

みんなくりポジトリ

国立民族学博物館 学術情報リポジトリ National Museum of Ethnology

現代移民の多様性：越境するキムチ

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2010-03-23 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 朝倉, 敏夫 メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.15021/00001168

越境するキムチ

朝倉 敏夫

1. はじめに

韓国と聞いてイメージされる言葉の1つにキムチがあげられよう。キムチは、例えば金両基が「キムチとお新香。私はそれをたんなる漬けのものとして、軽くないなせない。そこに民族の性格がひそんでいるからだ」(金 1978: 8-9)と述べているように、韓国の国民性を表象する言葉として使われる。このように食べ物はある国や民族のイメージと深く結びつく。

また、食べ物は移民がホスト社会に与える文化的貢献のひとつでもある。例えば竹沢泰子は「大半のアメリカ人は、中国系、日系、韓国系アメリカ人の貢献といえは食べ物を挙げるに違いない。アメリカのどんな片田舎に行っても中国レストランがある。最近では、日曜の朝食と昼食を兼ねたランチに、中国レストランで飲茶(ディムサン)を食べることが流行している。またスシが都会の若者の間でおしゃれな食べ物として広まったのも今では一昔前のこととなってしまった」(竹沢 1992: 253)と述べている。

本論では、モノに着目してトランスボーダーの問題に接近する1つの例として¹⁾、韓国の代表的な食べ物であるキムチが、日本社会にどのように受容されてきたのかを明らかにし、これを日本社会における在日韓国・朝鮮人の位置づけとアナロジカルな関係として捉えてみたい。次に、それと並行してキムチの発祥国である韓国が、世界にキムチをどのように文化的に発信しようとしたのか、そして世界においてはキムチがどのように受容されているかを、海外に進出する韓国移民との関係で考察してみようと思う。

2. 日本におけるキムチ

2.1. 朝鮮漬け

石毛直道の「朝鮮料理にいたっては、第二次大戦後になってから登場するが、そのことは日本の植民地体制のもとでは、正当な評価をうけることが困難な民族料理であったことを意味するのであろう。朝鮮焼肉、ホルモン焼き、キムチがとり入れられたのであるが、それはわずかにウナギ、ヤマモモなどに代表されるくらいで、それまで日本の料理に欠けていたジャンルである、スタミナ料理としてのイメージをになって出現したのである」(石毛 1982: 150)という言に代表されるように、日本における

キムチは第二次世界大戦後になってから登場したと一般にはとらえられている。

これに対し、佐々木道雄は戦前の日本の料理書にもキムチがしばしば登場し、朝鮮に旅行した人々はキムチの味を高く評価していることなどから、「日本のキムチは戦後に登場したという従来の考えは明らかな誤りである」（佐々木 2004: 9）と指摘する。

確かに、明治 20 年の飯塚栄太郎編『料理独案内』にはキムチが紹介されており、戦前の日本においても朝鮮料理店が存在し、日本人にもなじめるキムチも工夫され、朝鮮に在留する日本人ばかりでなく、一定程度ではあるが、日本人の間にキムチが普及していたようである。それは、長坂覚の「李舜臣の挿話」にあるように「明治の伝統の中に育った人のほうが、韓国について、現代人よりはるかに偏見のない、捉われない見方をしている」という指摘とも関連する（長坂 1977: 74）。しかし、それらは戦時体制になっていく中で消えていき、復活するのは戦後になってからである。

戦後に登場したキムチは、「朝鮮漬け」と呼ばれた。1955 年生まれ森枝は「初めてキムチを食べたのはいつだったろう。確か小学生のころ、昭和 30 年代後半だった。まだキムチなどという呼びかたは一般的ではなく、朝鮮漬けと言った頃だ」と証言する。その朝鮮漬けは、「白菜をベースに人参、大根、きゅうり、リンゴ、コンブ等が刻んで入れてあった。輪切りのトウガラシとすったニンニクも混ぜてあった」という（森枝・朝倉 1986: 82）。

2.2. キムチ

朝鮮漬けがキムチと呼ばれるようになる大きな契機となったのが、M 社の「キムチの素」のテレビコマーシャルだ。「キムチの素」は 1975 年に発売されるが、発売と同時にテレビコマーシャルがどんどん流れた。当時は韓国の味という、せいぜい「焼肉のたれ」どまりで、ニンニクの香りの強いキムチは、まだ日本人に馴染みがなく、同様にトウガラシなどの辛いものについても、当時の日本人には浸透していなかったため、「キムチの素」は画期的な調味料だった。

白菜漬けにかけるだけでキムチができるという、キムチは自分の家で漬けるものといった韓国人には考えつかない発想から生まれた「キムチの素」とともに、日本人の嗜好に合わせた「和風キムチ」も開発されていった。また、家庭での焼肉料理の普及、焼肉屋の増加にともなって、キムチの消費量も増加していき、1970 年代から 1980 年代にかけては、キムチの大衆化と日本化が進んだ。

黒田勝弘は「こうした日本社会における『朝鮮漬け』から『キムチ』への変化は、少し大げさにいえば隣国をはっきりと外国と位置づけたことを意味します。キムチに託して言えば、われわれ日本人は 1980 年代に入ってやっと、隣国を外国として、つまりまともに見はじめたと言うことではないでしょうか」（黒田 1988: 13-14）と分析している。

1980年代後半から1990年代にかけては、1986年にアジア大会、1988年にオリンピックがソウルで開催され、韓国では海外旅行が自由化されるなど、ビジネスマンだけでなく観光客の両国の相互訪問が活発になった。

1990年代に入ると、キムチは名前だけでなく、完全に市民権をもつ。ラーメン屋に行くとキムチがおかれている、弁当屋にも1人用にパックされたキムチがある。外食ばかりでなく、TVが世界の料理を紹介し、グルメが1つの文化として定着する中で、韓国食もしばしば登場し、家庭の中に入り込んでいった。

当時の日本社会における韓国食のブームについて、1993年5月11日の『韓国日報』に書かれた安淳権特派員の記事がある。当時の日韓の食関係をとともに、韓国のマスコミの取り上げ方を見るのにも興味深いので紹介してみよう。「元々、日本人は韓国食をたいしたものではないと思ってきた。嫌韓論が猛威をふるった六共（第六共和国）時は、日本極右論客の『韓国攻撃』にキムチがまな板の上ののせられもした。『韓国人が興奮しやすいのは辛いキムチも一口のっている』といったものだった。反面、日本の刺身料理に出る辛いわさびはむしろ心を落ち着かせてくれるといった無理も通された。NHKTVは数年前この主張が実験を通して立証されたと騒ぎ立て極右派の機嫌をとった。しかし、これら極右論客を大きくあわてさせる出来事がおこった。裕仁、当時日王（天皇）が『キムチがないと御飯が食べられないほど』という噂であった。この噂が広がった時がだいたい1986～88年頃、ソウルで開催されたアジア競技大会とオリンピックにより日本で韓国ブームが起こった時期とかみ合った。このような好材に力を与えてキムチは日本人に嫌悪の対象から人気食に突然位置づけられはじめた」。

2.3. キムチと김치

この安記者の記事の終わりには、「韓国食がこのように日本社会に奥深く根をおろすのは気分のよいことであるが、1つすっきりしない一面もある。世界市場に輸出されるキムチの約70%が日本製品という事実がそれである。日本のスーパーに展示されているキムチを見て食欲が生じて、これらの大部分が日製だという点を知ると口の中がほろ苦くなるのは、本物の『我々のもの』を日本人に横取りされ、なくされてしまう憂慮のためであろう」と綴られている。

この記事が火付けになったかどうかかわからないが、1995年には韓国のテレビ局が日本にキムチの取材に来て、8月の光復（解放）特集番組で2日にわたって放送した。タイトルは第1部「キムチの逆襲」、第2部「キムチの独立宣言」だった。「キムチの逆襲」では、タイトルのキムチという文字が日本式の発音表記で「ギムチ」と3文字で書かれ、キムチが日本で人気を呼び、子どもたちの間では日本の食品であるかのように思われていることが紹介された。また、かつてポルトガルから入ったテンプラが今や日本の伝統食品になったように、キムチもいずれ日本のものになってしまうので

はないかと危機感をあおるような演出もなされていた。しかし、「キムチの独立宣言」では、キムチの宗主国である韓国が、こうした状況に対しどのように対処してゆくべきか、建設的な方向に筋道が示されていた。

その翌年、1996年に東京で開かれた国際食品規格（コーデックス）委員会の地域調整委員会アジア部会に韓国農林部が「キムチは民族の伝統食品」として国際企画案を提案し、日本の農水省も規格案作りに参画する意向を表明、日韓で共同案を作成することになった。韓国側の主張は「キムチは自然発酵食品である」というもので、日本製キムチの多くは自然発酵を省き、添加物で発酵したような味を演出したものであり、日本の浅漬けキムチはキムチではないということになる。この議論は、1999年の夏に日本のマスコミ各社が「日韓キムチ論争」として大きくとりあげた²⁾。

こうした騒ぎをよそに、日本のスーパーには、日本製のキムチと韓国直輸入のキムチが並べられ、ますますキムチは日本人の食生活に普及していった。最近、統計の取り方に過ちがあったと判明したというものの、一時「日本国内の漬物生産の中でも、単品の漬物としてはたくわんなどのぬか漬けを抜き、キムチが一位」（『読売新聞』2002年1月1日）と新聞紙上で伝えられたこともある。そして、キムチをはじめとする韓国料理がブームから定番となり、日本人の食生活の中で「日常化」されていくことになる。

私はかつて、日本社会における焼肉を代表とした韓国料理の戦後の展開を、韓国系の大衆文化の受容の変化を介在させて、在日韓国・朝鮮人の位置づけとアナログな関係にあるのではないかと指摘した（朝倉1994:92-102）。その展開過程は、I期「ホルモン焼き」から、「焼肉のタレ」や「無煙ロースター」が開発された日本化・大衆化されたII期「焼肉」、そして韓国から入ってきたIII期「プルコギ」へと変化している。キムチの展開過程においても、I期「朝鮮漬け」=在日1世に始まり、II期家庭用の「キムチの素」の開発、カタカナで表記される「キムチ」へ=在日2世・3世の日本化（日本社会への同化）、さらにIII期ハングルで表記される「本場のキムチ」=ニューカマーズへという変化が見られ、これらはパラレルなものと捉えることができる（図1）。

0期	偏見がない時代				
I期	ホルモン焼き	朝鮮漬	スタミナ料理	在日歌手	在日一世
II期	焼肉 焼肉のタレ 無煙ロースター	キムチ キムチの素 和風キムチ	日本化・大衆化	李成愛 都はるみ	在日二世・三世
III期	プルコギ	김치	ブーム・本物志向	趙容弼	ニューカマーズ
IV期	フュージョン料理	キムチ料理	創作料理・定番	BoA・SES	

図1 日本社会における韓国料理と大衆文化の展開

3. 韓国におけるキムチ

3.1. 民族の伝統食品・文化商品としてのキムチ

韓国におけるキムチは、韓国五千年の歴史の中で進化してきたが、ここに数年で、その位置づけが大きく変化してきている。1994年に刊行された韓国の文化人類学会誌には、韓敬九の「どんな食べ物が考えるによいか」という論文があり、そこには「キムチのオデッセイ：‘においがきついが食べずにいられない食べ物’から、‘においがきついことはきついが健康に良い食べ物’を経て‘健康によく環境保護の次元でも道理にかなっているのみならず味もよい食べ物’の地位にいたるまで」という節があるが、この論文の副題は「キムチと韓国民族の精髓」となっている（韓 1994）。また、1995年に刊行された崔弘植の『韓国人の生命、キムチ』にも「民族の文化遺産にキムチがある」という節がある（崔 1995: 45-52）。キムチが民族の食品と捉えられてきている。

さらに、1994年から韓国のキムチの世界化と固有の味の継承を主題とした「光州キムチ大祝祭」が開催されている（依田 2007: 320）。また、農協はキムチ宗主国としてキムチを世界的食品に発展させるため、1995年西大門農業博物館後ろの中央会別館1階に講義実習室まで完備した「農協キムチ弘報館」を開館した（『中央日報』、1995年12月2日）。その翌年の1996年には、ソウル・オリンピックのコーディネーターで文化庁の初代長官である李御寧と朝鮮日報の論説委員でコラムニストの李圭泰と食品工学博士の金晩助による『キムチ、千年の味』（李・李・金 1996）が刊行された。これらの背景には、キムチをナショナルブランドの文化商品にしようという戦略があり、時期を同じくして起こった「日韓キムチ論争」もこうした脈絡のうえで起きたことだろう。

現在も、韓国農水産物流通公社が、新聞の広告欄に「韓国キムチ新聞」を掲載したり³⁾、大阪韓国文化院のホームページに「韓国キムチの日本語版公式サイト（www.kimchi.or.kr）」を開設し、広報に努めている。

3.2. キムチのグローバル化

この数年の間に、韓国民族の伝統食品であるキムチは世界に進出していった。日本をはじめ世界でファンが増えているキムチの産業としてのレベルを向上させるため、韓国では2000年には清州科学短大にキムチ食品科学科が誕生している。

日本でも、ダイエットに効果がある（キム 2000）とか、抗ガン機能があり、動脈硬化、成人病、老化などにも効果がある（崔 2001）など、キムチの食効がとりあげられているが、2003年にはキムチとニンニクを食べれば重要急性呼吸器症候群（SARS）に対する免疫力が高まるという噂が流れたことから、中国人が大挙キムチを買い求め

るといった現象が起きた。

しかし、その一方で、キムチの宗主国である韓国が、2004年にはキムチの輸入国に転じはじめた。中国から安いキムチが輸入されたためだ。韓国のキムチ輸入量は1990年代後半までは年間100トンに満たなかった。しかし、2000年に473トン、2001年に393トンにつづき、2002年は1,041トンに増えた。2003年は韓国が台風と早魃で作況が悪いため、中国産のキムチは国産の半分の価格になり、さらに輸入が増加する見通しという（『中央日報』2003年10月20日）。こうした中で、2005年10月に、韓国政府は、インターネット販売を通じて韓国国内に流入する中国産キムチを検査したところ、16のうち、9つの商品から寄生虫の卵が検出されたと発表した⁴⁾。これにより中国からのキムチは一時、輸入が急減したが、2006年には回復。韓国の2006年上半期のキムチ輸入額が輸出額を上回り、キムチの貿易収支が金額ベースで初めて赤字に転落した。安い人件費を背景にキムチ生産でも「世界の工場」になりつつある中国からの輸入が急増したからだ。一方、日本への輸出もウォン高や中国産との競争激化などで、前年同期と比べて約4割も減少したという（『朝日新聞』2006年8月5日）。

キムチは、韓国だけでなく、いまや日本、中国で生産・消費が拡大し、グローバル化にむけて走り始めた。

4. 世界におけるキムチ

4.1. アメリカ合衆国

朝鮮半島からアメリカ合衆国への移民の歴史は、1903年のハワイ移民に始まるが、その後の本土への移民は3期に分けられる。第1期は1945年から1965年までの留学・国際結婚・養子縁組などによる移民、第2期は1965年から1976年までの新移民法による招請移民と専門技術職移民、第3期は1976年の改正移民法による招請移民の増加である。現在、およそ205万人の韓国人が居住している。ことにロスアンゼルス、ニューヨーク、シカゴなどには大きなコリアタウンが形成されている。

こうしたコリアタウンのスーパーには現在、現地で生産されたキムチと韓国から輸入されたキムチが置かれている。また、白菜、大根なども容易に入手できるので、自分でキムチを漬ける人もいる。

2007年3月にロサンゼルスのコリアタウンで入手した新聞にキムチに関する記事があった。1つは「2000年には57万9,616ドルにしか過ぎなかった韓国産キムチの合衆国輸入額は、2001年に2.6倍に急増し151万7,781ドル、2003年に203万9,039ドルと増加したが、2004年に中国産キムチの寄生虫問題の余波を受け、119万5,665ドルと半減した。しかし、韓国企業の品質管理に対する信頼が回復し、2005年から再び輸入が増え、2006年には180万1,305ドルと前年より48%増加し、2007年には海外市

場活性化戦略と新規企業の市場開拓などに力を得て、史上最高の270万ドルと予想されている」(『ヘラルド経済』2007年3月6日)というものである。もう1つは「合衆国で生まれた韓国のトウガラシ料理店の子会社が、薬味が見えず、キムチに初めて接する外国人にきれいなイメージを与え、あまり辛くなく、子どもたちにも食べやすく、匂いも抑えられ、食べた後にトウガラシ粉が菌についていないか心配する必要のないキムチを販売しはじめている」(『中央経済』2007年3月8日)というものである。

ニューヨークなどでは、健康食をうたい文句に韓国料理店が脚光を浴びてきているが、コリアタウンを離れると、韓国人の経営するのは日本料理店が多く、韓国料理店は目立たない。中華料理、日本料理、イタリア料理、タイ料理、メキシコ料理など、世界のエスニックフードからなるアメリカンチームで、韓国料理がレギュラー・ポジションを獲得したかという点、まだそこまではいっていないようだ。アメリカ合衆国でキムチが普及するには、もう少し時間がかかるように思われるが、韓国産キムチの輸入額の増加や、合衆国で好まれるキムチの開発、そしてコリアンアメリカンの増加と並行して、キムチは着実に普及していくにちがいない。

4.2. サハリン

戦後の樺太=サハリン。人口60万人といわれるこの地に、朝鮮半島の出身者がおよそ5万人もいる。戦前、朝鮮が日本の植民地となり、主に炭坑での労働力としてこの地にかかり出され、戦後、「日本人でない」という理由で遺棄された人。戦中、沿海州を中心としたシベリア全域から中央アジアへ強制的に移住させられ、戦後、教師やソ連軍の通訳、警察官などとして送り込まれた人。戦後、ソ連と北朝鮮との密接な関係の中で、北朝鮮からやってきた契約労働者。そして最近、石油・天然ガスの巨大プロジェクトが動き、韓国系資本によるビルやホテルの建設が相次ぐ中で、韓国からやってきた人。その構成はかなり複雑だ。

キムチに注目すると、日本の植民地時代にこの地に来た人々は、自分たちなりにキムチを漬けていた。彼らは薬味として現地でもとれる鮭やホタテ貝を利用した。また、気候も寒冷地にあるため薬味やトウガラシをたくさん入れたものでない北朝鮮風のキムチになった。トウガラシは現在、韓国から入ってくるが、それまでは中央アジア産のものが多く入っていた。ペレストロイカ以降、中国からの労働者が入るようになり、この地の農園で白菜をはじめ野菜が大量に栽培されるようになり、市場で安価で売られるようになった。市場では朝鮮族がキムチを売り、ロシア人もその味を知り、かなり消費するようになった。ある朝鮮族の女性は、「ロシア全土にキムチが広がれば、私たちは大もうけできるのだけど」と言っている。

5. おわりに

現代は、人、モノ、情報が地球規模で行き交うようになっている。本稿では、人＝韓国からの移民、情報＝韓国からの文化発信とも関連させ、モノであるキムチに着目し、キムチが海外に出て行きホスト社会にどのように受容されているのかを見てみようとした。

現在、海外に居住するコリアンは、約600万人と推計される。その居住地は、日本、中国、中央アジア、サハリンといったユーラシア圏のみならず、アメリカ合衆国、カナダ、オーストラリア、ニュージーランド、そして中南米にまで広がっている。こうした海外コリアンの広がりとともに、キムチもトランスナショナルの道を歩むだろう。

キムチについては、国際政治経済学者の Marvin Zonis, Dan Lefkovitz, Sam Wilkin の *The Kimchi Matters: Global Business and Local Politics in a Crisis-Driven World* という著作がある⁵⁾。グローバリゼーションの議論においては、地球ムラでなされる普遍的現象に重点をおくより、各国の固有な動力がグローバリゼーションを引っ張る主体とみるため、各国で独特に行進することに焦点をあわせるべきだと主張し、その動力の象徴としてキムチをタイトルとしているのだが、キムチはトランスナショナル戦略を考察するうえでも「考えるによい (Good to think)」食べ物ということができないのではないだろうか⁶⁾。

注

- 1) 今回、「移民とともに変わる地域と国家」で私に与えられたセッションが「ディアスポラからトランスナショナル戦略へ」であるが、そこで何を話すか考えた時思いついたのが、最近の日本社会にみられるキムチの普及であり、これをトランスナショナル戦略として捉えることができるのではないかということであった。
- 2) 『朝日新聞』1999年8月31日、『東京新聞』1999年7月19日、『サンデー毎日』1999年6月27日号、『AERA』2000年10月16日号などである。なお、この問題については『朝日新聞』2000年8月16日に、私の「キムチで熟す日韓関係」という記事が掲載されている。
- 3) 例えば『読売新聞』2005年12月26日に全面広告が掲載されている。
- 4) 中国産キムチといっても、内実は韓国企業が中国人に経営させ生産しているものという説もある。
- 5) ジョニス教授は、キムチを「ある国・ある地域で光りを放つ独特な活力」の象徴として表現している。東アジアの小さい国、韓国が比較的短い時間に経済的發展と政治的安全をなした点を評価し、キムチを彼の主張するグローバリゼーション論を展開する糸口とみなしている。
- 6) 文化人類学の立場から、食のタブーに関する謎を解こうという理論に、「考えるによい理論」と「食べるによい理論」の2つがある。前者の理論は、あいまいで両義的な境界上の動物が食のタブーとされるというもので、エドモンド・リーチやメアリー・ダグラスに代表される。後者の代表は、文化唯物論の立場からの解釈を示したマービン・ハリスの理論である。その著書は『食と文化の謎—Good to eat の人類学』（板橋作美訳、岩波書店、1988年）として日本でも刊行されている。

文 献

朝倉敏夫

1994 『日本の焼肉韓国の刺身—食文化が“ナイズ”される時』 社団法人農山漁村文化協会。

石毛直道

1982 『食事の文明論』 中公新書。

キム キョンミ

2000 『キムチ・ダイエット』 世界文化社。

金両基

1978 『キムチとお新香—日韓比較文化考』 河出書房新社。

黒田勝弘

1988 『新韓国人の発想』 徳間書店。

佐々木道雄

2004 「日本のキムチ (1) 戦前日本のキムチ」 『むくげ通信』 204: 1-9。

竹沢泰子

1992 「太平洋に架ける橋—日本・中国・韓国系文化」 綾部恒雄編 『アメリカの民族』 246-264 頁 弘文堂。

崔弘植

2001 『キムチ力』 盧宇炯訳, YB 出版。

長坂 覚

1977 『隣の国で考えたこと』 日本経済新聞社。

森枝卓士・朝倉敏夫

1986 『食は韓国にあり』 弘文堂。

依田千百子

2007 『朝鮮の祭儀と食文化』 勉誠出版。

金晩助・李圭泰・李御寧

1996 『김치, 千年의 맛』 디자인하우스 (邦訳ダイジェスト版 2000 『キムチの国』 千早書房)。

崔弘植

1995 『韓国人의生命, 김치』 図書出版ミラル。

韓敬九

1994 「어떤 음식은 생각하기에 좋다」 『韓国文化人類学』 26: 51-68。

Zonis, Marvin, Dan Lefkovitz and Sam Wilkin

2003 *The Kimchi Matters: Global Business and Local Politics in a Crisis-Driven World.* Agate.

