

博士論文

市場経済導入下の中国都市部における食生活の変化

平成 24 年 3 月

広島大学大学院生物圏科学研究科

天野 通子

博士論文

市場経済導入下の中国都市部における食生活の変化

平成 24 年 3 月

広島大学大学院生物圏科学研究科

生物資源科学専攻

天野 通子

目次

序章 研究の課題と方法	1
1 問題の所在	1
2 研究目的と課題	3
3 研究の方法	4
4 本調査におけるアンケートの概要	4
5 主題に関わる重要な用語の定義	6
第1章 食生活研究に関する動向と理論的フレームワーク	9
第1節 本章の課題	9
第2節 従来の中国食生活研究の動向	9
1 食文化論による食生活の把握	9
2 経済発展と食料消費の変化	10
第3節 中国食生活分析のためのフレームワーク～日本の食生活研究を参考に	12
1 食生活様式論による食生活の把握	13
2 本論文における「食生活様式論」のフレームワーク	17
第4節 小括	19
第2章 中国における食文化	20
第1節 本章の課題	20
第2節 中国料理の食材からみる中国文化の特徴と地域性	20
1 伝統的主食の地域性と特徴	20
2 中国料理における副食の特徴～動物性たんぱく源を中心に	22
第3節 中国の家族制度と食事方法	23
1 漢人社会における家族関係	23
2 炊事労働過程における役割分担	26
第4節 伝統的食事様式と食思想	28
1 食事様式の特徴	28
2 食思想の特徴	29
第5節 小括	31
第3章 中国における市場経済の導入と食料消費の変化	33
第1節 本章の課題	33

第2節	市場経済の導入と都市部における食料市場の変化.....	3 3
1	計画経済から市場経済への移行.....	3 3
2	市場経済の導入と中国都市部の生活環境の変化.....	3 6
3	都市部における食料市場の変化.....	3 7
第3節	中国の経済成長と食料消費の変化.....	4 1
1	中国の経済成長と都市・農村格差.....	4 1
2	都市部と農村部におけるカロリー摂取差.....	4 2
3	中国都市部における食料消費構成の変化.....	4 4
第4節	中国住民食生活ガイドと現在の食料消費.....	4 9
1	中国が目指す食料消費のあり方～食事バランスガイドより.....	5 0
2	中国の目指す食事のあり方～食生活ガイドの内容から.....	5 1
3	现阶段における中国型食生活の達成度.....	5 3
第5節	小括.....	5 4
第4章	中国における女性の社会進出と炊事労働の社会化にともなう食料消費の変化.....	5 6
第1節	はじめに.....	5 6
第2節	女性の労働力化と家事労働の役割分担の現状.....	5 6
1	中国都市部における女性の労働力化.....	5 6
2	男女別就業条件の比較.....	5 8
3	家事労働の家族間分業.....	6 0
第3節	外食率の増加と外食産業・食品産業の成長.....	6 3
1	中国都市部における外食費の増加.....	6 3
2	外食産業の変化と外資系外食企業の影響.....	6 4
3	中国における外食産業発展の背景.....	6 6
第4節	食品産業の発展.....	6 8
第5節	家庭用調理電化製品の普及の現状.....	7 0
第6節	食生活アンケートからみる成都市の炊事労働の現状.....	7 4
1	成都市の概要.....	7 4
2	アンケートの概要.....	7 5
3	アンケート全体の属性.....	7 6
4	調理頻度と加工食品利用の実態.....	8 2

5	調理頻度のクラスター分析	87
(1)	同居中の家族構成	89
(2)	年齢	89
(3)	月当たりの収入	89
(4)	通勤時間およびその他	90
6	クラスター別にみる炊事労働の社会化	91
7	加工食品の商品特性と消費傾向	92
第7節	小括	94
第5章	外資系食品産業の中国市場進出と食の多様化	96
第1節	はじめに	96
第2節	中国の市場開放と外国料理の流入	96
1	外資系ファストフードの展開	96
2	西洋式ファストフードに対するイメージ～大学生を対象としたアンケート分析より	98
第3節	外資系スーパーマーケットの外国食販売戦略～日系スーパーを中心に	103
第4節	現代中国人の食嗜好—山東省と重慶市における親子アンケートを事例に一	106
1	山東省と重慶市の概要	107
2	調査の目的	107
3	調査方法	108
4	アンケート回答者の属性	109
5	山東省と重慶市における食生活の相違点	110
(1)	親の主食別摂取頻度と児童の嗜好	110
(2)	親の動物性タンパク源別摂取頻度と児童の嗜好	110
(3)	親の乳製品別摂取頻度と児童の嗜好	111
(4)	親の加工食品摂取頻度と児童の嗜好	112
(5)	親の利用する外食店と児童の嗜好	113
(6)	親と児童の食事行動	113
第5節	小括	115
終章	現代中国における食生活の変化	117
附録資料Ⅰ	成都市都市住民を対象とした加工食品に対する消費者意識調査（中国語）	122
附録資料Ⅱ	成都市住民を対象とした加工食品に対する消費実態調査（日本語）	124

附録資料Ⅲ	大学生の外食に関する食生活アンケート調査表(中国語).....	1 2 6
附録資料Ⅳ	大学生の外食に関する食生活アンケート調査表(日本語).....	1 2 8
附録資料Ⅴ	山東省保護者用食生活アンケート調査表中 (中国語)	1 3 0
附録資料Ⅵ	山東省保護者用食生活アンケート調査表 (日本語)	1 3 4
附録資料Ⅶ	山東省児童用食生活アンケート調査表 (中国語)	1 3 8
附録資料Ⅷ	山東省児童用食生活アンケート調査表 (日本語)	1 4 0
附録資料Ⅸ	重慶市保護者用食生活アンケート調査表 (中国語)	1 4 2
附録資料Ⅹ	重慶市保護者用食生活アンケート調査表 (日本語)	1 4 6
附録資料Ⅺ	重慶市児童用食生活アンケート調査表 (中国語)	1 5 0
附録資料Ⅻ	重慶市児童用食生活アンケート調査表 (日本語)	1 5 2
参考資料リスト		

図表目次

図 1 本論文の構成	4
図 1- 1 「美土路食生活様式論」イメージ図	1 4
図 1- 2 「吉田食生活様式論」イメージ図	1 5
図 1- 3 女性の社会進出と家事労働の社会化イメージ図	1 6
図 1- 4 田中食生活様式論イメージ図	1 7
図 1- 5 炊事労働の社会化イメージ図	1 8
図 1- 6 本論文の理論的フレームワーク	1 9
図 3- 1 計画経済下での生活手段の流通経路	3 9
図 3- 2 市場経済下における農産物の流通経路	4 0
図 3- 3 中国経済成長の変化	4 2
図 3- 4 中国におけるカロリー摂取量の変化	4 3
図 3- 5 中国の食事バランスガイド	5 0
図 4- 1 中国都市部における女性就業者数の推移	5 7
図 4- 2 中国における年齢別女性労働力率	5 9
図 4- 3 都市住民一人当たりの食料費および外食費の変化	6 4
図 4- 4 中国都市部における 100 世帯当たりの家庭用電化製品保有台数	7 1
図 4- 5 中国で販売されている家庭用調理電化製品	7 3
図 4- 6 中国で販売されている多機能炊飯器	7 3
図 4- 7 調理頻度のクラスター分析	8 8
図 4- 8 クラスター別加工食品の消費頻度点数	9 1
図 4- 9 中国で販売されている冷凍食品の調理法	9 4
図 5- 1 限額以上チェーン店の売上額の推移	9 7
図 5- 2 大学生の学食に対するイメージ	1 0 2
図 5- 3 大学生のマクドナルドに対するイメージ	1 0 2
図 5- 4 大学生の永和豆浆に対するイメージ	1 0 3

図 5- 5	親のよく行く外食店.....	1 1 3
図 5- 6	児童の好きな外食店.....	1 1 3
図 5- 7	親の食事行動.....	1 1 4
図 5- 8	児童の食事行動.....	1 1 4
表 1	アンケートの概要.....	5
表 2	地域別一人当たりの可処分所得とアンケート回答者の属性.....	6
表 2- 1	中国古典に記された養生の教え.....	3 0
表 3- 1	中国の都市部と農村部における一人当たりカロリー摂取量の推移.....	4 3
表 3- 2	都市住民一人当たりの食料消費の変化.....	4 5
表 3- 3	都市住民一人当たりの主食消費量の変化.....	4 6
表 3- 4	野菜供給カロリーの国際比較（2007 年）.....	4 6
表 3- 5	都市住民一人当たりの野菜消費の変化.....	4 6
表 3- 6	動物性たんぱく源供給カロリーの国際比較（2007）.....	4 7
表 3- 7	都市住民一人当たりの動物性たんぱく源消費の変化.....	4 7
表 3- 8	食肉の小売価格.....	4 8
表 3- 9	中国の食生活ガイド.....	5 2
表 3- 10	食事バランスガイドに即した理想的な食事.....	5 2
表 3- 11	中国型食生活の食料摂取目標と都市住民一人当たりの食料摂取量の比較.....	5 3
表 4- 1	労働条件における男女比の国際比較（男性=100）.....	5 9
表 4- 2	家事労働時間の男女比における国際比較（女性=100）.....	6 0
表 4- 3	中国における限額以上の飲食業法人企業数.....	6 5
表 4- 4	フランチャイズ・チェーン経営の飲食店の企業形態別店舗数と営業額（2009 年度）..	6 6
表 4- 5	フランチャイズ・チェーン経営の飲食店における支店数.....	6 6
表 4- 6	中国における冷凍食品生産量（推計値）.....	6 9
表 4- 7	アンケートの回収状況.....	7 5
表 4- 8	男女構成比.....	7 6

表 4- 9	年齢構成.....	7 6
表 4-10	職業構成.....	7 6
表 4-11	有職者の役職構成.....	7 7
表 4-12	教育水準の構成.....	7 7
表 4-13	月あたりの収入構成（専業主婦・学生除く）.....	7 8
表 4-14	家族構成.....	7 8
表 4-15	有職者の通勤時間.....	7 9
表 4-16	有職者の通勤方法.....	7 9
表 4-17	出勤・退勤時間.....	8 0
表 4-18	自宅から最寄りのスーパーマーケットまでの時間.....	8 0
表 4-19	最寄りのスーパーマーケットまでの行き方.....	8 0
表 4-20	職場の食堂の有無.....	8 1
表 4-21	家庭用調理器具の普及.....	8 1
表 4-22	年齢別職業構成.....	8 2
表 4-23	年齢別家族構成.....	8 3
表 4-24	年齢別月あたりの収入構成（専業主婦除く）.....	8 3
表 4-25	年齢別調理頻度（朝食）.....	8 4
表 4-26	年齢別調理頻度（昼食）.....	8 4
表 4-27	年齢別調理頻度（夕食）.....	8 4
表 4-28	年齢別加工食品消費頻度（惣菜）.....	8 5
表 4-29	年齢別加工食品消費頻度（インスタント食品）.....	8 6
表 4-30	年齢別加工食品消費頻度（冷凍食品）.....	8 6
表 4-31	年齢別加工食品消費頻度（カット野菜）.....	8 7
表 4-32	クラスター別回答者像.....	8 9
表 4-33	加工食品の商品特性と消費傾向.....	9 3
表 5- 1	外資系飲食店の中国大陸 1 号店の出店時期と最近の店舗数（2008 年時点）.....	9 7
表 5- 2	中国におけるマクドナルドの経営展開.....	9 8
表 5- 3	大学生アンケートの男女比.....	1 0 0
表 5- 4	大学生アンケートの年齢構成.....	1 0 0

表 5- 5	大学生アンケートの回答者の出身地.....	1 0 0
表 5- 6	食堂・マクドナルド・永和豆浆に対する意見（自由記述欄より）.....	1 0 3
表 5- 7	都市住民年間 1 人当たりの消費水準.....	1 0 7
表 5- 8	性別と家族構成（親と児童）.....	1 0 9
表 5- 9	家族構成.....	1 0 9
表 5- 10	親の仕事の有無.....	1 0 9
表 5- 11	月あたりの収入構成.....	1 0 9
表 5- 12	親の主食別摂取頻度.....	1 1 0
表 5- 13	児童の好きな主食.....	1 1 0
表 5- 14	親の動物性タンパク源摂取頻度.....	1 1 1
表 5- 15	児童の好きな動物性たんぱく源.....	1 1 1
表 5- 16	親の乳製品別摂取頻度.....	1 1 1
表 5- 17	児童の好きな乳製品.....	1 1 1
表 5- 18	親の加工食品摂取頻度.....	1 1 2
表 5- 19	児童の好きな加工食品.....	1 1 2
表 5- 20	親が童と食事をする頻度（重慶市）.....	1 1 5
表 5- 21	児童が祖父母と食事をする頻度（重慶市）.....	1 1 5

序章 研究の課題と方法

1 問題の所在

中国では、1978年から改革開放政策が始まり、それまでの統制された計画経済の中に市場経済を段階的に導入してきた。さらに、1992年から市場経済化¹は急速に進み、中国の経済体制は大きく転換した。これにより、国内経済は活発化し、一人当たり所得も大きく増加している。

歴史的に、資本主義先進国における経済発展と食生活²の変化の関係は、まず主食消費の変化として現れ、次に伝統的食文化に基づいた副食消費の多様化の段階へと移行する。さらに経済が発展すると、簡便食や外食の利用増加といった食の簡便化の傾向がみられるようになる。これには、経済発展過程での一人当たり所得の増加に加え、農林水畜産業の発展、さらに食品加工業、外食産業、家電産業等の食品関連産業の発展、流通機構の整備・発展が大きく影響している。加えて、経済発展にともなう社会の成熟によって女性の社会進出が進み、女性の労働力化が進展する。これは、食品加工業や外食産業、家電産業の発展とあいまって、食の簡便化を促進することとなる。食の簡便化の進展は、再び食生活における献立内容の多様化や炊事労働の変化を促し、既存の食生活を大きく変えていく。

中国において、主食消費が雑穀中心からコメ、コムギ中心へ変化したのは、1949年の中華人民共和国建国以降における農業生産の集団化を契機とする。1949年以前の庶民、つまり農民の食事内容は、トウモロコシやアワ、コウリャンなどの主食が中心で、副食は野菜のみであった。中国で肉といえば豚肉を指すほど、中国人の食生活にとって重要な副食である豚肉は、正月や節句などのハレの日しか食せなかった³。

¹ 一般的な市場経済の概念は、私的所有権が認められた上で、市場の中で生産と消費が個々の個人と企業における需要と供給によって決定される。中国における市場経済の特徴として、公有制を基本として使用権に対する私的所有が認められ、市場メカニズムを主としながらも、経済活動に対する、中国共産党政府による政策的関与が強い点あげられる。

² 本論文において食生活は、食料消費および食文化を含む広い概念として捉える（具体的には第1章第3節参照）。また、食料消費は、農林水産物の一次加工品消費としての直接消費だけでなく、畜産物消費に伴う家畜飼料消費による穀物の間接消費、および農林水畜産物のより加工度の高まった消費形態として、簡便食、中食、外食の消費も含める。食文化は、その地域に基づく料理、調理方法、献立体系、食習慣、食事方法（誰が作るか、誰と食べるか、どのように食べるかなど）、食事作法等を含める。

³ 田村（1997）、pp. 76-85

さらに、副食消費の多様化が始まるのは、1978年の改革開放による農業生産請負制の導入が契機となる。食料の生産と販売が一部自由化されたことで、穀物生産中心から野菜や畜産物など副食素材となる農畜水物生産が活発化し、副食消費が多様化した。さらに、一部の農民は、生産物を販売して得た資金をもとに、工業や商業へ転身していった⁴。この中には、家電メーカーである美的（びてき、メイディー）や格蘭士（ギャランツ）、食品加工メーカーの三全食品など、後に国内有名メーカーとなる郷鎮企業が含まれている。これら企業の発展によって、家庭用調理電化製品や加工食品といった炊事労働を省力化させる商品が、中国国内市場に登場した。加えて、女性の社会進出が1949年以降の社会主義建設のなかで政策的に進められており、食の簡便化を促す基盤が徐々に形成されていった。

また、経済発展によって都市の工業や商業が発展すると、地方から都市へ多くの人が集まり商品経済が活発化する。これにより、流通制度の整備や都市の需要に合わせた生産や販売が行われ、食生活はより多様化の方向へ変化していくのが一般的である。しかし、中国では1984年まで農村戸籍と非農村戸籍に区別された戸籍制度によって、農村から都市への移動が制限されていた。改革開放が始まった1978年の都市人口比率は18.19%で、中国の人口の大部分は農村住民であった⁵。さらに、都市部では食料品から日用品、さらに住宅にいたるまで職場を通じて配給制が敷かれていた。改革開放以降、段階的に配給制が緩和されていくが、完全な廃止は1992年の市場経済への移行を待たねばならない。よって、経済発展初期の中国都市部では商品経済が活発化しなかったが、市場経済への完全移行によって食料を含むモノやサービスが急激に商品化されていったといえる。

さらに、1980年代後半から中国市場に進出を始めた外資系外食産業や小売業が、商品経済の急激な浸透を背景に、92年以降活発に事業展開を進めていった。これを受けて、これまでの屋台や食堂といった個人経営の伝統的外食から、セントラル・キッチンを持ち、チェーン展開を行う近代的外食産業が盛んに展開を始めた。また、小売業についても、これまでの個人商店や自由市場から、大量仕入れ、大量販売を行うスーパーマーケットなどの

⁴ 渡辺（1994）、pp. 97-100

⁵ 中国統計年鑑2010より。1984年に國務院が交付した「農民の集鎮への転入・定住に関する通知」によって、小都市で工業、商業、サービス業を営む農民とその家族に対し、固定の住所、経営能力のある者、郷鎮企業に長年働いている者を対象にその小都市への移籍を認めた。これまで、内陸から沿岸部に向けて農村から都市への労働力移動を規制の対象としていたが、その労働力の重要性が積極的に評価されることになり、農村から都市への労働力の移動が活発化した。（鎌田2010、p. 55）中国統計年鑑によると、2009年の都市人口比率は46.59%となっている。

量販店が都市部に展開していった。

このように、市場経済の導入によって、食に関わる産業や住民の生活が大きく変化している。これに対し、これまでの中国食生活に関する研究は、中国料理やその調理法、および食事作法などの食文化的側面や、中国の経済発展による農畜水産物の食料消費量の変化とその方向性を論じたものが中心であった。しかし、現在の中国の食生活は、経済システムや社会システムの変化による影響を受け、農畜水産物の一次産品消費の量的な増加と質的な多様化に留まらず、より加工度やサービス度の高い商品の消費へ移行している。したがって、現代中国の食生活を論じる視点は、食文化や食料需要の変化という枠を超えて、市場の変化を含めた中国経済全体のダイナミズムのなかで論じなければならなくなったのである。

2 研究目的と課題

以上の問題背景をふまえ、本論文の目的は、中国の都市部を対象に、市場経済導入にともなう経済及び社会システムの変化が、伝統的食生活に規定されたこれまでの食生活に与えた影響を明らかにすることである。

上記の研究目的を明らかにするための課題は以下の5点である。

第1の課題は、既存の中国食生活研究の整理と、資本主義先進国の食生活把握の方法を示した日本の食生活研究を参考に、現代の中国食生活の変化を把握するためのフレームワークを提示することである。第2の課題は、既存の中国食文化研究にとりこまれていなかった家事労働に注目し、中国の伝統的食生活を、食文化及び家庭内における家事労働分担の在り方から整理する。第3の課題は、市場経済導入による現代中国都市部の食料消費の変化を、マクロ的な視点から明らかにすることである。第4及び第5の課題は、中国都市部の食生活の変化についてより具体的またミクロな視点から検討していくための課題である。まず第4の課題として、中国都市部における家事（炊事）労働の社会化とそれにとともなう食料消費の変化について、中国的特徴を明らかにする。第5の課題は、特に1990年代以降市場経済導入が本格化する中で急速に進められた外資系企業の中国市場展開と中国都市部消費者の食嗜好を分析し、外資系企業が中国の食生活に与えた影響を明らかにすることである。

3 研究の方法

研究の方法として、第 1 に、国内外における既存研究の整理を行う。研究のフレームワークや中国社会全体の傾向を明らかにするための二次資料として、中国語及び日本語の文献を利用する。第 2 に、中国国内で発行されている各種統計を一次資料として利用し、中国または事例地域全体の時系列変化等を分析する。第 3 に、3 種類の消費者アンケート分析を行う。中国は、地域による経済発展差や食文化の違いなど地域性が強くみられるため、実態調査については地域の違いをふまえながら具体的都市に限定して行う。母集団の抽出方法は、全て機縁法である。

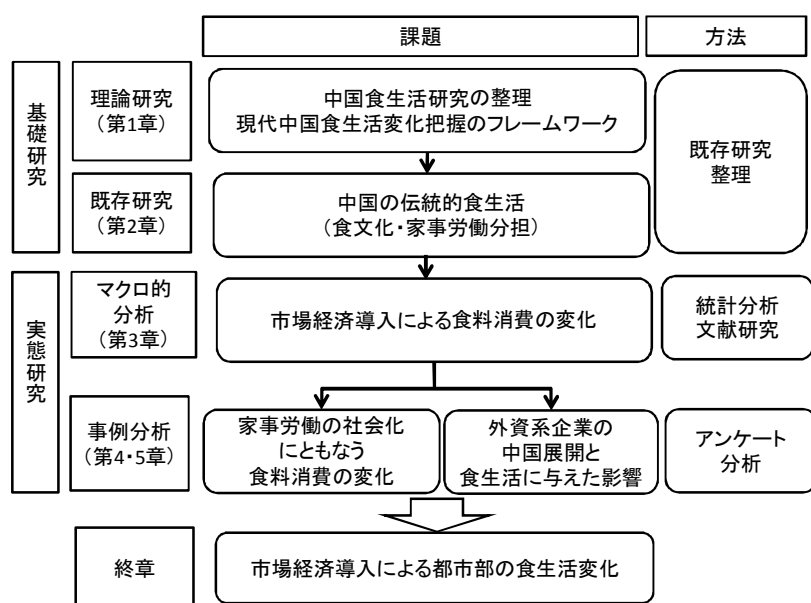


図 1 本論文の構成

4 本調査におけるアンケートの概要

前述のとおり、本論では 3 つのアンケートデータを用いる。第 1 のアンケートは、都市における家事労働と家庭内食の変化を明らかにするため、成都市都市住民を対象として行った、加工食品に対する消費者実態調査 (n=192) (2011 年 3 月実施) である。第 2 のアンケートは、外資系企業の進出によって、中国国内に持ち込まれた外国食に対する意識を明らかにするため、中国全土から学生が集まる北京の大学の学生 (n=120) を対象に行った、ファストフードに対する意識調査 (2008 年 1 月実施) である。第 3 のアンケートは、外国食

需要の実態及び、現代都市部の地域性を含めた食料消費の特徴と将来の需要の拡大可能性を明らかにするために行った、山東省と重慶市における小学生（n=458）と親（n=542）を対象とした食生活調査（山東省 2007 年 12 月、重慶市 2008 年 11 月実施）である。

表 1 アンケートの概要

	調査地域	内容	回答者数	実施時期	該当の章
1	成都市	都市部住民を対象とした加工食品に対する消費者実態調査	n=192	2011年3月	第4章
2	北京市	大学生を対象としたファストフードに対する意識調査	n=120	2008年1月	第5章
3	山東省 (済南市・青島市)	小学生と親を対象とした食生活調査	小学生 n=458	済南市2007年6月 青島市2007年12月	
	重慶市		親n=542	2008年11月	

続いて、各アンケートデータの本論文における位置づけは以下の通りである。

第 1 のアンケートである都市住民を対象とした加工食品に関する消費者実態調査は、中国内陸部の巨大都市のひとつである四川省成都市を調査地域に選定した。近年の中国経済研究は、経済成長が目覚ましい沿岸部を対象として研究されており、沿岸部に遅れて経済発展が進んでいる内陸部の実態分析は少ない。しかし、2000 年から始まった内陸地域の経済発展を目的とする西部大開発以降、内陸部は急速に経済成長を遂げ、人々の生活レベルが大きく向上している。よって、第 1 アンケートのデータからは、これまであまり行われてこなかった内陸部都市の急激に変化しつつある食生活の一端を把握することが期待される。

第 2 のアンケートである大学生を対象としたファストフードに対する意識調査は、北京大学など中国トップレベルの大学が集まる北京市の大学で行った。現在、中国の大学以上の進学率は 7%で⁶、北京の大学には中国全土から国内で最も優秀な人材が集まる。調査を行った大学も中国における重点大学のひとつであり、大学卒業後は有名企業や外資系企業、政府機関など国内外においてエリートとしての生活を送る学生が多い。このことから、回答者は、卒業後に経済的自立を果たした後、所得階層も高く、中国の消費リーダーとなりうる集団として位置づけられる。よって、第 2 アンケートのデータからは、中国の消費リーダー予備軍による、ファストフードに対する潜在的嗜好を把握することが期待される。

第 3 のアンケートである小学生（3 年生、8-9 歳）と親を対象とした食生活調査は、沿岸部に位置する山東省と内陸部に位置する重慶市で行った。両地域を選定した理由は、中国では地域の気候風土によって食文化に差異があり、経済発展を遂げている現在でも食料消費に地域による差異がみられるかを確認するためである。また、児童と親に同等内容の調

⁶ 『中国統計年鑑 2010』

査票を配布することで、食事の際に親の食料消費の選択権の下にあり、現在統計データに表れない児童の潜在的需要の把握を試みた。よって、第3のアンケートデータからは、児童と親の回答結果を比べることで、まだ顕在化していない将来の食料需要の可能性を提示できると考える。

アンケート回答者の年齢については、北京アンケートの回答者は20代前半、山東省、重慶市のアンケートは30-40代、成都市のアンケートは20-40代である。全回答者ともに、改革開放以降の市場経済化の中で青年期を過ごしている。30-40代世代は、経済発展の波に乗り、比較的収入が多く、現代の中国における消費リーダーと言われる。20代は一人っ子世代で、改革開放期に児童期を過ごし、新しい流行や文化への反応が強いといわれている⁷。

アンケート回答者の月収入の中央値をみると、山東省、成都市のデータは各都市の平均可処分所得より多く、重慶市は統計でみた平均可処分所得とほぼ同一である。よって、本調査のデータは、全体的にみると各都市における平均収入家庭より少し上の階層と位置付けられる。

表2 地域別一人当たりの可処分所得とアンケート回答者の属性

	全体		アンケート回答者	
	可処分所得 (2009年)	月あたり	月収入の 中央値	平均年齢
全 国	17,175	1,431	-	-
北京市	26,738	2,228	-	20代前半
上海市	28,838	2,403	-	-
山東省	17,811	1,484	-	-
(済南市)	22,722	1,893	3000-3999	30-40代
(青島市)	22,368	1,864	3000-3999	30-40代
重慶市	17,191	1,433	1000-1999	30-40代
四川省	13,839	1,153	-	-
(成都市)	17,589	1,466	2001-3000	20-40代

資料：2009年度一人当たりの可処分所得について、全国・北京市・上海市の値は『中国統計年鑑2010』より、山東省・済南市・青島市の値は『山東省統計年鑑2010』より、重慶市の値は『重慶統計年鑑2010』より、四川省・成都市のデータは『四川統計年鑑2010』より作成。回答者の月収入の中央値および平均年齢は、山東省アンケート、重慶市アンケート、成都アンケート、北京アンケートより。

5 主題に関わる重要な用語の定義

本論文は、市場経済導入下の中国都市部における食生活の変化を実証研究として分析するが、特に注目するのは加工食品や外食等、商品やサービスとして市場で取引される食品

⁷ 陽 (2008)、pp. 42-44

や食料消費の在り方である。これらを、本論文では「商品化した食」とする。

第1章で詳述するように、商品化した食を把握するには、炊事労働に注目する必要がある。簡便食や中食、外食といった商品化した食は、炊事労働の一部、または全てを家庭外に依存した形態である。この形態については、学会や一般社会でさまざまな表現が利用されている。その中でも食や家庭内労働という言葉と併せてよく使われる言葉が、「社会化」や「外部化」である。これらの議論を整理し、本論文の重要なキーワードである「炊事労働の社会化」を以下に定義する。

まず第1に、「労働の社会化」と、本論文における「炊事労働の社会化」の違いである。「労働の社会化」とは、一般的にマルクス経済学において、工場内における共同的な労働といった労働の社会的結合の進展を示す言葉である。この「労働の社会化」に対しては様々な議論がある。その中で、富沢（2003）は「労働の社会化とは、単純に言えば、一人あるいは数人の人がやっていた仕事を複数の人々が協同で行うようになるプロセスであり、質的には、私的な労働が社会的な労働になることを意味する」⁸と述べている。「炊事労働の社会化」はこの富沢の「労働の社会化」についての解釈の後半部分、質的な意味について注目したものである。すなわち、本論文における「炊事労働の社会化」とは、家庭内において営まれ、多くの場合無償の私的労働という特殊な性格をもつ炊事労働が、社会的分業における社会的労働になるプロセスと定義する。

第2に、「外部化」と「社会化」の違いである。食生活に関して近年「外部化」という用語がしばしば用いられる。その代表が「家事労働の外部化」と「食の外部化」といった言葉である。このうち、「食の外部化」については、農林水産省等、政府文書において定義づけられている。それによると、「食の外部化」は、女性の社会進出や単身世帯の増加、高齢化の進行、生活スタイルの多様化等を背景に家庭内で行われていた調理や食事を家庭外に依存する状況、またこれに対し食品産業において食料消費形態の変化に対応した調理食品や惣菜、弁当といった中食の提供や市場開拓等が進展していくといった動向を総称した言葉である⁹。「食の外部化率」が、家計の食料・飲料支出に外食産業市場規模を加えた金額に占める、外食産業市場規模と料理品小売業市場規模の割合であるように、それは「商品化した食」の規模または家計内における位置づけをとらえるための概念にすぎない。本論

⁸ 富沢（2003）、p. 26

⁹ 農林水産省 HP 「用語の説明」、

http://www.maff.go.jp/j/wpaper/w_maff/h21_h/trend/part1/terminology.html

文においても「食の外部化」を近年の中国における食生活の一側面として分析している。一方、「家事労働の外部化」という形で使われる「外部化」については、既存の研究を管見する限りでは明確な定義が与えられておらず、「食の外部化」と同義に使用している研究もあれば、本論文での「炊事労働の社会化」と同じような概念で用いられているものもある¹⁰。現時点では農水省の定義に基づき、「外部化」という言葉は「食の」を冠して使用することが、無用な混乱を避けるためには望ましいと考える。同時に既存の食生活研究における曖昧な「外部化」との混同を避けるためにも、本論文では「炊事労働の社会化」と統一する。

以上をふまえ、本論文における「炊事労働の社会化」とは、これまで家庭内で行われてきた私的労働である家事労働過程の一部、または全てが、社会的分業のなかで社会的労働となることを意味し、加工食品や外食等はその社会化された労働が投下された商品やサービスであると定義する。

¹⁰ 壁谷沢（1988）は、日本の家事サービスの利用要因に関する構造的分析のなかで、「家事の外部化」について、「本来家庭で主婦が行ってきた家事労働を代行する産業や家事を省力化・合理化する商品の著しい伸び」と述べている。この記述は、農水省の「食の外部化」の定義と同義である。その一方で、家事労働の社会的分業形態である「企業化」、「公共化」、「共同化」を挙げたうえで、これらを「家事の外部化・社会化の方法」と述べており、「社会化」については明確な定義をしないまま「外部化」と「社会化」を同義のものとして並列に用いている。

梅沢（2002）は、グローバル化した現代の家事労働論を分析する視点として、地球規模で女性の階層的分断や女性間の矛盾、対立が再生産されていることを示した。ここで、先進国における女性の社会進出の裏で、これまで家庭内で行われてきた先進国の家事労働が、移民女性のメイドを雇うことによる代替や、外食産業で働く移民のウェイターやコック、カット野菜等食品加工場で働く途上国の労働者によって先進国の炊事労働が代替されている現状を指して「家事労働の外部化、社会化」と述べている。梅沢の言う「家事労働の外部化、社会化」は、本論の定義する「家事労働の社会化」と同様であるが、「外部化」と「社会化」が同列に並べられ、ここでも明確な定義がされていない。

さらに、茂野（2004）は、日本の食料消費における食の簡便化と機会費用の関係を論じるなかで、食料消費における家事の「外部化」の実態として、「食料消費の外部化」を定義している。ここで、家庭で食料を消費するために必要とされる行動には、「a. 食材の購買（買い物）、b. 炊事、c. 食料の摂取（食事）、d. 後かたづけ、e. その他（料理技術の習得、献立の企画等）」があり、「食料消費の外部化とは、これらの行為を他の商品又はサービスに置き換えること」としている。茂野の定義する食料消費の「外部化」とは、炊事労働が他の商品やサービスによって置き換えられることであられる、食料消費の質的な変化として捉えていると考えられる。茂野の定義は、炊事労働に視点を置いているため、本論の定義と同様であると考えられるが、「外部化」を利用しているため農水省の「食の外部化」の定義と混同しやすい。よって、本論文では茂野の定義ではなく、より労働への視点が強い富沢の「労働の社会化」に注目して「炊事労働の社会化」を使う。

第1章 食生活研究に関する動向と理論的フレームワーク

第1節 本章の課題

本章では、本論文の理論的フレームワークを提示することを目的とする。そのために、まず中国食生活研究に関するこれまでの研究成果をまとめ、その到達点と課題を明らかにする。次に、食生活近代化論、食生活文化論、食生活様式論など多様な体系的アプローチがなされている日本の食生活研究を参考にして本論のフレームワークとなる理論を抽出し、再構成して、現代の中国食生活を把握する理論的フレームワークを提示する。

第2節 従来中国食生活研究の動向

1 食文化論による食生活の把握

食生活研究の中で最も多くの文献があるのは、食文化論的視点からの食生活研究である。食文化論による食生活の把握方法は、自然条件によって規定される食材、加工、調理方法、およびそこで形成された食慣習を文化現象としてとらえるものである¹¹。

文化論的視点からの中国食生活研究は、篠田充（1978）、西澤治彦（2009）など日本国内にも様々な既存研究がある。これらは、中国料理の歴史的変遷（食材・調理法）や中国料理の特徴（地域の料理・味・風習）、中国食事作法からみた中国社会や家族についての考察を行うものである。

近年の研究成果として、西澤（2009）は、日本、中国、その他海外の中国食文化研究における既存研究を詳細にレビューしながら、食材や調理法の変遷、地域の料理、味、風習の特徴をまとめた。加えて、食台や食具の変化とそれに伴う食事作法の変化、および家事労働過程の家族間における役割分担のあり方などをまとめている。西澤は、食生活の転換点についての整理の中で、宋代以降に調理法の変化、平座から椅子座への変化が起こったとした。椅子座への変化にともなう卓（テーブル）での食事が、現代につながる食習慣や食事方法に発展したとしている。これをもとに形成された宴会の儀礼などは、明代（1368-1644）清代（1644-1912）を経て現代まで不変であると述べ、食生活の大きな転換

¹¹ 田中（2008）、pp. 142-143

点を宋代(960-1279)とした¹²。そのため、本論文でも「中国の伝統的食文化」という場合、主に宋代以降に形成され、明代、清代に成熟した食文化を指すこととする。

西澤以前の中国食文化研究は、食材や料理、調理法の歴史的変遷や特徴、中国の風土と料理からみた食習慣などが中心であった。食生活を把握するには、食材である食べ物と食生活主体である人間との結びつき方に焦点を当てる必要がある¹³。西澤の研究は、これまで食べ物への視点が強かった中国食生活研究の中で、重要な要素として食具を家族や人間と食材を結び付けるのとして位置づけ、社会学的な視点を導入した。これは、中国食文化研究における食べ物と人間との関係をより明確にした研究として評価することができる。

以上のように、食文化論的視点からの研究では、味、調理法等料理そのものやそれを取りまく作法や人間関係の変遷について多くの成果があげられている。しかしながら、その変化の背景として宗教や習慣・風習との関連性に重点が置かれることが多く、社会システムや経済面との関連については触れられていないものが多くみられる。

2 経済発展と食料消費の変化

経済発展とともに変化する食をとらえる方法として、食生活近代化論がある。これは、ある国の食生活の形態(自然やそれに規定された食慣習)が経済的な所得要因によって高度化する過程を把握する方法である。その際、畜産物消費の多い欧米の食生活水準が高度化した食生活として目標に設定されているのが特徴である。主に、所得変化と栄養学的視点からみた栄養バランスの変化による食料需要の変化として論じられる¹⁴。

また、所得変化と食料需要の変化は、食料安全保障論とも結びつけられて論じられることが多い。食料安全保障の視点から論じられたものには、レスター・R・ブラウン(1995)の著作がある。経済発展が進むと肉類の消費が増加し、同時に飼料としての穀物需要が増加する。さらに生活が豊かになるとビール・乳製品・植物油・砂糖の消費量も増加する。中国においては、工業化や都市化による農地転用の増加、水不足問題、さらに土地生産性も限界に達するとの見解から、莫大な人口を抱える中国が穀物を自給できず輸入に頼ることになると述べている。氏の計算した中国の穀物収支が現実になれば、世界は多大なる穀

¹² 西澤(2009)、pp. 598-603

¹³ 田中(2008)、p. 140

¹⁴ 田中(2008)、pp. 140-141

物不足に陥ると警告している。

同様に食料安全保障の視点から論じられたものに Chizuru Shono・Nobuhiro Suzuki・Harry M. Kaiser (2000) 及び彭・大下・鈴木 (2007) がある。これら論文では、レスターら西洋諸国の研究者たちがアジアの国の食生活が経済発展によって西洋と同じく畜産物中心になることを前提として穀物需給予測を試算していることに反論している (Shono 他、2000)¹⁵。その根拠として、主要タンパク質源に注目し、先進国の食生活には2パターン存在することを明らかにした。ひとつはアメリカ型食料消費構造で、主要タンパク質源は肉などの畜産物である。もうひとつは日本、韓国、シンガポールの所属するアジア先進国型で、主要タンパク質源は魚などの魚介類である。これらデータに基づいて中国の主要タンパク質源に対する所得弾力性を時系列データでみていくと、中国食生活は将来アメリカ型ではなく、アジア先進国型に近い形で変化すると結論付けている。さらに彭他 (2007) は、中国都市部における肉・魚・酪農品需要の所得階層別所得弾力性を推計した¹⁶。これによると、2003年データでは牛肉・豚肉・鶏肉・魚・生乳・粉乳の全てにおいて非弾力的な値を示し、その中で比較的に弾力的な結果を示したのは生乳であった。また1996年から2003年の時系列データで見た場合は、魚を除いて所得弾力性は年々縮小傾向にあった。そのため、中国が経済発展を進め所得水準が上昇しても、肉類 (特に牛肉) 消費はほとんど増えない可能性が高く、むしろ魚に対する需要が高まっていくと論じている。この研究は引き続き2005年データまで推計されており、同様の結果を出している¹⁷。つまり、上述の研究成果は、中国の食生活変化が単なる洋風化ではないという重要な指摘といえる。

一方、近年中国国内の研究者によって栄養学的視点から定量分析されたものが多くみられるようになってきている (翟他 2005、李 2007 等)。加えて、都市化や外食といった商品化した消費などを因子として定量分析する研究もみられる (黄 1999、黎 2005)。これらの研究から、現在の中国の食料消費は大きな転換点にあり、食肉消費の増加など高カロリーな食生活へと変化し、栄養学的には健康維持のため、栄養バランスを注意しなければならない段階に達していることが明らかにされている。この変化の程度は所得階層や市場の発展水準といった地域差などが影響しており¹⁸、同じ所得階層でも都市化が進んだ地域では、より、高カロリーな食生活となっている。これを受けて、現在は低脂肪、高タンパクで栄養豊富

¹⁵ Chizuru Shono・Nobuhiro Suzuki・Harry M. Kaiser、(2000)、pp. 271-279

¹⁶ 彭・大下・鈴木 (2007)、pp. 4-5、

¹⁷ 木下・彭 (2007)、pp. 2-7

¹⁸ 李 (2007)、p. 240

な牛肉、羊肉、脂肪の少ない豚肉、水産品、果物の需要が高まっていると述べている。これらをふまえ、現在の食料消費は、外食や加工食品などの利用増加、食の安全性への追求、健康志向の高まりがみられるようになったことが指摘されている¹⁹。

以上の研究は、主に定量分析によって行われており、経済発展によって変化する食の方向性を示す上で、一定の成果があるといえる。

第3節 中国食生活分析のためのフレームワーク～日本の食生活研究を参考に

以上みてきたように、これまでの中国の食生活をとらえる研究は、食文化的側面と、食料安全保障の視点からの先進国型経済発展理論に当てはめて分析したものが主流となってきた。しかし、近年の中国国内の研究による成果にも示されているように、現代の市場経済導入下における中国の食生活は、より加工度を増した加工食品や外食といった形態での食料需要が増加し、また健康志向等の消費者ニーズが大きな影響を与えるようになっていく。

加工食品や外食の増加は、従来家庭内で行われてきた個別の炊事労働が社会化され（これについては後述）、商品やサービスとして市場を形成、拡大していく過程である。また、消費者ニーズがそうした商品やサービスに反映されるようになってきたのは、市場経済導入によるところが大きい。

すでに日本における食生活研究においては、こうした市場経済化において商品化した食とそれを中心とした食生活に関わる実証的研究の議論が行われてきた。そこで、本節では、日本の食生活研究における成果を参考にして、現代の中国食生活を分析するためのフレームワークを提示したい。

これまでの日本の食生活研究では、食生活把握の方法として以下の3つの理論が重要視されてきた。第1は「食生活近代化論」であり、食生活の近代化過程を経済学的に把握したものである。第2は「食文化論」で、食生活近代化論批判として風土論的に把握したものである。第3に「食生活様式論」であり、これは風土論的な自然生態系と食生活主体との間の相互規定的な関係を総体的に把握したものである。「食文化論」と「食生活近代化論」は、中国の食生活研究においてもすでに多くの研究者が展開してきた理論であるが、そのいずれかに偏った議論となり、食事内容や調理方法等の文化的側面、栄養的側面、消費の

¹⁹ 黎 (2005)、pp. 118-119

質的变化の側面を横断して食生活全体をとらえるには不十分なものであるといえる。本論文で注目する、市場経済下において商品化した食の実態を把握する方法論としては、食文化論と食生活近代化論を連結させ、さらに商品化した食の実態把握の方法を示した「食生活様式論」が最も有効であると考えられる。

そのため、以下において、これまでの日本における「食生活様式論」に関わる議論を整理し、本論文のフレームワークを提示する。

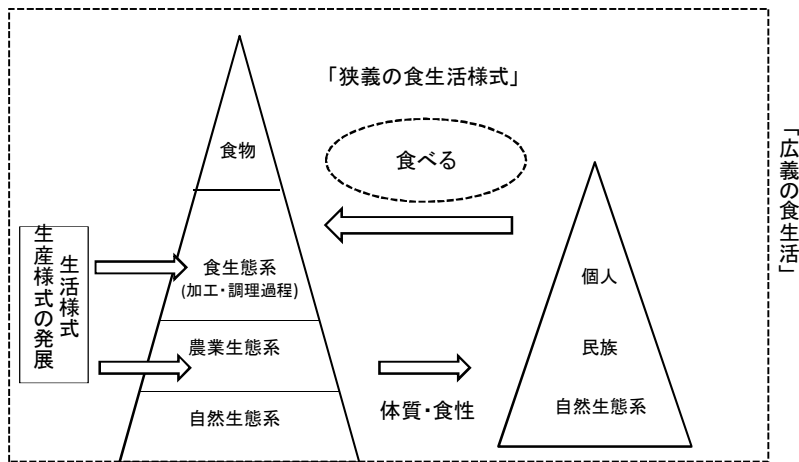
1 食生活様式論による食生活の把握

食生活様式論は、美土路（1983-84）、吉田（1997）、田中（2008）によって展開された食生活把握の方法である。

これ以前の食生活の把握について、食生活近代化論では自然条件と食生活の関わりが欠如し、地域的、文化的基盤の上に成り立つ食生活が見落とされていた。食文化論では、食料供給が自然的規定をあまり受けない現在の食生活の現状を把握できないという欠点を有していた。また、これらは、経済システムや社会システムの変化による生産技術の向上や生活の変化が農業生産や食品加工、調理過程に変化を与え、実際に食べる食物の種類や形態を変化させるといった部分が把握されていなかった。

そこで、美土路は、これまでの食生活把握の方法をふまえつつ、自然条件による規定性と自然条件に対し能動的に働きかける生産様式を統一的に把握し、食生活の把握をより動的に捉えた。これを「美土路食生活様式論」とする。「美土路食生活様式論」は、自然生態系のうえに、農業生態系、食生態系、食物を置き、食生活を行う個人が食する食物は、個人の属する自然条件のなかで発生した農業生産物や食料としての生産物の加工、調理、味付けによって決定されるとした。この自然条件に規定された食物が、各時代の生産様式や生活様式の発展により農業生態系、食生態系が影響をうけて、食生活が変化するという関係に注目した²⁰。

²⁰ 美土路（1983-84）、『食生活様式ノート（下）』pp. 17-21



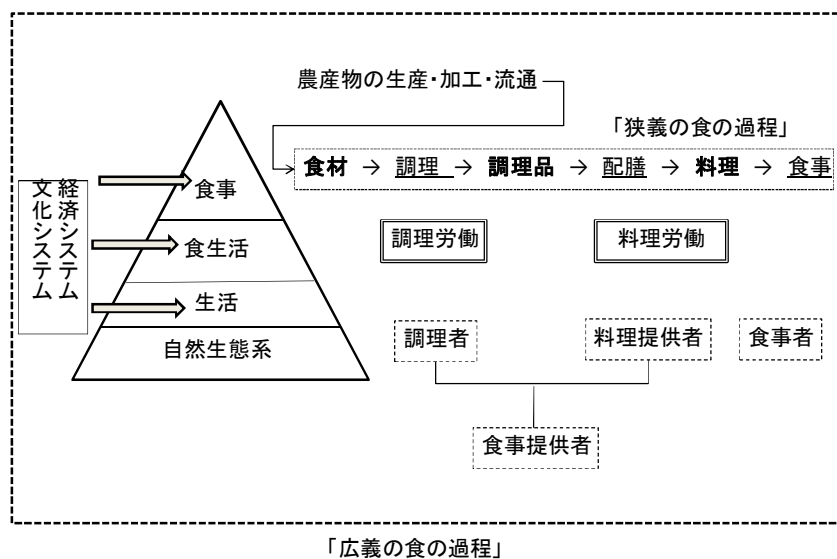
資料：田中（2008）を参考に筆者作成

図 1- 1 「美土路食生活様式論」イメージ図

しかし、「美土路食生活様式論」は、その論が展開された 1970 年代までの社会経済的背景に基づいているため、食材が地域自然生態系や地域農業生態系に基づいた地域内循環的なものとして扱われ風土論的側面が強い。日本においては 1980 年代後半以降、急速な食料輸入の増加等によって食材供給市場が多様化、グローバル化しているが、「美土路食生活様式論」にはそうした経済環境の変化が十分に反映されていない。また、自然や風土を重要視しているため、食生活を行う主体である個人の生活や、食生活の中で重要な「食べる」という行為部分が説明されていないという課題がある。

「美土路食生活様式論」は、地域によって異なる中国の食生活を分析するためには有効な側面をもっているが、そうした風土論・文化論的枠組みを超えて市場経済下の中国の食生活を分析するには上記のような限界がある。

「美土路食生活様式論」の課題を克服し、さらに発展させたのが吉田（1997）である。吉田は、「美土路食生活様式論」と同様に食材の生産様式をとらえた上で、食生活の実態である「食べる」という部分をより明確にした。さらに、食生活全体を把握する「広義の食の過程」と、食生活における「食べる」という部分の食材の消費過程である「狭義の食の過程」を位置づけ、後者を具体的に把握したのが「吉田食生活様式論」である（図 1-2）。ここでは、食事という、個人による食材の消費過程を、生活および食生活の中に組み込ませ、食生活主体者としての個人の変化もとらえようとしているのが特徴である。



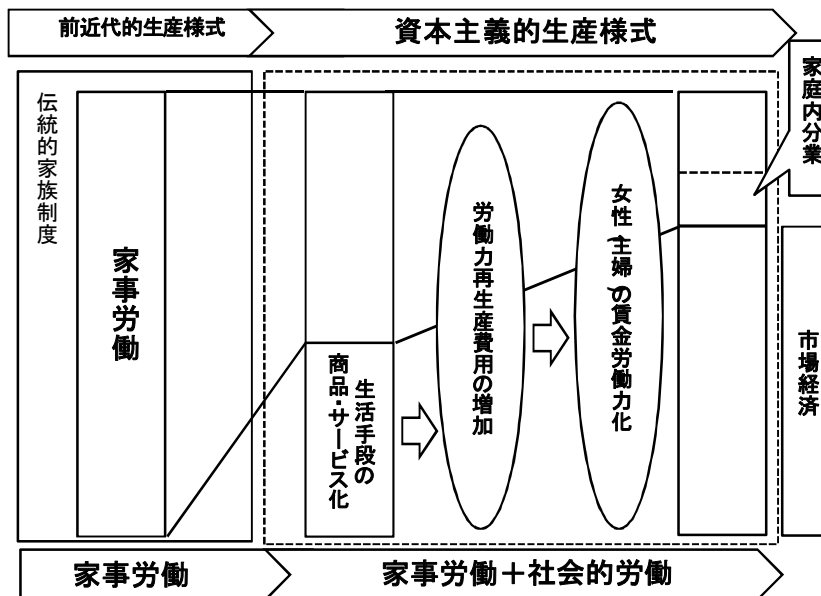
資料：田中（2008）を参考に筆者作成

図 1- 2 「吉田食生活様式論」イメージ図

「吉田食生活様式論」における「狭義の食の過程」において注目されるのは、食生活の中に調理労働や料理労働といった家庭内の家事労働が位置づけられた点である。

今日、日本においてもまた中国においても食生活の中で重要な位置を占めているのは加工食品や中食、外食等の家庭外において調理された食品、すなわち商品化した食である。この商品化した食は、これまで家庭内で行われてきた家事労働の一部が加工食品工場の機械や労働者によって代替されたものである。元来、家事労働は家庭、もしくは共同体の中だけで完結し、他との依存関係のない私的で無償な労働であった。日本においては、家父長制など伝統的家族制度のもと、家事労働全般は女性が家庭で担ってきた。しかし、資本主義的生産様式の下では、産業の発展によりこれまで女性が担ってきた家事労働の一部が商品化し、家庭内で行われてきた家事労働の一部分が、商品化した生活手段を購入することで代替されていく（図 1-3）²¹。

²¹ 伊藤（1981）、pp. 211-222



資料：伊藤（1981）を参考に筆者作成

図1-3 女性の社会進出と家事労働の社会化イメージ図

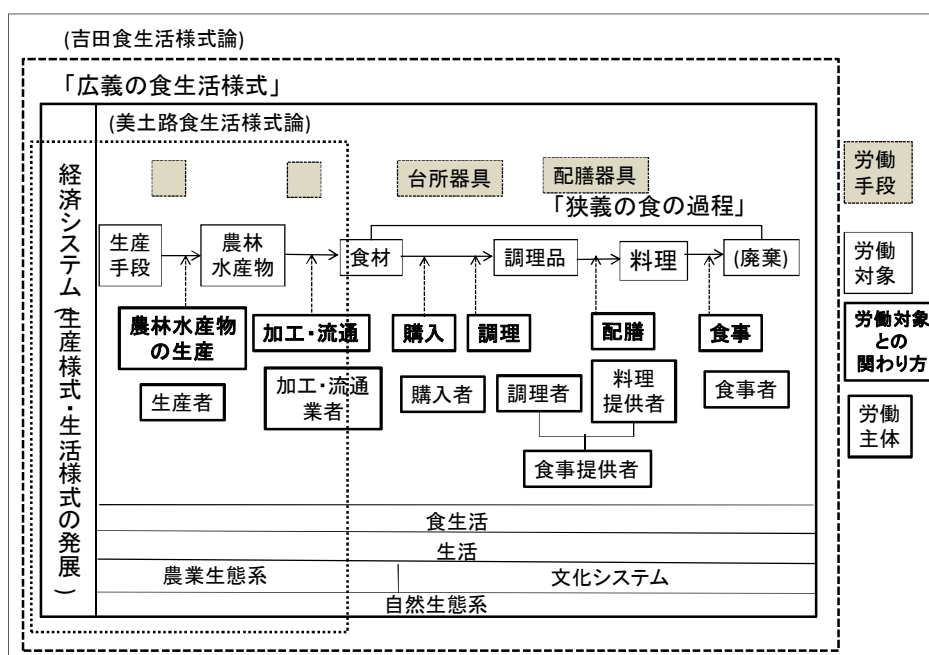
そのため、経済発展や市場経済の進展にともなう食生活の変化を検討する際、吉田によって食生活の一要素として家事労働が位置づけられたことはきわめて重要な点である。

しかし、「吉田食生活様式論」では、食に関わる家事労働として「調理」と「料理（具体的には配膳）」の2つをあげている。しかし、食生活にとっては他にも「献立」や「購入」等の労働も重要となる。

こうした課題をふまえ、食生活に関わる労働（以下、炊事労働とする）の社会化理論を改めて整理したのが田中（2008）である（図1-4）。「美土路食生活様式論」と「吉田食生活様式論」をふまえた「田中食生活様式論」では、風土や地域性によって異なる食生活を「美土路食生活様式論」的に自然生態系に規定された農業生態系や文化システムとの関連から把握しつつ、そこに成立する食と人間との関わり方にも注目する。そして、経済システムの変化による生産様式や生活様式の発展によって変化するその食と人との関わり方を、農林水産物の生産から加工・流通といった諸段階の変化としてとらえている。さらに、その生産・流通諸段階の変化と、「吉田食生活様式論」が注目した「狭義の食生活」や炊事労働の変化の間に生じる相互影響の解明を通じて、食生活の変化を総体的に把握しようとしている。

今日の日本、また市場経済下の中国においては、炊事労働においても、労働手段や労働

対象と市場を通じて接点を持つ。労働手段である台所器具の革新や普及、加工食品の市場の拡大は市場におけるそれらの購入を通して家庭における炊事労働に影響を与える。一方、国の経済の在り方とも大きく関わる生活スタイルの変化等による家庭内の炊事労働の在り方の変化も、台所器具や食材の在り方に影響を与える。「田中食生活様式論」は、今日の市場経済下における食生活の様々な変化や諸要因の相互関係を解明するための有効な分析ツールとして評価できる。



資料：田中（2008）を参考に筆者作成

図1-4 田中食生活様式論イメージ図

2 本論文における「食生活様式論」のフレームワーク

以上のように、本論文では食生活様式論の1つの到達点である「田中食生活様式論」を基に、さらに下記の新しい視点を加えてその理論的フレームワークとする。

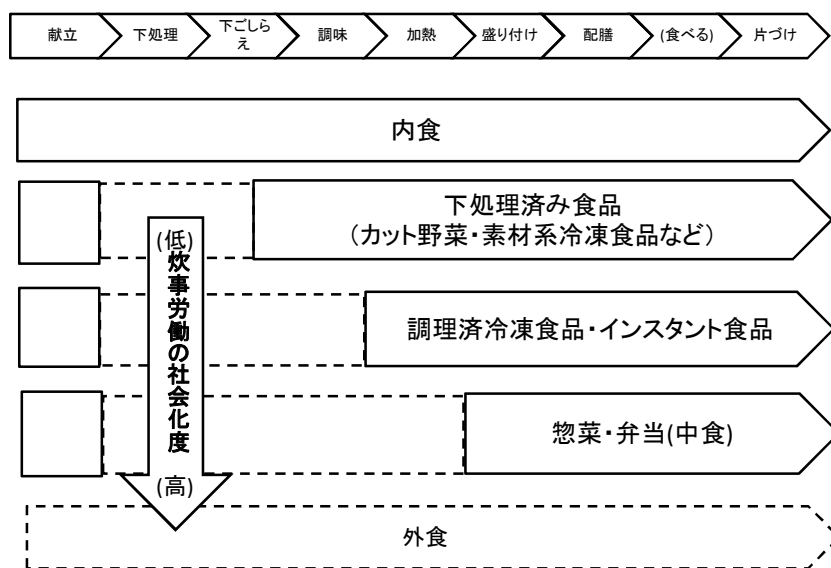
田中は、炊事労働について、吉田の「調理」と「配膳」に加え、食材の「購入」に拡大している。これは、農産物市場の変化と食生活の変化の関わりをみていく上で重要な過程であるといえる。

しかし、今日の加工食品、外食等の商品化した食を検討する際、それらに投下された社会化された炊事労働は、その商品・サービスの種類によってより細かく具体的な労働とし

で異なってくる。すなわち、特に吉田や田中が「調理」としてまとめた過程をさらに細分化する必要があると考える。

図 1-5 に整理したように、炊事労働を細かくみていくと、献立、下ごしらえ、味付け、加熱、配膳、片づけに分類することができる。

これらの労働と商品化した食の関連を整理すると、まず、家庭内で調理した内食は、上記の炊事労働過程の全てを家庭内で行うものである。よって、この場合内食は炊事労働の社会化はされていないと位置づけられる。カット野菜や素材系冷凍食品などの下処理済み食品は、それを購入後、家庭内で味付け、加熱、配膳をすれば食べることができる。よって、この場合は下ごしらえ部分の労働がスーパーマーケットのバックヤードや素材系冷凍食品工場などで働く労働力や機械により代替されていると考えられる。同様に、餃子などの調理品の冷凍食品やインスタント食品では、家庭内で加熱、配膳部分の労働を行えば食べることができる。惣菜等中食に関しては、家庭内での労働は配膳のみ行えば食べることができる。外食は、炊事労働過程の全てが飲食店やその背後にある食品製造工場で社会化されており、炊事労働の社会化度が最も高い食の形態となる。



資料：田中（2008）を参考に筆者作成

図 1- 5 炊事労働の社会化イメージ図

今日の多様な食生活の在り方は、上記のように炊事労働を細分化し、序章で整理した「炊事労働の社会化」の深度から整理することで、市場経済あるいは資本主義経済との相互影

響をより明確に把握できると考える。

第4節 小括

中国は、市場経済を導入することで加工食品や中食、外食といった、社会化した炊事労働の一部、または全過程が投下された食の消費が急激に浸透した。しかし、現在の中国食生活研究は、地域の風土に根付いた料理や調理法、食習慣をまとめる食文化論と経済発展と食料需要を明らかにする食生活近代化論による研究が主流である。ある国の食料需要とは、文化的側面を背負った人間による商品選択の結果であり、食文化論と食生活近代化論をつないだ上で、商品化した食といった新たな食料需要の形態をとらえる必要がある。そこで参考となるのが商品化した食の消費の把握方法を含めた「田中食生活様式論」であった。本論文では、さらに今日の商品化した食を把握するために、炊事労働に注目し、炊事労働過程を細分化することで、「炊事労働の社会化」の程度をより明確に把握していく。

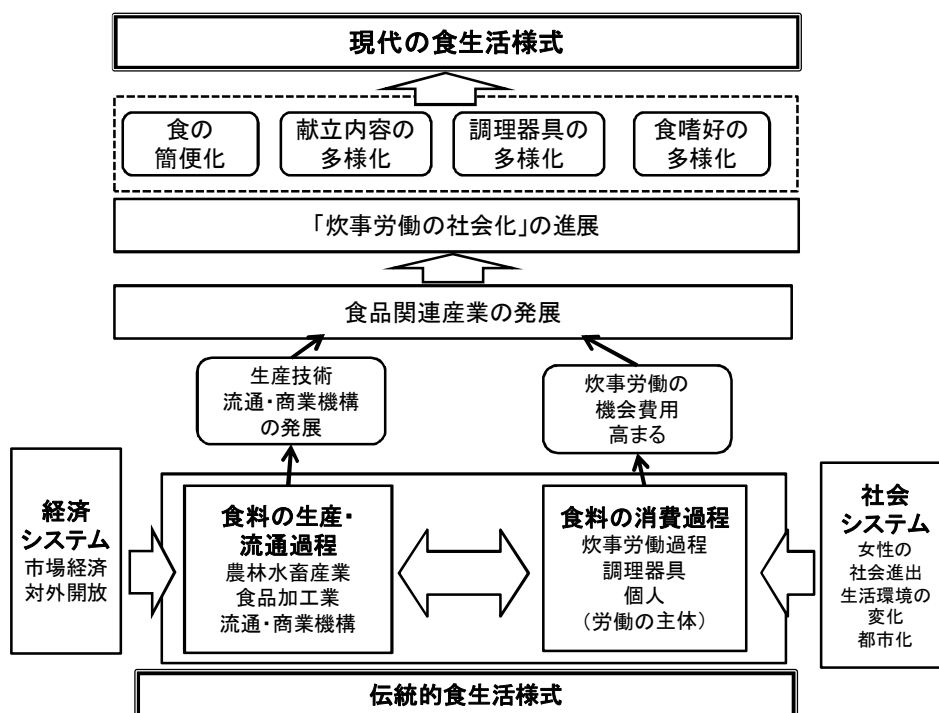


図1-6 本論文の理論的フレームワーク

第2章 中国における食文化

第1節 本章の課題

本章の目的は、既存の中国食文化研究を基に、これまで中国食文化研究に取り込まれていなかった家事労働に注目し、中国の伝統的食生活を、食文化および家庭内における家事労働分担の在り方から明らかにすることである。本章の課題として、第1に、中国料理に使われる伝統的食材の特徴と地域性を明らかにする。第2に、食材と人との関わり方として、中国における漢族の家族制度における調理担当者の役割分担をまとめる。第3に、作られた料理と人との関わり方として、食事様式と食思想をまとめる。家族制度を取り上げる理由として、炊事労働過程における家庭内の役割分担と食卓での規範は、社会の最小単位である家族のあり方によって規定されるからである。以上をもとに、中国の伝統的食生活の原型を提示する。なお、中国には55の少数民族が存在するが、ここでまとめる中国の伝統的食生活とは、中国全人口の92%（2009年）²²を占める漢民族の食文化とする。

第2節 中国料理の食材からみる中国文化の特徴と地域性

1 伝統的主食の地域性と特徴

現在、中国において食される主要な主食用穀物は、コメとコムギである²³。コメとコムギの生産分布は、秦嶺山脈と淮河をむすぶ秦嶺・淮河線を境として大きく北と南に分けられる。気候別でみると、冷温帯(黒竜江省最北部)、中温帯(黒竜江省・吉林省・遼寧省・華北の最北部)でコムギが作られる。秦嶺・淮河線の南にある北・中・南亜熱帯および寒冷高原気候(青海・チベット高原)ではコメが作られる。北亜熱帯では一年にコメとコムギを一回ずつ収穫、中亜熱帯ではイネの二期作が行われ、亜熱帯ではイネの二期作、三期作が行われる。冷温帯、中温帯と亜熱帯の中間に位置する暖温帯ではコムギが主に作られるが、イネとの二毛作を行うこともできる²⁴。このような、秦嶺・淮河線を境とした主食用穀物の生

²² 『中国統計年鑑 2010』より

²³ 中国では、主食用穀物として、雑穀やイモ類も食されるが、現在消費される消費量からみるとコメとコムギが中心であるため（第3章表 3-2 参照）、この二つを中心に説明する。

²⁴ シルヴァン・ウィットワー他(1989)、pp. 50-53

産の違いはその地域の主食の違いとして現れ、北を粉食文化、南を粒食文化に性格付けることができる²⁵。

日本のジャポニカ米は、中国、韓国、台湾を経て運ばれてきたが、現在中国で生産されているコメは、インディカ米 69.8%、ジャポニカ米 30.2%で、インディカ米が主流である²⁶。古代中国のイネは、ジャポニカ米であったと考えられるが²⁷、唐代・宋代（960～1279年）の間に東南アジアから占城米（早稲チャンパ米）が輸入され、インディカ米が普及していった。明代（1368～1644年）には占城米の二期作化が可能になり、コメの生産量が増大し、明・清代における人口の爆発的増加を支えた²⁸。近年におけるジャポニカ米の生産は、日本による満州侵略時において、日本からジャポニカ米が持ち込まれたことに起因する²⁹。つまり、中国人が昔から食してきたコメはインディカ米が中心であった。よって、伝統的には、中国人のコメに対する嗜好は、一般的にパラパラとした食感を好む³⁰。

コムギは漢代（紀元前 206～220年）に製粉技術が普及したことで、それを原料とする麺類（ホウトウ類）³¹が普及した。その後宋代になると麺類が大きく発展する。宋代以前は「麵」とは小麦粉を指す言葉で、「餅」は小麦粉製品の総称であった。「餅」はさらに、湯餅類（うどんのようなもの）、蒸餅類（饅頭など）、焼餅類（春餅）、油餅類（ドーナツのようなもの）に分けられる。そのなかでも、湯餅類は、宋代に北方遊牧民族による圧迫から逃れて南方に

²⁵ 中国食文化を北と南に分ける場合、「北麵南飯」、「南粒北粉」などの言葉があるが、この南が指す地域は歴代の王朝が建てた場所、現在の江南地方、長江流域を指し、華南地方の広東省や広西チワン族自治区を指すのではない。よって、北京周辺の北と江蘇、浙江省周辺の南という対比である（木村 2005、pp147-148）。ただし、秦嶺・淮河線から長江下流域のラインを境に北でコムギの生産が行われ、南でコメの生産が盛んに行われてきた。これに基づいて地域の食文化も形成されており、現在南方といえは華南省まで含まれているので、現在の食生活を北と南で論じる場合は、中国全体を線秦嶺・淮河線から長江下流域のラインで南北に分けることとする。

²⁶ 『中国農業統計資料 2003』

²⁷ ジャポニカ米の起源は、これまで考古学的調査から中国長江中・下流域の説が有力であったが、農業生物資源研究所による遺伝子調査によってインドネシアやフィリピンなど東南アジアの可能性が高いという研究が発表されている。よって、ジャポニカ米は、東南アジアから中国、韓国、台湾を経由して日本に伝わった。（日本経済新聞 2008. 7. 7 朝刊）

²⁸ 篠田（1978）、p. 29

²⁹ 篠田（1978）、p. 29

³⁰ 中国ではインディカ米の二期作を行っていたが、90年代以降、コメの生産過剰によるインディカ米の米価低迷のなかで、野菜など経済作物への転換や兼業化によって農家の収益は増加していった。そのため、インディカ米の生産は敬遠されるようになった。一方、ジャポニカ米は、インディカ米より収穫量が多く、かつ価格も高いため、近年ジャポニカ米の一期作への移行が、全国的にみられるようになってきている（青柳 2007）。これを受け、近年中国人のコメに対する嗜好が変化しつつあると考えられる。

³¹ 現在の麵（うどんの様な麵）になるのは宋代以降とされる。

移住した漢民族によって大きく発展したため、「餅」という一種でくくるには大きな存在になった。そこで湯餅類は「麵」という名で総称されるようになり、小麦粉製品は3種類の「餅」と湯餅類のみの「麵」となり現在に至る³²。よって、「麵」料理は小麦文化圏の北方だけでなく、米文化圏である南方でもみられる食文化となった。中国においても、ご飯はそれのみで献立として成立せず、おかずを必要とするが、これら小麦粉製品は、軽食としての食し方が強く、小麦粉製品のみで朝食や昼食の献立として成立することができる³³。

2 中国料理における副食の特徴～動物性たんぱく源を中心に

中国には食のタブーがなく、肉食においても豚肉、牛肉、鶏肉（ニワトリ）といった日本人の普通の食生活に馴染みのある食材から、家鴨や鴨などの家禽類、羊肉やウサギ肉、犬肉、蛇肉、鼠肉など、食すことのできるものは何でも食材の対象となる³⁴。また、頭の先から手足、尻尾、内臓に至るまで余すことなく食材にする。さらに、魚料理も多くあり、特に川魚が一般的に食される。中国の大部分は沿岸部から離れているため、古くから淡水魚の養殖が盛んに行われてきた³⁵。特に稲作が盛んであった南方（江蘇、浙江省周辺）は「魚米之郷」といわれ、魚消費が盛んであったとされる³⁶。

中国の食肉の歴史をみると、中国ではウマ、ウシ、ヒツジ、イヌ、ニワトリ、ブタを六畜とよび、今から約10,000年前の古代農耕社会の成立後から家畜化が進んだ。現在中国における主要な動物性たんぱく源として食される豚肉も、今から約8,000年前には豚の家畜化が行われていた。現在華北を中心に食される羊は、今から約4000年前から家畜化されていたとされる³⁷。漢民族の肉食における特徴的なものとして古代から犬肉食があったが、これは六朝時代（222～589年）に支配民族が遊牧民族に変わったことで一時禁止された。禁止の理由は、遊牧民族は犬を狩猟に利用するからである。犬肉食は禁止されたが、遊牧民族は羊を食すため、この時期に漢民族の食文化に羊肉料理が浸透し、北方（北京周辺）にお

³² 西澤(2009)、pp. 53-54（原著：中村喬『宋代の料理と食品』、2000）

³³ また、中国において、小麦粉製品は全て主食に分類される。日本人はラーメン定食において、ラーメンは主食、餃子は副食と位置付けているが、中国ではこれら両方とも主食に分類されるため、中国人からみると極めて奇妙な組み合わせとなる。

³⁴ 犬肉や蛇肉、鼠肉などいわゆるゲテモノといわれるものは、主に広東省など南方地方にみられる食文化である。

³⁵ 淡水魚養殖は、唐代にすでに盛んに行われていた。（西澤（2009）、pp. 51-53）

³⁶ 西澤（2009）p. 51

³⁷ 袁靖(2007)、<http://abc0120.net/exhibition/abc2007112.html> 参照

ける羊肉の地位も上昇した。一方、現在でも広東省で犬肉食がみられるが、六朝時代に遊牧民族の圧力から逃れ、南下した漢民族によって保持された食文化であり、それが現代まで受け継がれている³⁸。よって、動物性たんぱく源の消費は、中国全体的では豚肉が食され、地域的な違いでは北方（北京周辺）は羊肉、南方（江蘇、浙江省周辺）は魚消費が多く、南方の一部（広東省周辺）の地域で犬食消費といった特徴がある。

このような地域特有の食材が各地に存在し、それをもとに気候風土の違いによる味付けの違いが加わり、中国四大料理や八大料理などの地域食文化が形成されている。

第3節 中国の家族制度と食事方法

食事、特に家庭内での食事に関して、食事の準備段階での役割分担や食卓での規範等は、文化の一側面であるとともに、その社会制度や家族の在り方によって形成されるものである。

ここでは、次章以降で、現代の家庭内での炊事労働や家族内での役割分担を社会変化の中で位置づけるために、中国における伝統的家族制度と食事様式を整理する。

1 漢人社会における家族関係

漢人社会における家族は、宗族という父方の先祖を中心とした父系親族集団としてまとめられ、家族形態としては、拡大家族である。

中国における家族関係を考える際、まず分析の対象となる最小単位は個人（私人）である。漢人社会においては、この個人（私人）の父子、夫婦、兄弟、朋友等、二者の関係によって行動規範が成り立っているとされる³⁹。さらに、これらの関係に貴賤、親疎、長幼、上下等の文化的意味が加わる⁴⁰。

こうした関係性は、費（1947）により「差序格局」と呼ばれ、漢人社会は二者間の「差序」が、規範及び実践として作用し、それによって動的な秩序が形成される⁴¹。家族は、

³⁸ 西澤（2009）、pp. 52-53

³⁹ 首藤（2008）、p. 41

⁴⁰ 首藤（2008）、p. 41

⁴¹ 首藤（2008）、p. 42（「差序」は父子、夫婦、兄弟、朋友等、二者間の関係を表す私人関係の類別、「格局」は秩序の枠組みを意味する）

その二者間の関係の集合体のひとつとしてとらえることができる。

この集合体については、坪内・前田（1977）等により「家族圏」という概念が提示されている。「家族圏」概念における中国の世帯構成は、夫婦と未婚の子どもからなり、表面的には先進国の「核家族」を形成している。しかし、「家族圏」と「核家族」との違いとして、3点があげられている⁴²。第1に、集団性が弱く二者関係の累積であること、第2に、家族内（親や親戚内で）で状況に応じて自由に世帯構成に加わることが可能であること、第3に、夫婦が結婚後もそれぞれ親の家族圏に属しており、結婚後も親のサポートを受けていること、である。すなわち、ひとつの家庭だけをみると、「核家族」的な少人数世帯であるが、その構成員は流動的であり、状況に応じて、二者間の関係を基に親戚や親等と融合することが容易な関係性を有している集団である。

また、漢人家族を理解するためには、もう一つの関係性である「房」を理解する必要がある。「房」は家族の下位単位であり、父系親族である男性によって姓や家産が受け継がれ、姓を存続させ、祖先を奉るシステムである⁴³。このように、中国の家族は父系親族集団であり、規範的には男性の権利や役割が大きい。

しかし、実際の生活上においては女性の役割を看過できない。そのひとつの役割は、「主

⁴² 首藤（2008）、p. 42（原著：坪内良博・前田成文『核家族再考』、弘文堂、1977）

⁴³ 首藤（2008）、pp. 43-44（原著：陳其南（CHEN, Qi-nan）「房与传统的中国家族制度」『汉学研究』第3巻第1期、1985（=小熊誠訳「房と伝統的中国家族制度」橋本満・深尾葉子編『現代中国の底流』、行路社、1990、p. 34）このなかで、「房」の特徴について6つあげられている。

①「男系原則」：男系子孫とその妻のみが「房」に含まれ、未婚女子は「房」を構成することはない。

②「世代原則」：息子は父親に対して「房」の関係を構成する。

③「兄弟分化の原則」：それぞれの息子は単独で一つの「房」を構成し、その他の兄弟とは分化する。

④「従属の原則」：それぞれの息子が構成する「房」は、その父親が構成する「家族」に従属するため、「房」は永久に「家族」の下位単位となる。

⑤「拡大の原則」：「房」の系譜上における拡大性は連続しており、「房」は一人の息子を指すこともできるし、同一祖先の男子子孫とその妻たちを含む父系集団を指すこともできる。

⑥「分「房」の原則」：それぞれの父系集団は、各世代において、兄弟均分の原則によって系譜上不断に分裂して「房」を形成する。

また、中国における父系集団の基礎となる「房」において、女性は父親の家族内に「房」を構成することできない。このため、女性は基本的に父親の家産を相続する権利をもたない（嫁入り時等に家族の同意の下で持参財を継承することは可能）。また、女性は父親を祭祀する資格および死後父親から祭祀を受ける権利も与えられていない。女性は婚姻後、夫の「房」か「家族」の構成員となり、その男性子孫によって祭祀される資格を持つという仕組みになっている。

婦の鍵の権」モデル(仁井田 1952)として指摘される、家計を取り仕切る上での家庭内における女性の役割である⁴⁴。女性は嫁いだ後、舅姑、夫に従い、夫亡き後は息子に従うという「三従という婦女後見思想」によっても、歴史的に漢人家族における女性の劣位がとらえられてきた⁴⁵。しかし、実際の生活の中では、家長は自分の妻にも金庫の鍵や蔵の鍵を持たせ、家長の妻は息子の嫁に対して絶対的な権力をもつことが多い。よって、家長の妻は家長から鍵を渡されることによって、家庭内の家事という部分における権限を移譲されているのである。また、夫亡き後の「寡母」には、夫の持つ家父長制が移譲され(家産を管理する全ての鍵が移譲される)、女性でありながらも家庭内で絶大な権利を持つようになる。

今ひとつの役割は、家族文化における規範的な役割であり「考=母性」モデル(下見 1997)と呼ばれるものである。「考=母性」モデルは、漢人家族の基盤である「宗祧観念」⁴⁶のなかで女性のはたしている役割を示すものである。このなかで、漢人家族は一見、儒教による男尊女卑を背景とし父性原理によって構築されているように見える。しかし、ここで下見(1997)は、漢人家族における女性の役割について、「男尊は、自らを卑下して退いて支える女性の女卑の配慮や姿勢(母性の支援や保護)によって誘導され与えられた幻想であり、男性が専行する絶対的権限も皮相の形式である」と述べている⁴⁷。つまり、母親の子供に対する躰によって、儒教倫理の核を成す「考」という、親への服従、奉仕の概念が教示され、漢人家族を形成する上で重要な義務である「宗祧観念」が継承されている。

以上みてきたように、漢人家族は、二者間の関係からなる家族圏を形成し、家庭内における女性の女卑の実践によって、表面的には家長における絶対的権限のもとに成り立っている。しかし一方で、次章以降での検討対象との関係から重要な点として、男女は結婚後も実家とのつながりがあり、親によるサポートが受けられる点、さらに女性による子供へ

⁴⁴ 首藤(2008)、p. 48(原著:仁井田陸『中国の農村家族』、東京大学出版社、1952)

⁴⁵ 首藤(2008)、p. 48(原著:仁井田陸『中国の農村家族』、東京大学出版社、1952)

⁴⁶ 「宗祧」とは「父子関係によって貫徹される連続」を指し、「宗祧観念」とは、男子は父子関係によって独自の系統を形成し、連続させなければならないという義務観念および、その遂行から発生する権利観念(家産相続権など)を指す。(首藤(2008)、p. 45(陳其南(1985=訳 1990)、pp. 38-43))

つまり、中国では男性が父親の姓をつなぎ、子孫を繁栄させて、代々の祖先を供養する義務を負う。そのため、家産の相続権なども男性にしかなかった。「宗祧観念」とは、自らの姓を未来永劫にわたって存続させ、繁栄させなければならないという考えのもと、その主たる担い手が男性でなければならないという考え方である。よって、中国において姓を途絶えさせることは決して起こってはならないことであり、現在でも男の子を生むことに対する義務観念が残っている。

⁴⁷ 首藤(2008)、p. 48-49(原著:下見隆雄『考と母性のメカニズム』、研文出版、1997、pp10-13)

の「考」の教育によって中国の伝統的家族観念が継承されている点を指摘しておきたい。

2 炊事労働過程における役割分担

次に、前述した家族内における人間関係が、食事に関わる炊事労働においてどのように表れているのかを整理する⁴⁸。ここでは炊事労働過程として、献立・買い物・調理を対象とする。

中国においても、献立・買い物・調理といった炊事労働の担当者は主として女性である。しかし、それが必ずしも一人の女性によって担われるわけではない点が、漢人家族における炊事労働のあり方の大きな特徴である。つまり、家族圏に関わる複数の女性が担当する場合がみられるのである。例えば、家長の妻が献立・買い物・調理を担当する場合はあれば、家長の妻が献立を担当し、息子の嫁が買い物・調理をする場合がある。また、実際には、女性だけではなく、家長が献立・買物を担当し、調理を家長の妻、息子の嫁が担当し、時には家長も担当する場合もある。また、献立を家長、もしくは家長の妻がし、買い物・調理を使用人にさせるなど、家族のケースによって様々である。

こうしたケースの違いは、経済状況や家族圏の緩やかさ等によって異なってくる⁴⁹。たとえば、家長の妻が献立・買い物・調理を担当するのは、拡大家族を形成しえない貧しい農家の場合である。家長の妻が献立を担当し、息子の嫁が買い物・調理をするのは、直系家族か拡大家族の場合である。この二つの例は、いずれも家長の妻に家事に関する家計の管理が任せられている。一方、家長が献立・買物を担当し、調理を家長の妻、息子の嫁が担当し、時には家長も担当する形態は、比較的裕福な家庭の場合で、家庭内における家長

⁴⁸ 参考とした資料は、西澤（2009）によって、民族誌から中国の家族制度と日常の食事をまとめられた個所である。ここで利用された民族誌は、中国沿岸部での調査に加えて香港・台湾も含まれている。調査された時期は、中国本土の調査は、1949年以前に行われたもので、香港・台湾の調査は、1950～70年代に行われた。調査地は主に農村部である。本論文は中国都市部の食生活を調査対象としているため、内容として違和感を与える可能性がある。しかし、既存の資料の制約として、伝統的家族制度や食事方法を示す都市部の調査資料がほとんど存在せず、本論の記述のなかでは裕福な家庭の内容のみである。上流階級の生活内容は、都市における一部の事象をとらえたもので、現代の都市部における伝統的部分を説明するのに不十分である。また、1950～70年代の中国人口の大多数は農村にあり、改革開放以降に都市部で工業化が進むにつれて農村人口が都市へ移動した。つまり、現在の都市部を構成する人口のもとをたどれば、農村からの移住者も多く存在しており、生活習慣の基礎は農村部にあったといっても過言ではないと考える。

⁴⁹ 西澤（2009）、pp. 390-399

の権限が強く、女性に家計の管理が任されていない（家長が料理好きであるという理由の場合もある）。献立を家長、もしくは家長の妻がし、買い物・調理を使用人にさせる場合も裕福な家庭にみられる光景である。

このように、誰が献立を決めるか、誰が買い物に行くか、誰が調理するか、もしくは誰が買い物に行かせるか、誰が調理させるかというのは、家庭の経済状況と家庭内における権力構造と関係がある⁵⁰。

炊事労働の各段階でその権力構造との関係をみていくと、まず、献立については、献立を決めるという献立労働の担当者は、家計の鍵（家計を取り仕切る権利）を持つものである。しかし、何を作るかと決める場合、家長の好みや意向は絶対的である。また、拡大家族において、家長の妻が家計を管理するのみで、家事の一切を息子の嫁たちに任せている場合、献立労働の担当者は息子の嫁だが、この場合は家長の好みや意向に加えて、姑の好みや意向を加味して献立を立てなければならない。

買い物について、買い物は代金を支払うという労働と買い物に行くという労働に分けられる。代金を支払うという労働は、現金を管理できるもの、つまり家計の鍵（家計を取り仕切る権利）を持つものが行う。実際に買い物に行く労働は、鍵を持つ本人が行く場合もあるし、鍵を持つ者が必要な現金を渡して家長の妻や息子の嫁、もしくは使用人に行かせる場合もある⁵¹。

調理について、調理を担当する者は、炊事労働に関与しているすべての者が行う可能性がある。女性が行う場合、直系家族と拡大家族では役割分担の在り方が大きく異なる⁵²。直系家族の場合は、姑がフルタイムで調理を含む家事全般を行い、嫁はフルタイムで農作業

⁵⁰ 西澤(2009)、p. 398

⁵¹ 西澤(2009)、pp. 391-394

⁵² ここで、「家族圏」と「房」の概念を用いて、中国の拡大家族について説明を加えておく。まず、拡大家族とは、家長の「房」を中心として、その下に息子兄弟が形成する複数の「房」からなる家族の集合体を指し、この家長を中心とした「房」の集まりのが「家族圏」である。もちろん、この「家族圏」の範囲は父親と息子からなる「房」の集合だけでなく、祖母およびその息子からなる「房」の集合を含むこともあり、「家族圏」が広がる範囲はそのつど伸縮する。

家長と息子兄弟という「家族圏」でみたときの拡大家族は、家族の成長によって核家族→直系家族→拡大家族→核家族→直系家族、といった形で家族形態が変化する。まず、家長が「房」を形成した場合の家族形態は核家族の形であり、息子が結婚し「房」を形成したら家長の「房」一息子の「房」からなる直系家族の形態をとる。さらに他の兄弟の結婚または孫の結婚による新たな「房」の形成は、家長の「房」一長男の「房」一次男の「房」となり、拡大家族の形態をとる。その後、家長と家長の妻が亡くなると家産が長男と次男へ分配され、各「房」は核家族の形態からスタートする。

へ出かける。拡大家族の場合は、姑は家計管理のみを行い、その他の家事全般はすべて息子の嫁たちに任せている。息子の嫁たちは、調理を含む家事についてローテーションを組んで分担し、残りの時間で農作業に出かける場合がある⁵³。

このように、炊事労働の役割分担として、献立や買い物の支払いといった直接家計と結びつく労働は主に鍵を握る者（家計を取り仕切る者）が担当し、買い物に行く労働や調理する労働は鍵のあるなし関係なく行われる。特に、直系家族と拡大家族の女性における家事の役割分担からは、調理を含む家事は嫁が必ず担当しなければならないわけではなく、できるものが行うといった家庭内における自由度の高い役割分担が行われているといえる。

第4節 伝統的食事様式と食思想

ここまで、中国料理で利用される食材の特徴をまとめた上で、食材と人との関わり方として家族制度と炊事労働の役割分担をまとめた。続いて、調理された料理と人との関わり方である食事様式と食思想をまとめ、食材の消費過程に位置する「食事」の伝統的特徴を明らかにする。

1 食事様式の特徴

中国の伝統的食事様式は、八仙卓や円卓⁵⁴と椅子を使い、料理は共同の皿とスープ碗に盛られ、それを個人の箸や蓮華を使って個人のお椀や取り皿にとって、または直接口に運んで食べる。この伝統的スタイルが確立された背景として、第1に中国の伝統的家族の特徴と献立体系、第2に食台と椅子の変化があげられる。

中国の伝統的家族については上述したが、二者間の関係の集まりとして捉えられる。食事様式と関わる部分で重要なのは、家族の境界線が曖昧で、親族全員が家族の範囲に加わり、同居の家庭外の人参加による共食が行われやすい点である。また、二者間の関係の延長として、友人や同僚など親しい間柄の人も気軽に食事に誘う習慣がある。さらに、子ども時代（大学生くらいまで）は、親しい親戚の家に行き、その家の食事を頂いたり、自

⁵³ 西澤(2009)、pp. 400-411

⁵⁴ 八仙卓は四角形のテーブル、円卓は丸いテーブルである。両方とも中国の伝統的食台である。近年は、住居の内装が西洋風のものが多くなったため、ダイニングテーブルを利用する人が増えてきた。(西澤(2009)、p. 480)

分の家からご飯とおかずを持参して食べながら親戚の家へ行き、共食に加わったりする⁵⁵。これは、作る側からすれば、食べる人数が固定化されておらず、そのとき、そのときの人数によって料理をする品数や量を増減させなければならない。よって、中国の一般的な献立体系は、一汁四菜だが⁵⁶、人数の大小やその日の食べられる量などによって、「菜」＝料理を追加したり、減らしたりする。

このような中国の共食を基本とした、一汁数菜の献立体系の成立を可能にしたのが、食台や椅子の変化による、平座から椅子座への移行である。食台と椅子は、宋代を大きな転換期として、平座から椅子座に大きく変化し、現在の机と椅子の食事へと移行を始めた。平座の時期に利用された食台は、個人個人に膳があてがわれるため、料理の盛り付け方法も一人ずつ専用の皿に分けて盛り付けられた。椅子座になると、食台が卓子（テーブル）になり、料理の盛り付け方法が数枚の大皿に人数分の料理を盛り付けるスタイルに変化した⁵⁷。つまり、共食が基本である中国食文化において、平座から椅子座への変化は、盛り付け労働を簡素化し、共食人数が急に増えても、椅子と箸と取り皿を用意すれば即座に対応可能となった。現在に至るこうした中国の食事様式は、簡単に、かつ合理的に共食が行える点が大きな特徴といえる。

2 食思想の特徴

中国料理にはただお腹を満たすだけでなく、健康保持や病気の治癒なども食を通して行う考えがある。それは、「養生」というもので、病気を治す治療も普段の食事とともに生命を養い健康を維持するものという教えである。これは、古くから中国の医学書や薬物学書、食療学の古典、さらには道教や孔子の『論語』や儒教の経典などの中に存在する。

たとえば、紀元前 400 年ごろに書かれた中国最古の医学書『黄帝内経』には、「病気治療についても、薬物もさることながら、穀畜野菜などの食べ物をとることが、心身を養い、健康保持への必要条件となる」と述べられている。また、紀元前 100 年ごろに書かれた『親農本草経』という中国薬物学の本には、薬物治療に使われない穀物・野菜・果実・鳥獣・貝類なども含めたあらゆる食物の効能が書かれている。この『親農本草経』を核として、中国では長年にわたり専門書が記され、あらゆる食の効能と有害作用が実際の経験を通し

⁵⁵ 西澤 (2008)、pp. 508-514

⁵⁶ 木村(2005)、pp. 184-185

⁵⁷ 西澤(2009)、pp. 603-619

て知識として積み重ねられていった⁵⁸。

また、漢代以前には「五味論」という五味（塩辛い・苦い・酸っぱい・辛い・甘い）と人間の各臓器を対応させて、味の有効作用と有害作用を示す考えが作られた。これによりあらゆる食物のどの部分が体のどの部分に良い作用を与え、また逆に悪い作用を与えるのか、食物同士の食べ合わせの悪いものはどれとどれなのかという知識が積み重ねられていった。これらは、経験に基づいて蓄えられた知識で、東洋医学や薬膳などに生かされている⁵⁹。

表 2- 1 中国古典に記された養生の教え

○病氣治療と結びつもの(食事と健康管理) 食材の効能(食材の体への有効作用・有害作用) 五味による体への有効作用・有害作用 その季節に食べるべきものと食べるべきでないもの
○食事の注意点
1. 献立方法と食べ方 適当な汁がないときは食べない 肉は多くても主食の量を超えない 酒は乱れるところまで飲まない 春は辛いものを食べるのがよい 夏は酸っぱいものを食べるのがよい 冬は塩辛いものを食べるのがよい 酸っぱい、塩辛い、辛い、苦いものは食べすぎない
2. 調理法と食べ方 おかずは細く切ってあるほどよい 肉、魚の調理法が間違っており、見た目やにおいが悪いものは食べない 火加減を失敗した料理は食べない 切り方が正しくないものは食べない
3. 食べ方と健康管理 食事の時間でなければ間食しない 食べるときは熱い者から食べ、次に温暖食を食べ、冷たいものを食べる 食事は温暖であるのがよい 少してあることは、多いことに優っている(食べすぎへの警告) 冬の朝は空腹であってはならない 夏の夜は飽食してはいけない 食べ終わったら数里ほど歩くのがよい

資料：王仁湘・肖瀟『図説中国文化飲食巻』吉林人民出版社、2007年、p104、中村（1999）、pp. 64-77 を参考に筆者作成

さらに、『論語』の「郷党偏」では食に対する注意事項が記されており、養生の方法や食品衛生などについても訓戒を与えている。

道教にも食に対する思想が多く示されている。道教は民間信仰が集まったとされる中国の宗教である。その根幹を成すのが神仙信仰で不老不死という中国人の生への強い願望である。道教では食事に関して、「食は命の基なり」、「食は民の本なり」など生命維持のため

⁵⁸ 王(2003)、p. 74

⁵⁹ 王(2007)、pp. 52-56

に食が重要であることを指摘した上で、食事の際の注意点を伝えている⁶⁰。論語、道教に記された食事の際の注意点を表 2-1 にまとめた。

このように、中国では古くから医学書、薬物学書、儒教、道教などの文献に食に関する記載がある。これらはいかにすれば日常の食生活から病気をしない体を作り健康を維持していくことができるか、おもに先人たちの経験をもとに細かく記されたものである。この養生の教えは、薬膳や東洋医学等で利用されるだけでなく、民間治療としても親から子へと生活の中で脈々と受け継がれている。

第 5 節 小括

以上から、中国の伝統的食生活の特徴として以下の 3 点が明らかとなった。第 1 の特徴は、食文化の地域性である。中国料理の食材は、気候や農業の地域性の違いによる北と南の主食文化の違いがあった。また、動物性たんぱく源の嗜好として、中国全体的には古代から豚肉を中心とした肉食への強い嗜好があるが、一方で北の羊肉と南の魚嗜好という違いがある。加えて、肉食へのタブーもなく、肉食への嗜好性が強いが、中国料理は野菜と肉がバランスよく食される。これには、中国の先人達が食生活の経験のなかで蓄積していた、食材を有効に利用しながら、普段の食から健康維持を図る「養生」の考えが影響していると考えられる。

第 2 の特徴は、中国の献立体系と食事様式は共食が成立しやすい点である。中国料理の基本の献立は一汁数菜であり、共に食べる人数に応じて菜＝料理の数を調整する。食事法は、テーブルと椅子を使い、皆で大皿に盛り付けられた料理をそれぞれの箸や匙を使って自分の小皿に取り分けて食べる。献立した料理数が共食人数によって自在に変化するの、中国の家族概念が個人を中心として、時と場合に応じて伸縮するためと考えられる。よって、家族の境界線が緩やかであり、その時々によって家族人数が変化するため、テーブルと椅子を利用し、料理を大皿に盛り付け、皆で食べる配膳方法は、最も効率的に共食を行える方法といえる。

第 3 の特徴は、家庭内における炊事労働の担当者が規定されていない点である。具体的には、炊事労働は基本的に女性が行うが、何を作るか、何を買うかを定める、家計に直接関係する献立労働は、家計を管理するもの、つまり現金をしまいう入れ物の鍵を持つ者が行

⁶⁰ 中村(1999)、pp. 73-77

う。よって、献立労働には担当者が規定されるが、実際に買いに行く、調理するという購入労働、調理労働は、基本的には家庭外での仕事が少なく、時間のある者が男女問わずに行うため、担当者が固定されていない。

以上の中国の伝統的食生活の特徴から、現代の中国食生活をひも解く仮説を示したい。まず、現代の食生活変化の特徴である加工食品や外食産業のチェーン展開による商品化した食の浸透は、画一化した食を国内市場に大量に拡大させる傾向がある。よって、中国食生活の第1の特徴である食文化の地域性は、商品化され、画一化した食が浸透することによって薄れていく可能性がある。また、現代の生活時間の使い方は、大人は社会的労働に多くの時間を割き、子どもは学校以外の習い事など課外活動に時間を使う傾向にあり、家族が食卓にそろっての食事である共食が維持しにくい。よって、第2の特徴である中国の献立体系と食事様式が共食を成立させやすい点は、現代の中国家族のあり方が変化することで共食の維持が困難となっている可能性が考えられる。続いて、第1の特徴の変化とも関係するが、現代の商品化した食の浸透とは、炊事労働の社会化が進むことである。中国食生活の第3の特徴は、家庭内における炊事労働、特に購入労働と調理労働が規定されていない点であった。このように、労働の主体者が規定されていない場合、家庭内での私的労働を社会的労働に置き換えることに対して違和感や嫌悪感を抱きにくいと考えられる。よって、中国では炊事労働の社会化が進みやすい環境が伝統的にも形成されており、現代の商品化した食の消費が拡大しやすいと考えられる。

第3章 中国における市場経済の導入と食料消費の変化

第1節 本章の課題

ここまでみてきた中国の食文化的側面は現代にも根付いているが、改革開放による市場経済導入以降、表面的な消費の面では大きな変化が表れている。

1978年の改革開放以降、これまでの経済体制である計画経済を維持しながら、段階的に市場調節機能を導入し、92年以降においては市場経済を主とする「社会主義市場経済」へと移行した。本章では、生産財、消費財の需給と価格が市場にゆだねられることとなった現代中国において、都市部の食料消費がどのように変化したか明らかにするために、第1に、市場経済の導入とそれに伴う都市部の生活を規定してきた単位制度の変化および食料市場の変化を整理し、第2に、食料市場の変化を受けて、都市部における食料消費の現状を主に統計資料によってまとめる。

第2節 市場経済の導入と都市部における食料市場の変化

1 計画経済から市場経済への移行

中国は1949年の建国以降、生産財を国有又は集団有とし、計画経済の下で労働者は集団生産を行ってきた。政府は生産品目、生産量、販売ルート、および価格を規定していたため、生産者は自由な生産や販売を行うことができなかった。よって、消費面においても都市では配給制が敷かれ、生活に必要な消費財を自由に購入することができなかった。加えて、社会主義建設という大きな理想の下、中国全人民を総動員して、大躍進や文化大革命といった、大衆による思想的な革命や現実の生産力を無視した重工業発展の推進が統制的に進められていった。これらの政策は、党組織、行政組織、経済組織が一体となって行われ、結果として現実の生産能力を無視した目標や水増し報告、上層部の汚職の横行などによって資源分配の非効率を招いた。また、集団生産では平等意識の下で個人の労働能力や成果が労働点数や昇進等に反映されず、労働者の勤労意欲の欠如がもたらされた。これらによって、生産性は次第に悪化していったのである。

これらの反省をふまえて、経済改革として進められたのが1978年から始まった改革開放

以降の、計画経済から市場経済への段階的な移行である。その特徴は、国家と各省政府および国家と企業体が分離し、それぞれが直面する問題に対して主体的に解決できるようになったことである。加えて、中国の経済体制の中に私営企業など非国有企業の存在を認め、非国有企業の発展が経済成長の原動力となった。変化の区分としては、1978～91年は計画経済を主としながら、市場経済を段階的に導入した時期であり、1992年以降はこれまで行った改革の中で残されてきた規制等の撤廃が大きく進み、中国の経済体制が市場経済を主とする体制に移行した時期である。

1978～91年の改革として、まず挙げられるのは、農業生産責任制の導入である。これは、農業経営が集団経営から家族経営へ移行し、加えて余剰農産物の自由市場での販売が自由化された。安徽省から実施が始まったこの政策は、その後急速に全国へ拡大した。これを受け、これまでの生産構造は主食用穀物生産が中心であったが、野菜や畜産物など経済作物の生産が徐々に拡大を始めた。また、市場経済化の流れは農村部から始まり、余剰農産物の販売から得た資金をもとに第一次産業以外への投資が農民によって行われ、農村経済の牽引者となる郷鎮企業が陸続と設立されていった⁶¹。

国有工業や国有商業を含む国有企業改革においては、1987年に経営請負制が施行された。これは、政府行政機関と国有企業管理の職能の分離および所有権と経営権の分離を目標に進められた。この制度の下で企業は、国家から経営を委任され、利潤の上納や納税額などを契約する。利益が請負上納利潤額を上回った場合は、利益の余剰分を企業内に保有することが可能となり、労働者の賃金を上げたり、新たな設備投資を行ったりすることが可能となった⁶²。

流通・価格制度改革については、これまで生産物は「統一買付・統一販売」を行ってきたが、1979年以降順次流通と価格が自由化されていった。1979年時は97%を占めていた消費財の公定価格は、85年以降農産物価格を中心に自由化が進み、90年に29.7%、93年に5%へと減少した⁶³。

対外開放政策としては、1979年に深圳、珠海、汕頭、厦門に特区が設置された。1984～88年にかけては、大連、天津、青島、広州など沿海都市部に経済技術開発区を設置、長江デルタ、珠江デルタ、福建省東南部を経済開放区として設置、続いて山東半島、河北、広

⁶¹ 渡辺 (1994)、pp. 88-106

⁶² 関 (2005)、p. 121

⁶³ 渡辺 (1994)、p. 144

西などの沿岸地域の市町村も開発区として外国資本に開放されていった⁶⁴。86年にはWTO加盟交渉に向けてGATTへの復帰を申請している。

1978～91年までは市場経済へ移行するための実験的な移行段階であり、計画経済と市場経済が混在した時代であった。92年以降は「社会主義市場経済」体制への完全なる移行の段階である。まず、92年に鄧小平によって行われた「南巡講話」⁶⁵を契機に、80年代末から台頭した非国有企業である民営企業などが急速に成長していった⁶⁶。

民営企業の成長とは逆に、国有企業は経営の効率化が進まず、赤字が拡大していった。また、国有資産が個人的に利用されるなど不正が後をたたなかった。国有企業の所有者は国家であり、換言すると中国全人民である。つまり、国有企業の経営を監視する明確な所有者不在のまま、国有企業は国家から経営を委託された形となっていた。国有企業の経営目標は、あくまで国家が定めた生産目標の達成であり、赤字は常に国家財政から補てんされていた。この状況を打開するため、1997年から「国有企業の戦略的再編」が打ち出された。これは、2011年までに一部の重要産業⁶⁷を除いて、国有企業の減少または撤退を行うというものである。加えて2003年には、国有企業の株式制が採択された⁶⁸。

このように、92年以降は価格と流通の自由化が進むとともに、国と企業の分離が大きく進み、中国国内市場における民営企業の存在も大きくなった。各企業は国内市場の中で利潤の最大化を求めて激しい競争を行うようになった。2001年にWTO加盟を果たしたことで、中国の対外開放が加速度を増し、中国国内市場は国際競争の中へ組み込まれていった。

⁶⁴ 関 (2005)、p. 73、77

⁶⁵ 鄧小平が1992年1月から2月にかけて、対外開放都市である深圳、珠海、上海などの南方を視察し、各地で講和を行った。これまで、中国共産党内には改革開放に対して消極的な議論もあったが、「計画か市場かは、社会主義と資本主義を区別する基準ではなく、社会主義にも市場がある」と述べたうえで、イデオロギー論争にとらわれずに経済改革と対外開放を進めるよう檄を飛ばした。

⁶⁶ 関 (2005)、p. 128

⁶⁷ 具体的には、以下の4つの項目に当たる産業が国有企業として残される。第一は国家安全保障に関わる部門で、武器の製造などの国防に関する産業、貨幣の鑄造、食料やエネルギーなどの備蓄である。第二は、郵政、電気通信、電力、鉄道、航空などの産業である。第三は、都市部の水道、ガス、公共交通、港、空港、水利施設、防護林工事など公共財・サービスを提供する産業である。第四は、石油採掘、鉄鋼、自動車、電子の最先端部門である。

⁶⁸ 関 (2005)、pp. 125-131

2 市場経済の導入と中国都市部の生活環境の変化

市場経済の導入によって、これまで中国都市部の人々が就業の場としていた国有企業の大部分が民営化、または閉鎖された。それまでの都市住民の生活は、就業先である国有企業と密接な関係があり、国有企業改革は都市住民の生活環境を大きく変化させた。

計画経済期における中国の都市労働者は、就業先である国有企業内に住居し、職場を通じて、生活手段の全てを公共サービスとして受け取っていた。これは、新中国設立後の不安定な経済状況の中で、効率的に資源を集中させ工業化を推し進めると同時に、都市の社会生活を高度に結合させるためにとられた制度で、単位制度という。単位とは、工作单位 (work unit) の略称で、都市住民に就業の場を提供する組織である。単位制度は、人事制度と福祉制度の2つに区分することができ、人事制度には人事管理制度、雇用制度、給与制度、評価・教育制度があり、福祉制度には住宅福祉制度、集団福祉制度、文化福祉制度、保障制度、社会保険制度などが含まれる⁶⁹。

本論に特に関わるのはこのうち福祉制度についてである。福祉制度は政府から提供される社会サービスの補助を単位が行い、職員の生活の向上を図るものである。計画経済期の中国では、住宅は単位によって供給され、その住宅地周辺には、単位構成員の生活の利便性を高めるために食堂や浴室、病院、幼稚園、学校、売店、郵便局、理髪店、通勤バスなどの生活施設、および閲覧室、文化ホール、映画館、老人活動室、運動場などの文化、娯楽施設などが単位によって提供されていた。また、国と単位によって医療制度や社会保証制度が実地され、単位の構成員であれば公費で医療を受けることができた。このように、都市部住民の生活は、単位という空間のなかで完結できるよう完備されていた⁷⁰。計画経済期の中国都市部では、個人向けのサービス施設が極めて少なかったため、「単位」が構成員の生活に必要なあらゆるサービスを提供する必要があったのである⁷¹。つまり、計画経済期

⁶⁹ 柴 (2008)、pp. 32-33

⁷⁰ ただし、単位の規模や企業の重要度によって提供される福祉サービス内容に差がある。単位の提供する施設には、職場のほかに、①住宅施設 (住宅、電気、上下水道、ガスの供給と管理、維持)、②生活施設 (食堂、レストラン、日用品店、青果物店、共同浴場など)、③教育・文化・福祉施設 (病院、学校、幼稚園、映画館、グラウンドなど) に分けられる。単位には、上記3つを提供する単位、住居と生活施設を提供する単位、住居のみ提供する単位の3種類が存在した。都市中心部に立地する商業・サービス系単位は住居のみ提供し、郊外に立地する工業型単位および大学など文教厚生系単位、鉄道など社会資本系単位は規模も大きく、3種類の施設全てを完備していた。(柴 (1991)、pp. 24-26)

⁷¹ 柴 (1991)、p. 23

は公共サービスという形で家事労働の社会化が公的に進んでいたといえる。

しかし、改革開放後の計画経済の段階的廃止や市場経済化の流れのなかで、単位が供給していた公共サービスが単位以外のさまざまなルートによって供給されるようになる。計画経済期における住宅提供は、国家が投資をして住宅を建設し、単位を通じて労働者に低価格で住宅を住宅手当として提供していた。1980～1990年中頃になると、国家、単位、個人の共同出資で住宅が建設され、単位が主要な住宅供給者となった。しかし、1990年中頃以降は、住宅基金や住宅金融政策の施行によって、単位の住宅配給が終結し、住宅が商品として販売されるようになった。また、生活施設、文化・娯楽施設は全て単位から分離され、商業・サービス業として独立した。医療・社会保険制度においても、これまでは単位の構成員であれば公費医療を受けていたが、94年以降政府による基本的医療保険と単位による補充的医療保険、および個人による商業的医療保険へ分散された⁷²。

このように、これまで単位が提供してきた生活に必要な様々な公共サービスが市場経済への移行の中で全て単位から切り離され、商品化していった。つまり、中国の都市部における生活手段の分配方法が、政府による公的な分配から社会的分業における社会的労働の発展形態である、市場を通じた分配へ変化したのである。このことは、労働に視点を当てると、家事労働の公的社会化から商品による社会化への変化として捉える事が出来る。

よって、市場経済導入による国有企業改革や非国有企業の成長にともなう就業の場の変化は、都市生活に直接大きな影響を与えていった。

3 都市部における食料市場の変化

ここまでで述べたように、都市の国有企業の改革に伴って、これまで単位が提供していたあらゆる公共サービスが商品化し、商品による社会化が進んでいった。単位が提供していた公共サービスの中には、食料の配給券も含まれていた。また、配給券と食料を引き換える場所としての国有商業も単位によって運営されていた。

改革開放以前の中国都市部における食料流通を具体的に述べると、農産物の生産は人民公社による集団生産のもと、国家によって作物品種や作付け量が規定されていた。収穫された農産物の流通においては「統一買付・統一販売」という統制的流通制度が施行されていた。統一的流通制度を行った背景には、都市部へ農産物の安定的供給を確保し、国民の

⁷² 柴 (2008)、pp. 68-70

食生活を改善すること、さらに重工業を優先的に発展させるために生活必需品と原料を低価格で供給し、低賃金を維持して資本蓄積を高めるといった理由があげられる⁷³。このような国家によって統制された食料流通の中で、都市住民は単位から供給された食料をもとに食生活を営んできた。

しかし、都市部人口の増加によって農産物需要が拡大したことで、これまでの制度下では対応しきれず、都市への食料供給は、慢性的な供給不足となった。これを受け、79年の改革開放以降、食料の生産面、流通面における制度改革が段階的に行われ、90年代になると市場経済化への全面的な移行が推し進められた。

生産面における制度改革には、78年から始まる人民公社の解体と農業生産責任制の導入がある。人民公社時代の土地は集団所有制のもと、複数の農家によって集団で所有し、農作業も複数の農家による集団で行われていた。農業生産責任制は、土地の所有形態は集団所有制のままだが、土地の使用収益権が土地の所有形態である集団合作経済組織との請負契約の下で個別農家に移譲される。つまり実質的には、農業経営は集団経営から家族経営へと移行した⁷⁴。

流通面における制度変化は、統制流通から市場流通への移行である。まず、統制流通の場合、主となる流通機構は国営商業で、補完的存在として国営商業の指導を受けながら流通を行う合作商業がある。また、これら社会主義的商業流通機構の補完として集市貿易市場（自由市場）が存在した⁷⁵。統制流通制度である「統一買付・統一販売」は、1953年に穀物、油糧作物、綿花の国営商業による独占的流通から始まり、1955～56年には豚肉、主要果実、水産物、野菜、茶へと拡大していった。

買付方法は全量買付、割り当て買付、協議買付の3通りが行われていた⁷⁶。第1の全量買付は、中央政府によって直接管理を受ける生産物であり、穀物、油糧作物、綿花、木材が該当する。生産者は政策的に決められた保留分（自家消費分）以外を統一価格で指定の営業部門に売り渡す。私営業者への販売は禁止されているため、自由市場で販売されることはない。第2の割り当て買付は、国営商業、合作商業、地方政府等によって管理される生産物であり、豚肉、卵、野菜、リンゴ、一部の水産物、一部の漢方薬材などが該当する。生産者は、国家によって割り当てられた農産物の品種、収量を国家によって決められた供出

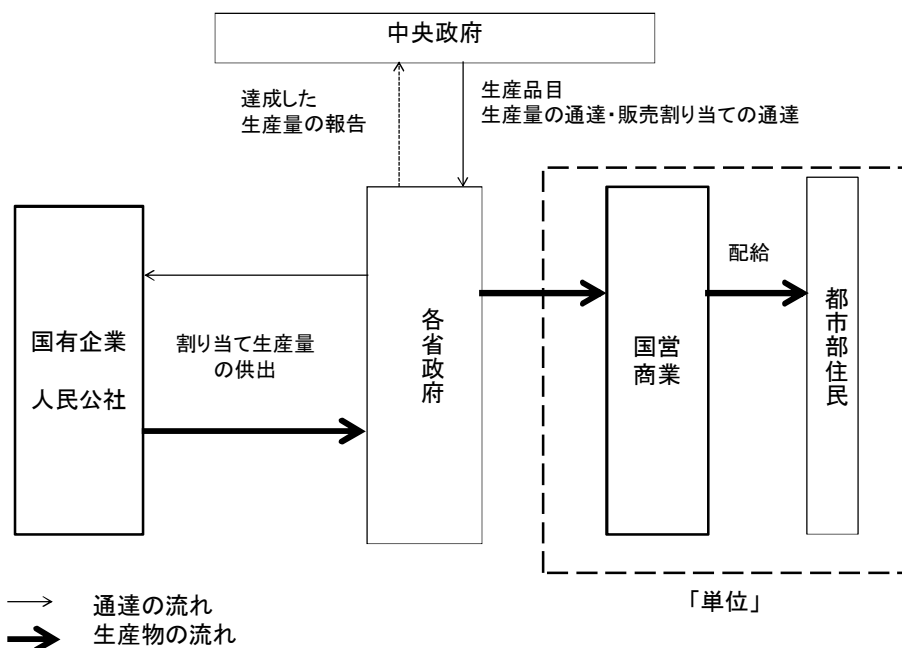
⁷³ 小野（2002）、pp. 29-30

⁷⁴ 白石（2005）、pp. 12-19

⁷⁵ 小野（2002）、p. 29

⁷⁶ 兪（1997）、pp. 25-26

価格で指定の営業部門に売り渡す。割り当て買付では、割り当を達成し、さらに余剰がある場合は自由市場で販売することが可能である。第3の協議買付は、各地方政府の管理下で商業部門によって買い付けされるものである。品目は、地方特産物、畜産物の副産物、野生動物植物原料、少量生産の農畜水産物で、これらは供出の義務がない。

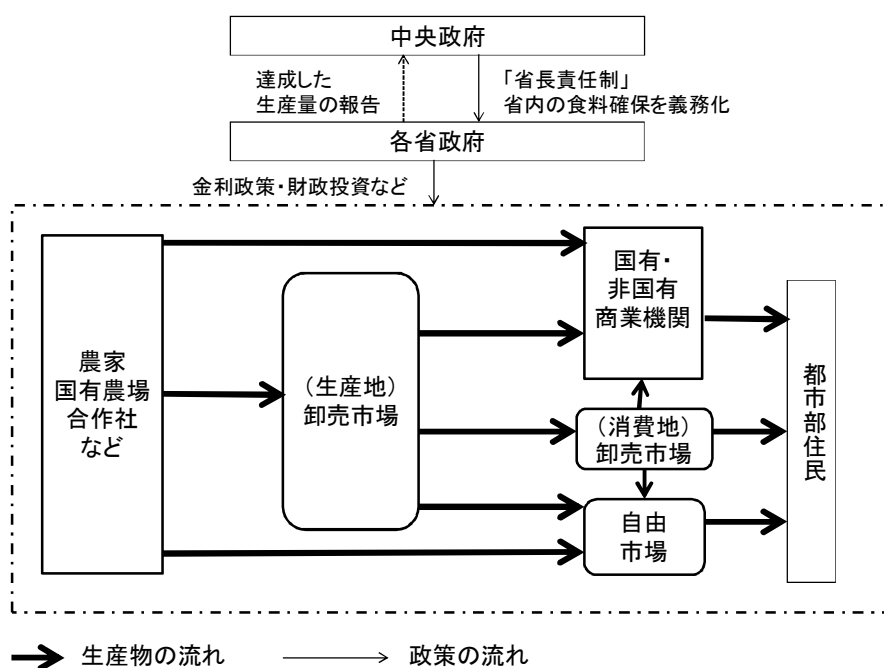


資料：俞（1997）参考に筆者作成

図3-1 計画経済下での生活手段の流通経路

このような、政府による強力な管理下におかれ硬直した流通制度は、1979年以降3段階にわけて変化していった。第1段階は、1979～84年の統制制度が緩和された時期で、主要農産物の統一買付価格が引き上げられた。また、統制買い付け対象の農産物の内、流通量の少ないものが対象から外され、買い付け量の削減と自由市場に対する規制緩和が行われた。第2段階は、1985～91年の農産物流通制度の改革が行われた時期で、市場流通と統制流通が併存していた段階である。この時期は、穀物、綿花など一部の農産物を除いて「統一買付・統一販売」制度が廃止され、定量買付け制度へ移行した。また、野菜や豚肉などの割り当て買付け制度が廃止され、これら生産物の流通が自由化された。これにともなって、産地と消費地における卸売市場の設立と整備が推進されている。第3段階は、1992年以降の市場流通制度への全面的な移行の時期で、穀物流通に関する直接統制の撤廃、一部

の都市に残っていた野菜や食肉等の統制管理の撤廃による生鮮食料品の全面的自由化が進められた。また、都市化によってこれまでの都市近郊野菜産地における食料供給能力が衰退し、都市部で表れた多様な食材需要への変化に対応できない状況を受け、「菜藍子工程」⁷⁷という副食品の生産と流通、小売を含めた総合的な政策が進められている。なかでも、90年代半ばから野菜は供給過剰に変化したことは、スーパーマーケットやコンビニエンスストアの成長をうながした。また、政府による市場流通に対する間接的管理制度の整備として、穀物の備蓄制度の創設や生産者、消費者保護制度の整備なども進んでいる⁷⁸。



資料：俞（1997）参考に筆者作成

図3-2 市場経済下における農産物の流通経路

このように、国家によって統制され、単位制度の中に組み込まれていた都市住民の食料供給制度は、市場経済の導入によって大きく変化し、食料選択の幅が急激に拡大している。

⁷⁷ 1988 に中国農業部によって提唱された。基本的概念は、「副食品（野菜、食肉、家禽、鳥卵（鶏卵、鶉卵、鴨卵など）、水産物、乳類等の生鮮農産物）の生産、流通、消費、およびその諸制度の改革等に関する総合的な政策体系（1990年国務院通達）」である。この政策は、各大都市による首長（省長）責任制のもとで個別に政策が具体化され実施されている。（藤田（2002）、pp. 42-43）

⁷⁸ 小野（2002）、pp. 32-34

この変化における重要な視点として、生産、流通、消費に関わる各企業体や個人が、市場の中で主体性を持って経済活動及び消費活動を行えるようになったことである。これにより、消費者は自らの欲求を満たせる商品を選択し、生産、流通側は消費者ニーズに合わせた生産物の生産や販売方法を行うようになった。結果として、市場経済導入による生産、流通面の規制緩和によって商品経済が急速に浸透し、これまで顕在化していなかった消費者の需要が表面にあらわれるようになったといえる。

第3節 中国の経済成長と食料消費の変化

市場経済の導入により、中国の経済発展が急速に進む中、食をめぐる様々な制度変化によって都市部住民の食料選択の幅は大きく拡大した。以下、消費者の食料に対する需要が市場を通じて顕在化するようになった現在の都市部における食料消費の変化について、統計データを用いてマクロ的に分析していく。

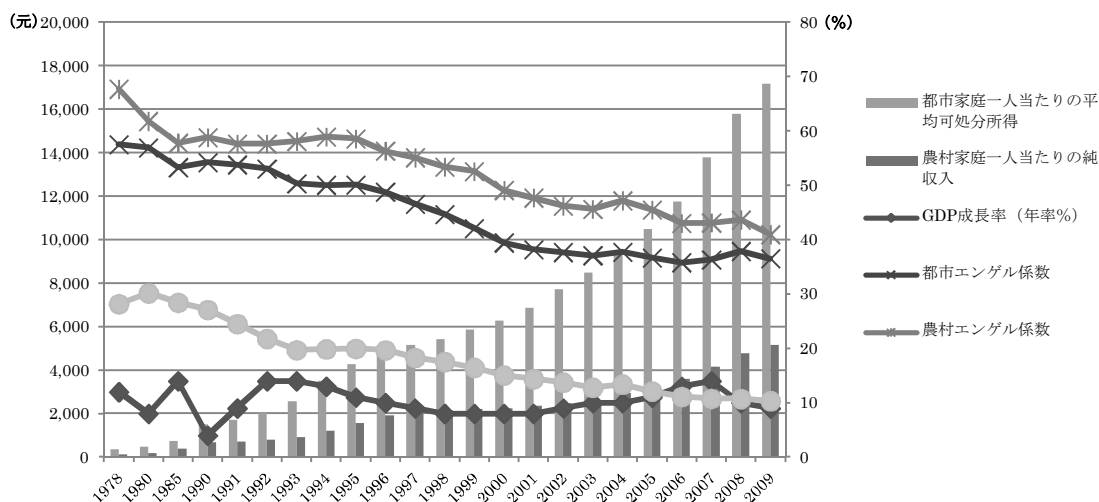
1 中国の経済成長と都市・農村格差

1978年から始まった改革開放以降、中国のGDP成長率は年率で10%前後を維持し、経済成長を続けている。89年の天安門事件の影響を受けて一時経済が停滞したが、92年に鄧小平による「南巡講話」を契機に市場改革が進められ、90年代以降の経済成長率は高い水準で安定している。

78年初期の経済改革は農村を中心に進められ、都市と農村における一人当たり所得の格差は少なく、所得の伸びは農村の方が高かった。また、このとき、農村住民の一人当たり純収入に占める第一次産業所得の割合は8割であった。しかし、90年代に入ると減少し始め、2000年に入ると5割を切るようになった。78年比でみた2009年の農村住民一人当たりの純収入は名目値で38.5倍、第一次産業収入は名目値で17.5倍である⁷⁹。農村では兼業化が進むことで農家所得が増えたが、第一次産業からの収入が他産業ほど伸びていない。また、GDP全体に占める農業部門の付加価値の割合は、80年代半ばから減少を続けている。都市と農村における所得格差も年々拡大傾向にあり、農村におけるエンゲル係数は依然として40%を超えている。

⁷⁹ 『中国統計年鑑2010』より

一方、都市の78年比でみた2009年における一人当たり可処分所得は、名目値で50.0倍である。78年の都市の農村の所得格差は2.6倍であったが、09年には3.3倍に拡大した。一人当たり所得およびエンゲル係数の都市と農村間における格差は、92年の市場経済化以降、急速に拡大している（図3-3）。



資料：GDP成長率および農業部門の付加価値構成は、World Development Indicators (2010年10月8日アクセス)、その他の値は『中国統計年鑑2010』より。

図3-3 中国経済成長の変化

2 都市部と農村部におけるカロリー摂取差

中国全体にみる国民一人当たりの供給熱量の推移は、60年代における農業生産の集団化による農産物生産の増加を背景に、1966年までに1,899kcalまで急激に上昇した。その後のカロリー供給量は、70年代は文化大革命を通じた政治や経済の混迷期によって停滞した。改革開放以降の70年代後半から80年代前半と90年代はカロリー供給量が大きく上昇している。1998年になるとカロリー供給量は2,912kcalに到達し、その後は横ばいとなり、カロリー摂取量が飽和状態となっているといえる。また、78年以降になると一人当たりの脂質供給量が急激に増加し、2005年にはタンパク質供給量を上回っている。

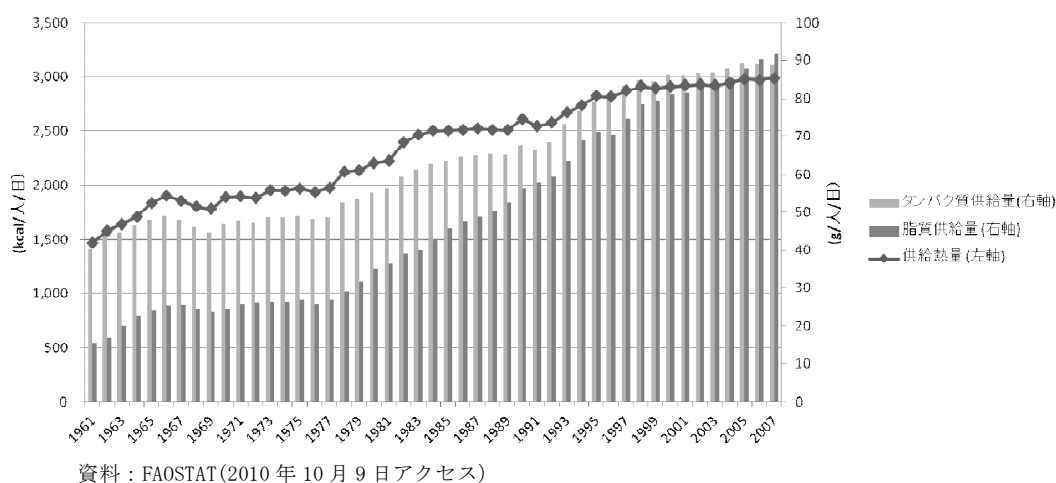


図3-4 中国におけるカロリー摂取量の変化

表3-1 中国の都市部と農村部における一人当たりカロリー摂取量の推移

(単位：kcal/日/人、%)

	総摂取カロリー		穀物カロリー比重		タンパク質比重		脂質比重	
	都市	農村	都市	農村	都市	農村	都市	農村
1990	2,313.8	2,841.6	67.8	86.4	13.5	12.7	25.2	13.3
1991	2,319.0	2,803.4	66.2	85.4	13.5	12.7	26.5	14.1
1992	2,356.3	2,769.6	63.3	84.7	13.2	12.6	29.1	14.5
1993	2,195.7	2,893.0	61.2	86.1	13.1	12.6	30.5	13.9
1994	2,320.7	2,836.4	61.8	86.0	13.1	12.6	30.3	13.9
1995	2,235.3	2,830.0	62.7	85.7	13.1	12.6	29.3	14.2
1996	2,237.2	2,834.0	62.5	84.6	13.1	12.7	29.3	14.9
1997	2,180.7	2,796.5	61.5	83.9	13.1	12.7	29.9	15.3
1998	2,197.6	2,783.0	61.2	83.9	13.0	12.7	30.2	15.3
1999	2,223.3	2,761.6	60.6	83.9	13.0	12.8	30.6	15.2
2000	2,239.6	2,846.3	59.6	82.1	12.8	12.6	31.3	16.7
2001	2,206.4	2,734.0	59.8	81.5	12.8	12.6	31.0	17.2
2002	2,317.7	2,743.5	57.3	80.7	13.1	12.6	33.1	17.9
2003	2,379.7	2,583.1	56.5	80.6	13.0	12.8	33.8	17.6
2004	2,298.1	2,510.2	58.2	81.5	13.4	13.6	32.7	16.3

資料：柯(2007)、pp. 214~217より改変

中国では、都市部と農村部の経済発展差によって所得に大きな格差があるが、それはカロリー摂取量にも影響を与えている。総摂取カロリーは、都市部では90年代から2,100~2,300kcalの間にあり、農村部では90年の2,841.6kcalから2004年の2,510.2kcalへ減少傾向にある。総摂取カロリーに占める穀物カロリーの割合は、都市部、農村部ともに減少している。都市と農村を比較すると、2004年値で都市部が58.2%であるのに対し農村部では81.5%で、農村部の食生活は依然として主食穀物中心である。総摂取カロリーに占める脂質の割合は、2004年値で都市部の方が約2倍多いが、都市部農村部ともに増加傾向にあ

る。一方、総摂取カロリーに占めるタンパク質比重は都市部、農村部ともに差がなく、大きな増減もない。つまり、都市、農村ともに穀物摂取カロリーが減少し、穀物由来のタンパク質摂取が減少する一方で、タンパク質と脂質を含む畜産物消費が都市部と農村部に消費量の差を残しながら増加していると考えられる。

よって、図 3-4 において、70 年代後半から 80 年代前半の総摂取カロリーの増加期では、タンパク質供給量と脂質供給量間に大きな差があるが、90 年代前半における総摂取カロリーの増加期では、その差が小さくなっている。70 年代後半から 80 年代前半の総摂取カロリーの増加期は、都市における副食消費の増加が主な要因であると考えられる。90 年代からの総摂取カロリーの増加は、これまでの都市部における副食増加に加えて、農村部における副食消費の増加が要因として加わっていると考えられる。よって、市場経済の段階的導入期である 80 年代の食料消費は、都市部を中心に食生活が質的に多様化し、90 年代以降の市場経済化以降は、都市部と農村部双方の食生活が質的多様化に向かっているといえる。

3 中国都市部における食料消費構成の変化

ここまで述べてきたように、現在中国では都市部と農村部における経済発展差が存在し、総摂取カロリーに関しても違いがみられた。よって、中国の食生活変化は、都市と農村を区別して分析する必要がある。なかでも、都市住民は改革開放や市場経済化による経済成長の恩恵をリアルタイムで受け、農村住民より先に新たな消費に結びついている。

表 3-2 は都市住民一人当たりの食料消費および所得弾性値をまとめた表である。建国初期の 1957 年の食料消費構成は、全体の 55%が穀物によって占められ、残りの副食は野菜を中心とした食であった。改革開放後である 80 年代以降は、主食である穀物の消費が減少し、野菜を中心とした副食の消費の拡大と副食消費の多様化が進んだ。また、動物性たんぱく源の所得弾性値をみると、96 年から 05 年の間に豚肉、牛肉、鶏肉、牛乳の値は減少しているが、全体として所得弾性値はプラスを示している。なかでも、豚肉の値は最も小さく、日常的に食せるレベルの食材になっているといえる。また、牛乳や水産物、鶏肉は動物性たんぱく源消費の中で所得弾性値が比較的高いが、すでに 1 を割っている。よって、これら食料もすでに一般的に食される食材となっているといえる。

表 3- 2 都市住民一人当たりの食料消費の変化

	1957	1985	1995	2005	(2005/1957)	所得弾性値 1996－2005
穀物	167.2	134.8	97.0	77.0	0.5	-
野菜	109.2	144.4	116.5	116.6	1.1	-
豚肉	6.7	16.7	17.2	20.2	3.0	0.314－0.158
牛・羊肉	1.2	2.0	2.4	3.7	3.1	0.422－0.246 *
鶏肉	1.2	3.2	4.0	9.0	7.5	0.534－0.343
卵	3.3	6.6	9.7	10.0	3.0	-
水産品	7.6	7.1	9.2	12.6	1.7	0.336－0.366
牛乳	-	-	-	17.9		0.855－0.559
果物	-	-	-	56.69		-
植物油	4.2	5.8	7.1	9.3	2.2	-

注：「-」値なし、「*」牛肉のみの値

資料：食料消費量の値は『中国統計年鑑』各年版より作成

所得弾性値は木下他(2007)より

食料消費構成の大きな変化として主食の減少があげられるが、これは単に消費量が減少しただけではない。表 3-3 は、都市住民の一人当たり主食消費量の変化を所得階層別に示したものである。まず、96年の主食消費の合計は所得階層別にみても消費量に大きな差がないが、2004年の値では低所得者と中、高所得者の間に消費量に差がみられるようになった。さらに、主食消費の内訳をみると、コメおよび小麦粉の消費が全階層において減少する一方で、小麦粉を利用した饅頭や麺などの主食加工品の消費が全階層で増加している。しかし、消費量の前年比増加率は低所得者で1.2%、中所得者で1.9%、高所得者で1.1%となっており、高所得者においては主食加工品の消費の伸びもすでに鈍化している。中国の国内向け主食加工品の生産は、1980年代では生産量がごくわずかだったが、90年代以降の市場経済化によって企業の規模拡大も進み、主食加工品の生産量も大きく増加した。このことは、主食加工品消費を全所得階層に広げ、饅頭や麺などの主食加工品を消費することで、主食消費において食の外部化が浸透しつつあるといえる。

表3-3 都市住民一人当たりの主食消費量の変化

(単位: kg/人)

	平均		低収入		中等収入		高収入	
	1996	2004	1996	2004	1996	2004	1996	2004
主食穀物	94.7	78.2	94.6	82.7	93.4	77.1	94.4	75.5
米	52.6	42.7	52.1	45.2	52.6	41.7	52.4	41.0
小麦粉	23.5	12.5	25.6	15.9	22.3	12.1	20.9	9.2
その他主食	1.5	3.0	1.7	2.7	1.4	3.0	1.9	3.6
主食加工品	17.1	20.0	15.2	18.9	17.1	20.3	19.3	21.7
澱粉・芋類	14.2	10.0	13.4	10.7	14.2	9.6	14.6	9.7

注：主食穀物：主食用に脱穀、精米された穀物およびその加工品。

米、小麦粉、雑穀、パン等主食系加工食品。芋類、豆類、クッキー、ケーキ類は含まない。

米：米、うるち米、もち米、ハイブリット米など

その他主食：大米、小麦粉以外のその他雑穀。トウモロコシ、アワ、オオムギなど。

主食加工品：糧食を使った加工品。パン、饅頭、麺、インスタントラーメン、餃子の皮、ビーフンなど

(家庭内で作った饅頭を食べる場合は、小麦粉消費に位置づけされる。)

澱粉・芋類：芋類、澱粉および澱粉製品。馬鈴薯、サツマイモおよび各種澱粉と製品。

96年と04年はデータの分類に多少の違いがあり、04年の分類に即してまとめた。

資料：『中国价格及城镇居民家庭收支调查统计年鉴』1997、2005

続いて、副食の消費をみてみると、中国の副食消費は、野菜消費が副食消費の半分以上を占めるのが特徴である。中国料理のレシピ本をみても、野菜を利用した料理は最も多い。一人当たりの野菜摂取カロリーの国際比較(表3-4)からも、中国の野菜消費は世界的に見ても多いことがわかる。一方、都市住民一人当たりの野菜消費の変化をみると、野菜消費は年々減少している(表3-5)。緑黄色野菜と淡色野菜で分類した野菜消費の内訳では、野菜消費の中心は淡色野菜となっている。しかし、淡色野菜の消費量は年々減少し、その逆に栄養価の高い緑黄色野菜の消費が増加している。野菜消費が減少し、副食に占める割合が減少するなかで、消費される野菜の種類に変化が表れ、野菜消費が多様化している。

表3-4 野菜供給カロリーの国際比較(2007年)

(単位: kcal/人/日)

中国	日本	韓国	タイ	マレーシア	アメリカ	イギリス	フランス	ドイツ
177.68	76.42	170.39	30.31	43.21	79.59	67.94	72.92	68.18

資料：FAOSTAT：2010.10.20アクセス

表3-5 都市住民一人当たりの野菜消費の変化

(単位: g/人)

	合計			都市部		
	1982	1992	2002	1982	1992	2002
野菜	316.1	310.3	276.2	302	319.3	251.9
緑黄色野菜	79.3	102	90.8	68	98.1	88.1
淡色野菜	236.8	208.3	185.4	234	221.2	163.8

資料：中華人民共和国国家統計年鑑 社会統計年鑑 社会統計数据 2007

<http://www.stats.gov.cn/tjsj/qtsj/shtjnj/>

野菜消費が減少する中で、消費量を増加させているのが動物性たんぱく源となる畜産物および魚類である。表 3-6 は動物性たんぱく源の一人当たりカロリー供給量の国際比較を示している。中国は日本や韓国などアジアの国の中でも肉類の消費カロリーが多く、アメリカ、ヨーロッパと同じ欧米並みの供給カロリー水準となっている。都市住民一人当たりの肉類消費量（表 3-7）では、1996～2004 年の間に全所得階層とも消費量が増加している。

表 3-6 動物性たんぱく源供給カロリーの国際比較（2007）

（単位：kcal/人/日）

	肉類	魚類	牛乳
中国	419.9	37.8	52.0
日本	176.0	163.2	119.7
韓国	244.9	94.2	38.5
タイ	182.9	59.1	32.8
インドネシア	59.8	48.9	15.9
アメリカ	450.0	38.4	373.1
イギリス	467.6	36.9	352.9
フランス	447.1	72.2	360.5
ドイツ	362.9	41.3	319.8

資料：FAOSTAT：2010. 10. 20 アクセス

表 3-7 都市住民一人当たりの動物性たんぱく源消費の変化（単位：kg/人）

	平均		低収入		中等収入		高収入	
	1996	2004	1996	2004	1996	2004	1996	2004
肉類	22.5	26.6	19.1	22.7	22.7	27.3	26.3	30.9
豚肉	17.1	19.2	15.2	17.0	17.2	19.5	19.8	21.7
牛肉	2.0	2.3	1.8	1.9	2.1	2.4	2.3	2.6
羊肉	1.3	1.4	0.8	1.2	1.3	1.5	1.8	1.5
その他肉および肉製品	2.1	3.7	1.3	2.6	2.2	3.9	3.1	4.9
鳥類	5.4	8.4	3.6	6.5	5.5	8.4	6.5	10.6
鶏	3.6	4.9	2.5	4.0	3.6	4.8	4.2	5.9
鴨	0.4	1.5	0.3	1.2	0.4	1.5	0.5	1.8
その他禽類禽製品	1.4	1.9	0.8	1.2	1.4	2.1	1.7	2.9
卵	10.1	11.0	9.0	10.1	10.2	11.2	11.4	12.2
生鮮卵	9.7	10.4	8.6	9.7	9.7	10.6	10.8	11.4
卵製品	0.5	0.6	0.4	0.4	0.5	0.6	0.6	0.8
水産物	4.7	12.0	4.1	8.9	4.8	12.0	5.2	17.0
魚	4.0	9.1	3.5	7.1	4.1	8.9	4.5	11.6
エビ	0.7	1.3	0.6	0.7	0.7	1.3	0.9	2.2
その他水産物	-	0.7	-	1.1	-	1.9	-	3.2
牛乳	5.2	21.7	3.8	14.3	5.2	21.9	7.0	30.1
鮮乳品	4.8	18.8	3.4	12.7	4.8	18.9	6.6	26.2
ヨーグルト	0.3	2.9	0.4	1.6	0.3	3.0	0.4	4.0

注：生鮮卵：新鮮な鶏卵、鴨卵、鶉卵など

卵製品：家禽類の卵の加工製品（咸蛋・松花蛋・冰蛋・糟蛋・茶叶蛋など）

魚：海水魚と淡水魚 エビ：一次加工品含む

その他水産物：淡水魚、海水魚、エビ以外の水産物（貝類・海藻類・蟹類など）

鮮乳品：牛乳、馬乳、羊乳、混合乳

「-」：データなし、96年と05年はデータの分類に多少の違いがあり、96年の分類に即してまとめた。

資料：『中国价格及城镇居民家庭收支调查统计年鉴』1997、2005

肉類消費の内容では、（表 3-7）の一人当たり肉類・禽類消費の平均値で見ると豚肉の消費が全体の 54%を占める。中国における肉類の供給カロリーは欧米並みだが、その内容は

豚肉中心で、牛肉中心の欧米とは異なる。また、食肉消費について日本と比べると、日本はもともと肉食を習慣としない状態から、欧米の食生活の影響を受けて牛肉消費から始まり、価格の高い牛肉の代替として、豚肉や鶏肉が高度経済成長期に増加した⁸⁰。しかし、中国では伝統的に豚肉、鶏肉、牛肉、羊肉等肉食の文化が存在し、特に豚肉は中国料理においてなくてはならない存在である。よって、中国の畜産業はまず養豚の発展から始まっており、豚肉の価格は食肉の中で最も安い。中国において豚肉の生産の増加が意味するのは、代替品としての増加ではなく必需品としての増加であったといえる。

続いて、鶏肉は、1996年から2004年の一人当たり平均消費量は1.56倍増加しており、豚肉の1.12倍より多い。牛肉の1996年から2004年の一人当たり平均消費量は1.13倍の増加で鶏肉ほど消費量は伸びていない。2004年値の一人当たり肉類・禽類消費の平均値で見ると、牛肉消費は食肉消費の6.4%にすぎない。牛肉消費の伸びが鈍い理由としては、牛肉は他の食肉より価格が高く、ミンチ肉で見ると豚肉が9.2元/500gに対し、牛肉は18.5元/500gとかなり割高であることがあげられる（表3-8）。また、そもそも牛は田畑を耕す役畜として飼われていたため中国料理の中に牛肉料理が少なく、豚肉ほどなじみのない食肉であることがあげられる。

表3-8 食肉の小売価格

(単位：元/500g)

食肉種類	部位	価格
豚肉	バラ肉	8.5
	ミンチ肉	9.2
	前足肉	8.98
	スペアリブ	13.5
鶏肉	まるごと	7.8~9.8
	もも肉	9.98
牛肉	ミンチ肉	18.5
	ロース	22.5

資料：豚肉・鶏肉：成都市市場調査2011.2-3、牛肉：北京市市場調査2008.2

一方、表3-7より水産物消費をみると、96年から04年の間に低収入層で2.14倍、中等収入層で2.49倍、高収入層で3.8倍に増加している。食肉に比べ増加幅が大きく、かつ所得階層が上がるにつれ消費量の増加幅が大きい。中国では古くから淡水魚の養殖が盛んで、中国料理にはたくさんの魚料理がある。価格は豚肉と比べると少し割高であり、昔からハレの日など比較的特別な日に食べる食材である。近年、輸送技術の向上により、内陸部に

⁸⁰ 宮村他（1990）、p76

においても沿岸部で水揚げされた魚が冷凍およびチルドの状態です空輸によって運ばれている。しかし、価格が淡水魚より 5~6 倍割高であるため、内陸都市部では、主に中間層以上をターゲットとしたスーパーマーケットで販売されている⁸¹。

魚消費と同様に、近年一人当たり消費量を急激に伸ばしているのが乳製品消費である。96 年から 04 年の間に、一人当たり消費量の増加幅は、低収入で 3.7 倍、中等収入で 4.2 倍、高収入で 4.3 倍増加している（表 3-7）。牛乳は畜産物消費の中で、近年最も消費量が増加したといえる。中国の生乳市場の展開は 80 年代から始まり、2000 年以降、乳業企業の系列化と寡占化によって大規模化が急速に進行する中で、生乳生産量が大幅に増加した。また、長期保存可能な UHT 牛乳の生産増加によって、牛乳の広域流通が可能となり、酪農や乳業の発達していない地域への普及が可能となった。また、計画経済下では都市部に住む一部の階級者で、かつ妊婦や病人等にしか牛乳は配給されなかった。しかし、生乳生産量の急激な増加を背景に、牛乳消費を推奨する政府の栄養改善計画が 97 年以降進められ、牛乳消費の普及を後押しした。さらに国民の間には、乳製品が手軽に高価値な栄養をおいしく補給できる食品として認知されていることが乳製品消費の増加をもたらしている⁸²。

第 4 節 中国住民食生活ガイドと現在の食料消費

これまでみてきたように、現代中国都市部の食生活は改革開放以降の約 30 年間で副食消費の増加や多様化が進み、急激に豊かになった。その結果児童の平均身長が高くなり、体重も増加し、栄養不良疾患患者も減少した。しかし、食生活が豊かになった一方で、食事バランスの崩れや運動不足等によって、生活習慣病である肥満、高血圧、糖尿病、高脂血症等の患者数が年々増加傾向にある。これを受け、中国衛生部は中国栄養学会に委託し、1997 年と 2007 年の二度にわたって『中国住民食生活ガイド』（中国語名『中国居民膳食指南』）を発表した。中国政府は、国民の栄養状況改善と生活習慣病の減少を中国における国力増強と今後の発展を支えるものとして位置付けている。

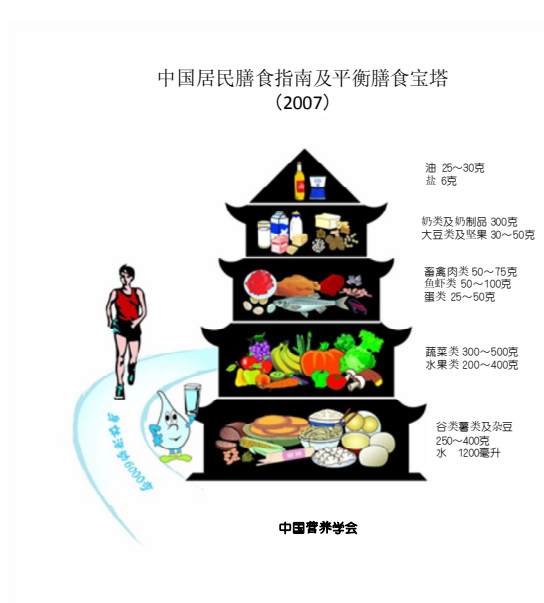
以下、中国栄養学会によって発表されている『中国住民食生活ガイド』をまとめた上で、現代の都市部における食料消費の達成度を確認し、栄養面での食料消費の現状をまとめる。

⁸¹ 成都市市場調査および聞き取りより（2011. 2-3）

⁸² 載（2011）

1 中国が目指す食料消費のあり方～食事バランスガイドより

中国の食生活ガイドは、食事バランスガイドと一般向け食生活ガイドと特定の人向け食生活ガイドの3つの部分からなる。一般向けは、6歳以上の健康な人が対象で、特定の人とは、妊婦、乳母、幼児、小学校入学前の児童、小中学生、および60歳以上の高齢者である。食生活ガイドには2002年に行われた「中国栄養と健康状況調査」に基づいて、各対象者が食生活上で注意すべき点について、積極的に取るべき栄養素とその食材、食事方法（朝食の重要性や3食決めた時間に食べる、家族そろって食べるなど）、健康維持のための運動方法等についてまとめている。



* 日本語対応表

油	25～30g	肉類	50～75g	野菜類	300～500g
塩	6g	魚介類	50～100g	果物類	200～400g
		卵類	25～50g		
乳製品	300g			穀物類・芋類・雑穀	250～400g
大豆類・ナッツ類	30～50g			水	1,200ml

資料：中国营养学会（中国栄養学会）ホームページ、

図 3-5 中国の食事バランスガイド

食事バランスガイド（図 3-5）は、中国国民にとって理想的でバランスのとれた食料消費の在り方を示している。ここには、5階建ての塔のなかに一日に摂取すべき主要な食物と必

要摂取量が記されている。塔の各階はそれぞれ面積が異なり、階の位置や面積の大きさは食事に占める割合の多さと重要性を示している。1階は水と主食となる穀物類、芋類、雑豆で、エネルギー源となる炭水化物によって構成される。特に、製粉度の低い穀類や雑穀、豆類、芋類をバランスよく摂取することが強調されている。2階はビタミン等が豊富に含まれる野菜類と果物類である。ここでは、緑黄色野菜を1日の必要摂取量の半分以上摂取する事が望ましいこと、野菜と果物は両方とも重要な食物であり、代替不可能であることが記されている。3階は動物性たんぱく源である肉類、水産品類、卵類である。中国でよく食される豚肉は脂肪分が多いので、特に脂肪分の少ない部位を選ぶこと、および鶏肉を摂取するよう勧めている。水産品類は良好なタンパク質源として、毎日食すよう推奨されている。卵類は、鶏卵、鴨卵、鶉卵等およびピータンなどの加工品があるが、栄養価が高いため1日当たり摂取量は鶏卵の半分量としている。4階は乳製品および大豆、ナッツ類である。乳製品で最も一般に食されているのは牛乳だが、牛乳が手に入らない農村などでは羊乳、馬乳などで代用するよう勧めている。5階は調理油と食塩で、食用油を使用する際は、動物性油の使用を少なくし、植物油を使うよう勧めている。食塩は、醤油に含まれる部分も考慮に入れて利用するよう記している。食事バランスガイドには、砂糖が含まれていないが、現在の中国人の砂糖摂取量が注意を喚起するほど多くないため2007年度版には記されていない。

2 中国の目指す食事のあり方～食生活ガイドの内容から

食事バランスガイドの具体的な実践ガイドである食生活ガイド(表3-9)では、食材の選び方および食事の方法について追言されている。続いて、食事バランス宝塔に示した一日分の食料摂取量を3食分に分け、理想的な食事摂取内容が示された内容を表にしたのが表3-10である。表3-10のなかで特徴的なのは、主食において中国の伝統的な主食と同列にパンやオートミール⁸³といった西洋食が並んでいること、および栄養補助としての乳製品摂取⁸⁴を推奨している点である。中国政府の目指す食事内容が既存の中国料理を基調としながら

⁸³ 中国ではもともと小麦粉や胡麻の粉やレンコンの粉などに砂糖を入れ、さらにお湯を加えて混ぜたものを朝食や軽食として食べる習慣がある。オートミールは本来中国で食べられていた食材ではないが、食し方が伝統食と似ており、90年代以降、インスタント食品として普及している。

⁸⁴ 中国において乳製品は、一部の少数民族においては伝統的に食されてきたが、漢民族の

も、外国食の摂取に積極的であることがうかがえる。また、中国料理が伝統的に食用油や塩といった調味料を多量に使う傾向があることから、生活習慣病増加の背景を踏まえて、油や塩の利用を控えるよう警告している。

表 3- 9 中国の食生活ガイド

- ◇穀物を中心として多様な食物を組み合わせる
- ◇野菜、果物、芋類を多めにとる
- ◇乳製品、大豆、および大豆製品を毎日食べる
- ◇魚介類、禽類、卵類および赤みの肉を毎日適量食べる
- ◇油の利用を減らし、あっさりとして塩分少なめな食事をする
- ◇食べすぎず、毎日運動し、健康的な体重を維持する
- ◇三食ともにバランスよく組み合わせ、おやつは適量を食べる
- ◇毎日十分な水分を取り、理にかなった飲料を選ぶ
- ◇お酒を飲むときは限度をまもる
- ◇新鮮で衛生的な食物を食べる

資料：中国营养学会（2007）より作成

表 3- 10 食事バランスガイドに即した理想的な食事

	朝食	昼食	夕食
一日の総摂取カロリーに占める割合	25～30%	30～40%	30～40%
食事の時間帯	6:30～8:30	11:30～13:30	18:00～20:00
食事にかける時間	15～20分	30分前後	30分前後
摂取すべき食品類	穀類100g前後 (饅頭、パン、オートミール、麺、豆包、粥など) 牛乳、鶏卵、大豆製品適量 野菜、果物各100g	穀類125g前後 (ご飯または麺類、饅頭・麺・餅など、オートミール) 動物性食品75g(豚肉、禽肉、水産品) 大豆製品20g 野菜、果物各100g	穀類125g(もち米、全麦食物) 動物性食品50g 大豆製品20g 野菜150g、果物100g

資料：中国营养学会（2007）、pp77-78より作成

また、近年中国の食生活が豊かになったことで肥満が増加している。2002年に行われた中国国民栄養と健康調査では、2002年の肥満発生率は24.2%であり、1992年値と比べて119.2%増加した。調査が行われた時点で、中国総人口の1/4、成人人口の1/3が体重超過および肥満であった。調査によると、肥満増加の原因として運動不足が挙げられており、食生活ガイドでは具体的にどのような運動をするべきか述べられている⁸⁵。

続いて、朝、昼、夜の三食決まった時間に食事をする事が指摘されている。近年、生活リズムの変化から朝食を食べない人が増加傾向にあり、朝食の重要性が述べられている。同時に、暴飲暴食や外食を控えること、家族と共に食事をする事が勧められている。特に2002年の中国住民栄養と健康調査では、15歳以上の住民のうち15%は少なくとも一日

食文化においてはあまり一般的な食品ではない。

⁸⁵ 中国营养学会（2007）、pp. 59-60

に一回は外食をし、都市住民の 26%は毎日外食をするという結果が出ている⁸⁶。食生活バランスガイドでは、外食では脂肪分や塩分の取りすぎになりがちになることから、生活習慣病を回避するにも家庭内食を推奨している。このような推奨をする背景として、中国ではもともと食事は家族や友人と楽しく食べるのが習慣だが、近年の生活リズムの変化はそうした中国人の食事方法に変化があらわれているものと推測される。

中国の食事バランス宝塔は、各食材の具体的摂取量を明記し、その目安となる分量を巻末資料として添付してある。さらには、食材の栄養成分の説明、食事の時間帯や食事にかかる時間、運動の必要性や衛生面での注意点など様々な角度から追言され、中国国民の食生活のあるべき姿へ引き上げ、国の発展につなげようとするようとする政策的意図の強いまとめ方となっている。

3 現段階における中国型食生活の達成度

次に、中国の食事バランスガイドは、中国国民の理想的な食事を示したもののだが、実際の消費量と比較し、現時点でどの程度達成されているのかみていく。表 3-11 は食事バランスガイドの目標摂取量と 2004 年都市部における一日一人当たり消費量を比較したものである。

表 3- 11 中国型食生活の食料摂取目標と都市住民一人当たりの食料摂取量の比較

(単位：g/人/日)

	栄養ガイド	都市住民一人当たりの食料摂取量(2004年)			
		平均	低収入	中等収入	高収入
油	25～30	26.4	27.0	26.6	25.8
塩	6	-	-	-	-
乳製品	300	59.4	39.2	60.0	82.6
大豆類・ナッツ類	30～50	-	-	-	-
肉類	50～75	95.9	79.9	97.9	113.6
魚介類	50～100	32.9	24.2	33.0	46.5
卵類	25～50	30.1	27.7	30.8	33.3
野菜類	300～500	335.1	318.6	333.6	341.1
果物類	200～400	157.8	124.3	160.8	197.4
穀物類・芋類・雑穀	250～400	241.7	255.9	237.5	233.3
水	1,200ml	-	-	-	-

注：「-」は値なし

資料：栄養ガイド値は中国营养学会（2007）、その他は『中国价格及城镇居民家庭收支调查统计年鉴 2005』より作成

⁸⁶ 中国营养学会（2007）、p. 79

各階層に共通する点は、乳製品摂取量が目標の半分以下である点、果物消費が目標摂取量に達していない点、および肉類消費が目標摂取量を上回っている点である。所得階層別では、低収入では全階層にみられる共通点に加えて、魚の消費量が目標に達していない。同様に中等収入では、魚と穀類・芋類・雑穀が目標に達しておらず、高収入では、穀類・芋類・雑穀が目標に達していないと同時に、肉類消費は目標の約2倍近くを消費している。中等収入と高収入の階層で穀類・芋類・雑穀消費が減少しているのは、コメや小麦、芋類の消費が減少し、副食消費が増加しているためである。高収入階層における肉類消費および乳製品消費は際立って多い一方で、他の食品消費に大きな差がないため、同じ都市部の食事内容でも所得階層があがるにつれ高カロリーな食事となっている。

第5節 小括

中国は1978年の改革開放以降、市場経済化に向けて大規模な経済改革を試験的に、また段階的に行ってきた。このなかで、中央集権型の制度から、地方への権限移譲、さらに企業経営の政府による管理から企業体へ経営自主権の移譲、農地の集団所有から個人へ使用収益権の移譲が行われた。これにより、中央政府が握っていたあらゆる権限が徐々に各省、各企業、個人へとこれまでの下部組織に移り、各主体が自主的にそれぞれの問題に対して取り組めるようになった。

90年代以降は試験的段階を終え、あらゆるものやサービスの生産量や価格が市場による需要と供給で決定される市場経済化へ進んでいる。また、中国都市部の生活を規定していた単位制度も市場経済化のなかで大きく解体を始め、単位が提供してきた公共サービスが商品として市場で流通を始めた。

このように、経済体制が大きく変化するなかで、農林水畜産物の生産量増加や品目の多様化、流通の自由化等によってこれまでの統制的生産、流通体制では成し得なかった食生活の量的、質的多様化が導かれた。

現代の都市部における食料消費は、主食が大きく減少し、野菜や肉、魚、乳製品など多様な副食消費によって構成されている。なかでも、カロリー多寡によって肥満など生活習慣病が問題視されるほど、現在の中国都市部では食料が豊富に消費されるようになった。歴史を振り返ると、建国から1978年の改革開放までの間、中国では社会主義建設の中で政治的、経済的混乱期にあり、長く食料消費が規定され、時には食料不足に陥った。食料消

費は長い間主食が中心であり、伝統的食生活にみられる多様な食材を利用した料理は庶民にとって普段の食ではなかったといえる。改革開放以降に市場経済が導入され、経済発展と一人当たり所得の増加、および食料生産の多様化や流通機構の整備が進むなかで、中国の一般市民は多様な野菜や肉や魚を利用した食事を日常的にとれるようになったといえる。

第4章 中国における女性の社会進出と炊事労働の社会化にともなう食料消費の変化

第1節 はじめに

近年中国では急激な経済成長の下で、国民一人当たりの所得が増加し、外食の利用が急激に増加している。また、食品加工業も成長しており、スーパーマーケットでは加工食品も多く販売されるようになった。

本章では、食品の消費形態からみた中国都市部における女性の労働力化と家事労働、特に炊事労働の社会化についての中国的特徴を明らかにすることを課題とする。労働に注目をする理由は、炊事労働は献立・下ごしらえ・味付け・加熱・配膳・片付けに細分することができ、それら労働の社会化の諸相によって、食生活全体における加工食品・外食消費の性格を位置づけることが可能なためである。

よって、はじめに中国における女性の労働力化の変遷を歴史的に整理したうえで、家事労働の分担の現状を明らかにする。続いて、外食費の推移と外食産業と食品産業の成長および家庭用電気調理器具の普及の現状を整理したうえで、成都市で行った食生活アンケートから、家庭内調理頻度および加工食品の消費頻度ごとにその属性や階層性を分析し、炊事労働の社会化の現状を明らかにする。

第2節 女性の労働力化と家事労働の役割分担の現状

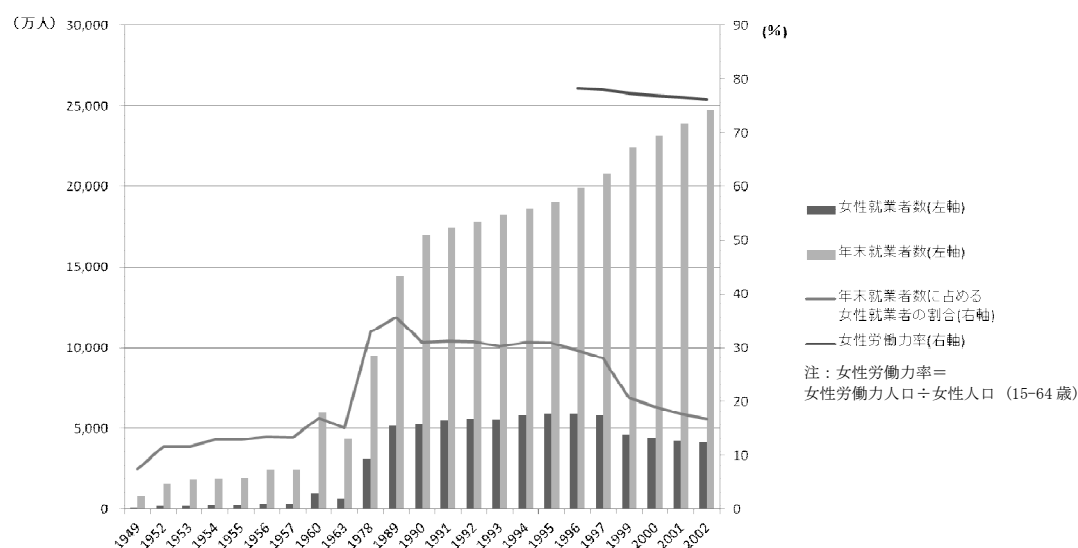
1 中国都市部における女性の労働力化

1949年の新中国成立以降、中国では社会主義建設を進める中で、女性の社会進出や男女差別の撤廃が政治目標に掲げられた。具体的には、1954年制定の中華人民共和国憲法において、「中華人民共和国の女性は政治、経済、文化、社会、家庭などの面において男性と平等の権利を有する。国家は女性の権利と利益を保護し、男女の同一労働同一賃金を実行し、女性幹部を育成抜擢する。」⁸⁷と記されている。これを受け、中国の女性は政治、科学技術、経済、教育など様々な分野へ進出していった。職務についても、工場長、科学者、パイロ

⁸⁷ 中華全国婦女連合会（2002）、pp. 69-70

ット、教授、医師など多様な分野の職務に就いていった⁸⁸。都市部における女性就業者数の割合をみても、1949年建国初期は7.5%であったが、1960年の復興期の終わりには11.68%となり、大躍進期(1958-1961)には19.99%、文化大革命の終わりである1978年には34.2%へ増加した(図4-1)⁸⁹。

このように、社会主義建設期(1949-1977)の中国では、女性の社会進出が政治目標として進められ、女性の労働者数は増加した。



注：自営業者は含まれていない

資料：1949～1978 データは藤井光男「中国の女性労働—国有企業の「工人」から非国有企業の「民工」へ—」柴山恵美子他編著

『世界の女性労働』2005年、p81(原著：女性と仕事の未来館『中国の働く女性』2001年3月、p.16、(原資料：『偉大的十年』人民出版社 1958、『中国婦人統計年鑑』中国統計出版社 1991、『労働と社会保障統計年鑑』中国統計出版社 1999)

1978以降のデータは『中国統計年鑑』各年版より

女性労働力率のデータはILOデータベース LABORSTA Internet より

図4-1 中国都市部における女性就業者数の推移

しかし、1978年の改革開放以降、市場経済の段階的導入の中で、これまでの労働状況が大きく変化する。社会主義建設期は、平等が一つの大きな政治スローガンであったが、改革開放以降は経済効率を上げることが重要視された。そのため、1980年代半ばから工場長責任請負制が導入され、国有企業の経営自立化が進められていった。そのなかで、経営の効率化と企業競争力を図るために、都市の女性労働者の削減が進められていく。その理由

⁸⁸ 藤井(2005)、p.79

⁸⁹ 藤井(2005)、p.79

は、従来の国有企業は、保育施設や授乳室、有給産休制度といった社会福祉サービスを提供していたが、それらは企業側にとって経済負担となり、競争力を低下させるものと認識されたためである。一方、女性労働者が減少したあとの都市の生産現場には、農村からの廉価な出稼ぎ女性労働者が就業していった⁹⁰。ただし、国有企業における女性労働者の人員削減が進むなかでも、一部の部門では女性の社会進出が進んだ。例えば、1988年の全国企業管理者の10.7%は女性によって占められていた。また、女性専門技術者は、1982年の38.3%から1990年には45.1%と増加し、国家機関、企業管理者として働く女性は82年の10.4%から90年には11.6%となっている⁹¹。

このように、改革開放以降の経済効率優先の流れの中で、都市部の女性労働力に階層差が生まれるようになった。人員削減の対象となった女性の多くは、育児中や教育レベルの低い労働者であった。よって、彼女達の再雇用先は見つかりにくく、専業主婦となる人も表れる。一方、改革開放以降、非国有企業が徐々に登場し始め、就職先が多様化していった⁹²。

この傾向は、1992年の市場経済の導入以降により顕在化していく。80年代は中国全体の就業者のうち60%以上は国有企業労働者であったが、90年代以降は減少し続け、2009年には21%となった⁹³。就業者全体は増加しているため、この間非国有企業への就職が増加していったことがわかる。

また、人員整理にあった労働者の中には一時帰休者再就職プログラムや職業訓練校などに参加し、卒業後単位から資金を借りて自ら起業していく人も現れていった。このような女性労働者達は、家事サービスや商店、飲食店、美容院などのサービス業を経営していく傾向が指摘されている⁹⁴。

2 男女別就業条件の比較

ここまでみてきたように、90年代以降の国有企業改革の中で都市部の女性労働者数の減

⁹⁰ 農村からの女性労働者には、これまで都市の女性労働者がうけていた育児休暇などの福利厚生がない場合が多い。また、労働時間も8時間を超えることが多く、過酷な労働条件下で働くケースが多い。

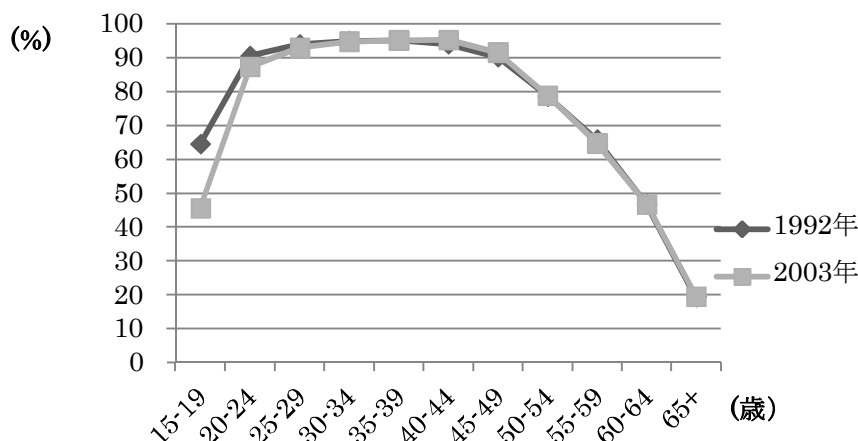
⁹¹ 藤井（2005）、pp. 80-81

⁹² 藤井（2005）、pp. 87-88

⁹³ 『中国統計年鑑2009』

⁹⁴ 巴音郭楞日报、2008年10月17日

少がみられた。一方で、中国全体でみた女性の労働力率（女性人口に占める女性労働力人口の割合）は2003年値で76.3%と依然として高い（図4-1）。また、中国全体でみた女性の年齢別労働力率では、20代から40代まで90%以上を保っている（図4-2）。よって、現代の中国では依然として共働き夫婦が主流であり、妊娠、出産を経ても離職する傾向がないといえる。



資料：LABORSTA Internet

図4-2 中国における年齢別女性労働力率

続いて、現代の男女間の就業条件の相違点を整理すると、まず一週間あたりの労働時間は、男性48.5時間、女性44.9時間である⁹⁵。男女の労働時間に大きな差はなく、女性もフルタイムで働いている。比較として他の国の様子を見たものが表4-1である。男性の労働時間を100としてみると、中国・台湾・韓国の女性労働者は、男性労働者とほぼ同様の時間分働いている。一方、同じ東アジアでも日本の場合は男女間の差が大きい。

表4-1 労働条件における男女比の国際比較（男性=100）

	中国	台湾	韓国	日本	スウェーデン
労働時間	98.0	97.0	97.0	76.0	85.0
労働者賃金	70.1	61.9	62.7	66.8	88.2

注：労働時間は中国、韓国、スウェーデンが2003年、台湾が2004年、日本が2002年データ。

労働者賃金は中国が1999年、日本、韓国、スウェーデンが2003年、台湾が2002年データ。

資料：労働時間はILOデータベースLABORSTA Internetより。

労働者賃金は中国が「第二期中国婦女社会地位抽样調查主要数据報告」中華人民共和国国家統計局、その他がILOデータベースLABORSTA Internetより。

⁹⁵ ILOデータベースLABORSTA Internetより。

男女の賃金格差は、中国は男性を 100 とした場合女性は 70 である。同じ東アジアの日本、韓国、台湾では 60 台、女性の社会進出の進んだ国としてスウェーデンの場合では、88.2 となっている。中国の男女間における賃金格差は国際的にみて少ないといえる。また、これまで「男女同一労働、同一賃金」を目標に掲げてきた中国は、中国同様に男女の労働時間差の少ない台湾、韓国より男女平等が進んでいる。

3 家事労働の家族間分業

このように、女性の労働力化が比較的高い割合で、なおかつ男性と条件的な違いを伴わず展開している中国では、家事労働の役割分担にも特徴がある。中国都市部世帯の男女別家事労働時間をみると、1991 年に中国で行われた調査では、男性の炊事労働時間は一日当たり 82.2 分、女性は 105.6 分であった⁹⁶。女性の家事労働時間を 100 とした男女比では、中国の値は全体を通して 70 以上を示している(表 4-2)。デンマーク、アメリカ、日本の値をみると、中国の値には遠く及ばない。よって、現代の中国は国際的にみて家庭内で夫婦間による家事労働分担が進んでいるといえる⁹⁷。

表 4-2 家事労働時間の男女比における国際比較 (女性=100)

	中国	デンマーク	アメリカ	日本
炊事	77.6	39.0	28.0	2.0
洗濯・掃除	81.0	16.0	38.0	5.0
子供の世話	88.4	48.0	27.0	12.0

注：中国の洗濯・掃除の値は洗濯のみ。

中国の値は「現代中国婦女地位調査」(1991年)、デンマーク、アメリカ、日本の値はNHK「生活時間の国際比較」(1995年)より。

資料：中国の値は沙吉才主編(1995)、p.241(原著：沙吉才、熊郁、高嘉陵主編『当代中国婦女地位抽樣調査資料』万国学術出版社、1994)より計算。その他は経済企画庁『平成10年度版国民生活白書』より。

女性が家庭の外で働くようになると、これまで女性が担ってきた家事労働をどうするか、という問題が生まれる。日本やアメリカなど資本主義国では、女性の労働力化と前後して

⁹⁶ 沙(1995)、p.241(沙吉才、熊郁、高嘉陵主編『当代中国婦女地位抽樣調査資料』万国学術出版社、1994)より。

⁹⁷ 女性学、ジェンダー学の立場では、女性が質的にも量的にも男性と同じ労働を求められるのに対し、労働賃金や家事労働分担は男女平等でないことを問題視するが、ここでは中国の特異性を強調するため論じないこととする。

食品産業や外食産業が発達し、加工食品や外食を利用することで炊事労働が軽減された。さらに家庭用電化製品が普及することで洗濯労働や掃除労働を省力化し、これらの労働にかかる時間が大幅に短縮できるようになった。つまり、日本やアメリカは家事労働を商品として社会化することで女性の労働力化を可能にしたといえる。

中国都市部の場合は、社会主義建設という政府の政策の下で女性の労働力化が進められた。社会主義建設下の経済発展は、重工業を中心に行われたため、軽工業に分類される食品産業や家電産業の発展の速度は総体的に遅れていた。食品産業の発展は、調理労働を省力化する加工食品市場の拡大につながり、家電産業の発展は掃除機や洗濯機等の家庭内の電気製品によってさまざまな家事労働を軽減することができる。しかし、中国の場合、国民全体にそうした製品が普及するほどの市場の拡大がなかなかみられず、家庭用電化製品による家事労働の省力化や加工食品等による商品による家事労働の社会化が進まなかった。

しかし、中国都市部では女性に対しても男性と同等の労働を求め、女性の労働力化が推し進められていたため、実際の家事労働の代替は別の形で進められた。社会主義時代のその主な代替手段は2つあり、第1は、「単位」による食堂やクリーニング、育児サービスの提供であった。第3章で述べたように、「単位」は、これまで就業の場を提供し、同時に内部の組織によって、生活に必要な社会サービスを市場の代わりに提供し、家事労働の代替として重要な役割を果たしてきた。食生活面においては、単位内における工員食堂のほか、国営食堂等、制度的に整備された外食機会が、炊事労働負担を補ってきた。つまり、中国では公的社会化によって家事労働を社会化し、女子の労働力化を促進させてきたといえる。

第2は、夫や同居・近居の大家族（両親や兄弟姉妹）による分担である。第2章でみた中国における家族の定義の特徴で述べたように、中国では家族の境界線が曖昧で伸縮可能である。また先にみたように中国では男性の家事参加が多い。これには、中国では男性が台所に入ってはならないという習慣⁹⁸がなく、反対に男性が料理し来客に食事をふるまうという習慣があることも関係していると思われる。

⁹⁸ この意を表す「男子厨房に入らず」はもともと中国の『孟子』の「君子之於禽獸也、見其生、不忍見其死、聞其馨、不忍食其肉、是以君子遠庖廚也」にある「君子遠庖廚也」に由来すると思われる。庖廚とは台所の意味で、当時は台所で豚や家禽を下処理していた。君子は生あるものに対して憐みの気持ちが強いから、台所に近づき家畜の断末魔の声を聞くと食欲がなくなるから、台所に近づくべきではないという意味である。しかし、日本では上記の意味ではなく、一般的に2つの理由で利用される。第1は、江戸時代から家庭内における男女の権力構造を明確にするために使われるようになった。第2は、台所にあるかまどの神は家を守る神として崇められていたが、その神を守るのは女性でなければならない。よって、男性が台所に入ると災いが起こるとされて使われるようになった。

加えて、男女の賃金差が少ないことが、社会主義建設以前から形成されてきた伝統的家父長制による男女の権力構造に変化を与え、家庭内において女性も男性と同等に経済的決定権を持つようになった。このことが、家庭内における男女の役割分担に変化を与えるきっかけとなったと考えられる。

以上から、現代にみられる夫、親や親戚を含めた大家族の構成員による、男女を問わない、その時々に応じて家庭内で家事労働をできる者が担当するという分業スタイルが形成されたのである。

ここまでみてきたように、中国では比較的男女平等な労働条件の下、家事労働の商品による社会化が未発達であったため、単位によって公的社会化による社会サービスの提供や家庭内での家事分担が進んでいた。これを受けて現代は、国際的にみても中国男性の家事労働時間は圧倒的に多く、中国の女性労働者は家庭外で働きやすい環境にある。しかし、実際は、中国の女性労働者は男女同一労働同一賃金の下で、家事労働の主体者という負担を担いながら男性と同等の立場で働き、経済効果を出さなければならない。また、男女平等という政治的スローガンの下、女性の社会進出は進んだが、精神面での男女平等は進んでおらず、依然として社会は女性に良妻賢母を求めている。女性自身も家庭内では良き妻であり、良き母でありたいと思っており、女性労働者は社会的立場と家庭内での妻としての立場という2つの役割の間で精神的疲れを感じているという問題も指摘されている⁹⁹。

また、市場経済化以降の都市生活は計画経済期と異なり、さまざまな商品やサービスが販売され、商品としての社会化が進むなかで家事労働に変化が表れるようになった。計画経済期の家事労働は、公的社会化によって家事労働の軽減が進められていたとはいえ、日々の炊事、洗濯、掃除は家庭内で行うことが一般的であった。特に、掃除機や洗濯機が普及していない場合、これらには多くの時間や労力が必要である。よって、市場経済化以降の商品による社会化の進展は、一見すると生活の質が豊かになり、家事労働の省力化も進んだ暮らしやすい環境に変化したように思われる。しかし、計画経済期の家事労働は商品による社会化にともなう家事労働の軽減は不十分であったが、食事、掃除、洗濯をこなすことだけに気を配ればよかった。洗濯においても汚れたら洗えばいいといったふうに、家事労働に求められる質が比較的緩やかであった。市場経済化以降は商品による社会化が進み、家事労働の省力化が進んだが、家事労働の質が問われることになる。具体的には、居間や台所やトイレなどを使い勝手がいいように、また、見栄えがいいようにインテリアを整え

⁹⁹ 秋山他（1998）（原著：楊（1995））、p. 74-75、76-85

たり、夫や子供の服装に気を配ったり、食料や日用品などの価格変動をチェックしたり、子どもの情操教育や家族の精神面に気を配るなどである¹⁰⁰。

つまり、市場経済導入以降、家事労働の質が問われることで、家事労働自体が複雑化していったのである。このように、計画経済から市場経済への移行による家事労働の質的变化は、家事労働を軽減させたと同時に、家事労働担当者に精神的負担を与えるといった新たな一面がみられるようになった。

このことは、男女平等というスローガンの下、夫婦共働きが主流となったにもかかわらず、依然として家事労働の主たる担当者が女性という意識下にある中国において、家事労働の商品による社会化が、より一層求められていく背景となったと考えられる。

第3節 外食率の増加と外食産業・食品産業の成長

1 中国都市部における外食費の増加

家事労働のうち、食生活に直接影響を与える炊事労働の社会化の一形態として、外食産業の発展がある。外食産業の拡大と外食機会の増大（食費に占める外食費の増大）は、相互に影響しあいながら、家庭内における食生活を大きく変化させていくと考えられる。本節では、近年の中国都市部における外食に関わる動きをみていく。

まず、中国都市部における外食費の推移をみると、1995年の160元から2009年の976元（名目値）へと、約6倍に増加している（図4-4）。

1992年以降、農産物価格を中心に食料価格の自由化が急速に進められ、食料価格が上昇していった。さらに、価格自由化の影響を受けて急激なインフレが起これ、90年代半ばは高インフレを示していた。この時期最も高いインフレ率は、93年の23.92%、94年の25.5%である。90年代後半からインフレ率が1%を下回り、2000年前半は物価が安定する¹⁰¹。

これにともない、2000年代以降は、一人当たり食料費が急激に増加している。それと同時に、一人当たり外食費も同様に増加した。外食比率（食費に占める外食費の割合）は、1995年（9%）から2006年（22%）までは増加の一途をたどり、その後は20%強で横ばい傾向にある。このことは、食生活の中で、外食を行うという行為が定着、日常化してきた

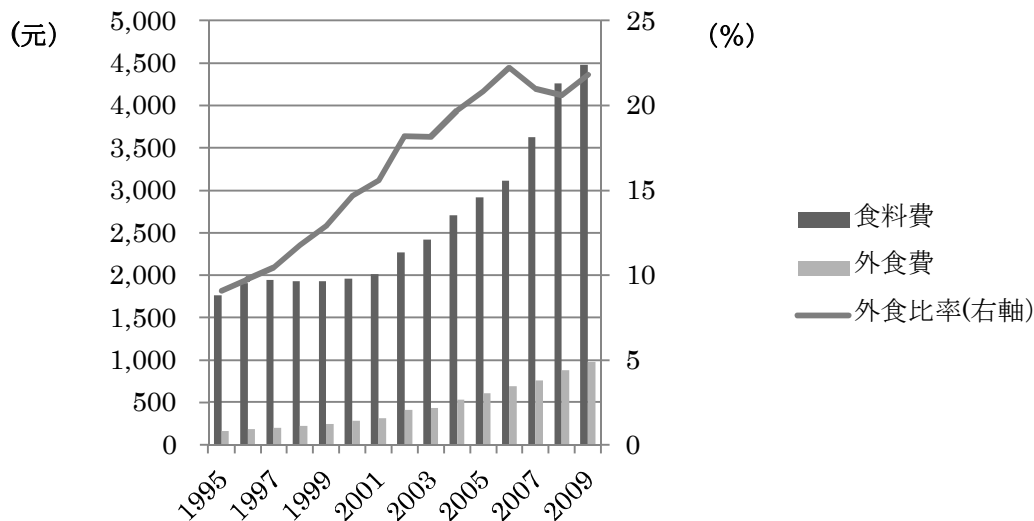
¹⁰⁰ 秋山他（1998）（原著：楊（1995））、p.83

¹⁰¹ IMF - World Economic Outlook(2011年9月版)

ことを示唆している。

また、北京オリンピックが開催された 2008 年の外食率は 20.9%であり¹⁰²、これは日本が同様の発展段階にあった東京オリンピック開催年（1963 年）の外食率 2.5%¹⁰³と比較すると、非常に高い水準であるといえる。

中国における外食費の統計数値は 1995 年以降しかいないため、それ以前との比較が難しいが、外食機会は、改革開放や市場経済への移行以前から大きかったと思われる。それは、すでに述べたように、中国都市部では、改革開放以前の計画経済期においても国营食堂や単位内の工員食堂が整備されており、また個人の露店（不許可営業のものも含む）等の飲食店も多くあり、外食は都市住民にとって身近なものであったからである。



資料：『中国統計年鑑』より作成

図 4-3 都市住民一人当たりの食料費および外食費の変化

2 外食産業の変化と外資系外食企業の影響

そうした外食産業の変化をみていくと、市場経済導入以降、単位の工員食堂や国营食堂等政府の提供する外食機会は縮小する一方で、個人経営の飲食業の重要性は高まっていたと思われる。実際、改革開放以降、中国政府は私企業や個人経営の経営体の存在を認可した。これによって個人経営の食堂、屋台、露店といった小規模な飲食業が外食産業として

¹⁰² 『中国統計年鑑 2008』より計算。

¹⁰³ 総務省統計局『日本の長期統計系列』「家計」の「一世帯当たり年平均1ヶ月の消費支出（全世帯）、全国人口5万人以上の市」より計算。同様に勤労者世帯の場合は7.1%である。

急速に整備・拡大してきたといえる。また、1990年代以降の市場経済導入期以降は、この外食産業に外資系企業が参入し、さらに拡大していくのである。

次にこうした外食産業の変化を統計的にみていく。しかしながら、現在中国で入手可能な統計における外食産業には上述の小規模な外食産業は含まれていない。統計で定義される外食産業（飲食店）が「年末従業員数40名以上、年間売上額200万元以上の飲食業」（以下、限額以上の飲食業）という点をふまえた上で、その傾向をみる。

限額以上の飲食業における法人企業数は、2005年から2010年の間に2.5倍に増加し、20,694件となった。飲食業合計に占める中国国内企業（国資企業）の割合は94%、残り6%は外資系企業である（2009年）。国資企業のうち、国有企業以外の集団企業、株式企業、私営企業（その他国資企業）は、企業全体の91%を占めている。1980年代後半から、ケンタッキー・フライドチキンやマクドナルドなど外資系外食企業が中国に進出し店舗数を大きく増加させたが（第5章で詳述）、中国の飲食企業数全体でみるとごく一部にすぎないことがわかる。

表4-3 中国における限額以上の飲食業法人企業数

(件)

	飲食業合計	国資企業		港、澳、台系外資系企業	その他外資系企業
		国有企業	その他国資企業		
2005	9,922	9,099	580	365	458
2006	11,822	10,939	584	412	471
2007	14,070	13,090	569	458	522
2008	22,523	21,250	614	579	694
2009	20,694	19,507	608	587	600
(2009/2005)	2.1	2.1	1.0	1.6	1.3

資料：『中国統計年鑑』各年版より作成

しかし、外資系外食産業の影響は企業数だけで評価することはできない。表4-4、表4-5に示すように、フランチャイズ・チェーンによる近代的経営方式と、セントラル・キッチン方式による衛生的で品質的に安定した商品提供システムといったシステム面での新形態の普及は、外資系外食産業が中国にもたらした大きな変化である。またこうしたシステムは、中国政府自身が国内外食産業の成長のために積極的に導入したものである。

表4-4からわかるように、フランチャイズ・チェーン店舗数合計のうち国資企業は45%を占めている。国資企業は店舗数において外資系企業に近づいてきている。しかし、営業額をみると国資企業の全体に占める割合は36%と低下する。この理由は、店舗数の内訳（本店数と支店数）をみることで説明ができる。国資企業は単純計算で、1本店に対し支店数

が約 21 店舗である。一方、外資系企業は本店 1 店舗に対して支店数が約 56 店舗であり、外資系企業の方がチェーン展開による規模の経済性を発揮しているといえる。また、2005 年から 2009 年における支店数の推移をみても、港、澳、台（香港、マカオ、台湾）系外資系企業やその他外資系企業は国資企業より増加している（表 4-5）。

実際、国資企業のフランチャイズ・チェーン飲食店においては、餃子や中国風ラーメン、中華まん、お粥などはセントラル・キッチン化が進んでいるといわれるが、その他の一般的料理を提供する飲食店における半製品の利用は進んでいない。よって、半製品化が進んでいないフランチャイズ・チェーンは、各店舗の厨房で手作りをしており、食材の仕入れから料理方法、味や品質、価格が統一化できていないケースが多いといわれる¹⁰⁴。

表 4-4 フランチャイズ・チェーン経営の飲食店の企業形態別店舗数と営業額（2009 年度）

	合計			営業額(億元)
		本店数	支店数	
国資企業	6,352	291	6,061	317
国有企業	22	4	18	2
その他国資企業	6,330	287	6,043	315
港、澳、台系外資系企業	1,685	50	1,635	97
その他外資系企業	6,128	85	6,043	465
合計	14,165	426	13,739	879

資料：『中国統計年鑑 2010』より作成

表 4-5 フランチャイズ・チェーン経営の飲食店における支店数

(件)

	合計	国資企業			港、澳、台系外資系企業	その他外資系企業
		国有企業	その他国資企業			
2005	9,748	5,927	26	5,901	480	3,341
2006	11,360	6,904	29	6,875	555	3,901
2007	10,973	5,336	16	5,320	1,002	4,635
2008	12,561	5,789	16	5,773	1,176	5,596
2009	13,739	6,061	18	6,043	1,635	6,043
(2009/2005)	1.41	1.02	0.69	1.02	3.41	1.81

資料：『中国統計年鑑』各年版より作成

3 中国における外食産業発展の背景

以上みてきたとおり、中国においてはもともと小規模な飲食業が生活に根付いていたが、それらが産業として急速に発展したのは、1990 年代以降の市場経済導入期においてである。この時期の外食産業発展の背景として、大きく 2 つの視点をあげたい。

¹⁰⁴ 耿（2003）、pp. 26-29

第1に、経済環境の変化である。すなわち、経済発展による国民一人当たりの所得等国民経済の発展があげられる。第3章図 3-3 で掲示したように、中国における国民一人当たり所得は1990年以降、急速に増加している。日本など先進国では、チェーン展開をする飲食店で提供される料理は比較的安価な外食だが、中国の場合は比較的割高な外食となっている。衛生的でデザインされた店舗や最新の加工技術や流通システム、および厨房を備えたチェーン店は、下町の食堂や露店、屋台など伝統的な外食産業と比べて設備投資や人件費に多大な費用を要するため商品価格が高くなる。よって、チェーン展開をするような企業化した飲食店は、一人当たり所得の増加による消費生活の高級化が見込めなければ発展できない経営体である。

第2に、文化的な背景である。文化的な背景として、2つの点が指摘できる。その1つは、中国の家庭では以前から共働き夫婦が主流であったため、食堂や露店等で外食を行うことに対する偏見や罪悪感のような意識が経済発展前からそれほど強くなかった点である。今1つは中国の食事スタイル（献立や調理過程）という文化的な側面である。

後者について、日本との比較でより詳しくみていくと、例えば、朝食のあり方についての違いである。日本の伝統的な朝食スタイルは、朝食においても主食、副食、副菜が基本となり、ごはんには味噌汁、焼き魚に漬物といった献立となる。現在の日本の食生活は洋風化し、ご飯がパンに入れ替わったパターンもあるが、主食にパン、副食に目玉焼き、副菜にサラダや果物、牛乳といった形の献立で基本のパターンは変わらない¹⁰⁵。一方、中国の朝食は、日本のように主食、副食、副菜といった厳密な献立スタイルはなく、主食である饅頭^{まんとう}や中華まん、油条（中国風揚げパンのようなもの）やお粥、ラーメンなど好きな主食を選び、主食だけの場合もあれば主食と豆乳や漬物、味付けゆで卵などを追加して献立をする場合もあり、個人のその日の体調や気分によって決められる。このように、主食がバラエティーに富んでおり、献立が自由に組み立てられるのが中国における朝食の特徴である¹⁰⁶。また、主食となる食品が、日本のご飯のように炊飯器ひとつで調理出来ず、実際に自宅で作るとなるとかなりの時間と手間、および調理者に高度な技術を必要とする。そのため、必ずしも家庭で調理し食事をして仕事や学校に出かけなければならないという習慣がない。家庭内で朝食を準備することができなければ、通勤、通学の途中に露店などで朝食を購入

¹⁰⁵ 近年の日本の献立内容は、主食、副食、副菜の形をとらない、主食だけ、副食だけ、主食ぬきで副食、副菜だけとなど、伝統的献立形式が成立しない家庭もある。

¹⁰⁶ ちなみに、中国では米食文化圏の南方であっても昔から朝食にご飯を食べる習慣がない。

し、職場や学校で、あるいは通勤・通学中に歩きながら朝食を摂ることは決してめずらしいことではなく、ごく一般的なことである。

第4節 食品産業の発展

ここで述べる食品産業とは、主に冷凍食品やインスタント（簡便化）食品等の食品製造業やそれらの市場を念頭に置いており¹⁰⁷、その中国における普及について以下でみていく。

中国の食品産業は、国民の所得が上昇する 1990 年代以降に急成長を始めた産業である。食品産業が生産する冷凍食品や簡便化食品は、食材に対する下処理や下ごしらえ、調理や調味労働の一部がすでにその中に投下された商品であり、家庭における炊事労働の社会化の一形態である。インスタントラーメン等の主食系簡便化食品や、冷凍餃子等の主食系調理食品等がその具体的な例である。

例えば、冷凍食品が中国国内に普及していったのは以下のような流れである。まず、中国における冷凍食品の生産開始時期は 1960 年代にさかのぼる。ただし、当時は輸出を目的としており、またその内容も冷凍餃子、春巻き等の中国の伝統食品と、鶏肉等の冷凍品とといった限られた商品が少量生産されていたのみであった。その後、1970 年代になると、冷凍野菜の生産が始まり内容が徐々に多様化してくる。しかし、この時点においても、これらの販路は輸出に限定されていた。次に 1980 年代前半に、これまで輸出用に生産され、国内市場に出回ることのなかった主食系冷凍食品の一部が、国内市場に向けても販売されるようになった。90 年代になると中国国内市場向けの商品として、郷鎮企業から発展した三全食品などによって湯圓（中国風白玉団子のようなもの）や冷凍水餃子、冷凍ちまき、冷凍饅頭^{まんとう}など中国の伝統的主食系食品が冷凍食品として商品化されていった¹⁰⁸。その結果、中国における冷凍食品生産量は、1997 年の 1,392 万トンから 2007 年の 3,883 万トンと 2.8

¹⁰⁷ 日本における食品産業の定義は、2つあり、第1は日本標準産業分類の「食料製造業」に値する産業で、農水畜産物など各種食料品の製造、調味料、糖類、菓子類、油脂類、麺類の製造と精米や製粉を指す。第2は、フードシステムにおける川上、川中、川下全体を指し、農業、食品製造業、食品卸売業、食品小売業、外食業が含まれる。

中国における食品産業の統一された定義はないが、中国の「産業分類」では食品工業の分類はあり、大分類では「食品加工業」、「食品製造業」、「飲料製造業」、「煙草加工業」の4つに分かれる。各分類の定義がないため、「食品加工業」と「食品製造業」の明確な違いは明確ではないが、「食品加工業」は原料加工が中心で「食品製造業」はより加工度の高い製品の生産が行われている。

¹⁰⁸ 隋（2008）、pp. 4-6

倍に増加している（表 4-6）。

表 4-6 中国における冷凍食品生産量（推計値）（単位：万トン）

	生産量	対前年比増加量
1997	1,392.46	-
1998	1,528.55	136.09
1999	1,677.95	149.40
2000	1,841.75	163.80
2001	2,021.97	180.23
2002	2,219.59	197.62
2003	2,436.53	216.94
2004	2,674.66	238.14
2005	2,936.08	261.41
2006	3,223.04	286.96
2007	3,538.05	315.01
2008	3,883.84	345.80

資料：隋（2008）、p5 表 1-2 より一部改変

この急増のひとつのきっかけとして、主食系冷凍食品製造業の立地変化がある。このような主食系冷凍食品を製造する企業は、従来原料である小麦粉やもち米などの調達容易で、上海など沿岸部の大消費地と近い河南省鄭州市に集中していた¹⁰⁹。一方で、中国の経済発展とともに、国内の大消費地が上海など沿岸部だけでなく、東北部や内陸部など各地に生まれていた。これにより、これまでの原料産地立地型の食品製造業にとっては、国内における冷凍食品市場の空間的及び量的拡大への対応において消費地までの輸送コストが大きな負担となってきた。そのため、冷凍食品企業の対応として、2000年代半ばごろから各地の都市近郊に自社の冷凍食品工場を設置し、消費地立地型の生産体制へ転換していったのである。これにより、中国全土へ冷凍食品の供給システムが確立されていった¹¹⁰。

また、近年急速に市場を拡大しているインスタントラーメンについては、その急速な普及の理由やきっかけとして、以下の3点をあげることができる。第1は、電子レンジなど特別な調理器具を必要とせず、中国人の好む温かい食を手軽に提供できる点である。第2は、保存や運送、および商品の陳列にも冷蔵施設を必要としないため、流通しやすい点である。第3は、外資系企業の参入による高品質な製品の販売である。中国におけるインスタントラーメンの製造は1980年代から始まったが、当時は粗悪品が多い上に類似品ばかりであった。91年にインスタントラーメンの価格自由化が始まり、海外からの投資も自由化された。これを受け、台湾系資本などが中国国内市場に進出し、国内市場に中、高品質の

¹⁰⁹ 隋（2008）、pp. 4

¹¹⁰ ENTERPRISE MANAGEMENT 3. 2010

インスタントラーメンが販売されるようになり、商品の品質や種類が多様化した¹¹¹。

近年、炊事労働の社会化の観点から新しい市場として注目されているのが、即席調味料の市場である。即席調味料は、炊事労働の中の調理労働、さらにその中の味付け部分のみが社会化された商品である。中国料理の味付けは、さまざまな調味料や香辛料をバランスよく調和させなければならない。そのために、食材に直接調味料や香辛料を入れるだけでなく、食材を炒める前に油で香辛料を炒めたり、食材の炒め具合を測りながら調味料を順番に入れたりする。これらに代わる、麻婆豆腐の素や火鍋の素（油や香辛料で作られたスープを使った鍋料理）など家庭料理の味からレストランでしか作れなかった料理まで多彩な即席調味料が販売されている。

また、中国料理に欠かせないものとしてスープがある。このスープは汁ものとして献立の一品にもなるし、調味料として料理の味つけに深みを出すためにも利用される。中国のスープは、骨つきのままの肉や大切りの肉と、臭み消しとして葱や生姜のぶつ切りを鍋に入れ、丁寧にあくをとりながら肉のうまみを徹底的に取り出して作る¹¹²。煮込む時間は数時間必要で、濁りのないスープをとるには、鍋から離れることができない。この調理の手間を省いたのが、鶏がらスープの素などである。露店や食堂での調理風景をみると、必ずと言っていいほどスープの素は利用されており、現代の中国料理には欠かせないものとなっている。

第5節 家庭用調理電化製品の普及の現状

家庭用電化製品は、社会化された労働が器具に投下されており、その器具を使うことで家庭内の家事労働を省力化するものである。

中国における家庭用電化製品の生産は、1949年の中華人民共和国成立時期において、上海、南京、天津など沿岸部の大都市を中心に生産されていた。計画経済期は、生産量も少なく、粗悪な製品しか販売されていなかった。生産された冷蔵庫、洗濯機、テレビなどは企業や病院、商店など業務用に分配され、個人や家庭向けには販売されていなかった¹¹³。

改革開放後、個人所得が増加し家庭用電化製品の需要が高まったが、国内企業の生産能

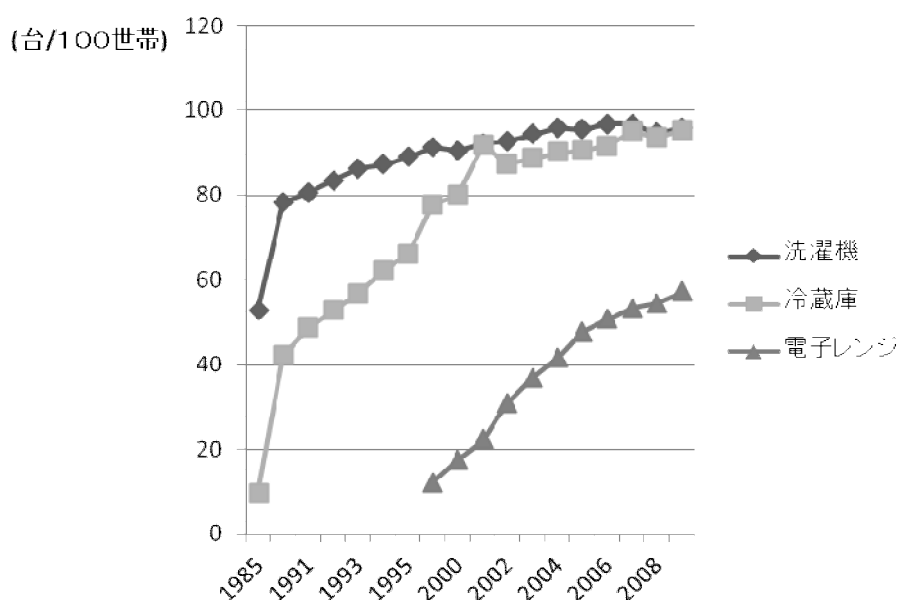
¹¹¹ 阮（1998）pp. 78-79

¹¹² 木村（2005）、p. 14

¹¹³ 丸山（1998）、pp. 93-99

力が需要に追い付かず、輸入製品が多く出回っていた。このような中、中国政府は耐久製品の輸入制限を行うと同時に原材料や資金調達面などの優遇政策を制定し、これまでの軍需企業など多くの企業が家電産業に参入することを推進した。その結果、1987、88年になると生産量が増加し始め、家電ブームが起こった¹¹⁴。

中国都市部における家庭用電化製品の保有台数をみると、家電ブーム以前の1985年は洗濯機が100世帯あたり約52.8台、冷蔵庫は約9.6台であった。1990年になると洗濯機が100世帯あたり78.4台、冷蔵庫が42.33台となり、急激に各家庭に広がっている(図4-4)。なお、既存の統計資料には記載されていないが、炊飯器も1985年にはすでに普及を始めている(第4章5節)。



資料：『中国城市(镇)生活与价格年鉴』2010より作成

図4-4 中国都市部における100世帯当たりの家庭用電化製品保有台数

また、80年後半代から家庭用電化製品は供給過剰となり、価格が低下し始めたことで、冷蔵庫や洗濯機が一般家庭へ広く普及している。2000年になると冷蔵庫の100世帯当たりの保有台数は、90.5台、洗濯機は91.9台となり、ほぼ全ての家庭に普及した(図4-4)。

洗濯機と冷蔵庫が一家に一台に近づくのと前後して、1999年に新たな家庭用電化製品である、電子レンジが登場している。電子レンジの1999年における100世帯当たりの保有台数は、12.2台であるが、2000年代の間に増加し2009年には57.8台となっている。

¹¹⁴ 陳(2005)、p.7

このように、2000年代以降から洗濯労働を省力化する洗濯機と買い物労働を省力化する冷蔵庫が各家庭に普及したことを背景に、新たに調理労働を省力化する電子レンジの普及が始まった。

現在中国の家電量販店やGMS、ネットショップなどでは、電子レンジ以外の家庭用調理電化製品も販売されている。例をあげると、多機能炊飯器、豆乳メーカー、IHコンロ、電気圧力鍋、トースター、オーブンレンジ、スチームオーブン、ミキサー、ホットプレート、ゆで卵機、コーヒーメーカーなどがある。特徴的なものとして、食器の消毒機や野菜の農薬を除去する野菜消毒機も販売されている。

このなかで、特に人気の高い商品は多機能炊飯器、豆乳メーカーおよびIHコンロである。多機能炊飯器（図4-6）とは、従来までのご飯を炊く機能のみの伝統的炊飯器がより進化したもので、保温機能やタイマー付き調理機能、お粥機能などが付加されたものである。また、中国的特徴として、饅頭や中華まん、水餃子など、炊飯器を利用して温められるよう、蒸し器用の蓋もセットになっている。炊飯器の機能は年々多様化しており、近年の炊飯器では、ボタンひとつで白米、無洗米、もち米、炊き込みご飯、パン、煮物、スープなどが調理できる細かい設定が付いたものもある。一方で、炊く、蒸す、煮るという炊飯器の基本的機能のみのもの、基本機能に保温機能が付いたものなど、消費者の所得階層やニーズに応じた幅広い製品が販売されている。

豆乳機（図4-5）は、大豆と水を製品に入れて、スイッチを押すと30分ほどで出来たての豆乳が飲めるという家庭用調理電化製品である。中国では、朝食に豆乳を飲む習慣があり、露店や食堂などで、朝になると豆乳が販売されている。しかし、販売されている豆乳は水で薄めすぎのため味が薄く、砂糖の味しかしないものもあるため、近年家庭で作る人が増えてきている。

一般的に、家庭用調理電化製品の普及は家庭内で行われてきた炊事労働の省力化を促す。中国においては、もともと外食利用によって炊事労働過程の全てが社会化されていた食が、家庭用調理電化製品を利用することで炊事労働が省力化され、外食から内食への変化を意味しているといえる。

美的 Midea
美的微波炉MM823EE2-PS 299
美的微波炉EG720FE4-NS 499
美的微波炉EM720FF2-NA1 399
美的微波炉EG823LC2-NA 589

Galanz 格兰仕
格兰仕微波炉 P70D20TL-D4白 268
格兰仕微波炉 G70F23N1P-G5(W0) 399
格兰仕微波炉 G80F23CN3P-Q5(R0) 599
格兰仕微波炉 G80F23CN2L-A9(50) 688

IHコンロ 268
電気圧力鍋 358
電気豆乳機 498 598

新年新登场 步步高·家乐福联合特献

資料：カルフルール広告、販売期間 2011 年 1 月 21 日～26 日（2011 年 1 月当時：1 元＝約 12 円）

図 4- 5 中国で販売されている家庭用調理電化製品



資料：成都調査 2011 年 1 月、価格 518 元

図 4- 6 中国で販売されている多機能炊飯器

第6節 食生活アンケートからみる成都市の炊事労働の現状

これまでみてきたように、計画経済期における炊事労働の省力化は家庭内における家庭用電化製品の代替によるという形態ではなく、主に外食によって行われてきた。しかし、市場経済化以降、外食産業、食品加工業、家電産業が急激に発展している。女性の労働力化が進む一方で家事労働の分担も進んでいる中国において、上記諸産業すなわち、炊事労働が社会化された商品やサービスの利用がどのような形で進んでいるのか、成都市を事例に以下で検討していく。

1 成都市の概要

事例地の成都市は、中国西南部に位置する四川省の省都で、重慶市に続く内陸部の大都市である。また、ハルビンと並んで中国最大の副省級市¹¹⁵でもある。人口 1,139.63 万人、一人当たり GDP は 39,509 元(2009 年)¹¹⁶である。上海(人口 1,921 万人、一人当たり GDP 78,989 元)といった沿岸部大都市と比べると経済規模が小さいが、内陸部唯一の直轄市¹¹⁷である重慶市(人口 2,859 万人、一人当たり GDP 22,920 元)と比べると一人当たり GDP は大きい¹¹⁸。

女性の社会進出については、一般的に上海や南方の女性は伝統的に家庭外で働く女性が多いといわれている。上海の全就業人口に占める女性の割合は 32%¹¹⁹であり、調査地である成都市の場合は 35%である(両都市とも 2009 年値)¹²⁰。よって、調査地は女性の労働力化が進んでいる地域といえる。

次に、調査地における炊事労働の社会化の程度を計るデータとして、食費に占める外食費の割合、外食比率をみってみる。既存の統計には成都市のデータがないため、四川省都市

¹¹⁵ 副省級市とは、地級市として省の直轄下にあるが、経済、財政、法制度に関して省と同程度の自主権を持つ。市級市とは、地域内部に巨大な農村を含むが、その都市の非農業人口が 25 万人以上、地域の GDP が 2 億元以上、第 3 次産業の比重が第 1 次産業を上回り、第 3 次産業の GDP が 35%以上の地区を指す。

¹¹⁶ 『成都統計年鑑 2010』より

¹¹⁷ 省と同等級の最高都市で、現在北京、上海、天津、重慶の 4 都市がある。省に比べ面積は狭いが、人口、経済規模ともに省級の規模を有し、第 3 次産業の割合が高い。

¹¹⁸ 『中国統計年鑑 2010』より

¹¹⁹ 『上海統計年鑑 2010』より

¹²⁰ 『四川統計年鑑 2010』より

部のデータになるが、16.5%となっている（2009年）¹²¹。全国都市部の値 21.8%¹²²と比較すると少なくなっている。参考までに述べると、上海市の2009年における外食比率は30%である¹²³。

2 アンケートの概要

本アンケートの目的は、都市部消費者の加工食品や外食利用の実態を把握することである。調査は2011年3月に行い、調査場所は成都市内にある主要スーパーマーケット、中国系2社、外資系2社の店舗先である。

中国において多様な加工食品や家庭用電化製品の拡大は、2000年以降本格化した。よって、冷凍食品やインスタント食品、下処理済み食品、惣菜といった、社会化した労働が投下された商品に対する共通な言葉の認識が確立されていない。よって、回答内容に正確さを期すため、具体的なデータの収集方法は、各スーパーに立ち寄った消費者に直接アンケートを依頼し、アンケート補助員（中国人）が口頭で説明しながら補助員が記入した。回収枚数は196枚（回収率100%）、有効回答数は192枚（有効回答率98%）である。

表4-7 アンケートの回収状況

		アンケート実施場所				合計
		中国系 スーパー A	中国系 スーパー B	外資系 スーパー A	外資系 スーパー B	
男性	有職者	13	13	5	8	39
	無職者	5	2	4	8	19
女性	有職者	20	12	18	11	61
	無職者	17	15	19	22	73
合計		55	42	46	49	192

資料：筆者アンケート調査（成都）より

¹²¹ 『中国統計年鑑2010』より

¹²² 『中国統計年鑑2010』より

¹²³ 『上海統計年鑑2010』より

3 アンケート全体の属性

本アンケートの男女構成比は、男性 30.2%、女性 69.8%で女性回答者が中心である（表 4-8）。年齢別構成比は、20代が 41.8%、30代が 18.4%、40代が 8.7%、50代が 13.8%、60代が 17.3%となっている（表 4-9）。職業構成では、有職者が 52%、無職者が 48%である（表 4-10）。全体数における有職者の内訳は、自営業者、民間企業労働者、外資企業労働者の非国有企業の労働者が 39.8%、国有企業労働者と公務員が 12.3%である。同様に無職者の内訳は、専業主婦 7.7%、学生 12.8%、退職者 27.0%であった。有職者における役職構成は、一般職員が 63.9%、中間管理職が 26.9%である（表 4-11）。

20代から40代の回答者は全体の 68.9%を占め、有職者が多い。50代から60代の回答者は全体の 32.1%である。有職者のうち、非国有企業に勤める回答者は 76.5%を占め、一般的に福利厚生が充実しているといわれる国有企業や公務員は少なかった。役職構成は一般職員が中心である。

表 4-8 男女構成比

	度数	有効パーセント	累積パーセント
男性	58	30.2	30.2
女性	134	69.8	100.0
合計	192	100.0	
欠損値	4		
合計	196		

資料：筆者アンケート調査（成都）より

表 4-9 年齢構成

	度数	有効パーセント	累積パーセント
20代	82	41.8	41.8
30代	36	18.4	60.2
40代	17	8.7	68.9
50代	27	13.8	82.7
60代以上	34	17.3	100.0
合計	196	100.0	

資料：筆者アンケート調査（成都）より

表 4-10 職業構成

	度数	有効パーセント	累積パーセント
自営業者	31	15.8	15.8
国有企業労働者	15	7.7	23.5
民間企業労働者	36	18.4	41.8
外資企業労働者	11	5.6	47.4
公務員	9	4.6	52.0
専業主婦	15	7.7	59.7
学生	25	12.8	72.4
退職者	53	27.0	99.5
その他	1	.5	100.0
合計	196	100.0	

資料：筆者アンケート調査（成都）より

表 4- 11 有職者の役職構成

	度数	有効パーセント	累積パーセント
無し	10	9.3	9.3
一般職員	69	63.9	73.1
中間管理職	29	26.9	100.0
合計	108	100.0	
欠損値	88		
合計	196		

資料：筆者アンケート調査（成都）より

本アンケート母集団の教育水準は、義務教育以上である中学卒業以上が 92.8%である（表 4-12）。日本における高校卒業程度にあたる、高校・中専卒業は 28.2%、短大・専門学校卒業程度の大専・職大は 25.6%、大学卒業以上が 24.1%である。月あたりの収入構成は、1,000 元以下が 12.1%、1,001-2,000 元が 26.7%、2,001-3,000 元が 32.0%、3,001-4,000 元が 12.8%、4,001-5,000 元が 7.6%、5,001-10,000 元が 8.7%である。月あたり収入の中央値は 2,001-3,000 元で、成都市の一人当たり平均可処分所得（2009 年）は 17,589 元、月あたり 1,466 元である（序章：表 2 参照）。

表 4- 12 教育水準の構成¹²⁴

	度数	有効パーセント	累積パーセント
小学校及以下	14	7.2	7.2
中学校	29	14.9	22.1
高校・中専	55	28.2	50.3
大専・職大	50	25.6	75.9
大学	33	16.9	92.8
大学院	14	7.2	100.0
合計	195	100.0	
欠損値	1		
合計	196		

注：中専は中等専門学校、技術労働者学校、職業中学を指す。大専は専科大学、職大は職業技術学院を指す。

資料：筆者アンケート調査（成都）より

¹²⁴ 中国の学校制度は、学齢前教育である幼稚園、初等教育である小学（小学校）と初級中学（中学校）、中等教育の高級中学（高校）、中等専門学校、技術労働者学校、職業中学、および高等教育の大学、大学院、専科大学、職業技術学院から成る。義務教育は 6～7 歳から 9 年間（小学校 6 年・中学校 3 年または小学校 5 年・中学校 4 年）である。中等教育は 3 年間あり、職業中学のみ 2 年間である。高等教育である大学は 4～5 年、大学院は修士課程 3 年、博士課程は 3 年以上である。専科大学、職業技術学院は 3～4 年で、日本の短大や専門学校にあたる。（文部科学省 HP より）

表 4- 13 月あたりの収入構成（専業主婦・学生除く）

	度数	有効パーセント	累積パーセント
1,000元以下	21	12.2	12.2
1,001～2,000元	46	26.7	39.0
2,001～3000元	55	32.0	70.9
3,001～4,000元	22	12.8	83.7
4,001～5,000元	13	7.6	91.3
5,001～10,000元	15	8.7	100.0
合計	172	100.0	
欠損値	24		
合計	196		

資料：筆者アンケート調査（成都）より

家族構成は、夫婦と子供からなる核家族の形態が 35.4%と最も多く、続いて祖父母と夫婦と子供からなる 3 世代直系家族の形態が 17.7%、夫婦のみは 16.1%である。単身世帯である単身赴任と独身は、合わせて 25.0%であった。本調査の回答者の 69.8%は、既婚者で家族と同居している。

表 4- 14 家族構成

	度数	有効パーセント	累積パーセント
夫婦+子供+家政婦	1	.5	.5
祖父母+夫婦+子供	34	17.7	18.2
夫婦+子供	68	35.4	53.6
夫婦	31	16.1	69.8
単身赴任	5	2.6	72.4
独身	43	22.4	94.8
その他	10	5.2	100.0
合計	192	100.0	
欠損値	4		
合計	196		

資料：筆者アンケート調査（成都）より

続いて、回答者の生活環境について以下みていく。

有職者の通勤時間をみると、自宅から職場まで 15 分以内の回答者は全体の 45.5%を占め、30 分以内を含めると 74.1%になる（表 4-15）。通勤方法では、徒歩が 33%で最も多く、続いてバスが 26.7%、自家用車が 18.7%、電動自転車とバイクが 10.7%、自転車が 9.3%となっている（表 4-16）。

中国の都市は、経済地区と住居地区が分離されていないため、職場の近くに住居を持つのが一般的であり、本調査でも同様な結果となっている。また、中国都市部の住宅はマン

ションが主流で、一戸建てはないといってもよい。近年、住宅不足の影響から、郊外での住宅建設が盛んに行われている。成都市の場合も同様に、近年郊外の住宅ラッシュが進んでいる。郊外から都心へのアクセスは、現在のところバスが主流で、一日の本数はあまり多くない。よって、郊外に建設中の住宅には自動車を保有できるような、経済的ゆとりのある世帯向けの高級住宅が多い。本調査でも、通勤時間が1時間以上の回答者は、通勤方法が自動車であった。

表4-15 有職者の通勤時間

	度数	有効 ^h パーセント	累積 ^h パーセント
5分以内	15	13.4	13.4
15分以内	36	32.1	45.5
30分以内	32	28.6	74.1
45分以内	14	12.5	86.6
1時間以内	9	8.0	94.6
1時間以上	6	5.4	100.0
合計	112	100.0	
欠損値	84		
合計	196		

資料：筆者アンケート調査（成都）より

表4-16 有職者の通勤方法

	度数	有効 ^h パーセント	累積 ^h パーセント
徒歩	25	33.3	33.3
自転車	7	9.3	42.7
電動自転車・バイク	8	10.7	53.3
バス	20	26.7	80.0
自家用車	14	18.7	98.7
その他	1	1.3	100.0
合計	75	100.0	
欠損値	121		
合計	196		

資料：筆者アンケート調査（成都）より

出勤時間は、8時台と9時台で全体の89.1%を占め、退勤時間は17時台と18時台で78.3%を占める（表4-17）。近年、急速な経済成長とともに、上海などの大都市における企業では、残業をする労働者が増えてきたといわれる。本調査では21時以降に帰宅する回答者は、7.9%にしかすぎない。また、特に成都市は沿岸部の都市部より遅れて経済成長を遂げているため、沿岸部都市と比べて生活に時間的余裕があるといわれている。本調査でも回答者の多くは一般的な所定労働時間で帰宅している。

表 4-17 出勤・退勤時間

出勤時間帯	度数	有効パーセント	退勤時間帯	度数	有効パーセント
7時以前	6	5.9	16時以前	13	12.9
8時台	38	37.6	17時台	45	44.6
9時台	52	51.5	18時台	34	33.7
10時台以降	5	5.0	20時台	1	0.9
合計	101	100.0	21時台以降	8	7.9
欠損値	95		合計	101	100.0
合計	196		欠損値	95	
			合計	196	

資料：筆者アンケート調査（成都）より

続いて、自宅から最寄りのスーパーマーケットまでの時間をみると、全体の 63%は 10 分以内であり、20 分以内を合わせると 86.6%になる（表 4-18）。最寄りのスーパーマーケットまでの交通手段では、徒歩が全体の 77.8%を占め（表 4-19）、自宅のすぐそばに日々の買い物の場があることが分かる。実際、中国の都市部は、商業施設内やその周辺など、多くの人が集まる場所だけでなく、住宅や職場周辺においても必ず飲食店や小さな売店などが立ち並んでいる。

表 4-18 自宅から最寄りのスーパーマーケットまでの時間

	度数	有効パーセント
10分以内	123	63.0
11-20分	46	23.6
21-30分	18	9.2
31-40分	3	1.5
50分以上	5	2.6
合計	195	100.0
欠損値	1	
合計	196	

資料：筆者アンケート調査（成都）より

表 4-19 最寄りのスーパーマーケットまでの行き方

	度数	有効パーセント	累積パーセント
徒歩	151	77.8	77.8
自転車	2	1.0	78.9
電動自転車・バイク	10	5.2	84.0
バス	21	10.8	94.8
自家用車	10	5.2	100.0
合計	194	100.0	
欠損値	2		
合計	196		

資料：筆者アンケート調査（成都）より

また、職場の食堂の有無では、52.5%の回答者の職場に食堂が完備されている(表4-20)。食堂が完備されている場合、職場内で食事ができ、かつ価格も安いいため外食を利用しやすい環境であるといえる。

表4-20 職場の食堂の有無

	度数	有効パーセント	累積パーセント
ある	83	52.5	52.5
ない	75	47.5	100.0
合計	158	100.0	
欠損値	38		
合計	196		

資料：筆者アンケート調査（成都）より

加えて、家庭内における炊事労働の省力化の視点から家庭用調理器具の普及をみてみると、現時点でガスコンロ、IHコンロ、冷蔵庫、伝統炊飯器、電子レンジ、豆乳機の保有率が70%以上となっている。多機能炊飯器の保有率は52%で、現在伝統炊飯器から多機能炊飯器へ移行する段階にあることがわかる。購入時期をみてみると、1980年代はガスコンロ、IHコンロ、冷蔵庫、伝統炊飯器、電子レンジの購入が始まり、ガスコンロ、冷蔵庫、伝統炊飯器が1990年代に普及している。IHコンロ、電子レンジ、豆乳機の普及時期は2000年代である。現在回答者は様々な家庭用調理器具を保有している現状がわかる。

以上から、中国の生活環境についてまとめると、住宅の周辺に職場や生活手段の購入場所が存在し、日々の生活における移動距離が短く、生活圏が比較的狭いことに加えて、現在は炊事労働を省力化する様々な家庭用調理器具が普及しているといえる。

表4-21 家庭用調理器具の普及

(単位：%)

	保有率	購入時期				合計
		1980年代	1990年代	2000年代	2010年代	
ガスコンロ	93	18.9	45.1	33.1	2.9	100
IHコンロ	73	0.7	18.2	71.5	9.5	100
冷蔵庫	93	19.1	38.8	39.3	2.8	100
伝統的炊飯器	85	11.9	60.0	26.3	1.9	100
多機能炊飯器	52	0	7.2	79.4	13.4	100
電子レンジ	73	2.2	19.4	75.5	2.9	100
豆乳機	74	0	10.7	75.0	14.3	100

資料：筆者アンケート調査（成都）より

4 調理頻度と加工食品利用の実態

続いて、調理頻度と加工食品利用の実態を年齢別にみていく。

本アンケートには、学生の回答が 25 票あったが、その多くが大学、大専などであった。中国の高等教育機関では、寮生活をするのが一般的である。寮には一般的に台所がない場合が多く、日々の食事は構内の食堂や周辺の飲食店で食べたり、パンやお菓子、果物などを自室で食べたりして過ごしている。よって、彼らの食生活は一般の食生活とは異なるので、分析する場合のデータから外した。

まず、年齢別の特徴をみていく。年齢別職業構成は、20、30代は民間企業労働者、自営業者の順に回答者が多く、40代は公務員、国有企業労働者、自営業者の順に回答者が多い。若い世代ほど非国有企業で働く回答者が多くなっている。50、60代は退職者が中心である。また、専業主婦は全体の 8.8%のみであり、少ないといえる（表 4-22）。

表 4-22 年齢別職業構成

		職業							合計	
		自営業者	国有企業労働者	民間企業労働者	外資企業労働者	公務員	専業主婦	退職者		その他
年齢	20代	18	6	23	6	2	5	1	0	61
		29.5	9.8	37.7	9.8	3.3	8.2	1.6	0.0	100
	30代	11	4	9	3	2	5	0	0	34
		32.4	11.8	26.5	8.8	5.9	14.7	0.0	0.0	100
	40代	2	4	1	2	5	3	0	0	17
		11.8	23.5	5.9	11.8	29.4	17.6	0.0	0.0	100
50代	0	1	3	0	0	1	21	1	27	
	0.0	3.7	11.1	0.0	0.0	3.7	77.8	3.7	100	
60代以上	0	0	0	0	0	1	31	0	32	
	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.1	96.9	0.0	100	
合計	31	15	36	11	9	15	53	1	171	
	18.1	8.8	21.1	6.4	5.3	8.8	31.0	0.6	100	

資料：筆者アンケート調査（成都）より

年齢別家族構成では、20代は独身者が 39.3%を占め、既婚者は 47.5%となっている。30代は、独身者が 14.7%と減少し、既婚者が 67.7%となり、40代以上は既婚者が中心となる（表 4-23）。20～40代の既婚者は、夫婦と子供からなる核家族の形態が多く、祖父母同居の直系家族の形態は少ない。ただし、年齢階層が上がるほど、直系家族形態の割合が高くなっている。50代は、夫婦と子供の核家族形態が多く、夫婦のみの形態は 21.9%である。60代は、夫婦と子供および夫婦のみの形態がほぼ同じ数である。

表 4-23 年齢別家族構成

		家族構成							合計
		夫婦+子供 +保母	祖父母+夫婦 +子供	夫婦+子供	夫婦	単身赴任	独身	その他	
年齢	20代	1 1.6	10 16.4	11 18.0	7 11.5	4 6.6	24 39.3	4 6.6	61 100
	30代	0 0.0	9 26.5	14 41.2	3 8.8	1 2.9	5 14.7	2 5.9	34 100
	40代	0 0.0	4 25.0	11 68.8	1 6.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	16 100
	50代	0 0.0	2 7.7	16 61.5	7 26.9	0 0.0	0 0.0	1 3.8	26 100
	60代以上	0 0.0	6 19.4	10 32.3	12 38.7	0 0.0	1 3.2	2 6.5	31 100
	合計	1 0.6	31 18.5	62 36.9	30 17.9	5 3.0	30 17.9	9 5.4	168 100

資料：筆者アンケート調査（成都）より

続いて、年齢別月あたりの収入構成では、20代は2,000～3,000元が最も多く、30代は1,000元～3,000元の間が最も多い。40代は1,000～2,000元が最も多い。30、40代は20代と比べて3,000元以上の階層まで比較的満遍なく回答者が分布している。50、60代は退職者が多いため年金収入となるが、1,000元以下から3,000元までの間に回答者が分布している。

表 4-24 年齢別月あたりの収入構成（専業主婦除く）

		収入						合計
		1,000元以下	1,001～ 2,000元	2,001～ 3,000元	3,001～ 4,000元	4,001～ 5,000元	5,001～ 10,000元	
年齢	20代	4 6.8	10 16.9	29 49.2	8 13.6	4 6.8	4 6.8	59 100
	30代	2 6.3	7 21.9	7 21.9	6 18.8	6 18.8	4 12.5	32 100
	40代	1 5.9	5 29.4	3 17.6	2 11.8	3 17.6	3 17.6	17 100
	50代	7 26.9	8 30.8	6 23.1	2 7.7	1 3.8	2 7.7	26 100
	60代以上	4 12.9	14 45.2	8 25.8	4 12.9	0 0.0	1 3.2	31 100
	合計	18 10.9	44 26.7	53 32.1	22 13.3	14 8.5	14 8.5	165 100

資料：筆者アンケート調査（成都）より

続いて、年齢別の調理頻度を朝食、昼食、夕食に分けてみていく。朝食の調理頻度（表 4-25）は、全体で見ると「毎日作る」が54.1%で最も多く、続いて「作らない」が27.1%となっている。しかし、独身の多い20代は「作らない」という回答が比較的多く、56.7%となっている。逆に、30代以上は既婚者が多く、「毎日作る」が50%以上を超える。特に、年齢階層が上がるほど「毎日作る」という回答が多い。

昼食の調理頻度（表 4-26）では、全体で見ると「毎日作る」が45.9%で、「作らない」が24.1%である。年齢別で見ると、有職者が中心の20～40代は、「作らない」傾向が強い。

一方、50、50代は退職者が中心で、「毎日作る」という回答が90%近くを占める。

表4-25 年齢別調理頻度（朝食）

		朝食を作る頻度						合計
		毎日	週5～6回	週3～4回	週1～2回	月1～2回	作らない	
年齢	20代	12	3	1	8	2	34	60
		20.0	5.0	1.7	13.3	3.3	56.7	100
	30代	17	0	5	4	0	8	34
		50.0	0.0	14.7	11.8	0.0	23.5	100
	40代	12	0	1	0	2	2	17
		70.6	0.0	5.9	0.0	11.8	11.8	100
50代	25	0	0	1	0	1	27	
	92.6	0.0	0.0	3.7	0.0	3.7	100	
60代以上	26	2	1	2	0	1	32	
	81.3	6.3	3.1	6.3	0.0	3.1	100	
合計		92	5	8	15	4	46	170
		54.1	2.9	4.7	8.8	2.4	27.1	100

資料：筆者アンケート調査（成都）より

表4-26 年齢別調理頻度（昼食）

		昼食を作る頻度						合計
		毎日	週5～6回	週3～4回	週1～2回	月1～2回	作らない	
年齢	20代	12	5	9	6	4	24	60
		20.0	8.3	15.0	10.0	6.7	40.0	100
	30代	10	2	2	9	2	9	34
		29.4	5.9	5.9	26.5	5.9	26.5	100
	40代	4	0	1	4	0	8	17
		23.5	0.0	5.9	23.5	0.0	47.1	100
50代	24	1	0	2	0	0	27	
	88.9	3.7	0.0	7.4	0.0	0.0	100	
60代以上	28	2	0	0	2	0	32	
	87.5	6.3	0.0	0.0	6.3	0.0	100	
合計		78	10	12	21	8	41	170
		45.9	5.9	7.1	12.4	4.7	24.1	100

資料：筆者アンケート調査（成都）より

表4-27 年齢別調理頻度（夕食）

		夕食を作る頻度						合計
		毎日	週5～6回	週3～4回	週1～2回	月1～2回	作らない	
年齢	20代	24	9	10	4	1	12	60
		40.0	15.0	16.7	6.7	1.7	20.0	100
	30代	17	5	2	4	2	3	33
		51.5	15.2	6.1	12.1	6.1	9.1	100
	40代	12	1	0	2	0	2	17
		70.6	5.9	0.0	11.8	0.0	11.8	100
50代	24	1	2	0	0	0	27	
	88.9	3.7	7.4	0.0	0.0	0.0	100	
60代以上	29	2	1	0	0	0	32	
	90.6	6.3	3.1	0.0	0.0	0.0	100	
合計		106	18	15	10	3	17	169
		62.7	10.7	8.9	5.9	1.8	10.1	100

資料：筆者アンケート調査（成都）より

夕食の調理頻度（表 4-27）では、全体でみると「毎日作る」が 62.7%、作らないが 10.1%で、3食の中で最も内食頻度が高い。朝食、昼食同様に、若い世代ほど調理頻度が少なくなる傾向にあることは変わらないものの、3食の中では最も「毎日作る」という回答が多い。50、60代は夕食においても90%近くが毎日作ると回答している。

全体を通して、世代が若くなるほど調理頻度が低く、世代が上がるほど調理頻度が高くなる。特に、退職者の多くは毎日家庭内で調理をしており、外食はあまり利用していない。20～40代の有職者世代は、朝食や昼食といった調理時間を十分に確保しにくい食事は外食傾向がみられる。一方で、夕食は独身世代を多く含む20代を含めて調理頻度が高い。夕食の準備は、朝食や昼食に比べて比較的調理時間を確保しやすい。特に、本調査において、退社時間が午後5～6時台が多かった。自宅から職場までの時間も短く、加えて自宅から最寄りのスーパーマーケットまでも近距離が多い。よって、仕事を終えた後、自宅までの帰宅途中に買い物をして、夕食を作る時間的余裕があるため夕食の調理頻度が高いと考えられる。

続いて、調理時における加工食品（惣菜、インスタント食品、冷凍食品、カット野菜）の利用頻度をみていく。

惣菜の利用頻度は、全体でみると「月1～2回」が31.6%、「週1～2回」が28.7%となっている（表 4-28）。特に「週1～2回」利用する年齢階層は、20、30、40代が多く、なかでも30代の50%が最も消費頻度が高い。一方、「月1～2回」の頻度は、50、60代が多く、特に60代の40.1%になっている。しかし、全体としてみると「使わない」が20.5%あり、年齢が上がるほど高くなるが、独身世帯が多い20代でも16.4%存在する。

表 4-28 年齢別加工食品消費頻度（惣菜）

	年齢	惣菜						合計
		毎日	週5～6回	週3～4回	週1～2回	月1～2回	使わない	
20代		4	3	9	16	19	10	61
		6.6	4.9	14.8	26.2	31.1	16.4	100
30代		0	2	4	17	6	5	34
		0.0	5.9	11.8	50.0	17.6	14.7	100
40代		1	1	0	6	7	2	17
		5.9	5.9	0.0	35.3	41.2	11.8	100
50代		1	2	2	6	9	7	27
		3.7	7.4	7.4	22.2	33.3	25.9	100
60代以上		0	2	2	4	13	11	32
		0.0	6.3	6.3	12.5	40.6	34.4	100
合計		6	10	17	49	54	35	171
		3.5	5.8	9.9	28.7	31.6	20.5	100

資料：筆者アンケート調査（成都）より

インスタント食品の利用頻度は、全体でみると「使わない」が29.1%で最も多いが、「週5～6回」から「月1～2回」まで満遍なく回答者が分布している（表4-29）。利用者のなかで、階層別に利用頻度をみると、50、60代が「週5～6回」に25%近くの回答者が集中しており、最も利用頻度が高い。続いて40代の「週3～4回」が35.3%、30代の「週1～2回」が23.5%となり、20代で最も多い利用頻度は「月1～2回」の27.9%となっている。

表4-29 年齢別加工食品消費頻度（インスタント食品）

		インスタント食品						合計
		毎日	週5～6回	週3～4回	週1～2回	月1～2回	使わない	
年齢	20代	3 4.9	9 14.8	8 13.1	10 16.4	17 27.9	14 23.0	61 100
	30代	2 5.9	4 11.8	4 11.8	8 23.5	6 17.6	10 29.4	34 100
		40代	1 5.9	1 5.9	6 35.3	1 5.9	2 11.8	6 35.3
	50代	3 11.1	7 25.9	3 11.1	1 3.7	4 14.8	9 33.3	27 100
		60代以上	2 6.3	8 25.0	4 12.5	3 9.4	3 9.4	12 37.5
	合計	11 6.4	29 17.0	25 14.6	23 13.5	32 18.7	51 29.8	171 100

資料：筆者アンケート調査（成都）より

表4-30 年齢別加工食品消費頻度（冷凍食品）

		冷凍食品						合計
		毎日	週5～6回	週3～4回	週1～2回	月1～2回	使わない	
年齢	20代	3 4.9	3 4.9	8 13.1	9 14.8	25 41.0	13 21.3	61 100
	30代	0 0.0	4 11.8	6 17.6	14 41.2	5 14.7	5 14.7	34 100
		40代	2 11.8	0 0.0	0 0.0	6 35.3	5 29.4	4 23.5
	50代	2 7.4	0 0.0	2 7.4	8 29.6	6 22.2	9 33.3	27 100
		60代以上	1 3.1	3 9.4	0 0.0	12 37.5	8 25.0	8 25.0
	合計	8 4.7	10 5.8	16 9.4	49 28.7	49 28.7	39 22.8	171 100

資料：筆者アンケート調査（成都）より

冷凍食品の消費頻度は、全体でみると「週1～2回」と「月1～2回」が、28.7%、「使わない」が22.8%である（表4-30）。年齢別でみると、30～60代の30～40%が「週1～2回」の頻度に集中しているのに対し、20代では、41%が「月1～2回」に回答が集まっている。

カット野菜の消費頻度は、全体でみると、「使わない」が59.1%を占め、続いて「週1～2回」が19.3%、「月1～2回」が10.5%となっている（表4-31）。年齢別にみると、20～40代では「週1～2回」利用するに約30%の回答が集まり、60代で「月1～2回」に25%の回答が集まっている。50代では「使わない」が85.2%を占め最も利用頻度が低い。

表 4- 31 年齢別加工食品消費頻度（カット野菜）

		カット野菜						合計
		毎日	週5~6回	週3~4回	週1~2回	月1~2回	使わない	
年齢	20代	4 6.6	2 3.3	3 4.9	17 27.9	3 4.9	32 52.5	61 100
	30代	2 5.9	1 2.9	1 2.9	10 29.4	3 8.8	17 50.0	34 100
	40代	1 5.9	0 0.0	0 0.0	4 23.5	1 5.9	11 64.7	17 100
	50代	0 0.0	0 0.0	1 3.7	0 0.0	3 11.1	23 85.2	27 100
	60代以上	2 6.3	1 3.1	1 3.1	2 6.3	8 25.0	18 56.3	32 100
	合計	9 5.3	4 2.3	6 3.5	33 19.3	18 10.5	101 59.1	171 100

資料：筆者アンケート調査（成都）より

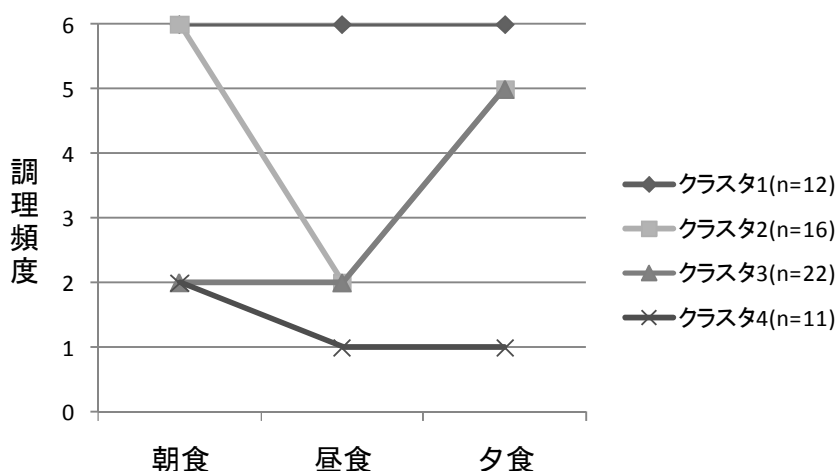
全体をとおしてみると、加工食品の利用頻度は使うグループと使わないグループに大きく分かれている。使うグループでみると、惣菜とカット野菜は若い世代ほど利用頻度が高く、インスタント食品と冷凍食品は30代以上での利用頻度が高かった。日本では、独身世帯が中心である20代で加工食品全体の消費頻度が高く、年代が上がるほど消費頻度が低くなる傾向にある¹²⁵。しかし、本調査における成都市のデータでは、20代世代はインスタント食品や加工食品の利用が他の世代に比べて少なく、逆に年齢層が上がるほど利用頻度が高くなるのが特徴といえる。この理由については、次項で考察する。

5 調理頻度のクラスター分析

ここまでみてきたように、中国の加工食品消費頻度は20代若者よりも30代以上の年代で高く、かつ、年齢の上昇とともに利用頻度に大きな差がみられず、日本の状況と異なる点が明らかになった。本項では、加工食品利用における中国的特徴の理由を導きだすために、調理頻度の階層性を提示して、加工食品消費頻度との関係性を明らかにする。調理頻度の階層性は、調理頻度の回答をクラスター分析にかけてデータを集約した。また、利用したデータは、有職女性に絞って行った。有職女性のデータに絞った理由は、炊事労働の主な担当者であり、社会的労働と私的労働（家庭内の炊事労働）の両方を行う可能性が高いため、分析の際に炊事労働時間の節約など機会費用の概念を利用できるからである。

¹²⁵ 農水省「平成19年 食と農への理解を基礎とする新たなライフスタイルの確立に関する調査結果」（株式会社マイクロミル社実施「ライフスタイルと普段の食生活に関するアンケート」結果。2008年実施。日本全国の20歳以上男女を対象としたwebアンケート、n=2060。）

調理頻度は、朝食・昼食・夕食の3回に分けて質問している。分析の結果、回答者を4つのクラスターにすることができた。なお、予備調査において、回答者は全員、外食頻度に関する項目について調理頻度の逆を選択した。よって、調理頻度の逆を外食頻度として考える。



注：調理頻度は、1=作らない、2=月1~2回、3=週1~2回、4=週3~4回、5=週5~6回、6=毎日。

資料：筆者アンケート調査（成都）より

図4-7 調理頻度のクラスター分析

図4-7はクラスター分析の結果をグラフに表したものである。クラスター1は、三食とも毎日家庭内で調理をする階層であり、これを「内食型」とする。クラスター2は、朝食は毎日、夕食は週5~6回家庭内で調理し、昼食の調理頻度のみ月1~2回と低くなるため「昼外食型」とする。クラスター3は、夕食の調理頻度のみ週5~6回と高いが、朝食、昼食の調理頻度は月1~2回と少なくなっているため「朝昼外食型」とする。クラスター4は、朝食の調理頻度は月1~2回、昼食、夕食は作らないという層で、これを「外食型」とした。

続いて、内食型、昼外食型、朝昼外食型、外食型の4つのクラスターをもとに、各クラスターの属性を考察していく。各アンケート項目と各クラスターをクロス分析し、まとめたものが表4-32である。

まず、有職女性の回答者全体の属性をみると、家族構成では、祖父母+夫婦+子供の三世代家族が15%、夫婦+子供の二世代家族が36%、夫婦のみの一世代家族が11%、独身が23%となっている。1~3世代家族の女性が62%を占めており、有職既婚女性が62%、有職独身女

性が23%である。年齢は、20代が52%、30代が26%、40代が18%、50代が3%である。月収は、1,000～4,000元が中心である。

表4-32 クラスタ別回答者像

	クラスター			
	1	2	3	4
調理頻度	内食型	昼外食型	朝昼外食型	外食型
家族構成	2～3世代家族	2～3世代家族 独身	独身、単身赴任 1～2世代家族	独身、単身赴任 3世代家族
年齢	20～30、50代	20～40代	20、40代	20～30代
収入	1,000元以下～3,000元	1,001～3,000元	1,001～4,000元	2,000～10,000元
通勤時間	5～30分	5～45分	15～60分	5～30分
出勤時間	8～9時の時間帯			
退社時間	17～18時の時間帯			
調理時間	平均:30～45分以内			
食料品店	自宅から10分以内			

資料：筆者アンケート調査（成都）より

(1) 同居中の家族構成

クラスター別の特徴は、内食型が2～3世代家族中心、昼外食型が2～3世代家族と独身者が中心、朝昼外食型が独身者・単身赴任者と1～2世代家族、外食型が独身者と単身赴任者と3世代家族となっている。外食傾向の強い階層につれて、同居中の家族構成員数が少なくなっている。

(2) 年齢

クラスター別の特徴は、内食型が20代、30代中心で、50代の回答者も含まれる。昼外食型20～40代中心、朝昼外食型が主に20代中心で40代も含む。外食型は主に20代中心で30代も含む。外食傾向の強い階層につれ、年齢構成に占める20代の割合が高くなっている。

(3) 月当たりの収入

クラスター別の特徴は、内食型には1,000元以下から3,000元の層で、所得階層の低い回答者が含まれる。昼外食型が1,000～3,000元、朝昼外食型が1,000～4,000元で中間所

得者層が中心、外食型には 2,000～10,000 円で所得階層の高い回答者が含まれる。外食傾向の強い階層につれ、所得の高い階層が含まれる傾向がみられる。

(4) 通勤時間およびその他

続いて、通勤時間および出勤、退社時間、自宅からスーパーマーケットまでの時間を質問した。これらは、家庭内で調理を行う際の、調理時間の確保を規定する要因となる項目である。

通勤時間は、通勤にかかる時間が長くなるほど家庭内で過ごせる時間が減少するため、炊事労働にかかる時間も短縮しなければならなくなる。本調査での全体的な属性は、5～45 分以内が 92%を占め、特に全体の 63%の通勤時間は 15 分以内である。

クラスター別の特徴は、内食型が 5～30 分圏内、昼外食型が 5～45 分圏内、朝昼外食型が 15～60 分圏内、外食型が 5～30 分圏内である。

出勤時間、退社時間は、出勤時間が早朝や、退社時間が夕方以降の夜であれば、必然的に家庭内で調理をする時間が限られ、炊事労働を省力化せざるを得なくなる。分析結果をみると、階層に大きな違いは見られず、出勤時間は 8～9 時、退社時間は 17～18 時の時間帯であった。極端に早い出勤もなく、退社時間も夕方であり、家庭内で一定の調理時間を確保することは不可能ではない。

また、自宅からスーパーマーケットまでの時間は、購入労働にかかる時間の長さに影響する。一般的に、購入労働にかかる時間が長くなるほど、休日に大量の食材を購入して冷蔵庫にストックする。その際、生鮮食品など腐りやすい物の購入は控えられ、保存性の高い加工食品の購入が増える傾向にある。分析結果をみると、自宅からスーパーマーケットまでの時間は階層に大きな違いはみられなかった。スーパーマーケットに到着するまでにかかる時間は 10 分以内が多数を占め、交通方法は徒歩が最も多かった。

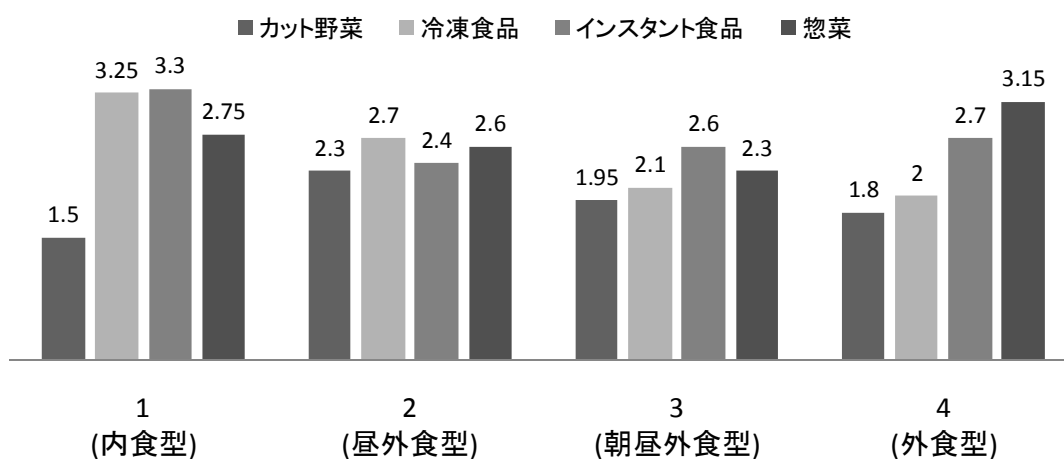
また、調理時間にも大きな差はなく、3 食の平均で 30～45 分以内であった。

全体的に、自宅、職場、スーパーマーケットといった生活圏が広くなく、移動時間にあまり時間をかけない生活環境であることがわかる。

6 クラスター別にみる炊事労働の社会化

次に、各階層における内食の内容的違いを、加工食品の利用頻度からみていきたい。

図 4-8 はクラスターごとに加工食品の消費頻度を点数化したグラフである。内食型は子供のいる家庭が中心で、所得階層の低い回答者を含む。冷凍食品とインスタント食品の利用が他のクラスターより多く、消費頻度は週 1～2 回程度である。惣菜の利用は内食をする階層中で比較的多い。外食はほとんどないが、社会化した炊事労働が投下された商品であるインスタント食品や冷凍食品、惣菜の利用が高いという特徴がみられた。



注：グラフ中の数字は消費頻度を示す

1=使わない、2=月 1～2 回、3=週 1～2 回、4=週 3～4 回、5=週 5～6 回、6=毎日

資料：筆者アンケート調査（成都）より

図 4-8 クラスター別加工食品の消費頻度点数

昼外食型は子供のいる家庭と独身者が中心の階層である。他のクラスターと比べて各食品とも満遍なく利用され、その消費頻度は月 1～2 回、または週 1 回程度である。内食型より通勤時間が長いいため昼食は外食が中心である。社会化した炊事労働による商品やサービスを外食、惣菜、インスタント食品、冷凍食品、カット野菜と多様な形態で利用していることがわかる。

朝昼外食型は一人暮らしや夫婦のみの家族が中心で、通勤時間が最も長く、所得も比較的高いため夕食以外が外食の階層である。外食の利用が多いかわりに、内食型、昼外食型と比べて加工食品の利用は少なくなっている。

外食型は一人暮らしが中心の階層で、所得も比較的高いため外食が中心の階層である。

加工食品の利用が一番少ないが、家庭内で炊事労働をすること自体があまりない階層なので、実際に家庭で調理をする場合は主に惣菜を中心に簡便食を利用し、極力炊事労働を行わない傾向がみられる。

7 加工食品の商品特性と消費傾向

続いて、加工食品や惣菜といった社会化した炊事労働が投下された商品の性質に注目して、各階層における加工食品の消費傾向を考察する。

まず、中国で流通している、社会化した炊事労働が投下された主な商品には、インスタント食品、冷凍食品(調理品)、下処理済み食品(カット野菜、素材系冷凍食品)、惣菜がある¹²⁶。調理品の冷凍食品は、電子レンジで温めるだけで食べられるものは少ない。餃子等、ゆでたり、蒸したり、ひと手間加えなければ食べることができないものが主流である。

表 4-33 は、炊事労働の観点から加工食品や惣菜を整理したものである。

社会化された炊事労働の投下程度の低い方からみていくと、カット野菜等下処理済み食品は、皮をむいたり、食材を切ったりという過程だけが商品に投下されている。この過程は、実際に家庭内で行った場合も、日常的に調理を行う人であればたいした手間ではない労働である。先にみたクラスター分析で、肉食型において下処理済み食品の利用頻度が低くなっており、肉食型にとっては下処理という簡単な労働の社会化はあまり重要ではないということがいえる。

次に、冷凍食品及びインスタント食品をみていく。現在中国で販売されている冷凍食品やインスタント食品のうち多くを占めているのが主食系の商品である。これらの主食系食品は、家庭内で作る場合、多くの調理段階とある程度の調理技術や知識を必要とするものである。例えば、餃子に関わる個別の調理労働であれば、小麦粉をひき、こねて皮を作る労働、餃子の餡を作る労働、ひとつひとつ餡を皮に包む労働によって材料である餃子が出来上がる。冷凍食品やインスタント食品は、こうした複雑な調理過程を商品に内包し、家庭内でより簡便に利用できるという特徴を持つ商品である。日本においては、肉食頻度が低く食の簡便化意識の高い階層においてこうした冷凍食品やインスタント食品の消費が多

¹²⁶ インスタント食品には、ラーメン、お粥、おかず付ごはん、豆乳など、冷凍食品(調理品)には餃子、饅頭(餡なしの中華まん)、中華まん(餡あり)、ちまき、湯圓など、下処理済み食品にはカット野菜(調味料や肉、魚がセットになっているものもある)、冷凍食品(素材)、総菜には漬物や燻製の肉、饅頭、餃子、炒め物、冷菜、揚げ物などがある。

いというアンケート報告もみられる¹²⁷。しかし、中国でのアンケート結果に基づいたクラスター分析では、内食傾向の強いクラスターほど、特に冷凍食品について消費頻度が高いという結果が出た。この理由として、実際に冷凍餃子を購入し家庭内で食する場合、購入した冷凍餃子に対して、お湯を沸かして餃子を鍋に入れ、その後沸騰したら冷水を注いで再沸騰させるという過程を3回ほど繰り返し、その後、器に盛り、薬味や醤油等を準備して、最終的に食卓にのぼるといった、さらなる調理過程が必要となってくるものがあげられる（図4-9）。すなわち、中国の主食系冷凍食品は、家庭内の炊事労働の省力化をもたらす社会化された炊事労働の投下商品ではあるものの、同時に調理の最後の加熱や味付けという部分に個別の労働を投下する余地を残すという独自の特徴を持っているといえる。

表4-33 加工食品の商品特性と消費傾向

商品	下処理済み食品	冷凍食品（調理品）	インスタント食品	惣菜
具体的商品例	カット野菜 冷凍食品 （素材：冷凍の肉、魚、野菜）	餃子 まんとう 饅頭 中華まん ちまき 等	ラーメン お粥 おかず付ご飯 豆乳 など	保存食品 （漬物・燻製肉） 主食惣菜 （まんとう・餃子など） おかず惣菜 （炒め物、冷菜、揚げ物）
食品としての特徴	素材としての利用が一般的な食品	調理過程が多段階で、時間もかかる等、家庭内で作ると多くの手間を必要とする食品		
家庭内における炊事労働との関係	商品の中に、家庭内の炊事労働の単純な部分が投下されている	商品の中に、家庭内で行われてきた複雑な個別の炊事労働の大部分が社会化され投下されている		配膳以外の全ての家庭内での炊事労働が投下されている

資料：筆者作成

一方、惣菜は家庭内に配膳以外の炊事労働を残さない商品であり、個別の炊事労働が全て社会化された炊事労働に取って代わった商品である。惣菜の利用が最も多い層は、外食型のクラスターである。外食型は、仮に家庭内において食事を行う場合でも、惣菜のように家庭内での炊事労働をとまなわない食生活を志向する傾向がある。

¹²⁷ 農水省「平成19年 食と農への理解を基礎とする新たなライフスタイルの確立に関する調査結果」（株式会社マイクロミル社実施「ライフスタイルと普段の食生活に関するアンケート」結果。2008年実施。日本全国の20歳以上男女を対象としたwebアンケート、n=2060。）

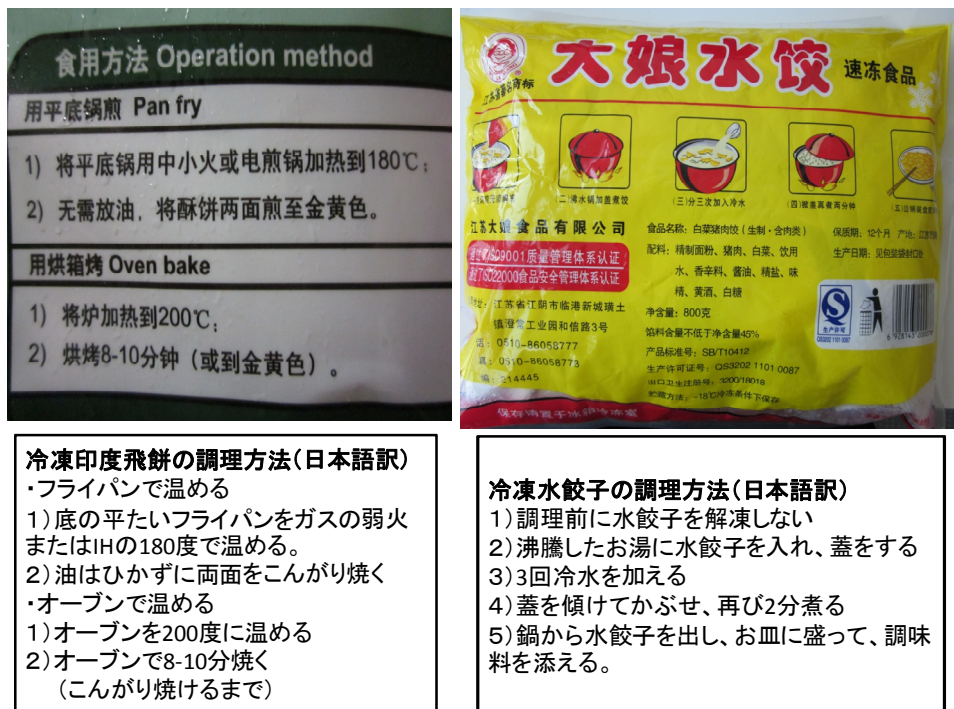


図 4- 9 中国で販売されている冷凍食品の調理法

第 7 節 小括

本章では家事労働のなかでも炊事労働に注目し、中国都市部の家庭内食の現状を炊事労働が投下された商品の消費実態という視点で分析した。

炊事労働の省力化を促す女性の労働力化は、中国においては政府の政策のもと、国際的にみると男女平等に進められてきた。計画経済下において炊事労働を省力化する家庭用電化製品や加工食品など商品としての家事労働の社会化が十分に普及していなかった。そのため、女性が外で働くことによるこれまでの家事労働の不足分は、単位が提供する工員食堂などの外食といった公的社会化と家事(炊事)労働の家庭内分業によって補われてきた。

しかし、改革開放から 90 年代以降の市場化の流れの中で、家庭用電化製品や加工食品などを生産する軽工業が急激に発展し、家事(炊事)労働は 2 つの側面から変化していった。第 1 は、家事労働の社会化における性質的な変化で、公的な社会化から商品による社会化への変化である。第 2 は、炊事労働の社会化方法の多様化で、これまで炊事労働過程の全てを社会化した外食利用中心から、家庭用電化製品の普及を背景に社会化した炊事労働が投下された加工食品を家庭内で利用する形態の増加へと変化した。

成都市で行ったアンケートデータを利用した、調理頻度のクラスター分析結果と社会化した炊事労働が投下された商品の特徴との関係性では、以下の点が明らかになった。

調理頻度のクラスター分析からは、内食・外食のパターンは、内食型・昼外食型・朝昼外食型・外食型に分類された。この結果からは、独身世帯で年齢階層が低く、所得が高い回答者ほど外食傾向が強く、家族同居で年齢階層が高く、所得が低いほど内食傾向が強いという階層傾向が表れた。よって、外食率の高さは全世界帯に共通ではないことがわかった。ただし、本調査の母集団は成都市の平均所得より少し上の階層が多く、都市に住む最低賃金所得者や高所得者のような都市の下層部と上層部を含めた全体的な調査結果ではない。

クラスター分析で分類された調理頻度の各階層と社会化された炊事労働が投下された加工食品の利用についての関係では、商品に含まれる炊事労働過程の量と家庭に残される炊事労働の量によって消費に階層性がみられた。すなわち、内食傾向が強いほど調理品冷凍食品やインスタント食品の利用頻度が高く、外食化するほど家庭内に炊事労働を持ち込まない惣菜の利用頻度が高くなる。その理由は、中国の加工食品、特に冷凍食品は、商品自体に社会化された炊事労働を含んでいるながらも、購入後自宅で新たに炊事労働を加えなければならないという煩雑さを持っているからである。つまり、日本の冷凍食品のように購入後電子レンジで加熱するというボタンひとつの調理法の場合は、外食型ほど利用が高くなるが、中国の冷凍食品は直接、鍋などを利用して直火で加熱労働を加えなければならない。この場合、食後は鍋や食器などの片付け労働も付与されてくるのであり、中国の冷凍食品は家庭内で炊事労働を極力行いたくない外食型のニーズに合っていないのである。よって、共働き世帯で炊事労働を省力化したい内食型において冷凍食品の利用頻度が高くなっている。

現段階でみられる中国の冷凍食品消費の特徴は、日本と中国（国内向け）における加工技術の発展差が一要因として考えられる。また、現在の中国における外食産業は、農村部からの出稼ぎ労働者など低賃金労働者によって支えられている。このところは、家庭内で料理をあまり行わない外食型にとって、炊事労働との機会費用を高め、外食利用をより促進させる状況となっている。よって、現段階では、家庭内で料理を行わない人にとって、炊事労働がより簡便化された電子レンジ調理の冷凍食品の必要性があまりないと考えられる。

第5章 外資系食品産業の中国市場進出と食の多様化

第1節 はじめに

改革開放以降の中国の食生活は、食料消費が量的にも質的にも向上するとともに、社会化した炊事労働が投下された食品の浸透によって食の簡便化も浸透している。加工食品や外食といった商品化した食の普及には、80年代後半から活発化した外資系企業の中国進出による生産技術や流通、販売技術の導入が大きく後押ししている。

特に、1980年代後半以降、欧米の外資系ファストフード店が中国に進出したことで、これまで伝統的中国料理しか存在しなかった中国の食生活に西洋の食文化が入ってきた。その後、日本や韓国などの外資系資本や、台湾や香港などの資本展開によって、これまで本や映画などのメディアを通してしか触れることのなかった外国料理が中国人の食生活に徐々に入り込んでいった。また、最初は経済発展が先に進んだ沿岸部を中心に外資系ファストフードなどが進出したが、経済発展の波が内陸部へ向かうとともに内陸部へ展開し、外国料理店が中国各地でみられるようになった。

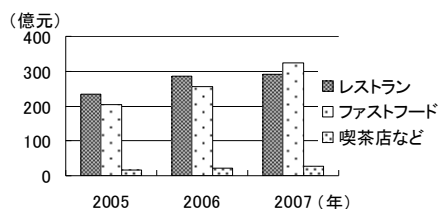
本章は、1990年代以降市場経済導入が本格化する中で急速に進められた外資系ファストフードやスーパーマーケットの中国国内での展開と中国都市部消費者の食嗜好を分析し、外資系企業が中国の食生活に与えた影響を明らかにする。課題として、第1に、外資系ファストフードとスーパーマーケットの海外展開をまとめ、第2に、北京で行った大学生によるファストフードに対する意識調査および山東省と重慶市で行った小学生と親を対象とした食生活調査をもとに、現代中国人の食嗜好を分析する。

第2節 中国の市場開放と外国料理の流入

1 外資系ファストフードの展開

中国の飲食業は18年連続で2桁台の成長を続け、2008年の小売額は前年比24.7%増の1兆5,404億元に達している。飲食業小売額の社会消費財小売総額に占める割合は14.2%とな

った¹²⁸。図 5-1 は限額以上¹²⁹チェーン店の売上額の推移を示したものである。中国式、西洋式などを含むレストラン、ファストフード¹³⁰の売上は年々増加傾向にある。2007 年にはファストフードの売上が 322.5 億元となり、レストランを抜いた。



注：直営店およびフランチャイズ・チェーン店の合計売上
資料：『中国統計年鑑』（各年版）より

図 5-1 限額以上チェーン店の売上額の推移

表 5-1 外資系飲食店の中国大陸 1 号店の出店時期と最近の店舗数 (2008 年時点)

年	店名	店舗数	大陸1号店
1987	ケンタッキー・フライドチキン	2,600	北京
1990	マクドナルド	1,065	深セン
	ピザハット	約200	北京
1992	吉野家	88	北京
1994	Dicos(徳克士)	869	成都
1995	味千ラーメン(日本式ラーメン)	300	北京
2004	牛めし定食の松屋	1	青島
	盛賀美(サガミチェーン・うどん)	3	上海
	焼鳥屋「大吉」	3	上海
	カレーハウスCoCo壱番屋	13	上海
2005	和民	2	深セン
	サンパチ(日本式ラーメン)	3	瀋陽
2008	築地銀だこ(たこ焼き)	1	上海

資料：Record China および各企業のホームページより

さらに、表 5-1 にみられるように、1987 年以降、外資系外食産業が中国に進出している。これにより、中国の食生活の中に外国料理が徐々に浸透を始めたといえる。特に、ケンタッキー・フライドチキンは約 2,600 店舗、マクドナルドは約 1,065 店舗と店舗数を増加させている。

表 5-2 は中国におけるマクドナルドの経営展開をまとめたものである。朝マック（朝食用セットメニュー）が 2004 年から開始されている。これまでの中国における朝食は、伝統

¹²⁸ 『人民網日本語版』2009 年 6 月 19 日による。

¹²⁹ 限額以上とは、年末従業員数 40 人以上、年間売上額 200 万元以上の企業を指す。飲食業売上高全体に占める割合は 14%である（2003 年）。

¹³⁰ レストランとファストフードにおける統計上の定義は以下の通り。

レストラン（中国語表記：正餐）は、各種中国料理と西洋料理を提供し、従業員が注文した料理を顧客のテーブルまで運び、テーブルサービスを行う飲食店を指し、中国式レストラン、西洋式レストランを含む。ファストフード（中国語表記：快餐）とは、顧客は注文した料理を自分でテーブルまで運び、片付けを行い、従業員はテーブルサービスを行わない飲食店を指し、中国式ファストフード、西洋式ファストフードを含む。

的な主食である饅頭まんとうや油条、お粥に豆乳や漬物、卵を食べるスタイルが中心である。パンを食べる洋風化した朝食は90年代後半以降一部の人によって食されていたにすぎなかった。マクドナルドによる朝マックの開始は、中国の都市部で洋風化した朝食に対する需要が生まれていることを示す一つの例といえる。また、24時間営業や24時間デリバリーサービスの開始は、一部の都市住民において夜間勤務や余暇時間帯の変化など、これまでより活動時間が夜間に伸び、生活リズムの変化もみられるようになったといえる。

表 5- 2 中国におけるマクドナルドの経営展開

1990年	深センにて第一号店出店
2004年	朝マック開始
2005年	ドライブスルー開始
2006年	24時間営業開始(2008年:約700店) 駐車場・ドライブスルー・遊具併設型店舗の出店
2007年	中国石化と提携してガソリンスタンドでドライブスルー開始
2009年	デリバリーサービス開始(24時間営業)

資料：Record China およびマクドナルドホームページより

以上のように、マクドナルドやケンタッキー・フライドチキンが店舗数を拡大する背景に、生活環境の変化だけでなく、都市住民の食生活の変化がある。中国では、都市住民の所得増加とともに一日の総摂取カロリーも1998年の2,978kcalまで増加を続けた。その後は、都市住民の所得は増加を続けているが、総摂取カロリーは横ばい傾向に変化した¹³¹。これは、摂取カロリーの飽和状態を示し、1998年を境に食生活の内容が量的なものから質的なものへと変化したことを示唆している。つまり、基本的な栄養摂取が十分に行えるようになったことによって、マクドナルドやケンタッキー・フライドチキンといった新しい食への欲求が生まれてきたと考えることができる。

2 西洋式ファストフードに対するイメージ～大学生を対象としたアンケート分析より

すでに述べたように、中国における外資系企業による¹³²西洋式ファストフード（以下、

¹³¹ FAOSTAT による。

¹³² たとえば、現在中国でマクドナルドの店舗を展開しているのは、北京マクドナルドと広東マクドナルドで、これらはアメリカマクドナルドの中国法人である。中国において外資系企業は、中国国有企業と合弁企業の形で進出しなければならず、中国資本が含まれている。しかし実際の事業経営の責任者は外資系企業側から派遣された人が行う。

西洋式ファストフード)の展開は、「食べ方」と「西洋式メニュー」の二つの点で、食生活に大きな影響をもたらしている。一方、第4章3節で述べたように、現在、中国においては、マクドナルドに代表されるような西洋式ファストフードだけでなく、永和豆浆のような中国料理をメニューとして提供する国内資本のファストフード(以下中国式ファストフード)が展開している。中国式ファストフードの場合、「西洋式メニュー」とは異なった面が消費者ニーズに合致し、受け入れられていると考えられる。

本項では、こうしたファストフード店の主な利用者である若者世代を対象に、ファストフードに対する意識を分析する。彼らは一般的に、新しい文化を柔軟に享受しやすい世代であり、彼らの世代にファストフードが定着することにより、今後の中国の夕食のあり方が大きく変化する可能性がある。

具体的な若者世代としては、大学生を対象とした。中国の大学生は全員寮生活をしており、日々の食事シーンの選択を自らの考えによって行うからである。

(1) アンケートの概要

本アンケートの目的は、中国の大学生における中国式・西洋式ファストフードに対する意識の違いを明らかにすることである。調査期間は、2008年1月、場所は北京市にあるA大学構内で行った。回答者は機縁法で選定し、120票の回答を得た。調査方法は、A大学の学生数人に調査票の配布を依頼し、各人の友人、本人にアンケートを記入してもらった。回収率は100%である。大学生を対象とした理由は、上述のとおり、若者世代である大学生は新しい文化の接触に対して柔軟であり、ファストフードを利用する重要な客層である。また、中国の大学生は、将来中国の中核を担う幹部候補生であり、経済的自立を果たした後、所得階層が高く将来の消費リーダーとなる社会的階層性を持つ。

(2) 回答者の属性

本アンケート母集団の男女比は、男性30.5%、女性69.5%である(表5-3)。年齢構成は、16~19歳の10代が18.2%、20~28歳の20代が81.8%であり(表5-4)、本調査では、20代女性の回答が多い。回答者の出身地は、華北地区23人、東北地区11人、華東地区26人、華西地区16人、華南地区10人、西南地区21人、西北地区11人である。回答者は中国全

土から集まっているといえる。

表 5- 3 大学生アンケートの男女比

	度数	有効パーセント
男性	36	30.5
女性	82	69.5
欠損値	1	-
合計	120	100.0

資料：筆者アンケート調査(北京)より

表 5- 4 大学生アンケートの年齢構成

年齢	度数	有効パーセント
10代(16-19)	20	16.7
20代(20-28)	100	83.3
合計	120	100

資料：筆者アンケート調査(北京)より

表 5- 5 大学生アンケートの回答者の出身地

出身地	度数	出身地	度数	出身地	度数	出身地	度数
華北地区		華東地区		華南地区		西北地区	
北京市	6	上海市	1	福建省	8	山西省	6
天津市	2	山東省	15	広東省	1	陝西省	1
河北省	4	江蘇省	3	広西チワン	1	新疆ウイグ	4
江西省	11	安徽省	6	族自治区		ル自治区	
		浙江省	1				
東北地区		華西地区		西南地区			
黒竜江省	3	河南省	4	重慶市	3	欠損値	2
吉林省	3	湖南省	6	四川省	15	合計	120
遼寧省	5	湖北省	6	雲南省	1		
				貴州省	2		

資料：筆者アンケート調査(北京)より

(2) 大学生のファストフードに対する意識

図 5-2、3、4 は、北京の大学生を対象に行った学食、西洋式ファストフードのマクドナルド、中国式ファストフードの永和豆浆¹³³についてのイメージを質問したアンケート結果である。中国の大学生は全員寮生活で、回答者の暮らす寮では自炊が禁止されており、毎

¹³³ 永和豆浆は中国で最初に展開された中国式ファストフード店である。中心的商品は豆乳と油条という中国の揚げパンのようなものであるが、その他にもラーメンや一般的な中華料理など多数提供している。

日の食事はほぼ学内にある学食ですましている。価格もかなり安く、学外で食事をする場合は10元から30元程度だが、学食を利用すると一食5元から10元程度ですますことができる(2008年当時)。

学食は寮から近い理由から「便利」、そして価格の安さから「安い」という項目と「安全」、「清潔」、「美味しい」というイメージが強い。一方マクドナルドは、「便利」、「安全」、「清潔」、「美味しい」という学食と同様のイメージもあるが、学食との違いは「流行」や「ロマンチック」、「かっこいい」、また価格も比較的高いので「高級」といった食のファッション性へのイメージが付加される。マクドナルドの自由記述欄(表5-6)には、「接客態度が良い」、「店内の雰囲気が居心地よい」など食品以外の点が多く評価されている。しかし、一般回答においてマクドナルドの商品自体に対し「美味しい」という評価が約半数を占めるが、自由解答欄では「不健康」、「単一的な味」といったマイナスイメージも多い。逆に、永和豆浆には食のファッション性を感じる学生は少なく学食の延長線上にある普通の外食店というイメージを持っている。一方、永和豆浆には自由記述欄にマクドナルドの場合と違い商品に対するマイナスイメージが少ない。マクドナルドにある「不健康」とは逆の「栄養価が高い」といったコメントもあった。

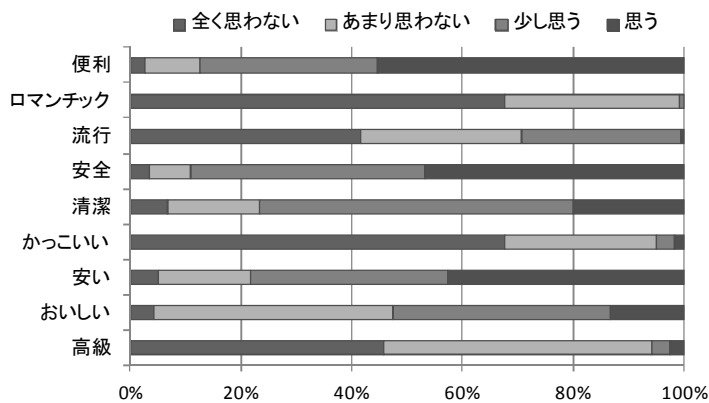
中国の大学生におけるファストフードの基本的イメージは便利・安全・清潔・美味しいであった。中国式と西洋式の違いは、西洋式のほうに食のファッション性という“新鮮さ”や“新しさ”が付加される点である。

日本のファストフードに対するイメージは、他の飲食店と比べて価格が安く、セットメニューなどが豊富で割安感やメニューの豊富感などがあるため、手軽さや便利さが主なイメージである¹³⁴。中国の外食市場においてファストフード、特に西洋式ファストフードは、一般的な外食より価格が割高である。しかし、そこにはこれまで中国にはなかった食べ物(料理の種類や品質のごまかしがなく、一定の品質を保っている点)や食事空間、接客態度の良さが含まれている。西洋式ファストフードに対する好意的なイメージは上記の内容に即したものと見える。なぜなら、中国にもともとある一般的な町の食堂や屋台や出店があまり衛生的でなく、品質のごまかしなどが横行していたからである。

中国の既存の飲食店になかった、提供される食に対する信頼性の高さによって、西洋式

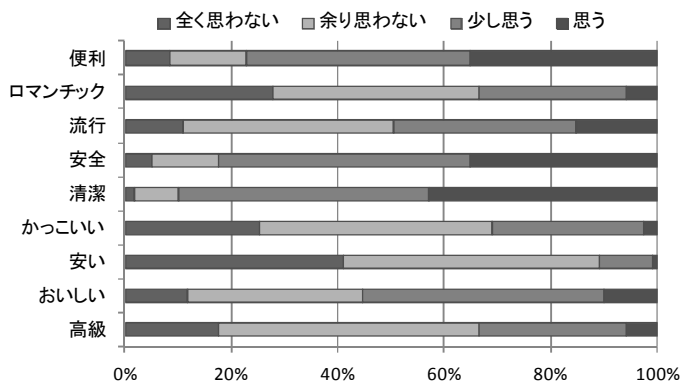
¹³⁴ 株式会社マシュ公開調査データ「ファーストフードに関するアンケート」より。調査対象者は、日本全国在住の20~49歳男女で月一回以上のファーストフード利用経験者。調査方法はインターネット調査で調査期間は2007年4月15日-4月2日、n=150(web公開)。

ファストフードは比較的好意的に中国の若者世代に受け入れられている。西洋式ファストフードを通じた洋風食との接触は、市場経済の導入が本格化し、外資系飲食店の参入が活発化したことによって表れた、中国人の新たな食嗜好の一端といえる。現在は、ファストフードでの食事を通じてパンやハンバーグ、フライドチキン、サラダなど新たな料理を、普段とは違う雰囲気を味わいたいときに摂取しているにすぎない。しかし、これらの食に慣れ親しんだ世代が、スーパーマーケットなどで手軽な価格で材料を調達できるようになれば、家庭内で洋風食を食べる可能性もある。また、新たな食文化が家庭内に持ち込まれることで、これまで食していた食材や調理法に変化が起きる可能性も考えられる。つまり、現在は西洋式ファストフードによる外国料理の需要が単なるファッションとしての気軽な摂取として留まっているが、今後、外国料理が普通の食として浸透し始めると、既存の食生活のあり方そのものに影響を与えていく可能性があるのである。



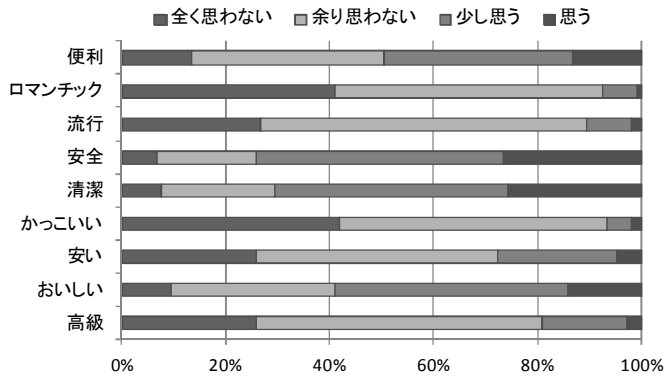
資料：筆者アンケート調査（北京）

図 5-2 大学生の学食に対するイメージ



資料：筆者アンケート調査（北京）

図 5-3 大学生のマクドナルドに対するイメージ



資料：筆者アンケート調査（北京）

図 5-4 大学生の永和豆浆に対するイメージ

表 5-6 食堂・マクドナルド・永和豆浆に対する意見（自由記述欄より）

食堂	マクドナルド	永和豆浆
賛成意見	賛成意見	賛成意見
種類が豊富	作業が標準化されている	早くて、24時間営業で便利、値段が少し高いが質が良い。
自分の食生活にあっている	スマート	栄養価が高い
理由はなくとにかく便利だから	速い	中国人の好みに合っていて好き
接客態度がよい	指し入れとして送る	朝食にちょうど良い
種類多い、栄養豊富、安い、一番好き	暖かくてロマンスのある雰囲気、デートに合う	豆乳は健康に良くて、体によいから行く
価格が学生にとってちょうど良い	リラックスできる	値段が高いが居心地いい
接客態度普通	接客態度が良い	まあまあ
反対意見	反対意見	反対意見
毎日同じ料理	不健康、低コスト、マーケティング戦略	価格が高い、油条まずい
料理の味付けが全て甘い	贅沢だが、栄養価は高くない	サービス水準が安定していない
混雑している	味が単一的である	学校から遠い
おいしくない	いまいち	
油っぽい	味付けが少し辛い	
接客態度が悪い、人が多すぎる	人が多くてうるさい	
混雑している、うるさい	中国式ファーストフードの方が口に合う	
味が四川風に偏っていて、福建料理が少ない	ケンタッキーほどおいしくない	
接客態度が悪い	時間がなくて仕方がないとき以外は食べることない	
学校って感じ	高カロリーのジャンクフード	
寮から遠い	高い	
お腹を満たすために行く	商品数が少ない	
	どンドン値上がりしている	

資料：筆者アンケート調査（北京）より

第3節 外資系スーパーマーケットの外国食販売戦略～日系スーパーを中心に

市場経済化への移行にともなって中国は政策的に流通の近代化を進めるために、92年に北京、上海、天津、広州、大連、青島の6都市および深圳、珠海、汕頭、廈門、海南の5つの経済特別地区に、外資系小売企業の市場参入が中国国内企業との共同出資の形で許可

された¹³⁵。外資系小売企業の進出は 90 年代半ばごろから始まり、ウォルマート、カルフル、メトロ、イトーヨーカ堂、ダイエー、ジャスコなどが中国に進出している。特に、ウォルマート、カルフルといった欧米系の小売企業は、ハイパーマーケットとして店舗数を急激に増やししながら、食料品を中心に衣料、日用品などを低価格で提供し、国内の小売企業へ大きな競争圧力を与えてきた¹³⁶。これら外資系小売業は、国内小売企業と比べて、販売される商品の品質がよく、アイテム数も圧倒的に多く、陳列方法も客が合理的に買い物できるよう配列されている。最新の流通技術や販売ノウハウを有し、国内小売企業に対し圧倒的な競争格差を持った外資系小売企業の参入は、進出先の地域において国内の小売流通企業に大きなダメージを与えた。しかし、その中でも国内企業は合併や統合を繰り返し、勢力を拡大しながら外国の経営ノウハウを積極的に吸収していった。その結果、国内にも小売流通の大手企業が誕生し、外資系小売企業と同等に競争できるまで成長している。

欧米系の小売店舗が中国各地に急速に拡大していくなかで、日系の小売企業は一店舗ごと慎重に出店を続けている。カルフルやウォルマートは、低価格や品数を売りにし、広く一般の顧客層を対象としている。一方、日系小売企業は、一般客層を対象としながら、平均所得より少し上の階層も視野に入れている。そのため、市場に出回っている商品のワランク上の商品を提供し、それに合わせて買い物環境に対しても日本と同等水準のサービスを提供している。成都にある日系 I スーパーマーケットでは、食品売り場の約 7 割は地域密着のニーズに沿った商品展開をし、残り 3 割は地域をリードする商品提供を目指している¹³⁷。よって、店舗の立地場所によって対象となる所得階層や客層が異なるため、それに合わせて商品内容も変化させている。地域をリードする商品とは、具体的には、糖度や鮮度を保証できる商品や商品の味を損なう加工方法を見直した商品やこれまで地元で販売されていなかった商品（外国料理やその食材含めて）など、他の小売店では販売されていない、おいしさや安全性、そして新しさにこだわった商品である。

このように、中国の小売市場の競争が激しくなるなかで、日系小売流通企業は常に現在のニーズの一步先を見据えた販売を行っており、そのひとつが惣菜と下処理済み食品の販売である。これらは、炊事労働の省力化の側面と中国食文化の両方に大きな影響を与えつつある。

¹³⁵ 島永 (2010)、p. 143

¹³⁶ 呉 (2002)、pp43-57

¹³⁷ 日系 I 社聞き取りより (2011. 2)

現在、カルフルやウォルマート、国内企業のスーパーマーケットにも惣菜は販売されているが、饅頭^{まんとう}や中華まんなどの主食系惣菜や鳥やウサギの丸焼きや燻製、漬物が中心でメイン料理の販売は少ない。これら伝統的惣菜は、スーパーマーケットだけでなく自由市場においても専門店によって販売されている。これに対し、日系スーパーマーケットで販売される惣菜は、従来の惣菜だけでなく、副菜のメインとして位置づけられる肉や野菜を使った炒め物などのおかずも販売されている。加えて、下処理済み食品も豊富である。一般的なスーパーマーケットでは、カット済み野菜と調味料からなる炒め物セットが販売されている。日系スーパーマーケットでは、カット済み野菜と肉と調味料がセットになったものや、下処理、味付けが済んだ魚や貝類、野菜や肉や魚がセットになった鍋の具セットなど、様々な種類の下処理済み食品が並んでいる。メイン料理からサイド料理までそろった惣菜は、購入後お皿に盛りつけて（またはパックのまま）電子レンジで温めるだけで食事の用意を終わらせることができる。さまざまな具材がセットになった下処理済み食品は、購入後自宅の台所で加熱労働を加え、盛り付け、配膳すればよい。このように、日系スーパーマーケットでは、社会化された炊事労働が多く含まれた商品の種類が豊富であるといえる。つまり、日系スーパーマーケットでの購入労働時に付帯される労働は、並べられた商品のみをみて献立を組み立てることであり、他社のスーパーマーケットよりも献立労働が軽減されている。加えて、惣菜や下処理済み食品は、すでに必要な材料が商品に含まれているため、購入労働の手間も省かれ、炊事労働過程の献立から調理までの各段階を簡素化できるのである。

次に、中国食文化へ与える影響として以下の事例があげられる。

日系のスーパーマーケットでは、中国料理の惣菜だけでなく、寿司や刺身といった日本食やコロッケ、海老フライ、唐揚げといった日本風の洋風食や中華食、サンドウィッチやサラダなども販売している。これまで高級な飲食店でしか食せなかった外国料理が家庭向けに販売されているのである。特に、スーパーマーケットで一般の店頭と並ぶには、その商品が地元の消費者に広く受け入れられ、定期的に購入されるような定番の商品でなくてはならない。

日本食の代表格のような寿司や刺身といった生食は、中国では衛生上の問題から文化的にも食されない食べ物である。中国で寿司や刺身を商品化するにはスーパーマーケット側からの積極的なアプローチが必要となる。現地では中国人消費者の実際の購買につながるように、様々な取り組みが行われている。例えば、上述の I スーパーマーケットでは、マ

グロの解体ショーを大きなイベントとして行いながら刺身の試食会を開いたり、店頭には常に試食コーナーを設けたりと、生の魚の新鮮さを地元の消費者が認知するまでアピールを続けた。しかし、現地の消費者になかなか生の料理は受け入れてもらえず、また価格も高いため最初は全く売れなかったという。そこで、より本物に近い寿司を提供するため、日本の有機 JAS 認証を受けた中国産コシヒカリを使用した。原材料としてのコメの仕入れ費用はこれまでの3倍、寿司の値段は一個1.5元から5.5元に値上がりしたが、寿司職人を呼んで寿司の大試食会を行い、おいしさをアピールした。結果、寿司の値段が約5倍上がったにもかかわらず売上は上昇し続けている¹³⁸。このように、本物にこだわり、試食会を最低でも1年以上行い現地消費者にアピールを続けて、徐々に日本食を現地の食生活に根付かせていった。

また、このスーパーマーケットでは、生鮮食料品売り場にクッキングスタジオを併設している。店頭で販売している食材や調味料などを使って、客の前で外国料理を実演し、試食を行っている¹³⁹。これまで中国にはなかった料理を実演し、試食させることを通じて、中国の家庭料理に新たな食文化を提案し、現地における食生活の新しい需要の創出を試みようとしているのである。

このように、スーパーマーケットによる積極的な活動は、外国料理が普段の食を支える身近なスーパーマーケットで販売されるようになり、いつでも購入できるようになったという点で、中国において外国食文化が食生活に深く浸透し始めようとしているといえる。市場の自由化による外資系企業の参入は、中国の経済システムに近代性をもたらしただけでなく、海外の食文化浸透による既存の食生活の多様化をもたらしているといえる。

第4節 現代中国人の食嗜好—山東省と重慶市における親子アンケートを事例に—

外資系食品関連産業の中国市場参入によって、中国人の食生活に新たな食料流通システムや食文化が浸透しつつある。本節では、この変化が中国人の食生活に与えた影響を分析するため、外資系企業の進出時期の早い沿岸部と、外資系企業の進出が遅れている内陸部において現時点における中国人の食嗜好を明らかにする。

¹³⁸ 日系 I 社聞き取り調査より (2011 年 2 月)

¹³⁹ 筆者聞き取り調査より (2011 年 3 月)

1 山東省と重慶市の概要

山東省は、人口 9,367 万人、地区総生産額は 25,965.91 億元、一方重慶市は人口 2,816 万人、地区総生産額は 4,122.51 億元である¹⁴⁰。両都市は行政レベル、経済規模ともに異なるが、表 3 の通り消費水準および食費、外食費は同水準にある。また、両地域の外食産業の進出度合の 1 例をみると、マクドナルドが済南市 8 店舗、青島市 18 店舗、重慶市 17 店舗である¹⁴¹。その他、ケンタッキー・フライドチキンやピザハットなど両地域とも複数の西洋式ファストフード店が進出している。

表 5-7 都市住民年間 1 人当たりの消費水準

(単位：元)

	山東	重慶	上海
消費水準	12,633	10,698	25,919
食費	3,181	3,674	6,125
外食費	551	823	1,722

資料：『中国統計年鑑 2008』より

一方、両地域は気候風土が異なるため食文化に違いがある。山東省は主食が粉食文化に属し、小麦やとうもろこしで作った饅頭^{まんとう}や煎餅、めん類を食す。味付けは塩でうまみを出し、隠し味に葱や生姜を用い、濃厚だが比較的油っこくない味である。食材の特徴は、海産物を利用すること、また北方の食文化の影響を受け羊肉を利用することもある¹⁴²。

重慶市は主食が米食文化に属し米が中心である。消費頻度は少ないがめん類も食される。味付けは唐辛子や山椒などを巧みに利用し、辛味のある濃い味が特徴である。食材の特徴は、牛の腸など動物を余すことなく食すこと、また河や水田に生息する魚などを食すことである¹⁴³。

2 調査の目的

食文化の異なる山東省（沿岸部）と重慶市（内陸部）を対象に食生活の地域的・世代的な相違点を明らかにすることを目的とする。2つの事例地である山東省は北方沿岸部、重慶

¹⁴⁰ 中華人民共和国国家統計局『中国統計年鑑』中国統計出版社、2008 による。

¹⁴¹ yahoo 中国より検索、(2009. 10. 23)。

¹⁴² インタビュー及び筆者の経験による。

¹⁴³ インタビュー及び筆者の経験による。

市は南方内陸部に位置している。中国の食文化には、北方は粉食文化、南方は米食文化という主食の違い、沿岸部と内陸部では食材の違いや気候風土による味付けの違いなどがあるため、異なった地域でのアンケートを試みた。

なお、本章における、食嗜好とは、視角・嗅覚・味覚・触覚などにより決定づけられる食の好みとする。また、食事摂取行動は、実際に食事を食べる行為とする。食嗜好の形成は、胎児期・乳幼児期・学童期の喫食経験の積み重ねにより基本が確立される。そして学童期まで、およびその後の嗜好形成において環境や社会的要因、心理的要因、生理的要因が影響を与える。一方、喫食頻度で表される食事摂取行動は、一定の嗜好を形成し将来の食事摂取に影響を与える¹⁴⁴。よってここでは、食生活に関するアンケート調査において食事摂取行動と食嗜好を分析指標として利用する。

3 調査方法

2007年に山東省（済南市・青島市）で、2008年に重慶市で、機縁法によって抽出した小学校の3年生親子を対象にアンケート調査を行った。小学3年生を選んだ理由は、基本的嗜好が確立される学童期であり、かつアンケートへの回答が可能な年齢のためである。山東省は児童300人、親399人、重慶市は児童158人、親143人の回答を得た。調査票の配布及び回収方法は、児童についてはクラス担任が授業中に調査票を配布し、その場で回答させた後、回収した。親については、青島市と重慶市ではクラス担任が児童に調査票を配布した後、児童が自宅に持ち帰り、親が自宅で回答し、翌日学校にて回収した。済南市では、保護者会開催時に担当教員が調査票を配布し、その場で回答、回収した。回収率は100%である。また、調査を行った小学校は全て都市部（市街地）に位置する。

本調査の目的は、第1に山東省（沿岸部）と重慶市（内陸部）の食生活の相違点を明らかにすることである。第2に、親の実際の摂取頻度と児童の食嗜好を明らかにし、現在の摂取量と将来の潜在需要の拡大可能性の考察を行うことである。本調査のアンケート結果では、重慶市の夕食を例にとると全体の約80%以上がほぼ毎日家族共に食事をしている。よって、親と児童の摂取頻度はほぼ同等と考えることができる。

アンケートの内容は、主食と副食の親の摂取頻度と児童の好みに関する質問及び、親が

¹⁴⁴ 伊藤他（1981）参照。この論文では、現在から幼児期にさかのぼって嗜好や喫食頻度を調査、分析し、食嗜好の形成に喫食経験が関与していることを明らかにしている。

外食でよく利用する外食店と児童が外食をする際に好む料理に関する質問である。

4 アンケート回答者の属性

本アンケートにおける回答者の年齢は両地域ともに親 30～40 代、児童 8～9 歳であった。性別は、両地域ともに親・児童ともほぼ半数ずつの回答を得ている。家族構成をみると、山東省では三人家族が 70%、祖父母同居が 22%、重慶市では三人家族が 50%、祖父母同居が 37%であった（表 5-8）。両親の職業の有無をみると、山東省では父親 93%、母親 83%、重慶市では父親 97%、母親 86%が職を持っており、両都市とも共働き夫婦が大半を占めている（表 5-9）。親の月収は、山東省では 3,000～3,999 元が 33%で最も多く、続いて 2,000～2,999 元が 22%であった。重慶市では 1,000～1,999 元が 60%で最も多く、続いて 2,000～2,999 元が 30%であった（表 5-10）。山東省の一人当たり可処分所得は 17,811 元で、月あたりでは 1,484 元、重慶市の一人当たり可処分所得は 17,191 元、月あたりでは 1,433 元である（2009 年値、序章表 2 参照）。両地域とも平均から平均より少し上の所得階層である。

表 5- 8 性別と家族構成（親と児童）

		山東		重慶	
親	男性	33	41	三人家族	70
	女性	67	59		
児童	男性	52	49	祖父母同居	22
	女性	48	51	その他	8

資料：筆者アンケート調査（山東・重慶）より

資料：筆者アンケート調査（山東・重慶）より

表 5- 10 親の仕事の有無 (%)

	山東	重慶
父有職者	93	97
母有職者	83	86

資料：筆者アンケート調査（山東・重慶）より

表 5- 11 月あたりの収入構成 (%)

収入階層	山東	重慶
1000～1999元	17	35
2000～2999元	37	27
3000～3999元	28	26
4000～4999元	8	6
5000～5999元	4	4
6000元以上	6	3

資料：筆者アンケート調査（山東・重慶）より

5 山東省と重慶市における食生活の相違点

(1) 親の主食別摂取頻度と児童の嗜好

表 5-11 より親の主食別摂取頻度をみると、山東省では、伝統的主食である、饅頭・粥、および南方の主食である米が中心に食されており、パンやめん類、煎餅は補完的に食されている。一方、重慶市では、南方の伝統的主食である米が圧倒的に多いことがわかる。粥・饅頭・めん類・パンは補完的に食されている。

表 5-12 より山東省と重慶市における児童の好きな主食をみると、全体的に親の摂取頻度ほど明らかな違いはみられない。また、親の摂取頻度ではパンやめん類は補完的存在であったが、児童の好みでは主要な位置を占めている。

以上から、主食については親の摂取頻度には地域差がみられるが、児童の嗜好にはみられない。また、児童の嗜好にはパン食という主食の洋風化の傾向がみられるといえる。

表 5-12 親の主食別摂取頻度 (%)

		毎日	週5~ 6回	週3~ 4回	週1~ 2回	月1~ 2回	月1回 以下
山東省	ご飯	21	20	29	25	4	2
	粥	32	18	30	16	3	1
	饅頭	24	17	24	25	7	2
	めん類	4	6	17	50	19	4
	煎餅	2	2	3	9	30	55
	パン	6	8	21	32	21	12
重慶市	ご飯	89	6	2	2	0	2
	粥	2	5	10	35	20	27
	饅頭	6	7	21	27	23	15
	めん類	4	6	26	38	16	9
	煎餅	0	1	2	7	23	67
	パン	3	5	19	25	30	18

表 5-13 児童の好きな主食

		%					
		ご飯	粥	饅頭	めん類	煎餅	パン
山東		69	45	26	59	20	65
重慶		56	46	19	63	23	59

資料：筆者アンケート調査（山東・重慶）より

資料：筆者アンケート調査（山東・重慶）より（複数回答）

(2) 親の動物性タンパク源別摂取頻度と児童の嗜好

表 5-13 より山東省と重慶市の親の動物性タンパク源別摂取頻度をみると、両地域とも豚肉と卵が摂取の主要な位置を占めている。その他の食品は補完的に食されている。全体的にみて魚摂取は少ないが、山東省の方が海魚の摂取頻度が多く、重慶市では河魚の摂取が多い。また、山東省の方が羊肉の摂取も多い。これらは、地理的、食文化的相違から現れるものと考えられる。

表 5- 14 親の動物性タンパク源摂取頻度

(%)

		毎日	週5～ 6回	週3～ 4回	週1～ 2回	月1～ 2回	月1回 以下
山東省	豚肉	35	20	27	14	3	2
	鶏肉	2	4	20	41	25	8
	牛肉	1	4	12	31	40	13
	羊肉	1	2	6	18	43	30
	卵	49	24	19	5	1	1
	河魚	1	4	9	26	24	37
	海魚	2	6	22	45	18	7
重慶市	豚肉	33	19	27	16	4	2
	鶏肉	2	4	8	37	41	9
	牛肉	0	1	6	19	41	33
	羊肉	0	0	2	3	18	77
	卵	23	9	23	26	12	6
	河魚	0	2	6	37	24	31
	海魚	0	0	3	10	20	66

資料：筆者アンケート調査(山東・重慶)より

表 5- 15 児童の好きな動物性タンパク源

(%)

	豚肉	鶏肉	牛肉	羊肉	卵	河魚	海魚
山東	14	41	30	20	26	7	16
重慶	9	32	42	18	30	8	15

資料：筆者アンケート調査(山東・重慶)より (複数回答)

一方、表 5-14 より児童の回答をみると、牛肉や鶏肉、卵を好む児童が多い。しかし、親の摂取頻度で最も多かった豚肉は児童において人気が高い。また、魚や羊肉に関しては親の摂取頻度に地域差がみられたが、児童においてはみられない。

よって、動物性タンパク源においても親の摂取頻度には地域差がみられるが、児童の嗜好ではみられない。また、両地域の児童には牛肉・鶏肉という新たな嗜好が表れている。

(3) 親の乳製品別摂取頻度と児童の嗜好

乳製品の親の摂取頻度は、表 5-15 から両地域ともに牛乳とヨーグルトが中心である。チーズはほとんど食されていない。児童の嗜好は、表 5-16 をみると親の摂取頻度と同様の結果が現れている。

表 5- 16 親の乳製品別摂取頻度

(%)

		毎日	週5～ 6回	週3～ 4回	週1～ 2回	月1～ 2回	月1回 以下
牛乳	山東	47	17	12	15	4	5
	重慶	33	7	18	17	11	13
チーズ	山東	1	1	8	10	13	66
	重慶	2	2	8	8	11	71
ヨーグルト	山東	24	16	18	20	11	11
	重慶	8	6	15	18	17	35

資料：筆者アンケート調査(山東・重慶)より

表 5- 17 児童の好きな乳製品

(%)

	牛乳	チーズ	ヨーグルト
山東	46	26	40
重慶	47	15	39

資料：筆者アンケート調査(山東・重慶)より (複数回答)

中国では、90年代後半から牛乳消費奨励の広告活動が始まり、2001年からはスクールミルク計画¹⁴⁵が開始されている。しかし、スクールミルク計画の達成率は低く、調査先の小学校もこの計画に参加していなかった。それにも関わらず、両地域とも、牛乳を中心とした乳製品が家庭の食生活にある程度根付いているといえる。

(4) 親の加工食品摂取頻度と児童の嗜好

親の加工食品消費頻度は、冷凍食品では、山東省が週1～2回に25%、月1～2日回が27%となっている。一方重慶では、月1回以下が50%をしめ、利用する回答者のなかでは月1～2回が最も多い。インスタント食品においても、重慶市の回答者は約半数以上が月一回以下しか利用しておらず、山東省よりも利用頻度が少ない(表5-17)。加工食品消費には、両地域の消費差が大きくみられるが、沿岸部と内陸部における加工食品の普及速度の違いが表れていると考えられる。

児童の回答では、表5-11の通り冷凍食品やインスタント食品を好んだ回答者が比較的に少ない。日本では安価さや簡便さから加工食品が広く普及した。中国では多様な外食店が多く存在し、安価なもの、おいしいもの等外食の選択肢が多い。第4章で行った加工食品の実態調査では、家庭内で炊事労働をしない外食型になるほど加工食品の利用頻度が低かった。つまり、家事労働の負担軽減の面から考えると、加工食品より外食の利便性が高いといえる。そのために加工食品の普及が緩やかであると考えられる。

表5-18 親の加工食品摂取頻度

		毎日	週5～	週3～	週1～	月1～	月1回
冷凍食品	山東	2	3	13	25	27	29
	重慶	1	2	6	17	24	50
インスタント食品	山東	1	2	5	28	28	36
	重慶	0	0	4	12	27	57

資料：筆者アンケート調査(山東・重慶)より

(%) 表5-19 児童の好きな加工食品

		(%)	
		冷凍食品	インスタント食品
山東		13	18
重慶		5	34

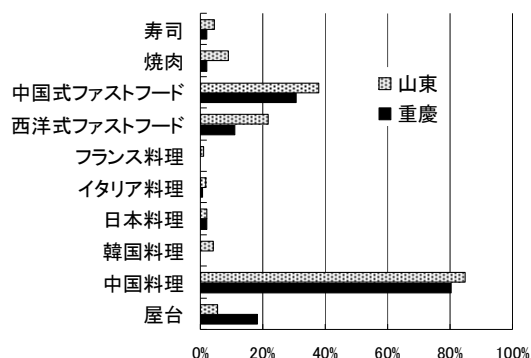
資料：筆者アンケート調査(山東・重慶)より (複数回答)

¹⁴⁵ 中国語名は「学生饮用奶计划」。2000年に計画実施機関として国家学生飲用牛乳計画部協調機関が設置され、01年から本格的に実施された。この計画は、中国児童発展要綱(2001-2010)における児童の栄養改善に関する取り組みの一環として位置付けられている(菊地他[2005])。ただし、参加乳業企業への負担が大きく、認定業者48企業の約半数は撤退または途中停止の状態である。補助金など政府からの支持も不十分なため、普及率は全国小中学生の約1%である(京華時報、2006.12.5)。

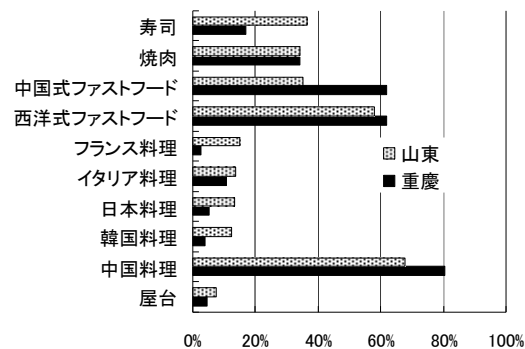
(5) 親の利用する外食店と児童の嗜好

親がよく利用する外食店は、図 5-5 から両地域とも中国料理店と中国式ファストフード及び屋台で、中国料理が大半を占める。その他の外食店では西洋式ファストフードが最も多く、他の外国料理はあまり食されていない。また、中国式・西洋式をあわせると、ファストフードの利用は少なくない。

一方、図 5-6 より児童の好きな外食店でも中国料理と中国式ファストフードといった中国料理が最も好まれている。しかし、その他に西洋式ファストフードを筆頭に様々な料理に興味を持っている。西洋式ファストフードが、パン食や鶏肉、牛肉嗜好を誘発している可能性があると考えられる。



資料：筆者アンケート調査(山東・重慶)より(複数回答)
図 5-6 親のよく行く外食店



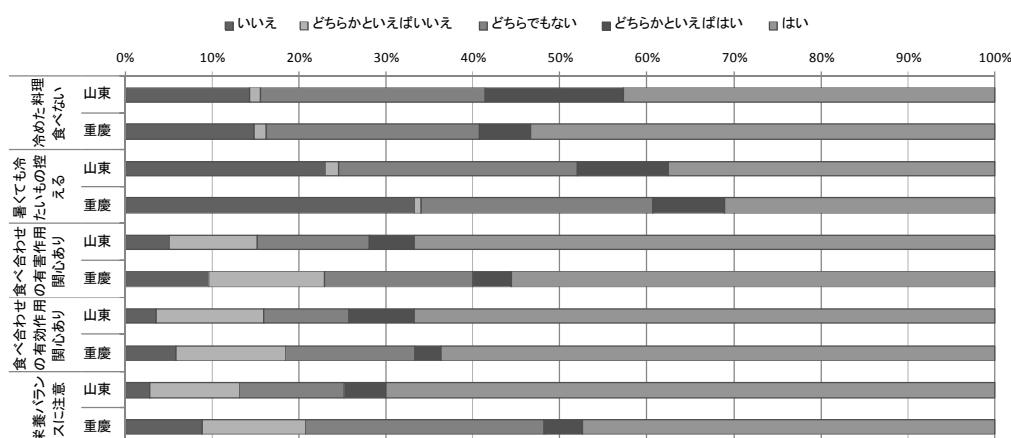
資料：筆者アンケート調査(山東・重慶)より(複数回答)
図 5-5 児童の好きな外食店

(6) 親と児童の食事行動

最後に、親と児童の食事行動についてみる。第 2 章において、中国の食文化に養生思想という中国古くから受け継がれた健康志向があることをまとめた。本調査では、表 2-1 にある中国古典に記された養生の教えをもとに質問項目を設定し、以下の回答を得た。

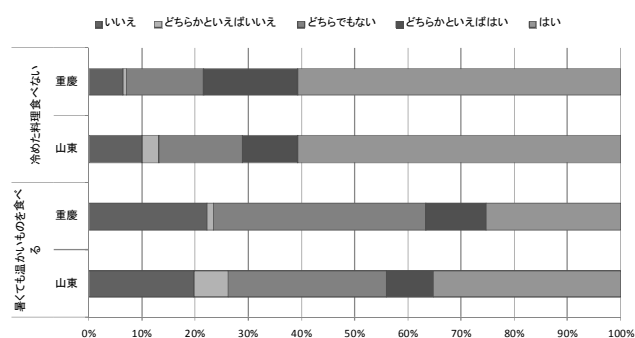
図 5-7 は親の食事行動である。全体的に肯定的な回答が多い中で特に多くの回答者が実践している内容は、「食べ合わせの有効作用に関心がある」と「食べ合わせの有害作用に関心がある」で、約 6~7 割の回答を得ている。これは、中国医学の病気治療と結びついたもので、食べ物の組み合わせによって体に良い影響を与える場合と悪い影響を与える場合があるので、日々の食事から気をつけるといったものである。続いて、「冷めた料理は食べない」は、約 6 割が肯定的回答をしている。これは、冷めてしまった料理を食べることは、

胃腸に負担をかけるため、料理は温かいうちに食べるというものである。同時に、中国料理は、油を使った料理が多いので、出来立ての熱いうちに食べないとおいしくないという意味も含まれている。また、「暑くても冷たいものを控える」では、約 4～5 割の肯定的回答を得た。これも、胃腸への負担をかけないための教えである。冷たいものを食すことへの胃腸への負担や体温を下げてしまうことによる身体への負担など、身体になるべく負担をかけない食事を心がけているといえる。



資料：筆者アンケート調査(山東・重慶)より

図 5- 7 親の食事行動



資料：筆者アンケート調査(山東・重慶)より

図 5- 8 児童の食事行動

続いて、図 5-8 は児童の食事行動である。児童においても肯定的回答がみられる。児童の回答は、親と同様に「冷めた料理は食べない」に対して約 7～8 割の回答者が肯定的回答をした。続いて「暑くても温かいものを食べる」では、親の回答と同じく約 4 割の肯定的回答を得た。6 割の回答者は、暑いときは冷たい飲み物や食べ物を食べると回答しており、

養生思想が全体に根付いていないと捉えることもできる。しかし、逆に約4割の小学3年生の児童が、つまりは暑くても冷たいジュースやアイスを積極的に食べないと回答していることに、中国独自の食事行動の在り方がまだ完全に消え去ったわけではないといえる。

加えて、児童に伝統的食思想が根づいている背景には、現代の食事方法が個食化しておらず、親や祖父母など大人世代とともに食事をしていることがあると考えられる。先にも述べたが、重慶市の親へ質問で児童と食事をする頻度を質問しているが、夕食において全体の約8割が毎日共に食事をしてきた(表5-19)。また、中国では給食を提供している学校が少なく、調査地でも昼食は自宅に帰って食べている。両親共働きが多いので、児童は主に祖父母と一緒に昼食をとる場合が多い。これも重慶市のデータになるが、全体の約6割は週に5~6回以上祖父母と食事をしている(表5-20)。このように、大人世代との共食のなかで伝統的食文化が受け継がれているのである。

表5-20 親が童と食事をする頻度(重慶市) (単位: %)

	朝食	昼食	夕食
週1~2回	31	45	6
週3~4回	11	21	12
週5~6回	14	10	26
毎日	44	25	56

資料: 筆者アンケート調査(重慶)より

表5-21 児童が祖父母と食事をする頻度(重慶市) (単位: %)

毎日	週5-6回	週3-4回	週1-2回	月1-3回	月1回以下	合計
53.0	9.1	4.5	12.9	16.7	3.8	100

資料: 筆者アンケート調査(重慶)より

注: 表5-20は山東省でも行ったが、表5-21は追加調査で行った重慶の調査票のみ記載された質問項目であるため、重慶データのみ記載した。

第5節 小括

市場経済化にともなう外資系外食産業および流通業の中国市場への参入は、中国の経済システムに大きな影響を与えたが、その影響は経済システムだけでなく中国人の食生活へも影響を与えている。

親の主食や動物性たんぱく源の摂取頻度にみられるように、中国の食生活では現在でも伝統的食生活に基づく地域性が残されていることが明らかになった。しかし、西洋式ファ

ストフードなどから西洋の食文化の影響を受け、パン食も存在する。また、牛乳を中心とした乳製品の消費も根付いており、食の洋風化はすでに始まっているとみることができる。一方、加工食品の消費は現時点では少ないが、外食時におけるファストフードの利用は少なくない。しかし、中国の食生活は、現時点では食の地域性を残しながら洋風化が広がりつつあるといえる。

一方、児童の嗜好では、親と異なり伝統的食生活に基づく地域的な違いがみられない。さらに、牛肉・鶏肉など、親の摂取頻度と異なる嗜好を持っていることが明らかになった。特に、児童がファストフードを好む傾向がみられることから、今後も中国式、西洋式を問わず、チェーン展開を行う外食産業の影響による食の画一化が進み、食の地域性が薄れていく可能性がある。さらに、画一化の方向性として西洋式ファストフードの展開は、児童の嗜好に洋風化の影響を与えていくと考えられる。

このように、90年以降急速に進んだ市場経済化は、外資系食品関連産業の中国進出を活発化させ、外食や加工食品を通じて中国の伝統的食生活に新たな食文化を根付かせつつある。特に、中国の食生活は外部依存度が高いため、食嗜好が形成される児童期においても外食等を通じて外国食文化に触れる機会が多くなる。このことは、現在の児童が成人したころに、現在の伝統食中心の食生活からより多国籍化し、多様化した食事内容に変化する可能性を秘めているといえる。

しかし、現代の中国では大人世代と子供の共食が大きく崩れておらず、食習慣を形成していく児童期に両親や祖父母との共食を行っていた。このことが中国の伝統的食文化を受け継ぐことにつながっている。実際、児童の食嗜好は変化しつつあるものの、食事行動においては親と同様に体に負担をかけない食生活を心得ていた。現代の中国では、食事内容が多様化するなかで、伝統的食文化が依然として強く根付いているといえる。

終章 現代中国における食生活の変化

本論文は、中国の都市部を対象として市場経済導入にともなう経済及び社会システムの変化が、既存の食生活に与えた影響を明らかにすることが目的であった。以下各章のまとめを通して論文全体の結論を導きたい。

「第 1 章 中国食生活研究に関する動向と特徴」では、本論文の理論的フレームワークを提示するために、まず中国食生活研究に関するこれまでの研究成果をまとめ、到達点と課題を明らかにした。これまでの中国食生活研究は、食文化論や食料需要予測などが中心であり、その中には商品化した食の消費という現在の食生活を捉える方法論がない。そのため、日本の食生活近代化論、食生活文化論、食生活様式論など多様な体系的アプローチがなされている日本の食生活研究を参考に、本論のフレームワークとなる理論を抽出し、再構成した。その中で、家事労働の変化として捉えられる、外食、簡便食、総菜といった商品化された食を促進する消費実態の把握が重要であることを指摘した。

「第 2 章 中国における食文化」では、既存の中国食文化研究を基に、中国の伝統的食生活、特に献立体系および炊事労働の役割分担について明らかにした。まず、中国料理の献立体系は、一汁数菜で、副食は野菜を中心として、動物性たんぱく源として豚肉をバランスよく摂取する。さらに、中国家族概念の境界線が緩やかなことから、共食が行われやすい食事様式が形成された。炊事労働の主たる担当者は女性であるが、購買、調理労働の担当者に対する固定観念が薄く、家庭内でできる者が行われてきた。よって、中国の伝統的食文化は、誰と食べるか、誰が食事の準備をするか、といった食事様式の部分が、極めて緩やかであることが明らかにされた。

「第 3 章 中国における市場経済の導入と食料消費の変化」では、伝統的食生活に基づいた食料消費が、市場経済の導入による変化として、まず、中国都市部の消費生活を含む生活全般を管理、統制していた職業集団組織である「単位」が、市場経済導入後に解体されていった点を指摘した。これにより、従来公的サービスとして分配されていた生活必需品等が、商品としての交換へ変化した。同時に、生産、流通、価格の自由化により、都市住民の消費生活は多様化すると同時に、彼らの商品選択意識が食料供給に大きな影響を与えるようになったことを指摘した。

「第 4 章 中国における女性の社会進出と家庭内炊事労働の変化」では、女性の社会進出と家庭内炊事労働の変化について、外食や簡便食品、総菜の利用状況から中国的特徴を

明らかにした。分析の結果、第 1 に女性の労働力化にともない炊事労働の外部依存、すなわち、社会化された炊事労働が投下された商品の利用が全体として進んでいること、第 2 に、しかし、家族の形態や収入状況等によって、炊事労働の外部依存の形態が「簡便食利用を主とするもの」「外食利用を主とするもの」等相違がみられた。特に、内食傾向が強い層で簡便食が多用される点が中国の特徴であることを指摘した。

「第 5 章 外資系食品関連産業の中国市場進出と食の多様化」では、市場開放後の中国における外資系食品関連産業の海外進出が、現代中国人の食嗜好に与えた影響を明らかにした。市場経済導入以降、外資系企業は進んだ経営技術、加工技術等をもって中国市場に参入し中国市場に根付いているが、分析から、外資系企業の進出は中国食生活の中に、2 つの大きな影響を与えたことが明らかになった。第 1 は、外国料理という新たなメニューを加えたことである。また第 2 として、新たな消費形態（ファストフードやスーパーマーケットの中食等）を定着させた点である。また、2 地域における親子アンケートから、親世代に地域的かつ伝統的な食嗜好が依然残っているが、子世代では地域性や主食・副食における伝統性の緩和、外資系外食に対する強い嗜好がみられた。

以上、各章で明らかになったことをふまえ、第 2 章で中国の食文化をもとに設定した仮説（32-33 ページ参照）の検証を行う。第 1 の仮説は、現代の食生活変化の特徴である加工食品や外食産業のチェーン展開によって、商品化され、画一化した食が浸透し、中国食文化の特徴の一つである食の地域性が薄れていく可能性である。これは、第 5 章の親と子を対象として行った食生活アンケートの結果が示すように、特に親世代において現代の食料消費にも地域性が残されていた。しかしその一方で、児童の食嗜好において、主食や動物性たんぱく源に対する嗜好に地域性がみられなくなっていた。加えて、児童や大学生といった若者世代を中心に、チェーン展開をするファストフードを好む傾向がみられた。よって、現時点の食料消費において仮説 1 は棄却されるが、児童や若者の嗜好からみた将来の動向については完全には棄却できないという結果となった。

第 2 の仮説は、中国料理の献立体系と食事様式は共食を成立させやすいが、中国家族の在り方が変化することで共食の維持が困難となるのではないかというものであった。これについては、第 5 章の親子アンケートにおける親と児童の共食頻度と児童と祖父母の共食頻度の高さから、現代も共食が維持されていることが明らかとなった。特に、多くの児童が昼食を祖父母とともに摂っており、このことは、現代の家族形態が核家族でありながらも、子育てにおいて祖父母の援助を受けており、現在も家族の在り方は大きく変化してい

ないことがわかる。加えて、養生という中国特有の食思想が児童にも根付いていることについても、親世代との共食が維持されていることが背景として考えられる。よって、仮説2は棄却された。

第3の仮説は、家庭内における炊事労働、特に購入労働と調理労働の主体者が規定されていないため、炊事労働が社会化された商品を消費することに対して違和感や嫌悪感等を抱きにくく、商品化した食の消費拡大が進みやすいのではないかというものである。これは、第4章の内容から示されたように、中国は調理頻度によって内食型傾向の家庭と外食型傾向の家庭があり、外食型はその名の通り、炊事労働はほとんど家庭内に持ち込まない外食や総菜利用のタイプであった。一方、内食頻度の多い内食型ほど、インスタント食品や冷凍食品を利用する傾向にあった。日本の消費者アンケート等においては、内食頻度の多い家庭の調理者は、インスタント食品や冷凍食品等の利用に抵抗を感じる場合も多い。中国の冷凍食品は主食系調理品が多く、これらは家庭内で実際に作るとかなりの手間や技術を必要とする商品である。同時に、これらの食品は購入後、家庭内で煮る、焼く、蒸す等直火を必要とする調理が付帯されているものが多い。したがって、内食型の家庭において、もっとも調理の手間のかかる部分について社会化した炊事労働が投下された商品を合理的に導入しているという意味では、この仮説は成立したといえる。

現代中国における食生活は、市場経済の導入によって大きく変化している。その大きな特徴は、資本主義先進国が歩んだ食生活変化の過程が段階的な変化であったのに対し、中国では市場経済の導入によって関連産業の発展が急激に進み、副食の多様化と食の簡便化が同時並行に進んでいる点である。

中国の食生活変化を歴史的にみると、1949年の建国から1978年の改革開放までの間は、社会主義建設という目標のもとで政治や経済が混乱期にあった。社会的に不安定な中、計画経済下では、食料の生産は国民の主要食料である穀物が重点的に生産され、野菜や肉類の生産はあまり活発ではなかった。食料消費も主食であるコメやコムギが中心であり、食料調達も「単位」を通じた配給制であったため様々な食材を十分に購入することは難しい状態であった。中国の伝統的食生活を形作る中国料理は、多様な野菜と豚肉または魚などを様々な香辛料を使い、中華鍋にたっぷり油をひいて調理するのが特徴である。しかし、計画経済期はこのような食を一般庶民全体が摂取するほど食料供給は十分に行えず、この時期は中国都市部の一般住民のなかで伝統的食生活の食事を日常的に食すことは難しい状態であったといえる。

しかし、1978年の改革開放以降に市場経済を段階的に導入するなかで食生活をめぐる状況は大きく変化する。生産責任制の導入や「統一買付・統一販売」の段階的撤廃は、これまでの穀物生産中心からさまざまな野菜や畜産物や水産物の生産を活発化させた。同時に、経済成長によって国民一人当たり所得が増加し、食料の流通機構が整備され、市場取引が活発化されるなかで、住民は野菜や肉、魚など様々な食材を食べたいときに欲しいだけ購入できるようになった。つまり、以前は一部の裕福層の日常食及び一般市民のハレの日の食事であったいわゆる中国の伝統的食生活が、改革開放以降の経済発展のなかで、一般市民の日常の食事として普及していくための社会、経済的基盤が整備されたといえる。

加えて、副食の多様化と食の簡便化が同時並行に進んでいるため、現代中国における食生活は過渡期の段階にあり、その特徴は、変化した部分と変化していない部分、そして変化していないが内面的に変化しつつある部分の3つに分けられる。変化した部分は2点あり、第1は外食の変化である。90年代から活発化した外資系のファストフードによって、外国料理が若者を中心にファッションとして浸透しつつある。さらに、ファストフードに代表される近代的外食産業が中国国内企業からも誕生し、中国式ファストフードやチェーン外食が普及することでこれまでの露店や食堂による外食から外食形態が変化している。また、計画経済期は工員食堂といった公的社会化による外食であったが、市場経済導入以降は商品による社会化が進み、企業体による外食といった外食の性質自体の変化も特徴である。さらに、中国国内企業による近代的外食産業は、中国各地の風土食を外食として、中国各地に浸透させている。つまり、中国の地域性のある風土食は残るが、その地域でしか食べられないといった地域性は薄れていく傾向にある。第2は、加工食品等商品化した食の普及である。これらは、主食系加工食品やおかずの一部が下処理済み食品化や惣菜化している。また、調味労働の社会化として即席調味料も広く普及し、炊事労働の商品による社会化が広く浸透している。

変化していない部分、つまり維持、継続されている部分は、中国の伝統的食文化にみられる4つの特徴である。1つ目は、食思想の維持によって継続されている温かい料理を好むことであり、2つ目は、普段食で外食の位置づけが高い点である。3つ目は、大皿とりわけ型の食事様式が維持され、共食が継続して行われている点、4つ目は、伝統的中国料理への根強い嗜好性で、これは主食の多様性と多様な食材から成る副食といった献立体系の維持へつながっている。

最後に、変化していないが、内面的に変化しつつある部分として2点あげられる。第1

は、マクロ的な食料消費が伝統的中国料理に基づいた食料消費内容であるのに対し、児童の潜在的食嗜好には新たな一面がみられることである。つまり、児童の食嗜好の特徴は3点あり、1つ目は主食嗜好に地域性が薄れている点、2つ目は伝統食以外の副食嗜好がみられる点、3つ目は外国料理への嗜好が親世代より強い点である。

第2は、普段食で外食の位置づけが高いにもかかわらず、内食が維持されている一方で、その内食の中身が変化している点である。これは、商品化した食の普及と関係しており、冷凍食品やインスタント食品等加工食品が内食傾向の強い世帯で利用されているためである。特に、主食系の加工食品が多く市場に出回っており、これらが中国の主食の多様性の維持につながっているともいえる。また、現在中国国内の冷凍食品の加工技術レベルが発展途上であるため、冷凍食品は加熱労働が家庭内に残存した形で普及している。そのため、家庭内で調理を行う内食型で利用される傾向があり、現在の中国では商品化した食の利用によって内食が維持されているともいえるのである。

また、今後の冷凍食品の発展方向として示唆しておきたいのは、日本のように外食型によって多用されるような、家庭内で加熱労働が必要とされないタイプの商品はあまり普及しない可能性がある点である。つまり、中国の食生活の特徴における維持・継続されている部分として、中国人の食嗜好は温かい料理を好むからである。具体的には、中国人は直接直火で調理された出来立ての、香りが立ち込めたような料理を好むのである。よって、中国では今後加工技術が発展しても、電子レンジ調理や自然解凍の冷凍食品は普及しないと考える。この点は、本論文で立証できるだけの十分な論拠が揃えられていないため、中国の冷凍食品消費の特徴における今後の方向性として重要な研究課題となりえるとだけ追言しておくこととする。

以上から、本論文は市場経済導入後における中国食生活の過渡期の特徴を明らかにしたといえる。加えて、現代の若者世代が経済的に自立し、食事選択の決定権を持つ10～15年後が、まさに現代の過渡期の食生活を大きく変化させる転換期となることを指摘したい。

附录资料 I 成都市都市住民を対象とした加工食品に対する消費者意識調査（中国語）

一，关于您自己的提问。在合适的答案上请划“✓”。

1. 您的性别	A 男 B 女
2. 您的年龄	A. 20~29 B 30~39 C 40~49 D 50~59 D 60及以上
3. 您的教育水平	A. 小学及以下 B. 初中 C. 高中/中专 D. 大专/职大 E. 大学 F. 研究生
4. 您的工作	A. 个体业者 B. 国企劳动者 C. 民企劳动者 D. 外资企业劳动者 E. 机关单位 F. 家庭主妇 G. 学生 H. 退休 G. 其他（ ）
补充：职业经历	A. 无 B. 一般工作人员 C. 中层管理干部 D. 高层管理干部
5. 您一个月的收入	A. 1000元以下 B. 1001~2000元 C. 2001~3000元 D. 3001~4000元 E. 4001~5000元 F. 5001~10,000元 G. 10,000元以上
6. 您现在同居的家庭结构	A. 夫妻+孩子+保姆 B. 祖父母+夫妻+孩子 C. 夫妻+孩子 D. 夫妻 E. 两地分居 F. 单身 G. 其他（ + + + ）
7. 从您家到您工作地方要多少时间？	A. 5分钟以内 B. 15分钟以内 C. 30分钟以内 D. 45分钟以内 E. 1个小时以内 F. 1个小时以上 补充：交通方式（ ）
8. 您的上下班时间	上班时间（ : ） 下班时间（ : ）
9. 您现在雇佣保姆吗？	A. 雇佣住在雇主家的保姆 B. 雇佣钟点工的保姆 C. 没有雇佣
10. 您家里有无老人或其他需要特别照顾的人？	A. 有 B. 无
11. 从您家到您经常去的超市要多少时间？	（ 分钟）补充：超市名（ ），交通方式（ ）
12. 从您家到这个超市（调查地点）要多少时间？	（ 分钟）补充：交通方式（ ）
13. 您到以下哪个地方购买食品的频率高？	A. 超市 B. 菜市场
14. 您家有厨房吗？	A. 有 B. 无
15. 您工作单位有无食堂？	A. 有 B. 无
16. 您现在患慢性病吗？	A. 高血压 B. 糖尿病 C. 肥胖 D. 无 E. 其他（ ）
17. 您在外饮食的时候，去哪个餐馆？ 在您去的次数多的餐馆上，请划“✓”。 （可以多选）	A. 露天摊位 B. 中式快餐 C. 小吃 D. 中式餐馆 E. 外国餐厅（日，韩，意，美，法，其他） F. 外国快餐（日，韩，意，美，法，其他） G. 其他（ ）

二，您家里有没有下面的家电？您什么时候第一次买？

冰箱(有冷冻室)	A. 有(时间:) B. 无
传统电饭煲	A. 有(时间:) B. 无
多功能电饭煲	A. 有(时间:) B. 无
微波炉	A. 有(时间:) B. 无
豆浆机	A. 有(时间:) B. 无
炉灶(煤气或者天然气)	A. 有(时间:) B. 无
电磁炉	A. 有(时间:) B. 无

三，关于您现在在家里做饭的频次的提问。

1. 您一周做几次早饭	A. 每天 B. 1周5~6次 C. 1周3~4次 D. 1周1~2次 E. 1个月1~2次 F. 无
2. 您一周做几次午饭	A. 每天 B. 1周5~6次 C. 1周3~4次 D. 1周1~2次 E. 1个月1~2次 F. 无
3. 您一周做几次晚饭	A. 每天 B. 1周5~6次 C. 1周3~4次 D. 1周1~2次 E. 1个月1~2次 F. 无

四，您在家里做饭时，花多少时间？(如果不做饭，此题不用作答。)

1. 早饭	A. 15分钟以内 B. 30分钟以内 C. 45分钟以内 D. 1个小时以内 E. 1个小时以上
2. 午饭	A. 15分钟以内 B. 30分钟以内 C. 45分钟以内 D. 1个小时以内 E. 1个小时以上
3. 晚饭	A. 15分钟以内 B. 30分钟以内 C. 45分钟以内 D. 1个小时以内 E. 1个小时以上

五，关于您在家里吃下面的食品的频次的提问

1. 您一周吃几次市场购买熟食？ (比如：卤肉，凉菜，熟食等)	A. 每天 B. 1周5~6次 C. 1周3~4次 D. 1周1~2次 E. 1个月1~2次 F. 无
2. 您一周吃几次速冻食品？ (比如：饺子，汤圆，包子等)	A. 每天 B. 1周5~6次 C. 1周3~4次 D. 1周1~2次 E. 1个月1~2次 F. 无
3. 您一周吃几次方便食品？ (比如：方便面，八宝粥，方便饭等)	A. 每天 B. 1周5~6次 C. 1周3~4次 D. 1周1~2次 E. 1个月1~2次 F. 无
4. 您一周吃几次在市场购买净菜？ (说明：净菜指洗净切好的蔬菜)	A. 每天 B. 1周5~6次 C. 1周3~4次 D. 1周1~2次 E. 1个月1~2次 F. 无

六，与10年前相比，您觉得以下方面有怎样的变化？

	增加	差不多	减少
1. 做饭消耗的时间			
2. 做饭的频率			
3. 菜肴的种类			
4. 在市场买熟食的频率			
5. 在外饮食的频率			
6. 吃速冻食品和方便食品的频率			
7. 工作时间			
8. 和家人一起的时间			
9. 和朋友一起的时间			
10. 自己休闲的时间			

感谢您的合作！

附録資料Ⅱ 成都市住民を対象とした加工食品に対する消費実態調査（日本語）

問1. あなた自身のことについてお伺いします。

1.性別	A 男 B 女
2.年齢	A.20～29 B.30～39 C.40～49 D.50～59 D.60及以上
3.教育水準	A.小学及び以下 B.中学校 C.高校/中専 D.大専/職大 E.大学 F.大学院
4.仕事	A.自営業者 B.国有企業労働者 C.民営企業労働者 D.外資系企業労働者 E.公務員 F.専業主婦 G.学生 H.退職者 G.その他()
補足:職位	A.なし B.一般従業員 C.中間管理職 D.管理職
5.一カ月の収入	A.1000元以下 B.1001～2000元 C.2001～3000元 D.3001～4000元 E.4001～5000元 F.5001～10,000元 G.10,000元以上
6.家族構成	A.夫妻+子供+家政婦 B.祖父母+夫妻+子供 C.夫妻+子供 D.夫妻 E.単身赴任 F.独身 G.その他(+ + +)
7.自宅から職場までにかかる時間	A.5分以内 B.15分以内 C.30分以内 D.45分以内 E.1時間以内 F.1時間以上 補足:交通手段()
8.出勤・退勤時間	出勤(:) 退勤(:)
9.あなたは家政婦を雇っていますか？	A.家政婦を雇って一緒に暮らしている B.家政婦をパートで雇っている C.雇っていない
10.家庭内に介護や看病を必要とする人はいますか？	A.いる B.いない
11.自宅から最寄りのスーパーまでにかかる時間	(分)補足:スーパーの名前(), 交通手段()
12.自宅から調査地までにかかる時間 多少時間？	(分) 補足:交通方法()
13.あなたが食品を購入する際によく行く小売店は？	A.スーパー B.自由市場
14.自宅に台所がありますか？	A.有 B.なし
15.あなたの職場に食堂はありますか？	A.有 B.なし
16.あなたは現在持病を持っていますか？	A.高血圧 B.糖尿病 C.肥満 D.なし E.その他()
17.あなたが外食をする際によく利用する飲食店に チェックをいれてください。(複数回答可)	A.露天 B.中国式ファストフード C.小吃 D.中国式レストラン E.外国レストラン(日本, 韓国, イタリア, アメリカ, フランス, その他) F.外国ファストフード(日本, 韓国, イタリア, アメリカ, フランス, その他) G.その他()

問2. あなたの家庭には以下の家電がありますか？また購入時期はいつですか？

冷蔵庫(冷凍室あり)	A.有(時間:)	B.なし
伝統炊飯器	A.有(時間:)	B.なし
多機能炊飯器	A.有(時間:)	B.なし
電子レンジ	A.有(時間:)	B.なし
豆乳機	A.有(時間:)	B.なし
ガスコンロ	A.有(時間:)	B.なし
IHコンロ	A.有(時間:)	B.なし

問3. あなたが家庭内で調理する頻度についてお伺いします。

1.朝食を作る頻度	A.毎日	B.週5~6回	C.週3~4回	D.週1~2回	E.月1~2回	F.作らない
2.昼食を作る頻度	A.毎日	B.週5~6回	C.週3~4回	D.週1~2回	E.月1~2回	F.作らない
3.夕食を作る頻度	A.毎日	B.週5~6回	C.週3~4回	D.週1~2回	E.月1~2回	F.作らない

問4. あなたが家庭内で調理するにどのくらい時間をかけますか？

1.朝食	A.15分以内	B.30分以内	C.45分以内	D.1時間以内	E.1時間以上
2.昼食	A.15分以内	B.30分以内	C.45分以内	D.1時間以内	E.1時間以上
3.夕飯	A.15分以内	B.30分以内	C.45分以内	D.1時間以内	E.1時間以上

問5. あなたが家庭内で以下の食品を食べる頻度についてお伺いします。

1.惣菜を食べる頻度 (比如: 卤肉, 凉菜, 熟菜等)	A.每天	B.1周5~6次	C.1周3~4次	D.1周1~2次	E.1个月1~2次	F.无
2.冷凍食品を食べる頻度 (比如: 餃子, 汤圆, 包子等)	A.每天	B.1周5~6次	C.1周3~4次	D.1周1~2次	E.1个月1~2次	F.无
3.インスタント商品を食べる頻度 (比如: インスタントラーメン, 八宝粥, インスタント飯等)	A.每天	B.1周5~6次	C.1周3~4次	D.1周1~2次	E.1个月1~2次	F.无
4.カット野菜を食べる頻度 (説明: きれいに洗って切った野菜)	A.每天	B.1周5~6次	C.1周3~4次	D.1周1~2次	E.1个月1~2次	F.无

問6. 10年前と比べて、あなたは以下の問いに対してどのように感じていますか？

	増加	どちらでもない	減少
1.調理時間			
2.調理頻度			
3.おかずの種類			
4.惣菜を買う頻度			
5.外食の頻度			
6.冷凍食品とインスタントラーメンを食べる頻度			
7.就業時間			
8.家族と過ごす時間			
9.友人と過ごす時間			
10.自分がリラックスする時間			

ありがとうございました。

关于在外吃饭饮食生活的调查

我是日本的广岛大学研究生院生物圏科学研究科的学生。现在正在研究中国饮食生活的情况。请大家协助回答问卷。

回答的内容决不使用在研究以外。回答的时候可以不填写您的名字。决不泄漏回答的内容。请大家如实回答，感谢您的帮助。

（填写上的注意事项）

回答问卷的时候，请不要与其他人商量

联络处地址

広島大学大学院 生物圏科学研究科
食料市場学研究室
天野 通子
日本国広島県東広島市鏡山1丁目4-4

1, 关于您自己的提问

1-1 年龄 岁

1-2 出生地 省 市 县 镇（乡）

1-3 性别 ①男性 ②女性

2, 您对学校食堂的印象

2-1 关于您去食堂的频度，请在合适的答案上划○。

①完全不去 ②偶尔去 ③经常去 ④天天去

2-2 在您认为合适的框写画○。

	完全不觉得	不太觉得	有点儿觉得	觉得
①高级				
②味道好				
③便宜				
④酷				
⑤干净				
⑥安全				
⑦时尚				
⑧浪漫				
⑨便利				

2-3 如果您有其他的印象的话，请自由填写。

3, 您对麦当劳的印象

3-1 关于您去麦当劳的频度, 请在合适的答案上划○

①完全不去 ②偶尔去 ③经常去 ④天天去

3-2 在您认为合适的框写画○。

	完全不觉得	不太觉得	有点儿觉得	觉得
①高级				
②味道好				
③便宜				
④酷				
⑤干净				
⑥安全				
⑦时尚				
⑧浪漫				
⑨便利				

3-3 如果您有其他的印象的话, 请自由填写。

--

4, 您对永和豆浆的印象

4-1 关于您去永和豆浆的频度, 请在合适的答案上划○

①完全不去 ②偶尔去 ③经常去 ④天天去

4-2 在您认为合适的框写画○。

	完全不觉得	不太觉得	有点儿觉得	觉得
①高级				
②味道好				
③便宜				
④酷				
⑤干净				
⑥安全				
⑦时尚				
⑧浪漫				
⑨便利				

4-3 如果您有其他的印象的话, 请自由填写。

--

★在下个空间里请自由填写您喜欢的饮食店和这个里能吃的菜或这个里面的好吃的菜等。

--

谢谢您的合作!!

外食に関する食生活調査

私は日本の広島大学大学院生物圏科学研究科の学生です。現在中国の食生活について研究をしています。研究を進めるにあたり、皆さんにアンケートのご協力をしていただきたく存じます。

ご回答の内容は研究以外の目的に使用することはありません。また、回答は無記名です。ご回答の内容が外部の方に漏れることはありません。どうか、ありのままにお答えいただきますよう、よろしくお願いいたします。

（記入上の注意）

ご回答にあたっては他の方とご相談されることなく、必ずお一人でお答えください。

連絡先

広島大学大学院 生物圏科学研究科
食料市場学研究室
天野 通子
日本国広島県東広島市鏡山 1丁目 4-4

1, あなた自身についてお伺いします。

1-1 年齢 歳

1-2 出身地 省 市 県 鎮（郷）

1-3 性別 ①男性 ②女性

2, あなたの学食に対する印象についてお伺いします。

2-1 あなたが学食に行く頻度について当てはまる数字に○をつけてください。

①全く行かない ②たまに行く ③よく行く ④毎日行く

2-2 以下の各項目について、あなたの考えに近い欄に○をつけてください。

	全く思わない	余り思わない	少し思う	思う
①高級				
②おいしい				
③安い				
④カッコいい				
⑤清潔				
⑥安全				
⑦流行				
⑧ロマンチック				
⑨便利				

2-3 その他別の印象があれば、ご自由にお書きください。

2, あなたのマクドナルドに対する印象についてお伺いします。

2-1 あなたがマクドナルドに行く頻度について当てはまる数字に○をつけてください。

- ①全く行かない ②たまに行く ③よく行く ④毎日行く

2-2 以下の各項目について、あなたの考えに近い欄に○をつけてください。

	全く思わない	余り思わない	少し思う	思う
①高級				
②おいしい				
③安い				
④カッコいい				
⑤清潔				
⑥安全				
⑦流行				
⑧ロマンチック				
⑨便利				

2-3 その他別の印象があれば、ご自由にお書きください。

2, あなたの永和豆浆に対する印象についてお伺いします。

2-1 あなたが永和豆浆に行く頻度について当てはまる数字に○をつけてください。

- ①全く行かない ②たまに行く ③よく行く ④毎日行く

2-2 以下の各項目について、あなたの考えに近い欄に○をつけてください。

	全く思わない	余り思わない	少し思う	思う
①高級				
②おいしい				
③安い				
④カッコいい				
⑤清潔				
⑥安全				
⑦流行				
⑧ロマンチック				
⑨便利				

2-3 その他別の印象があれば、ご自由にお書きください。

★あなたの好きな外食店とその店で好きな料理をご自由にお書きください。

ご協力ありがとうございました。

关于中国山东省的饮食生活的调查

我是日本的广岛大学研究生院生物圈科学研究科的学生。现在正在研究中国饮食生活的情况。请大家协助回答问卷。

回答的内容决不使用在研究以外。回答的时候可以填写您的名字。决不泄漏回答的内容。请大家如实回答，感谢您的帮助。

(填写上的注意事项)

回答问卷的时候，请不要与其他人商量

联络处地址

広島大学大学院生物圏科学研究科食料市場学研究室

天野 通子

日本国広島県東広島市鏡山1丁目4-4

问题 1 关于您自己的提问。在合适的答案上请划○。

问题 1-1 请回答您的性别。

1, 男性 2, 女性

问题 1-2 请回答您的年龄。

岁

问题 1-3 以下的工作您做哪个一种？

1, 个体经管 2, 国企 3, 民企 4, 外资企业 5, 公务员 6, 家庭主妇 7, 其他 ()

★ 对回答工作的人，提问。

1, 您在工作单位什么工作？请自有填写。

2, 您的月薪吗？

①1,000~1,999 元 ②2,000~2,999 元 ③3,000~3,999 元 ④4,000~4,999 元 ⑤5,000~5,999 元
⑥6,000 元以上

3,您家里一个月的伙食费吗？ 元

问题 1-4 请回答您的家庭结构。

1, 三口之家 2, 和父母同居 3, 其他 ()

问题 1-5 平常一天和您孩子一起度过的时间？

1, 1 少时以下 2, 1~3 少时 3, 3~5 少时 4, 5 少时以上

问题 1-6 你和公公，婆婆或岳父，岳母一起一个月吃几次饭？

1, 每天 2, 一个星期 2~3 次 3, 一个星期 1 次 4, 一个月 2~3 次 5, 一个月 1 次 6, 其他 ()

问题 2 关于您平时的饮食生活提问。

问题 2-1 关于您吃饭的时候的行动提问。对下面表中的情况，您的行动最接近的答案请划○。

	不是	不总是	不一定	总是	是
1, 吃饭吃到饱了为止才不吃吗?					
2, 只有饿了的时候想吃零食吗?					
3, 饭菜凉了也没关系的吃吗?					
4, 天热的时候, 您吃凉的食物比吃热的食物多吗?					
5, 冬天的时候好好吃早饭的时候比其他的季节多吗?					
6, 夏季您会比其他季节更注意晚饭不吃多吗?					
7, 您吃肉比主食多吗?					
8, 您在家里做调味料吗?					
9, 您在家里腌制食物吗?					
10, 您关心什么样的食物组合到一起对身体有害吗?					
11, 您关心什么样的食物组合到一起对身体有好处吗?					
12, 夏天的时候您吃水果和蔬菜多吗?					
13, 夏天的时候您吃油腻的食物多吗?					
14, 夏天的时候多喝水吗?					
15, 冬天的时候多吃油炸的食物吗?					
16, 冬天的时候吃凉的食物多吗?					
17, 为了身体健康, 您会注重食品的管养搭配吗?					
18, 饭后做轻度运动吗?					

问题 2-2 把下面表格中的蔬菜，您在哪个季节经常吃？在合适的答案上请划○。

	白菜	青椒	西红柿	葱	土豆	薯	蘑菇
春							
夏							
秋							
冬							

问题 2-3 您的身体在下面表格的状态的时候，您会怎么做？在合适的答案上请划○。

	吃药	吃中药	去医院	休息	吃何时身体状态的食物	什么也不做	其他 ()
发烧							
咳嗽							
头痛							
鼻水							
腹痛							

问题 2-4 您一个月去外面吃几次饭？请在早饭，午饭，晚饭合适的答案上请划○。

	每天	一星期 5~6 次	一星期 3~4 次	一星期 1~2 次	一月 1~2 次	一个月 1 次以下
早饭						
午饭						
晚饭						

问题 2-5 去外面吃饭的时候，您去哪个餐馆？在去的次数多的餐馆上，请划○。（可以复数回答）

1, 露天摊位 2, 中国菜 3, 韩国菜 4, 日本菜 5, 意大利菜 6, 法国菜 7, 西式快餐
8, 中式快餐 9, 韩国烤肉 10, 寿司 11, 另外 ()

问题 2-6 下面表格中的食物您一个月吃几次？在合适的答案上请划○。

	每天	一星期 5~6 次	一星期 3~4 次	一星期 1~2 次	一月 1~2 次	一月 1 次以下
米饭						
粥						
馒头						
面条						
煎饼						
面包						
猪肉						
鸡肉						
牛肉						
羊肉						
蛋						
河鱼						
海鱼						
牛奶						
奶酪						
酸奶						
冷冻食品						
方便食品						

问题 2-7 下面的食物您平常去哪里购买？在合适的答案上请划○。

	百货商店	超市	菜市场	便利店	其他 ()
蔬菜					
水果					
猪肉					
牛肉					
羊肉					
鸡肉					
河鱼					
海鱼					
蛋					
大米					
豆类					
牛奶					
奶酪					
酸奶					

问题 2-8 购买新鲜食品的时候，您重视什么？请必须选择 3 个合适的答案，并在上面划○。

1, 鲜度 2, 价格 3, 产地 4, 安全性 5, 美观 6, 味道 7, 品牌 8, 应季产品尝 9, 其他 ()

以上问卷结束。

非常感谢您的合作!!

中国山東省における食生活に関する調査

私は、広島大学大学院生物圏科学研究科の学生です。現在経済発展中の中国山東省における食生活について研究を進めております。研究を進めるにあたり、食生活に関する質問にお答えしていただきたく存じます。

ご回答の内容は研究以外の目的に使用することはありません。また、回答は無記名です。ご回答の内容が外部の方に漏れることは決してありません。どうぞありのままにお答えいただきますようよろしくお願いいたします。

（記入上の注意）

ご回答にあたって、他の方とご相談されることなく、必ずお一人でお答えください。

連絡先

広島大学大学院 生物圏科学研究科食料市場学研究室

天野 通子

日本国広島県東広島市鏡山1丁目4-4

設問1 あなた自身についてお伺いします。当てはまる数字に○をつけてください。

設問1-1 あなたの性別をお答えください。

1, 男性 2, 女性

設問1-2 あなたの年齢をお答えください。

歳

設問1-3 あなたの職業をお答えください。

1, 自営業 2, 国営企業 3, 民間企業 4, 外資企業 5, 公務員 6, 専業主婦 7, その他 ()

★ 専業主婦以外の方にお伺いします。

1, あなたは職場でどのような仕事をしていますか。ご自由にお書きください。

2, あなたの月収をお答えください。

①1,000～1,999元 ②2,000～2,999元 ③3,000～3,999元 ④4,000～4,999元 ⑤5,000～5,999元
⑥6,000元以上

3,あなたの家庭における一ヶ月の生活費をお答えください。 元

設問1-4 あなたの家族構成をお答えください。

1, 三人家族 2, 祖父母同居 3, その他 ()

設問1-5 あなたが平日、一日にお子様と過ごす時間をお答えください。

1, 1時間以下 2, 1～3時間 3, 3～5時間 4, 5時間以上

設問1-6 あなたはどのくらいの頻度で自分、または配偶者の父親、または母親と一緒に食事をしますか。

1, 毎日 2, 週2～3回 3, 週1回 4, 月2～3回 5, 月1回 6, その他 ()

設問 2 あなたの普段の食生活についてお伺いします。

設問 2-1 あなたが食事をする際にとる行動についてお伺いします。以下の項目に対し、あなたのとる行動に近い項目に○を付けてください。

	いいえ	どちらかといえ ばいいえ	どちらでもな い	どちらかとい えははい	はい
1, 食事は腹八分目までしか食べない。					
2, お腹がすいているときだけ間食する。					
3, 冷めた料理でも関係なく食べる。					
4, 暑い日は暖かいものより冷たいものを食べる。					
5, 冬は他の季節に比べて朝ごはんをしっかり食べる。					
6, 夏は他の季節より夕食の食べすぎに注意する。					
7, 主食よりたくさんの肉を食べる。					
8, 家庭内で調味料を作る。					
9, 家庭内で漬物などを作る。					
10, 食品同士の組み合わせによる体への有害作用に関心がある。					
11, 食品同士の組み合わせによる体への有効作用に関心がある。					
12, 夏は果物や野菜をたくさん食べる。					
13, 夏は脂っこいものをたくさん食べる。					
14, 夏はたくさん水を飲む。					
15, 冬は、揚げ物をたくさん食べる。					
16, 冬は冷たいものをたくさん食べる。					
17, 健康のために栄養のバランスに注意している。					
18, 食後に軽く運動をしている。					

設問 2-2 あなたが以下の野菜を食べる季節に○を付けてください。

	白菜	ピーマン	トマト	ねぎ	ジャガイモ	イモ	きのこ類
春							
夏							
秋							
冬							

設問 2-3 あなたの体が以下の状態のとき、どのような対処をしますか。当てはまる項目に○をつけてください。

	薬を飲む	漢方薬を飲む	病院に行く	体を休める	体の状態にあった食べ物を食べる	なにもしない	その他()
発熱							
せき							
頭痛							
鼻水							
腹痛							

設問 2-4 あなたが外食をする頻度をお答えください。朝食、昼食、夕食ごとに当てはまる項目に○を付けてください。

	毎日	週 5~6 回	週 3~4 回	週 1~2 回	月 1~2 回	月 1 回以下
朝食						
昼食						
夕食						

設問 2-5 あなたが外食をする際によく利用する店に○を付けてください。(複数回答可)

1, 屋台の料理 2, 中国料理 3, 韓国料理 4, 日本料理 5, イタリア料理 6, フランス料理
7, 西洋式ファーストフード 8, 中国式ファーストフード 9, 焼肉 10, すし 11, その他()

設問 2-6 あなたは以下の食品をどのくらいの頻度で食べていますか。当てはまる項目に○をつけてください。

	毎日	週 5~6 回	週 3~4 回	週 1~2 回	月 1~2 回	月 1 回以下
ご飯						
粥						
饅頭						
めん類						
煎餅						
パン						
豚肉						
鶏肉						
牛肉						
羊肉						
卵						
川魚						
海魚						
牛乳						
チーズ						
ヨーグルト						
冷凍食品						
インスタント食品						

設問 2-7 あなたは、以下の生鮮食料品をどこで購入していますか。あてはまる空欄に○を付けてください。

	デパート	スーパー	菜市场	コンビニ エンスス トア	その他 ()
野菜					
果物					
豚肉					
牛肉					
羊肉					
鶏肉					
川魚					
海魚					
卵					
米					
豆類					
牛乳					
チーズ					
ヨーグルト					

設問 2-8 あなたが生鮮食料品を購入する際に重視する点を下記から 3 つ選び、○を付けてください。

1, 鮮度	2, 価格	3, 産地	4, 安全性	5, 見た目	6, 味	7, ブランド	8, 旬であること	9, その他 ()
-------	-------	-------	--------	--------	------	---------	-----------	------------

ありがとうございました！！

山东省的饮食生活问卷的调查的请求

我是日本的研究生叫天野通子。现在，正在研究关于经济发展中的中国山东省的饮食生活，请大家协助回答问卷。请多关照。

（填写上的注意）

回答问卷的时候，请不要与其他人商量，一定请自己回答。

联络处地址

広島大学大学院生物圏科学研究科食料市場学研究室

天野 通子

日本国広島県東広島市鏡山1丁目4-4

问题 1 关于你自己的提问。在合适的答案上请划○。

问题 1-1 请回答你的性别。

1, 男性 2, 女性

问题 1-2 请回答你的年龄。

岁

问题 1-3 你的爸爸工作吗？

1, 工作 2, 不工作

问题 1-4 你的妈妈工作吗？

1, 工作 2, 不工作

问题 1-5 请填写你家庭成员构造。（比方：爷爷，奶奶，爸爸，妈妈，我）

问题 1-6 平日一天和爸爸或妈妈一起度过多长时间？

1, 1 少时以下 2, 1~3 少时 3, 3~5 少时 4, 5 少时以上

问题 1-7 平日爷爷或奶奶或姥爷或姥姥等一起吃过饭菜吗？

1, 吃过 2, 没吃过

☆对回答吃过了的人提问。

你和爷爷或奶奶或姥爷或姥姥等一起一个月吃几次饭？

1, 每天 2, 一个星期 2~3 次 3, 一个星期 1 次 4, 一个月 2~3 次 5, 一个月 1 次
6, 另外 ()

问题 2 关于你平时的饮食生活的提问。

问题 2-1 对下面表格中的情况，你平时怎么做？在合适的答案上请划○。

	不是	不总是	不一定	总是	是
1, 你吃饭到饱了为止才不吃吗?					
2, 天热的时候, 你吃凉的食物比吃热的食物多吗?					
3, 你吃变凉的料理吗?					
4, 只有俄勒的时候, 想吃零食吗?					
5, 你总吃油腻的食物吗?					
6, 饭后, 你做轻度运动吗?					

问题 2-2 把下面表格中的蔬菜，你平常那个季节吃？在合适的答案上请划○。

	白菜	青椒	西红柿	葱	土豆	薯	蘑菇
春							
夏							
秋							
冬							

问题 2-3 你喜欢的主食是什么？请必须选择 3 个合适的答案，并在上面划○。

1, 米饭 2, 粥 3, 馒头 4, 面条 5, 煎饼 6, 面包 7, 另外 ()

问题 2-4 喜欢的食物是什么？请必须选择 3 个合适的答案，并在上面划○。

1, 猪肉 2, 鸡肉 3, 牛肉 4, 羊肉 5, 蛋 6, 河鱼 7, 海鱼 8, 牛奶 9, 奶酪 10, 酸奶
11, 冷冻食品 12, 方便食品

问题 2-5 在外面吃饭的话，你喜欢的菜是什么？请必须选择 3 个合适的答案，并在上面划○。

1, 露天摊位 2, 中国菜 3, 韩国菜 4, 日本菜 5, 意大利菜 6, 法国菜 7, 西式快餐
8, 中式快餐 9, 韩国烤肉 10, 寿司 11, 另外 ()

问题 2-6 在家里吃外卖的话，你喜欢的菜是什么？请必须选择 3 个合适的答案，并在上面划○。

1, 露天摊位 2, 中国菜 3, 韩国菜 4, 日本菜 5, 意大利菜 6, 法国菜 7, 西式快餐
8, 中式快餐 9, 韩国烤肉 10, 寿司 11, 另外 ()

问题 2-7 在家里喜欢做什么样的菜，请自由填写（料理名）

★接着是最后的问题。在下面的空格儿内请自由填写你喜欢的食物和零食。

喜欢的食物	喜欢的零食
-------	-------

山東省の食生活アンケートに関するお願い

私は日本の大学院で学んでいる学生で天野通子といます。現在、経済発展中の中国山東省の食生活について研究を進めています。アンケートへのご協力よろしくお願いたします。

（記入についてのお願い）

アンケートに回答の際は、他の方とご相談されることなく、必ず一人で考えてお答えください。

連絡先

広島大学大学院生物圏科学研究科食料市場学研究室

天野 通子

日本国広島県東広島市鏡山1丁目4-4

質問 1 あなた自身について質問します。当てはまる数字に○をつけてください。

質問 1-1 あなたの性別をお答えください。

1, 男性 2, 女性

質問 1-2 あなたの年をお答えください。

才

質問 1-3 あなたのお父さんは働いていますか。

1, はい 2, いいえ

質問 1-4 あなたのお母さんは働いていますか。

1, はい 2, いいえ

質問 1-5 あなたの家の家族構成を下の空欄に書いてください。

（例：おじいちゃん、おばあちゃん、お父さん、お母さん、私）

質問 1-6 あなたは平日、一日にどのくらいお父さんまたはお母さんと一緒に過ごしますか。

1, 1時間以下 2, 1～3時間 3, 3～5時間 4, 5時間以上

質問 1-7 あなたは、おじいちゃん、おばあちゃんと一緒に食事をしたことがありますか。

1, ある 2, ない

☆「はい」と答えた方に質問します。

あなたは、おじいちゃんまたはおばあちゃんとどのくらい一緒に食事をしますか。

1, 毎日 2, 週に2～3回 3, 週に1回 4, 週に2～3回 5, 月に1回 6, その他()

質問 2 あなたの普段の食生活について質問します。

質問 2-1 下の表に書かれていることに対して、あなたは普段どのようにしていますか。当てはまる数字に○をつけてください。

	いいえ	どちらかといえはいいえ	どちらでもない	どちらかといえははい	はい
1, 食事はおなかいっぱいになるまで食べない。					
2, 暑い日は暖かいものより冷たいものを食べる。					
3, 冷めた料理でも食べる。					
4, お腹がすいているときだけおかしを食べる。					
5, あぶらっこいものをよく食べる。					
6, ご飯のあと、軽く運動をする。					

質問 2-2 あなたは、下の表にある野菜をどの季節に食べますか。当てはまる場所に○をつけてください。

	白菜	ピーマン	トマト	葱	ジャガイモ	イモ	きのこ類
春							
夏							
秋							
冬							

質問 2-3 あなたの好きな主食は何ですか。当てはまる数字に3つ○をつけてください。

1, ごはん 2, お粥 3, 饅頭 4, めん類 5, 煎餅 6, パン 7, その他()

質問 2-4 あなたの好きな主食は何ですか。当てはまる数字に3つ○をつけてください。

1, 豚肉 2, 鳥肉 3, 牛肉 4, 羊肉 5, たまご 6, 川魚 7, 海魚
8, 牛乳 9, チーズ 10, ヨーグルト 11, 冷凍食品の食べ物 12, インスタント食品

質問 2-5 あなたが外食で好きな料理は何ですか。当てはまる数字に3つ丸を○をつけてください。

1, 屋台の料理 2, 中国料理 3, 韓国料理 4, 日本料理 5, イタリア料理 6, フランス料理
7, 西洋式ファーストフード 8, 中国式ファーストフード 9, 焼肉 10, すし 11, その他()

質問 2-6 あなたが外で買って家で食べる料理で好きなものは何ですか。当てはまる数字に3つ○をつけてください。

1, 屋台の料理 2, 中国料理 3, 韓国料理 4, 日本料理 5, イタリア料理 6, フランス料理
7, 西洋式ファーストフード 8, 中国式ファーストフード 9, 焼肉 10, すし 11, その他()

質問 2-7 家で作る料理で好きなものは何ですか。下の空欄に自由に書いてください。(料理名)

--

★最後の質問です。下の空欄にあなたの好きな食べ物とおかしを自由に書いてください。

好きな食べもの	好きなおかし
---------	--------

ありがとうございました！！

关于中国重庆市的饮食生活的调查

我是日本的广岛大学研究生院生物圏科学研究科的学生。现在正在研究中国重庆市饮食生活的情况。请大家协助回答问卷。

回答的内容决不使用在研究以外。回答的时候可以填写您的名字。决不泄漏回答的内容。请大家如实回答，感谢您的帮助。

（填写上的注意事项）

回答问卷的时候，请不要与其他人商量

联络处地址

広島大学大学院生物圏科学研究科食料市場学研究室

天野 通子

日本国広島県東広島市鏡山1丁目4-4

问题 1 关于您自己的提问。在合适的答案上请划○。

问题 1-1 请回答您的性别。

1, 男性 2, 女性

问题 1-2 请回答您的年龄。

岁

问题 1-3 以下的工作您做哪个一种？

1, 个体经管 2, 国企 3, 民企 4, 外资企业 5, 公务员 6, 家庭主妇 7, 其他（ ）

★ 对回答工作的人，提问。

1, 您在工作单位什么工作？请自有填写。

2, 您的月薪吗？

①1,000~1,999 元 ②2,000~2,999 元 ③3,000~3,999 元 ④4,000~4,999 元 ⑤5,000~5,999 元
⑥6,000 元以上

3,您家里一个月的伙食费吗？ 元

问题 1-4 请回答您的家庭结构。

1, 三口之家 2, 和父母同居 3, 其他（ ）

问题 1-5 平常一天和您孩子一起度过的时间？

1, 1 少时以下 2, 1~3 少时 3, 3~5 少时 4, 5 少时以上

问题 1-6 你和公公，婆婆或岳父，岳母一起一个月吃几次饭？

1, 一个月 1 次以下 2, 一个月 1~3 次 3, 一个星期 1~2 次 4, 一个星期 3~4 次
5, 一个星期 5~6 次 6, 每天

问题 2 关于您平时的饮食生活提问。

问题 2-1 关于您吃饭的时候的行动提问。对下面表中的情况，您的行动最接近的答案请划○。

	是	总是	不一定	不总是	不是
1, 吃饭吃到饱了为止才不吃吗?					
2, 只有饿了的时候想吃零食吗?					
3, 饭菜凉了也没关系的吃吗?					
4, 天热的时候, 您吃凉的食物比吃热的食物多吗?					
5, 冬天的时候好好吃早饭的时候比其他的季节多吗?					
6, 夏季您会比其他季节更注意晚饭不吃多吗?					
7, 您吃肉比主食多吗?					
8, 您在家里做调味料吗?					
9, 您在家里腌制食物吗?					
10, 您关心什么样的食物组合到一起对身体有害吗?					
11, 您关心什么样的食物组合到一起对身体有好处吗?					
12, 夏天的时候您吃水果和蔬菜多吗?					
13, 夏天的时候您吃油腻的食物多吗?					
14, 夏天的时候多喝水吗?					
15, 冬天的时候多吃油炸的食物吗?					
16, 冬天的时候吃凉的食物多吗?					
17, 为了身体健康, 您会注重食品的管养搭配吗?					
18, 饭后做轻度运动吗?					
19, 吃饭的时候是大家不分盘吗?					
20, 吃饭用公筷吗?					

问题 2-2 您的身体在下面表格的状态的时候, 您会怎么做? 在合适的答案上请划○。

	吃药	吃中药	去医院	休息	吃何时身体状态的食物	什么也不做	其他 ()
发烧							
咳嗽							
头痛							
鼻水							
腹痛							

问题 2-3 您一个星期几次跟家人一起吃饭? 请在早饭, 午饭, 晚饭合适的答案上请划○。

	一个星期 1~2 次	一个星期 3~4 次	一个星期 5~6 次	每天
早饭				
午饭				
晚饭				

→见背面

问题 2-4 您一个月去外面吃几次饭？请在早饭，午饭，晚饭合适的答案上请划○。

	一个月 1 次一下	一个月 1~2 次	一个星期 1~2 次	一个星期 3~4 次	一个星期 5~6 次	每天
早饭						
午饭						
晚饭						

问题 2-5 去外面吃饭的时候，您去哪个餐馆？在去的次数多的餐馆上，请划○。（可以复数回答）

1, 露天摊位 2, 中国菜 3, 韩国菜 4, 日本菜 5, 意大利菜 6, 法国菜 7, 西式快餐
8, 中式快餐 9, 韩国烤肉 10, 寿司 11, 另外 ()

问题 2-6 在外面吃饭的话，你喜欢的菜是什么？请必须选择 3 个合适的答案，并在上面划○。

1, 露天摊位 2, 中国菜 3, 韩国菜 4, 日本菜 5, 意大利菜 6, 法国菜 7, 西式快餐
8, 中式快餐 9, 韩国烤肉 10, 寿司 11, 另外 ()

问题 2-7 下面表格中的食物您一个月吃几次？在合适的答案上请划○。

	不吃	一个月 1 次以下	一个月 1~2 次	一个星期 1~2 次	一个星期 3~4 次	一个星期 5~6 次	每天
米饭							
粥							
馒头							
面条							
煎饼							
面包							
猪肉							
鸡肉							
牛肉							
羊肉							
蛋							
河鱼							
海鱼							
牛奶							
奶酪							
酸奶							
冷冻食品							
方便食品							

问题 2-8 下面的食物您平常去哪里购买？在合适的答案上请划○。

	百货商店	超市	菜市场	便利店	其他 ()
蔬菜					
水果					
猪肉					
牛肉					
羊肉					
鸡肉					
河鱼					
海鱼					
蛋					
大米					
豆类					
牛奶					
奶酪					
酸奶					

问题 2-9 购买新鲜食品的时候，您重视什么？请必须选择 3 个合适的答案，并在上面划○。

1, 鲜度 2, 价格 3, 产地 4, 安全性 5, 美观 6, 味道 7, 品牌 8, 应季产品尝 9, 其他 ()

以上问卷结束。

非常感谢您的合作!!

中国重慶市における食生活に関する調査

私は、広島大学大学院生物圏科学研究科の学生です。現在経済発展中の中国重慶市における食生活について研究を進めております。研究を進めるにあたり、山東省の方々に食生活に関する質問にお答えしていただきたく存じます。

ご回答の内容は研究以外の目的に使用することはありません。また、回答は無記名です。ご回答の内容が外部の方に漏れることは決してありません。どうぞありのままにお答えいただきますようお願いいたします。

（記入上の注意）

ご回答にあたって、他の方とご相談されることなく、必ずお一人でお答えください。

連絡先

広島大学大学院 生物圏科学研究科食料市場学研究室

天野 通子

日本国広島県東広島市鏡山1丁目4-4

設問1 あなた自身についてお伺いします。当てはまる数字に○をつけてください。

設問1-1 あなたの性別をお答えください。

1, 男性 2, 女性

設問1-2 あなたの年齢をお答えください。

歳

設問1-3 あなたの職業をお答えください。

1, 自営業 2, 国営企業 3, 民間企業 4, 外資企業 5, 公務員 6, 専業主婦 7, その他 ()

★ 専業主婦以外の方にお伺いします。

1, あなたは職場でどのような仕事をしていますか。ご自由にお書きください。

2, あなたの月収をお答えください。

①1,000～1,999元 ②2,000～2,999元 ③3,000～3,999元 ④4,000～4,999元 ⑤5,000～5,999元
⑥6,000元以上

3,あなたの家庭における一ヶ月の生活費をお答えください。 元

設問1-4 あなたの家族構成をお答えください。

1, 三人家族 2, 祖父母同居 3, その他 ()

設問1-5 あなたが平日、一日にお子様と過ごす時間をお答えください。

1, 1時間以下 2, 1～3時間 3, 3～5時間 4, 5時間以上

設問1-6 あなたはどのくらいの頻度で自分、または配偶者の父親、または母親と一緒に食事をしますか。

1, 月1回以下 2, 月1～3回 3, 週1～2回 4, 週3～4回 5, 週5～6回 6, 毎日

設問 2 あなたの普段の食生活についてお伺いします。

設問 2-1 あなたが食事をする際にとる行動についてお伺いします。以下の項目に対し、あなたのとる行動に近い項目に○を付けてください。

	はい	どちらかといえははい	どちらでもない	どちらかといえはいえ	いいえ
1, 食事は腹八分目までしか食べない。					
2, お腹がすいているときだけ間食する。					
3, 冷めた料理でも関係なく食べる。					
4, 暑い日は暖かいものより冷たいものを食べる。					
5, 冬は他の季節に比べて朝ごはんをしっかり食べる。					
6, 夏は他の季節より夕食の食べすぎに注意する。					
7, 主食よりたくさん肉を食べる。					
8, 家庭内で調味料を作る。					
9, 家庭内で漬物などを作る。					
10, 食品同士の組み合わせによる体への有害作用に関心がある。					
11, 食品同士の組み合わせによる体への有効作用に関心がある。					
12, 夏は果物や野菜をたくさん食べる。					
13, 夏は脂っこいものをたくさん食べる。					
14, 夏はたくさん水を飲む。					
15, 冬は、揚げ物をたくさん食べる。					
16, 冬は冷たいものをたくさん食べる。					
17, 健康のために栄養のバランスに注意している。					
18, 食後に軽く運動をしている。					
19, 食事は共餐で食べるが多い					
20, 共餐で食事をするときは取り箸をつかうようにしている					

設問 2-2 あなたの体が以下の状態のとき、どのような対処をしますか。当てはまる項目に○をつけてください。

	薬を飲む	漢方薬を飲む	病院に行く	体を休める	体の状態にあった食べ物を食べる	なにもしない	その他 ()
発熱							
せき							
頭痛							
鼻水							
腹痛							

設問 2-3 あなたが家族と食事をする頻度をお答え下さい。朝食、昼食、夕食ごとに当てはまる項目に○をつけてください。

	週 1～2 回	週 3～4 回	週 5～6 回	毎日
朝食				
昼食				
夕食				

設問 2-4 あなたが外食をする頻度をお答えください。朝食、昼食、夕食ごとに当てはまる項目に○をつけてください。

	月 1 回以下	月 1～2 回	週 1～2 回	週 3～4 回	週 5～6 回	毎日
朝食						
昼食						
夕食						

設問 2-5 あなたが外食をする際によく利用する店に○をつけてください。(複数回答可)

1, 屋台の料理 2, 中国料理 3, 韓国料理 4, 日本料理 5, イタリア料理 6, フランス料理
7, 西洋式ファーストフード 8, 中国式ファーストフード 9, 焼肉 10, すし 11, その他()

質問 2-6 あなたが外食で好きな料理は何ですか。当てはまる数字に 3 つ ○ をつけてください。

1, 屋台の料理 2, 中国料理 3, 韓国料理 4, 日本料理 5, イタリア料理 6, フランス料理
7, 西洋式ファーストフード 8, 中国式ファーストフード 9, 焼肉 10, すし 11, その他()

設問 2-7 あなたは以下の食品をどのくらいの頻度で食べていますか。当てはまる項目に○をつけてください。

	全く食べない	月1回以下	週1~2回	週3~4回	週5~6回	毎日
ご飯						
粥						
めん類						
饅頭						
煎餅						
パン						
豚肉						
鶏肉						
牛肉						
羊肉						
卵						
川魚						
海魚						
牛乳						
チーズ						
ヨーグルト						
冷凍食品						
インスタント食品						

設問 2-8 あなたは、以下の生鮮食料品をどこで購入していますか。あてはまる空欄に○を付けてください。

	デパート	スーパー	菜市场	コンビニ エンス ストア	その他 ()
野菜					
果物					
豚肉					
牛肉					
羊肉					
鶏肉					
川魚					
海魚					
卵					
米					
豆類					
牛乳					
チーズ					
ヨーグルト					

設問 2-9 あなたが生鮮食料品を購入する際に重視する点を下記から3つ選び、○を付けてください。

1, 鮮度	2, 価格	3, 産地	4, 安全性	5, 見た目	6, 味	7, ブランド	8, 旬であること	9, その他()
-------	-------	-------	--------	--------	------	---------	-----------	-----------

ありがとうございました！！

重庆市的饮食生活问卷的调查的请求

我是日本的研究生叫天野通子。现在，正在研究关于经济发展中的中国重庆市的饮食生活，请大家协助回答问卷。请多关照。

（填写上的注意）

回答问卷的时候，请不要与其他人商量，一定请自己回答。

联络处地址

広島大学大学院生物圏科学研究科食料市場学研究室

天野 通子

日本国広島県東広島市鏡山1丁目4-4

问题 1 关于你自己的提问。在合适的答案上请划○。

问题 1-1 请回答你的性别。

1, 男性 2, 女性

问题 1-2 请回答你的年龄。

_____ 岁

问题 1-3 你的爸爸工作吗？

1, 工作 2, 不工作

问题 1-4 你的妈妈工作吗？

1, 工作 2, 不工作

问题 1-5 请填写你家庭成员构造。（比方：奶奶，爸爸，妈妈，我）

问题 1-6 平日一天和爸爸或妈妈一起度过多长时间？

1, 1 少时以下 2, 1~3 少时 3, 3~5 少时 4, 5 少时以上

问题 1-7 平日爷爷或奶奶或姥爷或姥姥等一起吃过饭菜吗？

1, 吃过 2, 没吃过

☆对回答吃过了的人提问。

你和爷爷或奶奶或姥爷或姥姥等一起一个月吃几次饭？

1, 一个月 1 次以下 2, 一个月 1~3 次 3, 一个星期 1~2 次 4, 一个星期 3~4 次
5, 一个星期 5~6 次 6, 每天

问题 2 关于你平时的饮食生活的提问。

问题 2-1 对下面表格中的情况，你平时怎么做？在合适的答案上请划○。

	是	总是	不一定	不总是	不是
1, 你吃饭到饱了为止才不吃吗?					
2, 天热的时候, 你吃凉的食物比吃热的食物多吗?					
3, 你吃变凉的料理吗?					
4, 只有俄勒的时候, 想吃零食吗?					
5, 你总吃油腻的食物吗?					
6, 饭后, 你做轻度运动吗?					

问题 2-2 你喜欢吃怎么样的方式，分盘或不分盘？

1, 不分盘 2, 不一定 3, 分盘

问题 2-3 吃饭用公筷吗？

1, 不用 2, 偶尔用 3, 一定用

问题 2-4 你喜欢的主食是什么？请必须选择 3 个合适的答案，并在上面划○。

1, 米饭 2, 粥 3, 馒头 4, 面条 5, 煎饼 6, 面包 7, 另外 ()

问题 2-5 你喜欢的食物是什么？请必须选择 3 个合适的答案，并在上面划○。

1, 猪肉 2, 鸡肉 3, 牛肉 4, 羊肉 5, 蛋 6, 河鱼 7, 海鱼 8, 牛奶 9, 奶酪 10, 酸奶
11, 冷冻食品 12, 方便食品

问题 2-6 在外面吃饭的话，你喜欢的菜是什么？请必须选择 3 个合适的答案，并在上面划○。

1, 露天摊位 2, 中国菜 3, 韩国菜 4, 日本菜 5, 意大利菜 6, 法国菜 7, 西式快餐
8, 中式快餐 9, 韩国烤肉 10, 寿司 11, 另外 ()

问题 2-7 在家里吃外卖的话，你喜欢的菜是什么？请必须选择 3 个合适的答案，并在上面划○。

1, 露天摊位 2, 中国菜 3, 韩国菜 4, 日本菜 5, 意大利菜 6, 法国菜 7, 西式快餐
8, 中式快餐 9, 韩国烤肉 10, 寿司 11, 另外 ()

问题 2-8 在家里喜欢做什么样的菜，请自由填写（料理名）

--

★接着是最后的问题。在下面的空格儿内请自由填写你喜欢的食物和零食。

喜欢的食物

喜欢的零食

以上问卷结束。非常感谢您的合作!!

重慶市の食生活アンケートに関するお願い

私は日本の大学院で学んでいる学生で天野通子といます。現在、経済発展中の中国重慶市の食生活について研究を進めています。アンケートへのご協力よろしくお願いたします。

（記入についてのお願い）

アンケートに回答の際は、他の方とご相談されることなく、必ず一人で考えてお答えください。

連絡先

広島大学大学院生物圏科学研究科食料市場学研究室

天野 通子

日本国広島県東広島市鏡山1丁目4-4

質問1 あなた自身について質問します。当てはまる数字に○をつけてください。

質問1-1 あなたの性別をお答えください。

1, 男性 2, 女性

質問1-2 あなたの年をお答えください。

才

質問1-3 あなたのお父さんは働いていますか。

1, はい 2, いいえ

質問1-4 あなたのお母さんは働いていますか。

1, はい 2, いいえ

質問1-5 あなたの家の家族構成を下の空欄に書いてください。

（例：おばあちゃん、お父さん、お母さん、私）

質問1-6 あなたは平日、一日にどのくらいお父さんまたはお母さんと一緒に過ごしますか。

1, 1時間以下 2, 1～3時間 3, 3～5時間 4, 5時間以上

質問1-7 あなたは、おじいちゃん、おばあちゃんと一緒に食事をしたことがありますか。

1, ある 2, ない

☆「はい」と答えた方に質問します。

あなたは、おじいちゃんまたはおばあちゃんとどのくらい一緒に食事をしますか。

1, 月1回以下 2, 月1～3回 3, 週1～2回 4, 週3～4回 5, 週5～6回 6, 毎日

質問 2 あなたの普段の食生活について質問します。

質問 2-1 したの表に書かれていることに対して、あなたは普段どのようにしていますか。当てはまる場所に○をつけてください。

	はい	どちらかといえばはい	どちらでもない	どちらかといえばいいえ	いいえ
1, 食事はおなかいっぱいになるまで食べない。					
2, 暑い日は暖かいものより冷たいものを食べる。					
3, 冷めた料理でも食べる。					
4, お腹がすいているときだけおかしを食べる。					
5, あぶらっこいものをよく食べる。					
6, ご飯のあと、軽く運動をする。					

質問 2-2 あなたは共餐と分餐どちらの方法で食べるのが好きですか。

1、共餐 2、どちらでもよい 3、分餐

質問 2-3 あなたは共餐で食事をするとき取り箸を使いますか。

1、使わない 2、たまに使う 3、必ず使う

質問 2-4 あなたの好きな主食は何ですか。当てはまる数字に3つ○をつけてください。

1, ごはん 2, お粥 3, 饅頭 4, 麺類 5, パン 6, 煎餅 7, その他 ()

質問 2-5 あなたの好きな食べ物は何ですか。当てはまる数字に3つ○をつけてください。

1, 豚肉 2, 鳥肉 3, 牛肉 4, 羊肉 5, たまご 6, 川魚 7, 海魚
8, 牛乳 9, チーズ 10, ヨーグルト 11, 冷凍食品の食べ物 12, インスタント食品

質問 2-6 あなたが外食で好きな料理は何ですか。当てはまる数字に3つ○をつけてください。

1, 屋台の料理 2, 中国料理 3, 韓国料理 4, 日本料理 5, イタリア料理 6, フランス料理
7, 西洋式ファーストフード 8, 中国式ファーストフード 9, 焼肉 10, すし 11, その他 ()

質問 2-7 あなたが外で買って家で食べる料理で好きなものは何ですか。当てはまる数字に3つ○をつけてください。

1, 屋台の料理 2, 中国料理 3, 韓国料理 4, 日本料理 5, イタリア料理 6, フランス料理
7, 西洋式ファーストフード 8, 中国式ファーストフード 9, 焼肉 10, すし 11, その他 ()

質問 2-8 家で作る料理で好きなものは何ですか。下の空欄に自由に書いてください。(料理名)

--	--

★最後の質問です。下の空欄にあなたの好きな食べ物とおかしを自由に書いてください。

好きなたべもの	好きなおかし
---------	--------

ありがとうございました！！

参考文献リスト

- 1 秋谷重夫・吉田忠著『食糧・農業問題全集⑰ 食生活変貌のベクトル』、農山漁村文化協会、1988年
- 2 天野通子・矢野泉・高飛・王丹陵「現代中国における都市住民の食生活に関する一考察—山東省および重慶市での親子アンケートを事例として—」『農業市場研究』第19巻第1号、2010年6月
- 3 青柳斉「中国浙江省におけるジャポニカ米生産の拡大と背景—杭州市農村調査から—」『新大農研報』、2007年
- 4 柴彦威(CHAI, Yan-wei)、劉志林(LIU, Zhi-lin)「中国都市における単位制度の変化と生活活動および都市構造への影響」『東京大学人文地理学研究』No. 16、2003年
- 5 柴彦威(CHAI, Yan-wei)「中国都市の内部地域構造—蘭州市を例として—」『人文地理』、第43巻6号、1991年
- 6 陳晋(CHEN, Jin)「中国電機メーカーの競争力がいかに蓄積されてきたか—企業戦略論の方法で考察してみる—」『沖縄大学人文学部紀要』、第6号、2005年
- 7 陳其南(CHEN, Qi-nan)「房与传统的中国家族制度」『汉学研究』第3巻第1期、1985(= 小熊誠訳「房と伝統的中国家族制度」橋本満・深尾葉子編『現代中国の底流』、行路社、1990年)
- 8 載容秦思(DAI, Rong-qin-si)『中国昆明市における牛乳の市場構造と消費者の購買行動』、広島大学大学院生物圏科学研究科生物資源科学専攻修士論文、2011年
- 9 翟凤英(DI-Feng-ying)、何宇纳、马冠生、李艳平、王志宏、胡以松、赵丽云、崔朝辉、李园、杨晓光『中国城乡居民食物消费现状及变化趋势』中华流行病学杂志 2005年7月第26巻第7期
- 10 費孝通(FEI, Xiao-tong)『乡土中国 生育制度』、北京大学出版社、[初出 1947]1998年
- 11 藤井光男「中国の女性労働—国有企業の「工人」から非国有企業の「民工」へ—」柴山恵美子・藤井治枝・守屋貴司編著『世界の女性労働』ミネルヴァ書房、2005年
- 12 藤田武彦・兪菊生「青果物流通の再編と「菜藍子工程」」藤田武彦・小野雅之・豊田八宏・坂爪浩史編者『中国大都市にみる青果物供給システムの新展開』、筑波書房、2002年
- 13 外食産業研究編集部「特集・外食企業の海外進出(その1) 海外出店企業の動向—出店国・出店形態・企業一覧—」『Quarterly 外食産業研究』、NO.90 第号、2004年
- 14 耿莉萍(GENG, Li-ping)「对中餐企业连锁经营的思考」『商业经济与管理』 2003年、1期
- 15 関志雄(GUAN, Zhi-xiong)『中国経済のジレンマ—資本主義への道』、筑摩書房、2005年
- 16 黄季焜(HUANG-Ji-kun) 社会发展, 城市化和食物消费 中国社会科学 1994年第4期

- 17 胡欣欣 (HU, Xin-xin) 「国際小売企業の中国戦略カルフルとイトーヨーカ堂の事例比較」 矢作敏行『中国・アジアの小売業革新—全球化のインパクト—』、日本経済新聞社、2003年
- 18 伊藤セツ「家事労働の政治経済学」大森和子・好本照子・阿部和子・伊藤セツ・天野寛子共著『家事労働』光生館、1981年
- 19 伊藤フミ・玉木民子「食物嗜好についての研究（第1報）—年齢別にみた嗜好の傾向—」『新潟青陵女子短期大学 研究報告』第11号、1981年
- 20 伊藤セツ「家事労働論・家事労働研究の系譜—家政学・経済学・婦人解放論を中心に—」大森和子・好本照子・阿部和子・伊藤セツ・天野寛子『家事労働』、光生館、1981年
- 21 岩渕道夫『外食産業論—外食産業の競争と成長—』、農林統計協会、1996年
- 22 壁谷沢万里子、長沢由喜子「家事サービスの利用要因に関する構造的分析（第1報）基本的属性を視点として」『日本家政学会』Vol. 39No. 11、1988年
- 23 株式会社日本エル・シー・エー『中国外食市場の幕があけた～チャイニーズ 13億の胃袋をねらえ～』、ごま書房、2005年
- 24 川崎賢子・中村陽一編者『アンペイド・ワークとは何か』、藤原書店、2000年
- 25 柯文武編 (KE, Wen-wu) 『中国农民食物消費研究』、中国农业出版社、2007年
- 26 菊地弘美・坂西祐介「特別レポート 中国における学校給食の現状」『畜産の情報 海外編』（192）、2005年10月
- 27 木南莉莉『国際フードシステム論』農林統計出版、2009年
- 28 木村春子『食に見る日本と中国 火の料理 水の料理』、農山村漁村分化協会、2005年
- 29 木下順子・彭代彦「中国の食生活は「洋風化」しているか 中国都市部における動物性タンパク源需要の将来展望」『農林経済』第9876号、2007年7月5日
- 30 上北恭史「中国の伝統的空間モデルの原理と近代化による住空間変容—中国都市住宅における住空間特性の研究1」『デザイン学研究』Vol. 42No. 3、1995年
- 31 孔麗 (KONG, Li) 『現代中国経済政策史年表』、日本経済評論社、2008年
- 32 黎东升 (LI-Dong-sheng) 『城乡居民食物消費需求的实证研究—基于湖北的例证』、浙江大学博士学位论文、2005年
- 33 李瑞雪 (LI, Rui-xue) 「中国の物流産業と物流市場の構造的変化に関する一考察」『国際開発研究フォーラム』25、2004年
- 34 刘军茄 (LIU, Jun-qie)、『中国飲食』、五洲伝播出版社、2004年
- 35 刘迅张庆 (LIU, Xun-zhang-qing) 「三全市品の启示」『ENTERPRISE MANAGEMENT』2010年3月
- 36 李震 (LI, Zhen) 「中式快餐的发展现状与策略分析」『科技创业月刊』2009年、22卷12期

- 37 李哲敏 (LI-Zhemin) 『中国城乡居民食物消费及营养发展研究』 中国农业科学博士学位论文, 2007 年
- 38 丸山知雄 『現代中国の産業 勃興する中国企業の強さと脆さ』、中央公論新社、2007 年
- 39 丸山知雄 『労働市場の地殻変動 シリーズ現代中国経済 3』、名古屋大学出版会、2002 年
- 40 南亮進・牧野文雄 『中国経済入門[第2版]世界の工場から世界の市場へ』、日本評論社、2006 年 (初版=2001 年)
- 41 美土路達雄 「食生活様式論」 『食の科学』 69-75, 77 号、1983-84 年
- 42 宮村光重・吉田忠 『食糧の経済 真の豊かさを求めて』、ナカニシヤ出版、1981 年
- 43 富沢賢治 「労働と社会化と社会的経済」 『大原社会問題研究所雑誌』、No. 534、2003 年
- 44 溝口由己 「ジェンダーからみる中国の市場経済化—都市部労働市場の変化とジェンダー—」 法政大学比較経済研究所/原伸子編 『比較経済研究所研究シリーズ 20 市場とジェンダー—理論・実証・文化』、財団法人法政大学出版局、2005 年
- 45 田村安興 「中国の食—五千年の歴史とその技法」 吉田忠・田村安興・佐々木隆・重富真一編 『全集 世界の食料 世界の農村 22 食生活の表層と底流』、農山漁村文化協会、1997 年
- 46 中村璋八 「中国の食思想」 石毛直道他 『食の文化 食の思想と行動』、農業農村文化協会、1999 年
- 47 中山誠記、 『食料の経済学』、同文書院、1964 年
- 48 日本貿易新興機構 「中国華東地域の進出日系食品産業・外食産業実態調査」 『JETRO 海外農林水産情報』、VOL. 142、2005 年 3 月
- 49 仁井田陞 『中国の農村家族』、東京大学出版社、1952 年
- 50 西澤治彦 『中国食事文化の研究 食をめぐる家族と社会の歴史人類学』、風響社、2009 年
- 51 小野雅之 「市場経済の導入と青果物市場流通の展開」 藤田武彦・小野雅之・豊田八宏・坂爪浩史編者 『中国大都市にみる青果物供給システムの新展開』、筑波書房、2002 年
- 52 落合恵美子 「現代中国都市家族の社会的ネットワーク—無錫市の事例から」 首藤明和・落合恵美子・小林一穂 『分岐する現代中国家族 個人と家族の再編成』 (日中社会学叢書 グローバリゼーションと東アジア社会の新構想 4)、明石書店、2008 年
- 53 彭代彦 (PENG, Dai-yan)、「中国の食生活の洋風化と食料需要」、 『農林経済』No. 9504、2003 年
- 54 彭代彦・大下順子・鈴木宣弘、 『中国の動物性タンパク源消費に関する近年の動向と今後の見通し—肉・魚・酪農品需要の所得階層別所得弾力性の推計 (1996-2003) —』、2007 年

- 55 レスター・R・ブラウン、今村奈良臣訳『だれが中国を養うのか？迫りくる食糧危機の時代』、ダイヤモンド社、1995年
- 56 阮蔚 (RUAN, Wei) 「中国の野菜農政と野菜輸出—高まる野菜生産と輸出の重要性—」『農林金融』、2001年
- 57 阮蔚 (RUAN, Wei) 「中国食品産業の現状—食品需要の変化と食品産業の発展—」『農林金融』、Vol. 52No. 8、1999年
- 58 沙吉才 (SHA, Ji-cai) 主編『当代中国婦女家庭地位研究』 天津：天津人民出版社、1995年
- 59 島永嵩子「改革開放における中国流通政策の展開」『神戸学院大学経営学論集』第6巻第2号、2010年
- 60 Chizuru Shono・Nobuhiro Suzuki・Harry M. Kaiser、『Will China's Diet Follow Western Diets?』、Agribusiness, vol. 16, No. 3, pp. 271-279, 2000
- 61 茂野隆一「食料消費における家事の外部化—需要体系による接近—」『生活経済学研究』第19巻、2004年
- 62 篠田統『中国食物史の研究』、八坂書房、1978年
- 63 白石和良『農業・農村から見る現代中国事情』、家の光協会、2005年
- 64 白石和良『中国の食品産業 その現状と展望』、農村漁村文化協会、1999
- 65 シルヴァン・ウィットワール・余友泰・孫頌・王連錚著、坂本楠彦訳『十億人を養う 詳説・中国の食糧生産』、農山村漁村分化協会、1989年
- 66 下見隆雄『考と母性のメカニズム』、研文出版、1997年
- 67 首藤明和「漢人家族の「個人と家族」の再考に向けて」首藤明和・落合恵美子・小林一穂『分岐する現代中国家族 個人と家族の再編成』、明石書店、2008年
- 68 隋継学 (SUI, Ji-xue) 『速凍食品加工技術』 中国农业大学出版社、2008年
- 69 高田公理・石毛直道編『食の文化フォーラム 都市化と食』、ドメス出版、1995年
- 70 田村眞八郎・石毛直道『食の文化フォーラム 外食の文化』、ドメス出版、1993年
- 71 田村安興「中国の食—五千年の歴史とその技法」吉田忠・田村安興・佐々木隆・重富真一『食生活の表層と底流』、農山漁村文化協会、1997年
- 72 田中秀樹「「日本型食生活」の変貌と食卓からの協同」『地域づくりと協同組合運動 食と農を協同でつなぐ』、大月書店、2008年
- 73 上北恭史「中国の伝統的空間モデルの原理と近代化による住空間変容—中国都市住宅における住空間特性の研究1」『デザイン学研究』Vol. 42No. 3、1995年
- 74 梅澤直樹「グローバリゼーション下の家事労働」『季刊家計経済研究』No. 56、2002年
- 75 王仁湘・肖瀟 (WANG, Ren-xiang XIAO, Xiao)、『図説中国文化 飲食巻』、吉林人民出版社、2007年
- 76 王初文・大原興太郎「医食同源・薬食同源に関する歴史的考察—中国の古典を中心に

- して一」『三重大学生物資源紀要』、第3号、2003年
- 77 渡辺利夫『社会主義市場経済の中国』、講談社、1994年
- 78 呉軍(WU, Jun)「中国における生鮮食料品をめぐる自由市場とスーパーマーケットの競争」『経営研究』第49巻第3号、1998年
- 79 呉軍(WU, Jun)「中国の都市部におけるチェーン・ストアの規模拡大競争と流通機構への影響」『流通経済大学論集』第36巻第3号、2002年
- 80 阳翼 (Yang, Yi) 『中国独生代消费行为研究』、暨南大学出版社、2008年
- 81 楊志 (YANG, Zhi)秋山洋子訳「現代中国女性の役割り矛盾」秋山洋子・江上幸子・田畑佐和子・前山加奈子編訳『中国の女性学 平等幻想に挑む』勁草書房、1998年
- 82 吉田忠・田村安興・佐々木隆・重富真一『食生活の表層と底流』、農山漁村文化協会、1997年
- 83 袁靖 (YUAN, Jing) 「中国中国新石器时代家畜起源的几个问题」『农业考古』、2001年3期
- 84 袁靖 (YUAN, Jing) 中国古代農耕社会における家畜の問題について」、
- 85 参照 URL:<http://abc0120.net/exhibition/abc2007112.html>
- 86 俞菊生 (YU, Ju-sheng) 『現代中国の生鮮食料品流通改革』、筑波書房、1997年
- 87 湯谷昇羊『巨龍に挑む 中国の流通を変えたイトーヨーカ堂のサムライたち』、ダイヤモンド社、2010年
- 88 中国物流与采购联合会冷链物流专业委员会，全国物流标准化技术委员会冷链物流分技术委员会，中国物流技术协会編『中国冷链物流发展报告 2010』、中国物资出版社、2010年
- 89 中国营养学会 (Zhongguo-yingyang-xuehui) 『中国居民膳食指南』、西藏人民出版社、2008年
- 90 中华人民共和国农业部『中国农业统计资料』、中国农业出版社、2003年
- 91 中華全国婦女連合会著、(財)アジア女性交流・研究フォーラム訳『中国の女性 改訂版 アジア女性シリーズ NO.9』、(財)アジア女性交流・研究フォーラム、2002年
- 92 周達生 (ZHOU, Da-sheng)、『中国食物誌—中国料理あれこれ』、創元社、1976年
- 93 周達生 (ZHOU, Da-sheng)、『中国の食文化』、創元社、1989年

謝辞

大学院における研究生生活の総括として博士論文を仕上げることができ、ここに至るまでに私を支えてくださった多くの方々に、心から感謝の意を表します。

特に、主指導教員である広島大学大学院生物圏科学研究科矢野泉准教授には、研究を進めるに当たり、常にきめ細かく的確な指導を粘り強くしてくださいました。いつも楽しく笑いながら、しかし時には厳しく私を指導してください、ここには書ききれないほどの多くのことを学ばせて頂いたことに大変感謝しています。

また、同研究科の田中秀樹教授、山尾政博教授、細野賢治准教授、高梨子文恵特任講師におかれましても、ゼミや研究室等で常に有用なご指摘やアドバイスをしてください、研究を進めるにあたって私の視野を大きく広げてくださいました。特に、田中秀樹教授には、食生活を研究する上での多くの重要な視点をご教授してくださいました。山尾政博教授には、論文としてのまとめ方や考え方など多くの有用なご指摘をいただきました。また、四川農業大学への留学のチャンスも頂戴しました。各先生方から多くの薫陶を受け、これまでの研究成果をひとつにまとめることができたことに対し、心から感謝いたします。

加えて、中国で行ったアンケートや企業調査において多くの方々のお力をお借りしました。四川農業大学の蒋远胜教授および院生の方々、市場学研究室の高飛先輩と王丹陵さんおよび調査に協力してくださった彼女達の各ご友人やご家族、および私の北京留学時の友人においては、本論文の重要なアンケートデータの収集に多大なる援助をしてくださいました。ここに記した方々とアンケートに回答してくださった多くの方々に対し、この場を借りて心から感謝いたします。また、中国内陸部の流通の現状を教えてくださいました成都市の日系企業各社の皆さまにおかれましては、勉強不足な私でしたが快くお話をしてください、今後の研究につながる新たな内容を勉強させていただきました。この場をお借りして、感謝の意を表すと同時に今後も様々なことを勉強させていただきたく存じます。

このように博士論文の完成までに、先生方や研究室の先輩や友人など、多くの方々に支えていただけたことに対して感謝の念に堪えません。また、私に大学院への進学を進めてください、研究者としての最初の一步を切り開いてくださった学部時代の恩師である、広島修道大学神田善弘名誉教授に対しても心から感謝申し上げます。これまでにお世話になった方々に感謝をしつつ、研究者としても成長していきたいと思いますので今後もよろしく願いいたします。

最後になりましたが、長い学生生活を陰で支え、私を理解してくださった家族に対し、心から感謝いたします。

平成 24 年 2 月

天野 通子