

Before leaving for Kyoto my students presented me with a fare-well card stating their best wishes among which one that I dearly remember – to come back home even more inspired and full of ideas on the further development of Japanese Studies in Bulgaria. I do believe that together with my senior colleagues and my students we shall continue our mission to promote Japanese culture and to work for better understanding and appreciation of Japan in Bulgaria and abroad.

(Submitted in English)

これまで以上に研究に刺激を受けたたくさん知見を得て帰国し、それをブルガリアの日本学のために役立てて下さいという言葉があったことをはっきりと覚えています。日本学の諸先輩や学生諸君と力を合わせ、日本文化をもっと知ってもらい、ブルガリアにおける日本、世界における日本についての理解は深め、日本文化に対する目をさらに養ってもらえることを目指すという私たちの使命を継続して果たしていきたいと強く思っています。



Presentation at the team research project “Dreams and Representations: Summary and Outlook”  
共同研究会「夢と表象—その統括と展望」での研究発表

## The Secret Seasoning of Thai Food

HIRAMATSU Ryūen

(Lecturer, Suan Sunandha Rajabhat University)

Former Research Fellow, April 2008–March 2011

Are you a fan of Thai cuisine? It is probably not to the taste of quite a few people—the chiles may be too hot or the aroma of the coriander unaccustomed. I myself, after studying at Nichibunken as a research fellow and serving as a lecturer there, have been living in Thailand since I took up a position at a university in Bangkok in 2013. I’m not fond of coconut milk and cannot eat the green curry.

The flavors of Thai cuisine are complex, it is said, mingling the spicy hot of chiles, the acidity of lime juice, the sweetness of coconut milk, and the saltiness of *nam pla* fish sauce. Generous use of herbs like lemon grass and coriander is another feature of Thai cooking.

## タイ料理の隠し味

平松隆円

(スアンズナンタ・ラチャパット大学講師)

元機関研究員、2008年4月～2011年3月

突然だが、みなさんはタイ料理はお好きだろうか。案外、苦手だというひとも多いだろうか。チリが辛すぎる、パクチーのにおいが苦手……。かくいうボクも、研究生から機関研究員までお世話になった日文研を離れ、2013年からバンコクの大学に勤めるためこちらに住んでいるが、ココナッツミルクだけは苦手で、グリーンカレーなどは食べられない。

タイ料理の味は、複雑だといわれる。チリの辛み、ライムの酸味、ココナッツミルクの甘み、ナンプラーの塩味。そして、レモングラス、パクチーなどの香りがタイ料理の特徴だと。

Complex as the seasonings may be, you might be surprised to learn the name of the virtually indispensable ingredient of Thai cuisine today. In fact, the taste of Thai food would not be what it is without a certain Japanese ingredient: Ajinomoto. It is used in large quantities, too, not just to bring out the subtle flavors of the food. Ajinomoto is used in Japan as well, but sparingly—a small bottle (35 grams) used at the table would usually last more than six months. Among the Thai (at least the people in my acquaintance), such an amount would be used up in a month. The supermarkets here in Bangkok sell Ajinomoto in 500-gram bags, and that is not for restaurant use but for ordinary household consumption.



Some people might wonder why Ajinomoto plays such an important part in Thai cuisine. It has definitely put down roots here. Many Japanese corporations have gone into business in Thailand and there are many Japanese restaurants in Bangkok; those with the money can buy the same ingredients available in Japanese supermarkets. The shoppers at such stores are not limited to Japanese stationed in Thailand; many well-to-do Thais with ties to Japan eat Japanese-style dishes almost every day. But that is a rather recent trend. Local people don't use Ajinomoto as a result of the recent popularity of Japanese food.

Ajinomoto Co., Inc. moved into Thailand more than 50 years ago, establishing a joint venture there in 1960. The company has engaged in strategic marketing there throughout the ensuing decades. Rather than in the big cities like Bangkok, it sponsored free-of-charge cooking classes in outlying cities and villages, introducing the use of its "Ajinomoto" product. Ultimately, that strategy has led to Ajinomoto's becoming an indispensable ingredient of Thai food. The use of Ajinomoto has now been passed

そんなタイ料理だが、調理に不可欠な調味料はなんだとおもうだろうか。じつは、タイ料理には、日本のあるものがないと成立しない。それは、「味の素」。これがないとタイ料理とはいえない。しかも、大量に使う。隠し味どころではない。日本であれば、家庭によって差はあるとはいえ、卓上用の小瓶（35グラム）が、半年ももたないということはないだろう。だが、一般的なタイ人（少なくともボクの周りにいるタイ人）だと、1ヶ月もたないうちに、使い切る。だからスーパーでは、500グラムや1キロの袋で売られていたりする。業務用ではない、一般のスーパーでだ。

だが、どうしてタイ料理に「味の素」なんだとおもうひともいるだろう。タイには、日系企業が多い。日本食の店も多く、お金さえだせば日系スーパーで日本と同じ食材を買うことだってできる。それらを利用するのは日本人駐在員だけではない。親日家の裕福なタイ人たちも、毎日のように日本食を食べている。だが、それはここ最近のことだ。日本食に慣れ親しんで、「味の素」を利用しているわけではない。

じつは、「味の素」がタイに進出した歴史はかなり古い。1960年に合弁会社ができたので、すでに50年を超えている。このあいだ、「味の素」は戦略的にマーケティングをおこなってきた。バンコクのような大都会ではなく、地方都市や農村で無料の料理教室をひらき、「味の素」の利用をすすめてきたのだ。それが、結果的にタイ料理に「味の素」をなくてはならないものどさせた。祖母から母、母から娘へ、タイにおける家庭料理になくてはならない調味料として「味の素」の使用が伝えられ、その地位を獲得した。



down, grandmother to mother, mother to daughter, through three generations, and its place in Thai kitchens is firmly established. Japan's Ajinomoto has already become Thailand's Ajinomoto.

日本の「味の素」は、すでにタイの「味の素」になっている。

(原文：日本語)

## Research

### Digitalization of Cultural Materials and Transmitting Information

TERAMURA Hirofumi

(Specially Appointed Associate Professor)

When we say “cultural materials,” the image evoked is likely to be quite different in form and content from one person to another. Some will immediately think of hand scrolls, old maps, old photographs, *ukiyo-e*, and the like. Others are more likely to imagine folk implements, Buddhist images, architecture, and other three-dimensional artifacts. The biggest difference between these two groups is whether they are (more or less) two-dimensional or are three-dimensional. “Digitalization” calls for specific recording methods depending on the type of material.

The sites (*iseki*, *ikō*, etc.) where relics have been excavated as well as artifacts (*ibutsu*) like earthenware pots found there as dealt with by archaeologists are of course important cultural materials for the record they provide of the traces of prehistoric human culture. Archaeologists have traditionally recorded sites and artifacts through a combination of survey maps and photographs and have published information about them in the form of printed reports. For three-dimensional artifacts like sites and artifacts, however, that method has had its limitations in the conduct of research. In recent years, however, attention is focusing on methods of recording three-dimensional materials and sites just as and where they are, employing recent advances in digital technology.

The accompanying photograph (1) shows the site of the citadel of Kafir Kala in the outskirts of Samarkand, Uzbekistan. The photograph (2) is the computer image of the results of three-dimensional survey data for the upper part of the citadel and a three-dimensional model of an earthenware vessel unearthed at the site. Using the computer, one can enlarge or reduce these images and can even calculate their size and volume as well.

There are, however, still many problems as far as transmitting this information is concerned. While the images can be manipulated in various ways on a computer,

### 文化資料のデジタル化と情報発信

寺村裕史

(特任准教授)

「文化資料」と一括りに言っても、思い浮かべるその形や内容は人によって様々であろう。絵巻物や古地図・古写真、浮世絵などを思い浮かべる人もいれば、民具や仏像、あるいは建造物といった立体的なものを想像する人もいるだろう。両者の最も大きな違いは、平面（2次元）的なモノであるのか、立体（3次元）的なモノであるのか、という点に表れている。それらの資料をデジタル化するにあたっては、それぞれの特徴にあった記録方法が必要となってくる。

考古学で扱う「遺跡・遺構」や、土器などに代表される「遺物」も、過去の間人が遺した活動の痕跡という意味においては、立派な文化資料である。考古学では、従来「実測図と写真」を組み合わせ、遺構や遺物を記録し、報告書として出版することで情報を発信してきた。しかし、遺構や遺物という立体的な「モノ」が研究対象の中心となるため、従来の方法では限界があるのも事実である。そこで近年では、デジタル技術の進歩により、3次元レーザースキャナなどの計測機器を用いて、3次元のモノを3次元のまま（あるがままの姿を）記録する方法に注目が集まってきている。

次頁の写真(1)は、ウズベキスタンのサマルカンド近郊に所在するカフィル・カラ遺跡のシタデル（城塞）部分の近景である。(2)の写真は、そのシタデル上面の3次元計測結果をコンピュータ画面上で表示したものと、そこから出土した土器の3次元モデルの画像である。コンピュータ上では、拡大・縮小や回転などが自在で、大きさや体積も測ることが可能である。

ただし、情報発信という意味ではまだまだ問題点も多く、コンピュータ上では色々なことができるものの、結局のところ紙面上では図のように2次元の「画像」として紹介することしかできない。一次資料にあたるという点では、現地（遺跡）に自分で足を運び、遺物を自分の目で観察することは大事である。