

日本における中国「四大料理」の継承と変容 —新宿の中国料理店 10 軒への聞き取り調査をもとに—

周 冠 雄

I はじめに

法務省によると、2015 年末の在留外国人数は 2,232,189 人で、前年末に比べ 110,358 人増加した。そのうち、中国人は 665,847 人 (29.8%) で、在日外国人の中では最も多い。在日中国人が日本社会に及ぼす影響は大きく、その実態を把握することは重要と考えられる。

ところで、ある地域の食文化は、その地域の自然環境や社会環境を反映し、人々が移住する場合には、異なった環境の下で食文化の伝統を継承しながらも、異文化との接触に伴い、それを変容させていくことが指摘されている (山下, 1998)。一方、日本における中国食文化に関する研究では、文化の変容については論じられていない。そこで、本研究は主に文化地理学の観点から、新宿区における中国料理店を事例として、在日中国人の食文化が日本で「伝統」を継承しながらも、どのような影響を受け、変容しているかに注目する。その際、中国各地方の料理の地域性を踏まえ、食文化にとって重要な要素である食材、調味料、味付け方法などに注目して、食文化の継承や変容を考察する。

II 研究の背景

1. 既往研究

中国料理は非常に多種多様で食材の数もきわめて多く、料理の地域性も強い (戸田, 2001)。地理学的視点からの研究としては、東南アジアを対象地域とした華人の食文化に関する研究 (山下, 1998) がある。山下によれば、華人社会あるいは華人の生活様式において、食文化はきわめて重要な意義を有しているという。山下は、華人社会における食文化の一般的な特徴を概観した上で、華人方言集団ごとの食文化の特色を明らかにするために、チャイナタウンの中国料理店や屋台の華人から聞き取り調査を行なった。そして、華人方言集団のそれぞれの出身地の食文化の伝統が、今日においてもよく継承されていると結論づけた。

山下の研究対象地であるマレーシアやシンガポールなどに居住する華人の大半は中国華南地方の出身者である。一方、日本に居住する華人の出身地は華南地方に限らず、東北地方や華東地方などの出身者も多く見られる。また、日本に居住する華人の出身地は時期によっても大きく変化している。1970 年代末以降は、中国での改革・開放政策の進展に伴い、東北三省 (黒龍省、吉林省、遼寧省)、北京、上海の 3 地域からの移住者が増えている。ただし、1990 年代に入って、北京と上海からの移住者が総じて伸び悩んでいるのに対して、東北三省からの移住者は顕著に増加している (張, 2009)。

日本における新華僑¹⁾は 1980 年代後半以降に急増し、初期には上海市や福建省福清市周辺地域からの留学生が中心であり、その多くは出稼ぎ目的であったが、1990 年代以降は、中国の東北地方出身者が増加した。東北地方は、1932 年から 1945 年の終戦まで、日本の傀儡国家である「満州国」となり、日本語教育が実施された。中華人民共和国成立後も、東北地方は中国における日本語教育の中心地域であった。経済発展が著しい中国の沿海地域は欧米への関心が高いのに対して、東北地方は日本への関心が高く、日本語学習で有利な中国朝鮮族が存在することも東北地方出身者が増加している重要な要因と指摘されている (山下, 2012)。

2. 料理系統

『中国飲食文化』(木村ほか, 1988)によれば、中国の広大な国土のなかには、熱帯・温帯・冷帯、沿海部・内陸部、低湿地・高原地域・砂漠地帯が含まれており、それぞれの地域の自然条件と、それに伴う食生活にはおのずから差異がある。また、同じく『中国飲食文化』によれば、春秋戦国時代から、中国料理の風味が南北で分かれ始め、唐宋時代になると、完全に南北の差が形成された。そして、清王朝の初期には、魯菜 (北京、天津などの北方系の風味料理を含む)、蘇菜 (江蘇、浙江、安徽地方の風味料理を含む)、粵菜 (福建、台湾、潮州、海南地方の風味料理を含む)、川菜 (湖南、湖北、貴州、雲南地方

の風味料理を含む)の「四大料理」に分類されるようになった。この「四大料理」は大まかに中国の東・西・南・北の四大地方を基準として分けられ、それぞれ東方系料理、西方系料理、南方系料理、北方系料理の代表となった。やがて飲食業の発展に伴い、浙江、福建、湖南、安徽料理が現れた。清王朝の末期においては、これらの地方料理を加え、魯、蘇、粵、川、浙、閩、湘、徽の料理²⁾、すなわち「八大料理」と呼ばれる料理系統が形成された。その後、地方風味の料理の発展に伴って、様々な料理系統が形成されていった。1980年の『人民日報』でも八大系統の分類がなされていて(木村ほか,1988)、「八大料理」という認識は現在の中国においても一般的である。

一方、日本には中国の「四大料理」という呼び方があるが、中国大陸での「四大料理」とは違う。日本における「四大料理」は北京、上海、四川、広東の料理と一般的に認識され、大まかに東・西・南・北の四大地方で分けられている。しかし、東方系の代表料理は、中国では江蘇料理であり、日本のような上海料理ではない。北方系の代表料理も、中国では山東料理であり、日本のような北京料理ではない。東方系の代表料理と北方系の代表料理が中国と日本で異なる背景を考えてみたい。

「東方」は、主として江南地方を指す。「江南」は中国を横断して流れる長江の下流地帯における江蘇省、浙江省、安徽省を含む地域であり、海への出口は上海となっている。したがって、『中国食文化事典』が指摘するように、上海の料理を、古くから文化の栄えた都市がいくつもあるような地方の代表とするのは適切ではない。しかし、上海料理には広く江南各地の料理の長所を取り入れ、それらを融合させることで、次のように発展してきた面がある。まず、上海料理の起源となるのは「本帮菜」と呼ばれている郷土料理である³⁾。次に、上海は開港してから、安徽、江蘇、浙江料理が相次いで進出し、大きな影響を与えた⁴⁾。その後も、各系統料理が上海に進出し、素朴な地方料理が一堂に集まり、相互に影響しあって改良、発展し、さらには、西洋料理の影響も少なくない(北,2004)。すなわち、上海料理は江南地域の各料理を融合して、風味の基礎とし、さらに各地方の料理の長所を取り入れて形成されたのである。

一方、北京は昔から王城として栄え、洗練さを極めた宮廷料理が発達していった。宮廷の料理人は多くが山東省の出身者であったため、宮廷料理のルー

ツは山東料理にあるとも言われる。また北方から満州族、蒙古族が持ち込んだ民族料理も色濃く影響している(北,2003)。このように、北京料理は、山東料理が源流であり、それに東北地方の牛や羊を調理する郷土料理を取り込んだものである。『中国食文化事典』では、有名な北京ダックの店「全聚德」でさえ「山東風味」と指摘されている。『中華美食与文化』(刘,2015)によると、山東料理は宋王朝時代から「北食」の代表となり、明清時代からは独自の料理系統として、宮廷料理の主体となり、北京・天津・東北地域の料理に大きな影響を与えたとされる。つまり、北方系料理の源は基本的に山東料理と言える。また明清時代には、山東出身者が北部、特に東北三省(遼寧省・吉林省・黒竜江省)、すなわち「關関東」へ大量に移住した。そのために、山東料理の影響範囲は黄河中下流部およびその北部までと一般には考えられている。

したがって、本来ならば、北方系料理の代表は山東料理になる。そして、東方系料理の代表は江蘇料理で、それに浙江料理と安徽料理を加えたものになる。ところが、日本では、北京・上海が中国の二大都市であり、知名度も非常に高い。そのため、上海料理が江蘇料理に代わって東方系料理の代表になり、北京料理が山東料理に代わって北方系料理の代表になったと考えられる。

『タウンページ』(2017年版)のデータから中国料理店の数を地方別に把握してみたい。東京都においては、『タウンページ』のカテゴリーから分類できる中華・中国料理店⁵⁾の総軒数が548軒であり、そのなかで上海料理は28.8%、四川料理は31.2%、広東料理は25.4%、北京料理は14.4%である。新宿区に絞ると、店舗総数は43軒であり、そのなかで上海料理は46.5%、四川料理は23.3%、広東料理は21.0%、北京料理は9.3%である。このように北京料理店が少ないことがわかる。一方、本研究の調査地域である新宿区大久保(詳しくは後述する)では、聞き取り調査の実施中、『タウンページ』にカテゴリー別で分類されていない東北料理店が多数存在していることがわかった。元々東北料理は中国大陸では郷土料理の一種であり、「八大系統」には属さず、餃子以外日本人にとってあまり馴染みがない(山下,2010)。しかし、東京の池袋駅や新大久保駅周辺には、朝鮮族が開業した中国東北料理店や中国朝鮮料理店などが集中している(山下,2008)。

以上を踏まえて、本研究では北京料理の代わりに、同じように山東料理の影響を大きく受けた東北料理

第1表 中国大陸における「四大料理」の特徴

書籍名	中国飲食文化概論	中華美食与文化	中国食文化事典	中国飲食文化
上海料理	味付けは淡泊で、食材本来の味を生かす。	食材の選択は鮮度重視で、非常に慎重であり、季節にあわせて変わる。魚介類は近隣の地方産を選ぶ。調味は淡泊でさっぱりする場合も、醤油煮付けの場合もあり、旨みと色合いを重視する。	素材にたよる傾向があり、淡泊ですっきりした味と濃厚な醤油味の煮物が共存している。香辛料の使用は少なく、刺激があまり強くない。	
広東料理	鮮度重視であり、野菜果物と海産物を多く使用する。	広東料理の特徴は各地方料理の長所を取り出すことである。食材の選択範囲は広く、模倣の中にもオリジナリティを出し、客の好みに合わせて調理する。また、品質と味付けを重視し、比較的淡泊で、さっぱりした中に旨みを求める。味付けは季節によって変化し、夏秋は比較的淡泊で、冬春は比較的濃厚になる。		広東料理は基本的に食材の選択範囲が広く、鮮度重視で、淡泊で、さっぱりした味付けを重視するが、旨みもある。季節性が強く、夏・秋は淡泊で、冬・春は濃厚にする。
四川料理	四川料理は郷土料理風で、家庭料理に近く、庶民または肉体労働者と相性が良い。味の嗜好についてはほかの地域よりも辛さ、痺れ、酸味を強調している。	四川料理は調味料の選択について非常に厳しく、料理に合わせて必ず指定の調味料を使用する。味付けは濃厚で、麻辣風味が特に有名である。食材の選択も慎重であり、また自然条件により、食材を選択できる範囲が広く、新鮮な野菜や山菜、ジビエ、川の魚介類、家畜まで全て手に入れられる。	四川料理の特徴は調理法よりも、むしろ調味にある。各種の香味野菜、香辛料の組み合わせにより、香りよく複雑な風味を創り出す。特に麻辣は四川料理の象徴である。パリエーション的な調味、また濃いタマリ醤油、みそにつけた漬物も各種あり、庶民に好まれている。	最も特徴的なのは調味であり、調味料は複雑で多様である。唐辛子、花椒、胡椒、豆板醤、酢、砂糖をよく使用する。五味調和の味を根本としている。濃厚さの中に刺激を感じることができるし、刺激の中に濃厚さを感じることができる。
東北料理	東北は多雪地域に立地しているため、調理において、動植物油の使用量と塩の使用量が南方の地域より多く、辛口を嗜好している。また、冷凍食品の種類が多く、例えば冷凍の魚、冷凍の肉、冷凍の餃子、冷凍の豆腐などである。さらに、大豆製品およびもやしの比重が高い。無霜期間が短く、野菜を乾物にする習慣があり、地下室に大量の白菜、ニンジン、ジャガイモを貯蔵する。それらの野菜で、酸味のある漬物を作り、料理に使用するのが特色となっている。			野菜は白菜、キュウリ、トマト、ジャガイモ、キノコ類をメインとして、肉類は豚肉を好み、魚介とジビエも好む。脂っぽくしょっぱい濃厚な味付けを嗜好する。またロシア、韓国、北朝鮮、日本に近隣しているため、そうした国の飲食文化の影響を受けている。東北の人の飲食への要求は豪勢で、気前がよく、料理の量が多いほど評価される。

注) 4つの文献ごとに、筆者が各料理の特色をまとめた。

を北方系料理の代表とする。したがって、本研究で取り上げる「四大料理」は、東方系の上海料理、西方系の四川料理、南方系の広東料理、北方系の東北料理となる。また、吉林省、遼寧省、黒竜江省の東北三省の出身者を全て東北出身者と分類する。

第1表は、「四大料理」の中国本土における特徴をまとめたものである。上海料理は、中国本土では食材の産地にこだわり、鮮度も重要で、何を選択するかも慎重に行なわれる。味付け方法については食材本来の味が出せるような淡泊ですっきりした味と濃厚な醤油味の煮物が共存し、香辛料の使用が少なく、刺激があまり強くないのが特色となっている。

広東料理は、中国本土では食材の鮮度など、品質が重視され、野菜・果物と海産物が多く食される傾向がある。また、さっぱりした感覚のなかに旨みを求めるような淡泊な味付けが特色であるが、味付けは季節によって変化し、夏と秋は比較的淡泊で、冬と春は比較的濃厚になる。食材の選択範囲は広く、中国の他地域の料理を模倣するなかにもオリジナリティを出し、客の好みに合わせて調理するので、「食在广州⁶⁾」と言われている。

四川料理は、中国本土では食材の選択も慎重であるが、それ以上に調味を重視する傾向がある。特に調味料の選択については非常に厳しく、料理に合わせて必ず指定の調味料を使用する。調味料の組み合わせによって四川料理の象徴である「麻辣⁷⁾」をはじめとする複雑な風味が創り出され、濃厚さのなかに刺激を感じ、同時に刺激のなかに濃厚さを感じられるのが特色となっている。また四川料理は郷土風であり、家庭料理のような味付けで、庶民または肉体労働者と相性が良いとも言われている。

東北料理は、中国本土では郷土料理の一種である。冬季が長いために無霜期間が短く、使用できる食材の範囲は比較的狭く、野菜を乾物にして、地下室に大量の白菜、ニンジン、ジャガイモを貯蔵する習慣がある。また、山地が多いため、山菜やジビエも好まれる。そして、寒冷な気候であるため、冷凍食品の種類が多く、大豆製品およびもやしを食する比率が高いとされる。味付けに関しては、動植物油と塩の使用量が南方の地域より多く、辛口を始めとする濃い味付けが好まれている。さらに、東北の人の飲食への要求は豪勢で、気前がよく、量が多いほど尊敬されるといいう習慣がある。そのため、食材、調味料、味付け方法よりも、料理の量を重視する傾向が見られる。

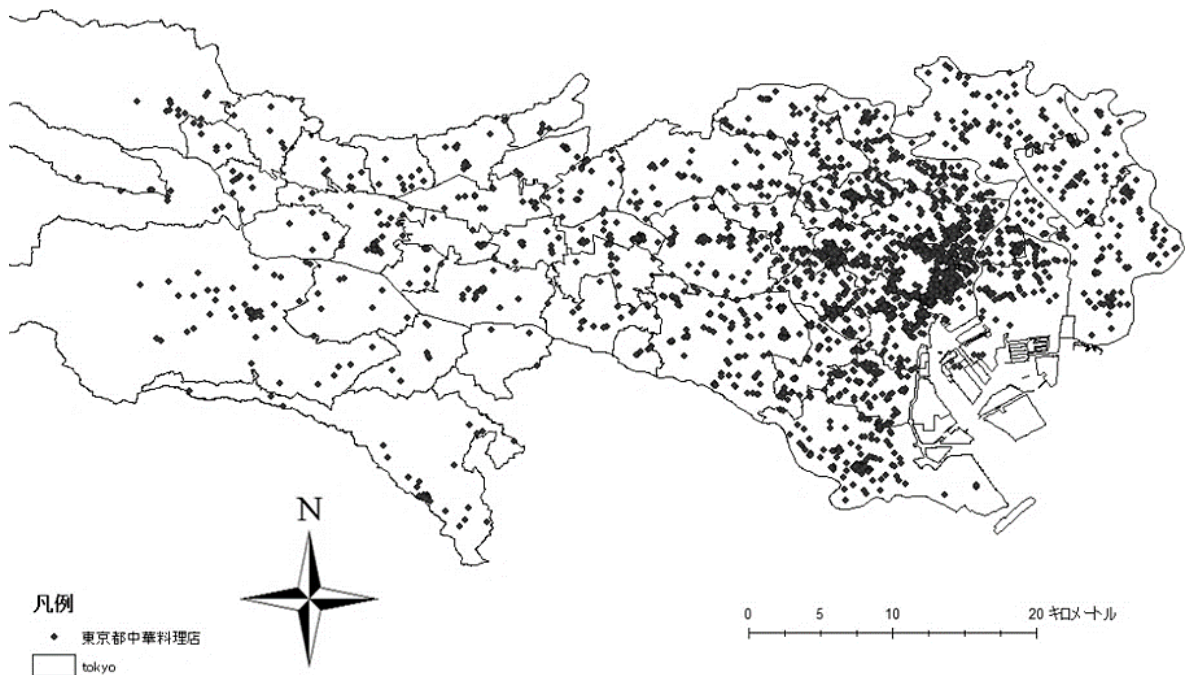
Ⅲ 研究の目的、対象、手法

日本では多様な出身地の華人が暮し、それに伴って各地方の中国料理店が数多く見られる。地域性を有する食材・調味料・味付け方法は中国の食文化の重要な要素であるが、日本の中国料理に関しては十分に研究されていない。そこで、食材・調味料・味付け方法に注目し、山下の言う「伝統」が、日本においても継承されているのか、変容しているのか、継承されている場合はどのような要因からか、変容している場合はどのような影響からかを明らかにしたい。その際に、各地方の中国料理の違いや地域性も解明したい。

研究対象地は東京都新宿区大久保とする。その理由は以下のとおりである。まず東京都全体（島嶼部を除く）で見ると、中華・中国料理店は都心部に集中している（第1図）。また中国人人口の分布図（第2図）では、新宿区、江東区、江戸川区で高い比率となっている。次に中国人人口の多い新宿区について見たい。第3図によると、中華・中国料理店が最も多いのは新宿駅周辺であり、地下鉄丸ノ内線沿い、大久保地域、高田馬場駅周辺にも中華・中国料理店が密集している。また第4図からは、大久保地域および柏木地域で中国人人口が多いことがわかる。さらに、山下・秋田大学地理学研究室学生（1997）によると、1980年代以降、大久保には中国人集住地区が形成され、新たなエスニックタウンが発展しつつある。大久保地区は、新宿駅から北へ一つ目のJR山手線の新大久保駅と、JR総武線の大久保駅を中心に広がる地域である。以上を踏まえて、本研究では新宿区大久保地区を調査対象地とした。

調査方法についても述べる。大久保地区では、できる限り多くの中国料理店に聞き取り調査を行なった。山下（2014）によれば、研究で最も難しいのは、中国人経営の店舗での聞き取りだという。事実、筆者も手当たり次第に飛び込みで訪問して、多くの場合、「忙しいから」と断られた。そのため、聞き取り調査をする場合には、相手の立場になって考え、インフォーマントから一方的に聞き取るのではなく、相手の話を聞くことを重視し、また筆者自身も相手に関心を持っているようなことを話すようにした。それに加えて、店舗が繁しい時間帯を避ける必要があり、客が少なくなった頃に入店し、客の立場で話を聞くようにした。

調査方法を具体的に説明したい。まず、友人と一緒に客として入店する。そして、店内では料理を注



第1図 東京都（島嶼部除く）における中華・中国料理店の分布
 注)『タウンページ』(2017年)より筆者作図.



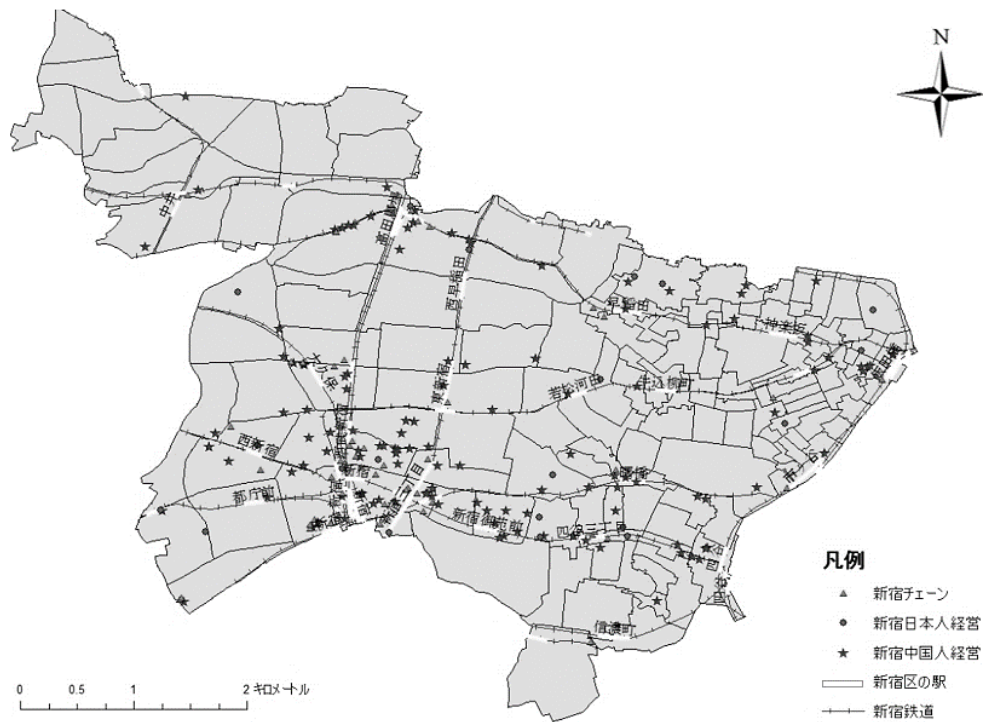
第2図 2016年の東京都における市区町村別の中国人人口
 注)法務省,「2016年 年末現在における在留外国人数について(確定値)」
 (http://www.moj.go.jp/nyuukokukanri/kouhou/nyuukokukanri04_00065.html)
 のデータより筆者作図.

文し、出品された料理について店主や料理人と会話を始める。というのも、店主や店員と親しくなることが聞き取りでは重要と考えられるからである。聞き取りはおもに中国語と日本語で実施した。調査対象の店舗が忙しいために聞き取りが充分に行えない場合は、再調査を行なった。

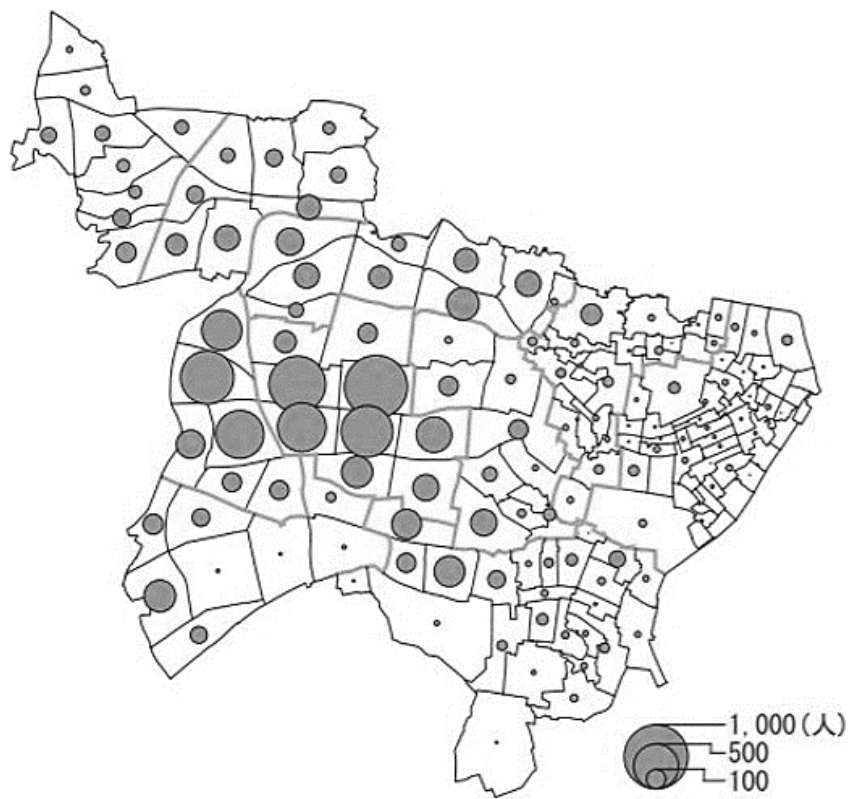
聞き取り調査は2017年7月から2018年1月にかけて実施し、多い店で3回、少ない店で1回訪問した。1回の訪問時間は、多い店で3時間、少ない店

で1時間となった。聞き取りの項目については、①店主および料理人の国籍・出身地、②料理の系統について(本研究で取り上げる四大系統料理)、③創業経緯、経営年数、④来店客について、⑤味の調整はしているかどうか、⑥食材、調味料の選択および仕入れ方法、とした。

聞き取り調査の後は、聞き取りで得られた内容をもとに、新宿における中国料理の特徴を考察した。すなわち、調査対象の店舗を、東、西、南、北など



第3図 新宿区における中華・中国料理店の分布
 注) 『タウンページ』(2017年)より筆者作図.



第4図 2010年の新宿区における町丁別の中国人人口
 注) 新宿区新宿自治創造研究所, 『研究所レポート』(2011年)から図を転載.

の料理系統ごとに分類したうえで、食材、調味料、味付け方法などを総合的に考察した。これにより、食材・調味料・味付け方法から見た各地方の中国料理の違いを説明することができると思われる。

IV 中国料理店への聞き取り調査の結果

第5図は、本研究で聞き取り調査を実施した店舗の分布図である。調査対象となる中国料理店は、西新宿七丁目、百人町一丁目、百人町二丁目、歌舞伎町一丁目、歌舞伎町二丁目に分布している。調査地域の久保では、上海料理店2軒、広東料理店2軒、四川料理店2軒、四川料理・東北料理店1軒、東北料理店3軒、無系統および多系統ないし無系統料理店6軒、の合計16軒を訪問した。そして、この16軒のなかの10軒に聞き取り調査を実施した。

聞き取りを実施した10軒は、上海料理店2軒、広東料理店2軒、四川料理店2軒、四川・東北料理店1軒、東北料理店2軒、無系統料理店1軒であった。聞き取りを実施しなかった店舗は、店主がほかの事業を持ち、店にあまり来ない店、聞き取り調査に協力してもらえなかった店、店名が変わらずに店主と料理人の入れ替えが激しい店（ほかの中国料理店からの情報によると、在日ビザを取るため、中国料理店の経営を経由し、一年間で経営者が4回入れ替わったと言われた）などであった。なお、調査店舗の繁忙状況や協力程度に違いがあるので、聞き取り調査で聞ける範囲はそれぞれ異なっている。以下、聞き取りの内容を示す。

1. 上海料理A店

2017年12月17日、2018年1月2日、2018年1月8日の3回聞き取り調査を行なった。店主は20年前に来日した上海出身者であり、料理人は上海で長い実務経験がある江蘇出身者である。店主によれば、1997年来日してからずっとアルバイトをしながら、起業できるまで貯金し、来日して約10年が経過した2007年に、池袋で日本人向けの中国料理店を経営し始めたという。現在、新宿にある店舗は、上海出身の人々が日本でも本場の上海料理を食べられるようにするため、3、4年前から始めたもので、上海出身の客が多く来店している（参考1）。店主は池袋から新宿に店を移した理由を次のように説明する。

池袋での競争が激しすぎ、常に人気か、全然客が来ないか、両極化だった。あまり売り上げがよくないため、

池袋から新宿に移転し、日本人客向けから中国人客向けに変えた。

本場の上海料理は日本人にとってまだ目新しく、四川料理ほどの知名度と人気はない。それでも、中国人客と同程度に日本人客も来店しているため、経営上の利益を考慮して、日本人向けのメニューと中国人（上海人）向けのメニューの両方を用意している。日本人向けのメニューには、エビチリ、ニラレバ炒め、回鍋肉など、日本人にとってなじみのある料理が見られるが、中国人向けのメニューには、上海蟹、マコモダケの炒め、燻魚（シュンユイ）⁸⁾（参考2）、田ウナギ炒め、上海の大ワントン⁹⁾、角煮（参考3）など、日本でなかなか食べる機会がない本場料理も見られる。

食材については、基本的に上野のアメ横商店街の地下で中国食材を取り扱っている卸売業者から仕入れ、たまに店主自ら食材を仕入れに行く。また、田ウナギなど海外から空輸する食材は冷凍であっても、高価であるため、仕入れ期間が不定期となり、仕入れ量も比較的少ない。つまり、食材の仕入れは困難とも言え、一部のメニューは時期によって注文できない場合もある。一般的な調味料、例えば醤油、オイスターソースなどは日本における中華物産店から仕入れ、特殊なソース、例えば燻魚を漬け込む醤油だれは日本で調達できないため、自分で作る。



第5図 聞き取り調査を実施した中国料理店の分布
注) 10軒の中国料理店を風船の印で示している。



参考1 A店の店内の様子



参考2 A店の燻魚



参考3 A店の角煮

店主の話によると、日本人向けのメニューについては、基本的に日本人の好みに合わせるため、味を調整しているという。その味は、過去に池袋で日本人向けの中国料理店を経営していた経験に基づいている。一方、中国人向け、というよりも上海人向けのメニューについては、本場の上海料理の味をしっかり守っている。店主はそれについて、以下のよう

に語っている。

食材本来の味を強調する時は淡泊な味付けにするべきで、醤油で煮付けする時は濃油赤醬(濃油赤醬)¹⁰⁾にするべきだ。これは上海料理の根本として守らなければならない。

日本人向けのメニューは一品 800 円程度だが、中国人向けのメニューは基本的に 1,000 円台となり、田ウナギは一品 2,680 円、一尾のイシモチのチリソースあんかけは一品 3,880 円など、高価な料理が多い。訪問調査での観察および店主の話によると、来店客は日本人と中国人が半々程度で、中国人のなかでは上海出身の客が主である。また、店主の説明で

は、「持ち帰りができる生の大ワンタンを買い求めて来る上海出身者が結構多い」ということだった。

開店の経緯と今後の経営については、店主が次のように話している。

確かに上海出身の客が来店しているが、開店当時に予想していたより少なく、上海出身者に向けて出店する経営方針が本当に賢明だったかどうか若干微妙だ。私が来日した時期にはまだ不法滞在している中国人が多く、上海出身の人も結構いた。彼らは在留資格がなく、警察や入国管理局の人に見つかれば、即刻強制的に帰国させられてしまう。彼らは普段不法就労をしながら、いくら故郷を恋しく思っても、正当には帰国できない状態だった。その人たちのために、本場の上海料理店を作れば、結構売り上げがよくなるんじゃないかと思った。しかし、昔と比べると、不法滞在している人が結構少なくて、しかも特に上海は飛行機の便が多く、普通の在日上海出身者も非常に便利に帰れるようになったから、日本で上海の地元料理を食べる必要性がなくなっているんじゃないか？ 売り上げは池袋時代より全然いいけど、予想どおりには行かない。

上海出身の客が当初の予想より少なく、上海出身者向けの店として経営することが適切かどうか店主のなかに多少の疑問がある点は興味深い。

2. 上海料理B店

2017年12月17日に聞き取り調査を行なった。歌舞伎町二丁目の細い路地の奥に立地している上海家庭料理店である。非常に繁忙な店であるため、何度も調査に訪れたが、なかなか詳しい聞き取り調査ができなかった。そのため、一部の情報は店のホームページ¹¹⁾から取り上げている。店長は25年前に来日した上海出身の女性であり、料理人は上海でも数少ない「国家特級厨师」の資格を持つ人である。上海の人達が、「いつも食べている物を、そのままの調理法で」という経営方針で、現在上海の本場の家庭料理を基本として、それに四川、湖南の麻辣風味¹²⁾の料理を加え、さらに非常に珍しい昆虫料理も提供している。店主の話によれば、歌舞伎町に立地し、日本人にとって珍しい昆虫料理を求める若い客が多数いるので、それに応えて開発したという。

食材については、日本で調達できないものは、卸売業者を経由しないで、個人で中国から週1回の頻度で空輸している。したがって、食材の原価が非常に高く¹³⁾、また歌舞伎町に立地しているため、メニューは基本的に一品1,000円以上となり、高価格である。それでも、一部の料理の提供は経営的に赤字になっている。例えば上海蟹や鰻魚(ケツギョ)などの河産魚介類は活メでなければ食中毒になる可能性があり、空輸で死んだ場合、廃棄した分の損失は自己負担になる。

調味料についても、一部は個人で中国から空輸している。店のホームページによると、「本場の味をそのままに」という宣伝をしている。筆者が実際に試食したところ、確かに本場料理の場合は、味の調整をしていなかった。また、当店は日本のテレビ番組でよく宣伝されているため、知名度が高く、筆者の観察でも日本人の常連客が多いように見えた。

3. 広東料理C店

2017年9月28日、2017年12月9日の2回聞き取り調査を行なった。店主は上海出身で、料理人は広東出身と香港出身の二人である。30年前に来日した女性が店主で、その女性の主人は現在不動産業を営んでいる。15年ほど前に1軒目の中国料理店を開業し、現在の店は3軒目である。店主の話によれば、来日したばかりの頃、中国料理店は日本人経営

の場合が多く、提供する料理も基本的に日本人向けにアレンジされた中国料理をメインとしていた。それに納得できなかった店主は、日本人客が食べたことのない本場料理を提供するために、自ら本場の広東料理店を開いた。料理人にも厳しく、過去の一時期に東北出身の料理人を雇用したことがあったが、店主が求めている味の水準に達していなかったため、30年以上の広東料理の経験がある香港出身の料理人に変え、冬には広東式スープも出すようになった。さらに、広東料理の点心¹⁴⁾を担当する広東出身のベテラン料理人も雇い、現在は一般的な広東料理だけではなく、飲茶しながらの本場の広東式点心も提供している。

食材はほとんど日本で仕入れているが、食材によっては中国から輸入している。野菜、特に中国野菜は、千葉にある有限会社V食品という卸売業者を経由し、中国から空輸で仕入れている。肉類や鮮魚も一部は同じ卸売業者から仕入れている。ただし、常連客の予約注文が来た場合は、自ら上野のアメ横商店街で購入する。店主自身は食材に強いこだわりがあり、「食は愛情」と宣言している。店主個人の食生活でも、肉類は肉屋で、鮮魚は魚屋で購入し、牛肉は基本的に和牛しか購入しない。そのため、店の食材に関しても、同じような品質基準で仕入れ、原価の高い高品質の食材を使用している。一般の中国料理店では食材の原価を売価の三分の一以下にするのが基本であるが、この店では一部の食材が売価の二分の一となり、ほかの経営コストを加算すると、赤字となっている場合もある。そのため、比較的高価格にして、こだわりと赤字のバランスをうまく取っている。

調味料は、野菜などの食材と異なり、賞味期間が長いために、一部は個人で輸入している。また、同様に長く置くことのできるお茶も個人で中国から輸入している。味付け方法については、日本人向けに味を調整し、若干甘口にしている。

一方、店主は上海出身であるため、上海蟹などの上海料理も、予約制の裏メニューとして提供している。過去に赤坂などの場所に出店していたときは、メニュー全体が高価格で、富裕層の客が多かったという。しかし、2年前に新大久保駅付近の路地に現在の店を開き、今は、経営面で困ることはなく、以前よりも家庭的で安い本場の美味しい中国料理を提供している。客は、筆者の観察および店主の説明によれば、日本人と中国人が半々程度であり、以前のような富裕層の常連客だけでなく、庶民層も多数来

店している。そのため、富裕層の常連客向けに予約のみで提供される鮮魚、広東風の北京ダックなどは高額であるが、一般的な料理は 1,000 円未満で、手頃な価格となっている。

また、店主は日本人が抱えている中国料理店へのイメージを変えるため、経営方式も工夫している。店主は次のように語っている。

日本人のイメージのなかでは、中国料理は多人数の宴会のような料理と思われるかもしれない。そういうイメージを変えたく、イタリアンレストランのような雰囲気できゅっくり食べさせるため、小皿で提供し、少人数でも楽しめるように工夫している。また、ランチで時間に余裕がある主婦をはじめとする客にはスペシャルコースを提供し、中身は前菜、料理、スープ、ご飯、点心で組み合わせている。中国料理店を経営するなら、最初の 2、3 年は基本赤字となるため、覚悟したほうがいい。今、主人とほかの事業も経営し、経済的に困っていないから、3 軒目の時に、やっとこだわりながら、自分が思っている理想的な中国料理店を経営できるようになった。

4. 広東料理 D 店

2017 年 12 月 7 日に聞き取り調査を行なった。江西省出身の店主が始め、16 年以上家族で経営している老舗である。店主の説明によると、江西省は広東省に隣接しているため、江西の地方料理は基本的に広東風味であり、日本でも広東（香港）料理店として経営してきた、ということである。開業時に雇った香港出身の料理長がメニューの品と調理方法の基準を決め、現在店主の弟と上海出身の料理人がその基準にしたがって、日本人向けに若干甘口の味に調整して、調理している。また、上海出身の料理人がいるため、頼めば上海風の料理も作ってもらえる。店主は付近の日本語学校に勤務し、また家族経営のため、経営上は人件費に困ることがないので、食材や調味料の品質には非常にこだわっている。

食材については、肉類などは卸売業者から仕入れている。しかし、野菜、鮮魚などは卸売業者から仕入れると、品質の保証ができないため、必ず近所のスーパーマーケットで店主自ら購入している。また、鮮度にこだわっているため、仕入れ量は基本的に少量であり、食材が品切れになると売り切れにする。したがって、メニューに載せてある料理が提供できるかできないかは、スーパーマーケットで購入できるかどうかによる場合もある。調味料も、食材と同様に、品質にこだわり、香港産の調味料のみを卸売業者を介して、香港から仕入れている。

店主が日本語学校に勤務しているため、昼のランチ定食の時間帯には日本語学校の生徒が多数来店し、それ以外にも十数年前から通っている日本人常連客が多い。実際、筆者が調査訪問した時に、次のような場面を見た。近隣で活動しているテニス同好会の常連客が大人で来店し、まるで古くから付き合い合っている友人の家に通って来るように、店主と挨拶しながら、自分達でテーブルをセットするのだった。筆者がこの不思議な光景について、「なぜ彼らは自分で宴会をセットしているのですか？ 店員が手伝わなくてもいいですか？」と尋ねると、店主は以下のように答えた。

大丈夫、大丈夫。彼らは開店し始めた時期から通っている。こんな感じはいつも通りのことだ。毎回活動を終わったら来るから、もう慣れている。ほら、隣のテーブルに座っているサラリーマンたちも、結構昔から通っている。うちの品質に信頼しているから、常連さんが多い。

このように、店と客の間には信頼関係が構築されている。なお、メニューを見ると、鮮魚料理などを除けば、基本的に 1,000 円未満で、手頃な価格となっている。

5. 四川料理 E 店

2017 年 7 月 24 日、2018 年 1 月 15 日の 2 回聞き取り調査を行なった。1993 年に来日した四川出身の店主は本場の四川料理を日本人に宣伝するため、7 年前にこの店の経営を始めた。店主は中国料理店を起業するきっかけと四川料理を選んだ理由について、以下のように述べていた。

麻婆豆腐や担々麺などは 2002 年くらいに日本で人気となり、2005 年に四川料理はさらにブームとなり、多数の四川料理店が開店された。私は昔会社で働いていた普通のサラリーマンだが、2006 年に友達に頼まれて、ある四川料理店の面倒を見ていた。経験も積んだため、2011 年に起業した。

そして、本場の味をそのまま伝えるため、店主は四川省の有名料理店やホテルで料理のキャリアを積んだ四川出身の料理長を雇った。店主の意向で、その料理長は味の調整をしないし、調味料には特にこだわっている。

店主は、開店時には飲食店として店を始めたが、4 年前から株式会社 W を経営し始め、飲食店の経営だけではなく、食料品や食材の輸出入まで行なっ

いる。そのため、調味料とする唐辛子や花椒¹⁵⁾などは、本場の味を守るため、店主の個人所有の会社で輸入する。品質にもこだわりがあり、店主が何度も中国にある出荷元を訪れ、自分の目で唐辛子や花椒の品質をチェックする。店舗では自家製の泡椒¹⁶⁾やラー油が陳列されている。ラー油については、日本でよく見られる唐辛子とゴマ油で作ったものではなく、花椒の痺れと香りを加えた本場のものを週何回も作る。また料理長の話によると、四川料理の変幻自在の魅力的な味のもと、四川から取り寄せた花椒と唐辛子である。

食材については、基本的に千葉にあるXという華人経営の卸売業者から仕入れ、入手できない場合は農家の友人に依頼し、栽培してもらったことがあったが、原価が高くて利益があまり出ないために挫折した。また、麻婆豆腐に使用するひき肉は本来牛肉であるが、採算が合わないため、代わりに豚肉を使用している。このように、食材には妥協する傾向が見られる。

一方、味の調整は一切しない。訪問調査時に、次のような場面を観察したことがある。近くのテーブルの日本人客が麻婆豆腐を注文した時、辛さに心配がある様子で、店主に「ちょっと辛さを調整してもらってもいいですか」と尋ねたが、店主は「当店は本場四川の味しか調味していないので、辛さの調整がなく、ほかの辛くない料理を頼んでください」と断った。それでも観察および店主の話によると、常連客を含め、来店客の大半は日本人であり、中国人客は少ない。料理の価格に関しては、魚介料理や火鍋料理などは高額であるが、それ以外は1,000円程度で、高くはない。

開店当時、店舗の立地場所があまり良くないため、経営が厳しかった時期もあったが、正しい宣伝方法によって、転機が現れた。店主はこう述べている。

開店時、経済状況のせいで、あまりいいところに出店できなかったから、結構目立たない小さい路地の奥の店舗を選んだ。そのため、当時は客が全然来なかった。本場の四川料理が宣伝できるような非常に優秀な料理長を雇って売り上げを増やさないで、経営が続けられないかもしれない。その頃の常連客の一人がホームページなどを作製している会社を経営しているので、サービス価格でホームページを作ってくれた。宣伝効果はやはり結構あって、徐々に人気となった。

また、店主は、個人経営ではなく、株式会社を創立し、中国料理店を営むことにしたという。そ

の理由を店主は次のように説明している。

実は税金の関係だ。個人経営で最初の3年間は免税で、形式を変えて会社になると、さらに3年間免税となる。副産物としては、食材や調味料を輸入、加工、販売する資格を持っているため、中国から調味料の仕入れが便利になる。ただし、規模としては、まだ自家用程度しかないため、販売する程度にはまだ達していない。資金をある程度貯めたら、土地を購入し、自家用の野菜を栽培する予定だ。今までずっと高値のニンニクの葉っぱを仕入れているが、もし自分で栽培すると、結構原価が落ちる。また、日本でなかなか調達できない高笋¹⁷⁾もメニューに出せる。

6. 四川料理F店

2017年11月30日、2017年12月10日の2回聞き取り調査を行なった。大連出身の店主が経営し、飯田橋に本店がある本場四川料理店である。祖父の代から大連で屋台を営んでいたが、中国文化大革命の影響により、経営できなくなった。文化大革命が終ると、店主は中国全土で腕を磨くために修業を始め、2004年には日本の大手飲食店に誘われて来日した。その後、東京の有名店の総料理長として勤め、現在は独立して2店舗を営んでいる。

食材については、千葉にある株式会社Yという卸売業者から仕入れ、品切れになれば近隣の八百屋かスーパーマーケットで購入する。調味料は本場の四川風味を作り出すため、本場中国産の「漢源麻山椒」や唐辛子などを日本の卸売業者を経由して仕入れている。店主は、「伝統的な中国料理はこういうものではない、もっと奥深いものだ」ということを経営方針として、伝統的な調理方法を守っている。一方、麻婆豆腐などの有名料理は、伝統的な料理法に基づいて味を調整することなく、オリジナルにアレンジしている。観察および店長の話によると、来店客は日本人が大半で、テレビ番組でも取材されているため、人気が高い。メニューは、全体的に900円未満で、低価格となっている。

7. 四川・東北料理G店

2017年10月2日、2018年1月15日の2回聞き取り調査を行なった。20年前に留学生として来日した大連出身の女性店主が4年前から経営を始め、東北料理と四川料理の両方を提供している。店主によると、以前は特に料理系統なしで経営していたが、現在は東北出身の料理長に変え、日本で知名度が高く、人気がある四川料理をメインとして提供し、それに東北料理を加えている。店員全員が東北出身者

である。開店理由については、主人とともに美容室を長く経営していたが、副業として飲食店を営み、両店舗のつながりによって、来店客を増やし、経営状況を改善するためであった。しかし、客はあまり増加していないという話だった。

食材については、野菜の場合は日本人の卸売業者と中国人の卸売業者から仕入れ、水産類の場合は千葉にある個人経営の店から仕入れている。一方、調味料は四川料理をメインにしているため、痺れの元になる花椒は個人で中国から仕入れ、使用量が多い唐辛子は基本的に日本の卸売業者から中国産のものを仕入れ、在庫不足の場合は近隣のコリアンタウンで売られている韓国産やタイ産の唐辛子も使用する。現在、中国人向けに経営しているため、基本的に味の調整はなく、本場の味のままに調理している。また、中国で大人気となっているザリガニ¹⁸⁾も使用し、メニューの一品として提供している。

周辺には日本語学校や専門学校が多数存在しているため、客には留学生が多く、一皿の量も多いので、ボリュームの割に安価であり、常連客が多い。その理由について、店主が説明した。

庶民層に向けて、家庭料理を提供したい。もし量が少なかったら、学生とか、若者たちが、おなかいっぱいにならない。昼もボリューム満点の定食コースを提供しているので、おなか減っている時、ぜひ来てほしい。

また、人気のある四川料理を提供しているため、日本人さらには東南アジア人も多数来店し、中国人の割合は半分程度ということである。

8. 東北料理H店

2017年12月7日に聞き取り調査を行なった。5年前に開店した店舗であるが、2年前に当時まだ料理人であったハルピン出身の現店主が前店主から受け継いで経営を始めた。現在、店員を含め全員が東北出身者である。30年の料理人キャリアを持つ店主は7年前に来日したが、その前にはロシアでも料理人として働いていた。店舗の経営経緯または現状について、店主は以下のように語っていた。

当時の店主は別の店舗を営み始め、余裕がなくなったから、私に任せた。料理人として勤めていた時は、給料をもらって料理を作ればよかったけれど、今はすべて自己負担になってしまったから、割とプレッシャーがある。

H店は四川料理も提供しているが、東北料理店である。特に中国東北地方出身の客向けの東北料理を提供し、味または調理方法を変えずに、本場の味で料理を作っている。食材や調味料は全て近隣の中華物産店であるZ社から仕入れている。

筆者の観察によれば、来店客は中国人がメインだが、日本人客もある程度来店している。それについて、店主に何うと、次のように言われた。

日本人が好む料理、例えば回鍋肉や麻婆豆腐などの料理がメニューにあって、東北料理は頼まず、こういう料理しか注文しない。日本人は自分が食べたことがない中国料理を頼まないから。

メニューは一品料理が1,000円を超える場合が多い。しかし、実際に注文した料理は量が多いので、実質的には高くないと言える。

9. 東北料理I店

2017年10月2日、2018年1月4日の2回聞き取り調査を行なった。店主を含め全員が吉林省延辺朝鮮族自治州の出身者であり、家族経営の東北料理店である。店主は6年前に来日し、来日当時はアルバイトをやっていたが、2年前に友人から店を受け継ぎ、本場の東北料理を提供している。店の看板料理は羊の炭火焼きである。店主は、過去に東北の郷土料理しか調理できなかったため、一度帰国して、当地の名店で羊の炭火焼きの技術を習得した後で、本格的に開店した。

I店は本場の東北料理を提供している。濃厚な味付けで、調整は一切なく調理しているため、中国人のなかでも特に東北出身の中国人客に人気があり、常連客が増えているという。

食材については、基本的に近隣の八百屋から仕入れ、調味料は中華物産店から仕入れている。家族経営のため、人件費に困ることはなく、食材の質を重視している。一方、上で述べた東北料理店のH店と同様に、四川料理も提供している。理由について聞くと、以下のような説明だった。

四川と東北(特に吉林省を指している)は同じように山地が多いため、山珍野味¹⁹⁾が多く、食材の選択が近い。また、味は全体的に濃く、同じように香辛料を大量に使用しているため、味付け方法も近く、作りやすい。四川料理が人気なので、集客力がいい。

メニューを見ると、特に羊の炭火焼き料理が一品4,000円程度になっているが、実際に注文すると、約

1kg程度²⁰⁾のスペアリブが提供され、ボリュームのある感じであった。店主によれば、「東北料理は庶民向けの郷土料理なので、量が足りないといけない」ということだった。つまり、量の割には安価となっている。また、観察では、来店客はほぼ中国人であるが、店主の話によれば、日本人や韓国人なども約2割程度いて、中国人が連れて来店する場合がよく見られるという。

10. 無系統料理J店

2017年11月30日、2017年12月6日、2017年12月9日の3回聞き取り調査を行なった。店主は8年前に来日し、以前は別の中国料理店で料理長まで勤めたが、2年前に独立して経営を始めた。その店主は中国北部の天津出身者であるが、中国で最初に習った料理系統が広東料理であり、料理人として勤務していた時代にも広東料理を15年以上にわたって作っていたため、広東料理に馴染みが深く、系統的には広東料理の料理人と言える。日本で料理人として勤務していた中国料理店は香港料理（広東料理の一部）であり、日本人向けに味を調整していた。ただし、香港出身であった当時の総料理長が、食材、調味料、調理方法を非常に厳しく管理していた影響で、店主も品質にこだわりが強い。そのため、野菜などは品質が保証できるので、基本的に自ら八百屋で購入し、そのほかは中華物産店または日本の卸売業者から仕入れている。

しかしながら、広東料理に非常に馴染みのある店主がなぜ広東料理店ではなく、無系統の中国料理店を営んでいるのだろうか。その理由は、店主の次の説明のなかにある。

独立しようと考えていた時期、中国人向けの新聞やインターネットから店舗の情報を探し、現在の店舗を選定したが、店の規模が小さく、厨房も非常に狭く、広東料理にとって欠かせない蒸し魚料理や点心などに使用する蒸籠のような調理機械を置く場所もなく、広東料理を作る条件が満たせない。もし厨房が十分広くても、広東料理によく使用されている海鮮類は原価が高く、また広東料理に専用の醤油をはじめとする調味料も卸売業者を経由し輸入しなければならないため、同様に原価が高い。今の段階はまだ独立して経営を始めたばかりなので、採算はなかなか合わなく、負担できない状態だ。さらに、今の店舗は西新宿に立地し、付近の日本人サラリーマン客がよく来店しているため、日本人向けにとりあえず経営し、今後経営上の問題を解決すれば、また広東料理店にしようと考えている。

味付け方法は、基本的に日本人がイメージする中国料理の作り方に合わせている。他の料理店での過去の実務経験に加えて、現在来店している客から味についての意見をもらうことで、徐々に味付け方法を改良している。また店主は「本来淡泊な味付けとなる広東料理が得意なため、それを若干甘口にすれば、納得してもらえるので、割と簡単」とも言っている。

V 食文化の継承・変容の地域差に関する考察

1. 食材・調味料・味付け方法から見た地域差

第2表は、IVで述べた聞き取り調査の内容をまとめたものである。また第3表は、本研究で取り上げた「四大料理」に関する中国と日本の比較である。全体的に、日本での「四大料理」は、中国本土におけるそれぞれの食文化の「伝統」をよく継承している。しかし、変容している部分もあり、第1表の中国大陸における「四大料理」の特徴と合わせて考察したい。まずは、食材・調味料・味付け方法に注目してみる。

最初に上海料理である。食材自体にこだわりがあり、食材の品質よりも、食材自体を料理の基本的な構成要素とする。特に江南地方の河産の魚介類、例えば、田ウナギや上海蟹などを使用しなければ、本場の上海料理が成立しない。そのため、マコモダケや田ウナギや上海蟹など、上海でしか手に入れない食材は、原価が高くて個人で輸入するか、卸売業者に海外から空輸してもらっている。しかし、本場上海の活きた食材の調達に難しく、品質が保証できない場合は、たとえ鮮度が若干落ちて、冷凍品を中国から輸入することになっている。したがって、この点では食材は変容している。

調味料に関しては、こだわりは少ないため、基本的に日本国内で調達し、一部特殊な味付け用の調味料のみ自ら作る程度である。したがって、調味料はほとんど変容していない。

味付け方法は、食材と同様にこだわりが強く、日本人向けに調整することはない。中国では濃い醤油などで塩味を出し、砂糖の甘みと調和することによって、旨味を出すように味付けされているが、日本でも同様に若干甘口の調味料から旨味を出すように味付けされている。そのため、「淡泊」と「濃赤醬」が共存する上海料理の味付けの特徴はよく継承されている。

第2表 新宿の中国料理店での聞き取り調査のまとめ

	店名	店主 料理人	店主 来日 年数	食材	調味料	味付け方法	価格	客層
東方系 上海料理	A店	上海 江蘇	20	食材自体にこだわる(冷凍品でも使用する)	基本的に中華物産店で、一部自家製	本場の上海料理は調整しない	本場の上海料理は高価	日本人と中国人が半々程度で、上海出身者が多い
	B店	上海 上海	25	食材自体にこだわる(原価によらず使用する)	情報なし	本場の上海料理は調整しない	本場の上海料理は高価	日本人常連客が多い
南方系 広東料理	C店	上海 広東 香港	30	食材の品質にこだわる	一部個人輸入	調整する	一部高価な品以外は手頃な価格	日本人と中国人半々程度で、富裕層と庶民層の両方がいる
	D店	江西 上海	20	食材の品質にこだわる	産地重視で品質にこだわる	調整する	鮮魚料理以外は手頃な価格	日本人常連客が多い
西方系 四川料理	E店	四川 四川	25	こだわりなし	香辛料全てにこだわる	調整しない	魚介料理や鍋料理以外は手頃な価格	日本人が大半
	F店	東北 東北	13	こだわりなし	花椒のみにこだわる	調整しない	比較的安い	日本人が大半
北方系 東北料理	G店	東北 東北	20	こだわりなし	花椒のみにこだわる	基本的に調整しない	量の割に安い	日本人と中国人半々程度で、中国人留学生が多い
	H店	東北 東北	7	こだわりなし	こだわりなし	本場東北料理は調整しない	量の割に安い	中国人が大半
	I店	東北 東北	6	品質にこだわる	こだわりなし	調整しない	量の割に安い	中国人が大半

注) 各地方料理の特徴部分のみ網掛けしている。

第3表 中日間の比較から見た日本における中国料理の継承と変容

系統	項目	中国	日本	伝統
東方系(上海料理)	食材	地場物品, 鮮度重視	本場の食材(冷凍の場合もあり)	変容
	調味料	あまり重視されない	あまり重視されない	継承
	味付け方法	淡泊と濃厚が共存	本場の味付け	継承
南方系(広東料理)	食材	品質重視, 野菜果物と海産物	品質重視	継承
	調味料	特有の調味料	本場の調味料	継承
	味付け方法	淡泊, 客の好みに合わせて調理	日本人向きに調整	変容
西方系(四川料理)	食材	重視	あまり重視されない	変容
	調味料	非常に重視	非常に重視	継承
	味付け方法	濃厚で刺激的—麻辣	本場の味付け	継承
北方系(東北料理)	食材	手に入れやすく長期保存可能な食材	日本で調達可能	継承
	調味料	動植物油と塩の多用	日本で調達可能	継承
	味付け方法	濃い味付け	本場の味付け	継承

注) 伝統については、変容する場合のみ網掛けしている。

二つ目は広東料理である。広東料理の場合、海産物や野菜を多用しながら、素材本来の味を引き出すために、食材の品質を重視するのが特徴である。日本は海に囲まれているため、河産の魚介類を多用する上海料理と異なり、広東料理では日本国内における海産物の調達が可能である。また、鮮度には特にこだわりがあり、その鮮度を追求するため、仕入れ量は少なく、自ら市場へ食材を購入しに行くことも多い。このように食材の調達が困難ではないため、品質にこだわることができる。結果として、中国本土での食材の特徴は日本でも維持されている。

調味料は、醤油やオイスターソースなどで、品質だけでなく産地までこだわっている。日本でも本場の味をそのまま提供できるように、海外から広東の調味料を調達することが多い。したがって、中国本土の「伝統」はよく継承されている。

味付け方法については、食材や調味料ほどこだわりはなく、食材を活かすために淡泊な味付けが特徴となっている。そのことで、日本では日本人向けに甘口に調整する傾向が見られ、中国での味付け方法は変容している。

三つ目は四川料理である。食材に対するこだわりは多少あるが、基本的には大きくない。というのも、調味料や味付け方法で四川風味にできるので、食材の選択がそれほど重要ではないからである。事実、日本では食材を妥協する傾向が見られる。例えば、採算が合わないときは、代替品を使用する。したがって、食材は変容していると考えられる。

調味料の選択については非常に厳しく、痺れ味の元となる花椒の選択に工夫し、最高級品を使用していることが多い。この特徴は日本においても同様に見られ、調味料の品種や産地にまでこだわる傾向が見られる。とくに辛味の源となる唐辛子は、使用量が非常に多いため、海外からの調達が難しく、一部の店は日本国内で調達している。それでも、調味料の組み合わせで、麻辣をはじめとする複雑な風味が創り出されている。

同様にこだわりの強い味付け方法も、日本人向けに調整することはない。例えば、中国では大量の赤唐辛子や花椒またはピーシェン（郫県）豆板醤などの素材を四川風味にし、日本でも赤唐辛子や花椒やピーシェン（郫県）豆板醤などの素材を四川風味にしているので、「伝統」はよく継承されている。

最後に東北料理である。東北料理は、中国本土では庶民向けの郷土料理の一種であり、冬季が長いために無霜期間が短く、使用できる食材の範囲も比較

的狭い。そのため、食材より、料理の量を重視する傾向が見られる。また、中国でよく使用される白菜、ジャガイモ、唐辛子、大料²¹⁾などの食材は、同じものを日本で調達することも容易である。このように、東北料理では土地のものを使用する傾向があるので、食材のこだわりはなく、食材を選ばない。なお、食材の質を重視する東北料理店のI店は、家族経営のために人件費などに困らず、できる限り高品質の食材を仕入れている。しかし、食材の原価が高く、採算が合わない場合には、代替品を使用し、産地を問わず調達しやすい日本産の食材も使用している。したがって、東北料理は店が立地する土地の食材を使用してよいという意味で、その特色は日本においてもよく継承されている。

調味料にもこだわりはない。上海料理と同じで、基本的に日本国内で調達することができ、一部特殊な味付け用の調味料は自ら作っている。したがって、こだわりのないという東北料理の特色は、日本でも継承されていると言える。

味付けは、香辛料を大量に使用し、濃厚になるが、味付け自体にこだわりはなく、味の調整を日本人向けにすることもない。この理由の一つには、東北料理店には東北出身の客が多く、日本人向けになっていないことがあると考えられる。

以上のように、食材・調味料・味付け方法の点から食文化の継承と変容を考えると、日本で「伝統」が継承される場合には、中国本土でのこだわりの強さが日本でも同じように守られる場合と、中国本土でのこだわりのないことで結果的に「伝統」が日本で維持される場合がある。また、日本で「伝統」が変容する場合には、中国本土でのこだわりが強く、それが日本国内で保てない場合と、中国本土でのこだわりがそれほど強くなく、同時に日本の事情に合わせて内容を変容させる場合がある。

食材・調味料・味付け方法から見た食文化の継承と変容の関係を踏まえると、日本における「四大料理」は、中国本土の南北²²⁾で差があることがわかる。すなわち、南に属する上海・広東・四川料理は中国本土の形式を継承しながらも、部分的に変容している。つまり、上海・広東・四川料理はそれぞれ日本での変容点が異なっているものの、最も真髄の根本的な部分は守り、比較的重要な部分ではない部分は変化してもかまわないという意味で、同じような傾向の変容をしている。

上海料理は、食材と味付け方法へのこだわりが強い。中国本土では土地の産物を使用する傾向があり、

食材の鮮度も重要で、何を選択するかも慎重に行なわれる。しかし、日本では鮮度が落ちた冷凍品も使用され、食材には変容が見られる。調味料はこだわりが少ないため、一部特殊な味付け用の調味料以外は基本的に日本で調達している。一方、味付け方法はよく継承されている。

広東料理は、中国本土では食材の鮮度など、品質を重視するので、広東特有の調味料を使用し、また淡泊な味付けが特徴となる。日本でも食材の品質が重視され、本場の広東の調味料が使われるので、「伝統」はよく継承されている。しかし、広東料理は以前から日本に進出し、すでに長く定着しているので、日本人に合った甘口の味が多くなっている。

四川料理は「麻辣」などの風味を料理の根本としているため、調味料と食材の両方を海外から輸入しなければならず、それらが調達しにくい場合は、食材の選択の方で妥協する。つまり、二兎を追う者は一兎を得ずということで、四川料理にとって最も真髄となる調味料と調味料の組み合わせによる味付け方法を継承することが重視されている。

一方、北に属する東北料理は食材・調味料・味付け方法の全ての面で中国本土の「伝統」を継承している。東北料理の場合、料理系統としては目新しく、日本人客向けではなく、中国人特に東北出身者に向けて経営している段階である。また、食材や調味料などは日本国内で簡単に調達できるため、変容する部分は見られず、中国本土での東北料理の特質が日本でもよく継承されている。

2. 店主・料理人から見た地域差

中国料理の異文化における継承や変容に関しては、料理の地域の系統だけでなく、店主や料理人の出身地による影響もある。以下説明しておきたい。

まず、経営者の出身地をV章の1のように南北に分けると、南出身者は北出身者よりも食材や調味料にこだわる傾向が見られる(第2表)。本研究で調査対象とした南出身の店主は日本での滞在年数が長く、平均24年であり、料理店の経営年数も比較的長い。経営に必要な経験、財力、さらには料理への追求精神を備えているため、こだわりが出やすいと考えられる。

一方、北出身の店主は来日年数が平均12年であり、また独立して料理店経営を始めたばかりの人も多いため、経済的な制約や現実的な問題があり、こだわりよりも収益重視で経営している。特に無系統の中国料理店であるJ店の場合、起業するために膨

大な資金を投入し、そのうえ店舗を取り巻く現状もあって、店主は料理にこだわる余裕がない経営状態となっている。

次に、経営者および料理人の出身地を東西南北に分けて見ると、広東出身者は広東料理だけに関わるが、上海出身者は上海料理だけでなく広東料理にも関わる。また、四川出身者は四川料理だけに関わるが、東北出身者は東北料理だけでなく四川料理にも関わる。なお、東北出身者が経営する場合、料理人および店員を含め、全員東北出身者で固める傾向が見られる。つまり、東北出身者は四川料理店を営むか、東北料理と四川料理の両方を提供するケースが多く、上海出身者は広東料理店を営むか、料理人として広東料理を調理するケースが多い。

店主や料理人の出身地と料理系統のつながりを見ると、少なくとも本研究の対象地である新宿区大久保に限っては、中国の四大料理は、東南と西北に分けることができる。日本での知名度や人気の程度により、西方系が北方系を近寄せ、南方系が東方系を近寄せる傾向が見られる。また、西方系と北方系の関連性は、東方系と南方系の関連性よりも強い。というのも、西方系と北方系では、味付けの特徴が近いだけでなく、山地が同じように多く、似た食材が調達できるため、関連性を構築しやすいからである。ただし、北方系、西方系ともに脂っこく濃厚な味付けであるが、北方系の東北料理は寒冷な気候のため、油が多く、辛味を嗜好し、西方系の四川料理は湿度が高い盆地に立地し、健康目的で体の湿気を出すため、辛味を嗜好している。

東方系の上海料理と南方系の広東料理はともに食材にこだわり、味付けも基本的に淡泊で、類似している。しかし、上海料理は食材に依存する料理なので、季節によって食材の選択が変わり、また味付けについては、淡泊ですっきりした味と濃厚な味が常に共存している。一方、広東料理は食材の品質を重視し、季節によって味付けが変わる。これらの相違点があるので、上海料理は広東料理とつながりが見られるものの、関連性の程度は、四川料理と東北料理の場合ほど強くない。

3. 価格・客層から見た地域差

料理の価格から見ると、広東料理と四川料理の場合、魚介料理や火鍋をはじめとする鍋料理以外は1,000円未満で、手頃な価格になっている。

一方、上海料理は食材の調達が困難であり、食材によっては事前予約しなければならない場合もある。

また、仕入れ時の原価が高く、一品料理は基本的に1,000円以上となり、量も比較的少ない。東北料理は食材や調味料を調達しやすいが、上海料理と同様に、一品1,000円以上する料理が大半である。ただし、量も多いので、量の割には高くない。すなわち、食材調達の利便性の程度が価格に大きな影響を与えている。

来店客については、上海・広東・四川料理の場合、日本人客が多数来店している。特に四川料理の場合、日本人客が全来店客の大半を占め、日本での人気は非常に高い。というのも、四川料理人である陳建民が来日し、四川飯店を開いたうえで四川料理を宣伝し、また二代目となる陳建一がテレビ出演を通して四川料理を更に広めたことにより²³⁾、日本人の間で四川料理の知名度が高くなったからである。中国大陸でも、UC 大数²⁴⁾によれば、全国的に四川料理の人気は八大系統のなかで最も高く、2位の広東料理の8倍ほどとなっている²⁵⁾。つまり、四川料理は日本だけではなく、中国大陸でも非常に人気がある。

日本で比較的目新しい上海料理と、すでに長く日本に定着している広東料理は、四川料理のように日本人客が大勢来店することはなく、中国人と日本人が半々程度の場合が多く、とくに上海料理には地元上海出身者の来店が目立つ。なお、上海料理は日本人客向けのメニューを用意することによって、広東料理は味を調整することによって、日本人客を引き付けている。

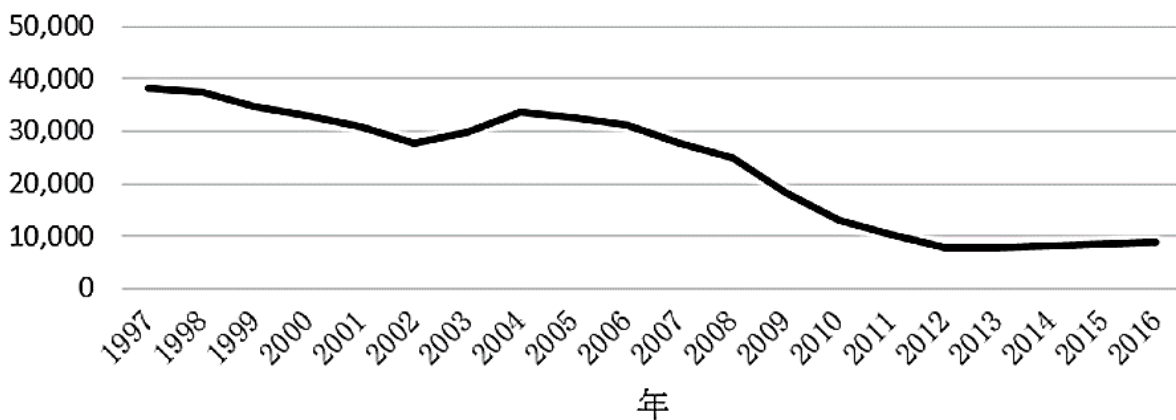
一方、東北料理は基本的に中国人、特に東北出身者が来店客の大半を占める。郷土料理の性格を強く示す東北料理の味付けは、日本人向けではないため、

日本人客は少ない。日本人客が来店する場合でも、メニューに載っている日本人に馴染みのある料理だけを注文するか、中国人の同伴者がいることが多い。つまり東北料理は、上海・広東・四川料理に比べて、まだ日本ではあまり定着していないと言える。

ところで、聞き取り調査の際に上海料理のA店の店主から「上海出身客の来店は予想より少なく、恐らく上海出身の不法滞在者が減ったか、上海まで帰省しやすくなったことによるのではないか」という指摘を受けた。そこで、すでに長く日本に定着し、日本人客向けに味付け方法を調整している広東料理と、日本人に人気のある四川料理は除き、同じように故郷の出身者に向けて本場の郷土料理を提供している上海料理と東北料理に関して、不法滞在者数と帰省の利便性の点から、料理の「伝統」の継承と変容を考察してみたい。

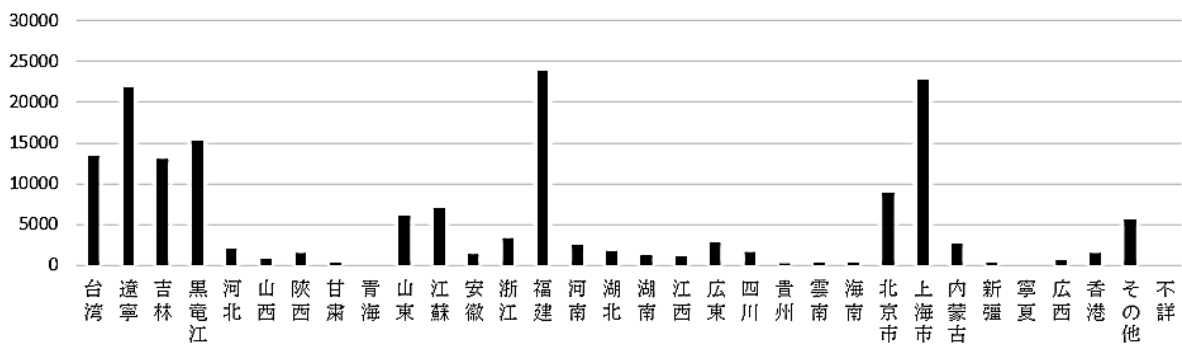
第6図の法務省のデータによれば、1997年から2016年までの20年間で、中国国籍の不法滞在者数は30,000人台から8,000人台まで急減している。一方、FlyTeamのデータ²⁶⁾によれば、格安航空会社を含め、東京（成田空港および羽田空港）から上海までの飛行機の直行便は毎日およそ27便あり、3万円台で往復航空券も買い求めることができ、非常に便利になっている。つまり、不法滞在者が急減したことと、上海までの帰省が便利になったことが、上海出身者の上海料理店への来店数の減少に影響を与えた可能性がある。

北京と上海からの入国者が総じて伸び悩む傾向を見せているのに対して、東北三省からの入国者は顕著に増加している（張, 2009）。第7図によると、2011



第6図 1997年から2016年までの中国国籍の不法残留者数

注) 法務省、「国籍・地域別不法残留者数」(http://www.moj.go.jp/nyuukokukanri/kouhou/nyuukokukanri01_00013.html)のデータによる。



第7図 2011年の東京都における中国人の本籍地別登録者数

注) 法務省、「在留外国人統計(旧登録外国人統計) 都道府県別本籍地別外国人登録者(その1 中国)」(https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&layout=datalist&toukei=00250012&tstat=000001018034&cycle=7&year=20110&month=0&class1=000001060436&stat_infid=000013164194)のデータによる。

年時点では東北三省出身の在日者数が最も多い。また、FlyTeamのデータによれば、日本から東北三省の主要都市²⁷⁾までの飛行機の便数は非常に少なく、しかも毎日ではなく、週1回などの定期便が大半である。直行便は基本的に高価格で、10数万円になる場合が多く、乗り換え便でも8万円以上となる。そのため、東北三省に帰省する人は、北京まで飛行機で、そして北京から高速鉄道や自動車を使う場合が多い²⁸⁾。したがって、上海出身者と比べて、東北出身者の帰省は不便なのである。つまり、上海出身者は地元上海に帰って上海料理を食べる機会が多く、反対に帰国するのに費用と手間が掛かる東北出身者は日本において故郷の東北料理を食べる機会が多いと考えられる。

調査した店舗数はまだ少ないが、現段階の聞き取り調査から見ると、同じように故郷の出身者向けに郷土料理を提供する上海料理店と東北料理店であるが、将来的に日本での滞在者数や帰省の利便性に変化が生じれば、それに連動して、店の経営方針も変化し、料理において現在継承されている部分に変容する可能性はあると予想できる。例えば東北の主要都市までの飛行機便数が今後増加し、帰省の不便さが現状より改善され、日本で故郷の料理を食べたいと思う気持ちが小さくなれば、東北出身者の来店が減り、それによって東北料理店の経営対象が日本人客になり、現在継承されている部分に変容する可能性はある。上海料理店に関しても、上海までの帰省が便利になり、上海出身者の来店数が減っているため、それに伴って上海料理店の経営方針が変化する可能性はある。こうした問題は今後の課題として、検証してみたい。

VI おわりに

華人研究の山下(1998)は、ある食文化が、人々の移住に伴って異なる環境下で展開するとき、その食文化の伝統は継承されながらも、異文化との接触で変容する面が生じてくるとしている。本研究も、この山下に考え方に基づき、新宿区の中国料理店を事例として、中国「四大料理」がどのように「伝統」を継承させているのか、あるいは変容させているのかを明らかにした。

本研究で取り上げた新宿の中国「四大料理」は、食材・調味料・味付け方法の継承と変容から見ると、南北で傾向が異なると言える。すなわち、中国の南に属する上海・広東・四川料理と中国の北に属する東北料理の違いである。

南に属する上海・広東・四川料理は、真髓となる根本的な部分を継承しながらも、それぞれ変容する部分がある。上海料理は、淡泊なすっきりした味と濃厚な醤油味の煮物が共存する特色がよく継承されているので、調味料と味付け方法の「伝統」を守っているが、鮮度が落ちた冷凍品も使用されるので、食材は変容している部分も見られる。広東料理は、食材の品質を重視し、本場の広東の調味料を使うので、食材と調味料の点で「伝統」を継承しているが、日本人向けに味を調整する傾向があるので、味付け方法の点では変容している。四川料理は、日本でも調味料に対して非常に厳しく、調味料の組み合わせで、麻辣をはじめとする複雑な風味をしっかり守っているため、調味料と味付け方法は継承されているが、調達しにくい場合は、食材の選択の方で妥協するので、食材の点では変容している。

北に属する東北料理は、食材、調味料、味付け方

法の全てが日本でも継承されている。その理由として、食材、調味料、味付け方法の全てにこだわりがないということが挙げられる。こだわりがないことによって、日本で作る東北料理であっても、東北的な特色が欠けるということはなく、中国本土の東北料理の「伝統」が継承されることになる。例えば食材では、中国で使われる野菜や肉は日本でも調達可能なもので、むしろ食材の質よりも食事の量が重要となっている。そして、量を多くするという特徴も日本で継承されている。

また、店主や料理人の出身地から見ると、本研究の対象地である新宿に関する限り、中国の四大料理は東南と西北に分けることができる。

西方系の四川料理と北方系の東北料理では、味付けの特徴と調達できる食材が類似し、南方系の広東料理と東方系の上海料理では、食材のこだわりと淡泊的な味付けが類似している。そのため、東北出身者が日本で人気や知名度の高い四川料理に関わること、および上海出身者が同じく日本で人気や知名度の高い広東料理に関わるのが技術的に容易であり、日本においては、北と西、東と南の関連性が構築されている。ただし、関連性の程度は、北と西の方が東と南よりも強い。

さらに、本研究での各店舗に対する客層の調査からは、東北料理店の客は東北出身者が大半であり、上海料理店の客は、中国人のなかでは上海出身者が多くを占めることがわかった。東北出身者は、日本に来てからの滞在日数が少ないために、経済的余裕がなく、日本社会への定着度も小さく、また故郷の東北地方へ帰省する手間と費用が大きいため、量の割に価格の安い郷土の東北料理を求める。逆に日本人は、郷土料理の性格を強く示す東北料理の味付けが日本人向けではないために、あまり店を訪れない。上海出身者は、日本でも故郷の特徴ある食材と風味を味わいたいので、上海料理店に多数来店している。それに対して日本人客は、上海料理の知名度が日本でまだ低く、来店客の半分程度にとどまっている。

一方、四川料理店と広東料理店は、日本での四川料理と広東料理の人気や知名度の高さから、日本人客が多い。また、中国人の間でも、四川料理と広東料理は非常に人気があり、四川や広東の出身者が故郷の料理を味わうために来店するだけでなく、中国のほかの地域の出身者も多数来店している。東京における四川出身者と広東出身者の数は少なく（第7図）、さらに日本人客が多数来店しているため、来店客の割合から見ると、東北料理店や上海料理店ほ

ど地元出身者は来店していない。

将来的には、中国の各地域別の滞在人数の変動と各地域への帰省の利便性の向上が店の客層を変え、それによって店の経営方針が変化し、結果として現在継承している料理の部分が変容する可能性はある。しかし現段階では、聞き取り調査対象の店舗数が不足しているので、確実なことは言えない。在日中国人の食文化の継承と変容を追求するため、今後の課題としては、聞き取り調査の範囲と店舗数を増やすことが挙げられる。また、比較のために、中国本土での現地調査も不可欠と考えている。

（京都大学人間・環境学研究所・大学院生）

謝 辞

本研究で、聞き取り調査にご協力頂きました新宿・大久保地区の中国料理店の方々に、心から感謝の気持ちと御礼を申し上げます。

また、本論文は平成 29 年度首都大学東京都市環境学部卒業論文に加筆・修正したものです。このように論文として形にすることができ、関係の皆様にご記して謝意を表します。

注

- 1) 1980 年代以降に来日した中国人を指す。
- 2) 山東、江蘇、広東、四川、浙江、福建、湖南、安徽料理である。
- 3) 薛 (2006) によると、上海人は上海で最も伝統的な料理系統を「本帮」と呼び、「本帮」は地元流派の意味である。
- 4) 「上海通志第 19 卷商業服務業第 10 章飲食服務行業」(<http://www.shitong.gov.cn/Newsite/node2/node2247/node79045/node79394/index.html>) による。
- 5) 『タウンページ』では「中華・中国料理」という分類になっているので、本稿で『タウンページ』を使った場合はその表記に従っている。
- 6) 「食は広州に在り」という意味である。
- 7) 『中国食文化事典』によれば、「麻」すなわち山椒の舌がしびれるような刺激と、「辣」すなわち唐辛子のヒリヒリする辛味である。
- 8) 川の鮮魚を特製ソースでつけて、素揚げする料理。
- 9) ナズナの刻みとひき肉を混ぜて包んだ馬蹄形のワンタンである。
- 10) 「浓油赤醬」は、油を多めにして、濃い目の醬油で色付けするという上海料理の特徴を指す。「濃油赤醬」とも言う。
- 11) <http://shanghai-xiaochi.com/>
- 12) 「風味」は、中国において「特色のある味わい」を意味する。
- 13) 農産物を海外から輸入する場合、税関で検疫を受ける必要があり、量にかかわらず膨大な費用が掛かる。
- 14) 中国料理で、簡単な食事代わりになる小食。

- 15) 痺れる感覚は日本の山椒と似ているが、もっと強烈な痺れに加えて、独特の芳香を特徴としている。
- 16) 漬けたんだ唐辛子。
- 17) レタスに近い葉物で、サンチュのこと。
- 18) 千葉県産。
- 19) 直訳は「山の幸とジビエ」であり、具体的には山菜や野生の動物の肉などである。
- 20) I店の店主の話による。
- 21) 調味料の一つで、中国の北方では「八角」のことをこのように「大料」と言う。
- 22) 単 (2009) によると、秦嶺・淮河線は「南北」が別れる境となっている。本研究での「四大料理」をこの境で見ると、東北料理は北となり、上海・広東・四川料理は全て南と分類できる。
- 23) <http://www.sisen.jp/history/>
- 24) 中国で有名なインターネット会社 UC がインターネット上で発表しているビッグデータである。
- 25) <http://news.sina.com.cn/c/nd/2017-11-11/doc-ifynstfh5791155.shtml>
- 26) <https://flyteam.jp/>から筆者が調べた。
- 27) 遼寧省の大連・瀋陽、吉林省の長春、黒竜江省のハルビン。
- 28) 筆者の身の回りの東北出身者への聞き取りによる。

- 胡 自山 (2016): 『中国飲食文化』時事出版社, 299p.
 刘 局超 (2015): 『中华美食与文化』北京大学出版社, 348p.
 单 之蔷 (2009): 南北分界线上的迷雾. 中国国家地理, **588**, 34-51.
 薛 理勇 (2006): 本帮菜 海派菜 上海菜. 上海食文化论文集萃 (1996年—2006年), 123-124.
 赵 荣光 (2008): 『中国飲食文化概论』高等教育出版社, 244p.

文 献

- 北美智子 (2003): 中国における食文化の一瞥: 中国料理 I. 華頂短期大学研究紀要, **48**, 36-55.
 北美智子 (2004): 中国における食文化の一瞥: 中国料理 II. 華頂短期大学研究紀要, **49**, 1-24.
 北美智子 (2005): 中国における食文化の一瞥: 中国料理 III. 華頂短期大学研究紀要, **50**, 13-49.
 木村春子ほか (1988): 『中国食文化事典』角川書店, 569p.
 張 長平 (2009): 華人の世界分布と地域分析. 国際地域学研究, **12**, 57-72.
 戸田博愛 (2001): 『食文化の形成と農業—日欧中韓のばあい』農山漁村文化協会, 426p.
 山下清海 (1998): 東南アジア華人の食文化に関する地理学的考察—シンガポール・マレーシアを中心に. 国際地域学研究, 創刊号, 121-131.
 山下清海 (2014): 華人社会・チャイナタウン研究からみたフィールドワークの方法—体験から考える. 人文地理学研究, **34**, 73-85.
 山下清海 (2009): 『増加する華人ニューカマーズの中国における送付プロセスの解明』(科学研究費補助金 基盤研究 B 研究成果報告書).
 山下清海 (2013): 『中国における日本への新華僑の送付システムに関する研究』(科学研究費補助金 基盤研究 B 研究成果報告書).
 山下清海・秋田大学地理学研究室学生 (1997): 横浜中華街と大久保エスニックタウン—日本における新旧 2 つのエスニックタウン. 秋大地理, **44**, 57-68.
 山下清海・小木裕文・張 貴民・杜 国慶 (2013): ハルビン市方正県の在日新華僑の僑郷としての発展. 地理空間, **6**(2), 95-120.