

琉球大学学術リポジトリ

沖縄の食にみる米国統治の影響（第一報）：
外資系洋風ファーストフード（米国型）の導入と受
容

| | |
|-------|--|
| メタデータ | 言語: 出版者: 琉球大学教育学部 公開日: 2007-09-15 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 金城, 須美子, 田原, 美和 メールアドレス: 所属: |
| URL | http://hdl.handle.net/20.500.12000/1900 |

沖縄の食にみる米国統治の影響（第一報）

～外資系洋風ファーストフード（米国型）の導入と受容～

金城 須美子* 田原 美和**
（*琉球大学教育学部 **浦添高等学校）

The United States Cultural Influence on the Foods of Okinawa and the Acceptance of the United States' Fast-Food Industry.

Sumiko Kinjo* and Miwa Tahara**

From the end of World War II until 1972, Okinawa was under the executive control of the United States of America. During this period, both the ethnic foods of Okinawa and the diet of the Okinawan People changed dramatically. As a result Okinawa has been the leader in introducing foreign foods into Japan. Although Fast-Food restaurants have been increasing in number there have not been any papers dealing with the change of cultural tastes and diets of the Okinawan people.

In this research we deal with two topics. The first is how the Fast-Food culture was introduced to Okinawa and how it evolved in Okinawa. Secondary, we examined and tried to prove the U.S.A.'s influence with an investigation and analysis of the Okinawan people's acceptance.

I. 緒言

沖縄は第二次世界大戦後、27年間も米国の統治下におかれ、県民の食生活に様々な影響をもたらしたが、外資系洋風ファーストフードの導入と定着もその一つと考える。日本本土における洋風ファーストフードの導入は、昭和45年の第二次資本の自由化以降であるが、沖縄ではこれより約7年も早く、米国統治時代の昭和38年であった。ハンバーガー、チキンといった肉類を主とした洋風ファーストフードのメニューは、伝統的に獣肉食習のある沖縄の食生活にはむしろ積極的に受け入れられた感が強い。現在では、日本の外食産業界において、洋食ファーストフードの先進県とまでいわれているが、その歴史的な経緯、あるいは実態についての研究報告はない。

そこで、今回は、米国型洋風ファーストフード

の歴史や沖縄進出の経緯と導入、企業別店舗数の推移と、県民の洋風ファーストフードの受容の実態を調査・分析することで米国統治の影響を検証しようとするものである。

II. 研究方法

1. (財) 外食産業総合調査研究センター編「食産業統計資料集」、沖縄県企業開発統計課編「沖縄県の商業一般飲食店」などの統計資料から、洋風ファーストフード企業の売上状況、店舗数推移を分析した。
2. 各洋風ファーストフード企業の社史や日本マクドナルド株式会社広報部「McDonald's News」、日本ケンタッキーフライドチキン「WE'RE No1」等から、進出の時期、営業形態の概要をまとめた。
3. 企業を個別訪問し、沖縄における進出の時期、

*The Faculty of Education, University of The Ryukyu

**Urasoe High School

営業形態、在沖店舗数の推移、商品メニュー、利用時間帯について調査した。なお、調査対象の外資系企業はA&W、マクドナルド、ケンタッキーフライドチキン、シェーキーズの4社であるが、すべて米国資本系企業である。

III. 結果および考察

1. ファーストフードの定義と経営方法

外食産業問題研究会編『外食産業の現状と展望』(1981)によると、ファーストフードとは、「本来は、ファースト・サービス・フードの意味で、注文に応じて直ちに提供される調理品。調理加工の大部分は店舗ではなく、工場で行われるのが特徴で、通常限定された品目でうられる。」と定義されている。

これらファーストフード産業の経営方法の特徴として下記の4項目をあげている。¹⁾

(1) チェーン化による多店舗展開

利益を追及するためスーパーマーケットと同じように多店舗展開を図ったもの。チェーン展開の方法には、主にレギュラーチェーンとフランチャイズ・チェーンとがある。

レギュラーチェーンは単一資本のいわゆる直営方式のチェーンのことで、多額の資本を要するが、本部による統制が取りやすい。

フランチャイズ・チェーンは本部(フランチャイザー)が加盟店(フランチャイジー)に事業許可を与え、すべての経営方針を指示指導、統制し、その代償として加盟金などの手数料をとる経営チェーンのこと。これはフランチャイジーの資本と労力が利用でき、多額の資本を投資することなく経営規模が拡大できる。

(2) 経営のシステム化

チェーン展開により多店舗化を図ると同時に、食材の仕入れから調理加工、サービスに至るまでをシステム化しコストの削減を図ったもの。

食材調達は、大量一括購入と集中配送のカミサリ方式が用いられている。

また、作業のやり方について手順方法を細かく文書化したマニュアルの利用により非熟練労働者(パート)を活用し、人件費の削減を図っている。さらに、調理、加工過程においては、系列の飲食店に調理済みまたは半調理の食材を生産して供給

するセントラル・キッチンを設置している企業が多い。最近では、食品メーカーの製造するコンビニエンスフードを外注し食材調達の合理化、調理機能の効率化を図る企業もみられる。

(3) 顧客ニーズへの対応

多様化する食生活を反映して、簡便性のニーズに対応したもの。

(4) 立地の拡大

市街地だけの出店ではなく、より郊外へと出店エリアを拡大し、自動車の普及、地方の人口増加等にもなう需要の拡大に対応したもので、外資系企業が日本のファーストフード産業の経営システムの基礎になったといわれる。

上述したファーストフード産業の経営システムのすべての基礎となるものが、ファーストフードを中心とする外資系企業であった。外資系企業は昭和44年3月の第2次資本の自由化を契機に日本に進出したが、日本の飲食業界に与えた影響は大きかったものと思われる。

外資系企業が日本に進出する形としては次の経営方針があると原 勉、稲垣勉氏は分析している。

① 資本進出を行わず、技術の提供のみ行う場合

② 日本の企業にエリア・フランチャイズ権を与え、資本は日本企業に全て依存する場合。外資側が日本企業に商品使用権利、その他の権利を譲渡するかわり日本企業はエリア・フランチャイズ権取得の契約金と売上に対するロイヤリティ(使用料)を支払う方式。

③ 外資側と日本企業とが共同出資の子会社をつくり、その子会社が営業を行う形態。代表例として、藤田商店と米国のマクドナルドが共同出資して設立した日本マクドナルドが上げられる。

2. 洋風ファーストフードの沖縄への導入

米国統治時代の昭和38(1963)年、沖縄に初めて洋風ファーストフード店のA&Wが設立された。これは当初自家用車を所有する沖縄在住の米国人を対象として米国人のA. ADAMSU氏とJ. BARNES氏によって経営されたものであった。A&W本社の創業は1919年、ROY ALLEN氏によって数種類の薬草、樹皮を用いて作った清涼飲料「ルートビア」を販売するためのスタンド経営が始まり

である。飲食業界では世界で最も早くチェーン化を始めた企業で、アメリカを中心として数多くのチェーン店が世界中に分布し盛業中であった²⁾。

昭和38年に、沖縄の第一号店として本島中部に開店した屋宜原店は、本格的なアメリカンスタイルのドライブインで、当時の沖縄人の生活レベルからすると、桁違いの建物だったといわれている。車でなければ入店できなかったため利用客の90%が米国人で、沖縄県民の利用は車を所有する一部の上層階級に限られていた。

聞き取り調査によると開店当初から24時間営業で、よく利用される時間帯はPM5:00～PM8:00頃と夕食として利用されることが多かったという。

メニューは、ルートビア、ハンバーガー、チキンを中心に構成され、復帰前までのメニュー、伝票はいずれも英文字であった（表1）。当時米国人に好まれたメニューは、ピックポイ、フットロングホットドックなど量の多いものであった。注文に際しては、ピックポイにスーパーフライとルートビアをとり合わせて食することが多く、沖縄県民はハンバーガー、チーズバーガー、チキンを好み、組み合わせではハンバーガーにスーパーフライとオレンジジュースが多かったといわれる。メニューの中には「ツナ」や「コールスロー」のように沖縄で考案されアメリカ本社の許可を得て販売された物もある。昭和40年代は飲み物専用の容器（1gal=3.7ℓ）があり、その容器に入れて直接販売もしていた。

チャピーチキンは復帰前までアメリカからチキンを丸ごと輸入し、つけ汁を調合しながら沖縄人の口にあうように味付けされたという。

食材加工ではセントラル・キッチンはいわず、手作業の占める割合が大きかった。昭和43年には沖縄の地元企業家T氏と米国人企業家によってA&W牧港合名会社を設立しているが、これは日本人初の外資系ハンバーガーレストラン経営の始まりであった。昭和46年には平良氏が屋宜原店、牧港店すべての経営権を米国人企業家から引き継ぎ、復帰後の昭和48年にA&W沖縄株式会社を設立している。これはA&Wアメリカ本社と直接ライセンス契約を結び沖縄地域のフランチャイザーとなったものである。

表1 A&W 米国統治時代の伝票

| A&W OKINAWA | | Check No. |
|-------------|---------------------------|-------------|
| Stall | Car Hop | Car license |
| | | No 027305 |
| | Big Boy | |
| | Hamburger | |
| | Veg. Hamburger | |
| | Cheeseburger | |
| | Veg. Cheeseburger | |
| | Pork Tenderloin | |
| | Chili Dog | |
| | Hot Dog | |
| | Foot Long Hot Dog | |
| | Foot Long Chili Dog | |
| | Tuna | |
| | B B Q | |
| | Super Fries | |
| | Onion Rings | |
| | Cole Slaw | |
| | 1/2 Chicken | |
| | 8 Chicken | |
| | 16 Chicken | |
| | Fish | |
| | Root Beer L | |
| | Root Beer S | |
| | Orange L | |
| | Orange S | |
| | Grape L | |
| | Grape S | |
| | Slush L・LPGO | |
| | Slush S・LPGO | |
| | Coffee C S B | |
| | Root Beer Float L | |
| | Root Beer Float S | |
| | Orange Float L | |
| | Orange Float S | |
| | Grape Float L | |
| | Grape Float S | |
| | Sundaes Ch S PF V O Pin | |
| | Shakes Ch S RB PF V O Pin | |
| | Root Beer 1 gal. | |
| | 1/2 gal. | |
| | Orange 1 gal. | |
| | 1/2 gal. | |
| | Slush. 1 gal L P O G | |
| | 1/2 gal. L P O G | |
| | Grape 1 gal | |
| | 1/2 gal. | |
| | TOTAL | |

3. 洋風ファーストフードの沖縄進出と展開期

- (1) ケンタッキーフライドチキンの進出と展開
昭和47年、日本ケンタッキーフライドチキンと

（株）リウエン商事とのフランチャイズ契約により進出して来た。翌年には（株）国場組もフランチャイズ契約を締結し、県内ではリウエン商事系、国場組系の二社で店舗を展開している。当初の経営時間はAM10：00～PM10：00で、よく利用される時間帯はPM5：00～PM7：00頃であったという。

フライドチキンは夕食の惣菜に利用されることも多く、開店当初から外人の利用客が主流ではあったが、地元の利用客では8割が主婦であったという。

当初の主なメニューは表2に示した通りフライ

表2 昭和48年当時のメニュー

| | |
|---------|---|
| メインメニュー | チキン フライドポテト コールスロー（キャベツ） ポテトサラダ |
| セットメニュー | ホームパック チキン5本入 スリフト チキン9本入 |
| ドリンク類 | コーラ スプライト ファンタオレンジ アイスコーヒー シェイク |
| デザート | アイスクリーム ・ブルーシール ・レディボーデン |

ドチキンをベースにしており他のバリエーションは少ない。当時よく売れたセットメニューは、ホームパック（チキン5本入り）スリフト（9本入り）であったといわれる。

店舗の形態をみると、駐車場もあり、独立した店舗のドライブインタイプと、ビルの中に併設されたビルインタイプの店舗があり、沖縄は開店当初からドライブインタイプの店舗が目立つ。昭和46年の新聞によると、ドライブインは当初、沖縄本島に25カ所もあり、多い日には800台、少ない日でも400台の自動車の利用があったとある³⁾。沖縄は戦時中に鉄道路線が崩壊し、主要交通機関が自動車やバスであったことから、ドライブインタイプの店舗開店が効率的であったといえる。

本土でオープンした1～3号店はドライブイン

タイプであったが、失敗に終わっている⁴⁾。これは、店舗の形態と、チキンの空揚げ料理に馴染みが薄かったからであろうと推察する。それとは対照的に、沖縄では米軍統治時代から、アメリカ軍家庭のメイドとして働く沖縄婦人や、各種パーティー、料理講習会などで米国の食生活に接する機会が多く、米国人の人気メニューであったチキンの空揚げ料理は、沖縄県民の食生活に積極的に取り入れられた。このような背景もあり、ケンタッキーフライドチキンは沖縄県民の食生活に抵抗なく受け入れられたものと考えられる。

(2) マクドナルドの進出と展開

昭和51年2月、日本マクドナルドでは全国で初のライセンス契約を（株）沖縄フーズと提携し、ドライブイン形式の牧港店が開店した。これまで本土の店舗は、市街地や駅前の立地が主で、牧港店のようなドライブイン形式は全国初の試みであった。マクドナルドは米国人を中心に爆発的な人気を呼び、開店した月の売り上げは日、週、月間とも世界記録を達成したと社史に掲載されている⁵⁾。

当時の営業時間はAM8：00～PM12：00迄で本土の閉店時間より2～3時間遅く、ランチタイムを除いたピーク時間は、夜は8時から10時までとあって、本土の夕方5時から6時に比べると時間帯に差があり、沖縄の夜型社会がうかがえる。

利用客は7～8割が米国人で、家族連れが多く、年齢層の広がりがあったという。

当時のメニューを表3に示したが現在のメニューと基本的には変わっていない。よく売れるメニューとしては、ビックミール（ビックマック等の量の多いハンバーガー）があり、売り上げの約20%を占め、その他、チーズバーガー、フィレオフィッシュの順でよく売れたという。本土では、チーズバーガー、フィレオフィッシュがよく売れ、ビックミールは東京、大阪ではせいぜい、3～4%の売上げしかなかったという。このことからみても、沖縄の売上がいかに多かったかがわかる。取り合わせはビックマック、ドリンク（コーラ）、ポテトなどが好まれ、客単価も高く、米国人の食形態に類似している。

(3) シェイキーズの進出と展開

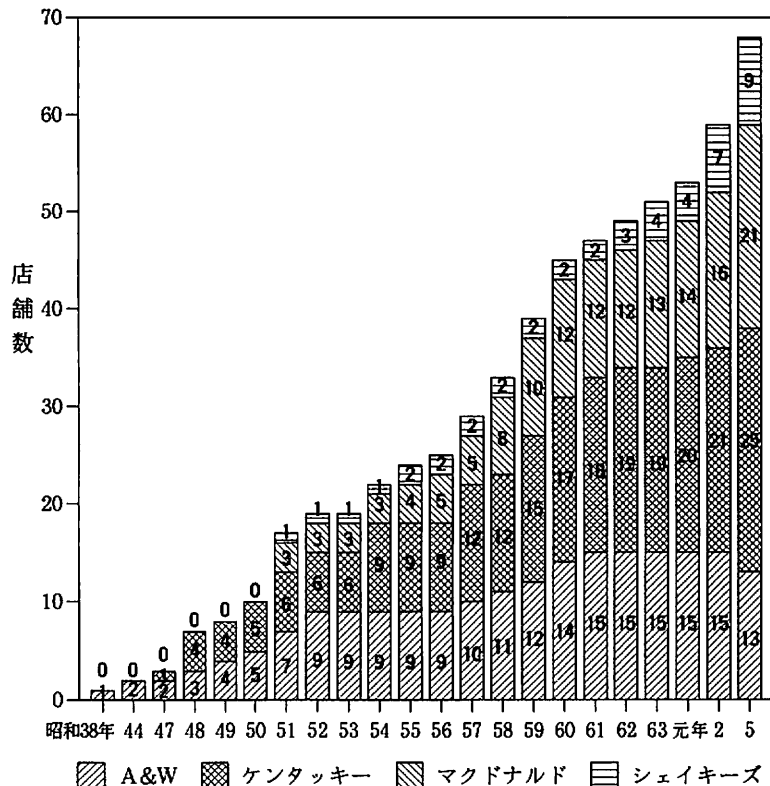
沖縄には昭和51年(1976)日本シェイキーズと（株）国場組とのフランチャイズ契約によって沖縄に進

表3 1976年頃のメニューと現在のメニュー

| | 1976年頃 | 現在のメニュー(1994年4月現在) | |
|--------|--|---|---|
| | | 定番メニュー | ブレイクファーストメニュー |
| ハンバーガー | ハンバーガー チーズバーガー フィレオフィッシュ ビッグマック クォーターパウンダー | ハンバーガー チーズバーガー チーズクォーターパウンダー テリヤキマックバーガー フィレオフィッシュ ビッグマック | ソーセージマフィン エッグマックマフィン フランクバーガー チーズフランクバーガー フィレオフィッシュ |
| ナゲット | | チキンナゲット | |
| チキン | | フライドチキン | |
| ポテト | ポテト | ポテト | ハッシュポテト |
| ドリンク | コーラ 生オレンジ スプライト アイスコーヒー ホットチョコレート マックシェイク ファンタオレンジ | コーラ オレンジジュース スプライト アイスティー アイスコーヒー コーンポタージュ ホットチョコレート マックシェイク | ホットコーヒー ファンタオレンジ アイスウーロン茶 |
| デザート | ホットアップルパイ フルーツパイ | ホットアップルパイ ベーコンポテトパイ ホットケーキ サンデー | |

※地域によって多少メニューの変更あり

図1 外資系洋風ファーストフード各店舗数の年次推移



出して来た。同年開店したコザ店は、利用客の8割が米国人で占められていたという。シェイクキーズ事務所の担当者によると、メニューは沖縄に入って来た頃から現在まで大きな変化はないという。メニューは日本人の嗜好に合わせて開発されたものもあり、米国シェイクキーズとは異なるメニューもあるとのことであった。

昭和55年頃からの店舗も沖縄人の客が次第に増え始めた。その要因としては、①県民の生活水準の向上と車の普及率が高くなったこと、②円高ドル安の影響で米国人には手軽に利用できなくなったこと、③基地内に安くてポリウムのある洋風ファーストフード店ができたこと、などがあげられる。過去24カ年の店舗数の推移をみても(図1)、沖縄人の利用客が増加してきた昭和50年代後半からの出店が目立つ。

店舗の形態をみると、沖縄は車社会の影響で郊外の方がよく売れるため、いずれもドライブイン形式で郊外型の店舗が多い。この頃から、ドライブインの店舗には車から降りずに購入できるドライブスルー方式が併設されるようになった。これは従来のドライブイン形式だけでは敷地も費用も多くなるためである。

4. 洋風ファーストフードの現状

4社の店舗の分布状況を図2に示した。店舗数の分布地域をみると本島南部の那覇市、中部の沖縄市と、人口に比例して多いことが分かる。平成5年度現在、沖縄におけるこれらの店舗の合計は67店にのぼる。

図2 外資系洋風ファーストフード各店舗の分布図

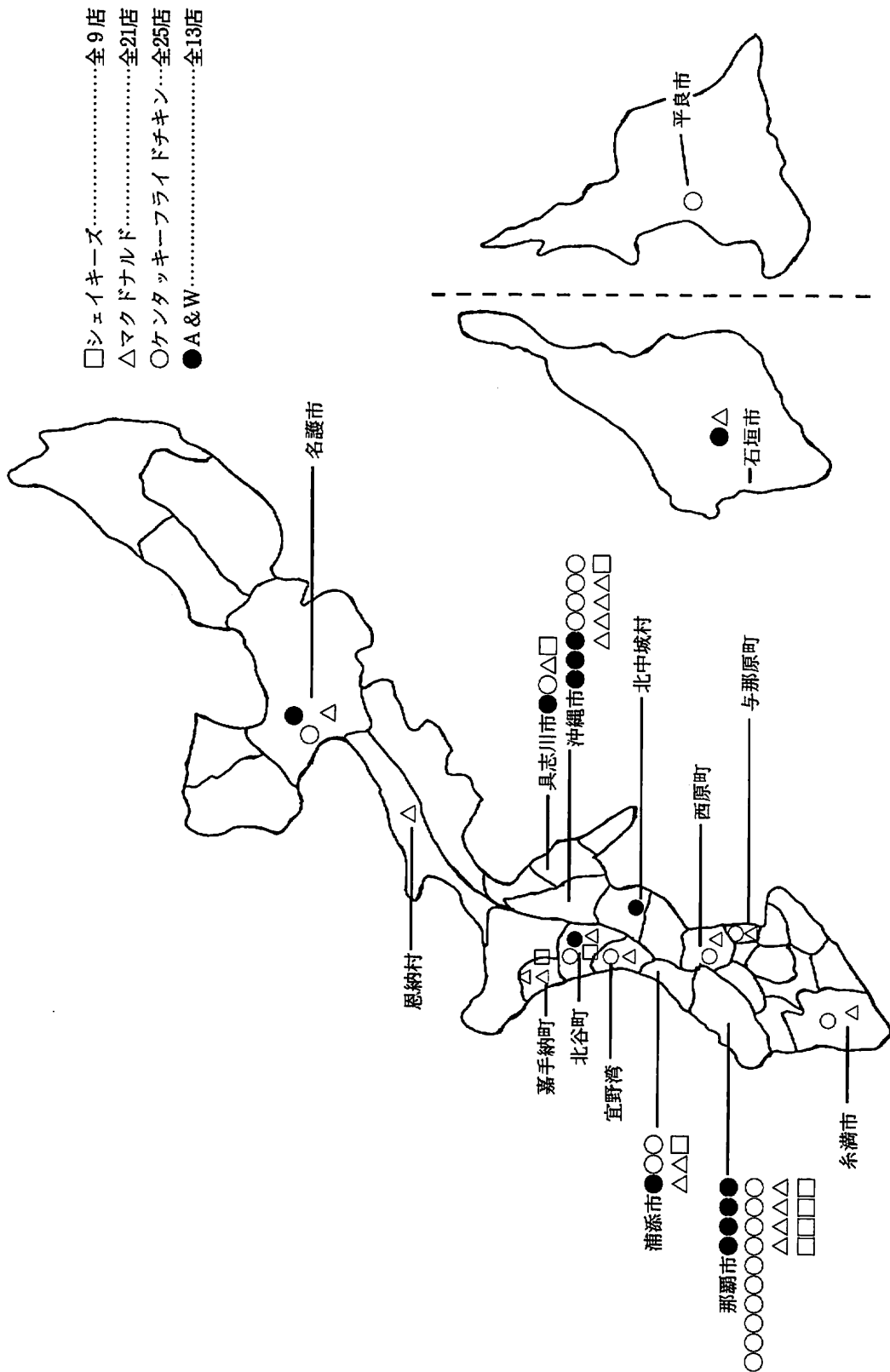


表4 都道府県の人口1万人当たりの外資系洋風ファーストフードの店舗数
(店舗数/人口1万人)

| 企業別 順位 | K F * (平成5年 度現在) | M C * (平成5年 度現在) | S H * (平成5年 度現在) | ハンバーガー店** (国内資本系 を含む・平成 4年度現在) |
|-----------|------------------------|------------------------|------------------------|---|
| 1位 | 沖縄(0.2) | 沖縄(0.17) | 沖縄(0.07) | 沖縄(0.86) |
| 2位 | 東京(0.13) 神奈川(〃) | 東京(0.16) | 東京(0.02) | 東京(0.48) |
| 3位 | — | 神奈川(0.14) | 神奈川(0.01) | 神奈川(0.04) |
| 4位 | 千葉(0.11) | 大阪(0.13) | 千葉(0.008) | 大阪(0.35) |
| 5位 | 北海道(0.09) | 京都(0.12) | 埼玉(0.007) | 埼玉(0.31) |

*洋風ファーストフード店各店舗資料より作成

**「商業統計」平成4年度版より作成

各社毎に、都道府県別の人口1万人当たりに対する店舗数をみると(表4)、平成4年度現在、ケンタッキーフライドチキンは、1位が沖縄で、2位以下の神奈川県、東京、千葉などの大都市を大きく引き離している。マクドナルド、シェーキーズも第1位が沖縄になっている。また、ハンバーガー店の人口1万人当たりの割合をみると沖縄は0.86店と全国一である。2位の東京、神奈川の約2倍に相当する店舗数であり、いかにハンバーガー店が多いかを示している。一般飲食店の年間販売額に占めるハンバーガー店の売上率も10.5%⁶⁾と全国平均の4倍⁷⁾になるほど、県民のハンバーガー好きと利用頻度の高さを物語っている。

日本復帰後、進出してきたこれらの洋風ファーストフードは、いずれも沖縄県民の食生活に抵抗なく受け入れられてきた。これは直にアメリカの食文化にふれ、またその食体験をもつ者が多く、復帰前から洋風ファーストフードに馴染んできたなど、それを受け入れる素地ができていたからだ⁸⁾と推察する。そうした背景は企業進出の指標になったようで、沖縄は早くから洋風ファーストフードの大型マーケットとして注目を集めており、マクドナルド、ケンタッキーフライドチキンの営業担当者によれば、新商品のテスト販売も沖縄で行われてきたという。また、各店舗の聴取調査から、沖縄では洋風ファーストフードの利用頻度が高いため、食べなれているものより新しい商品を選ぶ傾向があり、新メニューは必ず売り切れるなど、

本土では珍しい現象だといわれる。

第二次世界大戦後、米国統治下に置かれ、その食生活の影響を受けた特異な事情もあって、現在では県内のいたるところに洋風ファーストフード店が立ち並び、沖縄の外食産業の大きな特徴の一つになっている。

しかし、各店舗の聴取調査によると、最近では店舗数の増大に伴い、一店舗当たりの年間の売上げが鈍化したり減少する傾向もみられているという。これらのことから、沖縄の洋風ファーストフード産業は成長期から成熟期を迎えていると推察する。

IV. 要 約

アメリカ統治時代に導入された洋風ファーストフードが、沖縄の食文化に及ぼした影響について検討するため、沖縄の外資系洋風ファーストフードの歴史とその変遷を概観し、以下の知見を得た。

1. 沖縄は第二次世界大戦後アメリカの統治下において外資系洋風ファーストフードの導入は本土よりも約7年も早い。

沖縄に初めて開店したのが昭和38年、アメリカ資本のA & Wの屋宜原店であった。日本復帰後は、本土を経由して外資系、国産系の洋風ファーストフード店が次々と進出した。昭和47年、ケンタッキーフライドチキン、昭和51年マクドナルド、昭和55年シェーキーズが設立され平成5年度現在、沖縄全域の外資系洋風ファーストフードの店舗数は67店にのぼる。

2. 平成4年度で沖縄は人口当たりに対するハンバーガー店の割合は全国一であった。実態調査の結果からもその他の洋風ファーストフードの店舗数は他府県に比較して多い。また、一般飲食店の年間販売額に占めるハンバーガー店の割合は全国平均の4倍も高く、県民の利用頻度の高さがうかがえる。現在ではいたるところに洋風ファーストフード店が立ち並び、沖縄の外食産業の大きな特色となっている。一方、最近では店舗数の増加に伴い企業によっては年間あたりの売上高の伸びが鈍化したり一店舗あたりの売上げが減少する現象がみられ、沖縄の洋風ファーストフード業界は成長期から成熟期を迎えたといえる。

謝 辞

本研究を進めるにあたり、調査に協力して下さいました外資系洋風ファーストフード企業の皆様に厚くお礼申し上げます。

なお、本研究の一部は、平成5年度日本家政学会九州支部大会において発表されたものである。

引用文献

- 1) 外食産業問題研究会『外食産業の現状と展望』地球社 P45 1981
- 2) A & W沖縄株式会社「WELCOME To The A&W Family」昭和49年 P1
- 3) 山城 善三・佐久田 繁『明治・大正・昭和沖縄事始め世相辞典』月間沖縄社P297～P298 1983
- 4) 山口 廣太『ケンタッキーフライドチキンの奇跡』経林書房 1988
- 5) 日本マクドナルド株式会社広報部「McDnald's News」非売品 1994 P2
- 6) 沖縄県企画開発部統計課「平成4年 沖縄県の商業 一般飲食店」平成5年6月 P12
- 7) 通商産業省大臣官房調査統計部「平成4年 商業統計表 一般飲食店」平成5年9月 P91