

タイトル	中華料理はどのようにして日本で愛されるようになったのか？		
所属	南山大学人文学部人類文化学科藤川ゼミ	氏名	菊池桃子

1. 卒論で問いたいこと

「中華料理はどのように日本で愛されるようになったのか？」
→それを考えるための論点は？

- ・中華料理はなぜ日本に入ってきたのか
 - ・中華料理はなぜ日本人ウケがいいのか
 - ・中華料理店はなぜチェーン店になりやすいのか
 - ・中華料理と中華街との関連性とは
 - ・そもそも中華料理とは
- etc...



2. 中華料理とは



- ・そもそも中華料理という語は日本では日常的に使用されるが、中国や韓国などでは日本独特の中国料理を指す。
- ・中国料理には北方、東方、上海、蘇州、南方、西方などと系統づけられる数多くの地方料理が融合、再形成を繰り返している。
→中国料理を1つの料理体系として認識することは難しい。
- ・国民料理として中国料理を捉える場合、1949年の中華人民共和国の建設が重要となる(宴会での中国料理)



3. 中国料理が国民食に



- ・地方の料理から中国を代表する国民料理に発展しただけでなく、国境を超えて他国の国民料理にもなった(主に麺料理)
(例)ラーメン/日本 チャジャン(ジャージャー麺)/韓国
フォー/ベトナム ミーゴレン/インドネシア
→これらの料理は中国料理がルーツだが、その土地の国民料理として成立している
→政府主導の国民食の形成(観光の観点から)



4. 日本での国民料理化



- ・日本でも、中国料理(この場合は中華料理)は国民料理となり、さらにはご当地グルメとしての中華料理も発展
(例)浜松餃子、宇都宮餃子、博多ラーメンなど
- ・ご当地グルメとしての中華料理が町おこしにもなっている。
(例)ラーメン街道の建設、〇〇ラーメンの考案
- ・多数の中華料理店の出現
→全国に展開するチェーン店も
→ショッピングセンターなど幅広い年齢層が訪れる場所にも展開

5. 日本での中華料理の発展

- ・なぜここまで日本で中華料理が発展したのか？
→中国料理を受け継ぎつつ、味は日本人好みに改変されている
なかなか四川料理を食べられる日本人が少ないのがいい例
→そもそもアレンジしやすいレシピが多い
餃子の中身、チャーハンの具、ラーメンの出汁など
- ・これらは日本だけに言えることではなく、中国料理が世界に広まったことの要因でもあるだろう。

中国料理の特性

6. 調査方法

- ・文献調査
(一般書、論文、雑誌、レシピ本など)
- ・チェーン店のメニューの分析
(過去のメニューが入手できれば)
- ・広告、チラシの分析
- ・本場の中国料理と日本の中華料理の食べ比べ
(コロナウイルスの状況を見つつ)



7. 課題点



- ・どこまでが中国料理なのか
→日本に入ってきているものだけを中国料理とするか
数多くの中国料理が融合しているので、1つ1つ定義すると膨大な量に
- ・味を調べる際は、独りよがりな調査になってしまう
→複数人で調査しても、それで結論づけてしまっているのか
- ・中華料理のチェーン店を調査する先行研究が少ない