

# 人工物発達学的視点からみた

## 韓国のチャジャンミョンをめぐる記憶と意味

金 桂淵<sup>\*1</sup>

### Research Notes on Memory and Meaning of Korean *Tcha Chang Myŏn* (Black Noodle)

#### in Terms of Development in Artifacts

Kyeyeon Kim

**Abstract** - *Tcha Chang Myŏn*, the most famous Chino-Korean food in Korea, was created from *Zha Jiang Mian*, a traditional Shandong noodle, and has been adapted to Korean tastes since then. This paper examines the adaptation process and the social value of this food. It used to be consumed at home or work place by Chinese manual laborer, who came to Korea since the end of the 19<sup>th</sup> century. Korean people came to know *Tcha Chang Myŏn* and its taste after restaurants were opened by Chinese immigrants in the colonial period. The establishment of PRC and the outbreak of the Korean War deprived Chinese people in South Korea of the chance to return home, which led *Tcha Chang Myŏn* to the way of further Koreanization.. It became one of the famous commercial foods in Korea, with the development of restaurant industry due to the rapid economic growth. Although *Tcha Chang Myŏn* lost its former place nowadays, Korean people still think of it as a special food, so that it was selected as a symbol of Korea in 2006.

**Keywords** : *Tcha Jang Myŏn*, Overseas Chinese, Korean, history, Chinese food, memory

#### 1. はじめに

食べ物とは、人にとって自分の命を守りながら生活を維持するため、自然を利用して造った人工物である。移住者にとって食べ物は、他郷でのホームシックを慰めるものであり、エスニシティを商品化して生計を維持する手段でもある。さらに消費者にとってその食べ物は、それぞれの思い出を作り上げるものである。そして食べ物をめぐっては様々な意味がもたせられるようになる。韓国においてはチャジャンミョンがそれである。

2006年韓国政府は、チャジャンミョンを韓国の国旗や国花とともに「100個の韓国伝統文化の象徴」と指定した [1]。韓国にはバレンタインデーとともに4月14日には「ブラックデー」と呼ばれるチャジャンミョンを食べる日がある [2]。世界的に有名なチェリストであるジャン・ハンナも、エベレストを登攀したオム・ホンギクも帰国して一番食べたいものがチャジャンミョンだと言った [3]。軍隊で働いている息子が実家に戻ってきて食べたがるもの、引っ越しを手伝ってくれた友達におごるもの、時代劇以外のドラマや映画に頻繁に登場する食べ物、それがチャジャンミョンである。韓国はチャジャンミョン共和国と言われるのも無理ではない。

本稿では、韓国においてチャジャンミョンを「生活の

目的を達成するために生み出された人工物」として扱いながら、それが消費される過程からチャジャンミョンを食べる行為(ユーザビリティ)の社会的意味を考察する。本稿は2009年10月、韓国で行なわれた調査を基にして作成している。本稿は、大邱広域市(以下大邱)と仁川広域市(以下仁川)における華僑協会、中華料理店に対するインタビュー調査、大邱とソウルで実施したアンケート調査を基にしている。

主な調査地である大邱と仁川は、韓国における第三、第四の大都市である。大邱は、人口約250万人で、韓国中東部に位置している。植民地期以後人口が急増し始め、朝鮮戦争期には避難民が流入し大都市になった。その後、「辛い味」が大邱の代表的な味となり、これは大邱の中華料理に大きな影響を与えた。

仁川は、ソウルに接する都市で、人口は約270万人である。中国に近いという立地条件により韓中修交以来、飛躍的に発展している。韓国のなかでは最も中国人の進出が早く、韓国の中韓料理の発祥地と呼ばれている。

#### 2. チャジャンミョンとは何か

##### 2.1 用語と形態

チャジャンミョンの漢字表記は「作醬麵」、ハングルの標準語表記では「짜장면」である。漢字の意味の通りに、味噌(醬)を炒めて(作)麵(麵)に乗せて食べるものである。漢字の韓国式発音は「チャクジャンミョ chak

\*1: 総合研究大学院大学文化科学研究科地域文化学専攻。

\*1: The Graduate University for Advanced Studies, School of Cultural and Social Studies, Department of Regional Studies.

chang myōn」であるが、韓国人はこの食べ物を「チャヂャンミョン tcha chang myōn」という。なぜなら中国式発音「ジャージャンミエン zha jiang mian」をそのまま発音するからである。<sup>1</sup>

チャヂャンミョンは麺とソースで構成される。様々な野菜と中国式味噌を炒めたソースをゆでた麺の上に載せ、麺とソースを混ぜて食べる。漬物は、ダンムジ（たくあん）と玉ねぎ、チュンヂャンである。ソースのチャヂャンが黒色なのでチャヂャンミョンも黒色である。



図1 チャヂャンミョン  
Fig.1 Tcha Chang Myōn (Black Noodle)

## 2.2 材料と作り方

チャヂャンミョンの主材料は、チュンヂャン、豚肉、ホバク（初物のかぼちゃ）、キャベツ、白菜である。チュンヂャンはチャヂャンミョンの味噌を示すが、中国人はこれを「面醬」（ミエンヂャン）という。チュンヂャンは、「玉ねぎにつけて食べる醬」という「葱醬」（ツンヂャン、sung jiang）からきた。その中国語の発音を韓国人がまねて現在まで「チュンヂャン」と読んでいる。<sup>2</sup>近年は華僑もチュンヂャンという言葉を使っている。

まず油でチュンヂャンを炒め、残った油を取る。肉と野菜を炒めてそのチュンヂャンと混ぜながら再び炒める。その後、水と片栗をいれて煮立てる。こうして完成したものが「チャヂャン」であり、チャヂャンミョンのキーポイントである。麺は、小麦粉、塩、水を適当に入れ交ぜながらこねる。こねたものを手で伸ばしながら麺を作れば「手打麺」となる。昔は麺は手で伸ばして作ったが、今は大部分機械でつくっている。沸いた湯に麺を入れてゆでた後すぐ冷たい水にとって冷やす。その後再び湯に麺を入れあげると暖かい麺ができる。その麺の上にチャヂャンを乗せて客に出す。麺を再度湯に入れるのは、韓国人は冷たい麺を好まないからである。韓国人は麺とチャヂャンを混ぜて食べる。多くの人が中華料理屋に直接行かずに、家、職場、学校などに配達させて食べている。チャヂャンをつくる時、水と片栗を入れないのが「干作醬（カンチャヂャン）」、材料に新鮮な海産物を入れれば「三鮮作醬（サンソンチャヂャン）」、唐辛子を入れてチャヂャンの色も赤く辛いのが「四川作醬（サチョンチャヂャン）」である。普通に「チャヂャンミョン」というと

水と片栗を入れたものを指す。チャヂャンミョンが水を入れるものと入れないものに二分化し、また、チャヂャンミョンのメニューが多様化したのは、70年代以後のチャヂャンミョンに対する政府の値上がり制限と、中華料理店同士の競争激化が影響している。



図2 カンチャヂャン  
Fig.2 Kan Tcha Chang (Dry Black Noodle)

## 2.3 山東の家庭食から韓国の庶民食へ

韓国式チャヂャンミョンは中国山東地方の家庭食「作醬麵」から由来する。19世紀末以降、朝鮮半島に移住してきた韓国華僑の90%以上が山東省出身である。山東人が家で食べるチャヂャンミョンを彼等は「醬麵（ヂャンミエン）」と呼ぶ。醬麵につけて食べるソースは家でつくるが、その味噌は「麵醬（ミエンヂャン）」と言われる。味噌と豚肉、野菜を炒めてソースをつくるのは韓国式と同じだが、味噌が塩辛いのでソースは麺に少ししかつけない。<sup>3</sup>

1920年代以後、鉄道建設場や塩田の労働者、仲士として朝鮮半島に渡ってきた中国人が増え、家庭食のチャヂャンミョンは労働者の飲食として広がった。チャヂャンミョンは小麦、野菜、ほんの少しの肉だけで簡単に調理でき、口腹を満たすことができた。<sup>4</sup>

中国人が食べたチャヂャンミョンの味がどのように韓国人に伝わったのか。その過程に関してははっきりとは分かっていない。ある華僑の話によると、中華料理屋で中国人がチャヂャンミョンを食べている姿を韓国人がみて、好奇心で食べてみたものが今のように人気を得たと語っている。<sup>5</sup>

近代に入って朝鮮半島で外来食というものは、日本とロシアを通して輸入された西洋料理と山東人を通して入った中華料理が全てであった。1980年代以後生活水準が向上し、89年からは海外旅行も自由化され、週末は外来の食べ物を探しながらの外出が生活化された[4]。それ以前中華料理とチャヂャンミョンは庶民には夢のような外来食を伝播する伝道師であった。中華料理店では一番安いチャヂャンミョンでも、経済水準が低かった時期の人びとにとっては気軽に外出できるものではなかった。特別な日にとのみ食べることのできる特別な料理であった。

<sup>1</sup> 韓国語の発音表記は McCune-Reishauer System に従った。

<sup>2</sup> L氏（男、73歳、大邱）およびR氏（男、76歳、大邱）のインタビュー。

<sup>3</sup> W氏（女、80歳、大邱）インタビュー。

<sup>4</sup> L氏（男、73歳、大邱）インタビュー。

<sup>5</sup> L氏（男、73歳、大邱）インタビュー。

そのため、60年代、70年代に若者であった人々はチャジャンミョンに特別な思いがある。

### 3. チャジャンミョンをつくる人びと、華僑

#### 3.1 中華料理の浮き沈み

チャジャンミョンが韓国人の生活全般に浸透した過程は、それを作り出して売った韓国華僑の歴史と重なる。林史樹が「一般的に、1882年に起きた壬午事変で清国軍の侵攻と同時に入った清国商人が韓国華僑の歴史のはじまりとされるが、このときから朝鮮半島で中華料理が食べられるようになったとする人々が多い。」[5]と述べるのとおりである。

植民地期後、朝鮮半島が南北に別れ、大韓民国と朝鮮人民共和国という二つの国になった。大陸から韓国（大韓民国）にきた華僑は、朝鮮戦争以後、韓国の反共産主義の政策により国交断絶した中国に帰国不可能になり、韓国にいる華僑は中華民国（台湾）の国籍を持つようになった。1992年の韓中修交以後の現在も彼らの大部分が台湾の国籍を守っている。中国との交流が断たれた後、朝中貿易、仲仕、農業、飲食業に従事するため出稼ぎしてきた華僑の大勢が韓国に定着したが、60年代末からの韓国政府の経済的圧迫により中華料理店への転業が増えた。しかし70年代からの移民ブームでアメリカや台湾に移民した華僑も多い。

華僑が運営する中華料理店は、1948年332箇所、62年1,636箇所、72年2,454箇所と急増した。80年には1,721箇所となり華僑の81%が料理業に従事した。華僑の生存が実にチャジャンミョンにかかっている。中華料理店は外食のための食堂が発達していなかった50年代、60年代、韓国人に人気が高まった。ソウルの雅叙園、太和館、大麗都、仁川の中華樓、大邱の麒麟園のような高級料理店は韓国人の社交、政治的集会所として使われた[6]。

70年代に入ると、政策の影響でチャジャンミョンは庶民化の道をたどるようになった。朴正熙政権下（1961-1979）、1968年実施された「外国人土地法」には200坪以下の住宅一軒、50坪以下の商店一軒のみを外国人に許可した。その規制にかかったソウルの太和館、中和飯店、大麗都、仁川の共和春が廃業した。73年には中華料理店ではサルパブ（白飯）販売が、3ヶ月間禁止された。74年、政府が家庭の冗費節約を目的とした「家庭儀礼準則」を定め、冠婚葬祭、還暦祝等の宴会の時、客への接待を禁止した。さらに、物価安定を目指した政府は、チャジャンミョンを基本品目にいれ、チャジャンミョンを値上げすることが不可能になった[7]。80年代後半、海外から新たな味が韓国に入り、華僑の店で料理技術を学んだ韓国人が独立して、中華料理店経営に乗り出した。政府は粉食を奨励し、中華料理店のチャジャンミョンは

安い庶民の味として普及するようになった[8]<sup>6</sup>。華僑の海外移民、職業の多様化、韓国人と競争の劣勢などで現在、華僑が営む店は約600箇所と激減している。しかし韓国における中華料理店は引き続き増加し、現在約2万4千箇所ある。また、これらの店で売り上げるチャジャンミョンは600万皿に至り、韓国人8人中1人は一日につき一回はチャジャンミョンを食べている[9]。

#### 3.2 チャジャンミョンの誕生と共和春

韓国最初のチャジャンミョンは誰がいつ、なぜつくったのか。その秘密はまだ明らかになっていない。なぜならチャジャンミョンに関する記録がないからである。しかし仁川の共和春がチャジャンミョンの発祥地として認められているようである。この店の建物は仁川のチャイナタウンの中に位置している。共和春は1905年開業し、84年ごろ廃業したが、最近仁川広域市がチャジャンミョン博物館として建てなおすために買い入れた。

共和春の創業者于希光は、1890年代16歳の時清国から朝鮮に移住し、20世紀初頭仁川でこの店を開いた。彼がどのような経緯で共和春を開業するようになったかは知られていないが、3代目まで店が運営された[10]。共和春は、仁川のチャイナタウンで一番早く中華料理店を営みはじめたといわれているが、チャジャンミョンの発祥地が共和春であるといわれるようになったのは最近の話である。ある食品会社はこの店の名前をブランドにしたインスタント・チャジャンミョンを販売している。

しかし共和春が「最初のチャジャンミョン屋」という風聞とは違う根拠を提示する立場もある。仁川市立博物館の調査によると共和春の建物は1930年前後建設されたものである[11]。共和春がチャジャンミョンを始めて販売したという文書資料や証言もない[12]。共和春が古い店であったのは事実だが、山東人なら誰でもつくれるチャジャンミョンがその店独特のメニューだったとは断言できないだろう。<sup>7</sup>「共和国の春」を意味する「共和春」は中華民国の政府が成立した1912年以後使われるようになった言葉であり、共和春の創業時期を1905と言うのは無理がある[13]。

#### 3.3 チュンジャンの秘密、永華食品

韓国には「食べ物の味は醬の味」ということわざがある。醬の味が食べ物の美味しさの決め手なのだ。チャジャンミョンにおいてもこの醬（味噌）の味が重要だ。韓国式チャジャンミョンには中国味噌でもない、韓国味噌でもない、韓国華僑がつくったチュンジャンが必ず用いられる。北京、東京、パリ、ロサンゼルス、世界中どここのコリアタウンの中華料理店でも、韓国から調達したチュンジャンが用いられている。この秘密の味を作っているところがチュンジャン会社、永華食品である。

前述したように中国の味噌は塩辛いが、このチュンヂ

<sup>6</sup> K氏（男、60歳、大邱）インタビュー。

<sup>7</sup> L氏（男、73歳、仁川）

ヤンは甘くて塩辛くない。色も中国の茶色と違い、黒色である。

韓国でチュンジャンを生産する工場は全国 20 箇所を超えるが、韓国のチャジャンミョンの味は永華食品という醸造会社によって維持されているとあってよい。この会社は、1948 年一代社長王松山によって設立された。チュンジャンと醤油を主な生産品としている韓国最初のチュンジャン会社である。永華食品という名前より「サジャピョ・チュンジャン (ライオン印味噌)」という最初のブランドでよく知られているように、この会社はチャジャンミョンとチュンジャンの象徴的ブランドで、韓国チュンジャン市場 80% 近くを占めている。大小の調味料会社、醤油味噌醸造会社がチュンジャン開発に挑戦したが、永華食品に苦杯をなめた。



図 3. サジャピョ・チュンジャン

Fig.3 Ch'un Chang (Black Noodle Sauce), the Lion brand

永華食品のチュンジャンづくりの秘訣は、大豆と小麦粉の醱酵温度と混ぜる比率、カラメルにある。チュンジャンの作り順番は以下のものである。(1) 大豆と脱脂大豆を蒸す。(2) 小麦粉を蒸す。(3) 蒸した小麦粉を三日間寝かせて 1 次醱酵させる。(4) 醱酵した小麦粉に大豆、脱脂大豆、塩を入れ混ぜて 2 次醱酵させる。(5) カラメルを入れる。

カラメルを入れる以外は中国味噌と同じ作り方である。このカラメルは黒く着色するために用いるのであって、甘味をつけるためではない。永華食品のチュンジャンが新製品として販売され始めた頃、その色は茶色だった。しかし、ある競争会社が「黒色が本物のチュンジャンの醱酵色だ」といううわさをつくり、永華食品の販売に大きな打撃を与えた。それで、永華食品はチュンジャンに色付けのためのカラメルを入れるようになったという [15]。<sup>8</sup> 黒色のチャジャンミョンが韓国人に人気があるのは茶色の味噌を麺類に入れて食べる習慣が韓国人にないからであろう。白い色の麺に茶色のソースをあまりつけないからではないかと考えられる。

永華食品は半世紀を超えて韓国人の食欲を左右している。一代会長以来、二代の王秀安、三代の王学輔が会社を引き継いでいる。現在、この会社は韓国と中国に工場

を持ち、韓国式中華料理に入る食材、調味料、小麦粉のグルテン、合わせ調味料などを生産し、世界中に韓国式中華の味を広める先駆的役割を担っている。

#### 4. なぜチャジャンミョンを食べるのか

##### 4.1 アンケート概要

韓国人はいつ、誰と、なぜチャジャンミョンを食べているのだろう。筆者はこれに関して簡単なアンケート調査を実施した。質問紙には人口統計学的な事項以外で、全部 19 項目の質問項目があったが、ここでは本プロジェクトに合わせた項目を中心に分析する。ソウルと大邱地域で行なった本アンケートでは全標本数が 167 個であり、そのうち男性が 109 名、女性が 58 名であった (表 1)。

表 1 標本分布

| 年齢(以上-以下) | 男性 (%)    | 女性 (%)   | 計 (%)     |
|-----------|-----------|----------|-----------|
| 10-19     | 37 (34)   | 0 (0)    | 37 (22)   |
| 20-29     | 59 (54)   | 43 (74)  | 102 (61)  |
| 30-39     | 5 (5)     | 10 (17)  | 15 (9)    |
| 40-49     | 2 (2)     | 3 (5)    | 5 (3)     |
| 50-59     | 2 (2)     | 1 (2)    | 3 (2)     |
| 60-69     | 4 (4)     | 1 (2)    | 5 (3)     |
| 70 以上     | 0 (0)     | 0 (0)    | 0 (0)     |
| 計         | 109 (100) | 58 (100) | 167 (100) |

##### 4.2 韓国人にとっての中華料理

アンケートで、次の項目をたずねた。

【問 1】「中華料理」と言えば、何が最初に思い出されるか (1~3 位)。

【問 2】日常生活で頻繁に食べている中華料理は何か (1~3 位)。

【問 1】【問 2】の質問に対して回答者に一位から三位まで書かせると、【問 1】に関しては「一位チャジャンミョン、二位チャンボン、三位タンスユク」<sup>9</sup>が全回答者の 56% を占めた。総計すると、72% の 120 名人びとがこの三つの食べ物を韓国の代表的な中華料理として選んだ。

実際に中華料理店で注文して食べているものは何か。

【問 2】の全回答者のうち 87% が中華料理店でよく食べる食べ物上位三位のうちのいずれかに、チャジャンミョンをあげた。さらに、全回答者のうち 33% パーセントが一位にチャジャンミョンをあげた。回答の順番でも一位チャジャンミョン、二位チャンボン、三位タンスユクの順番が最も多く選ばれた。大邱の 60 歳ある華僑は「私が小さい頃、韓国人が中華料理店でご馳走を食べるとしたらチャジャンミョン、チャンボン、タンスユクだった。

<sup>8</sup> 初期はチュンジャンの色を黒くするために砂糖を焼いて入れたため甘味があった。現在のチュンジャンには、カラメルを色付けに使うため甘味が入っていない。中華料理店で提供されるチャジャンミョンが甘いのは店で砂糖が加えられるためである。

<sup>9</sup> チャンボンに関しては後述する。タンスユクは牛肉または豚肉に片栗をつけて油に揚げたもの。そこに野菜、砂糖、酢、醤油、片栗でつくったソースをかけて食べる。日本の酢豚に似ている。

そこに高粱酒一本付いたらもう最高だった<sup>10</sup>と語った。これはこんにちの若者も同じであり、チャジャンミョンやチャンポンを最もよく食べている。

【問3】チャジャンミョンは好きか。この質問に関しては86% (143名) が「はい」、9%が「いいえ」、5%が「分からない」と答えた。

【問4】一番好きな食べ物に10点をつけるとチャジャンミョンの点数は何点なのか。【問3】で「はい」を選んだ人は平均7.4点、「いいえ」を選んだ人は3.6点、「分からない」のは4.7点をつけた。全回答者の平均は7点であった。

【問5】人びとはどれほどの頻度でチャジャンミョンを食べているのか。回答者の55%は毎月1回または2回チャジャンミョンを食べている (表2)。

表2 チャジャンミョンを食べる回数

Tab.2 Frequency of Tcha Chang Myŏn Consumption

| 回数     | 回答数 | %   |
|--------|-----|-----|
| 週一回    | 1   | 1   |
| 週三回    | 26  | 16  |
| 月1-2回  | 92  | 55  |
| 3ヶ月に1回 | 46  | 28  |
| 無回答    | 2   | 1   |
| 計      | 167 | 100 |

多くの人が昼食にチャジャンミョンを食べているように、特別な日というより日常的に食べている (表3)。

表3 何時食べるのか

Tab.3 Usual Consumption Time of Tcha Chang Myŏn

| いつ  | 回答数 | %   |
|-----|-----|-----|
| 朝食  | 0   | 0   |
| 昼食  | 129 | 77  |
| 夕食  | 32  | 19  |
| 間食  | 3   | 2   |
| 無回答 | 3   | 2   |
| 計   | 167 | 100 |

韓国人は、一人で食べるよりは複数でチャジャンミョンを食べる。恋人または家族と共に食べる人が81%を占めた(表4)。

表4 誰と共に食べるのか

Tab.4 Consumption Company of Tcha Chang Myŏn

| 誰と    | 回答数 | %  |
|-------|-----|----|
| 一人で   | 12  | 7  |
| 友達・恋人 | 91  | 54 |
| 家族    | 45  | 27 |
| 職場の同僚 | 12  | 7  |
| その他   | 3   | 2  |

<sup>10</sup> H氏 (男、60歳、大邱) インタビュー。

|     |     |     |
|-----|-----|-----|
| 無回答 | 4   | 2   |
| 計   | 167 | 100 |

#### 4.3 ノスタルジアの媒介物からファストフードへ

本節では韓国人がなぜチャジャンミョンを食べるのか。食べない場合、その理由は何なのかなど、彼らにとってチャジャンミョンがどのような食べ物かを検討する。表5は、【問6】人びとがチャジャンミョンを選んで食べる理由である。

表5 選ぶ理由

Tab.5 Reasons to Choose Tcha Chang Myŏn

| 理由           | 回答数 | %   |
|--------------|-----|-----|
| 値段が安い        | 8   | 5   |
| 注文するとすぐ出る    | 8   | 5   |
| 美味しい         | 86  | 41  |
| メニュー選びの悩みが無い | 34  | 20  |
| 一番好き         | 2   | 1   |
| 理由無し         | 36  | 22  |
| 思い出がある       | 0   | 0   |
| その他          | 9   | 5   |
| 無回答          | 2   | 1   |
| 計            | 167 | 100 |

チャジャンミョンは注文から飲食が出るまで約3分しかかからない。そこに入れるチャジャンは、開店時には準備してあるので、注文を受けた厨房では麺だけを湯がきチャジャンをつけて出す。ある30歳代の女性は「早く食べて事務に戻らなければならないときに良く食べている」と語った。回答者の5%が「注文してからチャジャンミョンが出るまでの時間が短いこと」を選んで食べる理由として選択した。

チャジャンミョンの値段は、一皿2,500ウォン(約200円)から4,000ウォンまでである。四川作醬、三鮮作醬などは6,000ウォンであり、最近では「皇帝作醬」という12,000ウォンのチャジャンミョンまでできている。しかし、一般的に「チャジャンミョン」といえば安い庶民の食べ物をいう。大邱の市場にある某店の9割以上の客が市場の商人と男性労働者、年配の男性で、彼らが注文するメニューのほとんどが、2,500ウォンで売っているチャジャンミョンである。回答者中の5%が、安くて栄養豊富だという理由でチャジャンミョンを食べている。

【問6】に対する回答の多くが「美味しいから」味に失敗が無い(41%)、「メニューを選ぶ悩みが要らない」(20%)、「特別に理由無し」(22%)である。「その他」を選んだ人も「特に理由は無い」と答えた。このような回答が出てくる理由は次のように考えられる。韓国人はチャジャンミョンの味に慣れており、チャジャンミョンを食べる行為は習慣的である。一方、飲食店に行くと店ごとに違う味があり、メニューを選ぶのは心理的に負担

がかかる。しかしチャジャンミョンはどこに行っても殆ど同じ味であり、少し違う味でも選択に失敗がない。慣れたその味を腹が空いた時外食すると、「美味しい」と感じられるのだ。

ある精神科医者は、「韓国人にとってチャジャンミョンという記憶は悪くないものだ。この食べ物は我々の生活に浸透し、これを思い出すと我々は家族との食事、友達との集まり、両親にほめられた瞬間などの良い思い出の日々が連想される」と語る[16]。実際に筆者のインタビューでも同じ様子がうかがえた。

小さい頃、私の成績が上がると、父が中華料理店でチャジャンミョンやうどんを食べさせてくれた。当時はそんなものを食べられる人は少なかったわ。(S氏、女、58歳)

弟の小学校運動会を終った日、祖母は弟を連れて中華料理店に行った。祖母はチャジャンミョン一皿だけを注文し、それを弟に食べさせた。(R氏、男、33歳)

1960年代末当時、面書記の給料が毎月4,000ウォン、チャジャンミョン一皿が25ウォンだった。小学校のときだが、父が中華料理店にチャジャンミョンを配達注文したら、韓国語ができない少年がそれを持ってきて父と日本語で会計した。(K氏、男、60歳)

中長年層にとってチャジャンミョンとは、卒業式、記念日、結婚式などで食べられる、思い出深い食べ物である。70年代以後、産業化と都市化に伴い、チャジャンミョンは早く業務に戻るために職場であわただしく食べるものとなる。チャジャンミョン一皿には蛋白質、脂肪、糖質、繊維素、磷、鉄分、ビタミンなど多くの栄養成分が含まれている。カロリーもカルグッスやコムタンより高く、一皿で腹いっぱいになる[17]。<sup>11</sup>

若者たちにとって、チャジャンミョンは、老人とは異なり思い出となるような逸話とならない。今の20歳代、30歳代は子どものころから食べるのに困った経験が無い。彼らにとってのチャジャンミョンは、食べたいならばすぐに友達と楽しく食べられる食べ物である。

私はチャジャンミョンの思い出はあまり無い。小学生の卒業式後、家族と市内の大きな中華料理店にいった食べはしたけど。うちは麺好きじゃないし。中華料理店に行くより、家でチャバゲティ<sup>12</sup>をよく食べたわ。チャジャン

<sup>11</sup> 100グラム中、インスタントラーメンが454カロリー、カルグッスが312カロリー、コムタンが209カロリーだが、チャジャンミョンは463カロリーである。

<sup>12</sup> 「チャバゲティ」は、韓国の大きなインスタントラーメン会社(株)農心が1984年から販売したインスタント・チャジャンミョンである。「日曜日は私が家の料理師!」という広告コピーで一躍有名となり、今の30代以下の人びとに一番人気があるイン

ミョンは事務の人が好きだからみんなで外食すると良く食べるだけ。(J氏、女、31歳)

私はチャジャンミョンよりヤキウドンが好き。チャジャンミョンは友達と一緒に食べるけど、あまり思い出はないな。(H氏、女、31歳)

同僚と外食してすぐメニューを決めるとき、急いで食べなきゃならない時食べているよ。チャジャンミョンが飽きたらチャンポンを食べる。(L氏、女、31歳)

ノスタルジアの媒介物から日常生活のファストフードへと、チャジャンミョンに要求される役は変化しつつある。若者にとってチャジャンミョンは珍しくないものであり、代替可能なチャンポン、ヤキウドン、インスタント・チャジャンミョンも気軽に味わう事が出来る。

ここで【問7】チャジャンミョンを食べない場合、その理由は何かを見てみる。回答には油と麺が体や口に合わないため食べないというものが多かった。回答には「麺を食べると食事した気がしない」、「麺は消化し難い」などの理由でチャジャンミョンを食べないと答えた人が多い。「その他」を選んだ人の大勢は「他の食べ物が食べたいため」と答えた(表6)。

表6 チャジャンミョンを食べない理由

| 理由          | 回答数 | %   |
|-------------|-----|-----|
| 麺は消化できない    | 31  | 19  |
| 麺は食事した気がしない | 24  | 14  |
| 油が多い        | 52  | 31  |
| 黒い色が嫌だ      | 2   | 1   |
| その他         | 42  | 25  |
| 無回答         | 16  | 10  |
| 計           | 167 | 100 |

【問8】チャジャンミョンの代わりに食べるものは、チャンポン(41%)、ポックムパブ(焼き飯)(28%)が高い比率を占めた。他には餃子、チャブチェバップがあった。

表7 チャジャンミョンの代わり選ぶのは?

| メニュー       | 回答数 | %  |
|------------|-----|----|
| チャンポン      | 69  | 41 |
| ポクムパブ(焼き飯) | 46  | 28 |
| ヤキウドン      | 12  | 7  |
| うどん        | 6   | 4  |
| 料理類        | 15  | 9  |
| その他        | 19  | 11 |

スタント食品である。

計 167 100

【問9】チャジャンミョンを食べずに他のメニューを選らぶ理由は、以下の【表8】である。

表8 他の食べ物を選ぶ理由

Tab.8 Reasons to Choose the Alternative

| 理由          | 回答数 | %   |
|-------------|-----|-----|
| 汁を食べたいから    | 41  | 25  |
| ご飯が食べたいから   | 57  | 34  |
| 他の粉食が食べたいから | 5   | 3   |
| 辛い味が食べたいから  | 48  | 29  |
| その他         | 13  | 8   |
| 無回答         | 3   | 2   |
| 計           | 167 | 100 |

### 5. 韓国化された新たな中華料理

チャジャンミョン以外で韓国人に愛されている中華料理は何があるのか。本節ではそのほかの中華料理をみてみよう。

#### 5.1 ウドン

チャジャンミョンとともに年配の人びとに人気がある中華料理メニューはうどんである。【表7】は中華料理店で食べるメニューで、チャジャンミョンの代わりにうどんにしたのはすべて60歳代である。

うどんは、野菜と海産物を炒めるチャンポンと異なり、材料と水と一緒に鍋にいれて塩と醤油で味をつけてスープをつくる。ゆでた麺の上にこのスープかけて食べる[18]。日本のうどんと違い、汁は澄んでいて味が薄く、野菜が多いのが特徴である。80年代以後、キンパップ(海苔巻)、調理したインスタントラーメンを売っている粉食店が登場はじめ、うどんもそこに引き込まれたが、最近日本食ブームで日本式うどんが登場している。若者にとってうどんといえば日本食であり、かつおうどん、天ぷらうどんなどを思い出すが、年寄り々には中華うどんこそ、チャジャンミョンと共に思い出の食べ物である。

#### 5.2 チャンポン

韓国のチャンポンは、日本のものと異なり、汁が赤くて辛いのが特徴である。チャンポンの由来に関してはよく知られてないが、「チャンポン」という名称から日本のちゃんぽんが朝鮮半島に渡って定着したという説がある[19]。しかし6歳で朝鮮半島に移住した現在80歳の華僑は子供の頃、家でチャンポンを作ってよく食べたという。当時のチャンポンは唐辛子が入ってない白い色のチャンポンだったと語った。

韓国式チャンポンは、海鮮と野菜を、にんにく、唐辛子粉を加えて炒めた後、スープを注いで沸かして汁を作る。スープは殆ど鶏スープを使うが、最近ではスープを使わずにチャンポンをつくる場合も多い。ゆでた麺にスー

プを注いで出す。材料にアワビ、エビ、ナマコなどの海鮮を入れたら三鮮チャンポンとなる。



図4. 三鮮チャンポン

Fig.4 Sam Sön Tcham Ppong (Seafood Soup Noodle)

韓国華僑が売っているチャンポンには白色と赤色二種類がある。元々チャンポンには唐辛子を入れなかった。なぜ赤くなったのか。「ある時期唐辛子が値上がりして消費者がテーブルに載せてあった唐辛子粉をいっぱいかけて食べた。それをみて調理の最初から唐辛子をかけるようになった」と仁川で中華料理店を運営しているある華僑は語った。

しかしチャジャンミョンが黒色になった理由の一つが、「黒くなると水を交えてチャジャンの量を増やしてもわからない」[20]というのと同じように、チャンポンも唐辛子を入れてスープの量、味などを簡単に調節するためではなかったのか。中華料理店同士の競争のなかで、チャンポンを安くする必要はあるが、こうすると高いチャンポンと安いチャンポンというように値段を差別化して売ることが出来る。<sup>13</sup>

世代によってチャンポンの色の好みは違う。華僑の店では三鮮チャンポンのほとんどが白色で、大邱のある華僑店ではこの白色チャンポンを「ハルベ・チャンポン」(お爺ちゃんのチャンポン)という名前前で売って、年配の人々に人気を得ている。その店の三鮮チャンポンは、牛肉、フグ、カニ、カキなどの季節の材料をたっぷり入れたスープでつくるため、味が濃く美味しい。しかし若者にとってチャンポンは赤い色であり、ソウル、仁川などの中華料理店では「白いチャンポンください」と言わないと、赤い色の三鮮チャンポンが出てくる。



図5. ハルベ・チャンポン

Fig.5 Hal Pe Tcham Ppong (Grandfather's Soup Noodle)

<sup>13</sup> 韓国の人類学者金宅圭は、ある講演会で「大邱の味が全国で辛い味として有名だ。それは大邱に避難民が集中しながら飲食店が雨後の竹の子のように増えた。お客さんに味を知らずに食べ物を食べさせるため、唐辛子と塩を濫用するようになった。」と強調した。

### 5.3. ヤキウドン

大邱市はヤキウドンを十種類の地元飲食の内の一つとして指定している。他の都市ではその名も知られてないが、近年に至って粉食店と中華料理店を中心に、韓国式の名前で「ヘムルポックンチャンボン（海鮮焼きうどん）」という類似のメニューが登場している。

大邱のヤキウドンは、水を少なくして煮たチャンボンのような形態をしている。野菜とタレを入れて炒めて麺を入れて再び炒める。そこに唐辛子を入れたら赤い色の食べ物となる。

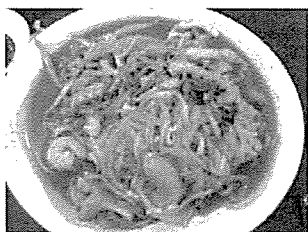


図 6. ヤキウドン

Fig.6 Ya Kki U Ton (Roasted Thick Noodle)

このヤキウドンの起源は日本の焼きそばである。韓国華僑は移住初期作って売ったヤキウドンは今のものと全く違い、赤くも辛くもない。まず麺を油で揚げる。次に鍋に豚肉、アワビ、ナマコ、エビなど三つの海鮮と肉を入れて炒めてソースをつくった上にスープをいれて、その中に揚げた麺を入れ少しだけ炒めた後、鍋からすぐ取り出して皿に置く。そうすると、揚げた麺が少し柔らかくなって美味しい。これは、中国語で炒麺（チャオメン）という。植民地期、朝鮮半島では日本語で「ヤキソバ」と呼ばれていた。解放後、同じものを韓国人は「ヤキウドン」と呼ぶようになった。その料理は高級料理であり、植民地期には日本人、韓国人を含めて金持ちが頼んで食べた。80年代頃には、ホテルでこのヤキウドンが作られた。韓国を訪問した日本人観光客が主な消費者であった。

14

大邱のヤキウドンも最初は上記のものと同じであったが、80年ごろある中華料理店で新しい具と作り方のヤキソバが考案されて広まり、今のようなものとなった。ソウルでは大邱のヤキウドンと似たヘムルポックンチャンボンが販売されているがそれは最近のことであり、大邱の人びとにはヘムルポックンチャンボンという名称は知られていない。粉食店などにはデリヤキソースをかけた今の日本の焼きそばに似たメニューもある。

## 6. 文化コンテンツとしてチャチャンミョン

### 6.1 仁川のチャチャンミョン祭りと博物館

韓国政府は、1992年台湾との国交を断絶し、輸出市場として重視される中華人民共和国との国交を正常化した。それにより華僑に対する政府の関心度も変わってきた。特に、韓国を代表する国際港湾都市仁川は、中国との文化的経済的な交流に強い関心を持っている。90年代から実施された地方自治体制度と地域祭活性化に伴い、仁川は地域の文化象徴として、中国との交流に注目し、チャイナタウンの再開発、中国関係の祭り作り、チャチャンミョンの博物館建設に着手した。

仁川市は、仁川国際空港の完工と共に、1997年からチャイナタウン開発に興味をもち、2000年チャイナタウンがある善隣洞と松都などを観光特区に指定し、多くの予算を投資した。2005年10月、仁川市は共和春の開業を記念し、チャチャンミョン誕生100周年に合わせて祭りを開催した[21]。この祭りは、毎年10月に開催されるが、昨年の2009年は新型インフルエンザでキャンセルされた。

祭りの名前にチャチャンミョンをつける理由はなぜなのか。最初の祭り企画に参加したY氏は「チャチャンミョンを祭りにすれば祭りは成功するだろうと確信していた。なぜなら韓国人ならだれでもチャチャンミョンには思い出があるものだからだ」と言った。祭りの準備には、仁川市中区、チャイナタウン商店街繁華会、仁川華僑協会、地域の新聞社、仁川中国文化院などが参加する。一年目の祭りには、千皿のチャチャンミョンを華僑がお祭り広場で作り、韓国客に提供した。観光客の反応は良かったと言う。そのチャチャンミョンの麺も手で伸ばした手打麺であった。この行事には永華食品からチュンジャンが無料で提供された。これは、ただチャチャンミョンを人びとが食べさせたというだけではない。チャチャンミョンを作ってその場で提供した意義とは、それをめぐってチャチャンミョンの生産者（華僑）と消費者（観光客、地域民）とのコミュニケーションができたということにあるだろう。

仁川市は、チャチャンミョン祭りを継続すると共に、チャチャンミョン博物館も開館する予定である。仁川市中区善隣洞に残されている共和春の建物を買い入れてあり、2010年開館を目的にその建物を修理中である。博物館にはチャチャンミョンが誕生した当時の仁川の風景を再現し、チャチャンミョンの語源、材料、時代別変化の様子、生活に反映されたチャチャンミョンのあり方などを展示する予定である[22]。

### 6.2 大邱華僑中国文化祭り

仁川のようにチャチャンミョンという名称は使わないが、華僑の文化を紹介して華僑と韓国人との交流を増進することを目的にする祭りが大邱にもある。それは大

<sup>14</sup> L氏（男、73歳、大邱）及びR氏（男、76歳、大邱）、Y氏（男、49歳、大邱）インタビュー。



邱市中心区華僑街で開かれる「大邱華僑中国文化祭り」である。

この祭りは、韓国人と華僑との出会いから始まり、市民の力で出来上がったという点で仁川と異なる。2000年、華僑に関する取材をおこなったある記者が、大邱華僑協会の役員と出会い意気投合し、2005年ソウルで開かれる世界華商大会に合わせて大邱の華僑定着100周年記念祭りをしようということになった。それが元になり、実際の準備は、大邱華僑協会、街文化市民団体、大邱の大学教授と学生、地域の新聞社（嶺南日報）、地元の銀行（大邱銀行）などが資金と準備、進行を担当した。韓国各地の華僑たちの支援もあったが、大邱市も意義に共感して多大な資金を提供した。

大邱市と中区庁は祭りの成功を評価し、2006年からは定期的な行事として行われるようになっていく。現在まで大邱華僑協会と大邱市庁、区庁の努力で10月華僑節に合わせて三日間開かれている。昨年の2009年は仁川と同じ理由で縮小して開催された。

筆者は、2009年の祭りに参加した。印象的なイベントは「チャジャンミョンパッリモッキ（チャジャンミョン早食い大会）」である。これは、華僑と中国に関連する行事がある所には必ず登場する。子供、大人、中学生など人々が舞台に並んで、司会者のベルが鳴くと食べ始め、一番早く食べた人が優勝する。去年は、大邱華僑中学校の学生が勝った。チャジャンミョンは、温かいが熱くない麺であり、米より喉にも柔らかく食べやすい。それで忙しい人が良く食べるものであり、その特徴をイベントにしたのが「チャジャンミョンパッリモッキ」である。

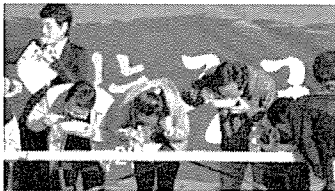


図7. チャジャンミョンパッリモッキ  
Fig.7 Tcha Chang Myön Eating Contest

## 7. まとめ

筆者は、チャジャンミョンの調査を行いながら、多くのオンライン・ブログ、新聞記事、インタビューなどを通して韓国においてチャジャンミョンが単なる食べ物以上の意味を持っているのを感じた。ある人にとっては学生時代のたまに食べられる楽しみであった。ある人には苦労した労働後の休憩のような食事であった。チャジャンミョンを消費する人びとは、そのものを通して小学校の卒業式、運動会、家族と外食、結婚式、引っ越しの日など特別な瞬間や、チャジャンミョンが手に入り難かった貧しい時代を思い出した。韓国で有名な詩人、チョン・ホスは自分の詩「チャジャンミョンを食べながら」の

なかで「揺れているこの世界／悲しみを混じえて沈黙より旨い／チャジャンミョンを食べながら生きていこう」とうたった。ある新聞社の論説員は「チャジャンミョンの中には庶民の涙と笑みがある。黒いチュンジャンより黒い溜息があり、白い麺より白い希望がある」と書いた[23]。

韓国式チャジャンミョンは、山東省の伝統食べ物が単純に韓国に伝来されて成功した人工物ではない。チャジャンミョンは、伝統的風俗の一つとして華僑によってもたらされ、朝鮮戦争前後、朝鮮半島の分断に伴い、故郷との交流が切れ、韓国国内の多様な社会現象と共に続々と自己発展してきた人工物である。こんにちの「チャジャンミョン」言われている人工物は、韓国政府の物価監察、その干渉から抜け出そうとする生産者のアイデア、消費者が持つ外食に対する羨み、都市化に伴う生活の余裕を楽しもうとする人々の欲求が複合的に作用しながら、半世紀の間に発達してきた。その過程で様々なチャジャンミョンが派生した。山東を源流とするチャジャンミョンは、韓国で作られるようになり、韓国で作られたチュンジャンとレシピとともに中国を含めた海外に広がっている。

時が経ってチャジャンミョンを消費する人びとの年齢も、彼らの楽しみかたも変化した。年配の人びとは今のチャジャンミョンに映し出された「昔の味」とノスタルジアを楽しんでいる。しかし彼らの子供たちは「チャジャンミョン」という言葉から、早く食べられ、どこで注文しても自慢の味がある美味しい食べ物を思い出す。20世紀の中国人労働者と同じように、若者にとってチャジャンミョンは、日常生活に密着したファストフードとなっている。現在販売されている10種類以上のインスタント・チャジャンミョンがそれを反証している。20年、30年後、この若者たちはチャジャンミョンにどのような思い出をもつのだろうか。

一時期、物価管理から自由になったチャジャンミョンは、2008年再び管理対象となった。自然主義とウェル・ビーイングブームにより、中華料理店も高級化、大規模化しているが、今日も韓国人8人のうち1人が会社や家の近所でチャジャンミョンを食べている。政府は、チャジャンミョンを韓国文化の象徴物と指定し、チャジャンミョン配達に使用される配達箱まで韓国文化デザインの一つとして選んだ。本論で示したように、チャジャンミョンは韓国の歴史と文化を説明するキーワードとなりうるであろう。

## 謝辞

本稿を作成するあたり、多くの人びとに示唆をいただきました。すべての方のお名前を記載できませんが、長時間調査のために割いてくださいました大邱華僑協会の

李世鵬氏、李維民氏、大邱A飯店代表の劉長山氏、仁川華僑協会の山昌信氏、林繼誠氏、仁川B飯店代表の周裕成氏、仁川外国人奉仕会の魏淳煥氏、仁川広域市中区庁に感謝いたします。また質問に回答してくださいましたソウル大学と聖公会大学の講師・学生・職員、慶北大学の学生の方々にも心から感謝いたします。

### 参考文献

- [1] 김성운 : 한국만의 문화-커피믹스·라면·자장면, 조선일보,(2009.9.29). (キム・ソンユン : 韓国だけの文化—コーヒーミクスラーミョン、チャジャンミョン, 朝鮮日報, (2009.9.29).)
- [2] Herskowitz, J. : South Korea's Black Day for love, RETUERS,(2008.4.14).
- [3] 장승훈 : 장한나 “ 자장면이 제일 먹고 싶어요”, 아시아경제,(1009.11.16).(カン・スンフン : チャン・ハンナ、チャジャンミョンが一番食べたい, アジア経済,(2009.11.16).)
- [4] 林史樹 : 外来食の「現地化」過程—韓国における中華料理, アジア遊学 77 世界の中華料理, 勉誠出版,(2005:58).
- [5] 同上, 林(2005:60).
- [6] 이진상 : 대구화교 정착사 100 년-짜장면의 비애,영남일보,(2005.10.6).(リ・シンサン : 大邱華僑定着史 100 年—チャジャンミョンの悲哀, 嶺南日報(2005.10.6).)
- [7] 林 (2005:61 - 62). 及び 양세욱 : 짜장면던, 프로네시스,(2009:176-177).(ヤン・セウック : チャジャンミョン傳, プロネシス出版社,(2009:176-177).)
- [8] 한국방송공사 : KBS 특집 비디오저널-짜장면, (1997.4.6).(韓国放送公社 : KBS 特集ビデオジャーナル—チャジャンミョン,(1997.4.6).)
- [9] ヤン(2009:139).
- [10] 韓国放送公社(1997).
- [11] ヤン(2009:131).
- [12] ヤン(2009:132).
- [13] 서울방송 : SBS 스페셜-짜장면의 비밀, (2009.5.17).(ソウル放送 : SBS スペシャル—チャジャンミョンの秘密,(2009.5.17).)
- [14] 韓国放送公社(1997).
- [15] ソウル放送(2009).
- [16] 同上
- [17] 韓国放送公社(1997).
- [18] 여경래·여경옥 : 2,000 원으로 중국 요리 만들기, 그리고책,(2009:29).(ヨ・キョンレ/ヨ・キョンオク : 2000 ウォンで中華料理づくり, 그리고책出版社,(2009:29).)
- [19] 同上, ヨ・キョンレ/ヨ・キョンオク(2009:26).
- [20] ソウル放送(2009).永華食品の会長インタビューを参照
- [21] 김재영 : 그 중에 제일은 자장면이라, 동아일보,(2005.10.18).(キム・ジェヨン : そのうち一番はチャジャンミョンだ, 東亜日報,(2005.10.18).)
- [22] ヤン(2009:134).
- [23] 이영재 : 짜장면 100 년, 경향신문,(2005.10.2).(リ・ヨンジェ : チャジャンミョン 100 年, 京郷新聞,(2005.10.2).)