

質・量ともに膨らむ外食産業

佐藤 幸人

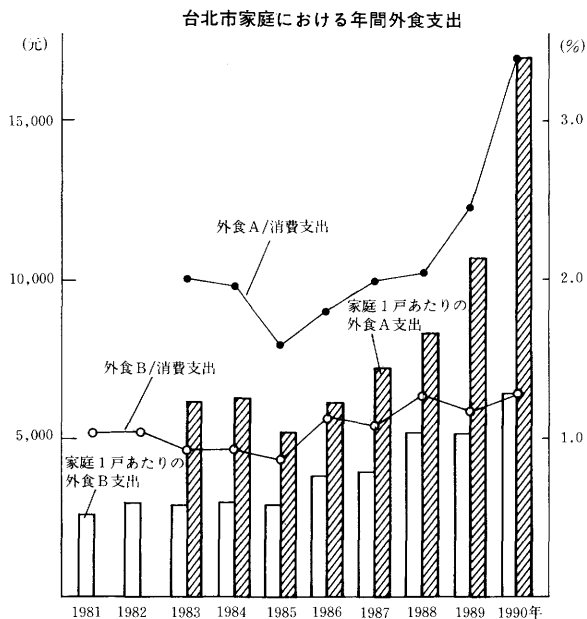
台北は、古くから食の街であった。すでに戦前の写真には、屋台を写したものがあ⁽¹⁾る。

そしていま、台湾にはモノが溢れる。一九九〇年の一人あたり国民所得の推定値は七三三二米ドルに達した。⁽²⁾このような所得の成長を背景に、台湾の外食産業はその賑わいを増している。

外食産業は、はじめに統計資料から全体的な趨勢をみておこう。まず需要サイドについて図をみると、多少の変動はあるものの、台北の家庭の外食への支出額は傾向的に増加している。特に外食Aの一九八九、九〇兩年の伸びは著しい。また、消費支出全体に占める比率も、概ね上昇の傾向にある。

外食支出の増加の要因として考えられるのは、第一に所得の増加である。一九九〇年の名目可処分所得は八三年の約一・七倍である。⁽³⁾特に外食Bは所得との相関が高く、かつ所得弾性値は一を明らかに上回る。これについては、所得水準別にその消費全体に占める比率をみると、

I 東アジア



(注) 外食Aとは、普段の食事を外でとること(「在外伙食費」)。
 外食Bとは、娯楽性の強い外食。飲物、タバコを含む(「餐館舞廳等場所食品飲料煙草」)。

(出所) 台北市政府主計處『中華民國台北市家庭収支與所得分配調查研究報告』各年版。

高所得層のほうが高くなっていることから確認される。第二に、サラリーマン世帯が増加⁽⁴⁾した。第三に、女性の就業増加が顕著である。さらに、家族規模の縮小⁽⁵⁾が表すように、核家族化、单身世帯の増加も要因として考えられる。

つぎに供給サイドについてみると、需要の増大にに応じて軒数、従業員数とも増大している。

一九八三年と九〇年を比べると、台湾全体で企業数はレストランが七二〇〇軒から七六〇〇軒へ、小食堂（小吃店）が九五〇〇軒から一万二三〇〇軒へと増加した。従業員数は七六年と八六年を比べると、レストランが二万八〇〇〇人から五万二〇〇〇人、小食堂が一万七〇〇〇人から三万一〇〇〇人へと増加した。⁽⁸⁾さらに、屋台が八八年末において八万一〇〇〇軒⁽⁹⁾ある。上に述べた需要サイドの要因は今後も強まりこそすれ、弱まることはないと推測されるので、外食産業の規模はますます拡大するであろう。

マクドナルドが外食産業は単にその規模を拡大しているばかりでなく、同時に多様化もやっけてきた進めている。一九七〇年代から八〇年代にかけて、それまでになかった外食の形態が現れた。なかでも代表は外来のファーストフードである。

一九七〇年代から台湾には、地場資本のファーストフードが数軒すでに存在していた（二部はアメリカのファーストフードチェーンと提携）。そのなかにはマクドナルドを模した麥當樂というハンバーガーショップもあった（ちなみに今のマクドナルドは中国語名を麥當勞という）。

しかし、麥當樂は結局成功しなかった。ファーストフードが一般的に普及するのは、一九八

四年に本物のマクドナルドが進出してからである。マクドナルド一号店は開店当初一日二〇万円の売り上げを達成、全世界のマクドナルドの週間売上記録を更新するなど、大成を収めた。これをみてミスタードーナツ、ケンタッキーフライドチキン、ウェンディーズ（以上八五年）、ハーデイズ、ロツテリア（以上八六年）、吉野屋（八八年）、モスバーガー（九一年）などがぞくぞくと台湾に進出した。その背景には、台湾の企業グループの多角化戦略もあった。⁽¹⁰⁾九〇年一月時点で店舗数は、マクドナルドが三六軒と最も多く、ケンタッキーフライドチキン二四軒、ウェンディーズ一軒、ロツテリア一軒、ハーデイズ九軒と続いている。⁽¹¹⁾

中華ファースト ファーストフードはなぜ、台湾の人々に受け入れられたのであろうか。

フードの登場 ファーストフードは食事として、けっして安くない。人件費や地代など、コストは日本よりも低いと考えられるが、商品の価格は日本と大きな差はないようである。だいたい一食一〇〇元前後は必要となる（一元＝約五円）。後で紹介するように、台湾にはその半分の金額で済む外食の形態がいくらかもある。しかも、台湾の人はハンバーガーやアメリカ式のフライドチキンの味を、あまり高くは評価していない。台湾国立大学の嚴氏によると、味については中華風に対する評価のほうが明らかに高い。⁽¹²⁾

にもかかわらず、台湾の人がファーストフードを利用するのは、その清潔感と店員のサービスの良さによる。これらは伝統的な食堂には欠けていたものばかりである。嚴調査では消費者が中華風外食よりもアメリカ風外食に対して高い評価を与えている項目には、速さ、衛生、環



筆者行きつけのチャーハン屋

境、サービスがある⁽¹³⁾。また、ハンバーガーを主力商品としながらも、どちらかといえば雰囲気は伝統的な食堂に近い美而美は価格が低い。実際、台湾マクドナルドの元副社長の韓定国氏は「マクドナルドが売るのはハンバーガーではない、一種の文化だ」と述べている⁽¹⁴⁾。

このような消費者の見方は、利用の仕方に現れる。ファーストフードは日常の食事としてよりも、休日⁽¹⁵⁾に利用される。また、店内の雰囲気を楽しむ⁽¹⁶⁾以上、テイクアウトは非常に少ない。店内に留まる時間も長い⁽¹⁷⁾。これらの要素はいずれも客席回転率を低下させる。これがファーストフードの高価格の大きな要因となっていると考えられる。

サービスで劣る。ならば欧米式のスタイルで中華式の食べ物を出せばいいのではないか、こうして登場したのが中華式ファーストフードである。牛肉入り中華麺の三商巧福、中華風点心やお粥の漢華美食、鶏のから揚げの新鶏荘、香鶏城が代表である。一見欧米式の頂呱呱も味覚は中華風、台湾風を志向している。たとえばフライドポテトの材料は、ジャガイモではなく台湾

の蕃薯を使っている。欧米式ファーストフードの影響で、普通の食堂でもこぎれいなつくり改装するところが出てきている。

泡沫紅茶・ファーストフードはもう一つ別の機能を新しく提供した。中高生、大学茶芸館・啤酒屋 生のたまり場としての機能である。実はファーストフードの顧客では、数からいえば彼らが圧倒的に多い。⁽¹⁸⁾二〇〜三〇元の飲物を買えば、快適な店内でしゃべりができる。⁽¹⁹⁾さらには、K書族と呼ばれる一群がいる。大学受験をひかえた高校生や予備校生たちである。彼らは飲物を片手に、ファーストフードのテーブルを自らの勉強机とするのである。

同じ機能をもつものとして、泡沫紅茶の店がある。ここではなぜか紅茶をシェイクして出す。単にシェイクするだけではなく、いろいろな果物のシロップを加えて、味を変える。なかでも珍珠奶茶はなかなかの珍珠である。これも価格が三〇〜四〇元程度なので、学生には手ごろである。やはり近年になって登場してきた。

これらの現象をみると、一九八〇年代になって、若い世代が外で飲物を飲みながら、友人たちと時間を過ごすことが一般的になってきたようである。日本ならば喫茶店を利用するが、台湾の喫茶店は価格が高く、高校生では日常的には使えないだろう。コーヒー一杯はだいたい八〇元ならば安いほうで、一〇〇元は当り前である。

同じ高いお金を払い、のんびり時間をつぶすならば茶芸館がお奨めである。友人の話によると、茶芸館そのものは古くからあるが、若者が使うようになって、ここかしこに見かけるよう

になったのはやはり最近だそうである。茶芸館ではアルコールランプでお湯を沸かしながら、烏龍茶など中国茶を自分で入れて楽しむ。多くは板敷、畳敷で、学校近くの茶芸館では、学生がトランプをしていたり、本を読んでいたりと、昼寝をしていたりと、なかなか風情がある。

飲酒の新しい形態は啤酒屋である。これは一種のピヤホールなのだが、中華風のおつまみを出すこと、内装、外装に凝っていることが特徴である。たとえばインディアンという店では、トートムポールやらインディアン風のテントやらが店内を飾っている。台湾最初の啤酒屋は、一九八五年台北に登場した⁽²⁰⁾。以来、若い世代を中心に女性も含めて、友人どうしビールを飲みながらおしゃべりをする場として発展している。

普段はやはりしかし、これまで述べてきた新しい形態の登場、特に洋風化の傾向は、中華を食べる けっして従来あった外食の形態を駆逐しているわけではない。なぜなら、台湾の人々はやはり伝統的な味のほうを好むからである。時々ハンバーガーを食べても、毎日食べたいと思う人はほとんどいないにちがいない。しかも、ファーストフードなどは高い。では伝統的な中華式外食と新しい欧米式の外食はどのように組み合わされているのだろうか。最後に台湾の、なかでも台北の外食の全体像について、筆者の印象をスケッチしてみたい。

まず、朝はパン食が増えているようだが、一方でお粥や豆乳と油条、焼餅という伝統的な朝食も健在である。何と言っても安い。一食一五〜三〇元程度である。店で食べるほか、忙しそうにビニール袋入りの豆乳をもって出勤する人も多い。



自助餐

昼、最も一般的なのは自助餐と呼ばれる中華式カフェテリアであろう。店先に並んだ数あるおかずのなかから三種類前後選ぶ。ご飯とスープがついて三〇〜五〇元と安い。しかも、栄養のバランスがいい。弁当にもできる。やや難点は、グルタミン酸ソーダを多用しているため、味がどほかに排骨飯、鶏腿飯、炒飯、広東式の三宝飯および各種類が五〇元程度。牛肉麵はやや高く、七〇元以上する。また、弁当の専門店が一九八〇年代初めから発達してきた。²¹⁾台湾の社会が忙しくなってきたことを反映していると考えられる。ファーストフードは、これらの一つ上の価格帯に入るだろう。

もう少し落ちついた食事がしたければ、中華料理のレストランの定食が八〇元くらいからである。しかし、これはおかずが一品なので、一人で行くとつまらない。欧米式のビジネス・ランチは通常二二〇〜一八〇元程度。これには食事後の飲物もつく。日本からきたスカイラークもこの価格帯辺りに位置する。これより上の価格帯は、各種中華料理および西洋料理や日本料理のレストランとなる。近年牛ステーキの店がよく目につく。²²⁾価格は二〇〇〜六〇〇元程度で、ちょっと贅沢したいときに利用されている。

このほか朝と夕方から深夜にかけて、各種屋台が活躍する。夕方は学校から予備校へ向かう学生が、間食として葱油餅などを買っていく。夜店街では伝統的な習慣にならって夜食をとる人が大勢くりだす。

一九八〇年代には新しい形態の外食が現れた。しかし、それは食生活を一変させるというよりは、そのヴァリエティを増すものだったと理解するべきである。このような多様化は外食の量的増加とともに、台湾の所得水準の上昇と社会条件の変化に起因している。それと同時に、消費者の変化に応じて新しい形態の外食を開発してきた供給側の活力も見のがせない。

注(1) 雄獅美術編『攝影臺灣——一八八七年～一九四五年的台湾』、台北、雄獅圖書、一九七九年、三七ページ。

(2) Council for Economic Planning and Development, *Taiwan Statistical Data Book 1991*, Taipei.

(3) 台北市政府主計處『中華民國台北市家庭收支與所得分配調查研究報告』、民國七二年および七九年版、台北。

(4) 行政院主計處『中華民國七十九年台灣地區人力資源調查統計年報』、台北によると、被雇用者は一九八三年の四五一万人から九〇年には五六〇万人に増加した。また、就業者に占める比率も、六四％から六八％に上昇した。

(5) 同前書によると、台湾全体で女性の労働参加率は一九八三年の四二％から九〇年には四五％に上

昇した。特に既婚女性の労働参加率の上昇が著しく、同じ期間に三七%から四二%に上昇した。なお、台北市は平均をやや下回った。

- (6) 『中華民國台北市家庭收支與所得分配調查研究報告』、民国七二年および七九年版、台北によると、台北市の一世帯あたりの人数は、一九八三年に四・三人だったのが、九〇年には三・九人に減少した。
- (7) 財政部統計處『中華民國財政統計月報』、台北。

- (8) 行政院臺閩地區工商普查委員會『中華民國六十五年臺閩地區工商普查報告』第六卷（臺閩地區商業）、台北、一九七八年および行政院主計處『中華民國七十五年臺閩地區工商普查報告』第六卷（臺閩地區商業）、台北、一九八八年。

- (9) 行政院主計處『中華民國臺灣地區攤販經營概況報告』、台北、一九八九年。

- (10) ケンタッキーフライドチキンは食品大手の統一企業との合併、ハーデイズは茶業の天仁茗茶との合併、ロッテリアは事務機器販売の震日行との合併、モスバーガーは電気機器の東元との合併である。
- (11) 交流協会『台湾の小売業』、東京、一九九〇年、四八ページ。

- (12) 嚴立煌「速簡食品消費者行爲之研究」國立台灣大學商學研究所碩士論文、台北、一九八五年、五六～五七ページ。

- (13) 同前。

- (14) 陳生民『台灣15大行銷戰役』、台北、時報文化出版企業有限公司、一九八九年、六七～七〇ページ。

- (15) 嚴、前掲論文、七一ページによると、日常の昼食、夕食では過半数が中華式を選択するのに対し、休日の食事は欧米式を選択する比率が中華式を上回った。

- (16) 張宗元「西式速食消費行爲之研究」、台北、國立中興大學企業管理研究所碩士論文、一九八六年、六九ページによると、調査対象の約九〇%が店内で食事をしていた。王建彬「台北市速食連鎖店顧客

惠顧行為之研究」中塚、中原大學企業管理研究所碩士論文、一九八六年、七二ページも同様の結果(九三%)を示す。

(17) 張、前掲論文、八三ページによると、欧米式では調査対象の五〇%弱の利用時間が三〇分を超えていた。一方、中華式では利用時間が三〇分を超えるのは約一二%にすぎなかった。

(18) 成敏華「西式速食業行銷組合策略之研究」、台北、國立政治大學企業管理研究所碩士論文、一九八六年、五七ページによると、サンプル中、学生が五三%を占めた。なお、嚴および張の前掲論文はいずれも、サンプルが抽出方法上、学生に偏ると考えられるが、学生の比率は成の結果と大差なく、また筆者の印象にも合致する。したがって、上記の引用には大きな偏りはないと考えられる。

(19) 張、前掲論文、七〇ページによると、午後二時〜五時の利用者が三三・五%を占めた。また、同論文、七一ページによると、利用の目的では「休憩、おしゃべり」が半分に上った。しかも、利用頻度の高い顧客は、この目的で利用する比率が高い。

(20) 張正「啤酒屋賺錢眼」(『突破雜誌』第二四期、一九八七年)、四二ページ。

(21) 楊小萍「台北人午餐吃什麼?」(『光華』第六卷第二期、一九八一年)、一五ページによると、當時台北には七〇強の弁当業者がいた。

(22) 林克隆「牛排西餐業百家爭鳴」(『自立早報』一九八八年八月二十八日)によると、牛ステーキ店は、一九八六年頃から発展し始めた。台湾省農林廳『台湾農林年報』、南投県中興新村によると、台湾の牛肉輸入は八三年には二万三〇〇〇トンだったが、九〇年には三万八〇〇〇トンと六五%増加した。島内生産は五〇〇〇トン前後で推移している。

その他参考文献として、中華徵信所『台灣地區產業年報 速食業』、台北、一九八七年。

(さとう) ゆきひと/アジア経済研究所在台北海外派遣員