって、その国に生える植物や生きる動物も違っている。この動植物は料理の原材料であって、直接料理に影響している。日本は地理的に海に恵まれた国

なので、水産資源がとても豊富である。魚料理も日本料理の一番重要な位置をしめている。中国では、アジア大陸に位置しているけれども、海の深さはより浅い。そのため、沿海水域の魚の量がより少ない。日本は肉食する歴史が短く、肉料理が魚料理よりあまり工夫されていないと思う。中国では、国土が広くて、草原、山林の中に多くの野獣が生きていた。中華料理は羊肉、犬肉、ロバ肉、蛇、など野生動物がよく使われる。中華料理の中に、いろいろな動物の肉料理がある。今の中華料理の高級菜はほとんど肉料理である。

第三節 食材選択

日本料理食材の選択：一般的に米や野菜、豆類などの農作物、海産物などがよく使われる。素材に手を余り加えず、素材本来の味と香りを引き立たせる素朴な調理法が尊重される傾向が強い。特徴的な味付け方法は、昆布・魚・椎茸からとっただしをベースに味噌や醤油を用いる。

中華料理の食材の選択の中、有名な高級料理として選んだ材料は、燕の巣、フカひれ、クマの手のひら、鹿の尾、虎の骨、猿の脳などがある。

中日料理の材料を見ると、日本の場合、昔は動・植物の種類が少ないので、海産物の料理が多い。中国では動物や植物の種類が多くて、また少数民族の影響で、いろいろな動物や植物を料理にする。だから中国人は何でも食べると言われる。それは両国の特産物の違いと異民族に影響されたのが原因である。

第四節 調味料

日本料理の調味料は塩、酢、味噌、ネギ、シソ、唐辛子、だし、乾燥昆布、干し椎茸、鰹節、煮干、胡椒、ソース、マヨネーズ、マーガリン、乳製品（牛乳、コンデンスミルク、バター、チーズ）カレー粉として調合され売られている香辛料などがある。

中華料理の調味料は非常に多くて、常に使われる調味料は醤油、トウガラシ、胡椒、山椒、味の素、片栗粉、酢、白砂糖、酒、生姜、ニンニク、ごま油などがある。

両国が使う材料を見ると、日本料理は調味料の味が薄く、料理する時にあまり多く調味料を入れないで、食材本来の香りを重視する。中国料理は調味料の味が濃く、主に調味料の味として、食材本来の味を隠すため多めに使う。それは両国の人の料理に対する観念の違いであり、習慣や味覚の違いが原因である。

第五節 料理の特徴

日本料理は素材に手を余り加えず、素材本来の味と香りを引き立たせる素朴な調理法が尊重される傾向が強い。日本の場合は料理を重視する以外、料理の色、材料の組み合わせ、料理の皿、美感も考える。西洋料理との結びつきも現在の日本料理の特徴である。

中華料理五つの特徴：色、香、味、意、養で、すべて料理が中心である。包丁技術、火加減を中国人はよく工夫する。だから中華料理と他の国の料理とが違うのは、調理するコックは少なくとも10年くらいの経験がなければ好い料理はつくれないと思う。

第六節 調理の方法

日本は地理的な影響と海の漁介類が中心なので、新鮮な食べ物が出来る。だから、生ものや焼き物の料理ができる。

中華料理の高級料理は、ほとんど肉料理である。作る方法としては、中華料理は、食材と食材を混合して味をよく工夫したものである。それ故、中華料理は原料と補料が分かれている。中華料理の補料は少なくとも一つの料理に三、四種類ある。中華料理の場合は生の食べものはない。すべての料理は火を通さなければならない。昔は動物を食べ物の中心にして、火を通せば血と臭みが取れるので、今の料理でも火に通さなければならない形になったのである。

第二章は「食文化の現われ—中日の『居酒屋』の場合」とし、中華料理と日本料理は中国人と日本人の知恵を結集したものである。貴い知恵の成果は現代社会の中の店にも現われている。中日の飲食店は両国国民の習慣によって、店のテーブルの配置、全体の雰囲気、営業時間、人員の配分、雇用の形態、商品の仕入れる方法などがそれぞれ違っている。それらの問題点を解明するため、本章は両国の生活習慣と社会現象を参考にして、具体的な中日飲食店の例を挙げて説明したい。特に、アルバイト通じて学んだことである。日本人の管理方式と電子化に伴い、何百の大手チェーン店もできた。そのよい面と中国の店と比べて分析した。

第一節 営業場所

私がアルバイトとして勤めていた「居酒屋」はほとんど木、竹、土などの自然の素材を使っていた。部屋の区切りも木を使うことが多い。この雰囲気は中国にはないもので文化的な違いである。(資料1、1990年の調査によれば、森林の面積は3280万ha、国土の全面積に占める割合は48・7%であると言われる。)

中国の居酒屋の装飾は主に大理石、タイルを使っている。部屋は石の壁で個々の部屋に区切られる。テーブルと椅子の場合も大理石、ガラス、鉄の材料をよく使っている。(資料2、2005年中国に於ける大理石の採掘量は4888.76万平方メートル。)

昔からの生活習慣によって、日本の居酒屋は座敷とテーブルという二つの様式がある。中国ではテーブルは円卓を使う。

第二節 従業員

日本の飲食店では、学生アルバイトが多い。居酒屋の従業員の構成はだいたい学生アルバイト6割、社会人アルバイト3割、社員1割だと思ふ。その原因は1、日本の少子高齢化 2、正社員採用の抑制 3、学生自分の要請、という三つである。

中国に於ける従業員の構成は日本と違い、すべて社会人が働いている。都市部の飲食店の従業員は95%くらい農村部から街に稼ぎに来た人たちである。中国は人が多くて、学生は進学競争が激しいので、高校生の場合毎日勉強するために、アルバイトをやる余裕がない。大学生は相対的に多少時間がある。ただし大学生は高い知識を持つ学者として、家庭教師などのアルバイトしかやっていない。今日、都市部の飲食店の従業員は95%くらい農村部から街に稼ぎに来た人たちである。

この人たちは中学校を卒業しても、家が貧しいために、都市部に働きに来る。飲食店の仕事はすぐ覚えられるから、高等な知識や技術を持っていない人はほとんど飲食店の仕事を探すのである。

勤務時間については中国における勤務時間は朝9時—午後2時、午後5時—夜9時、一日約10時間。日本の場合は店の営業時間によって、朝9時から翌日7時までの間に、アルバイトは2、3時間から10何時間でも可能である。社員の場合は少なくとも10時間くらい。

人件費については店舗の規模はほぼ同じくらいで、従業員では中国は日本の3倍である。特にキッチン従業員は日本人が仕事をする効率が高いことも分かった。

第三節 仕入れの方法

日本の場合：今の日本の飲食店は、インターネット、ファクス、電話などの手段を通じて、仕入れ商品を注文することができる。

中国の場合：野菜販売市場へ買い物に行く。地産の野菜は、町周りの農民たちが自家産の野菜を直接持って来て、市場で売る。値段は自分で決め、自由に売ることができる。農民たちは自分の野菜を早く売り切るために、値段が他人よりすこし安くても認められる。それゆえ、市場の値段が毎日変わる。買う場合、もちろん一番安いところで買うわけである。中国は1992年に「自力更生」政策を施行して以来、全国すべての国民は経営、売買の権利を得た。能力があれば誰でも自由に販売できる。この政策は国民に便宜を図るが、商品の値段のコントロールが弱くなったと考えられる。

第四節 道具

私は2000年の約半年間、宇都宮市の居酒屋でホールのアルバイトをしたことがある。その時一番びっくりしたことは注文の道具がペンとメモ用紙ではなく、ハンディーという電子機械で料理の注文をとる。ハンディーとはオーダーを受けると、店員がピピッと打つ小型の無線機のことである。ハンディーにはオーダーを受けると、厨房のプリンタを印刷して、厨房に一括でオーダーが通るので手書きよりも正確で、かつスピーディであるという利点がある。オーダー漏れや提供ミス未然に防ぐことができる。

厨房の道具について中国の場合は、野菜をきるのは包丁で、小麦粉を混ぜるなどすべて人間の手です。日本では、いろいろな機械でそれらのことをする。日本人は改善策や技術革新などをとても重視する。日本の厨房を見ると、厨房設備は、科学技術を取入れ効率を高めていることに深く気づいたのである。

第五節 接客サービスと制度

アルバイトしていた店を例として日本の居酒屋の接客サービスと制度について説明した。日本の居酒屋では、毎日居酒屋朝礼と夕礼がある。スタッフは70%が学生であり、こういう学生達はまだまだ若く、社会に関して深く理解できていないので、サービスの提供や接客などについて、充分分かっていない。忘れる場合もあるので、常に教育が必要であると思う。

中国の場合は、従業員の年齢も若い、日本のような教育は今まではなかった。それゆえ、お客様とのトラブルがよく出てくる。経営者は人材市場で従業員を雇用し、仲介費も払わなければなら

ない。いろいろな手続きもする。都市の人はほとんどいない。大部分は農村の人なので、中国の居酒屋には人材が非常に不足している。

日本の居酒屋のキッチンの管理方法は非常に厳しい。マニュアルを見ながら、料理を作る。調味料の量、火の温度、作り方、全部マニュアルに書いてあるから、経験なしでも大丈夫だと考えられる。

第三章は「食文化の融合」とし、二つの前の章に、両国の料理と店の差異や特徴について解明したいと考えている。中国の諺に「入郷随俗」、日本語に訳すと「郷に入って、郷に従え」。私は日本で見た中華料理が、本場の中華料理とは違うけれども、日本人は好んで食べる。それはすでに日本人の口に合うように改良したのが原因であると思う。本章では、中国の近年に出た日本の「たこ焼き」と「おでん」、日本にある中華料理店、ラーメン店などを事例として、本格的な中華料理はどのような日本人の習慣と好みに対応し変化してきたのか、両国は西洋と東洋の文化を取り入れ、自国の状況によって新しい文化をどのようにして創造したのかについて説明した。

第一節 中国の「たこ焼き」と本格的たこ焼きの違い

2005年の夏、私のふるさとハルビンで飲食博覧会が開かれた。この博覧会で新しい食品―「章魚小丸子」を見た。即ち、日本のたこ焼きである。たこ焼きは日本で美味しくて、人気があって、どこでも見られる。私の知っているかぎり、中国では二度と「章魚小丸子」を食べる人がいない。原因はその国にとって、特産のものが違うからである。第一章で紹介した日本は海に囲まれて、海産物が豊富である。国土は狭く、運輸業も発達している。新鮮度を保つことができる。ある料理を作る前に、調理の条件を考えなければならない。タコ焼きの中で一番重要なのは、タコの味である。タコの味がないと、たこ焼きの意味はないと思う。

第二節 中国の「関東煮」と日本のおでんの違い

2005年2月、中国の正月前に、ある新しい食品が私の故郷ハルビンに登場した。この食品は「日本の一番人気食品」と宣伝し、「関東煮」と呼ばれていた。私が実際に行ってみると、この「関東煮」は日本の「おでん」のことであった。「関東煮」は発売すると、すぐに人気食品となって、よく売れた。

中国の諺に「入郷随俗」、日本語に訳すと「郷に入って、郷に従え」。私は日本で見た中華料理が、本場の中華料理とは違うけれども、日本人は好んで食べる。それはすでに日本人の口に合うように改良したのが原因であると思う。「関東煮」と「章魚小丸子」は日本の食べ物であるが、「関東煮」を中国人の好みの味に改良し、口に合うようにした。これが大成功を収めている一番重要な原因である。従って、食べ物や建物に限らず、相手を理解することが国際発展、国際交流の基本である。

第三節 友達中華料理店

2005年5月、私の友人である陳さんは日本の大学を卒業し、埼玉県北越谷駅の近くに中華料理店を開いた。そのために、300万円出資し、10年間経営していた古い店を借りた。客席は40名ぐらい座れるほどであった。実際に経営すると、最初の2カ月はよかったが、3カ月目からお客様の人数が段々少なくなって、半年ぐらいから、店は赤字になって閉店した。そのもっとも重要な原因は陳さんとコックは本場の中華料理を提供して、味を日本人の口に合うように変えていないの

で、日本人は食べられなくなった。また、いつも食べていたものの味が変わると、前の店とは違うなど客が感じて、常連客も来なくなったと思う。日本で料理店を経営しても、日本人の口に合わせないのが失敗の原因である。

第四節 日本のラーメン

ラーメンの発祥地は中国西北部の蘭州というところで、中国の唐時代から、今まで 1300 年の歴史がある。今、日本人がよく食べるラーメンは中国人の私から見れば和式のようなものである。麺の種類はラーメンのほか、うどんとそばもある。日本式ラーメンの味の種類は多く、味噌、しょうゆ、とんこつ、塩などがある。

ラーメンは日本に登場して約 150 年の歴史がある。日本人はこの 150 年の間色々な味も作り出した。中国のラーメンは 1300 年の歴史があるが、変化はあまりない。私は日本で生活し、日本人の創造性と研究心について勉強してきた価値があると思う。今の時代、日本は機械で麺を茹で、中国はいまだに 1000 年前と同じ鍋を使っている。中国は日本のこの先の進化も勉強する価値がある。

おわりに

中日の食文化は何千年もの歴史があり、地理や風土の違いによって、生み出した料理も違い、それぞれ特徴がある。中国は調味の研究の上で、日本は料理に美意識を注入したことで世界に称賛されている。さらに研究し、日中飲食文化の融合にも日中文化である風俗の影響を受け、地域によっても、多少違うところがある。日中の居酒屋の比較研究を通じて、日本は管理方法や制度に関して具体的なシステムがあると言える。日本の電子製品と機械を応用したシステムを居酒屋に導入し、中国の今の時代を超えている。論文の中で中国と日本の居酒屋を比較したことを書いたが、一言で言うと、新しい時代に相応しい電子化した居酒屋と、昔ながらの原始的な手作業の居酒屋との比較であった。また、地域政策研究としての課題は「地場産業の振興」である。居酒屋も地場産業の一種だと思う。今の日本には昔ながらの古い居酒屋もいっぱい存在している。これらの居酒屋が経営的に困難な場合は、新時代に相応しい電子化の居酒屋と比較研究すれば、昔ながら居酒屋を振興できるかもしれないと考えるようになった。

〔参考文献〕

- 篠田統 著 『中国食物史』 柴田書店 1974 年
 篠田統 著 『中国食物史の研究』 八坂書房 1978 年
 田中静 編 『中国食物事典』 柴田書店 1991 年
 芳賀登、石川寛子 編 『日本の食文化』（巻 1,4,6,7,9） 雄山閣出版社 1998 年
 熊沢 誠 著 『若者が働くとき』 ミネルヴァ書房 2006 年
 朗綜 編 『国語、楚語』 聖誠社 1995 年
 吉田鉄郎 著 『日本の住宅』 鹿島出版社 2002 年
 司馬 遷 『漢書、鮑宣伝』 光華出版社 1995 年
 小泉 和子、玉井 哲雄、黒田 日出男、編 『絵巻物の建築を読む』 東京大学出版社 1996 年
 国友 隆一 著 『よくわかる外食産業』 日本実業出版社 2004 年
 王 仁湘 著 鈴木 博訳 『中国飲食文化』 青土社 2001 年
 陶 立璠 著 佐野 賢治訳 『中国民俗学概論』 勉誠社 1998 年
 丁 文剣 編著 『建築環境と中国居家理念』 東華大学出版社 2005 年
 蔡 毅 編 『日本における中国伝統文化』 勉誠出版社 2002 年