

日本における麻婆豆腐の伝来と受容—調味料・香辛料によるタイプ分類—

福留奈美* 小磯華織*

Introduction and Uptake of Mapo Tofu in Japan - Classification Based on Seasonings and Spices

Nami FUKUTOME* Kaori KOISO*

This study aims to clarify when mapo tofu was introduced from China to Japan and how it penetrated the Japanese diet, as well as to classify the mapo tofu varieties that took root in Japan based on the seasonings and spices used in mapo tofu recipes. A literature review confirmed that mapo tofu has been featured in cookbooks and TV cooking programs since the late 1950s; commercial mapo tofu seasoning packets became popular in home cooking in the 1970s; and during the 1980s, mapo tofu became established as one of the most representative Chinese dishes in Japan. A hierarchical cluster analysis of 101 recipes collected from cookbooks, home economics textbooks, and cooking training materials revealed the following types of mapo tofu: a Japanese style (41 recipes) typically seasoned with miso (Japanese soybean paste) and sugar and often chili peppers for spiciness; a Chinese style (45 recipes) based on sweet flour paste with the addition of broad bean chili paste for spiciness; and another style (15 recipes) using distinctive seasonings and spices such as oyster sauce and Sichuan pepper. The results suggest that mapo tofu dishes can be broadly classified into two types depending on whether the main seasoning is Japanese miso or Chinese sweet flour paste.

(Received November 14, 2022; Accepted January 17, 2023)

緒言

1980年代から始まった辛味への嗜好は、現在まで継続的に激辛ブームと称され続けてきた。第1次激辛ブームのきっかけは、ポテトスナック「カラムーチョ」(湖池屋、1984年発売)が全国的にヒットしたことが定説となっている。辛さを売りにしたインスタントラーメンや菓子パンが追随し、1986年、ユーキャン新語・流行語大賞の新語部門・銀賞に「激辛」が選ばれた。1990年代には、タイ料理に続いて韓国料理等のエスニック料理が広まり、カップサイシンのダイエット・美容効果が注目されて第2次激辛ブームが起こった。1994年に世界一辛い唐辛子としてハバネロがギネスブックに登録され、スナック菓子「暴君ハバネロ」(東ハト、2003年発売)のヒットに続

いて、ハバネロよりもさらに辛味の強い「ブート・ジョロキア」、激辛ラーメン、食べるラー油等が注目され、2000年代から2010年代にかけて第3次激辛ブームとなった。この間、漬物ではキムチが、塩たらこよりも辛子明太子が、パスタではペペロンチーノやアラビアータがよく食べられるようになった。そして現在は、中国語でしびれる辛さを意味する麻(マー)やスパイシーなインドカレーが注目される第4次激辛ブームだとされる^{1,2)}。日本人の辛味に対する嗜好は時代と共に変化し、外来の食文化の影響をそれぞれに受けていることがわかる。

これまで筆者は、日本の食文化の独自性を表す食材に着目した研究を進める中で、日本を代表する香辛料である山椒について、ゲノム解析によって全国で大きく8つ

Keywords: 麻婆豆腐、調味料、香辛料、クラスター分析、異文化の伝来と受容

* 東京聖栄大学健康栄養学部

の系統があることを明らかにした³⁾。また、樋爪 (2021) は、日本の山椒とは異なるものとして中国の花椒 (ホワジャオ) について報告している⁴⁾。中国・四川の花椒については、専門書が台湾で出版され⁵⁾、現在、和訳本の翻訳が進められている。スパイス業界にはシビレ香辛料と呼ぶジャンルがあり、麻辣醬 (マーラージャン) や花椒等のシビレ香辛料の消費が伸びているときく。本研究をはじめたきっかけに、この山椒と花椒への注目がある。

麻婆豆腐の中には、四川料理店で出されるこうした花椒を使う本格的な四川風のものもあるが、一方で、辛さをおさえた中華合わせ調味料「麻婆豆腐の素」で作る麻婆豆腐もある。調理実習の麻婆豆腐の中には、八丁味噌等日本の調味料を使ったレシピがあり、給食メニューの定番となっている甘い麻婆豆腐も存在する。また、赤くない白い麻婆豆腐や広東風の麻婆豆腐も最近見かける。以上のように、日本には麻婆豆腐のバリエーションが存在するが、その詳細はわかっていない。

そこで、本研究では、中国・四川省の郷土料理である麻婆豆腐がいつごろ日本に伝来し、どのようにアレンジされて日本の食卓に浸透したのか、また現代日本でどのような麻婆豆腐が作られているのかを、調味料・香辛料の使い方によってタイプ分けしてとらえることを目的とする。

謝 (2018) は、日本の食文化研究の第一人者である石毛直道から「中国料理にかぎらず、近代日本における外来の料理の普及は外食からはじまり、①外国人を顧客とする外食店を起源とする、②日本人の顧客を対象とする日本人の料理人の作る料理となる、③家庭料理化する、④食産業によって工場で生産され、大量に供給される商品化するという、四つの段階を経るごとに、日本の変形の度合いが強くなり、本国における料理とは異なるものになる」という指摘を受けたと述べている⁶⁾。日本における麻婆豆腐の普及のプロセスもこの流れにそうものであるかについて検証することとする。

中国料理の受容に関する先行研究

中国料理と四川料理の日本への伝来と浸透については、いくつかのまとまった報告がある。

謝 (2018) は、日本とオーストラリアそれぞれにおける四川料理の伝来と定着のプロセスを比較し、日本で1960年代に料理人陳建民によって広められた四川料理は、その後日本人の好みに合わせて調味料や食べ方等を改良することで現地化された傾向が強いのにに対し、オーストラリアでは、2000年代に開業した四川料理店がリー

ドして四川省の特殊な食材や調味料にこだわり「本場化」された傾向が強いと結論づけている⁶⁾。

川口 (2021) は、明治期以降に日本に支那料理として紹介された中国の料理は、日本の家庭向けに魚介を多く使うことで普及が図られ、戦後は中国料理として中国系の特定の講師が紹介するようになり、1980年代からは数多くの講師が様々なアレンジを加えながら中華的な要素を持つ料理を作るようになったと結論づけている⁷⁾。同報告は、NHKの料理番組「きょうの料理」や雑誌「料理の友」(1910年代～1940年代)の中華料理を網羅的に集め、登場した講師や使われた食材等を数量的にとらえたものである。その結果では、「きょうの料理」に登場した中国系の講師としては、1950年代から出演する王馬熙純がとくに1960年代から80年代にかけて圧倒的に多く、その次が陳建民だった。また「きょうの料理」に頻出する年代別上位の料理として麻婆豆腐が登場するのは1990年代の6位からで、2000年代で5位、2010年代で3位と順位を上げていた。その他の上位の料理には餃子、チャーハン、春巻き、シューマイ、酢豚等があり、麻婆豆腐同様に家庭内でよく作られている中華料理のメニューが料理雑誌やテレビ番組で繰り返し取り上げられていたことがわかる。

南・舟橋 (2003) は、日本において明治期以降に刊行された中国料理書の数が戦後急増したこと、中華料理と中国料理の呼称については、明治期から1930年頃までは支那料理、1930-50年代までは中華料理と中国料理が混在、1960年代以降は中国料理に呼称が統一される傾向にあると報告している⁸⁾。

同じく中華料理と中国料理について、岩間 (2019) は、新聞および図書での出現頻度をもとに、日中戦争後に支那料理から中華料理へと呼び名が変わったこと、そして、1960年代からすでに中国料理の呼称が中華料理よりも多用されていたと指摘する。また、1972年の日中国交正常化によって中華民国の料理を意味する中華料理ではなく、中華人民共和国の料理という意味を込めて中国料理と呼称し始めたという説があるが、それは間違いだと指摘している⁹⁾。

現在、中華料理、中国料理のどちらの呼称も使われている中で、徐 (2018) は歴史的変遷もふまえた上で両用語を定義づけている。それぞれが提供するメニューの種類や価格帯、店の雰囲気には相違点が多く、「中華料理店は大衆食堂で… (中略) …日本人のおじさんが中華鍋を片手に作る」日本人の口に合わせて調整したものが中華

料理だとする。それらは、本場の味とは異なる料理であるのに対し、中国料理は「腕の良い中国人シェフを雇って…（中略）…高級な食材を使い、より本場と近い高級料理を提供する」店だと定義している¹⁰⁾。

徐によるこの区分を生かして麻婆豆腐をとらえると、ラーメンや餃子を出す庶民的な中華料理屋で出される麻婆豆腐は日本人が食べやすいようにアレンジした日本式の麻婆豆腐である可能性が増す。一方、四川料理と看板に出すような中国料理店で出される麻婆豆腐は、本場の調味料・香辛料を使った本場・四川の麻婆豆腐に近いものだろうと推察される。日本には、この2つの方向性の麻婆豆腐があり得るとともに、その中間的なものや新しい方向性のアレンジが加えられたものもあると考えられる。

中林（2021）は、四川における麻婆豆腐の創出と日本における伝播と浸透の流れを、調味料等の使い方にも着目して【四川原版】【陳興盛飯舗版】【四川版】【日本店舗版】【日本家庭版】【レトルト版】【日本アレンジ版】に分類して述べており、参考になる¹¹⁾。

以上、先行研究を参照しつつ、本研究では、麻婆豆腐の伝来と浸透の表出をレシピに見出すこととし、調理実習書や料理書に登場する麻婆豆腐のレシピのとくに調味料と香辛料に着目することとした。

調査方法

1. 文献収集・分析

都内8か所の図書館（教科書研究センター、味の素食の文化センター、東京都立中央図書館、江東区立東陽・豊洲・東雲図書館、東京聖栄大学図書館、国立国会図書館）と東京聖栄大学食文化研究室所蔵の料理書・家庭科教科書・調理実習書等から、麻婆豆腐や四川料理に関する資料と麻婆豆腐レシピの収集を行った。

2. レシピ分析による分類

麻婆豆腐レシピ125品の調味料・香辛料の使用に着目し、出現頻度が合計で5以下のものを除き101品に絞り込んだ。次に、仮説として、日本的なレシピと中国的なレシピ、その他、とくに中国の中でも地方料理である四川料理の特徴がでたレシピ等が存在すると考え、階層型クラスター分析により101品を3群に分けてみることにした。また、3群の調味料・香辛料の使用割合から各レシピ群の特徴づけを行うことにした。解析は、統計ソフトSPSS ver.28.0を用いた。

3. 「麻婆豆腐の素」の収集

2019年6-10月に、系列の異なる大手スーパーマーケットで店頭販売されているレトルト製品の「麻婆豆腐の素」を収集した。

結果と考察

1. 収集した麻婆豆腐レシピの概要

収集したレシピ125品が収載された資料と冊数をTable 1に、刊行された年代順に数をFigure 1に示す。

複数のレシピを収載する料理書もあり、計116冊からレシピ計125品が得られた。料理書からのレシピは75品と最も多く、次に大学の調理実習書の44品、高校の家庭科総合およびフードデザインの検定教科書(全6冊、出版社4社)には各1品が取り上げられていた。

刊行レシピ数は、1950-1960年代には少ないが1970年代に急増し、その後1980年代は若干少ないものの2000年代まで横ばいで2010年代にまた倍増している。

1950-1960年代の計5点中、中国系著者によるものが4点、内1点は調理技術書だった。1970年代には大学の調理実習書での取り扱いが始まったが数は少なく、中国料理について学ぶための専門料理書のレシピが多かった。

Table 1 麻婆豆腐のレシピを収集した資料の冊数と品数

	資料の種類	冊数	レシピ数
1	市販の料理書 (1958~2019年)	66	75
2	大学の調理実習書 (1969~2019年)	44	44
3	高校家庭科教科書(総合) (1994~2017年)	6	6
	合計	116	125

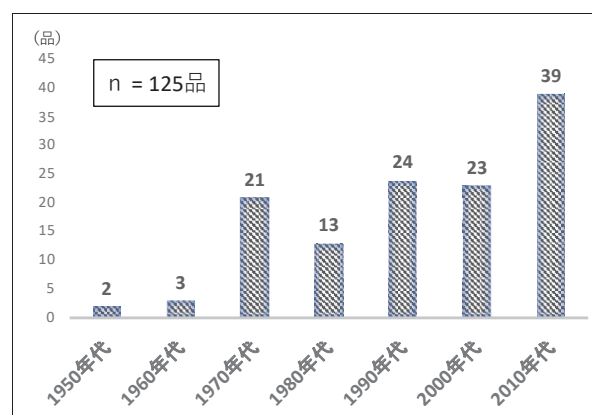


Figure 1 麻婆豆腐の年代別刊行レシピ数

1980年代には、調理実習書の刊行が増え、大学の調理実習で中国料理の献立として麻婆豆腐が取り上げられることが多かった1990年代から2010年代にかけては、プロの料理人や料理研究家を書いた家庭向けの一般料理書への掲載が多く、家庭で作る基本のおかずの一品として、また基本の中華料理を学ぶ一冊の一品として等、定番の家庭料理のひとつとして麻婆豆腐が紹介されている例が多く見受けられた。

教科書では、1994年に初めて高校家庭総合1冊で唐辛子入りの八丁味噌と砂糖で味付けしたレシピが登場した。その後、2000年代後半に他2社が、2010年代にはさらに1社が麻婆豆腐レシピを教科書に採用し、それらには豆板醤が使われていた。家庭科教科書において、子どもの食として辛い香辛料の使用は積極的になされるものではなかったが、市販品や外食メニュー、スナック菓子の辛味が強いものがでてきて、高校生向けのレシピにおいても辛味のある麻婆豆腐が定番の中国料理メニューとして掲載されるようになったことに、時代の流れを感じる。家庭科教科書はその時代の生活を反映するものとして、調理実習メニューについても変化していることがわかる。

2. 麻婆豆腐の伝来と浸透の変遷

1) 麻婆豆腐の伝来時期

中国の料理は、明治期の1880年代から支那料理として日本に紹介され、国会図書館所蔵の1885年以降の料理書のタイトルにも支那料理の表記が数多くみられる。これら支那料理の料理本への掲載状況を確認したところ、いずれにも麻婆豆腐は取り上げられていなかった。また大塚(2015)は、大正・昭和時代前期の料理本に「麻婆豆腐」は見られないとあり¹²⁾、河原(2020)は、1937年に始まった日中戦争で、蒋介石率いる国民党政府は首都を四川省の重慶に移し、日本軍を相手に終戦まで抗日戦を続けた。そのため、四川省に日本軍が入ってくることはなく、それゆえ、その頃までに四川料理が日本に伝わることはなかったと指摘している¹³⁾。以上より、麻婆豆腐は第二次世界大戦前に日本に伝来したというよりは、戦後に広まったものと考えることが妥当であろう。

2) TV・雑誌等による麻婆豆腐の普及

収集したレシピ125品のうち最も古いものは『中国料理』(王馬熙純著、1958年6月)だったが、それ以前に出版された料理本について更なる調査が必要と考える。

岩間(2019)によると、戦後最初の料理本は1947年刊で、1954年までに6冊、1960年までにさらに15冊があり、1951年頃に復刊した雑誌『料理の友』では少なくとも1952年から中国料理が特集や記事でみられるようになったとある。また、第二次世界大戦後すぐの復興期には、アメリカ産小麦とラードの闇ルートへの横流しによって「中華そば」が闇市の名物となり、戦後の飲食業界でいち早く復興したのは華僑による中国料理だったこと、そして1955年には餃子も加わり、中華そばと餃子という中華料理屋の定番メニューが、戦後10年のうちにかなり普及していたと述べている⁹⁾。そうした中国から来日した人たちが提供する中華料理メニューに麻婆豆腐をはじめとする四川系の料理が含まれていたかどうかは定かではなく、四川出身の料理人がどれだけいたかによると考えられる。

麻婆豆腐を日本に紹介したのは、1952年に来日し、1958年11月、新橋に四川料理店「四川飯店」を開業した四川省出身の料理人陳建民であるというのが通説となっている。陳建民は、店で麻婆豆腐を提供するだけでなくNHK「きょうの料理」にも1966年から出演し、麻婆豆腐を紹介している。実際は、王馬熙純が1958年6月刊行の料理本にレシピを紹介したり、「きょうの料理」への出演も1959年と、陳よりも随分早くに露出している。しかし、陳建民は四川料理を掲げた飲食店の看板メニューとして、また四川料理の料理人を代表する者としてテレビや雑誌で広く麻婆豆腐の普及に貢献した点で王とは異なる。陳建民は、その後息子の陳建一とともに1970年に赤坂に店を移転し、孫の陳建太郎も加わり、三代続けて四川料理の浸透に貢献したことで知られる。

岩間(2019)によると、1964年の東京オリンピックに向けてホテルが建設され、東京を中心に大規模ホテルとそれに付設される中国料理店が続々と開業したとある。さらには新橋の田村町が高級中国料理店の密集地となり、多数の腕利きコックが香港・台湾から招かれて、世界的にも最新で最高水準の中国料理が日本で提供され始めた時期にあたりとある⁹⁾。

1960年代から1970年代には、白黒テレビだけでなく東京オリンピックを契機にカラーテレビも徐々に普及し、NHK「きょうの料理」(1957-)、「キューピー3分クッキング」(1963-)といった料理番組が全国で見られるようになった。番組だけでなく民放では合間に流れるTVコマーシャルも食情報の発信に寄与し、1969年には日本の第1号レトルト食品である「ボンカレー」のCMが放送さ

れ話題となった。

麻婆豆腐については、1971年にレトルト製品の「丸美屋 麻婆豆腐の素」が発売されたが、当初は認知度が低く、販売促進に随分苦労したという¹¹⁾。1970年代後半になって生産量が急激に伸びたことから、その頃には、中国の一地方料理である麻婆豆腐が、日本の家庭で手軽に作って食べるものとして認知されつつあったことがわかる。

1980年代から1990年代にかけては、グルメブームと呼ばれる現象が起こる。グルメコミックの火付け役である「美味しんぼ」(1983-)の連載が始まり、「オレンジページ」(1985創刊)、「Hanako」(1988創刊)、「dancyu」(1990創刊)等のグルメ雑誌が創刊され、レシピが収録された料理本や料理雑誌が数多く出版されるようになった。料理研究家栗原はるみ著の料理本『ごちそうさまが、ききたくて。』(1992)は121万部のミリオンセラーとなり、シェフや料理研究家等、有名人や有名店の料理レシピが家庭で作れるように発信された。麻婆豆腐をはじめとする四川料理については、陳建民と陳洋子による『中国四川料理-おそうざい(基礎編)』(中央ミニムックス、1983)や陳建一による『陳建一の四川料理』(実業之日本社、1996)等が出版された。

3) 飲食店メニューにおける麻婆豆腐

飲食業界では、1970年に始まったファストフード、ファミリーレストランの普及に続き、1980年代から1990年代にかけて、フランス料理やイタリア料理等の専門料理店で本場のワインと共に本格的な料理を楽しむ機会が増えた。スターシェフをTV番組で見掛けることが日常となり、中国料理では「炎の料理人」の愛称で親しまれた広東料理人の周富徳(1943-2014)が、自身の店である「聘珍楼」、「赤坂璃宮」の名や広東料理の存在を知らしめた。また、料理人が対戦する人気TV番組「料理の鉄人」(1993-1999)で中華の鉄人陳建一は、自身の店「四川飯店」の名と共に四川料理や麻婆豆腐の存在をより広く全国に知らしめることに貢献したと考えられる。

いわゆる本格中華¹⁾と呼ばれるこうした中国料理専門店は、街中に点在するだけでなく中華街や高級ホテル、百貨店のレストランフロアに行けばある。興味深いことは、こうした中国料理専門店では、四川料理専門店ではない広東・上海・北京料理の店であっても、そのほとんどで麻婆豆腐が提供されているだろうことである。

一方で、いわゆる町中華²⁾と呼ばれる個人経営の小さな町の中華料理店でも、「餃子の王将」「日高屋」等の中

華料理チェーン店で麻婆豆腐定食や麻婆丼が定番メニューとして提供されてきた。

平成時代(1989-2019)の30年間は、携帯電話とともにインターネットが広く一般に普及し、食のトレンド情報の発信は、TV・ラジオ・新聞・雑誌等と並行してインターネットを介したグルメサイト、料理レシピサイト、SNS(ソーシャルネットワーキングサービス)等で行われるようになった¹⁴⁾。2021年には、いわゆるガチ中華³⁾と呼ばれる日本人向けにアレンジされていない中国の本場の味を提供する店がネット上で話題となった。日本人が提供する町中華でもなく、日本人顧客を相手にする本格中華でもなく、コロナ禍で帰国できなくなった在留中国人や中国のオーセンティックな本物の味を求める日本人に受ける本場の味を提供する店である。NHK クローズアップ現代でも2022年10月にガチ中華が取り上げられた¹⁵⁾。ガチ中華の麻婆豆腐では、花椒や唐辛子が油に浮くほどたっぷりと使われ、日本人にとって新しいタイプの麻婆豆腐といえるだろう。なお、町中華とガチ中華については岩間(2023)も参考にされたい¹⁶⁾。

4) 麻婆豆腐の浸透のプロセス

以上、麻婆豆腐は、日本人が知る最も身近な中華料理・中国料理のひとつとして、いわゆる本格中華・町中華・ガチ中華のあらゆるジャンルで数多くのバリエーションが存在するものとなった。前述の石毛がいうところの外来の料理の普及①から④のプロセスを麻婆豆腐に当てはめると、若干の違いと追加が見いだせる。

まず、①外国人を顧客とする外食店を起源とするという点では、陳建民による「四川飯店」のように最初から日本人を顧客とする外食店メニューとして紹介された点で異なる。以降は②日本人の顧客を対象とする日本人料理人が作る料理という点では町中華がそれを普及し、③家庭料理化についてはTV・雑誌等の料理メディアが食情報の提供により進め、④食産業によって工場生産され大量に供給され商品化する点では「麻婆豆腐の素」が家庭内調理への浸透を促したといえるだろう。

本研究では、その次段階として、外来的料理に関する情報が広くいきわたり、その料理が人々の食生活に深く浸透した後は「本場の味」が求められるという傾向が観察された。すなわち、本研究の結果を踏まえて次段階を付記するならば⑤本場のオーセンティックな味が本国料理人によって提供される段階が観察され、今後は、⑥より本場に近い味が食品加工製造に反映される、という

段階に進むと筆者は予測する。⑥については本稿結果と考察第5節で述べる。

3. 調味料・香辛料の使用頻度の集計

全125品のレシピの材料欄に記載されている調味料・香辛料をひろい出し、豆鼓と豆鼓醬のように類似したものをまとめて整理すると30種類になった。味の系統別に①～⑤の調味料と⑥酒と香辛料に分けて示す。

- ① 塩味系調味料：醤油、赤味噌・八丁味噌、味噌・米味噌・麦味噌、唐辛子味噌、甜麵醬（テンメンジャン）、豆鼓・豆鼓醬（トーチージャン）、口磨醤油（コウモジャンヨ）、だし醤油、オイスターソース、老抽（ラオチュオ）、炸醬（ジャージャン）、辣醬・辣醬（ラージャオジャン）、塩
- ② 酸味系調味料：酢、ケチャップ
- ③ 辛味系の調味料：豆板醬（トウバンジャン）、唐辛子
- ④ 甘味系の調味料：砂糖、黒砂糖、みりん、メープルシロップ
- ⑤ うま味系の調味料：鶏がら・中華スープの素、うま味調味料、だし汁
- ⑥ 酒、香りづけおよび辛味づけの香辛料：酒・日本酒・清酒、老酒・紹興酒、粉山椒・山椒・山椒粉、花椒（ホワジャオ）・花椒粉、コショウ・白コショウ、辣粉

次に、調味料・香辛料30種類の125品における使用頻度を集計した結果、だし汁、メープルシロップ、黒砂糖、みりん、炸醬、だし醤油は各1、辣醬・辣醬、口磨醤油、辣粉は2、酢、ケチャップ、老抽は3、唐辛子味噌は5であった。以上13種類は頻度が低いことから、特殊な調味料・香辛料の使い方と判断して除くとともに、それらを含むレシピ24品を除き、101品についてクラスター分析による分類を行うこととした。

101品における調味料・香辛料の使用頻度を頻度順に

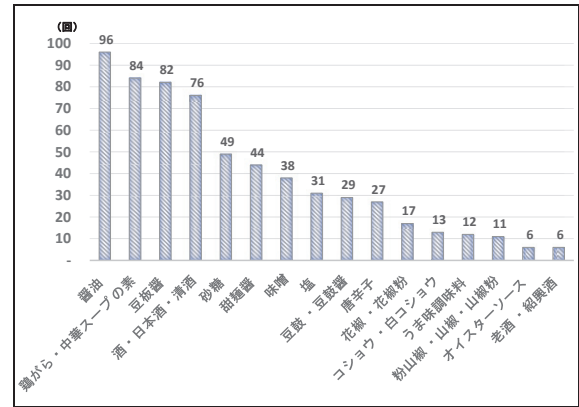


Figure 2 麻婆豆腐レシピ101品中の調味料・香辛料出現回数

Figure2に示す。なお、Figure2では、17種類の調味料・香辛料の使用頻度のうち赤味噌・八丁味噌(24品)と味噌・米味噌・麦味噌(14品)は日本の「味噌」として合計38品として示した。

4. クラスタ分析による麻婆豆腐レシピのタイプ分類

3群それぞれの調味料・香辛料の使用の有無をみることで、大きなクラスター2つのレシピ群（主に日本的な調味料を使うものと中国的な調味料を使うもの）と比較的小さなレシピ群（その他）に分かれた。各群の調味料・香辛料の平均使用割合をTable 2に示す。

1) 麻婆豆腐の主な2分類とその他の分類

① 日本風レシピ (41品)

まず、一つ目の料理群41品では、赤味噌・八丁味噌使うレシピが半数を占め、その他の味噌も含め日本の味噌を使うレシピが8割以上あった。砂糖の使用も9割あり、中華甘味噌と呼ばれる甜麵醬の使用はほとんどなく、味噌と砂糖で甜麵醬の代替をしているものと考えられた。豆板醬の使用が6割あるものの、唐辛子の単独使用、または豆板醬との併用を含めて唐辛子が約4割で使用されていた。

Table 2 麻婆豆腐レシピ3群における調味料・香辛料の使用割合辛料出現回数

麻婆豆腐のタイプ	レシピ点数	醤油	赤みそ・八丁みそ	みそ・米みそ・麦みそ	甜麵醬	豆鼓・豆鼓醬	砂糖	塩	鶏がら・中華スープの素	うま味調味料	オイスターソース	唐辛子	豆板醬	粉山椒・山椒粉	花椒・花椒粉	コショウ・白コショウ	酒・日本酒・清酒	老酒・紹興酒
日本風	41	1.00	0.54	0.32	0.07	0.10	0.90	0.32	0.93	0.12	-	0.41	0.63	-	0.05	-	0.71	-
中国風	45	1.00	-	-	0.82	0.47	0.18	0.31	0.78	0.13	-	0.16	0.93	0.18	0.20	0.13	0.89	-
その他	15	0.67	0.13	0.07	0.27	0.27	0.27	0.27	0.73	0.07	0.40	0.20	0.93	0.20	0.40	0.47	0.47	0.40

※0.8以上太字

② 中国風レシピ (45品)

45品ある中で日本の味噌を使うレシピは1品もなく、甜麵醬を使うレシピが8割、豆板醬は9割以上で使われ、豆鼓・豆鼓醬の使用も約5割あった。酒・日本酒・清酒の使用も多く、中国風レシピと分類はしているが、老酒・紹興酒等の中国酒の代替として日本の酒が使われると考えられるレシピがほとんどだった。山椒、花椒の使用もみられたが約2割にとどまった。

③ その他レシピ (15品)

オイスターソース、花椒を使用するレシピがそれぞれ15品中4品あった。オイスターソースは広東料理の定番調味料として知られるもので、四川の地方料理である麻婆豆腐を広東風にアレンジするために使用されたレシピである。一方、花椒はしびれる辛さをもたらす四川らしさを強調したレシピに使用されるものと考えられた。また、この群のレシピの4割に、他の2群では使用されていない中国の酒、老酒・紹興酒が使用されており、より本場に近い調味料使用の傾向が見て取れた。

2) 麻婆豆腐のタイプ分類のまとめ

以上より、麻婆豆腐の主なタイプに日本風と中国風の大きな2分類があり、調味料の中でもとくに、日本の味噌を使うか甜麵醬を使うかによってタイプ分けができることが示唆された。また、オイスターソースや花椒のように地方性を有する特徴的な調味料・香辛料の使用により、アレンジタイプとオーセンティックな本場タイプという方向性の異なる麻婆豆腐レシピがあることが確認できた。

ここで注意すべきは、中国風と分類したレシピの特徴が、必ずしも四川本場の麻婆豆腐レシピの特徴であるとは限らない点である。中林 (2021) によれば、甜麵醬を使用する麻婆豆腐のレシピは、日本人の舌に合わせてアレンジを加えた陳建民によるものとする¹¹⁾。ここでは、日本の味噌ではなく中国の発酵調味料である甜麵醬を使用するという点で、日本人からみた「中国風」のレシピ群という意味で本分類名を命名した。

5. 市販「麻婆豆腐の素」にみる傾向

1) 2020年収集の商品25点の詳細

2020年に首都圏のスーパーマーケットやその他の小売店で売られていた「麻婆豆腐の素」25点を収集した。

一覧を Table 3 に示す。

1971年に初めて「麻婆豆腐の素」を発売した丸美屋食品工業株式会社は、3シリーズ、計9点の製品を持つ最大手のメーカーである。元祖「麻婆豆腐の素」ともいえる「丸美屋麻婆豆腐の素」シリーズは、中辛以外にも甘口と大辛があり辛さのバリエーションが3段階に分かれている。また、「鶏しお味」のパッケージに見る料理イメージは、あっさりしたシンプルな塩味を連想させる白っぽい見た目の麻婆豆腐である。他にもプレミアム感を出した「贅を味わう」シリーズでは、中辛・辛口で3種類の豆板醬をブレンドして使用し、広東風では蠔油・XO醬・蝦醬を使用して本格的な味わいであることをアピールしている。また、材料や味付けの系統で特徴づけをした完熟トマト風味（中辛）と担々風（中辛）もあり、麻婆豆腐と一言でいってもさまざまなバリエーションが市場に出回っていることがわかった。

続いて製品5点を収集した味の素株式会社のCook Doシリーズでは、オレンジのパッケージの麻婆豆腐（甘口）は甜麵醬を、赤を基調とした赤麻婆豆腐（中辛）は豆板醬を、黒を基調とした黒麻婆豆腐（辛口）は、四川山椒を特徴づけとしてパッケージに大きく取り上げ強調している。さらに、地域別の特徴を感じさせる本格的な四川式麻婆豆腐では、辣油・豆板醬の使用を、広東式では蠔油の使用を強調したパッケージである。

株式会社中村屋の新宿中村屋シリーズ3点では、味わいの特徴を名称に全面的に出しており、「コクと旨み、ひろがる」「辛さ、ほとぼしる」「鮮烈な辛さ、しびれる」等の文言が並ぶ。

株式会社横浜大飯店は、「中華街の麻婆豆腐がつくれる

Table 3 市販「麻婆豆腐の素」25点 (2020年収集)

	製造元/販売元/輸入元	ブランド名	点数
1	丸美屋食品工業株式会社	丸美屋麻婆豆腐の素(4)、丸美屋贅を味わう麻婆豆腐の素(3)、その他の麻婆豆腐の素(2)	9
2	味の素株式会社	Cook Do	5
3	株式会社中村屋	新宿中村屋	3
4	株式会社横浜大飯店	中華街の麻婆豆腐が作れるソース	2
5	株式会社聘珍樓	聘珍樓シェフシリーズ(1)、聘珍樓(1)	2
6	寿がきや食品株式会社	本家赤から	1
7	株式会社アライドコーポレーション	四川で食べた麻婆豆腐	1
8	ユーキトレーディング株式会社	YOUKI	1
9	日本水産株式会社	ニッスイ	1
		合計	25

ソース」をシリーズ名として、横浜大飯店という店名と中国らしい文様をパッケージに配し、四川式では麻辣醤を使用し、広東式ではオイスターソースを使用していることを表示して特徴づけを行っている。同じく中国料理専門店である聘珍樓は、シェフシリーズとスタンダードタイプのパッケージの2種を出す。

残る4社（寿がきや食品株式会社、株式会社アライドコーポレーション、ユーキトレーディング株式会社、日本水産株式会社）は、それぞれ1点の製品を持つ。

麻婆豆腐研究会（2005）によると、1971年に丸美屋食品工業株式会社のレトルト製品「麻婆豆腐の素」が発売され、「麻婆豆腐の素」の浸透は発売翌年からテレビでオンエアされたCMによると言っても過言ではない。これにより、「マーボトウフ」という耳慣れない料理名は一気に全国へ広がった。」とある¹⁷⁾。同じく1972年には理研ビタミン「マボちゃん」を、1974年にはハウス食品工業が「ククレ麻婆豆腐の素」を発売し、「1978～1980年にかけては甘口や辛口等各社が味のラインナップを急増。こうしたライバル合戦は、「麻婆豆腐の素」の存在を世に広め、スーパーでひとつの棚を確保し、調味料としての地位を不動のものにした。」とある。

2) 市販「麻婆豆腐の素」の分類と今後の方向性

1971年から現在に至る50年間に、「麻婆豆腐の素」のバリエーションは増えてきたが、大きくは中庸な辛さのスタンダードタイプ、辛味を抑えた甘口タイプ、そして近年注目されるシビレ香辛料の花椒や辛味の強さを強調した辛口タイプ、そして、本場四川にはないオイスターソースを使ったものや見た目に新しい白い麻婆豆腐等のアレンジタイプの大きく4つに分類されると結論する。

今後は、第4次激辛ブームやガチ中華の注目に後押しされ、より本場化が進んだ超辛口タイプの商品等がでてくるのではないかと予想される。

まとめ

本研究では、日本における麻婆豆腐の伝来の時期と食生活への浸透のプロセスについて、文献調査と共に書籍類に収録されたレシピとレトルト製品の「麻婆豆腐の素」に着目して調査を行った。料理本・調理実習書・家庭科教科書等から収集したレシピは、1958年王馬熙純著の専門料理書からのものが最も古く、2019年刊行までの計116冊からの125品だった。

刊行レシピ数は、はじめは中国料理人や専門料理書で

の取り扱いだったものが、1970年代に大学の調理実習書での取り扱いが増え、1980年代以降はグルメ雑誌や料理人・料理研究家による一般向け料理本での取り扱いが増加した。また、高校家庭科教科書への掲載は1990年代半ばに始まった。

麻婆豆腐の日本の食生活への浸透は、1950年代後半に中国料理人陳建民の飲食店メニューによる紹介に始まり、1960年代には王馬熙純、陳建民他による料理番組や中国料理専門書での紹介、1970年代にはレトルト製品「麻婆豆腐の素」発売と調理実習書での取り扱いの増加、1980年代以降はグルメブームとマスメディアによる情報発信に後押しされて、麻婆豆腐は外食メニューから家庭内調理に至るまで広く浸透した。そして、平成を経て令和時代に入り、本場のよりオーセンティックな麻婆豆腐が注目されると予想する。

また、収集したレシピにおける調味料・香辛料の使用実態による分類を試みた結果、味噌や甜麵醬等の調味料使用によって「日本風」「中国風」に大きく2分類されることと、オイスターソースや花椒のような特徴的な調味料・香辛料の使用によって「その他」に分類される麻婆豆腐のバリエーションが増える可能性がある。

なお、「麻婆豆腐の素」の収集は2020年6月時点のものであり、第4次激辛ブームといわれる近年の動向からその後も新商品の開発が進んでいるものと考えられる。今後も、継続的なリサーチと分析の継続が望まれる。

本研究は、レシピに使用される調味料・香辛料とその組み合わせが、人々の好みや外来の料理を受け入れる伝来・変容・受容のプロセスを反映するという考えのもとに始めたものである。本稿では、1950年代から2010年代までのレシピをタイプ分類した結果を報告した。本結果をふまえ、各時代のレシピが主にどのタイプに分類されるかを照合することで、麻婆豆腐の変容と受容のプロセスを明らかにできると期待する。

また、本研究の手法は、麻婆豆腐に限らず、中国料理に限らず、多くの外来の料理に応用可能と考える。今後も、出版される料理本から継続してレシピ収集をすると共に、データサイエンスの手法でより広範囲のビッグデータからのレシピ情報を収集・分析し、外来の異文化の伝来・変容・受容と発展のプロセスの傾向をとらえることが考えられる。より通時的で網羅的なレシピ分析の手法が確立され、食の変遷をとらえる食文化研究に応用されることを期待する。

謝 辞

本研究の結果・考察を導くにあたり、(一社)日本家政学会食文化研究部会例会(2022年12月)講演他、岩間一弘氏(慶応義塾大学)より多くのご教示をいただいた。ここに感謝申し上げます。

注

*1 本格中華：後述する町中華、ガチ中華に対して、日本人の口にある程度合わせた本格的な中国専門料理を意味する。作るのは、有名店や現地で修業した日本人料理人、または日系二世・三世を含めた中国系料理人で、広東・上海・四川・北京料理といった四大料理、あるいは山東料理、江蘇料理、浙江料理、安徽料理、福建料理、湖南料理等、地方料理の名称を掲げた店の料理が該当する。ガチ中華というカテゴリーが出てくる前は、本場の料理という意味で使われることも多く、未だ用法は曖昧なところもあるが、今後、定義づけが進んでいくものと考えられる。

*2 町中華：どこの町にもある日本人料理人が作る小さな中華料理店をさす。ラーメン、餃子、チャーハン、レバニラ炒め、もやし炒め等の大衆的な中華料理だけでなく、トンカツ、カレーライス等を出す店も多い。町中華を題材にしたTV番組や特集が2019年以降増えている。

*3 ガチ中華：日本人の舌に合わせた料理ではなく、本場中国の味を出す中国料理店¹⁵⁾とされ、2020-2021年にかけてSNSで急に注目されるようになった。友誼商店・友誼食府のフードコート等、池袋を中心に中国に帰らなくても故郷の味が食べられる店として急増している。

参考文献

- 1) 畑中三応子：辛みを求めて「激辛」へ、松島憲一、特集 刺激的な味—日本の辛い食べもの、Vesta、味の素食の文化センター、115、10-15 (2019)
- 2) ハウス食品史上“最強の辛さ”でスカッとリフレッシュ! 「しあわせの激辛」シリーズ発売 ストレス社会で戦うあなたへ、ニュースリリース 2021年04月21日、ハウス食品株式会社 Web サイト、<https://housefoods.jp/company/news/news1001002940.html> (2022/10/10)
- 3) Ginushika Premarathne et al. : Elucidation of Japanese pepper (*Zanthoxylum piperitum* De Candolle) domestication using RAD-Seq, Scientific Reports, 11, Article number: 6464 (2021)
- 4) 樋爪彩子：花椒について—山椒との比較の視点から—、日本調理科学会誌、54、70-72 (2021)
- 5) 蔡名雄：『麻辣江湖 四川花椒』、台湾賽尚圖文事業有限公司、台湾 (2021)
- 6) 謝春游：食のグローバル化における四川料理の海外展開—日本の「四川飯店」とオーストラリアの「水井坊四川酒樓」の事例を中心に—、食文化研究、14、23-34 (2018)
- 7) 川口幸大：料理テキストに見る日本の中華料理の受容と展開 —『きょうの料理』を中心に—、食文化研究、17、1-13 (2021)
- 8) 南廣子、舟橋由美：日本と中国の『中国料理』にみる料理構造の比較、名古屋女子大学紀要、49(家・自)、69-80 (2003)
- 9) 岩間一弘：『中国料理と近現代日本—食と嗜好の文化交流史』、慶應義塾大学出版会、東京、pp.14-15、pp.69-71 (2019)
- 10) 徐航明：『中華料理進化論』、イースト・プレス、東京、pp.20-25、p.82 (2018)
- 11) 中林広一：「失われた麻婆豆腐を求めて」『神奈川大学アジア・レビュー』第8号、pp.4-21 (2021)
- 12) 大塚秀明：「戦前日本における中国料理の受容について」、中山時子、『日中文学文化研究』第4号、日中文学文化研究学会、東京、p.8 (2015)
- 13) 河原一久「千夜一夜の食べ物語⑦ 日中戦争が遅らせた麻婆豆腐の日本上陸」、斎尾親徳、『通信文化』、公益財団法人通信文化協会、東京、pp.36-37 (2020)
- 14) 福留奈美：情報すくらっぷ「食のトレンドウォッチング」、『こどもの栄養』2023年2月号、児童育成協会、東京 (2023)
- 15) NHK クローズアップ現代「なぜ急増?“ガチ中華”新時代の日中関係に迫る」(2022/10/19) <https://www.nhk.jp/p/gendai/ts/R7Y6NGLJ6G/episode/te/4VR6ZXZ9JN/> (2022/10/31)
- 16) 岩間一弘：「螺螄粉(タニシビーフン)とガチ中華—皿の上の中国と日本(特集 習近平新時代 共存の道は)」『世界』第966号、pp.135-139 (2023)
- 17) 麻婆豆腐研究会『麻婆豆腐大全』、講談社、東京、pp.76-77 (2005)

和文要旨

本研究は、中国から日本に麻婆豆腐がいつ頃伝来し日本の食卓にどのように浸透したのかを明らかにし、麻婆豆腐レシピの調味料・香辛料の使用を手掛かりに日本に定着した麻婆豆腐のタイプ分けを行うことを目的とする。文献調査により、麻婆豆腐は1950年代後半から料理本や料理番組で取り上げられるようになり、1970年代には市販の「麻婆豆腐の素」が家庭内調理において普及し、1980年代以降は中華料理を代表する1品として定着したことが確認された。また、料理書・家庭科教科書・調理実習書から収集したレシピ101品を階層型クラスター分析で分類した結果、味噌と砂糖を使用し辛味づけに唐辛子を使用するものが多い日本風（41品）、甜麺醤を使用し主に豆板醤で辛味をつける中国風（45品）、オイスターソース、または花椒等の特徴的な調味料・香辛料を使うその他の群（15）に分かれた。調味料の中でもとくに、日本の味噌を使うか甜麺醤を使うかによって麻婆豆腐のタイプ分けができることが示唆された。