



Title	「犬肉」の感覚性：中国における「食」、禁忌、性
Author(s)	韋, 妙
Citation	グローバル人文学研究交流会要旨集. 2025, 1, p. 48-50
Version Type	VoR
URL	<a href="https://doi.org/10.18910/100483">https://doi.org/10.18910/100483</a>
rights	
Note	

*The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA*

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka



# 「犬肉」の感覚性

## —中国における「食」、禁忌、性—

韋妙（外国学・M1）

### 1. 背景

#### 1. 1 感覚、身体、文化の三位一体

Diane Ackerman は著書である *A Natural History of the Senses* の中で視・嗅・味・聴・触覚の五感を調和させる総合的な感覚である「共感覚」(synesthesia) という概念を提唱した(Ackerman, 1990). 医療人類学者である張珣(2006)は、この概念が感覚知覚における認識と解釈が「身体性」(“体質”, physic) と「想像力」(“想像”, imagination) の間を往還することを明らかにすると論じた。彼女によれば、感覚研究の構造は、想像的・精神的・文化的・解釈的な側面に加え、集团的・民族的な共通の想像力とも関係している。そして、感覚は歴史性を有する。物との接触に基づく感覚経験によって形成された文化的観念は、人々の感覚経験に逆方向で影響を与える。このようにして、「物・感覚経験・文化観念」という三者の間に歴史的な弁証法的過程が形成されるのである。

このような三位一体の視点から、中国の飲食文化および感覚文化の文脈における「犬肉」を考察すると、犬肉という「物」は、感覚経験(香り/熱さ)を通じて文化的意味(滋養強壮/穢れ)を付与され、その意味が再び人々の感覚的選好を形作る。

#### 1. 2 犬肉の二面性：誘惑と禁忌

犬肉はその特有の香りから「香肉」とも呼ばれる。宗教において、檀香や沈香などの香料の焚香による嗅覚的刺激は、「境界を超える」(“跨界”)のような身体経験を引き起こす可能性がある(張珣, 2006)。これに対し、犬肉の「肉の香り」は神聖な「彼界」に対立する世俗的な「此界」の誘惑を象徴する。中国民間には「狗肉滾三滾，神仙站不穩」という俗諺があり、犬肉の味は神仙さえも抗えないとされる。中国の多くの文学や民間故事では、犬肉は神聖な禁令を破らせる「災いの種」として描かれている。たとえば、元末明初の白話小説『水滸伝』では、和尚の魯智深が寺院の規定を破り犬肉を食べ酒を飲んだため、寺を追放される場面がある。清代の有名な画家、鄭板橋は犬肉を好んで食べたために騙されて絵を描かされた故事があり、「狗肉計」として広く知られている。さらに、奔放だが善行を愛する「活仏濟公」は犬肉を最も好み、「酒肉穿腸過，仏祖心中留」という名言を残している。

食欲の満足は生理的快感を伴い、美食の享受が快楽と結びつく。中国には古くから「食色性也(食欲と性欲は人間の本性である)」という孟子の名言があり、主流文化においては食欲や美食の享受は肯定されてきた。(石毛直道, 1999)。「犬肉」は強烈な感覚刺激の象徴として中国民間に広く流布している。その文化的な背景には、中国が「享楽型優勢」の文明であるという特性がある。「酒」と「肉」に関する文化は日常生活や政治など多方面に関連し、隠喩として機能している。例えば、酒席文化は職場、ジェンダーの政治的言説と深く結びついている。

#### 1. 3 ジェンダー化された感覚政治：「壯陽」ナラティブと感覚

筆者が行った広西チワン族自治区でのフィールドワークによれば、犬肉の主な消費者は中年男性であった。民族医学(チワン族、ヤオ族医薬学)や民間伝承では、犬肉には「壯陽」(男性性機能の向上)の効果があるとされている。犬肉を食べると身体が「熱くなる」と言われ、この「熱」は陰陽思想の「陽」に対応し、「男性性」を象徴している。

民族医学は食後の「熱感」を「陽気の昇発」と解釈し、この感覚経験はジェンダー化された身体実践(犬の肉の分配、白酒の痛飲)を通じて「男らしさ」の証明へと昇華される。一方、女性は「上火しやすい」(体に熱がこもる)という体質言説によって排除され、感覚体験のジェンダー分業が露わになる——男性は犬肉消費で公共空間を占有し、女性の感覚は月経時の飲食禁忌のように私的領域へ封じ込められる。ここで犬肉の感覚性は、ジェンダー権力が肉体に刻印される過程そのものとなる。



## 2. 問い

物/感覚経験/文化観念の枠組みの中で、犬肉をどのように理解するか？

## 3. 論点

### 3. 1 感覚性：「香」の多重な身体経験

犬肉はその独特な匂いから「香肉」と呼ばれるが、その「香」の解釈には大きな違いがある。ある人々は、それが濃厚で奇異な天然の肉の香りを持ち、牛や羊肉の平凡さを超えていると考える。一方で、別の人々はその本質は隠しきれない「腥臊（なまぐさい）」であり、八角や陳皮などの香辛料の強い香りで覆い隠さなければ飲み込めないと主張する。

この論争の根源は、中国語の「香」の共感覚（Synesthesia）の本質にある——それは単一の感覚的な体験ではなく、五感が連動した文化的な符号システムである。中国語の「香」は通感的な言葉であると言える。それは嗅覚を表すこともでき、味覚を表すこともでき、さらには副詞として「食事」や「睡眠」などの行動を修飾するためにも使われる。また、賞賛や好まれることを意味したり、女性を指す比喻として使われたりする。

嗅覚：犬肉の「土臭さ」と香辛料の複合的な香り（八角の辛烈さ、陳皮の甘くて円やかな香り）

味覚：「香辣」の辛味の刺激、「焦香」の油脂の炭化、「醬香」の発酵した深い味わい

視覚：暗赤色の肉は「血を補う」といったイメージが与えられ、琥珀色の犬皮は「火気旺盛」を暗示している

触覚：中医学で言うところの「熱性」は、食べた後に体が温まり、血流が加速する体感を指し、「壮陽」と結びついていく

行動：「食べるのが香（おいしい）」という表現は食事の愉しさに浸ることを示し、感覚が理性を征服することを暗示している（「やめられない」）

価値：「香」という言葉自体が食べ物への最高の賛辞であり、犬肉の「香」はその「上品な肉」としての認証を含意している

また、西洋の感覚の明確な切り分けとは異なり、中国語の感覚語彙は多義性と流動性を自然に帯びている。中国語では「聞」という言葉が聴覚にも嗅覚にも使われ、「味」という言葉が嗅覚にも味覚にも使われる。中国の感覚分類システムは西洋のそれとは大きな違いがあり、多感覚的な共鳴の特徴が際立っている。

### 3. 2 中医学と身体観：犬肉の「熱性」と男性性

中医学の「薬食同源」体系において、犬肉は「熱性」に分類され、『本草綱目』では「五臓を安定させ、絶えた傷を補い、身体を軽くし気を益す」と記されている。さらに民間では、「熱性」が男性の性能力と結びつけられることが多い。広西の壮医は、犬肉が「寒湿を取り、元陽を強化する」と考え、食べた後の「全身の火照り」という体感を「陽気の上昇」と直接的に解釈している。このような身体経験の記号化により、犬肉は中年男性層における隠れた「社交的通貨」となっている。玉林の「大排檔」では、男性が犬の足を分け合い、米酒を痛飲しながら感覚的な刺激を通じて雄々しさを演出する。一方で、女性は「火気が上がりやすい」体質というラベルによって、この儀式から排除されている。

### 3. 3 禁忌の二重性：汚れと誘惑

犬肉の誘惑力は、その禁忌性に根ざしている。

①汚れの象徴：犬と排泄物、野良犬との関連により、犬肉は「汚い」という烙印を押されている。中国当代作家である賈平凹の描く「土狗」の「土臭さ」は、単なる生物的特徴であると同時に、下層階級の食文化への階級的暗喩でもある。

②食人禁忌の隠喩：犬と人間との親密な関係は、犬肉を食べることがしばしば「食人」の境界を越える行為として比喩されることに繋がる。Mary Douglas が『汚穢と禁忌』（1966）で言うように、禁忌の本質は分類システムの危機である。犬は「人間の友」でありながら、同時に「食卓の一品」ともなる。その矛盾した立場は、食文化における倫理秩序を挑戦する。

しかし、まさにこの禁忌性こそが、犬肉の消費を逸脱的快楽の源泉にしている。例えば、魯智深が戒律を破って犬肉を食べたり、「活仏濟公」が犬肉を使って清規を茶化したりするように、感覚の放縦を通じて神聖な権威への嘲弄を完成させている。

## 4. 今後の研究

### 4. 1 理論的定位：感覚民族誌の介入

伝統的な食文化研究は、しばしば記号や社会的機能に焦点を当てがちだが、身体化した実践の核心的な役割を見落としている。今後の研究は、感覚民族誌（Sensory Ethnography）の「多モーダル（Multimodality）」理論を参照し、視覚、



聴覚, 味覚, 触覚といった多様な認知のモード(modes)や, テキスト, 画像, 映像などの情報伝達の異なるメディア(media)が共に関与することを強調したい。

犬肉を食べることに関する史料や文学的記述, 日常的な言説における身体的情報を調査し, 犬肉が生物的肉体から文化的シンボルへの歴史的転換メカニズム, 犬肉消費の具現化されたプロセスを明らかにすることは今後の目標である。

#### 4. 2 犬と犬肉の身体性：感覚性・官能性・主体性の統一

在ACGなどの現代ポップカルチャーにおける「犬」の記号生産について考察する中で, 犬というシンボル自体が性と性化(sexualization)と高度に関連していることに気付いた。言い換えれば, 「犬」自体が身体的な快感と欲望の対象としての官能性を持っていると言える。これは, 舐める, 尾を振る, 擦り寄るなどの犬の身体動作が, 人間の親密な行為(愛撫, 求愛)に類比され, 文化的なエロティシズムのコードへと転換されるためである。

さらに, このような意味では, ドナ・ハラウェイの「伴侶種(Companion Species)」概念が指摘するように, 犬を「人間と非対称的に共生する存在」として位置づけ, 一種の「第二の主体性」(他者性を保ちつつも, 感情投射を受け入れる存在)を付与する。ここでは, 動物としての犬において, 感覚性(sensory)・官能性(sensuality)・主体性(subjectivity)が不可分に一体化している。

しかし, この一体化が, 食材としての犬肉の感覚性(「香り」「食感」)や官能性(「滋養」「快楽」)とどのように関連するかは未解明である。例えば, 犬を「ほぼ人間」として表象するポップカルチャーが, 犬肉消費に伴う罪悪感や逆説的な愉悦を増幅する可能性, または犬肉の「香り」が「ペットとしての犬」の身体的イメージ(柔らかい毛並み, 湿った鼻)と衝突するメカニズムなどが, 今後の研究で検討されるべき課題である。

#### 参考文献

- Ackerman, D. (1991). *A Natural History of the Senses*. New York: Random House.
- Douglas, M. (1966). *Purity and Danger: An Analysis of Concepts of Pollution and Taboo*. London: Routledge. (塚本利明 訳, 1972 年, 『汚穢と禁忌』, 東京: 思潮社.)
- Howes, D. (2019). Multisensory anthropology. *Annual Review of Anthropology*, 48(1), 17-28.
- 石毛直道 (1999). 「食事における享楽と禁欲の思想」豊川裕之(編)『食の思想と行動』財団法人 味の素食の文化センター, 93-103.
- Lupton, D. (1996). *Food, the Body and the Self*. London: SAGE Publications. (無藤隆・佐藤恵理子 訳, 1999 年, 『食べることの社会学 食・身体・自己』, 東京: 新曜社.)
- 増成隆士 (1999). 「食べることの認識論と存在論」豊川裕之(編)『食の思想と行動』財団法人 味の素食の文化センター, 80-92.
- 張珣. (2006). 「馨香禱祝: 香氣的儀式力量」臺灣大學考古人類學刊(65), 9-33.