

文化の移動と翻案

－海外における日本食を事例として－

田林 葉

Transmission and Adaptation: Cases of Japanese Cuisines Traveling Abroad

Yo TABAYASHI

Abstract

Culture is hard to define. It also can be perceived only when it got formed and accepted by members of a society. This paper aims to clarify processes of cultural transmission between societies, and adaptation of the culture by a receiving society. The process often takes place in the order of importation, reception, diffusion, adaptation (plus exportation in cases). We would like to discuss differences of extent to which the original culture is transformed, and why the differences occur among targeted cultures, and how easily/fast/far the transformation happens. This paper firstly gives a glance at definitions and history of the word “culture,” and next examines three conceptual frameworks of cultural transmission/transformation by Tetsunori Koizumi and by the author. The three models provide us with perspectives to understand and categorize various cultural transmission/transformation depending on the relationship between the sender/supplier and the receiver/demander of the culture transmitted. Next, using the models above mentioned, we will study cases of food culture. Finally, focusing on Japanese cuisines travelling abroad, the issues of autonomy, norms, openness, exclusiveness, and authenticity will be examined with the government’s documents and other material.

はじめに

一般に「文化」を定義するのは難しいが、目に見えるものであれ、見えないものであれ、一つの事象を「文化」と認識できるのは、当然ながらその事象がすでに生成し（形成され）、あ

る程度定着した段階になってからである。誰か一人が行っているだけでは、それは個人的な行動もしくは習慣にすぎない。のちに詳細に確認するが、「文化」は社会的集団の中で「人」によって作られるものと定義できるので、ある文化が生成している最中にその過程を追うのは難しい。よって、本稿では文化の生成自体ではなく、ある地域においてすでに生成・定着した文化が他の場所へ移動、定着、そして移動先文化との交流を経て、変容するプロセスに焦点を当てる。一般的に、一つの社会が外来文化を受け入れる時には（当該文化が物質的かそうでないかにかかわらず）、①外来文化の輸入、②受容、③定着、④翻案、（場合によっては⑤輸出）というプロセスをたどることが多い。しかし、なぜ移動しやすい文化とそうでない文化があるのか、また、移動先での受容・定着・翻案はどのような要因でどの程度起こるのか、不明な点が多い。

本稿では、最初に文化概念の整理を簡単にした上で、三つの概念モデルを使用して、文化移動のプロセスとそれにとまなう文化変容の類型を明らかにしたい。その後、日本食を事例として実際の文化の移動と変容について論じる。食文化を文化の移動の素材にする理由は多々あるが、のちに本論で述べるように、文化の移動や変容の容易さ、開放性と閉鎖性、自律性や排他性の考察に適しているからである。また、グローバル化が進む現在、国内外において、生産地や内容物の偽装、添加物にかかわる食の安全問題を筆頭に、食育、TPP、農業従事者の減少や、食料自給率の低下など多くの課題があり、食は世界の多くの人々の注目を集めている点からも、本研究は社会的な意義を持つと思われる。

1. 文化とは何かー「文化」の定義と概念的整理

「文化」は私たちの日常生活においてもよく使われる言葉であるが、定義は難しい。また、「文化」は「文明」とともに歴史的にさまざまに語られ、論じられてきた。この説では本稿の議論に必要と思われる範囲で、簡単な概念的整理を行いたい。

文化は18世紀まで、「改良」「開花」という意味で用いられてきた（定義1）。たとえばフランスでは、13世紀には“culture”はラテン語の“cultura”（耕作された土地）を意味していた。18世紀末になって「文化」として一般化した。フランスでは、「文明」概念が優勢であったフランスでは、文化の形容詞 *culturel* が用いられるのは、1929年ドイツ語の訳語として逆輸入¹されてからである。フランスにおいては、文化は未成熟な文明または文明の一部ととらえられた。

イギリスにおいても、“culture”が「耕作」という意味から離れて現在に近い意味を持ち始めるのは17世紀末から18世紀になってからである。*Oxford English Dictionary*によると「人間のすぐれた創造物、芸術作品や思想」（定義2）として使われ始め、150年以上遅れて「歴史的に伝承されている慣習や思考様式の特殊なパターン」（定義3）という語義が定着する²。ドイツにおいては、初めは外来語“Cultur”が始めてドイツ語辞典に収録されるが、ほとんど文明と同義であった。19世紀後半になって“Kultur”という綴りが定着した。

このような経緯を経て「文化」という言葉と概念が定着するが、19世紀末から20世紀にかけて、文化そのものが学問の対象となってくる。上述の二つの定義（「人間のすぐれた創造物、

芸術作品や思想」と「歴史的に伝承されている慣習や思考様式の特異なパターン」）を統合して考える文化の概念は18-19世紀ドイツで始まり、19世紀末から1930年代頃に欧米において社会科学の専門用語として定着した。1871年にアメリカで出版された『原始文化』において、E. B. Tylor は文化を「①社会の成員としての②人によって獲得された③知識、信仰、芸術、道徳、法律、慣習およびその他の技能や習慣をも含む④複合的全体」（定義4）と位置づけ、その後も様々な研究者によって定義が精緻化されていく。本研究では、その経緯を記す紙幅はないので乱暴なまとめ方になるが、現代では妥当とされる「ある社会の人々が共通に持つ特徴的な生活の様式であり、それぞれの社会に特有のさまざまな姿がある」（定義5）という定義を用いることにする³。

2. 文化の移動と定着プロセス

「ある社会の人々が共通に持つ特徴的な生活の様式であり、それぞれの社会に特有のさまざまな姿がある」文化が、別の地域へ移動するとどうなるのか。本節では、すでに持っている既存文化と新しく輸入された文化が接する時、何が起るかを考えてみたい。

2.1. 「文化」移動のパターン—幸泉哲紀の論考を手がかりに

文化の移動については、さまざまな事例研究や歴史研究が記されているが、理論枠組を示したものとしたとして、幸泉哲紀の「文化移転と変容の型」（On the Forms of Cultural Transmission and Transformation⁴）が参考になる。幸泉は、文化移転を「送り出し側の社会集団」（Sending Social Group）から見た移転と「受け入れ側の社会集団」（Receiving Social Group）から見た移転に分け、さらに文化移転のパターンとして、二つの社会集団間の関係から①「強制」（Imposition）、②「説得」（Persuasion）、③「借用」（Borrowing）、④「合成」（Amalgamation）と名付けた（図1）。

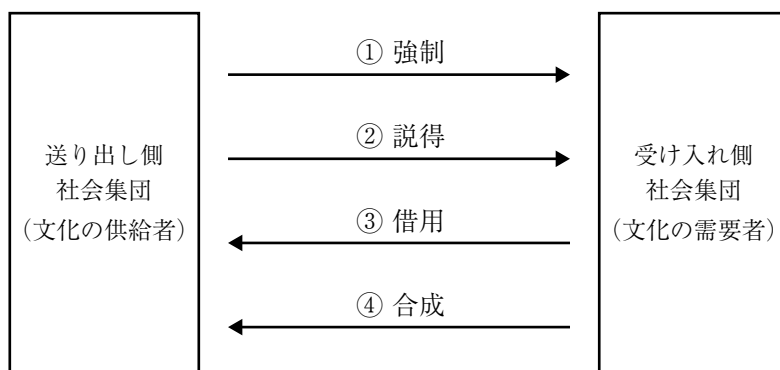


図1：文化移転の四つの型（幸泉、p.3を筆者翻訳及び加筆）

幸泉は、文化の移転を供給と需要という視点で捉え、送り手を「供給者」(suppliers)、受け手を「需要者」(demanders)と位置づける。そしてその移転が送り手・受け手のいずれによって始まったかということに着目する。さらに、両者の意思を考慮に入れて、図1のように分類した。まず、供給者が移転を開始したものと、①と②が挙げられる。受け手の意思には関わらず、送り手が押しつけるのが①の強制で、征服や侵略、そして植民地化に際し、しばしば暴力をとまなうものであった。同様に植民地化など送り手側の意思で行うものであっても、暴力をとまなう押しつけではなく、受け手側が自らその新しい文化を受け入れることもある。これが②の説得で、使節団によるキリスト教布教などが一例である。これらは筆者がのちに議論する文化の「輸出」(exportation)にあたる。

次に需要者が開始した文化の移転として、③と④がある。自分たちの社会に欠落していたり、自分たちの持っているものよりもすぐれていると思われる文化、たとえば制度や技術を、受け手側が自ら取り入れるのが③の借用である。最後に、海外や自国において直接的な接触をする場合のみならず、本・雑誌やメディアによるレポートなどから外来文化を学ぶ場合が、④の合成⁵である。これは、すでに持っている自文化に、新しい異質のものを加えるものである。すでに明らかなように③と④はいずれも、必要や好奇心によって受け手が自ら開始する文化移転であり、のちに筆者が「輸入」(importation)と呼ぶものである。

文化は一度移転されると、多くの場合移転先で変化を遂げる。いやむしろ、移転された段階で、発信元の文化とは異なる形態にすでに変容している場合も多い。それでは、移転された文化は、なぜ、またどのように、変容するのか。幸泉は、移転先社会集団をとりまく「自然環境、社会環境、精神環境」が、文化変容の範囲や程度を決定する要因であるとする(図2)。

すなわち、移転された文化は、移転先の社会集団における自然・社会・精神環境に適應して、形を変えて採用されることになる。どの程度の変容が行われるかは、移転先社会によって異なり、受け入れ社会が違和感を感じなくなる程度まで、移転文化は変容されるという。何が当然で何が異質であるかという判断は社会文化によって異なるため、どのような文化が移転(輸入)

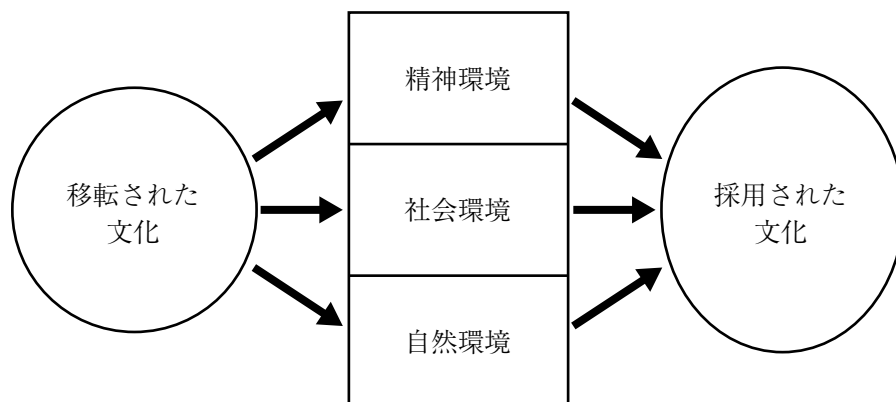


図2：移転された文化の変容 (幸泉、p.6 を筆者翻訳)

され、どの程度変容されるかも異なるが、一般的にこのプロセスには時間がかかる。通常数十年から数世紀かかることもあるが、情報技術の発展した今日では、ファッションなどあまり時間がかからない例もある。

2.2. 文化移動のプロセス

幸泉の論考は文化移転の概念的整理を行う優れたものである。一方で、理論枠組の提示を主たる目的としており、紙幅の制限もあって、特定の文化が移転し、特定の変容をするプロセスについて具体的に記述していない。そこでこのセクションでは、幸泉の「文化移転の四つの型」（図1）を参考に、文化の移動プロセスを検討してみたい。一般的に、一つの社会が外来文化を受け入れる時には、①外来文化の輸入、②受容、③定着、④翻案、（場合によっては⑤輸出）というプロセスをたどることは先に述べた。たしかに定着と翻案はほぼ同時に展開し、幸泉の言うように、受容期においてでさえ、翻案が始まっていることもありえる。逆に文化を輸出する場合についても、一旦輸出してしまうと、輸出元の意図⁶とは関係なく上記①-④もしくは⑤のプロセスをたどることになる。例えば、1920年代のアメリカに起源を持つと言われるミュージカル⁷は、アメリカから輸入されたものであるが、時代を経るにしたがって、演目や劇団の運営方法など日本で独自の展開を遂げていく。たとえば、1927年（昭和2年）に日本最初のレビュー『モンバリー』を初演した宝塚歌劇団は、大規模商業演劇としては世界でも珍しい女性だけの劇団であり、最近では台湾や中国でも公演を行っている。これはミュージカルという異質の文化を輸入してから、その文化が日本社会に受容され、定着・翻案され、新たに「日本発」のミュージカルとして輸出されつつある過程を示している⁸。別の事例として緑茶を見てみると、さらに長いスパンの変遷が見られる。紀元前2700年頃の中国を起源とする緑茶は、遣唐使によって奈良・平安時代に日本に伝わったとされる。輸入され、日本国内で貴重な薬や飲料として上流階層の間に定着したのち、庶民に広まった。現代では、家庭で急須で飲むリーフティーより、ペットボトルの緑茶飲料の消費が増えるなど、緑茶にまつわる文化も変化しつつある。くわえて、アメリカを始めとして、多くの国に受け入れられ、Matchaとして独自の発展を遂げている。このように、緑茶文化も、輸入、受容、定着、翻案、輸出という一連のプロセスをたどっていると言える。

2.3. 移動の容易さの決定要因

先に挙げた緑茶とミュージカルの例は、幸泉の類型に当てはめると、いずれも必要と好奇心によって、借用ののち合成された文化移転のケースと考えられるだろう。しかし、緑茶とミュージカルでは、輸入にともなう移動とその後の変容にかかる時間が大きく異なっている。それでは、移動の容易さ・困難さは、文化事例によってどのように異なるのだろうか。これは幸泉の言う「自然環境、社会環境、精神環境」（図2）にもかかわるが、もう少し具体的に考えてみたい。

インターネット等の情報技術の進歩により、緑茶やミュージカルの移動プロセスと比べて、現代の文化移動は全体としてたやすくなっている。しかし、それでも、対象となる文化によっ

て、移動の容易さには差がある。たとえば、文化移動の障壁の最も大きなものは、言語であろう。文化の大きな構成要素である芸術・芸能を素材にしてみると、移動の容易なものから困難なものへ、次の順序で整理できるかもしれない。

①器楽曲、絵画、パレエ、無声映画、パントマイム・ダンス等（翻訳不要もしくは不可能。あったほうがよいものとして、現地言語によるパンフレット・プログラム・プレート）

②オペラ、歌舞伎、能、狂言、漫画、アニメ等（翻訳したほうが理解は深まるが、セリフの内容を理解しなくても、ある程度内容が追える）

③文学、劇、落語、映画（移動には翻訳が絶対必要）

しかし、文化の移動と受容を可能にするのは、言語のみが要件ではない。先に言及した移転文化の需要（受け手社会の意志）と供給（送り手社会の意志）の要素の他にも、受け手社会側の要素として、複製可能性（ライブか複製か）、当該文化の供給者による提供コスト、文化の需要者における享受コスト（費用、好きな時に楽しめるのか、劇場等に行くか、調査や勉強など他の作業が必要か）、市場、ローカライゼーションの容易さなどによって、文化の移動の障壁が生じる。先に紹介したミュージカルを上記の基準に当てはめてみると、前者は言語的には②の範囲に入るが、劇団四季などの場合は、歌詞も翻訳されるので、興行者（提供者）にとってはコストがかかるが、観覧者（享受者）にとっては大きな苦勞なくして母語で楽しむことができるため、大きなマーケットとなりえる⁹。また緑茶の場合は、言語的障壁はほぼない①の事例であり、茶栽培が発達するか茶葉そのものを輸入するかして、原料さえ入手できれば、手頃な値段で多くの人を楽しむことができる。ミュージカルと緑茶という異質なものの比較は、乱暴すぎるかもしれないが、言語的障壁、提供コスト、享受コスト、市場、そしてローカライゼーションの可能性を考慮に入れると、現代においては、緑茶文化のほうがミュージカルよりも速く、広い範囲の文化の移動がしやすいと言えるだろう。

3. 食文化の移動

3.1. もう一つの文化変容枠組 - 「自由度」と「開放度」

前節では、文化の移動プロセスとその容易さの要因について考察してきた。ここでは、「自由度」と「開放度」をキーワードとして、さらに論考を進めてみる。

まずは二つの軸について説明が必要となる。縦軸は「自由度」の大きさを基準としており、幸泉の四つの型（図1）と対応させると、①強制と②説得と名付けられた二つのパターンは、植民地化政策の例のように図3では(D)にあてはまる。自由意志で交流を行う借用と合成は(B)にあてはまるだろう。ここではのちに展開する議論の素材として食文化の移動を例にあげておいた。ただし、図3では、交流は双方向的と考え文化の供給者（送り手）と需要者（受け手）の区別はしていない。横軸の「開放性」は筆者が新たに加えたもので、この軸により、交流の程度を測ることができる。たとえば鎖国制度は、政府の意思でおこなったことではあるが、一般庶民にとっては自分の意思で選んだわけではなく、文化交流は出島等限られたところでしか行

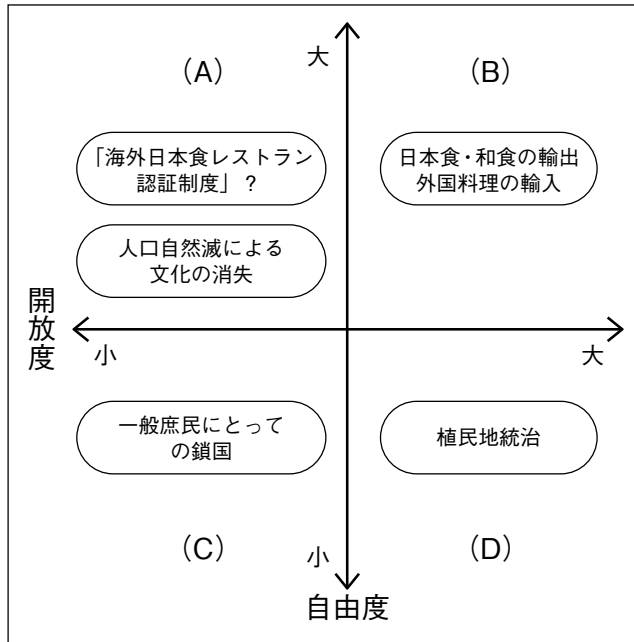


図3：文化変容の四象限（筆者作成）

われなかったため、開放度は極めて低い。よって(C)に分類できる。一方で、自由度は高いがあえて閉鎖的な状況もあり得る(A)。少数民族の人口減少により、言語や文化が消失する場合はこれにあたるだろう¹⁰。また現代に舞台を移せば、後に述べる「海外日本食レストラン認証制度」も(A)に位置づけることができるだろう。もちろん日本食を海外に輸出する制度であるので、交流（開放性）はある程度ある。一方で、伝統的な「日本食」の規範を強制し、変容を規制すると理解されたこの制度は、開放性より閉鎖性を重視しているように思われる。このような状況は何を示唆しているのか、現代の食文化に焦点を当てて、もう少し考えてみたい。

3.2. 文化の排他性と自律性—日本食を素材として

前項3.1.で見たように、四象限の縦軸（自由度）は、現在ではあまり意味をもたなくなってきた。なぜなら、各国（民族）の独立性と個々人の人権が保証されるべき理念となった現代においては、強制を伴うような文化移動(D)は少なくなっており¹¹、グローバル化した現代においては、他の文化と交流しないこともほとんど不可能であるからである(C)。とすれば、現代においては横軸（開放性）の重要性がさらに増していると言えるのではないか。よって本節では、開放性の程度のもたらす文化移動の違いに着目したい。強制的な力が働かない現代において、閉鎖的な文化変容とはどのようなものなのか。すでに示しているが、この試みの素材として、言語への依存性が低く、マーケットも大きい、ゆえに広い範囲で比較的容易に移動する可能性の高い食文化をとりあげてみる。

3.2.1. 「日本食」の世界展開と自律性

最近日本食は世界中で人気を博している。145 カ国が参加した 2015 年のミラノ国際博覧会では、約 2 億人の来場者のうち日本館にはおよそ 228 万人が殺到した（経済産業省および euronews）。日本食レストランは 2006 年の約 2.4 万店から、2013 年に約 5.5 万店に倍増し、2015 年には約 8.9 万店を数えている（農林水産省、2015）。日本貿易振興機構（JETRO）によると、海外で人気がある日本食は、寿司や、ラーメン、天ぷら、カレーライス、焼き鳥などであり、日本料理店へ行く理由として、「味が好き」、「調理法が好き（生食など）」、「お店の雰囲気が好き」という意見が多い。日本食の伝統的代表である寿司や天ぷらと並んで、ラーメンやカレーライスが日本食と見なされ好まれていることも注目される（2013 年調査）。またモスクワ・ホーチミン・ジャカルタ・バンコク・サンパウロ・ドバイを対象に行った翌年の調査では、好きな料理の 1～3 位合算（6 都市合算）では、「日本料理」が 66.3% と最も高く、以下「イタリア料理」46.4%、「中国料理」42.5% が続いている（JETRO、2014）。これらは消費者を対象とした調査であり、あくまで現地の人々が「日本食」とみなしているところが重要である。すなわち、文化移動の四象限でいうと、(B) の「日本食・和食の輸出」にあたるが、これらのレストランのなかには日本人が経営していないものも多い。現地の料理人が、現地人の好みに合うように「適応」させた日本食は、すでに変容しているといえる。

文化は一旦移動してしまうと、その後は送り手側の手を離れ、自律的に発展する。先に例を挙げた宝塚歌劇団しかり、ニューヨークの Matcha プームしかり¹²である。文化移動のプロセスを再度思い出してみよう。受け手社会が当該文化を輸入し、受容・定着する過程において、現地の文化に適応して翻案され（幸泉のいう「合成」）、送り手社会のオリジナルな文化とは全く異なってしまう場合も多い。現地の人であろうが、日本人であろうが、輸入文化の受け手が、食材の調達状況や現地の法体系および顧客の好みに影響を受けざるをえないのは事実である。そのような場合、送り手社会は、輸出後変容してしまった文化とどのような関係にあるのだろうか。

3.2.2. 「和食」の定義

和食は 2013 年のユネスコ無形文化遺産に認定された。登録を目指しての活動は、2011 年設立の「日本食文化の世界無形遺産登録に向けた検討会」から正式に始まり、2013 年に「『和食』文化の保護・継承 国民会議」と改称されたのち、登録を機に 2015 年 2 月 4 日に一般社団法人和食文化国民会議が設立された。略称である「和食会議」は継続し、和食文化の保護・継承活動（Washoku Japan）を行っている。

それでは、和食と日本食はどのように異なるのか。検索サイトで「日本食」「和食」を検索してみると、和食のほうがやや多いがいずれも 8,900 万件を超えるヒット数があり、ローマ字で検索すると随分低くなるが、それでも“washoku”で 162 万件、“nihonshoku”で 110 万件となった。一方日本産業の海外展開を支援する JETRO のサイトでは、その組織の性質もあって「日本食」のヒットが 26,700 件に対し、「和食」は 1,260 件にとどまった。農林水産省のサイトでは、日本食が 6,730 件、和食が 2,480 件という結果となっている。海外では和食のほうが認知度が

高く、国内の公共性の強いサイトでは日本食の方が多く言及されていることがわかる。

両者の定義については、定番となるものはまだ確立していないようだが、一般的理解としては、日本食のなかに和食が含まれる。農林水産省によると、ユネスコ無形文化遺産に登録された「和食：日本人の伝統的な食文化」は「自然を尊ぶ」という日本人の気質に基づいた「食」に関する「習わし」を示しており、特徴として以下の四点を挙げている。(1) 多様で新鮮な食材とその持ち味の尊重 (2) 健康的な食生活を支える栄養バランス (3) 自然の美しさや季節の移ろいの表現 (4) 正月などの年中行事との密接な関わり（『和食』がユネスコ無形文化遺産に登録されました！）。これを見るとわかるように、寿司や天ぷらといった、具体的な料理名はもちろん、その味付けの基本である「出汁」や「旨味」という言葉すらなく、料理の背後にある素材、栄養、季節や伝統行事との関わりが強調されている。素材、栄養、料理法、味、盛り付け、器、それを食する場所や機会までを含めた、総合芸術のような扱いといってよいだろう。

3.2.3. 「和食」の変容と認証制度

上記の和食の特色から、海外であれ日本であれ、店の場所は問わず、ラーメンは日本食であっても和食ではないことがわかる。農林水産省は、日本の食文化を丁寧に記述した120ページに及ぶ『日本食文化テキスト』（2012）を公表しているが、テキスト編纂の代表を務めた歴史学者熊倉功夫は、まえがきの冒頭部で以下のように記している。

日本の食文化とは何か、という問いに対して、その枠組みや特質に正面から答えた議論はまだされたことがない。そもそも食文化とは、人間の食生活における文化的要素という意味ではなく、人類の食に関する一切の事象を含む概念である。こうした食文化は、自然の気候風土、社会的環境によって形成されるので、自ら地域的あるいは、民族的な文化的特徴をもつ。ここに日本特有の食文化が誕生する。

本書はこうした広い食文化の視点から日本の特質をいくつかの要素から追究し、日本の食文化の概念を措定するのが目的である。しかし食文化は生きものである。時々刻々、変容している。どの時点で押さえるのか、とてもむずかしい。また、概念化したからといってそれが守るべき規範であるとか原則であるといった主張をするつもりは毛頭ない。食の規制などできるはずはない。ただ、現代の急激な変化の中にある日本の食文化の特質とは何か。自分の置かれている状況が日本の食文化とどの程度距離があるのかを測るための、いわば測量のための三角点のような役割が本書に期待される場所である（まえがき）。

ここで注目すべきは、食文化を「生き物」と捉え、「時事刻々、変容」しており、ゆえに「食の規制」は不可能だとする考え方である。熊倉は、まずは文化の通時期的変化を認め、その基本となる定点を導き出そうとしているように見える。

一方で、共時的変容、すなわち文化の移動にかかわって、このテキスト執筆の契機となった食文化研究推進懇談会発足（2005）とほぼ同時期に、農林水産省は海外における日本食レスト

ランの認証制度を創設した（「海外日本食レストラン認証有識者会議の設置について」、2006）。「海外においては、日本食レストランと称しつつも、食材や調理方法など本来の日本食とかけ離れた食事を提供しているレストランも数多く見られる。このため、海外日本食レストランへの信頼度を高め、農林水産物の輸出促進を図るとともに、日本の正しい食文化の普及や我が国食品産業の海外進出を後押しすること等を目的」として、同時に公表された参考資料では、フランス料理ガイドブックのミシュランや各国による認定制度について紹介している（「海外におけるレストラン認証制度について」）。しかし、「日本の正しい食文化」を押しつける余計なお節介であるとして海外のマスコミに取り上げられ、大きな反発を受けたこともあり、「認証制度」発表後間もなく、2007年に農水省は制度の名称を「認証」（certification）から「推奨」（recommendation）に変えている。有識者会議では和食認定の「厳格な基準」を明快に求めていたわけではないようであり、アメリカ有力紙がこの認証制度のことを曲解して報じた可能性もあることから、この認証制度が規範を強要するものであったとは言い切れない。しかし、そうであっても、その後“Sushi Police”事件として知られるようになった本件は、グローバル化と流動化が進む現代において「ホンモノ」の文化（この場合は authentic な日本食）を定義することが、いかにセンシティブで困難であるかを物語っている。批判的な意見はマスコミ、研究者に加え、現地の料理人、また一般の日本人・アメリカ人からも幅広く寄せられている¹³。事実はどうあれ、変化を認めない閉鎖的・排他的な文化として日本食が理解されてしまったこの事例は、図3四象限の（A）に位置づけてもよいのではないか。

むすびにかえて

これまで、文化移動のプロセスを三つの概念モデルで確認した後、食文化を事例として、実際の移動と変容について検討してきた。また、文化の開放性と閉鎖性、そしてそれにかかわる自律性と排他性について、特に日本食・和食の海外への移動に着目し、考察してきた。食文化は、言語への依存性が低く、コストも比較的安く、マーケットも大きいことから、相対的に短時間で広い範囲への移動や普及が可能である。結果として、食が開放度・自由度ともに高い文化であることを示していると言って間違いでないだろう。

海外のレストランにおける sushi をはじめとする「似非」・「なんちゃって」日本食、「マガイモノ」が大手を振って「日本食」「和食」の看板を掲げていることに不快感をいだく人々がいる一方で、「ホンモノ」の寿司を食べたことのない外国の人々がローカライズされた sushi を楽しんでいるのも事実である。日本在住の日本人であっても「ホンモノ」の寿司を食べたことのある人はどれほどいるのか。回転寿司は、「ホンモノ」なのか。そもそも「ホンモノ」の寿司とはどんなものなのか、などという疑問も生まれる。「マガイモノ」の日本食が不当に高価格で提供される場合など問題はあるかもしれないが、人為的に制御できない文化の自律性については、改めて認識すべきであろう。

本稿にて論じきれなかった課題も多いが、その中で二点明記しておきたい。一つ目は上記の

「ホンモノ」にまつわる概念的な議論である。「ホンモノ」には、伝統的であったり、ある特定の場所でしか食べられない、などという閉鎖性・排他性が伴う¹⁴。先の回転寿司の例にもあるように、グローバル化された現代において、「ホンモノ」はどこでどのように存続しているのか。いや、むしろ視線を過去に向けて、「ホンモノ」がどこでどのように生まれたのか、その起源（発明）について問い直す必要があるかもしれない。もう一つは、事例研究である。前述したように、Sushi Police 事件から 10 年以上経って、日本食レストランは増加の一途をたどっている。その中で、日本人経営者が「ホンモノ」を求めて努力しても、実際に入手できる食材や現地の法律の制限があり、日本と同様の料理を提供できないことが、ミラノのレストラン調査から明らかになっている（JETRO ミラノ事務所）。このような状況において、日本人経営者と外国人経営者のレストランを対象に、メニュー、価格、料理人を含むスタッフ、顧客層や顧客の評価などの実態を追うことにより、上記の「ホンモノ」にまつわる議論を肉づけすることができると考えている。

注

- ¹ 「文化」という単語一つを取っても、本稿のテーマである輸入・受容・定着・翻案・輸出のプロセスが見られる。
- ² Oxford English Dictionary による定義は以下の通りである。
III. Extended uses (from branch I).
6. Refinement of mind, taste, and manners; artistic and intellectual development. Hence: the arts and other manifestations of human intellectual achievement regarded collectively. (定義 2)
7. a. Chiefly as a count noun. The distinctive ideas, customs, social behaviour, products, or way of life of a particular society, people, or period. Hence: a society or group characterized by such customs, etc. (定義 3)
- ³ 本節の定義は、口羽益生の論考を参考にした。
- ⁴ 原著は英文。
- ⁵ 文脈を考えると、筆者は amalgamation の日本語訳としては、幸泉の使う「合成」より「融合」の方がより適切であると考えますが、本稿では幸泉に従う。
- ⁶ そもそも文化の輸出自体が、意図的であるかどうかは事例による。先に触れたキリスト教の布教などは、極めて意図的な輸出であるが、特にグローバル化している現代においては、ビジネスとしての輸出以外には、輸入側が自ら望んで受け入れる事例が多いと考えられる。
- ⁷ 歌と踊りを組み込んだ現在のようなミュージカルは 1920 年代に確立されたもので、1927 年にブロードウェイで初演された「ショウ・ボート」が最初の作品と言われている。このようにミュージカルの歴史がやや曖昧なのは、オペレッタや音楽劇との ジャンル分けが難しいところにも一因がある。ジョン・ゲイ作の「乞食オペラ」は 1728 年ロンドンで初演され、これはバラッド・オペラと判断されることが多いが、1750 年にアメリカで上演された同作がミュージカルの最初という見方もされている。(シアターリーグ「舞台・演劇用語 ミュージカル」)
- ⁸ 台湾・中国公演の観客層については具体的な状況が不明である。日本のファンが海外公演に出向いているとすれば、ローライゼーションの途上であり、完全な輸出とまでは言えないかもしれない。
- ⁹ 外国の劇団をそのまま呼ぶ場合は、歌詞は原語のまま、字幕をつけることが多い。
- ¹⁰ 人口の減少には自然的原因だけでなく、他文化との交流にともなう政治的原因も多々あるが、その場合は (D) になる。
- ¹¹ 逆に自由、人権、平等、環境保護主義など、現代では「正義」と見なされる理念に反する慣習等をもつ国に対して、国連等の国際組織が勧告することはしばしば見られる。たとえば、女性差別撤廃条約の実施状況を審査する国連の女性差別撤廃委員会 (CEDAW) は 2016 年 3 月 7 日、日本政府に対する勧告を含む「最終見解」を公表したが、勧告の対象の一例は実質的な「夫婦同姓」の撤廃等である。これは幸泉の枠組では「説得」にあたるが、様々なガイドライン同様罰則規定がないため、拘束力を持たない。
- ¹² アメリカ合衆国のレストラン検索サイト Yelp で “matcha” を検索すると、マンハッタン近郊だけで 1424 の店がヒットする。2014 年にブルックリンに matcha 専門カフェとして初出店した MatchaBar は次々に店舗を増やし、期間限定で、日本でも販売を行った。これは、輸入から輸出までのプロセスを超えて、逆輸入のもう 1 プロセスが加わる興味深い例である (「NY で人気の抹茶ドリンク専門店『MATCHA BAR』が再登場 ドーナツも販売」)。
- ¹³ Zimmerman and Ueno, James Farrer, 池澤康などを参照されたい。
- ¹⁴ 「ホンモノ」認定にかかわって、農林水産省による素材の地理的表示保護制度 (GI) (2015) や、地域食品ブランド表示制度 (本場の本物) (2006) などがある。また、郷土食も「ホンモノ」の日本食として

みなしてよいように思われる。EU では 1992 年に GI 制度が導入されており、スローフード運動も盛んである。スローフード運動については、西村・田林（2016）を参照されたい。

参考文献

- FARRER, James, "Introduction: Traveling Cuisines in and out of Asia: Toward a Framework for Studying Culinary Globalization" *The Globalization of Asian Cuisines: Transnational Networks and Culinary Contact Zones* (Palgrave Macmillan: New York, 2015)
- KOISUMI, Tetsunori, "On the Forms of Cultural Transmission and Transformation" 龍谷大学『国際社会文化研究所紀要』第 6 号（2004）
- MatchaBar <http://matchabarnyc.com/>（2017/02/05 最終アクセス）
- TYLOR, Edward Burnett, 1871, *Primitive Culture: Researches Into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art, and Custom*
- "20 million people visited Milan Expo, a 'huge success'" Euronews 2015
<http://www.euronews.com/2015/10/29/20-million-people-visited-milan-expo-a-huge-success/>
（2017/02/05 最終アクセス）
- Yelp, "Matcha" https://www.yelp.com/search?find_desc=matcha&find_loc=new+york+new+york&ns=1
（2017/02/05 最終アクセス）
- ZIMMERMAN and UENO, "California Rolls Drive Them to Distraction: Purists in Tokyo Want to Label What's Authentic. Get Real, Locals Say" *Los Angeles Times*, December 02, 2006
<http://articles.latimes.com/2006/dec/02/business/fi-japanfood2>
（2017/02/05 最終アクセス）
- 池澤康 「日本食」 <https://nihonshoku.wordpress.com/>（2017/02/05 最終アクセス）
- 口羽益生 「異文化理解の理論と方法」山口修他編『比較文化論—異文化の理解』世界思想社、1995
- 経済産業省 「ミラノ万博日本館レポーター通信」vol.16 2015
http://www.meti.go.jp/policy/exhibition/pdf/milanonews_vol16.pdf
（2017/02/05 最終アクセス）
- 国際連合 「女子差別撤廃委員会最終見解」(CEDAW)
http://www.gender.go.jp/international/int_kaigi/int_teppai/pdf/CO7-8_e.pdf
（2017/02/05 最終アクセス）
- シアターリーグ 「舞台・演劇用語 ミュージカル」 <http://www.moon-light.ne.jp/>
（2017/02/05 最終アクセス）
- 西村暢夫・田林 葉 「イタリアのスローフード運動の源流と戦略—ウマネジモ (umanesimo 人間主義) 発露の場として—」『政策科学』23 巻 4 号、2016、179-193
- 日本食文化テキスト作成共同研究会 『日本食文化テキスト』（2012）
<http://www.maff.go.jp/j/keikaku/syokubunka/culture/wasyoku.html>（2017/02/05 最終アクセス）
- 日本貿易振興機構（JETRO） 「EU の地理的表示保護（GI）制度」2015
https://www.jetro.go.jp/ext_images/jfile/report/07001948/EU_GI_Report2015.pdf
（2017/02/05 最終アクセス）
- 日本貿易振興機構（JETRO） 「日本食品に対する海外消費者意識アンケート 調査 7 カ国・地域比較版（中国、香港、台湾、韓国、米国、フランス、イタリア）（2013 年 3 月）
<http://www.jetro.go.jp/industry/foods/reports/07001256>（2017/02/05 最終アクセス）

日本貿易振興機構 (JETRO)「日本食品に対する海外消費者アンケート調査 - 6 都市比較編 - モスクワ・ホーチミン・ジャカルタ・バンコク・サンパウロ・ドバイ (2014 年 3 月)

https://www.jetro.go.jp/ext_images/jfile/report/07001590/compare_6cities_rev.pdf
(2017/02/05 最終アクセス)

日本貿易振興機構 (JETRO) ミラノ事務所「イタリア (ミラノ) における 日本食レストラン実態調査 ～ 日本食レストランへのインタビューから～」(2017/02/05 最終アクセス)

https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Reports/12ba5703b261d87f/resutaurant_mln201503.pdf

「NY で人気の抹茶ドリンク専門店『MATCHA BAR』が再登場 ドーナツも販売」

<http://www.fashionsnap.com/news/2016-05-19/matchabar-popup2016/> (2017/02/05 最終アクセス)

農林水産省「『地域食品ブランド表示基準制度』(本場の本物)の平成 18 年度ブランド認定について」2006

http://www.maff.go.jp/j/press/2007/20070221press_6.html (2017/02/05 最終アクセス)

農林水産省「地理的表示保護 (GI) 制度」2015

<http://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi-act/> (2017/02/05 最終アクセス)

農林水産省「海外における日本食レストランの数」2015

<http://www.maff.go.jp/j/press/shokusan/service/pdf/150828-01.pdf> (2017/02/05 最終アクセス)

農林水産省「海外日本食レストラン認証有識者会議の設置について」

http://www.maff.go.jp/j/press/2006/20061102press_2.html (2017/02/05 最終アクセス)

農林水産省「海外におけるレストラン認証制度について」

http://www.maff.go.jp/j/shokusan/sanki/easia/e_sesaku/japanese_food/kaigi/01/pdf/ref_data1.pdf
(2017/02/05 最終アクセス)

農林水産省「『和食』がユネスコ無形文化遺産に登録されました！」

<http://www.maff.go.jp/j/keikaku/syokubunka/ich/> (2017/02/05 最終アクセス)

和食文化国民会議 <http://washokujapan.jp/> (2017/02/05 最終アクセス)