

はじめに

文化をどのように捉えるか、この古くも新しい問題は常に厄介な側面を抱え込んでいる。文化という言葉が我々にとって馴染み深いものであること、それ故に自身の思い描く文化のあり方は世間に広く共有されていると認識してしまうこと、しかし現実には個々人の間で文化に対する認識や文化の扱い方には差異が生じていること、厄介な側面とはこうした様々な現象が重層的に積み重なって現出したものである。

筆者は先にこのことについて触れた短文を草し、そうした問題点の克服とともに、文化理解に対する研究分野を横断した取り組みの必要性を痛感したが¹、本稿ではその一つの試みとして食文化研究の立場から素材を提供したい。具体的には研究の主題として麻婆豆腐を採り上げ、この料理に生じる変化や社会的な動きを追っていく。また、そこで明らかにされる現象を整理・分析することで、文化理解のあり方について検討してみたい。

ところで、これまでの食文化研究の成果に目を向けた時、麻婆豆腐という料理を主題に据えた論考は極めて限られていると言ってよい。麻婆豆腐を取り扱った文章自体は散見されるものの、いずれも、具体性を伴う検討を行うようなものではない。従って、日中それぞれの食文化上における意義もまた不確かな状態にとどまっている²。

このように麻婆豆腐に対する諸情報が十分に整理されていない現状を踏まえるならば、本稿は単に文化理解にまつわるケーススタディにとどまるものではないことも強調してよからう。かつて筆者は中国の食文化史について参照に堪える研究が少なかったことを指摘したが³、近年、岩間一弘を代表とする研究グループが意欲的な研究を進めたことは、こうした欠を埋めるものとして高く評価される⁴。これらの研究は歴史学の立場から近代以降の中国国内外における食文化の様相を明らかにしているが、またこれらの研究には、日本・朝鮮半島・アメリカなど中国国外の各地域に対する食文化の越境やそれをめぐる交流のあり方に目を配ったものが多く、そうした点にもその特色が見いだされる。これは中華料理の持つ動的な側面をも視野に加えた研究とも言えるが、本稿もまたこうした研究の方向性に寄与するものとして位置づけることが可能であろう。

以下、検討を進めていくに当たり、まずは麻婆豆腐をめぐる中国・日本での展開を確認し、そののちに麻婆豆腐に対する認識を整理していきたい。

1. 中国における麻婆豆腐の伝承と実態

本稿の主題である麻婆豆腐について検討を進めていくにあたり、本来であれば最初に麻婆豆腐がいかなる料理であるか定義づけを行うことが求められよう。ただ、「麻婆豆腐」なる言葉の意味するところを明確に示すことは案外難しい。と言うのも、「麻婆豆腐」という言葉が指し示す料理の内容は時期や場所など各種条件によって異なり、それが定義を難しくさせているからである。

差し当たり、発祥の地である中国四川省にて提供される麻婆豆腐のレシピに目を通すと、主たる材料として石膏豆腐（凝固剤として硫酸カルシウムを用いた豆腐）・肉・蒜苗（ニンニクの葉）、調味料・香

香料として豆豉・豆板醬・醬油・唐辛子・紅油（唐辛子や各種乾物・ニンニク・ショウガ等の風味を移した油）・花椒などの名が見える⁵。現在四川で広く食べられるこの麻婆豆腐をここでは【四川版】と称しておくが、【四川版】に用いられる材料を眺めただけでも私たちの知っている麻婆豆腐との間に相違があることは明らかであろう。

ただし、注意すべきはこの「私たち」として共通して同じ麻婆豆腐像を描いているわけではない点である。上記材料を目にして甜麵醬が無いと感じる人もいれば、味噌や砂糖を使っていないと感じる人もいよう。議論を先取りして述べると、麻婆豆腐は中国国内外に展開していく過程で様々な変化を遂げているが、一人一人がどの麻婆豆腐に接したかによって頭に思い浮かべる麻婆豆腐の像は異なり、これが【四川版】を見て感じる印象の違いにつながっていく。このように麻婆豆腐をめぐる状況は錯綜しており、整合性のある理解を遂げるには順を追った整理が必要になってくる。そこでまずは麻婆豆腐の起源について確認を行っておきたい。

表1：麻婆豆腐の起源

刊行年	出典	年代	場所	発明者	夫・職業	契機となる人物	食材
1948	漫談中国人之衣食住行	—	成都北門外 万福橋	陳麻婆	—	推大油箕的 嘸咕車夫	豚肉
1969	百味繚乱	同治初年	成都	麻	陳森富	—	—
1971	中国豆腐	光緒30年	成都北門 順河街	温巧巧	陳志灝・ 称油瓮油的管事	油担子	羊肉
1978	中国名菜ものがたり	光緒年間	成都北門 順河街	温巧々	陳志灝・ 油屋番頭	油桶かつぎ の夫	羊肉
1982	豆腐菜四百種	同治末年	成都北門外 万福橋傍	姓陳的婦女	—	挑油力夫	肉末
1985	川菜烹飪事典	同治年間	—	陳麻婆	—	—	牛肉
1986	丁さんの食談義	清代	成都	陳	下級役人	夫の友人	肉
1986	丁さんの食談義	—	—	茶店の おばあさん	—	常連客	肉
1987	簡明中国烹飪辞典	同治年間	成都万福橋 集市上	陳氏	—	挑担子的脚夫	牛肉
1988	さすらいの 麻婆豆腐	—	成都北門外	陳	—	油を運ぶ労働者	豚肉
1994	中国飲食文化辞典	同治年間	成都北門外	姓陳的婦女	—	—	牛肉
2000	中華飯菜風味	同治元年	成都北門 万福橋	温巧々	陳春福・ 油屋番頭	—	羊肉
—	陳麻婆豆腐店サイト (www.chenmapo.jp)	1862年	成都北門 万福橋	陳劉氏	陳富春・ 料理人	天秤棒で 油を担ぐ人夫	—

さて、麻婆豆腐について言及した文献を目にすると、その起源については驚くほど内容に揺れがあることに気付かされる。表1は関連文献にて紹介された説の違いを整理したものであるが、成立の年代・発明者の名前・立場・成立のきっかけと様々な要素において不一致が見られる。細かな差異に目をつぶって整理すると、同治年間、陳氏の発明にかかる説と光緒年間に温氏が発明した説とに大別されるが、それぞれの説の中でも個別の要素は一致しない。諸説の間で唯一一致を見る要素は場所（成都城北門郊外）ぐらいであり、このように起源の説明にこれだけ揺れがあると、たとえ本家を謳う店の説だとしても無条件に信用するわけにはいかない。

以上の諸説に対して文献史料において初期の麻婆豆腐の姿はどのように描写されているのか。その唯一とも言える史料が以下に示した周詢『芙蓉話旧録』に見える記載である。

北門の外には陳麻婆なる者がいた。豆腐をうまく調理し、材料費と手間賃込みで豆腐をお椀1杯あたり8文で売っており、また店では食事をとれるだけではなく酒も飲めた。豆腐料理に豚肉や牛肉を加えたいと思ったら、客が肉を持参しても良いし、店員が客の代わりに肉を買って来て良い。人々にはその店名を知らぬ者も多かったが、ただ「陳麻婆(の店)」と言え、誰でもどの店のことが分かったものである。店は(成都)城から4、5里ほど離れた地にあったが、食べに行く者は皆遠さを苦ともしなかったこともあり、王包子店とともに大いに繁盛した⁶。

上記の各種起源と比較して気づかされることは、伝承の裏付けとなる要素がほとんどないことである。『芙蓉話旧録』の著者である周詢は四川省宜賓県の人⁷。同治10年(1871)年の生まれで、光緒20年(1894)に挙人となると四川各地で地方官を務め、中華民国成立後は成都中国銀行の要職にあった。幼少期から10代にかけての時期に成都にて生活していたことを踏まえるならば、『芙蓉話旧録』の記載は19世紀後半の時期における周詢の見聞を元にしたものと考えてよく、従ってその内容の持つ正確性は高いと見て良からう。

無論、各種起源の中には元となる出来事があり、それを反映させた部分も含まれているはずである。ただ、後述の陳建民が調理人の先輩から聞いた説として起源について語っているように⁸、起源に関する逸話は口伝えの形で語りつがれていくことが多かったようである。その結果として、様々なバリエーションの起源が生まれるに至ったと推測されるが、これらの伝承から原型にまつわる要素だけ抽出することは困難を極めることもあって、ここでは伝承を検討の対象外とし、『芙蓉話旧録』の内容に沿って検討を進めていくこととする。

『芙蓉話旧録』に載せる記述も具体的な情報を多く含んだものではないが、そこからは以下の諸点について窺い知れる。まず、豆腐とは別に材料費(調和物料)を代金に含めていることから、豆腐単体を提供したわけではないことが想定される。また、手間賃(烹飪工資)もとっているため、単にたれや薬味を加えて味付けしただけのものでもないと考えてよからう。すなわち、この豆腐料理は一定の調理工程を経て提供されるものと見てよい。

ただし、調理の際に加えられる食材に豚肉・牛肉は必須とされていない。客が持参する、ないしは客の求めに応じて店員が購入してくる。このようにして肉が準備されている場合、それも加えて調理を行うことになる。つまり、陳麻婆の提供する料理において、肉は客の任意にかかる食材であり、無条件で用いられるわけではないことがここから分かる。これは明らかに【四川版】と内容を異にする料理であることから、陳麻婆による麻婆豆腐の始まりとされる料理を【四川原版】と呼んで区別しておきたい。

そして、この【四川原版】に加えて、【陳興盛飯舗版】についても言及しておきたい。陳麻婆の店は陳興盛飯舗として代を重ねて受け継がれていく。当然、この店では陳麻婆の味を引き継ぐものと言うべき麻婆豆腐が提供されていたが、注意すべきはこの麻婆豆腐が【四川原版】とは異なっていることである。差し当たり、このバージョンの麻婆豆腐を【陳興盛飯舗版】と称し、【四川原版】とは区別しておく。

まずは【陳興盛飯舗版】の内容について確認しておこう。中華人民共和国成立後に商業部飲食服務局が編纂した『中国名菜譜』には「陳麻婆豆腐」として【陳興盛飯舗版】が紹介されている。そこに名の挙がっている食材を列挙すると、それは石膏豆腐・辣椒面・植物油・口蘑醬油・味之素・水団粉・牛肉・花椒麵・四川豆豉・精塩・濃湯・葱段(青蒜段)となっている⁹。【四川原版】との大きな違いは食材に肉が加えられている点にあり、陳興盛飯舗でもあるタイミングで肉の利用が必須とされるようになったことが窺われる。

肉は【四川版】でも食材に含まれているので、この【四川原版】から【陳興盛飯舗版】及び【四川版】へ変化を果たす流れを見て取ることができるが、ただ、いつから必ず肉を加えるようになったのかは判然としない。周詢が成都にて生活していた1880年代から90年代あたりには肉を用いない【四川原版】が残っており、1920年代後半の時点では【陳興盛飯舗版】が提供されている¹⁰。一方で、陳建民が【四川版】の調理法を覚えた時期が1930年代であることを考えると、1920年代の時点で【四川原版】から【陳

興盛飯舗版】・【四川版】への変化は生じていたものと推測される¹¹。

一方で、上記した【陳興盛飯舗版】の材料からも明らかなように、【陳興盛飯舗版】には豆板醬が用いられておらず、この点において【四川版】との差異が見受けられる。【四川版】には豆板醬は欠かせないものとなっているが、この差異は【陳興盛飯舗版】と【四川版】の分岐が起きたことによって生じたものとするのが妥当であろう。

分岐のタイミングについても確認することは叶わないが、分岐自体に対しては【陳興盛飯舗版】から【四川版】へという動きが推測される。これは、作家の李劫人が豆板醬について庶民にとっては贅沢品であると述べていることから¹²、町場の定食屋に類する料理店であった陳興盛飯舗¹³では豆板醬を用いずに麻婆豆腐を調理していたものの、のちに高級料理店がメニューに麻婆豆腐を採り入れる際に豆板醬の追加がなされたものとする展開が想定されることによる。

ともあれ、20世紀後半に入ると、陳興盛飯舗を継承する店でも豆板醬を使用するようになり¹⁴、【陳興盛飯舗版】は【四川版】への合流を果たすことになるが、以上のように麻婆豆腐は中国において幾ばくかの変遷を遂げて現在に至っている。それでは、この麻婆豆腐は日本においてどのような形で広まっていくのか。次章にてその様相を探っていききたい。

2. 日本における麻婆豆腐の伝播と陳建民

上述の通り、麻婆豆腐は19世紀に中国の四川省で生まれた料理である。この麻婆豆腐はその後日本に伝わり、現在では日本でも高い知名度を誇る料理となっている。現在に至るこの過程においては当然中国から日本への麻婆豆腐の伝播とその普及というステップを考えるべきであるが、この伝播において多大なる貢献を果たした人物が陳建民である。

陳建民は四川省富順県の人。宜賓の料理店で料理人としての修業を行った後、商売やアヘン栽培に従事し、料理人に復帰したのちは重慶・武漢・南京・上海・台湾・香港と渡り歩く。来日後、田村町（現東京都港区西新橋）に四川飯店を開業したが、この店での活動を通じて日本に四川料理を広めていった。また、NHK「きょうの料理」への出演などからも世間に名が知られるが、その生涯については本人の語り口による『さすらいの麻婆豆腐』や妻洋子を扱った評伝¹⁵を通じて知ることができる。

さて、陳建民が日本における四川料理の開祖とでも言うべき人物である以上、日本への麻婆豆腐の伝播という出来事を捉えるには、陳建民の動きを追いかけていくことが必須とされる。ただ、その際注意すべきは日本に伝わった麻婆豆腐の内容である。

この話は様々な場面で論じられ世間でも比較的知られている事柄ではあるが、陳建民が四川飯店で提供し、またメディアを通じて披露した麻婆豆腐のレシピは【四川版】と大幅に異なっている。試みに陳建民によるレシピを眺めてみると、材料として「木綿豆腐・牛挽肉・甜味醬・豆瓣醬・長葱・しょう油・酒・胡椒・スープ」が挙げられているが¹⁶、これは【四川版】との間にいくつか相違がある。一つは材料としてニンニクの葉が用いられていない点であり、また調味料に甜味醬（甜麵醬）が用いられ¹⁷、香りづけとなる花椒の名は見えない¹⁸。

このレシピは当時四川飯店で提供されていた料理のレシピに準じた内容になっていると思われるが、一方で家庭向けに示されたレシピにはさらなる相違点が見られる。「きょうの料理」のテキストにて陳建民が麻婆豆腐を紹介する際、その材料には「豚き肉・豆腐・ねぎ・八丁みそ・しょうゆ・砂糖・酒・化学調味料・油・スープ・片くり粉・豆瓣醬」が用いられていた¹⁹。先のレシピに油や片栗粉などが用いられていないのは省略されたものと考えるとして、それ以外の相違としては甜味醬のかわりに八丁味噌・砂糖が用いられている点が挙げられる。これらの差異が意味するところは後に触れるとして、両者ともに【四川版】とは内容を異にするものであり、差し当たりここでは前者を【日本店舗版】、後者を【日本家庭版】と称しておきたい。

これらのアレンジについては陳建民自身が「わたしの四川料理少し嘘あります」と述べており²⁰、また様々な文章でも触れられることが多い²¹。このアレンジという点で、味噌・砂糖を用いた【日本家庭版】

に人々の目は行きがちであるが、【日本店舗版】と【四川版】の間にある差異も看過できない。以下は四川飯店で修業した経験を持つ料理人がインタビューの中で行ったやりとりである²²。

楊 僕たちは、先生がつくったものが本場の四川料理だと思い込んでいましたから、四川に行つて食べたときには驚いた。全然違うものが出てきてね。

橋本 麻婆豆腐一つとっても、四川の陳麻婆豆腐と陳建民の麻婆豆腐は別物なんですよ。四川のものは山椒が強烈でなにしろ辛く、調味料が全然違うんです。

尹 豆腐も、あちらのものは日本のものと違って固い。

楊 肉も違いますね。本場のは牛肉を使用するけど陳建民の麻婆豆腐は豚肉ですからね。

これらの料理人の口ぶりは、【日本店舗版】と【四川版】との違いがいかにか大きいものであるか感じさせるに余りあるものであるが、それでは陳建民はなぜこのようなアレンジを加えようとしたのか。この点について陳建民は以下の通り述べている²³。

日本で「四川飯店」の看板出します。四川料理出します。でも日本に四川省の人何人いますか。十本の指にもたりないですよ。ほとんどのお客様が日本人でしょ。だからわたし改良しました。日本の人にも外国の人にも向く味つけを考えました。本場の麻と辣の味を少なくしました。……だからわたしの四川料理はけっしてニセモノとちがいます。日本人のお客さまの好みに合わせて料理を作っているんです。

ここでは日本人が辛い料理に馴染みが薄いことを踏まえて麻（サンショウによる痺れるような辛さ）や辣（唐辛子による辛さ）を抑えたことが述べられているが、要は客のニーズに合わせた味付けの改良が施されていると考えて良い²⁴。

現在の日本について述べれば、幾度かの「激辛ブーム」を経たこともあって、辛味のある料理を嗜好する層も厚みを増しつつあると言える。ただ、陳建民の言葉を解するに当たってはかつての日本がこのような現状とは大分異なった状況にあったことを踏まえる必要はあろう。例えば、次に掲げる証言は陳建民の弟子にあたる桜井達也によるものである²⁵。

私は豊橋グランドホテルに昭和四十七年に赴任した訳ですが、赴任に当たっての陳師父の言葉が今でも闡明に浮んできます。それは、豊橋の地方は辛みにまだ慣れていないから、味のベースは変えずに、辛みを二～三割おとして料理を作りなさいという事です。それでも当初は辛すぎてクレームが多々ありました。宮保味を大量に作っており、その唐辛子の臭いがロータリーの例会場に流れていってしまい、皆さん鼻がむずむずしてくしゃみをしており、当時の総支配人が青くなって厨房に飛んで来たり、担々麺を出したら、お客様にこんな辛い麺を出してお金を取るのかと小言をいわれたり、今考えてみれば笑い話でございます。

1972年の豊橋という地方都市にあつては、辛さに対する人々の耐性が極端に低く、抵抗感を強く持つ者が大多数を占めていたことがそこから窺える。そして、そうした状況を見越して陳建民が行った味付けに関するアドバイスは、当時の日本の状況に対する陳建民の視点と顧客のニーズを意識した経営方針を再確認させるものでもある。「[おれはこういうふうには四川省でおぼえたんだぞ]とってそのまま日本でやっていたんじゃ商売にならないです。』²⁶という意識を持っていたからこそ、麻婆豆腐の味付けに対しても【四川版】にこだわることなく、【日本店舗版】・【日本家庭版】への改良が進められたと考えられる²⁷。

このような日本人向けになされた味の改変は様々な方面に影響を及ぼしたと見てよい。例えば、1968年に刊行された『婦人倶楽部』に載せる麻婆豆腐のレシピでは調味料として「みそ・しょうゆ・砂糖・

化学調味料」が用いられている²⁸。レシピ作成の担当者である王馬熙純はハルビン生まれであり²⁹、麻婆豆腐に接する機会自体が少なかった可能性は高く、このレシピも当時「きょうの料理」での放映を通じて提示されていた【日本家庭版】のレシピをある程度意識して作られたものと推測される。

このように麻婆豆腐の伝播に当たって陳建民がもたらした影響は大きい。【四川版】から【日本店舗版】・【日本家庭版】への改良一つとってみても、中国の地域的な食文化を日本で定着に至らしめる道筋を拓いたものとして位置付けられよう。陳建民によってこうした対応が採られなかった場合、日本における麻婆豆腐の展開も大きく異なるものになっていたと推測される。

ただ、普及という観点から捉えるならば、陳建民の存在は相対化されることとなる。以下、章を改めて麻婆豆腐が日本社会に普及していった過程を確認していこう。

3. 日本における麻婆豆腐の普及と食品産業

前章では陳建民を麻婆豆腐の伝播に貢献のあった人物として評したが、それはあくまで「伝播」であって「普及」ではないことに留意が必要である。各種メディアでは陳建民に対して麻婆豆腐の普及に多大なる貢献を果たした者として賛辞を贈るきらいがあるが、実際のところそうした評価が当を得ているとは言い難い³⁰。

例えば、1970年前後の麻婆豆腐をめぐる回顧に目を通すと、こうした賛辞とは異なった様相を見ることができる。1970年代はレトルト製品の「麻婆豆腐の素」を始めとした各種製品（以下、【レトルト版】と略称する）が販売され始めた時期に当たるが、これらの製品を生み出していくに当たっては麻婆豆腐に対する認知度の低さが障害になっていたという。

この時期、社会における麻婆豆腐の認知度はわずか2%にとどまっていたとされるが、この数字に基づけば1970年前後にあって麻婆豆腐は無名の存在に近かったと見てよい。2%という数字自体は出典が不明瞭なところもあるが³¹、【レトルト版】の開発や営業に携わった者の回顧とあわせて考えるならば、決して荒唐無稽な数字とも言えない。

「麻婆豆腐をメニューとしていたのは四川料理店ぐらいのもので、一般的には有名な料理ではな」³²、「町場の中華料理店では麻婆豆腐をメニューに載せていない店のほうが多かった」³³とする証言からは、当時麻婆豆腐を食べられる店が限定されていたことが窺われ、人々が麻婆豆腐に接する機会はかなり限られていたと見てよい。であるからこそ「商品の内容や読み方などもまったくわからない」³⁴、「業界のなかでも読み方さえわからなかった」³⁵という状況が生じ、麻婆豆腐がどのような味か分からない開発担当者はまず中華料理店に通うところから始めなければならなかったわけである³⁶。

このような料理であるから、当然【レトルト版】に対して市場の反応は「きわめて低かった」とされる³⁷。丸美屋食品工業を始めとする【レトルト版】の生産・営業に携わった企業はこうした逆境を乗り越えていかねばならなかったが、そこには地道な努力が払われていた。例えば、販促活動の第一歩を「知らせる」ことに定め、次いで試食・購入へとつないでいく基本姿勢³⁸はその最たるもので、営業担当者は車のトランクにフライパンと麻婆豆腐の素を積み、スーパーマーケットや団地の集会所を訪れては、そこで試食会を行っていたという³⁹。「団地の集会場で料理教室を開き、目の前で作り、試食してもらい、製品をおみやげに付けて、家で作ってもらう。さらに店頭での試食セールを細かく実施し、実際に買ってもらう」⁴⁰、営業マンが毎日各地に飛び回ってこのような営業活動を繰り返すことで麻婆豆腐に対する認知度も徐々に上昇していったと考えられる。

こうした努力が実を結び、1980年代初頭には「麻婆豆腐の素」が認知され、市民権を得るに至った⁴¹と称されるまでに至る。【レトルト版】の国内生産量を示した表2の内容からすると⁴²、生産量の急激な伸びは1970年代後半と1990年代に見られたと言えるが、前者については、テレビなどのメディアを利用した宣伝⁴³や豆腐組合とのタイアップ⁴⁴などと共に営業マンのたゆまぬ努力が大きな影響を及ぼしていたことに疑いの余地はない。少なくとも世間における麻婆豆腐の認知度を高めた功績、麻婆豆腐を普及させた立役者の座は、この数多くの営業マンに帰せられるべきであろう。

一方で、【レトルト版】の販売数の伸びを消費者側から見た際、そこにはどのような背景を見出すことができるのか。食品業界の業界誌は売れ行きが好調である理由として①安さ、②手軽さ、③美味しさ、④栄養、⑤中華味の5項目を挙げているが⁴⁵、とりわけ①と②が各資料で頻繁に言及される要素であると言える。

①の経済性については【レトルト版】そのものの価格に加え、主たる材料の豆腐も安く購入できる食材であったことも麻婆豆腐に対する評価を高めた。「カレーなどよりも安あがりでこれほど安くつく食事はあまりみられない」⁴⁶と評価されており、高度経済成長に翳りが見えつつあった1970年代にあって、「安くて実力のある食品が売れる」傾向にあったが⁴⁷、【レトルト版】の存在は食品業界の優等生としての立ち位置を確立させつつあった。

②の手軽さについても言及する資料は多い。1980年代後半になって【レトルト版】を振り返った記事では「手軽に家庭で食べられるのが受けてきたようだ」と分析しているが⁴⁸、この「手軽さ」が意味するところをもう少し具体的に見ておきたい。【レトルト版】を世に出した丸美屋食品工業はこの製品の基本コンセプトとして「豆腐は簡単に手に入る素材の一つ。それを加えるだけで簡単に本格的な中華料理が作れる」ことを据えていたというが、必要な食材が入手しやすいこと、そして完成に至るまでの調理の手間がさほどかからないこと、こうした点は当然「手軽さ」という評価に直結するものである。

それでは、なぜこの「手軽さ」が購入の動機となりうるのか。それは【レトルト版】が発売され普及しつつあった1970年代から80年代の日本社会の状況と関連する。第二次世界大戦後の日本社会は遅々たる歩みの中ではあるが、女性の社会進出の契機を広げつつあった。フルタイム労働に従事する女性や家事のかたわらパートタイム労働に従事する主婦の数は徐々にではあるが増え、その中で1975年の国際婦人年における取り組みに象徴されるように、1970年代は女性の社会進出にとって一つのターニングポイントともなる時期であった。

ただし、周知の通り、そうした変化はただちに女性の働きやすい環境の形成につながるわけではない。家事労働の一つである料理に限定して述べても、「手作り」に高い価値を置く心性と「手抜き」に対する批判的な視線が社会に色濃く残っており⁴⁹、それが働く女性の心身を削りもいた。

以下に挙げる当時の分析は、以上の背景を踏まえた上で読むと示唆に富むところが多い。

最近の食品市場での売れ筋をみると、クオリティ・ライフに対応した高級志向商品、経済的実力商品、手作り志向商品、本物志向商品、健康志向商品、ファッション商品、あるいは便利機能を開発コンセプトにした商品グループということになる。麻婆豆腐の素はこれらのなかで、いわゆる家庭料理の味を演出し、しかも主婦の手間を省く便利性を追究した商品。実質所得が伸びない現在、経済的で本格的な家庭料理が楽しめる手作りニーズに対応した商品といえよう⁵⁰。

当時の女性が家計を切り盛りする身として経済性の高い食品を望んだことは上述の通りであるが、それに加えて「本格的」な「家庭料理」を「手作り」で提供することも求められていたことになり、これは多大なる負担を強いるものでもある。麻婆豆腐はこうした過重な負担をやり過ごす存在として当時の女性のニーズに応えることができたと考えてよい。

同様の指摘をする資料は散見される。「味はメーカーのおまかせでも、材料は自分で用意するため、いわゆる「手抜きのインスタント料理」とは違うということから、わが家の定番総菜になっていたのかもしれない」⁵¹、「家庭の料理は主婦の手作りが当たり前とされた時代だ。簡単な調理で本格的な料理ができれば主婦のプライドを傷つけることもない」⁵²、「手づくりムードにマッチした商品として最近需要の伸びが目立ってきている」⁵³、「料理する感じも与える商品」⁵⁴等々、これらの記載は、「本格的」な味であり、かつ一定の調理工程を経た、「手抜き」ではない「家庭料理」である点が【レトルト版】に対する女性の支持につながったことを示すものである。

ところで、ここで示した麻婆豆腐と消費者の関係は全国一律に展開していったわけではない。当時の業界誌は「大都市中心に認知時代から普及時代へと市場は波紋のように拡大している」と述べるが⁵⁵、

これは【レトルト版】の販売に地域的なタイムラグがあったことを窺わせるものであり、また日本全体における麻婆豆腐の認知度を考える際にも重要な記述であると言える。以下、【レトルト版】の販売地域とその変遷について具体的に見ていこう。

新製品として【レトルト版】が発売されたのは1971年のことであるが、それから4年後の1975年に刊行された『缶詰時報』では【レトルト版】について安定した伸び率を見せ、販売額も25億円に達する商品として紹介する。「これがほとんど都会地での消費であるだけに、地方に拡大されることによってまだかなりの規模に成長することが予測される」とその将来性について展望を行うが⁵⁶、この記述からも明らかなように【レトルト版】は発売当初から全国的な展開をしていたわけではない。その販売は首都圏を中心とした関東地方から始まり、各社の営業マンのたゆまぬ努力もあってその認知度と売り上げは伸びていくが、それはあくまで関東地方に限定されていた。

関東以外の地域でも販促活動が展開されつつあったのが1970年代後半のことである。「首都圏では相当行きわたっているが、本年度は近畿圏、中京圏そして地方中小都市スーパーの売れ行き急増が期待される」と期待を窺わせる記述も見受けられる⁵⁷。ただ、同時期には関西市場での伸びの高さを指摘する記述もあるものの⁵⁸、その後の誌面を追いかける限りでは、この地域的偏差はしばらく続いたものと見られる。1982年の業界誌には関西における中壱酢店（現株式会社 Mizkan）の売り上げが「関東地区に比べ動きがもう一步」と評されており、丸美屋についても圧倒的に需要の多い関東地方との対比の中で「関西地方でも同社の地道なマーケティングが奏功して、着実にシェアを伸ばしている」と関西での販売動向によろしく目処が立ちつつあった状況が報じられている⁵⁹。

そして、人口密集地帯を多分に抱える近畿圏ですらこのような状況であれば、他の地域の動向については想像に難くない。今しがた引用した記事では、その総括として「大都市から中小都市へ、さらに田舎へ、東から西へと需要、市場の拡大する余地は十分残されている」と展望が述べられているが⁶⁰、ここからは各地の地方都市や農村地帯では【レトルト版】の普及がまだ不十分な状況にあったことを読み取れる。

その需要について「固定化」と評されるようになるのが1986年のことであり⁶¹、麻婆豆腐の形容として「今や一般的な家庭料理となっている、人気メニュー」との文言が見られたのが1989年のことである⁶²。1980年代を通じて麻婆豆腐は次第に普及していき、最終的に全国的な認知度を得るようになったと推測されるが、この間に首都圏から関西圏・中京圏へ、次いで地方都市へ、そして最終的に農村部まで浸透していく展開がなされたものと考えてよからう。

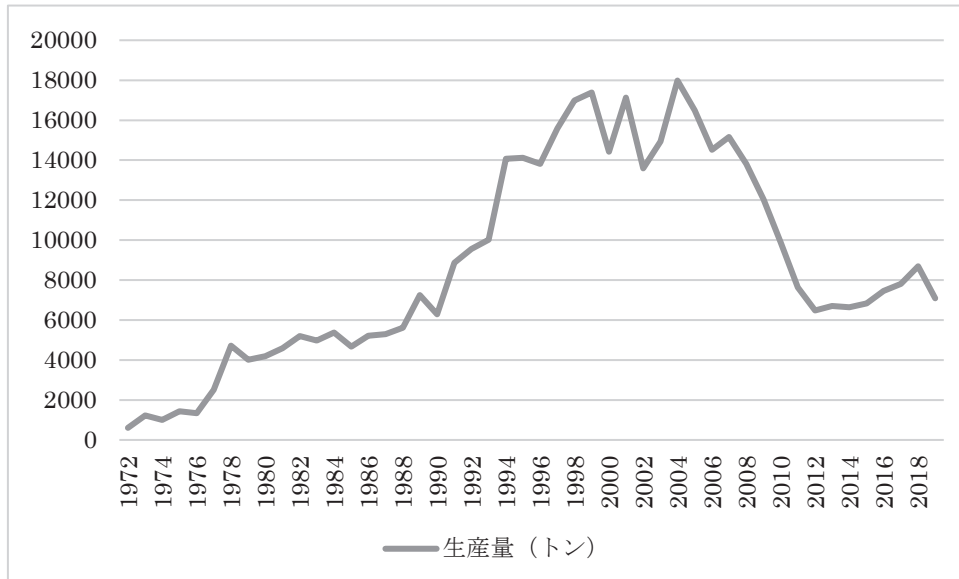
以上のように麻婆豆腐は【レトルト版】の普及を通じて認知度を高めていったと考えられるが、その際、本論において注視すべきはその味付けである。日本各地での麻婆豆腐に対する認知が【レトルト版】に多くを依拠するとすれば、日本社会における麻婆豆腐へのイメージは【レトルト版】の内容に多大なる影響を受けることになろう。そこで、以下【レトルト版】の内容についても確認しておきたい。

先に【レトルト版】の開発担当者が中華料理店にて通うところから商品開発が始まったことは述べた。当時、麻婆豆腐をメニューに載せる店は中華料理店の中でも四川料理を扱う店に限られており、その意味で【レトルト版】は【日本店舗版】の系譜に連なるものであると位置づけられる。事実、食品メーカー各社から販売された【レトルト版】は味付けに豆板醤を用いるなど【日本家庭版】とは味付けに大きな違いが生じている。前掲の資料にて【レトルト版】が「本格的」と評される理由もこの系譜を考えると、深く首肯されることであろう。

ただ、食品メーカー各社が【レトルト版】の販売後、一貫して【日本店舗版】の味付けを守り続けてきたかと言えばそのようなことはない。むしろ、時間の経過と共に【レトルト版】の味付けは多様化の一途をたどることとなった。

例えば、丸美屋食品工業は1978年に甘口の麻婆豆腐の素を発売し、理研ビタミン・ハウス食品などのメーカーも同様の展開を見せた。また、味の素は1978年にCook Doブランドを立ち上げ、そのラインナップに麻婆豆腐用のソースを加えた後発のメーカーであるが、早くも翌年には甘口麻婆豆腐用を販売するに至る。これは「辛味をおさえたマイルドな味つけで子供向きにもな」という製品であり⁶³、

表2：【レトルト版】国内生産量の推移



豆板醬を主体とした使用調味料の構成に大幅な変更が生じていたことが窺える。

これ以降、各メーカーから「上海風」や「広東風」と称した新製品が次々と世に送り出されることとなるが、これらの製品においてはオイスターソースを用いて辛味を抑えた味付けが企図されている。広東風製品の宣伝文句を見ると「従来の味は大人向けであったが、甘口が誕生。これは中国独特の調味料カキ油（オイスターソース）を使用して広東風にしたものである。味も甘く、婦人、お子さま向き」と豆板醬による辛味の要素に触れられることは一切ない⁶⁴。味付けから辛味を省きつつ「本格的」というイメージを維持する努力がここからは見て取れよう。

そして、このような現象の背景には日本社会における嗜好への配慮があったことは想像に難くない。当時の日本において辛味に対する免疫が極めて低かったことは先述の桜井達也のエピソードからも明らかであり、豆板醬による辛さは「本格的」であることの証ではあるものの、需要の拡大という点からすると一つのハードルになっていたと言える。

特にこうした傾向には地域性があったようで、辛口・中辛・甘口とそろったラインナップに対して、広島では甘口6・中辛4の割合、福岡では甘口5・中辛5の割合での売れ行きを見せており、「辛口はほぼ0であった」という⁶⁵。東京・大阪といった中華料理の普及が進みつつあった地域と異なり、地方社会では辛さに対する抵抗感が強く、【レトルト版】の全国展開を意図するのであれば、こうした消費者に対する配慮は必須であったと言える。

加えて述べれば、【レトルト版】が家庭での消費にターゲットを絞っていた以上、小学生のような若年層を意識せざるを得なかったことも、甘口へと傾斜させる要因であったと推測される。上述のCook Do 甘口麻婆豆腐用の商品説明が子供向きになることを謳い文句にしている点はその証左となりうるものである。1980年代初頭の段階で麻婆豆腐は学校給食のメニューとして取り入れられるようになり、子供たちからも一定の支持を集めていたようであるが⁶⁶、こうした需要の拡大も各メーカーがマイルドな味付けを志向し、若年層への拡大を図ったが故のことと捉えることができよう。

このように1970年代末以降、【レトルト版】の中でも製品の多様化は進み、現在に至るまで実に膨大な種類の製品が販売されてきた。それらを逐一確認していくことは紙幅の都合もありここでは避けるが、【日本店舗版】の系譜に連なる製品からさらに分岐して生じたバージョンが麻婆豆腐の普及に一役買っていた以上、当時の日本社会における麻婆豆腐に対するイメージの構築に豆板醬抜き麻婆豆腐の存在が一定の影響を持っていたと考えて差支えなからう。

日本社会において「辛い麻婆豆腐」が広く受け入れられる環境が整うのは、こうした【レトルト版】の普及による認知度が高まった後のことである。いわゆる激辛ブームは1980年代半ばより数度にわたって生じており、この間辛味に対する嗜好を持つ人は増えつつあった。豆板醤に関する記述を追っても、1996年の記事には「市民権を得たのはここ10年ほどのこと、それが全国区になったのはつい最近のこと」と記されており⁶⁷、1993年の記事では「日本でも最近、辛味を好む人が多くなり、びん詰の豆板醤が手軽に買えるようになりました」とあることから⁶⁸、1980年代後半から豆板醤の認知度が高まり、1990年代前半から中頃にかけて次第に需要が増え始めたことが窺われ、上述の動向と轍を一にする。

現在の日本において豆板醤を用いた【日本店舗版】が広く受け入れられ、さらに辛味の強い【四川版】を提供する中華料理店にも一定の支持が集まっているのは、以上のような段階的な辛味への耐性の獲得があったことだと言えよう。例えば、横浜中華街にある重慶飯店では、1990年代後半の時点で【四川版】に準じたメニューが提供されている⁶⁹。また、『dancyu』を始めとしたグルメ雑誌は幾度にもわたり麻婆豆腐を主題に据えた特集を組むが、それらに目を通す限りでは1999年の記事⁷⁰を初見として【四川版】を提供する中華料理店が増え始める。従って、この動きは1990年代後半以降強まっていったものと推測される。

料理人の下風慎二は2004年のインタビューにおいて【四川版】に準じたメニューである陳麻婆豆腐について「従来の麻婆豆腐を食べてきた日本人にとって、陳麻婆豆腐は新鮮な味に感じるんでしょうね。もう本物の味を打ち出していい時代になったんだと思います」と述べている⁷¹。これらのエピソードは当然、麻婆豆腐を提供する側・消費する側双方にとっての意識の変化が起きつつある文脈の中で捉えるべきであろう。

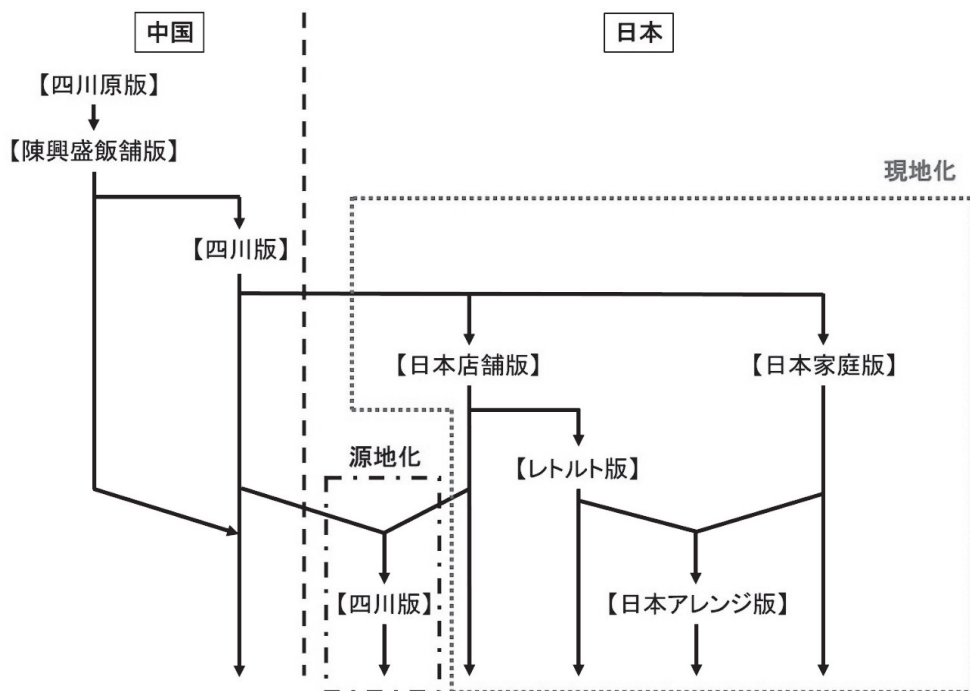
この「本物の味を打ち出していい時代になった」というコメントは文面通り受け取れば、【レトルト版】の開発者すら麻婆豆腐の存在を知らなかった1960年代の状況から半世紀かけてようやく【四川版】を日本社会が受け入れる土壌が形成されるに至ったものとして捉えられる。すなわち、日本社会における麻婆豆腐の伝播と受容という観点から見ると、この発言を一つのゴールと見なすことも可能であるが、それは文化に対する理解に焦点を当てた本稿の観点からすると別の捉え方も可能であり、その点において大変興味深い側面を持っていると言いうる。以下、章を改めて文化理解の観点からこの麻婆豆腐への認識を整理してみよう。

4. 麻婆豆腐は「失われた」のか？

前章までの検討を通じて、麻婆豆腐には多様なバリエーションが見受けられること、そしてこれらの多様性は18世紀半ば以来の様々な変容を背景としていることが明らかになった。この変遷は図1にまとめた通りであるが、そこから窺える多様性とその歴史の変遷を介して私たちは以下の2点に気づく。

1点は日本における変遷の多様な展開である。日本での麻婆豆腐の歴史的展開について陳建民を中心として追いかけていくと、【四川版】から【日本店舗版】・【日本家庭版】へという流れが見いだされる。ここでは辛味に免疫が薄かった日本人の味覚、あるいは各種食材の入手が困難であった流通状況等を背景としてなされた現地化の動きが確認される。【日本店舗版】では花椒の排除や甜麵醬の追加が、【日本家庭版】では調味料として味噌・砂糖の活用がなされたことはその一例として捉えられよう。

図1：麻婆豆腐の系譜



ただし、現地化の動きは陳建民の関わらない場面でも見受けられる。各企業の開発・販売した【レトルト版】は、その出発点こそ【日本店舗版】の味付けに求められるものではあるが、のちに消費者の嗜好を意識した改変がなされることとなる。オイスターソースを利用した「上海風」・「広東風」のように【四川版】から逸脱した味付けが試みられ、材料の面でも豆腐の代わりにナス・ダイコン・ジャガイモ・春雨等を用いた商品が世に送り出された点に新たな動きを読み取ることができる。

【レトルト版】をめぐる動きの内、辛味を避けるアレンジは陳建民の行った改変と同じ発想に基づくものである。すなわち、それは日本人の嗜好に対応したアクションであり、原形に対する一部改変である。一方で、豆腐以外の食材を利用する【レトルト版】の商品は、日本の状況とは無縁の改変が施されたものであると言え、これは現地化とは次元を異にするアレンジとして区別されるべきであろう。

このようなアレンジにまつわる動きは【レトルト版】だけに限定されない。料理人や料理研究家といった専門家から一般人に至るまで様々な立場の人々がアレンジに取り組んでおり、これらのレシピは各種料理雑誌やクックパッド等のインターネット上のサイトで公開されている。和風やイタリアン・ドライカレー風・クリーミー等の文言を冠するものや、トマト・タコ・ヒジキ・コンニャク・キムチ・納豆など従来にはない素材を組み合わせるもの、果ては「白い麻婆豆腐」・「ピンク麻婆豆腐」等も登場し、そのバリエーションは膨大に存するが、差し当たりこれらの麻婆豆腐を【日本アレンジ版】と称しておく。【日本アレンジ版】は【レトルト版】と【日本家庭版】の系譜上にあるが、このように【レトルト版】・【日本家庭版】の流れから生まれる展開があることにも留意する必要がある。

そして、このようなアレンジと対極に位置づけられるものとして「源地化」とでも呼ぶべき現象も見られる。すなわち、中華料理店が【四川版】に準じたメニューを提供し、また消費者がその味付けを求める動きである。麻婆豆腐の普及に伴い、それまでは受け入れられなかった強い辛味を好む消費者も増加し、新たな味、新たな刺激への希求が日本にて【四川版】を味わえる状況を作り上げた。

ただ、アレンジにせよ源地化にせよ、これらの変化には何かしらの社会的背景があり、その働きかけを受けて初めて変化が生じたことは指摘しておきたい。【レトルト版】が日本社会で広く受け入れられた背景には、女性の社会進出と家事をめぐる位置づけの変化を見て取れるし、源地化という現象もまた

激辛ブームを経た日本人の辛味への馴化や流通の発展による食材入手状況の改善を背景としてのことであろう。また、日本人でも四川にて調理技術を学ぶことが可能になり、消費者側も情報伝達技術の発達により【四川版】に関する情報を目にする機会が増えたことも大きな影響を及ぼしている。

ともあれ、麻婆豆腐にまつわる展開が伝播から現地化へという単線的な展開にとどまらないことは以上の整理から確認できよう。そして、こうした諸状況は文化の持つ流動性・可変性といった性質の現れとして捉えられる。ここに麻婆豆腐を通じて文化のダイナミズムを看取することができるが、その結果として「本当の」とか「正しい」と形容される麻婆豆腐に対して懐疑の念も生じてくる。これが2つ目の点である。

現在の日本においてメディア等で「本場」・「本家」・「元祖」などと冠をつけて麻婆豆腐が紹介されるケースはまま見られる。これは中国においても同様で、【四川版】は「正宗」として紹介されることが多い⁷²。

ただ、前章までの検討結果を踏まえた上で再検討してみると、上記の表現が果たして適切と言えるのか判断は難しくなってくる。例えば、【レトルト版】は豆板醤などの調味料を用いた味付けを心掛け、「本格的な中華料理」と称される⁷³。しかし、【レトルト版】が【日本店舗版】の系譜に連なる製品であり、かつ【日本店舗版】の味付け自体が陳建民の手により現地化されていることを考えるならば、この場合の「本格的」とは何を指すのか不明瞭になってくる。

とすると、【レトルト版】だけでなく【日本店舗版】もこの不明瞭さから逃れられないことになる。現在、日本の中華料理店にて提供される麻婆豆腐の多くは【日本店舗版】の系統に属するものであり、これらもしばしば「本場の味」と表現される⁷⁴。しかし、【日本店舗版】には陳建民による改変が加えられている。【四川版】では用いられない甜麵醬を材料に加え⁷⁵、花椒は省かれ、豆板醤・唐辛子による辛味もかなり抑えられている。【日本店舗版】の味を「本場の味」と考えていた陳建民の弟子が【四川版】を食した時に受けた衝撃については先に触れたが、こうしたエピソードを目にすると、「本場の味」と称される【日本店舗版】はどこに「本場」の要素を見出せば良いのか悩ましさを覚える。

それでは、【四川版】こそが「本家」・「正宗」等の形容にふさわしい存在となるかと言えば、そこにもまた疑念が抱かれる。1章でも確認したように、【四川原版】の麻婆豆腐には牛肉や豚肉は加えられていない。時を遡っていくと、【四川版】とは内容の異なる料理が陳麻婆の店では提供されていた。

加えて述べれば、陳麻婆の店を引き継いだ陳興盛飯舗のレシピもまた【四川版】とは内容が異なる。【陳興盛飯舗版】には【四川版】に欠かすことのできない豆板醤が使われていない。後に陳興盛飯舗で提供される麻婆豆腐のレシピも改編されて豆板醤が加えられるようになるが、いずれにせよ【四川版】もまた麻婆豆腐が生まれた当初の姿をそのまま引き継いだものではないことはここから明らかであろう。

このように「本場」・「本家」・「元祖」・「正宗」といった標識には不正確さ・曖昧さが伴っている。そして、特徴はそれだけにとどまらず、この標識には往々にして「正しい」・「本物」等の評価が付随する。先に引用した下鳥のインタビューにおいて陳麻婆豆腐が「本物の味」と表現されていたことはそうした麻婆豆腐の捉え方の典型とも言えるが、語義として「本家」や「元祖」といった表現は起源と関連性を持つものである。麻婆豆腐の場合、【四川版】は麻婆豆腐の起源とは言い難いものではあるが、四川省を発祥の地と捉えるのであれば、【四川版】に「本場」・「本家」等の表現が用いられること自体は許容の範囲内に属する。ところが、【四川版】にまつわる言説には「本物の」・「正しい」等の言葉も加わっていることが多い。

こうした表現は恐らく無意識的になされているものであろうが、これらの言説の特徴として起源地を頂点とした価値体系に基づく麻婆豆腐への理解が挙げられよう。表現を変えれば、「本場＝真正」／「現地化＝偽物・亜流」と捉える価値観に依拠した麻婆豆腐像ということになる。

ただ、【四川版】に真正性を見出す言説は以下の点において歪であると言える。一つは価値体系に囚われて単調な文化理解に陥っている点であり、いま一つは「真正」と見なされている【四川版】自体が実は原初の姿から改変が加えられたものであって、その真正性を担保する事実など存在しない点である。言うなれば、人々の思い描く「正しい麻婆豆腐」とは幻想に過ぎない。

真正性という価値に依拠するからこそ幻想に取り込まれることになるが、文化理解の立場からすれば、このような幻想に固執する姿勢は、様々なバージョンの麻婆豆腐が持つ意義を考える際の阻害要因にシかならない⁷⁶。既に確認してきたように、【四川版】とは異なる形の麻婆豆腐が生成した背景には当該の社会にまつわる状況や時代性との関わりが見いだされる。こうした関係性に対する理解の深まりは文化の生成・受容・変容のあり方を検討する際に有用であり、文化理解に対して資するところは大きい。ところが、真正性というフィルターを通して見える光景からは文化の多様な展開が持つ意味が除去されており、そうした中で文化の流動性や可変性を把握することは難しくなる。

以上の点を踏まえるならば、文化の性質を考える際に、起源地という事実「正しい」・「本物の」といった価値・評価を混ぜ込む認識の体系に取り込まれないための注意が私たちには必要とされる可言えよう。人々は麻婆豆腐の「本来の」姿として、あるいは「あるべき」姿として起源という事実にするのであろう。そして、そのようにして「失われた」麻婆豆腐を求めてさまよう人々は、【四川版】という「あるべき」姿に行き着くものの、実際にはそれ自体が幻想である。このような幻想に振り回されつつ文化に接することは文化理解にとってマイナスしかもたらさない。その意味において麻婆豆腐に対する認識の深まりは、文化理解において価値・評価という要素を相対化する効能を持ち合わせているとも言えよう。

個人から集団へ —おわりにかえて

作家の皆川博子に「わっと煮立ったら」というエッセイがある。やや長くなるが、まずはその一部を引用しておきたい。

所帯を持ってから六十年余りになりますが、結婚当初のこのかた、いまだに作っている、たいそう簡単なレシピがあります（まだ、レシピという言葉も使われていませんでした）。

みじん切りにした葱と唐辛子の輪切りと挽肉を炒め、火が通ったら醤油を入れ、醤油がわっと煮立ったら、豆腐を入れて、しゃもじで突き崩しながら炒める。

これだけです。〈麻婆さんのとうふ〉と題されていたように思うのですが、記憶違いかもしれません。教えてくれたのは、『暮しの手帖』という雑誌でした。「わっと煮立つ」という感覚的な表現は、その記事に記されていました。

麻婆豆腐というものが世にあることを、初めて知りました。つれあいも、初めて食べたと言って、美味しかりました。戦前生まれの戦争育ちですから、身につけている手料理は、ごくわずかです。（…中略…）

食事作りも楽になりました。食材は豊富だし、調味料も和洋中華、東南アジアのものまで手に入り、ネットで調べれば、即座に多種多様な料理法を知ることができますし。

それでも、いまだに、『暮しの手帖』でおぼえた簡単この上ない〈麻婆豆腐〉は、私の得意料理のひとつです⁷⁷。

皆川が言及するレシピは恐らく1960年に刊行された『暮しの手帖』に掲載された記事「風変わりでおいしい豆腐料理」に見られるものであろう⁷⁸。

このエッセイから着目すべき点をいくつか抽出しておこう。1つは「麻婆さんの豆腐」と称する料理についてである。挽肉・葱・唐辛子を炒めて醤油で味付けをし、後から豆腐を加えて炒めるレシピは【日本店舗版】や【レトルト版】はおろか、【日本家庭版】の麻婆豆腐のイメージとも大分異なっている。レシピの末尾には馬遅伯昌の署名が見られることから、恐らくこのレシピは、『暮しの手帖』編集部の要請を受けた料理研究家の馬遅伯昌が独自性の強いアレンジを加えたことで誕生したものであろう。

この「麻婆さんの豆腐」は、【四川版】を「本来の」麻婆豆腐と捉える定規をあてがうならば、ひどくイレギュラーな亜流の料理ということになろう。ただ、そうした観点から距離を置いてこのレシピを

眺めると、別の捉え方も可能である。1960年の時点で【日本家庭版】とは異なった系譜に属する麻婆豆腐が存在したことの証左となるこのエッセイは、早い段階から麻婆豆腐の現地化が多様な形で展開していた可能性を窺わせる貴重な史料と位置づけられる。

そして、2つ目の着目すべき点は、皆川にとってこの料理が麻婆豆腐として認識されていることである。様々な国の調味料や多種多様な料理法に言及する書きぶりからして皆川は恐らく【日本店舗版】について把握しているだろうし、あるいは【四川版】の存在も認知しているかもしれない。しかし、最後の一文が示すように皆川にとって「麻婆豆腐」とはこの「麻婆さんの豆腐」を意味している。

【四川版】を中心に据えた麻婆豆腐の展開から捉えると、「麻婆さんの豆腐」はその視野にも入ってこない極めてマイナーなものだと言える。ただ、中心を皆川に設定した地点から広がる視界には、文化の生成・変容が生じつつある過程を捉えるヒントが含まれていることに気づく。

その確認のためにも改めて「麻婆さんの豆腐」にまつわる情報を整理しておこう。このレシピは馬渥伯昌がアレンジを加えて作り上げたものであり、1960年に『暮しの手帖』に掲載された。「麻婆さんの豆腐」が公表されると、それを通じて麻婆豆腐という料理に対する認知を獲得する人々が現れる。そして、2010年代の時点でなお皆川は「麻婆さんの豆腐」から獲得された麻婆豆腐のイメージを抱き続けている。

この際、重要な点は経験が出発点となってイメージが形成されていることである。恐らく大半の日本人にとって「麻婆さんの豆腐」は麻婆豆腐とはみなされえない料理であろう。しかし、皆川にしてみれば、これこそが麻婆豆腐である。皆川にとって「麻婆豆腐」という単語が持つ音の響きは「麻婆さんの豆腐」を思い起こすスイッチとなっているが、そうした関係性は遡っていくと『暮しの手帖』を手にして記事に目を通す皆川の経験に行き着く。経験がイメージを生み、イメージは経験を思い起こさせる、さながら紅茶に浸したマドレーヌの味が過去の記憶を引き起こすかのような関係性がここに見出される。

ただ、この場合の経験はあくまで個人に属する事柄であり、経験と文化を直接結び付ける理解には留保を要する。と言うのも、文化という存在が特定の集団の間で共有されている状態を前提としているからである。エドワード・タイラーは「〈文化〉または〈文明〉とは、民族誌的な広い意味で捉えるならば、知識、信念、技術、道徳、法、慣習など、社会の成員としての人間が身につけるあらゆる能力と習慣からなる複合的な全体である」と述べ⁷⁹、ジェームズ・ピーコックは「文化とは特定の集団のメンバーによって学習され共有された自明でかつきわめて影響力のある認識の仕方と規則の体形に対して人類学者が与えた名前である」と文化を定義する⁸⁰。「社会」・「集団」といった言葉からも明らかなように、事物は1人の人間に独占されている状態においては文化たりえない。従って、皆川の個人的な経験とそこから紡ぎ出されるイメージはただちに文化と見なされるわけではない。

しかし、見方を変えれば、こうした文化の定義は、個人的な経験・イメージも一定数の人々の間で共有されるようになると文化へと昇華していくことを示すものでもある。「麻婆さんの豆腐」が掲載された1960年当時、『暮しの手帖』は発行部数が80万部に迫っていたという⁸¹。このように数十万人を超える読者が存在するのであれば、皆川と同様に「麻婆豆腐というものが世にあることを、初めて知りました」とする経験を味わった人は一人や二人ではなかろう。「麻婆さんの豆腐」は麻婆豆腐の現地化の中でも極めてマイナーな部類に属するものではあろうが、それでも少数とはいえ皆川と同様の経験・イメージを持つ人々の存在が想定される以上、これは文化の範疇に属するものと解しても差し支えなからう。最初は一料理研究家のアイデアに過ぎなかったものが一定の支持層を獲得して文化へと変じていく、その意味では「麻婆さんの豆腐」という出来事は麻婆豆腐という文化が変容し、変容物が人々の間で受け入れられて新たな文化となっていく瞬間を確認できる貴重な事例だと言える。

こうした個人から集団へとという過程に加えて、「麻婆さんの豆腐」のケースにおいては『暮しの手帖』というメディアが介在していたことにも注目したい。というのも、集団による共有を進展させる手段の違いに応じて生成・変容のあり方も異なってくるからである。例えば、変化のスピードであったり、文化として共有する集団の規模であったりと、その差異は様々な面で生じる。

既に私たちは国民意識が広く共有された要因の一つに出版物の働きかけがあったことを知っている

が⁸²、国民意識にせよ文化にせよ、情報や価値観が広まり、定着していく様態が出版物という介在者の存在によって性格づけられることに相違はない。その意味において出版物というメディアが及ぼす影響は大きいと言えよう。当然、出版物の大衆化以前と以後では介在者の内容・性質は異なってくるし、個人から集団へという動きと介在者の関わり方にも違いは生じる。従って、以上の検討からは、文化の生成や変容といった現象を理解するに当たって時間的・地域的差異に応じたアプローチを意識する必要性が見えてこよう。

ともあれ、上述の通り、文化は特定の集団の間で共有されて初めて成立しうるが、さりとて集団という定義に束縛されてしまうと、文化のダイナミズムを捉えることは困難になる。むしろ、文化が生成・変容する瞬間は個人というファクターとも強い関連性を持つものであり、また個人と集団、そしてその間を取り持つメディアという要素は文化の受容・変容を把握するために有用な視点になりうるとも考えられる。無論、このような仮説の妥当性についてはさらなる検証が必要とされ、この点は今後の課題としたい。差し当たり、ここでは麻婆豆腐が文化の生成・受容・変容という課題を考える際に興味深い側面も多分に含んだ素材であることを確認しつつ擱筆することとしたい。

付記：本稿は2020年12月に行われた「アジア圏における文化の生成・受容・変容」班研究会にて報告した内容をベースに作成したものである。研究会においては阿部克彦・呉春美・松本和也の各先生からコメントを頂戴しており、本稿の内容にもこれらのコメントに着想を得た構成した部分がある。この場を借りてコメントを寄せていただいた先生方にはお礼申し上げますと共に、その文責は筆者にあることを明記しておく。

(なかばやし ひろかず 所員 神奈川大学国際日本学部准教授)

注

- 1 拙稿「文化の捉え方・文化への接し方」(『神奈川大学アジア・レビュー』7、2020)。
- 2 そうした中で朱振藩「麻婆豆腐の伝奇」(『歴史月刊』255、2009)は後述の車輻・李劫人等の文章を踏まえつつ四川における麻婆豆腐の展開について整理したものと評価しうる。
- 3 拙稿「中国食物史への手引き」(『歴史と地理』716、2018)。
- 4 岩間一弘編『中国料理と近代日本』(慶應義塾大学出版会、2019)。
- 5 材料の確認に当たっては張徳生編『豆腐菜四百種』(福建科学技術出版社、1982)、張富儒『川菜烹飪事典』(重慶出版社、1985)、簡明中国烹飪辞典編写組編『簡明中国烹飪辞典』(山西人民出版社、1987)、汪福宝・莊華峰編『中国飲食文化辞典』(安徽人民出版社、1994)等を参照した。
- 6 『芙蓉話旧録』巻四、小食
又北門外有陳麻婆者、善治豆腐、連調和物料及烹飪工資一并加入豆腐餡内、每碗售錢八文、兼售酒飯、若須加猪・牛肉、則或食客自携以往、或代客往割、均可。其牌号人多不知、但言陳麻婆、則無不知者。其地距城四五里、往食者均不憚遠、与王包子同以業致富。
- 7 周詢に関する情報は彭文伶『近代巴蜀文人周詢及其詩歌研究』(重慶工商大学硕士学位论文論文、2018)に拠った。
- 8 陳建民『さすらいの麻婆豆腐』(平凡社、1988、のち平凡社ライブラリーとして1996年に再刊)、207ページ。なお、本書を引用する際のページ数は全て平凡社ライブラリー版に拠る。
- 9 商業部飲食服務局編『中国名菜譜』7(軽工業出版社、1960)、156ページ。なお、中山時子の訳本(中華人民共和国商業部飲食服務業管理局編(中山時子訳)『中国名菜譜』西方編(柴田書店、1973)、188ページ)においては、口蘑醬油に「きのこで作ったしょうゆ」、濃湯に「豚の腿と牛の尾を煮て作ったスープ」という注が付せられている。
- 10 車輻「薛祥順与麻婆豆腐」(『川菜雑談』(生活・読書・新知三聯書店、2004)。著者の車輻は美食家としても知られるジャーナリストで、1920年代の陳興盛飯舗に足繁く通っている。当該の文章はその時の記憶をもとにしたものであり、そこでは調理人の薛祥順が麻婆豆腐を調理する様子や店内の様子が事細やかに描

- 写されている。そして、車輻自身がそうしていたように、この時点でも陳興盛飯舗ではまだ客が牛肉を買って持ち込む様子が見受けられる。ただ、料理に牛肉を加えることの判断が客の任意とされていたのか否かはこの文章からは判然としなない。
- 11 上述の通り、陳建民は調理場の先輩を通じて麻婆豆腐に関するエピソードを聞かされているが、陳の修業先となる店の中で先輩との接点があるのは1933年から2年間修業した京川飯店のみである。従って、遅くとも1930年代前半には【四川版】の麻婆豆腐が広まっていたと考えられる。京川飯店での陳の活動については注(8)前掲書31-40ページ参照。
 - 12 李劫人「漫談中国人之衣食住行」(『李劫人選集』5、四川人民出版社、1986)、307ページ。中裕史「李劫人の成都描写」(『中国文学報』41、1990)によれば本文章には第一稿と第二稿があり、前者は1947年に『四川時報』紙の副刊『華陽国志』に連載され、後者はその翌年『風土什志』に掲載されている。『李劫人選集』に採録された本文章は第一稿の内容をもって第二稿を補ったものであるが、本稿ではこの『李劫人選集』版に拠っている。
 - 13 注(10)前掲書、134ページ。
 - 14 注(10)前掲書、135ページ。
 - 15 吉永みち子『麻婆豆腐の女房』(光文社、2000)。
 - 16 「徹底研究「中国料理店」」(『商業界』1974-10別冊、1974)、66ページ。
 - 17 【四川版】では用いられない甜麵醬の利用が陳建民の創始にかかるものであることは、その弟子である久田大吉の証言から確認できる。詳細については『dancyu』1999年9月号、113ページ参照。
 - 18 なお、色彩面においても改変は見られ、【日本店舗版】は【四川版】と比べると赤味が強い。これは豆板醬の色に起因する差異であるが、陳建民が用いた豆板醬は自家製のもので、パン粉を加えて発酵させることにより赤色を帯びていた。陳建民は本来の製造法に拠らず、わざわざこうした改良を施したわけであるが、それは妻洋子の助言に従ったものである。こうしたやりとりについては陳建一「父、陳建民のこと。」(『dancyu』2017年9月号)を参照。
 - 19 『きょうの料理』1971年2月号、43ページ。
 - 20 注(8)前掲書、206ページ。
 - 21 例えば注(15)前掲書(118-119ページ)や阿古真理『パクチャーとアジア飯』(中央公論新社、2018、231-233ページ)など。
 - 22 藤谷恵「四川料理はこうして世界標準の料理になった」(『歴史街道』2003年11月号)。なお、インタビューに登場する楊幸一・橋本暁一・尹東成はそれぞれ当時各地の都ホテルにある四川飯店にて料理長を務めた料理人で、陳建民の弟子に当たる人物である。
 - 23 注(8)前掲書、204-205ページ。
 - 24 上述した豆板醬の色味に対する改良も「もっと色が綺麗なほうがいい」・「日本じゃウケないよ」とする妻洋子の発言が契機となっており、ここでも日本人の嗜好が意識されている。詳細は注(18)前掲記事参照。
 - 25 桜井達也「師のご恩に報いる為に」(陳洋子・陳健一編『陳建民栄哀録』1991、所収)。
 - 26 注(8)前掲書、205ページ。
 - 27 こうした陳建民の経営方針は決して彼独自のものではなく、同様の発想をする者は当時の料理人に一定数存在したようである。作家の陳舜臣と妻の陳錦墩は、来日したばかりの料理人は一ヶ月ほど店内で仕事の様子を観察し、どのように日本人の舌に合わせるか把握したと述べており、「本場の中華料理の味では、日本人の味覚に迎えられませんので、どうしてもアレンジしなければなりません」と現地の味からの改変とその背景について述べている。詳細は陳舜臣・陳錦墩『美味方丈記』(毎日新聞社、1973)、27ページを参照。
 - 28 『婦人倶楽部』(49-8、1968)、122ページ。
 - 29 王馬熙純に関する情報は河村明子『テレビ料理人列伝』(日本放送出版協会、2003)、51ページに拠る。
 - 30 麻婆豆腐の普及については竹内美代「日本食文化における唐辛子受容とその変遷」(日本生活学科編『食の一〇〇年』ドメス出版、2001)などが触れているが、その記述はごく簡潔なものにとどまる。本章ではこの普及の経緯について具体的に検証していくこととする。
 - 31 2%という数字の出典は「新時代を作ったヒット食品」(『総合食品』20-3、1996、54ページ)及び「冒険者が活躍した“麻婆一族”調味料」(『dancyu』1996年3月号、114ページ)の記事に求められるが、これらがどのような調査に基づく数字なのか明確ではない。ただ、共に丸美屋食品工業を取り扱った内容の記

事において述べられているものであるため、当該企業が行った調査に基づくデータと推測される。

- 32 注 (31) 前掲『総合食品』。
- 33 注 (31) 前掲『dancyu』。
- 34 「これだけはゼヒ知っておきたい食品の実践的商品知識 麻婆豆腐の素」『食品商業』(7-10、1978)、111 ページ。
- 35 「100 億円の大台に乗った“麻婆豆腐の素”市場」『食品工業』(25-21、1982)、30 ページ。
- 36 「しょくひん館 麻婆豆腐の素」『月刊消費者』(425、1993)、23 ページ。
- 37 注 (34) 前掲記事、111 ページ。
- 38 注 (35) 前掲記事、30 ページ。
- 39 注 (31) 前掲『総合食品』。
- 40 注 (31) 前掲『総合食品』。
- 41 注 (35) 前掲記事、30 ページ。
- 42 本表は『缶詰時報』が毎年 8 月号に掲載している「缶詰生産・輸出入・関連諸統計」のデータに基づき作成したものである。なお、2000 年代後半に国内生産量が急な低下を見せているが、これは味の素が【レトルト版】の生産拠点をタイに移したことによるものと考えられる。
- 43 注 (35) 前掲記事、30 ページ、注 (36) 前掲記事、23 ページ、注 (31) 前掲『総合食品』。
- 44 「新台所学 ちょっと手を加えて“わが家”の味を」(『消費と生活』141、1985)、102 ページ、注 (31) 前掲『総合食品』、注 (31) 前掲『dancyu』。
- 45 注 (34) 前掲記事、113 ページ。
- 46 注 (34) 前掲記事、112 ページ。
- 47 注 (34) 前掲記事、113 ページ。
- 48 「中華料理調味料 一家庭で手軽に本物の味、麻婆豆腐用は根強い人気」(『日経流通新聞』1987 年 10 月 20 日)。
- 49 「手抜き」に対する社会の捉え方については山尾美香が『きょうの料理』の分析を通じて指摘し、また村瀬敬子も手抜きを愛情不足と捉える感覚が家庭料理にも適用される過程について論じている。詳細は山尾『きょうも料理』(原書房、2004)、133-134 ページ及び村瀬「料理は「簡略化」しているのか」(『料理すること』ドメス出版、2013)を参照。
- 50 注 (35) 前掲記事、29 ページ。
- 51 注 (36) 前掲記事、22-23 ページ。
- 52 注 (31) 前掲『総合食品』。
- 53 池田俊郎「レトルト食品業界の動向」(『缶詰時報』56-11、1977)、17 ページ。
- 54 山口尹通「レトルト食品の動向と展望」(『缶詰時報』60-7、1981)、21 ページ。
- 55 注 (35) 前掲記事、29 ページ。
- 56 「“第二発展期”のレトルト食品」(『缶詰時報』54-3、1975)、66 ページ。
- 57 注 (34) 前掲記事、113 ページ。
- 58 注 (34) 前掲記事、111 ページ。
- 59 注 (35) 前掲記事、32 ページ。
- 60 注 (35) 前掲記事、29-30 ページ。
- 61 「缶詰短信」(『缶詰時報』65-8、1986 年)、20 ページ。
- 62 「缶詰短信」(『缶詰時報』68-4、1989 年)、65 ページ。
- 63 「缶詰短信」(『缶詰時報』58-6、1979 年)、34 ページ。
- 64 注 (34) 前掲記事、111 ページ。
- 65 注 (31) 前掲『dancyu』、115 ページ。
- 66 注 (35) 前掲記事、30 ページ。
- 67 「四川生まれ日本育ちの、麻婆豆腐と麻婆春雨の、正しい作り方」(『dancyu』1996 年 3 月号)、100 ページ。
- 68 注 (36) 前掲記事、24 ページ。
- 69 『家庭で作る横浜中華街』(中央公論社、1997)、20 ページ。
- 70 「麻婆豆腐の旨さを“因数分解”する！」(『dancyu』1999 年 9 月号)。
- 71 「もっのご飯を！ 麻婆豆腐」(『dancyu』2004 年 6 月号)、120 ページ。

- 72 例えば、注(2)前掲論文でも【四川版】を正宗と表現している。
- 73 例えば、注(31)前掲『総合食品』など、各種メディアにおいてこの類の表現は多々見受けられる。
- 74 家庭料理研究家の豊口裕子は「豆板醬や甜麵醬などの調味料を加えた複雑な味になっています」と解説を加える麻婆豆腐について「お店で食べる四川風の本格麻婆豆腐」としている。
- 75 ただし、『dancyu』1999年9月号の記載(113ページ)によれば、近年では四川の麻婆豆腐にも甜麵醬が用いられることはあるようである。
- 76 濱田信吾は「変容する伝統食の真正性」(『国立民族学博物館研究報告』44-2、2019)において福井県におけるサバのヘシコナレズシを採り上げ、生産者の言説をもとに真正性という概念の性格を考察する。すなわち、真正性は生産者や消費者といった食品に関与する人々が織りなす言説の中で生成・再生産されるが、その際それぞれの提示する正しさの基準は異なる。それ故に、真正性は可変的であり、かつ曖昧さを持ち合わせていることになるが、濱田はこうした点を踏まえた上で、真正性はそれぞれが自身の視座から「本物らしさ」を主張できる側面を有していることを指摘する。こうした分析を通じて濱田の議論からは「正しさ」に相対する人々の動きという文化理解への有効なアプローチが看取されるが、このような観点から捉えるならば「正しさ」というトピックにも一定の意義が見出されよう。
- 77 皆川博子「わっと煮立ったら」(『暮らしの手帖』第4世紀71号、2014)。
- 78 「風変りでおいしい豆腐料理」(『暮らしの手帖』第1世紀56号、1960)。ここで「恐らく」と留保をつける理由は、タイトルにもなる「わっと煮立ったら」の表現が当該の記事には見られないためである。代わりに「ガーッと煮上がってきたら」との表現が用いられていて、そこに相違は見られるが、その他の内容は皆川の記憶と一致しているので、皆川が提示するレシピにはこの記事が該当するものと思われる。
- 79 エドワードB.タイラー(奥山倫明訳)『原始文化』(国書刊行会、2019)、9ページ。
- 80 J.L.ピーコック(今福龍太訳)『人類学とは何か』(岩波書店、1993)、29ページ。
- 81 『暮らしの手帖』の発行部数については河津一哉・北村正之『『暮らしの手帖』と花森安治の素顔』(論創社、2016)、12-14ページを参照。
- 82 ベネディクト・アンダーソン『想像の共同体』(NTT出版、1997)。