

## はしがき

本書『食文化のスタイルデザイン—“地域”と“生活”からのコンテキスト転換—』は、地域デザイン学会叢書の第2巻として刊行される。この刊行の理由は、食文化が地域から生まれグローバルな広がりをみせる人の生活と密接な関係にあるからである。これはすなわち、食文化が、地域の価値発現や暮らしの中心にあることを意味する。

それゆえ、我々は食をまさに自然に対する人の働きかけとして捉えるし、また他者への影響力の行使としても捉えられる。そこには、食文化をめぐるグローバルな、かつダイナミックなパワーの行使が読み取れる。その意味で、食文化とは、まさに人間の存在やその組織化と密接な関係がある。また、社会的、経済的側面のみならず、同時に政治や宗教などを通じた国家や民族の覇権とも深く関わっている。

したがって、食文化を考察するにあたっては、地域をめぐる人の営みであるという側面と政治などをめぐるパワーの側面の、まさに双方からのアプローチが欠かせない。しかし、本書では、地域における人の営みに重点を置き、ライフスタイルとの関係から食文化を考察する。

なお、執筆者はすべて地域デザイン学会の会員であるが、食品や文化に関わる専門の研究者は一人もない。それは、我々が地域を捉えて食文化のコンテキストを解き明かそうとする研究を指向する立場のコンテキストデザイナーだからである。その意味では、本書ではコンテンツとしての食への学問的なアプローチは行われぬ。それゆえ、食の分野にフォーカスした人の暮らしをめぐる地域デザインの研究の一環であると考えてほしい。

このようなことから、まず序章においては、本書の全体を貫く基本的な考え方の提示が行われる。これは、「食文化スタイルデザインのコンテキスト転換（原田）」であり、ここでは分析対象の考察ではなく分析視角の重要性が主張される。

続いて、このいささか特異なアプローチの理論的正当性を追及すべく「第1部 総括編 食文化の分析と理論フレーム」が提示される。ここにおいては、あ

くまでも、いわばコンテキストデザイナーの立場からの理論の言及が行われる。なお、この第1部は3つの章から構成されている。第1章の「コンテキストとしての食の文化と歴史（庄司、原田）」は食を文化と歴史からトレースした分析であり、第2章の「地域コンテンツ的食文化のパラダイムシフト（青山、原田）」は食文化をパラダイムシフトから言及した食文化の戦略的解釈が追求されて、最後の第3章の「食文化価値の創造に向けたコンテキスト転換（原田、庄司、青山）」は2つの議論を踏まえた食文化に関するコンテキストクリエーションを指向した構想が披露される。

この第1部を踏まえて、以降の第2部から第6部までの5つの部においては、多彩な切り口から抽出された食文化をめぐる大事なテーマを、まさにスタイルデザインの視角から考察する。

第2部の「具体編Ⅰ 優れた食文化に見るスタイルデザイン」においては、第4章の「スローフードのスタイルデザイン（原田、宮本）」、第5章の「ファストフードのスタイルデザイン（庄司）」、第6章の「トーキョーカフェのスタイルデザイン（青山）」、第7章の「グローバルスパイスのスタイルデザイン（宮本）」、第8章の「移動フード販売のスタイルデザイン（佐藤）」の5つの主張が提示される。

続く第3部の「具体編Ⅱ 高度な料理芸術に見るスタイルデザイン」においては、以下の2つの議論が展開される。これらは、第9章の「懐席料理のスタイルデザイン（宮本）」、第10章の「宮廷料理のスタイルデザイン（庄司）」である。

第4部の「具体編Ⅲ ヘルシーフードに見るスタイルデザイン」においては、以下の2つの議論が展開される。これらは、第11章の「薬膳料理のスタイルデザイン（吉澤）」、第12章「精進料理のスタイルデザイン（宮本）」についての議論である。

第5部の「具体編Ⅳ ローカルブランドに見るスタイルデザイン」においては、以下の5つの議論が展開される。これらは、第13章の「京風料理のスタイルデザイン（青山）」、第14章の「江戸前料理のスタイルデザイン（庄司）」、第15章の「沖縄料理のスタイルデザイン（河内）」、第16章の「名古屋料理のスタイルデザイン（青山）」、第17章の「長崎料理のスタイルデザイン（山田）」である。

第6部の「具体編V ステイタス認証制度に見るスタイルデザイン」については、以下の2つの議論が展開される。これらは、第18章の「ユネスコ無形文化遺産認定食のスタイルデザイン（原田・宮本）」、第19章「ミシュラン認定店舗のスタイルデザイン（原田・宮本）」である。

これらから理解できるのは、食文化の問題は地域やそこに暮らす人々の生活と密接に関係があることである。それは、言うまでもなく、人の暮らしの根幹を担っているのは食生活であり、そしてそれいかに文化を注入していくかが、いつの時代でも人類のミッションの1つだからである。その意味では、食文化は地理的側面と歴史的側面から同時に捉えることが望ましい。

こう考えると、ここで提示した食文化の後には、ファッション文化、住生活文化、余暇生活文化、社会文化など、まさに多岐にわたる地域との関係を捉えた生活文化研究は大いに期待できる。我々はこれらのテーマについて、順次研究に着手したいと考えているが、それには研究のための十分な準備と研究者の組織化が急務の課題になる。

今回の出版は、原田が香川大学に勤務していた際にお世話になった大学教育出版にお願いし、以前ご担当していただいた佐藤守さんをお願いすることになった。我々はこれを契機に、今後においても地域デザインに関する良書を継続して刊行したいと願っている。また、新たな研究領域の拡大に向けた他者との連携戦略の展開も推進していく予定である。それゆえ、本学会および地域の多くの方々が、本書に対して興味を示してくださることを大いに期待する。

2015年6月1日

(編著者) 原田 保  
庄司真人  
青山忠靖



地域デザイン学会叢書 2  
食文化のスタイルデザイン  
— “地域” と “生活” からのコンテキスト転換 —

---

目 次

はしがき ..... i

序章 食文化スタイルデザインのコンテキスト転換 ..... 原田保...1

はじめに 1  
    (1) 《視角①》 = コンテキストとしての地域 3  
    (2) 《視角②》 = 文化としての食事 5  
    (3) 価値発現行為としての調理機能 7  
    (4) 主食が決める世界の四大食文化圏 9  
    (5) 食文化の光と影 11  
おわりに 13

## 第1部 総括編 食文化の分析と理論フレーム

第1章 コンテキストとしての食の文化と歴史 ..... 庄司真人・原田保...16

はじめに 食の文化と地域 16  
第1節 食文化と文化・歴史 17  
    (1) 地域と密接に関係する食文化 17  
    (2) ライフスタイルと食文化 18  
第2節 食文化の視点 21  
    (1) スタイルとしての食文化 21  
    (2) 文化人類学と食 22  
    (3) 食における認証とスタイル 24  
おわりに 26

第2章 地域コンテンツ的食文化のパラダイムシフト ..... 青山忠靖・原田保...29

はじめに 29  
第1節 食文化のコンテキストによる文化的ヘゲモニーの歴史的な推移 31  
    (1) ガストロノミーによる文化的生産 31  
    (2) フランス料理による文化的覇権の確立 36

(3) エッジとしてのスローフードの登場	38
第2節 エンバイアーフードイズムの台頭とその波及	43
(1) マクドナルドという帝国 (エンバイアー)	43
(2) よりエリート的なガストロノミーとアメリカ的食文化	46
(3) 非食文化としてのファストフード	49
おわりに	52

### 第3章 食文化価値の創造に向けたコンテキスト転換

……………原田保・庄司真人・青山忠靖…57

はじめに	57
第1節 食文化のコンテキスト構造=調理と食事空間の共振と共進	59
(1) 人間のみに見いだされる食文化	59
(2) コンテキストとしての調理と食事空間	61
(3) 行為=調理と場所=食事空間の共振と共進による価値創造	63
第2節 コンテキストのコスモポリタニズム=アンサンプルと適合	66
(1) 食空間の公共性化とコスモポリタニズム化	66
(2) 形態とコンテキストとの調和によるアンサンプルの形成	69
(3) コンテンツの共振と適合、そして結合へ	72
第3節 食文化のローカル性とグローバル性=対抗関係からの止揚	75
(1) 食文化と地域	75
(2) 食のローカル性	76
(3) 食文化のグローバル化とローカル性から見る食の方向性	77
おわりに	79

## 第2部 具体編 I 優れた食文化に見るスタイルデザイン

### 第4章 スローフードのスタイルデザイン ……………原田保・宮本文宏…86

はじめに	86
第1節 スローフードから発展したスロースタイルデザイン	87

(1) ファストフード批判としてのスローフードのブランド戦略	87
(2) スローフードにおける食の関係性のコンテキスト転換	90
(3) スローフードからスロースタイルへのコンテキスト転換	91
第2節 脱近代としてのスロースタイルデザイン	92
(1) 時間意識におけるスロースタイルのコンセプトデザイン	92
(2) 空間と場所におけるスロースタイルのコンセプトデザイン	93
(3) ローカルとグローバルの融合化としてのスロースタイルのコンセプト	94
第3節 変化の起点としてのスロースタイルデザイン	95
(1) 交流による創造としてのスロースタイルデザイン	95
(2) 地域のネットワークとしてのスロースタイルデザイン	96
(3) デマンドサイドの意識変革としてのスロースタイルデザイン	98
おわりに	99

## 第5章 ファストフードのスタイルデザイン …………… 庄司真人…103

はじめに— ファストスタイル—	103
第1節 ファストフードとファストフードのスタイル	104
(1) ファストフードの定義	104
(2) スタイルとしてのファストフード	106
第2節 ファストスタイルに関する歴史的・地理的考察	107
(1) ファストスタイルのグローバル性	107
(2) ファストスタイルと工業化	108
第3節 ファストスタイルと食文化	109
(1) ファストスタイルへのアプローチ	109
(2) ファストスタイルの可能性と限界	110
おわりに	111

## 第6章 トーキョーカフェのスタイルデザイン …………… 青山忠靖…114

はじめに	114
第1節 都市機能としてのカフェデザイン	115
(1) カフェの空間的都市機能としての存在理由	115

(2) 路上カフェ (street café) にみるコンテキスト分析	116
(3) カフェがその機能を発揮させるべきコンテキストの条件として	117
第2節 都市空間におけるカフェのパタン・ランゲージ	118
(1) パタン・ランゲージとは何か	118
(2) トーキョーカフェスタイルのコンテキストデザイン	119
(3) 新たなパタン・ランゲージとバリスタの台頭	122
第3節 カフェの変遷とポストカフェスタイル	125
(1) カフェの創成とその変遷	125
(2) 喫茶店・カフェバーに見られる日本的コンテキスト	127
(3) ポストカフェのデザインスタイル	127
おわりに	131

## 第7章 グローバルスパイスのスタイルデザイン …………… 宮本文宏…134

はじめに	134
第1節 スパイスとは何か—特徴と歴史性—	136
(1) 富の象徴としてのスパイス	136
(2) 異国の象徴としてのスパイス	137
(3) 貿易としてのスパイス	138
第2節 スパイスによるコンテキスト転換	140
(1) スパイスの特異性—地域デザインとしてのスパイス—	140
(2) スパイスの外部性—外部からもたらされるものとしてのスパイス—	141
(3) スパイスのグローバル性—交流としてのスパイス—	142
第3節 スパイススタイルのデザイン	143
(1) 文化間のネットワークとしてのスパイススタイル	143
(2) 過剰さの象徴としてのスパイススタイル	145
(3) 枠組みの転換としてのスパイススタイル	146
(4) 価値創造としてのスパイススタイル	146
おわりに—文化創造の媒介としてのスパイス—	147

第8章 移動フード販売のスタイルデザイン .....	佐藤正弘	151
はじめに		151
第1節 移動販売の歴史		152
第2節 現代の移動販売の概観		154
第3節 ネオ屋台村の事例		157
おわりに		162

### 第3部 具体編Ⅱ 高度な料理芸術に見るスタイルデザイン

第9章 懐石料理のスタイルデザイン .....	宮本文宏	166
はじめに		166
第1節 懐石とは何か		167
(1) 懐石が日本を代表する食文化というストーリーはなぜ生まれたか		167
(2) 懐石の起源とは何か		168
(3) 懐石の目的は何か		169
第2節 2つの KAISEKI の存在		170
(1) 会席料理との違いと懐石のコンテキスト		170
(2) 懐石を代表的な日本の食文化とする理由とは何か		172
(3) 懐石はいつから普及したか		172
第3節 懐石のコンテキストデザインの方法		173
(1) 茶の湯というコンステレーションデザイン		173
(2) 主客一如というトポスデザイン		176
(3) 千利休というアクター		177
(4) KAISEKI としての懐石のデザイン		178
おわりに 懐石という食文化を問う		179
第10章 宮廷料理のスタイルデザイン .....	庄司真人	183
はじめに		183
第1節 スタイルとしての宮廷料理		184

- (1) 宮廷料理としてのフランス料理 184
- (2) スタイルとしてのマナー 185
- 第2節 宮廷料理に関する歴史的・地理的考察 187
  - (1) ヨーロッパの歴史的背景 187
  - (2) フランス料理の発展 188
- 第3節 宮廷料理に関する文化論 188
  - (1) 権威付け 188
  - (2) 提供の方法 190
  - (3) アクターによる価値創造 191
- おわりに 191

## 第4部 具体編Ⅲ ヘルシーフードに見るスタイルデザイン

- 第11章 薬膳料理のスタイルデザイン …………… 吉澤靖博…196
  - はじめに 196
  - 第1節 薬膳料理に見る食文化のコンテキスト構造 198
    - (1) 薬膳料理の食文化価値 198
    - (2) 薬膳の3段階コンテキスト 199
    - (3) 薬膳料理における「所」と「場」の共振と共進 201
  - 第2節 薬膳料理におけるコスモポリタニズム 202
    - (1) 薬膳料理の起源 202
    - (2) 陰陽五行説にもとづいたアンサンブルの形成 203
    - (3) 日本の編集力がつくりだす新たな結合 204
  - 第3節 薬膳料理のローカル性とグローバル性 206
    - (1) 「身土不二」思想と「スローフード」思想に見る地域性 206
    - (2) 「辺境性=ローカル性」が生み出す編集力 207
    - (3) 21世紀型脱グローバル文化への止揚 209
  - おわりに 210

第12章 精進料理のスタイルデザイン .....	宮本文宏	213
はじめに		213
第1節 精進料理の背景		214
(1) 精進料理の定義—精進の意味するもの—		214
(2) 精進料理の誕生—仏教伝播の歴史—		215
(3) 日本における肉食禁忌の成立		217
第2節 日本における精進料理の展開		218
(1) 精進料理の成立と発展		218
(2) 精進料理の普及		219
(3) 精進料理の特徴		220
第3節 精進料理のブランドデザイン展開		221
(1) 「心の料理」としての精進料理のブランド		221
(2) 健康食としての精進料理のブランドデザイン		222
(3) 精進料理のブランドデザインのコンセプト		223
おわりに		225

## 第5部 具体編IV ローカルブランドに見るスタイルデザイン

第13章 京風料理のスタイルデザイン .....	青山忠靖	230
はじめに		230
第1節 京都料理のコンテクスト的な本質		231
(1) 山間の地の郷土料理というコンテクスト		231
(2) ことば遊びのコンテクスト		233
(3) 融合化で広がる京都料理のコンテクスト		234
第2節 アイデアとしての京料理		237
(1) 現代料理と伝統料理の定義		237
(2) 小京都と呼ばれるアイデア		238
(3) 現代料理として確立化された京都料理		239
第3節 京都料理のコンテクスト的考察		241

- (1) 京都料理の記述による優位性 241
  - (2) 京都料理のコンテクスト的構成 243
  - (3) 反文人趣味という気骨のコンテクスト 244
- おわりに 246

第 14 章 江戸前料理のスタイルデザイン …………… 庄司真人…249

はじめに 249

第 1 節 江戸前料理 250

- (1) 江戸前とは 250
- (2) 江戸前料理としての寿司、天ぷら 251

第 2 節 江戸前料理に関する歴史的・地理的考察 253

- (1) 政治の中心としての江戸 253
- (2) 江戸の発展 254

第 3 節 江戸前料理というコンテクスト 255

- (1) 江戸前スタイル 255
- (2) 食文化としての江戸前 256

おわりに 257

第 15 章 沖縄料理のスタイルデザイン …………… 河内俊樹…259

はじめに 259

第 1 節 沖縄に特徴的な食材とその活用法 260

- (1) ンム (芋) 260
- (2) 豚肉と肉食文化 261
- (3) ヒージャー (ヤギ) 262
- (4) 沖縄豆腐 262
- (5) 沖縄の野菜 263
- (6) 魚 263
- (7) 海藻類 264

第 2 節 沖縄の共食文化と行事食 264

第 3 節 戦後における食文化の変容 266

(1) 「ポークランチョンミート」の定着 267

(2) 「ファスト・フード」の定着 268

(3) 「タコライス」の登場 269

おわりに 沖縄の食に対する考え方とその意識

—もう1つのコンテキスト— 270

## 第16章 名古屋料理のスタイルデザイン …………… 青山忠靖…276

はじめに 276

第1節 名古屋メシの台頭 277

(1) 取るに足らない名物の歴史 277

(2) ブランドとして確立された名古屋コーチン 278

(3) 名古屋メシの登場 279

第2節 名古屋食文化の歴史的なコンテキスト 280

(1) 文化的な都市でもあった近世の名古屋 280

(2) モータリゼーションと名古屋食文化との関連性 283

(3) 名古屋メシのカンブリア期 284

第3節 名古屋メシはどうなるのか 286

(1) 名古屋メシを育んだ独特の資本主義のスタイル 286

(2) 名古屋食文化から学ぶこと 288

(3) 収穫逓減を迎える名古屋メシ 289

おわりに 291

## 第17章 長崎料理のスタイルデザイン …………… 山田啓一…293

はじめに 293

第1節 長崎の地勢 294

第2節 コンテキストとしてのアジア・グローバルゼーションと長崎の歴史

296

(1) ポルトガル、スペインと長崎 297

(2) バテレン禁教令 298

(3) オランダと長崎 299

(4) 華人と長崎 300  
(5) 鎖国の影響 301  
第3節 長崎の食文化 302  
(1) カステラ 302  
(2) ちゃんぽん 304  
(3) 卓袱料理 306  
おわりに 306

**第6部 具体編V ステイタス認証制度に見るスタイルデザイン**

第18章 ユネスコ無形文化遺産認定食のスタイルデザイン  
..... 原田保・宮本文宏...310  
はじめに 310  
第1節 文化の保護のための無形文化遺産 311  
(1) ユネスコ無形文化遺産の概要 311  
(2) ユネスコ無形文化遺産とユネスコ世界遺産との違い 312  
(3) 無形文化遺産に和食を登録しようとした主体 314  
第2節 無形文化遺産としての食文化 315  
(1) 食文化を無形文化遺産に登録する目的 315  
(2) 食文化の保護の理由 316  
(3) ブランドとしての食 317  
第3節 無形文化遺産と食の多様性 319  
(1) 保護主義と自由主義 319  
(2) カリフォルニアロールは和食といえるのか 320  
(3) 食の伝統の本質 321  
おわりに 322

第19章 ミシュラン認定店舗のスタイルデザイン ..... 原田保・宮本文宏...325  
はじめに 325

第1節	ミシュランの力	326
(1)	2つのミシュラン	326
(2)	ベル・エポックの夢とミシュランガイドブックの誕生	327
(3)	ミシュランガイドブックの目的の変容	328
第2節	ミシュランガイドブックのコンテキスト転換	329
(1)	フランス美食文化とミシュランの関係性	329
(2)	格付けシステムとしてのミシュランガイドブックの成立と構造	330
(3)	メディアとしてのミシュランガイドブック	331
第3節	ミシュランというシステム	333
(1)	スター創造システムとしてのミシュランガイドブック	333
(2)	ミシュランガイドブックは美食文化創造に貢献したか	334
(3)	ミシュランガイドブックの変容	336
おわりに		337