

ウエディングケーキの比較研究

Comparative study on the wedding cake

野田 雅子*, 後藤 由貴
Masako NODA, Yuki GOTOH

要旨

ウエディングケーキは、古代ローマを起源とする文化的な背景を持ち、宗教的、社会的な食文化を反映している特殊な位置付けの菓子である。日本にも西洋の風習の伝播と共に根付いたウエディングケーキではあるが、現在では日本独自のスタイルを持つウエディングケーキへと発展を遂げている。本稿では、文献調査に加え、日本をはじめ、イギリスとフランスでの現地調査も行ない、各国のウエディングケーキの考察を試みた。

日本のウエディングケーキは宗教的意味はないが、披露宴の見せ場のひとつとしての役割を果たしている。結婚式とともに、新郎新婦たちの個性の表現としてウエディングケーキも多様化している。そして結婚産業の発展に伴って、ウエディングケーキを取り巻く人々は、新郎新婦やパティシエのみならず、結婚式のゲスト、新郎新婦の両親、ブライダル・コーディネーター、マスメディア、カメラマンに及び相互の連関を新たに生み出している。

他方、イギリスではウエディングケーキがキリスト教的な儀礼文化と結びつき、ウエディングドレスと並んで結婚を象徴するものになっている。フランスでは儀礼的な側面はあまりなく、結婚の祝宴の中で供される食事のひとつとしての役割が大きい。

Abstract

The wedding cake has a cultural background dating from ancient Rome which is assumed to be its origin. The wedding cake occupies a special position in which religious, social, and food culture are all reflected. Dramatic changes have occurred to the wedding cake with the development of an original Japanese style, although the wedding cake originally took root in Japan with the spread of manners and customs from the West. In this study, the wedding cake in Japan, Britain, and France is considered literature research and on-the-spot research in those countries.

The Japanese wedding cake does not express a religious intention, but the bride and bridegroom's individuality can be expressed as one of the features of the wedding. This is linked to the diversification of Japanese weddings. A development in the wedding industry is that the people who influence the wedding cake are no longer only the bride and bridegroom and cake maker, but also wedding guests, the couple's parents, the bridal coordinator, and even the photographer and other media professionals.

On the other hand, in Britain it relates to etiquette based on Christian culture, and the role of the wedding dress as a symbol of marriage. In France, its formal role is limited, rather its role is primarily as

* 名古屋文理大学短期大学部非常勤講師

one of the dishes supplied in the bridal feast.

キーワード：ウエディングケーキ，菓子，結婚産業，結婚式，披露宴

wedding cake, confectionery, wedding industry, wedding ceremony, bridal feast

はじめに

ウエディングケーキは、結婚式の祝宴の中に登場する大型の菓子で、西洋文化を象徴するもののひとつである。メアリー・ダグラスはウエディングケーキのケーキカットの儀式やそのケーキを分配することについて、トンガのカバの儀式や日本のお茶会の儀式の方が色褪せる程、特別なものであると、イギリスのフードシステムにおけるウエディングケーキの特異性を指摘した¹⁾。マグロンス・トゥーサン＝サマはウエディングケーキを、フランスの宗教的社会的菓子であると位置付けている²⁾。日本においてウエディングケーキは、結婚式の西洋化に伴って出現し、今日の結婚式には欠かせないものとなった。昨今の結婚式の多様化に比例して、ウエディングケーキも様々なものが見られる。本稿では、2007年から2009年にかけて行なった現地でのインタビューを参考にし、日本をはじめウエディングケーキに関する古い起源を持つと考えられるイギリスやフランスと比較しながら、現在見られるウエディングケーキの実像を明らかにし、最終的にはウエディングケーキの持つ意味を国別に考察する。

1. 現在見られるウエディングケーキ

(1) 日本

日本で現在見られるウエディングケーキは、スポンジケーキの土台の上に生クリームを塗り、さらにクリームの絞りを工夫してデコレーションしたり、苺に代表されるフルーツや生花で装飾したりした、いわゆるショートケーキタイプのものである。ケーキの大きさは列席者の人数にもよるが、段数は3段まで、形は四角か丸である。式場などであらかじめ提示するサンプルの中から好みのケーキを選んだり、カップルの依頼に応じてオリジナルのケーキを作ったりしている。価格は一人当たり800円から1500円までの間であり、それに参列者の人数をかけたものがケーキ全体の価格となる。特別な依頼をした場合は追加料金となるが、名古屋市内Aホテルの話では、プラス2～3万円が限度で、それ以上を超える場合はあまりないとのことである。持ち込みケーキはほとんどないが、あると

すればカップルの知人がパティシエの場合で、基本的に食べ物の持ち込みは衛生上の観点からも避けたいというのが式場の希望である。シュガークラフトで作られた花嫁やゲストによる手作りケーキの持ち込みも稀にはあるが、飾り物として置くのみで実際には食用とはしない。名古屋市内Bホテルでは同じウエディングケーキを2つ作っておき、ケーキカット用のケーキと、実際に食用とするケーキとを替えている。理由は、宴会場で飾っているうちに生クリームが劣化したり、埃が付着したりするなど、衛生面や味覚の点を重視するためである。名古屋地区のウエディングケーキは、他の地区と比較すると苺を多用する可愛らしいデザインが多く、色彩的にも暖かく感じられるものが多いということだった。また東海地区は、親やゲストを大事にする地区でもあり、このことはリクルート社が行なっている「結婚トレンド調査」において東海地区が式の食費にける金額が一番高い³⁾、という結果とも連関しているものと思われる。

日本でかつて見られた、大型の張りぼてのウエディングケーキの原型は、イギリスのヴィクトリア時代の王室をはじめとするウエディングケーキにある。バブル期にはドライアイスによるスモークがたかかれたり、紅白のリボンがかけられたりするなど、ケーキの登場においては凝った演出も見られた。有名人の結婚式ではケーキの大きさが話題になったり、そのケーキの写真が雑誌などの紙面を飾ったりして、一般人の興味の対象にもなっていた。ところが、次第にこのような結婚式を視覚的に演出するウエディングケーキは、2000年以降は全て食べられるショートケーキタイプの高さのないケーキへと形態を移行する。これらの変化は、派手に大人数で結婚式を挙げたバブル時代から、身内を中心とした少人数で結婚式を挙げるのが主流になった時代への移行や、製菓業界が成熟し優れたケーキがたくさん出回り始めたことによる人々の本物志向が、ウエディングケーキにも影響を及ぼしたものと考えられる。

(2) イギリス

イギリスの伝統的なウエディングケーキは、フルーツケーキの土台の上をマジパンとシュガーペーストで二重に覆い、その上に砂糖細工などで飾りを施す。飾りは、花、フリル、レース、リボン、新郎新婦の陶器の人形、幸運を呼ぶといういわれがある馬蹄を飾ったりしたものである。飾るものは基本的には砂糖細工だが、昨今では金銀のアラザンやドラジェ、光沢のあるフードカラーを使うなど、光を浴びるとキラキラ輝く装飾をすることが流行している。ケーキの形は円形または正方形であり、三段の層をなしているものが主流である。土台になるケーキはフルーツケーキに限らず、チョコレートケーキやスポンジケーキなどの伝統にとらわれないケーキも人気が出てきた。また、新婦のウエディングドレスのデザインをケーキのデザインに取り入れ、ドレスとケーキに統一性を持たせたものもある。色彩は純白のケーキが主流であり、飾りの部分で色彩を持たせる。2年程前から、カップケーキに装飾を施したものをピラミッド状もしくは螺旋状に積み上げるタイプのウエディングケーキが登場している。この場合、切り分ける手間が省ける利点があり、ゲストに配る時にも便利である。

結婚が決まれば、菓子屋やデパートにウエディングケーキを発注したり、身内や友人で作れる人がいれば依頼したりする。イギリスには、ウエディングケーキなどの記念のケーキを専門に製作する「コテージハウス」と呼ばれる家内工業的な菓子屋の存在があり、菓子作りが得意な主婦たちが、アダルトスクールなどでシュガークラフトの勉強をした後で「シュガークラフター」となって開業したり、専門的に勉強をしていなくても、ウエディングケーキの材料は身近に手に入るため、内職的に開業したりしている場合が多い。シュガークラフトが女性を中心に生涯教育の学習テーマともなっているのは、イギリスの極めて特徴的な傾向である。また、イギリス国内の優秀なシュガークラフターで、王室などに多くのケーキを製作したエディ・スペンス氏は、大英帝国勲章のひとつである「MBE」の称号を2000年に授与されている。このようなイギリスにだけ見られる特徴は、大英帝国と砂糖という歴史上の関わりに原因があると推察されるが、これに関しては本稿では言及しないでおく。

ウエディングケーキの価格は、ロンドンにあるコテージハウスでは、1段ケーキで約150ポンド(約3万円)、2段ケーキで約275ポンド(約5万5千

円)、3段ケーキで約375ポンド(約7万5千円)であり、主流は3段タイプである。

(3) フランス

フランスのウエディングケーキは、「クロカンブッシュ」というシュークリームをピラミッド状に積み上げ、アメで固めたピエスモンテ(大型工芸菓子)である。最近では、シュークリームの代わりにマカロンで作られたクロカンブッシュ風のウエディングケーキもある。シュークリームの中に入れるクリームは、カスタード、チョコレート、チーズなど要望に応じて作られるが、オーソドックスなカスタードクリームその他、最近ではチョコレートクリームも人気がある。ウエディングケーキは披露宴会場に最初から出されていて、この他オペラやフルーツタルト、ムースなどの単独のケーキも幾つか机の上に並べられたり、あるいは階段状に飾られたりする。クロカンブッシュの場合、列席者1人あたり4個のシューかマカロンを目安にして大きさが決まる。飾りは飴細工の花やリボン、あるいはドラジェである。ドラジェはアーモンドに糖衣がけをしたお菓子で、アーモンドは実をたくさん結ぶことから、多産の象徴であり、結婚式にふさわしいお菓子とされるものである。

色彩に関しては、クロカンブッシュがシュークリームの場合、焼き色そのままの色調になるが、マカロンの場合、マカロンの色によってカラフルな色合いになる。ウエディングケーキは、食後のデザートのような存在で、美味しいケーキであることがより重要だと考えている。ウエディングケーキの価格はそれを食べる人数で決まる。一人当たり4個のシュークリームを食べる換算なので、例えば50人の披露宴であれば200個のシュークリームが積み上げられたクロカンブッシュになる。この場合の価格は250ユーロ(約3万1千円)くらいであるが、このクロカンブッシュに飴細工で花などを作り装飾を施すことになると価格は上乘せされる。シュークリームがマカロンに替わる場合も同様である。フランスでは事実婚も多く、結婚式をしていないカップルも多い。従ってウエディングケーキの需要は減少傾向にあるという。

2. ウエディングケーキと儀式性

現在では、当然のこのように「初めての共同作業」としてケーキカットの儀式がある。このケーキカットの儀式は、カップルの写真を撮るシャッターチャン

スのひとつであり、結婚式の象徴的場面を果たしている。ヴィクトリア時代のイギリスでは、ウエディングケーキは花嫁が切り分け、ゲストに振舞い、良い主婦となることを間接的に知らしめるものであった。しかしウエディングケーキの砂糖装飾が過多になるのに従い、一人で切り分けることが困難になり、花嫁が手伝うことになったというのが、形を変えて現在のケーキカットの儀式になった経緯である。この儀式は、フランスでは見られないものである。この儀式のことを、パリの菓子屋でフランス人にインタビューした時は、「イギリス人のようにケーキカットをしたりしないし、ゲストは帽子も被らない。帽子を被って髪の毛を隠してしまうより、美しい髪もまたアクセサリーになるのよ。」とフランススタイルを強調して話していた。イギリスでは、ウエディングケーキに儀式性を持たせ、ウエディングケーキがフォーカル・ポイントになるのに比べ、フランスでは特に、ウエディングケーキと儀式性とのつながりは見られない。

日本では、当たり前のようにウエディングケーキにつきもののケーキカットの儀式であるが、伝播はイギリスからであったと考えられる。また最近ではケーキにまつわる儀式は他にいくつかある。新郎新婦だけに限らず、新郎新婦の両親もケーキカットに参加したり、あるいは別に仕立てた同じようなケーキで父母もケーキカットの儀式をしたり、カップル同士でケーキを食べさせあう儀式の「ファースト・バイト」、新郎の母が新郎に食べさせる儀式で、新郎の面倒を見るのはこれで最後だという意味が込められた「ラスト・バイト」と呼ばれる行為をする場合がある。日本でウエディングケーキが一般にも認識され始めたのは戦後だが、1970～80年代にかけてウエディングケーキの登場は風習化するようになった。披露宴では「初めての二人の共同作業」としてケーキカットの儀式が恒常化し、食事の前あるいは中間のイベントとなり、カメラの前でこやかに微笑むカップルのケーキカットの場面は、幸せを象徴する場面となった。1980年代のいわゆるバブル時代には派手に結婚式を行なう風潮が現れ、その中でウエディングケーキの登場も派手な演出がみられた。実際、この時代のケーキのほとんどは白い樹脂などで作られた模造品の大きなケーキで、ケーキカットする部分だけ本物のケーキをはめ込んだものであり、全てが食べられるケーキではなかった。これは、日本のウエディングケーキの特殊性のひとつで、ケーキカットの儀式の方が、ケーキを食べることよりも重

要だという現れである。石井研士は戦後の結婚式について、「宗教的儀礼とは関係がなく、従来のものにはない新しい儀礼の必要性から生み出された。そして同時に挙式と披露宴の分離が起こる中で、挙式はより神聖化し、他方披露宴は厳粛な雰囲気を持って、遊びの部分が拡大し世俗的になった」と分析している。そして、その新しい儀礼の必要性とは、「人生儀礼の希薄化、意味付けの後退が起こった時に、自らが主役になる儀礼の必要性だ。⁴⁾」と述べている。このことを披露宴に登場するウエディングケーキに置き換えれば、披露宴の遊びの部分が拡大し、ケーキカットのようなカップルが主役になる演出の必要性が出てきたとも言い換えることができる。ウエディングケーキを不要とするカップルも稀にあるが、ケーキカットの儀式のかわりに、酒樽の蓋を木槌で叩き割る「鏡開き」をしたり、シャンパングラスでピラミッド状に仕立てた塔の上から、シャンパンを注ぐ「シャンパンタワー」をしたりするのは、何かしらカップルが主役になる演出の必要性があるからだと言える。日本の平安時代には「三日夜の餅」と呼ばれる結婚にまつわる風習があり、夫婦となった証として新郎新婦が互いに餅を食べる儀式がある。平安時代に書かれた『落窪物語』や『源氏物語』にはその場面が描かれているが、古来より結婚の際には、このように二人で何かをすることが組み込まれていたため、日本でもウエディングケーキのケーキカットの儀式は、問題なく浸透していったのではないかと考えられる。

3. マスメディアとウエディングケーキ

今回の日本でのインタビューで、カップルの要望に大きく影響を及ぼしているのは結婚関連の雑誌やインターネットなどのマスメディアであり、これらが流行の創出を行なっていることがわかった。カップルは、ウエディングケーキのデザインや演出の仕方などを、これらを通してイメージ化しているというのである。雑誌の切抜きを持参して「このようなケーキを作って欲しい」と要望するカップルも増え、新婦だけではなく新郎も切抜きを持ってきて、ケーキに対する要望を強く伝えることが多くなっている。昼夜問わず電子メールで通信が可能になった近年は、カップルからのウエディングケーキへの要望は、より気軽に伝えられるようになったようである。またマスメディアを媒体にケーキ職人（パティシエ）が紹介されたり、カップルの投稿などが盛んに行なわれたりしているため、パ

ティシエとカップルの距離が身近になっていることも理由となっている。

そこで、流行の創出をしているメディア側のひとつである、リクルート社『ゼクシィ』東海チームの編集者へ2009年9月にインタビューをした。ゼクシィは結婚に伴う会場・ジュエリー・衣裳・写真・ビデオ・ブライダルフェア情報などを紹介する結婚情報誌で、日本全国21版・総部数約30万部を発行している。名古屋地区は、『ゼクシィ東海版』として出版されているが、全国版で統一化されているページと東海地区限定の情報を掲載しているページに分かれている。東海版の編集者たちは、20代女性を中心とした4名で構成され、その編集者たちは若い女性に人気のファッション雑誌などから衣装や食べ物などの時代の流行をつかみ、それを記事に反映させている。さらに編集者たちは、読者へのアンケートを行ったり、読者からの質問を受け付けたり、読者を呼んで意見交換会をするなど、「読者と編集者が一緒に雑誌を作っているようなものだ。」と話していた。読者も、自分がこだわったウエディングケーキがどのようなものだったかを、少しでも多くの人に見せたい、という欲求が高くなるので、このような紙面は有効となる。それを裏付けるように、「ウエディングケーキの記事は、『ゼクシィ』の紙面の中でも人気であり、編集者としても特に力を入れている。」ということであった。

イギリスでは、ウエディングケーキの専門誌が発売され、ケーキ職人以外の一般人でも手に取れるように書店に並んでいる。例えば、スクワイヤーズ・キッチン社 (Squires Kitchen) からは、季刊誌『ケーキ・アンド・シュガークラフト』や、不定期に『ウエディングケーキ』が発刊されており、イギリス人とウエディングケーキの深い関わりが見出せる。他方、フランスにおいては、このようなウエディングケーキだけの専門誌は見られず、ウエディングケーキに対するこだわりはイギリスや日本ほど感じられない。

4. ウエディングケーキ製作者に要求される能力

カップルが希望するウエディングケーキのデザインとは、二人の出会いの場を再現したもの、スポーツなどの個人の趣味を表現したもの、勤務先で製造しているものなどである。カップルの持つイメージを形にする、パティシエなどのウエディングケーキ製作者にとっては、ウエディングケーキ製作は格好の腕の見せ所である。完成後は達成感に満ち溢れ、式の後でカッ

プルに御礼を言われた時が「パティシエになって良かった。作り上げることができて良かった。と実感する瞬間」であると聞いた。これは、どの国でも同じである。

昨今は、カップルとのケーキの打ち合わせを円滑に行なったり、披露宴でケーキの紹介をしたりするなど、パティシエなどのケーキ製作者の社会性やコミュニケーション能力の高さが要求される。19世紀前半に活躍したフランス人の料理人で、ナポレオン、タレーラン、ロスチャイルドなど名家の料理番をつとめ、特にピエスモンテでは、天才的な能力を発揮したアントナン・カレームは「芸術には5つの種類がある。その最大のものが菓子作りである。」と言ったように、パティシエはある意味、芸術家であるための感性を磨かなくてはならない。特にウエディングケーキを作る際には、社会性やコミュニケーション能力に加えて、芸術的センスを持ち合わせていなくてはならず、日々の技術的向上を図らなくてはならない。

5. まとめー日本のウエディングケーキが意味するもの

本稿では、日本、イギリス、フランスのウエディングケーキはどのような形態をしているのかという一般的なウエディングケーキの実像が明らかになった。日本のウエディングケーキは、イギリスのウエディングケーキの影響から受容されたものの、現在では日本独自の形態や味覚を持つものに変化を遂げ、日本のウエディングケーキとして馴化している。日本のウエディングケーキは結婚による幸せの象徴として、カップルが主役になれる儀式性を持ち、ウエディングケーキによって個性を表現するものにもなる。パティシエの立場では、ウエディングケーキは自分の技術を試す場であり、幸せを形にする素材ともなる。結婚産業としての視点からは、ウエディングケーキは新たな儀式を創出できるイベント性を持ち、産業としての利益を生み出すものである。そこには、宗教の信仰性は見られないが、日本社会の独特の結婚式が見出せる。

イギリスのウエディングケーキは、砂糖を素材に装飾されていることが外観的には重要で、その技術はイギリスで発展してきた特徴的なものである。ケーキカットの儀式は結婚式のキリスト教的な儀式性の中で、自然に取り入れられたと思われる。フランスのウエディングケーキは、味重視であり、結婚式になくなくてはならない菓子であることが考察できた。

本稿では、ウエディングケーキを国別に考察することを試みた。菓子を人間文化学的に解明できることのひとつの証明となったものと思われる。今後は、さらに菓子の種類を広げ、食文化と菓子の連関を解明していきたい。

謝辞

本研究は、財団法人東海冠婚葬祭産業振興センターの平成18年度助成調査研究を受けたものであり、日本家政学会中部支部第54回大会での発表に加筆したものである。今回の聞き取り調査にご協力いただきました関係者の方々に厚く御礼申し上げます。

引用文献

- ¹⁾ 野田雅子, ウエディングケーキの文化史, 名古屋市立大学人間文化研究, 9号, 169, (2008)
- ²⁾ マグロンヌ・トゥーサン＝サマ, 吉田春美訳, お菓子の歴史, 初版, 河出書房新社, 24, (2005)
- ³⁾ 2008年度の「ゼクシィ結婚トレンド調査」では, 地域別の披露宴一人当たりの挙式・披露宴・披露パーティにかかる費用は, 東海地区が一番多く5.7万円, 全国平均は4.9万円であった。 http://www.recruit.jp/library/bridal/B20081029_01/docfile.pdf より, 2009年10月1日検索
- ⁴⁾ 石井研士, 結婚式 幸せを創る儀式, 初版, 日本放送出版協会, 172-174, (2005)

参考文献

- ・ 阪井妙子, ウエディングドレスはなぜ白いのか, 勁草書房, (1997)
- ・ 南直人, 「西洋起源」の婚礼風俗と食のかかわり - ウエディングケーキを中心に -, ヴェスタ, 71号, (2008)
- ・ Charsrey S R, Wedding Cakes and Cultural History, Routledge, London, (1992)
- ・ Day I, Cooking in Europe 1650-1850 (Greenwood Press Daily Life Through History), Greenwood Pub Group, (2008)
- ・ Douglas M, In the Active Voice, Routledge & Kegan Paul, London, (1982)
- ・ Tannahill R, Food in History, Crown Publishes, New York, (1988)