

ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN

Trần Thảo Minh

GẠO NẾP VÀ CÁC SẢN PHẨM GẠO NẾP
TRONG VĂN HÓA ĂM THỰC CỦA NHẬT BẢN

Chuyên ngành: Nhật Bản học

Mã số: 8310613

HÀ NỘI – 2026

ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN

Trần Thảo Minh

GẠO NẾP VÀ CÁC SẢN PHẨM GẠO NẾP
TRONG VĂN HÓA ĂM THỰC CỦA NHẬT BẢN

Chuyên ngành: Nhật Bản học

Mã số: 8310613

Người hướng dẫn khoa học: TS. Phạm Hoàng Hưng

HÀ NỘI – 2026

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan luận văn thạc sĩ chuyên ngành Nhật Bản học với đề tài: “Gạo nếp và các sản phẩm gạo nếp trong văn hóa ẩm thực của Nhật Bản” là công trình nghiên cứu do chính tôi thực hiện dưới sự hướng dẫn khoa học của TS. Phạm Hoàng Hưng.

Các số liệu, tài liệu, kết quả nghiên cứu và trích dẫn được sử dụng trong luận văn đều có nguồn gốc rõ ràng, trung thực, chính xác và chưa từng được sử dụng để bảo vệ một học vị nào khác. Tôi cũng xin cam đoan rằng luận văn không sao chép từ bất kỳ công trình nghiên cứu nào đã được công bố trước đó, ngoại trừ những nội dung được trích dẫn và chú thích đầy đủ theo quy định.

Tôi hoàn toàn chịu trách nhiệm về nội dung, tính trung thực và tính xác thực của luận văn này.

Hà Nội, ngày tháng năm 2026

HỌC VIÊN

Trần Thảo Minh

LỜI CẢM ƠN

Trước hết, tôi xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc tới TS. Phạm Hoàng Hưng, người đã tận tình hướng dẫn, định hướng nghiên cứu và dành cho tôi nhiều ý kiến góp ý quý báu trong suốt quá trình thực hiện luận văn.

Tôi xin trân trọng cảm ơn quý thầy cô Khoa Đông phương học, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội đã trang bị cho tôi nền tảng kiến thức, phương pháp nghiên cứu trong suốt quá trình học.

Cuối cùng, tôi xin gửi lời cảm ơn tới gia đình, bạn bè và đồng nghiệp đã luôn động viên, chia sẻ và tạo điều kiện thuận lợi để tôi hoàn thành quá trình học tập cũng như luận văn này.

Hà Nội, ngày tháng năm 2026

HỌC VIÊN

Trần Thảo Minh

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU	5
CHƯƠNG 1. CÁC KHÁI NIỆM LIÊN QUAN	10
1.1. Khái niệm về cây lúa, hạt gạo và gạo nếp	10
1.1.1 Khái niệm về cây lúa và hạt gạo	10
1.1.2. Phân loại gạo theo đặc điểm sử dụng	11
1.1.3. Khái niệm gạo nếp	13
1.2. Khái niệm sản phẩm gạo nếp	14
1.3 Khái niệm văn hóa ẩm thực	16
CHƯƠNG 2. KHUNG LÝ THUYẾT VÀ CÁCH TIẾP CẬN NGHIÊN CỨU	20
2.1. Lý thuyết tiếp biến văn hóa	20
2.1.1. Quá trình hình thành	20
2.1.2. Nội dung cốt lõi	23
2.1.3. Các quan điểm tiêu biểu	23
2.1.4. Khả năng vận dụng vào nghiên cứu	24
2.2. Lý thuyết biến đổi văn hóa	25
2.2.1. Khái niệm biến đổi văn hóa	25
2.2.2. Các hướng tiếp cận	26
2.2.3. Cơ chế biến đổi văn hóa	27
2.2.4. Vận dụng lý thuyết trong luận văn	29
CHƯƠNG 3. QUÁ TRÌNH DU NHẬP VÀ PHÁT TRIỂN CỦA GẠO NẾP VÀ CÁC SẢN PHẨM TỪ GẠO NẾP TRONG ĐỜI SỐNG ẨM THỰC NHẬT BẢN	32
3.1. Các giả thuyết về nguồn gốc và con đường du nhập lúa nếp	32

3.2. Sự phát triển của gạo nếp trong đời sống ẩm thực Nhật Bản qua các thời kỳ lịch sử.....	35
3.2.1 Thời Cổ Đại – Thời Nara	40
3.2.2 Thời Heian – Thời Kamakura	42
3.2.3 Thời Muromachi.....	43
3.2.4 Thời Edo.....	45
3.2.5 Thời Minh Trị.....	48
CHƯƠNG 4 SỰ BIẾN ĐỔI CỦA GẠO NẾP VÀ CÁC SẢN PHẨM TỪ GẠO NẾP TRONG ĐỜI SỐNG ÂM THỰC NHẬT BẢN	51
4.1 Bối cảnh kinh tế, xã hội và nhân khẩu học của Nhật Bản hiện đại	51
4.1.1. Biến động nhân khẩu học	51
4.1.2. Thay đổi cấu trúc hộ gia đình.....	53
4.1.3. Hiện đại hóa và sự phát triển của xã hội tiêu dùng	54
4.2. Biến đổi trong sản xuất gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp	55
4.2.1. Thực trạng sản xuất gạo nếp.....	56
4.2.2 Tình hình sản xuất các sản phẩm từ gạo nếp.....	61
4.2.3 Sự biến đổi trong sản xuất dưới tác động của xã hội hiện đại	64
4.3. Lưu thông gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp.....	68
4.3.1. Giá gạo nếp và biến động thị trường	69
4.3.2 Nhập khẩu gạo nếp	70
4.3.3 Nhập khẩu và xuất khẩu sản phẩm từ gạo nếp	72
4.3.4 Sự biến đổi trong lưu thông dưới tác động của xã hội hiện đại	77
4.4. Tiêu dùng gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp	80
4.4.1. Xu hướng tiêu dùng theo khu vực	80

4.3.2. Xu hướng tiêu dùng của hộ gia đình	85
4.3.3. Xu hướng tiêu dùng các sản phẩm mochi đóng gói	88
4.3.4. Xu hướng tiêu dùng theo mùa	91
KẾT LUẬN	95

DANH MỤC BẢNG

Bảng 4.1: Giống gạo nếp phổ biết theo từng tỉnh	46
Bảng 4.2: Sản lượng lúa nước và gạo nếp tại Nhật Bản	48
Bảng 4.3: Sản lượng tiêu thụ gạo nếp (dùng làm lương thực chính) theo tỉnh/thành	71
Bảng 4.4: Lượng mua, chỉ tiêu cho mochi theo hộ gia đình	75

DANH MỤC BIỂU ĐỒ

Biểu đồ 4.1: Sản xuất bột gạo tại Nhật Bản	51
Biểu đồ 4.2: Sản lượng bánh kẹo từ gạo nếp (Arare)	53
Biểu đồ 4.3: Nhập khẩu và bán gạo nếp tại Nhật Bản	61
Biểu đồ 4.4: Lượng nhập khẩu bánh gạo theo quốc gia.....	63
Biểu đồ 4.5: Tình hình xuất khẩu bánh gạo	65
Biểu đồ 4.6: Sản lượng mochi đóng gói tại Nhật Bản	78
Biểu đồ 4.7: Lượng tiêu thụ gạo nếp theo tháng tại Nhật Bản.....	81

MỞ ĐẦU

1.Lý do chọn đề tài

Gạo là một trong những yếu tố quan trọng làm nên nền tảng văn hóa ẩm thực Nhật Bản. Tuy nhiên, trong hệ thống văn hóa gạo của Nhật Bản, gạo nếp có vị trí khá đặc biệt. Khác với gạo tẻ – loại gạo gắn với bữa ăn thường nhật, gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp thường xuất hiện trong những thời điểm mang tính nghi lễ, lễ hội và chuyển tiếp của đời sống, như năm mới, lễ tiết, nghi thức cầu mùa, chúc mừng hay tưởng niệm. Vì vậy, gạo nếp không chỉ là một nguyên liệu thực phẩm mà còn là phương tiện biểu đạt niềm tin, quan niệm về mùa vụ, cộng đồng và mối liên hệ giữa con người với thần linh, tổ tiên.

Trong xã hội Nhật Bản hiện đại, đời sống ẩm thực và sinh hoạt gia đình đang thay đổi rõ rệt dưới tác động của đô thị hóa, công nghiệp hóa thực phẩm, già hóa dân số, thu hẹp quy mô gia đình và sự phát triển của hệ thống phân phối hiện đại. Những biến đổi này làm cho cách người Nhật sản xuất, chế biến, tiêu dùng và cảm nhận các sản phẩm từ gạo nếp cũng thay đổi theo. Nhiều sản phẩm vốn gắn với nghi lễ truyền thống nay được thương mại hóa, đóng gói tiện lợi và tiêu dùng trong đời sống hằng ngày. Điều đó cho thấy gạo nếp là một trường hợp tiêu biểu để quan sát sự vận động của văn hóa ẩm thực Nhật Bản từ truyền thống đến hiện đại.

Xuất phát từ vị trí đặc thù của gạo nếp trong văn hóa ẩm thực Nhật Bản và từ những biến đổi đang diễn ra trong đời sống xã hội hiện đại, luận văn lựa chọn đề tài “Gạo nếp và các sản phẩm gạo nếp trong đời sống ẩm thực của Nhật Bản” nhằm làm rõ vai trò của gạo nếp không chỉ như một loại lương thực, mà như một yếu tố văn hóa phản ánh đời sống tín ngưỡng, lễ hội, gia đình và tiêu dùng của người Nhật qua các thời kỳ.

2.Lịch sử nghiên cứu vấn đề

Các công trình nghiên cứu liên quan đến đề tài có thể chia thành ba hướng chính. Hướng thứ nhất là các nghiên cứu về lịch sử hình thành và phát triển của nghề

trồng lúa, văn hóa lúa gạo và đời sống ẩm thực Nhật Bản, tiêu biểu như *Nguồn gốc và sự truyền bá của trồng lúa* của Miyamoto Kazuo (2009)¹, *Lịch sử cây lúa ở Nhật Bản* của Endō Eiji (2012)², *Sự hình thành và phát triển của văn hóa ẩm thực Nhật Bản* của Ishikawa Naoko (2009)³,

Hướng thứ hai tập trung vào gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp, chủ yếu làm rõ đặc điểm, lịch sử hình thành, phương pháp chế biến và ý nghĩa văn hóa của từng sản phẩm, có thể kể đến các công trình như *Mochi và người Nhật* của Kosaka Kanako & Ozeki Tomoko (2012)⁴, *Mochi và người Nhật* của Anshitsu (2021), *Nghiên cứu lớn về mochi* của Kasahara Shuu (2004)⁵, *Bánh mochi* của Kanzaki Noritake (1991)⁶, *Bánh mochi* của Watabe Tadayo & Fukazawa Sayuri (1998).⁷

Hướng thứ ba tiếp cận từ góc độ biến đổi văn hóa và xu hướng tiêu dùng trong xã hội Nhật Bản hiện đại, tiêu biểu là nghiên cứu của Akino Koji (2010), các Sách trắng của Bộ Nông nghiệp, Lâm nghiệp và Thủy sản Nhật Bản (2023), báo cáo của Tổ chức hỗ trợ đảm bảo cung ứng ổn định lương thực (2024) và các tài liệu về bối cảnh già hóa, giảm sinh của Cơ quan Trẻ em và Gia đình Nhật Bản (2024). Nhìn chung, các công trình trên đã cung cấp cơ sở quan trọng để tìm hiểu lịch sử, văn hóa và giá trị của gạo nếp trong đời sống người Nhật.

Tuy nhiên, các nghiên cứu chủ yếu tiếp cận theo từng lĩnh vực hoặc từng sản phẩm riêng lẻ, trong khi còn thiếu những nghiên cứu xem xét gạo nếp và các sản

¹ Miyamoto Kazuo (宮本一夫) là Giáo sư Khảo cổ học tại Đại học Kyushu (Nhật Bản), chuyên nghiên cứu về khảo cổ học Đông Á, nguồn gốc nông nghiệp lúa nước, văn hóa Yayoi và quá trình hình thành xã hội Nhật Bản cổ đại

² Endō Eiji (遠藤英治) là nhà nghiên cứu về lịch sử nông nghiệp Nhật Bản

³ Ishikawa Naoko (石川尚子) là nhà nghiên cứu về văn hóa ẩm thực Nhật Bản

⁴ Kosaka Kanako (小坂加奈子) là nhà nghiên cứu văn hóa ẩm thực Nhật Bản, tập trung vào mối quan hệ giữa thực phẩm truyền thống

Ozeki Tomoko (大関智子) là nhà nghiên cứu văn hóa Nhật Bản, với các công trình chủ yếu khảo cứu về lịch sử, ý nghĩa văn hóa và thực hành liên quan đến mochi trong đời sống truyền thống và đương đại của người Nhật.

⁵ Kasahara Shū (笠原秀) là nhà nghiên cứu văn hóa ẩm thực Nhật Bản

⁶ Kanzaki Noritake (神崎宣武) là nhà dân tộc học và nhà nghiên cứu văn hóa dân gian Nhật Bản

⁷ Watabe Tadayo (渡部忠世) là nhà dân tộc học và nhà nghiên cứu nông nghiệp, chuyên về văn hóa lúa nước và các nền văn minh lúa nước ở châu Á.

Fukazawa Sayuri (深澤小百合) là nhà nghiên cứu văn hóa và lịch sử ẩm thực Nhật Bản, đồng tác giả của nhiều công trình về mochi và văn hóa lúa gạo.

phẩm từ gạo nếp như một chỉnh thể, đồng thời phân tích sự biến đổi vai trò của chúng trong đời sống ẩm thực Nhật Bản dưới tác động của hiện đại hóa và xã hội tiêu dùng. Đây cũng là khoảng trống mà luận văn hướng tới làm rõ.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của luận văn là gạo nếp Nhật Bản và các sản phẩm được chế biến từ gạo nếp trong đời sống ẩm thực Nhật Bản. Trong đó, luận văn lựa chọn mochi là đối tượng phân tích chính do đây là sản phẩm tiêu biểu, phản ánh rõ nét nhất vai trò và sự biến đổi của gạo nếp trong đời sống văn hóa và ẩm thực của người Nhật.

Phạm vi không gian của nghiên cứu là Nhật Bản.

Phạm vi thời gian tập trung vào các giai đoạn lịch sử có ý nghĩa đối với sự hình thành và biến đổi của gạo nếp trong đời sống ẩm thực Nhật Bản, bao gồm cuối thời kỳ Jōmon, Yayoi, Nara, Heian, Kamakura, Muromachi, Edo và giai đoạn từ Minh Trị đến Nhật Bản hiện đại. Trong đó, luận văn đặc biệt chú trọng phân tích những biến đổi diễn ra từ sau Minh Trị đến nay dưới tác động của hiện đại hóa và xã hội tiêu dùng.

4. Mục tiêu nghiên cứu

Mục tiêu nghiên cứu của luận văn là làm rõ quá trình hình thành và biến đổi của gạo nếp cùng các sản phẩm từ gạo nếp trong đời sống ẩm thực Nhật Bản. Trên cơ sở hệ thống hóa các khái niệm và vận dụng khung lý thuyết về tiếp biến văn hóa, biến đổi văn hóa và xã hội tiêu dùng, luận văn phân tích quá trình du nhập, phát triển của gạo nếp tại Nhật Bản, đồng thời làm rõ thực trạng sản xuất, lưu thông và tiêu dùng gạo nếp trong xã hội hiện đại. Từ đó, luận văn lý giải sự biến đổi về vai trò, chức năng và giá trị văn hóa của gạo nếp trong đời sống ẩm thực Nhật Bản.

5. Phương pháp nghiên cứu

Luận văn sử dụng các phương pháp nghiên cứu cơ bản của ngành khoa học xã hội và nhân văn, trong đó tập trung vào các phương pháp chủ yếu sau:

Thứ nhất, phương pháp tổng hợp và phân tích tài liệu được sử dụng nhằm thu thập, chọn lọc và xử lý các nguồn tài liệu liên quan đến gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp trong văn hóa ẩm thực Nhật Bản. Các tài liệu bao gồm sách chuyên khảo, bài báo khoa học, báo cáo thống kê và các nguồn dữ liệu chính thức. Trên cơ sở đó, luận văn tiến hành phân tích nhằm làm rõ các nội dung về lịch sử, ý nghĩa văn hóa, cũng như thực trạng sản xuất và tiêu dùng gạo nếp.

Thứ hai, phương pháp lịch sử được sử dụng để xem xét quá trình hình thành và phát triển của gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp trong các giai đoạn khác nhau của lịch sử Nhật Bản, từ đó làm rõ sự biến đổi về vai trò và ý nghĩa của chúng trong đời sống văn hóa.

Thứ ba, phương pháp so sánh được vận dụng nhằm đối chiếu sự khác biệt trong cách sử dụng và ý nghĩa của gạo nếp giữa bối cảnh truyền thống và hiện đại, cũng như giữa các hình thức tiêu dùng khác nhau, qua đó làm rõ xu hướng biến đổi của gạo nếp trong văn hóa ẩm thực Nhật Bản.

Thứ tư, phương pháp tiếp cận liên ngành được sử dụng nhằm kết hợp các góc nhìn của Nhật Bản học, văn hóa học, lịch sử và xã hội học. Trong đó, Nhật Bản học được sử dụng để đặt gạo nếp trong bối cảnh lịch sử, văn hóa và xã hội Nhật Bản; văn hóa học giúp phân tích ý nghĩa biểu tượng, nghi lễ và giá trị văn hóa của gạo nếp; lịch sử được vận dụng để làm rõ quá trình du nhập và phát triển của gạo nếp qua các thời kỳ; còn xã hội học được sử dụng để lý giải những biến đổi trong sản xuất, lưu thông, tiêu dùng và vai trò của gạo nếp dưới tác động của hiện đại hóa, già hóa dân số, thay đổi cấu trúc gia đình và xã hội tiêu dùng.

6. Cấu trúc luận văn

Chương 1 trình bày cơ sở lý luận của đề tài thông qua việc hệ thống hóa các khái niệm về văn hóa, văn hóa ẩm thực, gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp, đồng thời khái quát vai trò của gạo nếp trong đời sống ẩm thực Nhật Bản. Đây là nền tảng để xác định đối tượng nghiên cứu và phạm vi tiếp cận của luận văn.

Chương 2 giới thiệu các lý thuyết được sử dụng trong nghiên cứu, gồm lý thuyết tiếp biến văn hóa và lý thuyết biến đổi văn hóa, đồng thời khái quát hiện trạng sản xuất, phân bố, lưu thông và các sản phẩm từ gạo nếp tại Nhật Bản, tạo cơ sở cho việc phân tích ở các chương sau.

Chương 3 tập trung làm rõ quá trình du nhập của gạo nếp vào Nhật Bản và sự tiếp nhận, chọn lọc, bản địa hóa để hình thành nên những sản phẩm đặc trưng cũng như văn hóa gạo nếp mang bản sắc Nhật Bản. Nội dung chương góp phần lý giải quá trình hình thành văn hóa gạo nếp dưới góc độ tiếp biến văn hóa.

Chương 4 phân tích sự biến đổi của gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp trong bối cảnh xã hội Nhật Bản hiện đại trên các phương diện sản xuất, lưu thông và tiêu dùng. Trên cơ sở vận dụng lý thuyết biến đổi văn hóa, chương làm rõ tác động của các yếu tố kinh tế, xã hội và nhân khẩu học đến sự thay đổi của văn hóa gạo nếp, qua đó chỉ ra quá trình thích ứng và tái cấu trúc các giá trị văn hóa của gạo nếp trong đời sống ẩm thực Nhật Bản đương đại.

CHƯƠNG 1. CÁC KHÁI NIỆM LIÊN QUAN

Gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp không chỉ là nhóm thực phẩm được sử dụng trong đời sống hằng ngày mà còn gắn liền với nhiều giá trị lịch sử, tín ngưỡng và phong tục của người Nhật. Vì vậy, khi nghiên cứu đối tượng này dưới góc độ văn hóa ẩm thực, việc thống nhất cách hiểu về các thuật ngữ được sử dụng là cần thiết nhằm xác định rõ đối tượng và phạm vi nghiên cứu. Trên cơ sở đó, chương này tập trung làm rõ các khái niệm về gạo nếp, sản phẩm gạo nếp và văn hóa ẩm thực. Đồng thời, gạo tẻ cũng được đề cập trong mối quan hệ đối chiếu để làm nổi bật những đặc điểm và vai trò riêng của gạo nếp trong văn hóa ẩm thực Nhật Bản.

1.1. Khái niệm về cây lúa, hạt gạo và gạo nếp

1.1.1 Khái niệm về cây lúa và hạt gạo

Lúa (*Oryza sativa* L.) là một trong những cây lương thực lâu đời nhất của nhân loại và hiện nay vẫn là nguồn lương thực chủ yếu của hơn một nửa dân số thế giới. Theo Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp Liên Hợp Quốc (FAO), , lúa là cây lương thực có vai trò đặc biệt quan trọng đối với an ninh lương thực toàn cầu. Gạo hiện là lương thực chính của hơn một nửa dân số thế giới và giữ vị trí trung tâm trong hệ thống nông nghiệp cũng như đời sống của nhiều quốc gia, đặc biệt ở châu Á. Trải qua quá trình lịch sử lâu dài, cây lúa không đơn thuần là một loại cây trồng mà còn trở thành yếu tố gắn liền với đời sống kinh tế, xã hội, tín ngưỡng và văn hóa của nhiều quốc gia. [17, tr. 1]

Sau khi thu hoạch, hạt lúa được tách bỏ lớp vỏ trấu để tạo thành hạt gạo. Tùy theo mức độ xay xát, gạo có thể được chia thành gạo lứt và gạo trắng. Trong nghiên cứu về văn hóa ẩm thực, khái niệm "gạo" thường được sử dụng để chỉ phần hạt đã qua xay xát và có thể sử dụng trực tiếp trong chế biến thực phẩm. Đây cũng là nguyên liệu cơ bản để tạo nên nhiều món ăn và sản phẩm thực phẩm khác nhau.

Xét dưới góc độ sinh học, phần lớn các giống lúa hiện nay thuộc loài *Oryza sativa* L. và thường được chia thành hai nhóm chính là Indica và Japonica. Giống Indica chủ yếu được trồng tại các khu vực nhiệt đới và cận nhiệt đới, có đặc điểm hạt dài, hàm lượng amylose tương đối cao nên khi nấu cho cơm khô và tơi. Ngược lại, giống Japonica thích hợp với khí hậu ôn đới, có hạt ngắn và tròn, kết cấu mềm, độ dẻo cao hơn sau khi nấu chín. Nhật Bản là một trong những quốc gia tiêu biểu trồng giống Japonica, đồng thời cũng là nơi phát triển nhiều giống lúa phục vụ các mục đích sử dụng khác nhau, trong đó có cả gạo tẻ và gạo nếp.

Từ góc độ dinh dưỡng, hạt gạo chủ yếu bao gồm tinh bột, protein, lipid, vitamin và khoáng chất. Trong đó, tinh bột chiếm tỷ lệ lớn nhất và là thành phần quyết định đặc tính của từng loại gạo. Hai cấu tử chính của tinh bột là amylose và amylopectin. Sự khác biệt về tỷ lệ giữa hai thành phần này ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng hút nước, độ kết dính, độ dẻo cũng như cảm quan của hạt gạo sau khi chế biến. Vì vậy, trong nghiên cứu khoa học thực phẩm cũng như văn hóa ẩm thực, thành phần tinh bột được xem là tiêu chí quan trọng để phân biệt các loại gạo.[19, tr.44]

Đối với Nhật Bản, gạo không chỉ là nguồn lương thực thiết yếu mà còn là một biểu tượng văn hóa. Trong lịch sử, sản xuất lúa gạo góp phần hình thành cơ cấu kinh tế nông nghiệp, tổ chức cộng đồng làng xã và nhiều nghi lễ gắn với tín ngưỡng Thần đạo. Cho đến ngày nay, mặc dù chế độ ăn của người Nhật đã có nhiều thay đổi dưới tác động của toàn cầu hóa và sự đa dạng hóa thực phẩm, gạo vẫn giữ vị trí trung tâm trong văn hóa ẩm thực và đời sống tinh thần. Chính bối cảnh đó đã tạo tiền đề cho sự phát triển của nhiều sản phẩm chế biến từ gạo, đặc biệt là gạo nếp.

1.1.2. Phân loại gạo theo đặc điểm sử dụng

Có nhiều tiêu chí để phân loại gạo như theo giống lúa, hình dạng hạt, điều kiện sinh trưởng hoặc mục đích sử dụng. Trong nghiên cứu về văn hóa ẩm thực, gạo thường được chia thành hai nhóm chính là gạo tẻ và gạo nếp. Mặc dù đều có nguồn gốc từ cây lúa, hai loại gạo có những đặc điểm khác nhau về tính chất sau khi chế

biến, từ đó tạo nên sự khác biệt trong phương thức sử dụng cũng như vai trò của chúng trong đời sống văn hóa.

Gạo tẻ (uruchigome) là loại gạo được sử dụng phổ biến nhất trong bữa ăn hằng ngày của người Nhật. Sau khi nấu chín, hạt cơm có độ mềm vừa phải, ít kết dính và vẫn giữ được hình dạng hạt, phù hợp với nhiều phương pháp chế biến như cơm trắng, sushi, cơm nắm hay các món cơm trộn. Với vai trò là lương thực chính, gạo tẻ từ lâu đã trở thành nền tảng của bữa ăn truyền thống Nhật Bản và tiếp tục giữ vị trí quan trọng trong chế độ ăn uống của người dân hiện nay.

Trong khi đó, gạo nếp (mochigome) có đặc điểm nổi bật là độ dẻo và khả năng kết dính cao sau khi nấu chín, thích hợp để chế biến các loại bánh, xôi, bánh gạo và nhiều sản phẩm truyền thống khác. So với gạo tẻ, sản lượng và mức tiêu thụ gạo nếp không lớn, tuy nhiên giá trị của loại gạo này không chỉ nằm ở chức năng là một loại thực phẩm mà còn ở ý nghĩa văn hóa và biểu tượng mà nó mang lại trong đời sống của người Nhật. Gạo nếp thường được sử dụng để chế biến các món ăn xuất hiện trong những dịp lễ hội, nghi lễ tín ngưỡng và các sự kiện quan trọng của đời người, qua đó thể hiện những quan niệm về sự sung túc, may mắn, đoàn viên và lòng biết ơn đối với thần linh.

Như vậy, sự khác biệt giữa gạo tẻ và gạo nếp không chỉ thể hiện ở đặc điểm sử dụng mà còn phản ánh sự phân công chức năng trong văn hóa ẩm thực Nhật Bản. Nếu gạo tẻ gắn với nhu cầu ăn uống hằng ngày thì gạo nếp lại gắn với các giá trị văn hóa, tín ngưỡng và nghi lễ. Chính sự phân công này đã tạo nên vị trí riêng của từng loại gạo trong đời sống xã hội Nhật Bản.

Tuy nhiên, cùng với quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa và sự thay đổi trong lối sống, phạm vi sử dụng của hai loại gạo cũng có nhiều biến đổi. Bên cạnh vai trò truyền thống trong các nghi lễ và lễ hội, gạo nếp ngày càng được ứng dụng rộng rãi trong ngành công nghiệp thực phẩm để sản xuất bánh kẹo, thực phẩm chế biến sẵn và nhiều sản phẩm phục vụ nhu cầu tiêu dùng hằng ngày. Điều này cho thấy

sự phân biệt giữa gạo tẻ và gạo nếp không phải là ranh giới bất biến mà luôn có sự điều chỉnh dưới tác động của những biến đổi kinh tế, xã hội và văn hóa.

Từ những phân tích trên có thể thấy, mặc dù đều có nguồn gốc từ cây lúa, gạo tẻ và gạo nếp đảm nhận những chức năng khác nhau trong văn hóa ẩm thực Nhật Bản. Trong phạm vi luận văn này, việc phân biệt hai loại gạo không nhằm đi sâu vào đặc điểm sinh học hay kỹ thuật canh tác mà nhằm xác định rõ đối tượng nghiên cứu, đồng thời làm nổi bật vai trò của gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp trong văn hóa ẩm thực Nhật Bản.

1.1.3. Khái niệm gạo nếp

Trong tiếng Nhật, gạo nếp được gọi là *mochigome*, dùng để chỉ các giống lúa nếp có đặc tính dẻo và khả năng kết dính cao sau khi chế biến. Khác với *uruchigome* – loại gạo được sử dụng phổ biến trong bữa ăn hằng ngày, *mochigome* chủ yếu được dùng làm nguyên liệu chế biến các loại bánh gạo, xôi và nhiều món ăn truyền thống. Mặc dù sản lượng và mức tiêu thụ thấp hơn gạo tẻ, gạo nếp vẫn giữ một vị trí đặc biệt trong văn hóa ẩm thực Nhật Bản nhờ những giá trị lịch sử, tín ngưỡng và biểu tượng mà nó mang lại. [19, tr.50]

Trong lịch sử Nhật Bản, gạo nếp từ lâu đã gắn liền với các nghi lễ nông nghiệp và tín ngưỡng dân gian. Do quá trình canh tác đòi hỏi nhiều công sức và sản lượng thường thấp hơn gạo tẻ, gạo nếp từng được xem là loại lương thực có giá trị, thường được sử dụng trong các dịp quan trọng thay vì tiêu dùng thường nhật. Từ nguyên liệu này, người Nhật đã sáng tạo nên nhiều sản phẩm như mochi, sekihan, chimaki, okowa, arare hay okaki. Những món ăn này không chỉ phục vụ nhu cầu ăn uống mà còn xuất hiện trong các lễ hội, nghi lễ cầu mùa, lễ mừng năm mới, cưới hỏi, mừng trẻ em chào đời và nhiều sự kiện quan trọng khác của đời người.

Đặc biệt, mochi được xem là sản phẩm tiêu biểu nhất của gạo nếp trong văn hóa Nhật Bản. Không chỉ là một món ăn truyền thống, mochi còn mang ý nghĩa biểu

tượng về sự đoàn viên, trường thọ, may mắn và sung túc. Trong nhiều nghi lễ Thần đạo, các sản phẩm từ gạo nếp được sử dụng như lễ vật dâng cúng thần linh, thể hiện lòng biết ơn đối với thiên nhiên và cầu mong một năm mới bình an, mùa màng bội thu. Điều này cho thấy giá trị của gạo nếp không chỉ nằm ở chức năng là nguyên liệu thực phẩm mà còn ở vai trò kết nối giữa con người với cộng đồng và đời sống tín ngưỡng.

Bước sang thời kỳ hiện đại, cùng với quá trình công nghiệp hóa và sự phát triển của ngành công nghiệp thực phẩm, vai trò của gạo nếp cũng có nhiều thay đổi. Bên cạnh các sản phẩm truyền thống được chế biến thủ công, nhiều loại bánh gạo, đồ ăn nhẹ và thực phẩm tiện lợi từ gạo nếp được sản xuất quy mô lớn và phân phối rộng rãi trên thị trường. Mặc dù cách thức sản xuất và tiêu dùng có nhiều biến đổi, gạo nếp vẫn được duy trì như một nguyên liệu mang tính biểu tượng trong nhiều nghi lễ và sự kiện văn hóa của người Nhật. Điều này cho thấy khả năng thích ứng của văn hóa gạo nếp trước những thay đổi của đời sống xã hội, đồng thời phản ánh sự kế thừa giữa truyền thống và hiện đại trong văn hóa ẩm thực Nhật Bản.

Trong phạm vi luận văn này, gạo nếp được hiểu là các giống lúa nếp được sử dụng tại Nhật Bản cùng hệ thống giá trị văn hóa được hình thành thông qua quá trình sản xuất, chế biến và sử dụng chúng. Trên cơ sở đó, luận văn tập trung phân tích các sản phẩm tiêu biểu từ gạo nếp, đặc biệt là mochi, nhằm làm rõ sự biến đổi về vai trò và ý nghĩa của gạo nếp trong văn hóa ẩm thực Nhật Bản từ truyền thống đến hiện đại.

1.2. Khái niệm sản phẩm gạo nếp

Gạo nếp không chỉ được sử dụng dưới dạng hạt mà còn là nguyên liệu để chế biến nhiều loại thực phẩm khác nhau thông qua các phương pháp như hấp, giã, nướng, rang, lên men hoặc xay thành bột. Từ góc độ khoa học thực phẩm, các thực phẩm được chế biến từ gạo nếp thường được gọi chung là sản phẩm gạo nếp, tức là nhóm thực phẩm sử dụng gạo nếp hoặc bột gạo nếp làm nguyên liệu chính và trải qua quá

trình chế biến nhằm tạo ra sản phẩm có hình thức, kết cấu và giá trị sử dụng mới. [5, tr. 8]

Dựa trên nguyên liệu và phương pháp chế biến, tác giả luận văn phân chia các sản phẩm từ gạo nếp thành ba nhóm chính. Nhóm thứ nhất là các sản phẩm được chế biến trực tiếp từ hạt gạo nếp như xôi, cơm nếp hay các món cơm trộn. Nhóm thứ hai là các sản phẩm được tạo thành sau quá trình giã hoặc tạo hình từ gạo nếp đã hấp chín, tiêu biểu là các loại bánh gạo. Nhóm thứ ba là các sản phẩm sử dụng bột gạo nếp làm nguyên liệu chính như bánh, đồ ngọt hoặc các loại bánh kẹo truyền thống. Ngoài ra, gạo nếp còn được sử dụng trong sản xuất đồ uống lên men, gia vị và một số thực phẩm chế biến khác. Sự đa dạng về phương pháp chế biến cho thấy gạo nếp có khả năng thích ứng cao với nhu cầu tiêu dùng cũng như đặc điểm văn hóa của từng quốc gia.

Tại Nhật Bản, sản phẩm từ gạo nếp có lịch sử phát triển lâu đời và giữ vị trí quan trọng trong văn hóa ẩm thực. Bên cạnh những món ăn phục vụ nhu cầu dinh dưỡng hằng ngày, nhiều sản phẩm từ gạo nếp còn gắn liền với tín ngưỡng, lễ hội và các nghi thức truyền thống. Có thể kể đến mochi (餅), sekihan (赤飯), okowa (おこわ), chimaki (ちまき), okaki (おかき), arare (あられ) dango (団子) và nhiều loại bánh kẹo truyền thống khác. Mặc dù cùng được chế biến từ gạo nếp, mỗi sản phẩm lại có nguồn gốc, phương pháp chế biến, bối cảnh sử dụng và ý nghĩa văn hóa khác nhau, phản ánh sự phong phú của văn hóa ẩm thực Nhật Bản.

Không giống nhiều loại thực phẩm khác, giá trị của sản phẩm gạo nếp không chỉ nằm ở chức năng cung cấp dinh dưỡng mà còn thể hiện ở ý nghĩa biểu tượng và giá trị văn hóa. Trong xã hội truyền thống Nhật Bản, nhiều sản phẩm gạo nếp được sử dụng như lễ vật dâng thần linh, vật phẩm cầu may hoặc món ăn đánh dấu những sự kiện quan trọng trong vòng đời con người như năm mới, lễ trưởng thành, cưới hỏi hay các lễ hội theo mùa. Bước sang xã hội hiện đại, cùng với quá trình công nghiệp hóa và sự phát triển của ngành công nghiệp thực phẩm, các sản phẩm gạo nếp ngày

càng được đa dạng hóa về chủng loại, phương thức sản xuất và kênh phân phối. Bên cạnh việc vẫn duy trì vai trò trong các nghi lễ truyền thống, nhiều sản phẩm đã trở thành thực phẩm tiêu dùng hằng ngày, quà lưu niệm địa phương hoặc hàng hóa phục vụ thị trường trong và ngoài nước. Điều này cho thấy sản phẩm gạo nếp vừa kế thừa các giá trị truyền thống, vừa không ngừng thích ứng với những biến đổi của đời sống kinh tế - xã hội.

Trong phạm vi luận văn này, sản phẩm gạo nếp được hiểu là các loại thực phẩm được chế biến với nguyên liệu chính là gạo nếp Nhật Bản hoặc bột gạo nếp, bao gồm các sản phẩm truyền thống và những sản phẩm đã được cải biến để phù hợp với nhu cầu tiêu dùng hiện đại. Tuy nhiên, do giới hạn về phạm vi nghiên cứu, luận văn không khảo sát toàn bộ các sản phẩm từ gạo nếp mà tập trung phân tích những sản phẩm tiêu biểu, trong đó mochi được lựa chọn làm trường hợp nghiên cứu trung tâm vì đây là sản phẩm có lịch sử lâu đời, giá trị văn hóa nổi bật và phản ánh rõ nét quá trình biến đổi của văn hóa ẩm thực Nhật Bản từ truyền thống đến hiện đại.

1.3 Khái niệm văn hóa ẩm thực

Văn hóa ẩm thực là một bộ phận quan trọng của văn hóa dân tộc, phản ánh mối quan hệ giữa con người với tự nhiên, xã hội và môi trường sống thông qua hoạt động ăn uống. Không chỉ đáp ứng nhu cầu sinh tồn, hoạt động ăn uống còn chứa đựng những giá trị về lịch sử, tín ngưỡng, phong tục, tập quán, thẩm mỹ và bản sắc của mỗi cộng đồng. Chính vì vậy, văn hóa ẩm thực đã trở thành một lĩnh vực được quan tâm trong nhiều ngành khoa học như văn hóa học, nhân học, xã hội học và khoa học thực phẩm.

Từ góc độ nghiên cứu văn hóa, Trần Ngọc Thêm (1999) ⁸ cho rằng văn hóa là một hệ thống hữu cơ các giá trị vật chất và tinh thần do con người sáng tạo, tích lũy

⁸ Trần Ngọc Thêm (1953–), Giáo sư, Tiến sĩ khoa học, chuyên ngành Văn hóa học, nguyên Trưởng khoa Văn hóa học, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh; là một trong những học giả tiêu biểu trong lĩnh vực nghiên cứu văn hóa Việt Nam.

trong quá trình hoạt động thực tiễn và được lưu truyền từ thế hệ này sang thế hệ khác. Theo quan điểm này, văn hóa ẩm thực không chỉ bao gồm các món ăn hay nguyên liệu thực phẩm mà còn là toàn bộ những giá trị được hình thành trong quá trình con người sản xuất, chế biến, tổ chức bữa ăn và truyền lại những kinh nghiệm, tập quán ăn uống qua nhiều thế hệ. Vì vậy, nghiên cứu văn hóa ẩm thực không chỉ dừng lại ở việc tìm hiểu đặc điểm của món ăn mà còn hướng đến việc lý giải những giá trị văn hóa được phản ánh thông qua hoạt động ăn uống. [19, tr.10]

Dưới góc độ nhân học, Claude Lévi-Strauss (1966) ⁹cho rằng việc con người biết chế biến thực phẩm là một trong những dấu mốc quan trọng đánh dấu sự chuyển biến từ trạng thái tự nhiên sang trạng thái văn hóa. Theo ông, thức ăn sau khi được lựa chọn, chế biến và sử dụng theo những quy tắc nhất định không còn đơn thuần là nguồn cung cấp dinh dưỡng mà đã trở thành một sản phẩm văn hóa, phản ánh trình độ phát triển cũng như hệ thống tư duy của mỗi cộng đồng. Quan điểm này nhấn mạnh rằng cách thức con người ăn uống cũng quan trọng không kém bản thân thực phẩm được sử dụng. [15, tr. 585]

Trong nghiên cứu về văn hóa ẩm thực Nhật Bản, Ishige Naomichi (2015) ¹⁰cho rằng văn hóa ẩm thực là toàn bộ các hoạt động liên quan đến thực phẩm, từ khâu lựa chọn nguyên liệu, chế biến, bảo quản đến cách thức thưởng thức món ăn và những giá trị xã hội, lịch sử, tín ngưỡng gắn với chúng. Theo Ishige, đặc trưng của văn hóa ẩm thực không chỉ thể hiện ở món ăn mà còn được phản ánh qua kỹ thuật chế biến, tập quán ăn uống, quy tắc ứng xử trên bàn ăn và những ý nghĩa biểu tượng mà thực phẩm mang trong từng bối cảnh văn hóa. Cách tiếp cận này cho thấy văn hóa ẩm thực là một hệ thống tổng thể, trong đó thực phẩm vừa là sản phẩm vật chất vừa là phương tiện truyền tải các giá trị văn hóa.[3, tr. 9]

⁹ Claude Lévi-Strauss (1908–2009), nhà nhân học và dân tộc học người Pháp

¹⁰ Ishige Naomichi (石毛直道, sinh năm 1937), nhà nhân học văn hóa người Nhật. Ông được xem là người tiên phong trong nghiên cứu văn hóa ẩm thực ở Nhật Bản và có nhiều đóng góp quan trọng trong lĩnh vực nghiên cứu lịch sử và văn hóa ẩm thực châu Á

Mặc dù được tiếp cận từ những góc nhìn khác nhau, các quan điểm trên đều thống nhất ở điểm chung là văn hóa ẩm thực không chỉ giới hạn trong phạm vi món ăn hay nguyên liệu thực phẩm mà bao gồm toàn bộ những tri thức, kỹ thuật, tập quán và giá trị được hình thành trong quá trình con người sản xuất, chế biến và sử dụng thực phẩm. Nói cách khác, văn hóa ẩm thực phản ánh cách con người ứng xử với môi trường tự nhiên, tổ chức đời sống xã hội và gìn giữ bản sắc văn hóa thông qua hoạt động ăn uống.

Đối với Nhật Bản, văn hóa ẩm thực được hình thành trên cơ sở điều kiện tự nhiên, nền nông nghiệp trồng lúa nước, tín ngưỡng bản địa và quá trình tiếp xúc với các nền văn hóa bên ngoài. Trong hệ thống đó, gạo giữ vai trò đặc biệt quan trọng không chỉ với tư cách là lương thực mà còn là biểu tượng của sự sung túc, may mắn và mối liên hệ giữa con người với thần linh. Các sản phẩm từ gạo nếp như mochi, sekihan, chimaki hay okowa không chỉ đáp ứng nhu cầu ăn uống mà còn xuất hiện trong nhiều nghi lễ, lễ hội và các sự kiện quan trọng của đời người. Do đó, việc nghiên cứu gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp cần được đặt trong tổng thể văn hóa ẩm thực Nhật Bản thay vì chỉ xem xét dưới góc độ thực phẩm.

Trong phạm vi luận văn này, văn hóa ẩm thực được hiểu là tổng thể các giá trị vật chất và tinh thần được hình thành trong quá trình con người sản xuất, chế biến, phân phối và tiêu dùng thực phẩm; đồng thời bao gồm những tri thức, kỹ thuật, tập quán, tín ngưỡng và ý nghĩa biểu tượng gắn với hoạt động ăn uống. Trên cơ sở khái niệm này, luận văn tập trung phân tích sự hình thành, phát triển và biến đổi của gạo nếp cùng các sản phẩm từ gạo nếp trong văn hóa ẩm thực Nhật Bản, từ đó làm rõ sự tác động của những biến đổi kinh tế, xã hội và văn hóa đối với vai trò của nhóm thực phẩm này trong đời sống hiện đại.

Tiểu kết:

Chương 1 đã làm rõ các khái niệm cơ bản được sử dụng xuyên suốt luận văn, bao gồm cây lúa, hạt gạo, gạo nếp, sản phẩm gạo nếp và văn hóa ẩm thực. Trên cơ sở

phân biệt gạo nếp với các loại gạo khác, đặc biệt là gạo tẻ, luận văn xác định gạo nếp là đối tượng nghiên cứu chính, đồng thời làm rõ đặc điểm và phạm vi của các sản phẩm được chế biến từ gạo nếp trong bối cảnh văn hóa ẩm thực Nhật Bản. Bên cạnh đó, việc tổng hợp và phân tích các quan điểm về văn hóa ẩm thực đã cho thấy đây là một khái niệm có nội hàm rộng, không chỉ bao gồm thực phẩm và hoạt động ăn uống mà còn phản ánh những giá trị lịch sử, xã hội, tín ngưỡng và tập quán được hình thành trong quá trình con người sản xuất, chế biến và tiêu dùng thực phẩm.

Trên cơ sở các khái niệm đã được xác định, luận văn thống nhất cách hiểu về gạo nếp, sản phẩm gạo nếp và văn hóa ẩm thực làm nền tảng cho việc triển khai các nội dung nghiên cứu ở những chương tiếp theo. Theo đó, gạo nếp được tiếp cận không chỉ với tư cách là một loại nguyên liệu thực phẩm mà còn là một thành tố văn hóa, phản ánh mối quan hệ giữa con người với môi trường tự nhiên, đời sống xã hội và hệ thống tín ngưỡng của người Nhật. Đây cũng là cơ sở để luận văn xem xét sự hình thành, phát triển và biến đổi của gạo nếp cùng các sản phẩm từ gạo nếp trong văn hóa ẩm thực Nhật Bản.

Từ những cơ sở khái niệm trên, chương 2 sẽ trình bày khung lý thuyết được sử dụng trong luận văn. Trong đó, lý thuyết biến đổi văn hóa được lựa chọn làm hướng tiếp cận chủ đạo để phân tích sự biến đổi về vai trò và ý nghĩa của gạo nếp trong bối cảnh xã hội Nhật Bản hiện đại, đồng thời vận dụng lý thuyết tiếp biến văn hóa để lý giải quá trình tiếp nhận và bản địa hóa các yếu tố văn hóa trong giai đoạn hình thành và phát triển của văn hóa gạo nếp.

CHƯƠNG 2. KHUNG LÝ THUYẾT VÀ CÁCH TIẾP CẬN NGHIÊN CỨU

Để phân tích quá trình hình thành và biến đổi của gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp trong đời sống ẩm thực Nhật Bản, luận văn lựa chọn kết hợp lý thuyết tiếp biến văn hóa và lý thuyết biến đổi văn hóa làm khung phân tích. Việc lựa chọn này xuất phát từ đặc điểm của đối tượng nghiên cứu, bởi sự hình thành của gạo nếp trong đời sống ẩm thực Nhật Bản vừa gắn với quá trình tiếp nhận các yếu tố văn hóa từ bên ngoài, vừa phản ánh những biến đổi liên tục dưới tác động của bối cảnh kinh tế, xã hội và lối sống qua các thời kỳ lịch sử.

2.1. Lý thuyết tiếp biến văn hóa

Để vận dụng lý thuyết tiếp biến văn hóa vào phân tích quá trình hình thành và biến đổi của gạo nếp trong đời sống ẩm thực Nhật Bản, trước hết cần làm rõ bối cảnh ra đời cũng như những nội dung cơ bản của lý thuyết này.

2.1.1. Quá trình hình thành

Lý thuyết tiếp biến văn hóa (acculturation) được hình thành trong bối cảnh cuối thế kỷ XIX và đầu thế kỷ XX, khi các quốc gia phương Tây mở rộng hoạt động thuộc địa và giao lưu quốc tế ngày càng gia tăng. Quá trình tiếp xúc thường xuyên giữa các cộng đồng có nền văn hóa khác nhau đã đặt ra nhiều vấn đề mới đối với các nhà nhân học và xã hội học, đặc biệt là câu hỏi về sự thay đổi văn hóa khi hai hay nhiều nhóm người cùng tồn tại và tương tác trong một không gian xã hội. Trong bối cảnh đó, khái niệm tiếp biến văn hóa được xây dựng nhằm giải thích những biến đổi diễn ra khi các nền văn hóa gặp gỡ và ảnh hưởng lẫn nhau.

Ở giai đoạn đầu, các nghiên cứu về tiếp biến văn hóa chủ yếu tập trung vào mối quan hệ giữa các quốc gia thực dân và các cộng đồng bản địa. Nhiều học giả khi đó cho rằng sự tiếp xúc văn hóa thường dẫn đến quá trình đồng hóa, trong đó nền văn hóa có ưu thế về kinh tế, chính trị hoặc quân sự sẽ tác động mạnh mẽ lên nền văn hóa yếu hơn. Vì vậy, các nghiên cứu ban đầu chủ yếu xem tiếp biến văn hóa là kết quả

của sự truyền bá văn hóa từ bên ngoài, nhấn mạnh chiều tác động một chiều từ nền văn hóa thống trị đến nền văn hóa tiếp nhận.

Bước ngoặt quan trọng trong quá trình phát triển của lý thuyết tiếp biến văn hóa diễn ra vào năm 1936 khi Hội đồng Nghiên cứu Khoa học Xã hội Hoa Kỳ (Social Science Research Council) công bố bản ghi nhớ về tiếp biến văn hóa do Robert Redfield, Ralph Linton và Melville J. Herskovits biên soạn. Trong tài liệu này, tiếp biến văn hóa được định nghĩa là hiện tượng phát sinh khi các nhóm người có nền văn hóa khác nhau tiếp xúc trực tiếp và liên tục với nhau, dẫn đến những biến đổi trong khuôn mẫu văn hóa ban đầu của một hoặc cả hai nhóm. Định nghĩa này đã mở rộng phạm vi nghiên cứu của lý thuyết khi không còn xem tiếp biến chỉ là sự đồng hóa một chiều mà thừa nhận khả năng biến đổi ở cả hai phía trong quá trình tiếp xúc văn hóa. Đây cũng được xem là định nghĩa kinh điển và được sử dụng rộng rãi trong nhiều nghiên cứu về giao lưu và biến đổi văn hóa cho đến ngày nay.

Từ nửa sau thế kỷ XX, cùng với sự phát triển của toàn cầu hóa, di cư quốc tế và giao lưu giữa các quốc gia, phạm vi nghiên cứu của lý thuyết tiếp biến văn hóa tiếp tục được mở rộng. Nếu trước đây các nghiên cứu chủ yếu tập trung vào quan hệ giữa các cộng đồng dân tộc thì ở giai đoạn này, các học giả bắt đầu quan tâm đến sự tiếp nhận và biến đổi của nhiều yếu tố văn hóa như ngôn ngữ, tôn giáo, nghệ thuật, lối sống và văn hóa ẩm thực. Tiếp biến văn hóa không còn được nhìn nhận là quá trình thay thế hoàn toàn một nền văn hóa bằng nền văn hóa khác mà được hiểu là quá trình lựa chọn, tiếp nhận, điều chỉnh và tái tạo các yếu tố văn hóa từ bên ngoài để phù hợp với điều kiện của cộng đồng tiếp nhận.

Đến cuối thế kỷ XX, cách tiếp cận về tiếp biến văn hóa tiếp tục được bổ sung thông qua các nghiên cứu của John W. Berry. Dựa trên việc nghiên cứu các nhóm nhập cư và cộng đồng đa văn hóa, Berry cho rằng kết quả của tiếp biến không chỉ có một hình thức duy nhất mà có thể diễn ra theo nhiều xu hướng khác nhau, bao gồm đồng hóa (assimilation), hội nhập (integration), tách biệt (separation) và gạt ra bên lề

(marginalization). Quan điểm này nhấn mạnh tính chủ động của cộng đồng tiếp nhận trong việc lựa chọn cách thức ứng xử với các yếu tố văn hóa bên ngoài, đồng thời khẳng định rằng tiếp biến văn hóa là một quá trình đa chiều, chịu tác động đồng thời của nhiều yếu tố kinh tế, chính trị, xã hội và tâm lý.

Trong nghiên cứu văn hóa đương đại, lý thuyết tiếp biến văn hóa được vận dụng rộng rãi để phân tích quá trình giao lưu giữa các nền văn hóa trong bối cảnh toàn cầu hóa. Thay vì nhấn mạnh sự thay thế hay mất đi của văn hóa bản địa, nhiều nghiên cứu hiện nay tập trung vào khả năng sáng tạo và bản địa hóa các yếu tố ngoại lai của cộng đồng tiếp nhận. Các yếu tố văn hóa sau khi được du nhập thường trải qua quá trình chọn lọc, điều chỉnh và kết hợp với các yếu tố bản địa để hình thành những giá trị văn hóa mới. Chính vì vậy, tiếp biến văn hóa ngày nay được xem là một quá trình tương tác hai chiều, trong đó cả văn hóa bản địa và văn hóa ngoại lai đều có khả năng tác động và biến đổi lẫn nhau.

Đối với đề tài này, lý thuyết tiếp biến văn hóa được sử dụng nhằm lý giải quá trình du nhập của văn hóa gạo nếp vào Nhật Bản trong giai đoạn đầu hình thành. Thông qua sự tiếp xúc với văn hóa lúa nước từ khu vực Đông Á, nhiều yếu tố liên quan đến kỹ thuật canh tác, phương thức chế biến và tập quán sử dụng gạo nếp đã được người Nhật tiếp nhận. Tuy nhiên, các yếu tố này không được bảo lưu nguyên vẹn mà trải qua quá trình điều chỉnh để phù hợp với điều kiện tự nhiên, bối cảnh lịch sử và đặc điểm văn hóa bản địa, từ đó hình thành nên những sản phẩm và tập quán mang bản sắc riêng của Nhật Bản. Vì vậy, trong phạm vi luận văn, tiếp biến văn hóa được tiếp cận như quá trình tiếp nhận có chọn lọc và bản địa hóa các yếu tố văn hóa ngoại lai, tạo tiền đề cho sự hình thành văn hóa gạo nếp Nhật Bản.

2.1.2. Nội dung cốt lõi

Lý thuyết tiếp biến văn hóa cho rằng văn hóa không tồn tại như một hệ thống khép kín mà luôn vận động thông qua quá trình tiếp xúc với các nền văn hóa khác. Khi xảy ra giao lưu văn hóa, cộng đồng tiếp nhận không hoàn toàn sao chép yếu tố ngoại lai mà chủ động lựa chọn, điều chỉnh và tái cấu trúc chúng để phù hợp với điều kiện tự nhiên, xã hội và hệ giá trị sẵn có. Do đó, kết quả của tiếp biến không phải là sự thay thế hoàn toàn văn hóa bản địa mà là sự hình thành những hình thức văn hóa mới mang tính dung hợp.

Trong lĩnh vực văn hóa ẩm thực, quá trình tiếp biến thường diễn ra thông qua sự di chuyển của nguyên liệu, kỹ thuật chế biến, tập quán ăn uống và ý nghĩa biểu tượng của thực phẩm. Các yếu tố ngoại lai sau khi được tiếp nhận thường trải qua quá trình bản địa hóa, tạo nên những đặc trưng riêng của nền ẩm thực địa phương.

2.1.3. Các quan điểm tiêu biểu

Một trong những đại diện tiêu biểu của trường phái khuếch tán văn hóa là G. Elliot Smith¹¹, người cho rằng nhiều yếu tố văn hóa lan truyền từ các trung tâm văn minh thông qua quá trình giao lưu giữa các cộng đồng. Theo quan điểm này, sự phát triển của văn hóa chịu ảnh hưởng đáng kể từ việc tiếp nhận các yếu tố bên ngoài.

Trong khi đó, Redfield, Linton và Herskovits (1936)¹² nhấn mạnh rằng tiếp biến văn hóa là kết quả của sự tiếp xúc trực tiếp và lâu dài giữa các cộng đồng có nền văn hóa khác nhau. Tuy nhiên, sự tiếp nhận không diễn ra một chiều mà luôn kéo theo quá trình điều chỉnh và thích nghi của cả cộng đồng tiếp nhận lẫn cộng đồng truyền bá.

¹¹ Grafton Elliot Smith (1871–1937) là nhà giải phẫu học, nhà nhân học, từng giữ chức Giáo sư Giải phẫu tại Đại học Manchester và Đại học College London. Ông là một trong những đại diện tiêu biểu của trường phái khuếch tán văn hóa (diffusionism) đầu thế kỷ XX,

¹² Robert Redfield (1897–1958), Ralph Linton (1893–1953) và Melville J. Herskovits (1895–1963) đều là các nhà nhân học người Mỹ, đồng tác giả bài báo *Memorandum for the Study of Acculturation* (1936). Công trình này được xem là nền tảng của lý thuyết tiếp biến văn hóa (acculturation)

Ở Nhật Bản, nhiều nghiên cứu về lịch sử văn hóa cũng vận dụng cách tiếp cận này để giải thích sự du nhập của chữ Hán, Phật giáo, kỹ thuật canh tác lúa nước cũng như nhiều yếu tố ẩm thực từ Trung Quốc và bán đảo Triều Tiên. Các yếu tố này sau khi được tiếp nhận đều trải qua quá trình Nhật Bản hóa, trở thành bộ phận của văn hóa Nhật nhưng vẫn mang dấu vết của nguồn gốc ngoại lai.

2.1.4. Khả năng vận dụng vào nghiên cứu

Lý thuyết tiếp biến văn hóa đặc biệt phù hợp để phân tích nguồn gốc và quá trình du nhập của gạo nếp cùng các sản phẩm từ gạo nếp vào Nhật Bản. Các nghiên cứu khảo cổ và lịch sử cho thấy nhiều yếu tố liên quan đến kỹ thuật canh tác lúa nếp, phương thức chế biến bánh gạo và một số nghi lễ sử dụng gạo nếp có mối liên hệ với khu vực Đông Á lục địa, đặc biệt là Trung Quốc và bán đảo Triều Tiên.

Tuy nhiên, mục tiêu của luận văn không nhằm chứng minh sự sao chép văn hóa mà tập trung làm rõ quá trình các yếu tố ngoại lai được người Nhật tiếp nhận, lựa chọn và cải biến để phù hợp với điều kiện tự nhiên, cơ cấu sản xuất nông nghiệp và hệ thống tín ngưỡng bản địa. Chính quá trình tiếp biến này đã tạo nên những sản phẩm và thực hành văn hóa mang bản sắc riêng của Nhật Bản, tiêu biểu như mochi, kagami mochi, ozōni hay các nghi lễ gắn với năm mới.

Do đó, trong luận văn này, lý thuyết tiếp biến văn hóa được sử dụng chủ yếu để giải thích nguồn gốc và quá trình du nhập của gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp vào Nhật Bản, đồng thời làm rõ cơ chế bản địa hóa của các yếu tố văn hóa ngoại lai trong giai đoạn hình thành. Tuy nhiên, để phân tích những biến đổi diễn ra trong xã hội Nhật Bản hiện đại dưới tác động của công nghiệp hóa, xã hội tiêu dùng và sự thay đổi lối sống, luận văn sẽ vận dụng khung lý thuyết về biến đổi văn hóa được trình bày ở mục tiếp theo.

2.2. Lý thuyết biến đổi văn hóa

2.2.1. Khái niệm biến đổi văn hóa

Biến đổi văn hóa là một trong những chủ đề trung tâm của khoa học xã hội, được sử dụng để giải thích sự thay đổi của các yếu tố văn hóa theo thời gian dưới tác động của nhiều nhân tố khác nhau. Sự biến đổi này có thể diễn ra ở nhiều cấp độ, từ hệ giá trị, chuẩn mực xã hội, tập quán, tín ngưỡng đến lối sống và các thực hành văn hóa trong đời sống thường nhật. Tuy nhiên, biến đổi văn hóa không đồng nghĩa với sự mất đi của văn hóa truyền thống. Trong nhiều trường hợp, các yếu tố văn hóa cũ vẫn được bảo lưu nhưng được điều chỉnh về chức năng, ý nghĩa hoặc hình thức biểu hiện để thích nghi với bối cảnh xã hội mới.

Trong các nghiên cứu hiện đại, biến đổi văn hóa thường được xem là kết quả của sự tương tác giữa các động lực nội tại của xã hội với những biến động về kinh tế, khoa học - công nghệ và giao lưu quốc tế. Điều này cho thấy văn hóa không phải là một hệ thống bất biến mà luôn vận động cùng với sự phát triển của xã hội.

Đối với lĩnh vực văn hóa ẩm thực, sự biến đổi thường biểu hiện thông qua sự thay đổi trong cách thức sản xuất, phân phối, tiêu dùng thực phẩm cũng như sự chuyển dịch về giá trị biểu tượng của món ăn. Một loại thực phẩm có thể vẫn được duy trì qua nhiều thế hệ nhưng vai trò của nó trong đời sống xã hội lại thay đổi đáng kể khi điều kiện kinh tế - xã hội thay đổi.

Theo quan điểm của tác giả, cách hiểu này phù hợp với đối tượng nghiên cứu của luận văn. Gạo nếp trong văn hóa Nhật Bản không biến mất khi xã hội bước vào thời kỳ hiện đại, mà tiếp tục tồn tại dưới những hình thức và chức năng mới. Vì vậy, thay vì xem biến đổi văn hóa là sự thay thế giữa "cũ" và "mới", luận văn tiếp cận biến đổi văn hóa như một quá trình điều chỉnh và tái cấu trúc các giá trị văn hóa trong bối cảnh xã hội thay đổi.

2.2.2. Các hướng tiếp cận

Cho đến nay, chưa có một mô hình duy nhất có thể giải thích toàn bộ hiện tượng biến đổi văn hóa. Tùy theo cách nhìn nhận về bản chất của văn hóa và động lực của sự thay đổi, các học giả đã đề xuất nhiều cách tiếp cận khác nhau.

Cách tiếp cận thứ nhất là xem biến đổi văn hóa là hệ quả của quá trình phát triển kinh tế - xã hội. Các học giả như E.B. Tylor¹³ và L.H. Morgan¹⁴ cho rằng văn hóa phát triển theo một tiến trình từ đơn giản đến phức tạp. Trên cơ sở đó, các lý thuyết hiện đại hóa sau này tiếp tục nhấn mạnh vai trò của công nghiệp hóa, đô thị hóa và phát triển kinh tế trong việc làm thay đổi hệ giá trị và lối sống của con người. Theo hướng tiếp cận này, văn hóa luôn vận động song hành với sự thay đổi của cấu trúc kinh tế - xã hội.

Một hướng tiếp cận khác nhấn mạnh vai trò của giao lưu và tiếp xúc văn hóa. Các học giả thuộc trường phái truyền bá văn hóa và tiếp biến văn hóa cho rằng sự thay đổi của văn hóa không chỉ xuất phát từ nội tại mà còn là kết quả của việc tiếp nhận và tái cấu trúc các yếu tố ngoại lai trong quá trình giao lưu giữa các cộng đồng.

Ở chiều ngược lại, Max Weber¹⁵ cho rằng văn hóa có tính tự trị tương đối và có thể tác động ngược trở lại đối với các quá trình kinh tế - xã hội. Samuel Huntington¹⁶ cũng nhấn mạnh tính bền vững của các giá trị văn hóa truyền thống, cho rằng chúng không dễ dàng bị thay thế hoàn toàn bởi các yếu tố bên ngoài.

Có thể thấy, mỗi cách tiếp cận đều phản ánh một khía cạnh của quá trình biến đổi văn hóa. Những lý thuyết nhấn mạnh yếu tố giao lưu phù hợp để giải thích sự hình thành của các yếu tố văn hóa mới, trong khi các cách tiếp cận hiện đại hóa lại

¹³ Edward Burnett Tylor (1832–1917) là nhà nhân học người Anh, được xem là một trong những người sáng lập ngành nhân học văn hóa hiện đại

¹⁴ Lewis Henry Morgan (1818–1881), một trong những nhà nhân học có ảnh hưởng lớn nhất thế kỷ XIX và là đại diện tiêu biểu của trường phái tiến hóa văn hóa (cultural evolutionism)

¹⁵ Max Weber (1864–1920) là nhà xã hội học, kinh tế học và sử học người Đức, được xem là một trong những người đặt nền móng cho xã hội học hiện đại

¹⁶ nhà khoa học chính trị người Mỹ, giáo sư Đại học Harvard, nổi tiếng với các nghiên cứu về hiện đại hóa, biến đổi chính trị và quan hệ quốc tế.

giải thích tốt hơn những biến đổi diễn ra trong nội tại xã hội khi phương thức sản xuất, cơ cấu dân số và lối sống thay đổi.

Theo quan điểm của tác giả, đối tượng nghiên cứu của luận văn bao gồm hai giai đoạn khác nhau nên không thể chỉ sử dụng một cách tiếp cận duy nhất. Quá trình gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp du nhập vào Nhật Bản được giải thích hiệu quả bằng lý thuyết tiếp biến văn hóa; ngược lại, những thay đổi về vai trò và ý nghĩa của gạo nếp trong xã hội Nhật Bản hiện đại cần được lý giải bằng lý thuyết biến đổi văn hóa dưới góc nhìn hiện đại hóa và xã hội tiêu dùng.

2.2.3. Cơ chế biến đổi văn hóa

Biến đổi văn hóa không diễn ra một cách ngẫu nhiên mà là kết quả của quá trình tương tác giữa các yếu tố kinh tế, xã hội và nhu cầu của cộng đồng trong từng giai đoạn lịch sử. Khi điều kiện sống thay đổi, các thực hành văn hóa cũng không ngừng được điều chỉnh nhằm thích ứng với bối cảnh mới. Tuy nhiên, sự thay đổi này không đồng nghĩa với việc các giá trị truyền thống bị thay thế hoàn toàn mà thường diễn ra thông qua quá trình kế thừa, chọn lọc và tái tạo. Trên cơ sở đó, luận văn tiếp cận biến đổi văn hóa thông qua ba cơ chế chủ yếu là thích ứng với bối cảnh xã hội, tái cấu trúc chức năng văn hóa và thương mại hóa các giá trị văn hóa.

Thứ nhất, biến đổi văn hóa diễn ra thông qua quá trình thích ứng với những thay đổi của điều kiện kinh tế và xã hội. Quá trình công nghiệp hóa, đô thị hóa, sự phát triển của khoa học – công nghệ cũng như những biến đổi về cơ cấu dân số và lối sống đã tạo ra những nhu cầu mới đối với hoạt động sản xuất và tiêu dùng. Để đáp ứng những thay đổi đó, các thực hành văn hóa truyền thống buộc phải điều chỉnh về hình thức thể hiện, phương thức tổ chức và cách thức sử dụng. Nhờ vậy, nhiều yếu tố văn hóa vẫn được duy trì nhưng dưới những hình thức phù hợp hơn với đời sống hiện đại.

Thứ hai, biến đổi văn hóa được thể hiện thông qua quá trình tái cấu trúc chức năng của các yếu tố văn hóa. Trong quá trình phát triển của xã hội, một thực hành văn hóa có thể vẫn được duy trì nhưng chức năng và ý nghĩa của nó đã có sự thay đổi. Những giá trị vốn gắn với đời sống tín ngưỡng hoặc sản xuất nông nghiệp có thể dần chuyển sang phục vụ nhu cầu tiêu dùng, giải trí hoặc giao tiếp xã hội. Như vậy, sự biến đổi không nhất thiết làm mất đi yếu tố văn hóa truyền thống mà chủ yếu làm thay đổi vai trò và chức năng của yếu tố đó trong đời sống xã hội.

Thứ ba, trong xã hội hiện đại, thương mại hóa là một cơ chế quan trọng thúc đẩy biến đổi văn hóa. Khi nền kinh tế thị trường phát triển, nhiều sản phẩm văn hóa không còn chỉ tồn tại với chức năng truyền thống mà trở thành hàng hóa phục vụ tiêu dùng và phát triển kinh tế. Giá trị của chúng vì vậy không chỉ được quyết định bởi ý nghĩa văn hóa mà còn chịu tác động của nhu cầu thị trường, chiến lược kinh doanh và xu hướng tiêu dùng. Quá trình này góp phần mở rộng phạm vi phổ biến của nhiều giá trị văn hóa, đồng thời cũng làm thay đổi phương thức sản xuất, phân phối và tiêu dùng của chúng.

Ba cơ chế trên không tồn tại độc lập mà luôn tác động qua lại trong quá trình biến đổi văn hóa. Sự thay đổi của bối cảnh kinh tế – xã hội tạo ra nhu cầu thích ứng; quá trình thích ứng dẫn đến việc điều chỉnh chức năng và ý nghĩa của các yếu tố văn hóa; trong khi đó, sự phát triển của kinh tế thị trường tiếp tục thúc đẩy quá trình thương mại hóa và mở rộng phạm vi lan tỏa của các giá trị văn hóa. Vì vậy, biến đổi văn hóa không phải là sự mất đi của truyền thống mà là quá trình truyền thống được điều chỉnh và tái tạo để phù hợp với điều kiện xã hội mới.

Trong phạm vi luận văn này, ba cơ chế trên được vận dụng để phân tích sự biến đổi của gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp trong văn hóa ẩm thực Nhật Bản. Theo đó, những biến đổi về phương thức sản xuất, lưu thông và tiêu dùng không được xem là sự mai một của văn hóa gạo nếp mà là kết quả của quá trình thích ứng trước những thay đổi của xã hội hiện đại. Chính thông qua quá trình tái cấu trúc chức năng

và thương mại hóa, gạo nếp đã chuyển từ vai trò chủ yếu gắn với nghi lễ và tín ngưỡng sang đảm nhận nhiều chức năng mới như thực phẩm tiện lợi, quà tặng, hàng hóa tiêu dùng và sản phẩm phục vụ du lịch, đồng thời vẫn bảo lưu được những giá trị văn hóa cốt lõi trong các nghi lễ và lễ hội truyền thống.

2.2.4. Vận dụng lý thuyết trong luận văn

Trên cơ sở những nội dung đã trình bày, luận văn lựa chọn lý thuyết biến đổi văn hóa làm khung phân tích chủ đạo để lý giải sự thay đổi của gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp trong văn hóa ẩm thực Nhật Bản. Việc lựa chọn này xuất phát từ đặc điểm của đối tượng nghiên cứu, bởi trọng tâm của luận văn không chỉ dừng lại ở việc mô tả các sản phẩm từ gạo nếp mà hướng tới làm rõ những biến đổi về vai trò, chức năng và ý nghĩa của chúng dưới tác động của bối cảnh kinh tế, xã hội và văn hóa qua các thời kỳ.

Theo cách tiếp cận này, sự biến đổi của gạo nếp được xem xét như một quá trình thích ứng với những thay đổi của xã hội Nhật Bản. Những biến đổi trong phương thức sản xuất, hệ thống lưu thông và hành vi tiêu dùng không được nhìn nhận là sự mai một của văn hóa truyền thống mà là kết quả của quá trình điều chỉnh để đáp ứng những điều kiện mới của đời sống hiện đại. Vì vậy, luận văn không chỉ quan tâm đến việc gạo nếp đã thay đổi như thế nào mà còn tập trung phân tích những nguyên nhân và cơ chế dẫn đến các biến đổi đó.

Cụ thể, lý thuyết biến đổi văn hóa được vận dụng để phân tích ba phương diện chính gồm sản xuất, lưu thông và tiêu dùng. Ở phương diện sản xuất, luận văn xem xét tác động của quá trình hiện đại hóa nông nghiệp, sự thay đổi về giống lúa, kỹ thuật canh tác và phương thức chế biến đối với gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp. Ở phương diện lưu thông, luận văn phân tích sự phát triển của hệ thống phân phối, thương mại hóa và mở rộng thị trường tiêu thụ. Trong khi đó, ở phương diện tiêu dùng, trọng tâm được đặt vào sự thay đổi trong nhu cầu, lối sống, quy mô hộ gia đình,

già hóa dân số và xu hướng tiêu dùng hiện đại nhằm làm rõ sự biến đổi về chức năng và ý nghĩa của gạo nếp trong đời sống ẩm thực Nhật Bản.

Bên cạnh đó, luận văn vận dụng lý thuyết tiếp biến văn hóa như một hướng tiếp cận bổ trợ để giải thích giai đoạn hình thành của văn hóa gạo nếp Nhật Bản. Lý thuyết này được sử dụng nhằm phân tích quá trình tiếp nhận các yếu tố văn hóa từ bên ngoài, đặc biệt là kỹ thuật trồng lúa nước, phương thức chế biến và một số sản phẩm từ gạo nếp, đồng thời lý giải quá trình bản địa hóa các yếu tố đó trong điều kiện tự nhiên và bối cảnh văn hóa của Nhật Bản. Việc vận dụng tiếp biến văn hóa chỉ tập trung vào giai đoạn du nhập và hình thành, không được sử dụng để giải thích những biến đổi của gạo nếp trong xã hội hiện đại.

Như vậy, hai lý thuyết được vận dụng với những phạm vi khác nhau nhưng có tính bổ sung cho nhau. Nếu lý thuyết tiếp biến văn hóa giúp lý giải nguồn gốc và quá trình hình thành của văn hóa gạo nếp Nhật Bản thì lý thuyết biến đổi văn hóa là cơ sở để phân tích những thay đổi về sản xuất, lưu thông, tiêu dùng cũng như sự chuyển biến về vai trò và ý nghĩa của gạo nếp trong bối cảnh xã hội hiện đại. Sự kết hợp này tạo nên một khung phân tích xuyên suốt, bảo đảm tính liên kết giữa các chương và phù hợp với mục tiêu nghiên cứu của luận văn.

Tiểu kết

Chương 2 đã trình bày cơ sở lý thuyết và cách tiếp cận được sử dụng trong luận văn nhằm phân tích sự hình thành và biến đổi của gạo nếp cùng các sản phẩm từ gạo nếp trong văn hóa ẩm thực Nhật Bản. Trên cơ sở tổng quan các quan điểm về tiếp biến văn hóa và biến đổi văn hóa, luận văn xác định lý thuyết biến đổi văn hóa là khung phân tích chủ đạo, đồng thời vận dụng lý thuyết tiếp biến văn hóa như một cách tiếp cận bổ trợ để giải thích quá trình hình thành của văn hóa gạo nếp Nhật Bản.

Theo đó, lý thuyết tiếp biến văn hóa được sử dụng nhằm lý giải quá trình tiếp nhận và bản địa hóa các yếu tố liên quan đến gạo nếp trong giai đoạn đầu, từ kỹ thuật

canh tác, phương thức chế biến đến sự hình thành các sản phẩm mang bản sắc riêng của Nhật Bản. Trong khi đó, lý thuyết biến đổi văn hóa được vận dụng để phân tích những thay đổi về sản xuất, lưu thông và tiêu dùng của gạo nếp dưới tác động của hiện đại hóa, kinh tế thị trường, sự thay đổi lối sống và các yếu tố xã hội đương đại. Trên cơ sở này, luận văn tiếp cận sự biến đổi của gạo nếp không phải như sự mai một của truyền thống mà là quá trình thích ứng, tái cấu trúc và tái tạo các giá trị văn hóa trong bối cảnh mới.

Việc kết hợp hai lý thuyết theo những phạm vi vận dụng khác nhau góp phần xây dựng một khung phân tích thống nhất cho toàn bộ luận văn. Đây là cơ sở để ở chương tiếp theo, luận văn phân tích quá trình du nhập, tiếp nhận và hình thành của gạo nếp cùng các sản phẩm từ gạo nếp trong văn hóa ẩm thực Nhật Bản, làm tiền đề cho việc phân tích những biến đổi của chúng trong bối cảnh xã hội hiện đại ở chương 4.

CHƯƠNG 3. QUÁ TRÌNH DU NHẬP VÀ PHÁT TRIỂN CỦA GẠO NẾP VÀ CÁC SẢN PHẨM TỪ GẠO NẾP TRONG ĐỜI SỐNG ẨM THỰC NHẬT BẢN

Do đối tượng nghiên cứu của luận văn là gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp, nội dung chương này chủ yếu tập trung vào quá trình hình thành và phát triển của gạo nếp trong đời sống ẩm thực Nhật Bản. Tuy nhiên, để làm rõ nguồn gốc của gạo nếp, trước hết cần xem xét quá trình du nhập của lúa nếp vào Nhật Bản, bởi gạo nếp là sản phẩm thu được sau quá trình canh tác và chế biến lúa nếp. Vì vậy, trong phần này, luận văn sử dụng khái niệm lúa nếp khi đề cập đến lịch sử nông nghiệp và gạo nếp khi phân tích văn hóa ẩm thực và tiêu dùng.

3.1. Các giả thuyết về nguồn gốc và con đường du nhập lúa nếp

Trong quá trình nghiên cứu về sự du nhập của lúa nước vào Nhật Bản, vấn đề loại lúa nào được truyền vào trước - lúa tẻ hay lúa nếp vẫn còn tồn tại nhiều tranh luận trong giới nghiên cứu. Theo thuyết *lúa tẻ du nhập trước*, loại lúa đầu tiên được truyền vào Nhật Bản từ đại lục là lúa tẻ. Quan điểm này dựa trên cách giải thích các thư tịch cổ Trung Quốc và Nhật Bản, trong đó chữ 稻 thường được hiểu là lúa tẻ dùng làm lương thực thông thường, đồng thời cho rằng danh từ riêng chỉ lúa nếp như 糯稻 chỉ xuất hiện muộn hơn trong lịch sử Trung Quốc. Ngoài ra, một số học giả cũng cho rằng trong các thư tịch Nhật Bản cổ như Cổ sự ký hay Vạn diệp tập chưa có nhiều ghi chép rõ ràng về lúa nếp hoặc mochi, từ đó suy luận rằng lúa nếp được du nhập vào Nhật Bản trong giai đoạn sau.

Tuy nhiên, bên cạnh đó cũng tồn tại thuyết *lúa nếp du nhập trước*. Các học giả theo quan điểm này cho rằng cần xem xét lại vai trò của lúa nếp trong xã hội Đông Á cổ đại. Thông qua các nghiên cứu dân tộc học, lịch sử văn hóa và thư tịch cổ, họ cho rằng tại nhiều khu vực Nam Trung Quốc và Đông Nam Á đã tồn tại từ rất sớm một “vùng văn hóa gạo nếp”, nơi cư dân lấy gạo nếp làm lương thực chính và phát triển nhiều tập quán ẩm thực liên quan đến bánh nếp, đồ hấp và rượu gạo. Một số học giả còn chỉ ra sự tương đồng giữa văn hóa mochi của Nhật Bản với văn hóa bánh nếp của

các dân tộc thiểu số tại khu vực Đông Nam Á, từ đó đặt ra khả năng rằng lúa nếp đã được truyền vào Nhật Bản từ rất sớm cùng với văn hóa lúa nước.

Trên cơ sở tổng hợp hai quan điểm trên, rất khó đưa ra kết luận tuyệt đối về việc lúa nếp hay lúa tẻ được du nhập trước. Theo ông, trong xã hội cổ đại, ranh giới giữa lúa nếp và lúa tẻ chưa được phân biệt rõ ràng như hiện nay; nhiều thư tịch chỉ ghi nhận “lúa” hay “lúa nước” nói chung mà không xác định cụ thể loại hình. Đồng thời, chữ ine 「稲」 trong thư tịch cổ cũng có thể mang những ý nghĩa khác với cách hiểu hiện đại. Vì vậy, Sasaki cho rằng vấn đề này cần được xem xét không chỉ dưới góc độ lịch sử nông nghiệp mà còn trong mối liên hệ với văn hóa ẩm thực, tín ngưỡng và phạm vi phân bố của “văn hóa gạo nếp” tại Đông Á và Đông Nam Á [12, tr.72].

Từ những quan điểm trên, luận văn cho rằng khi xem xét các thuyết về con đường du nhập của lúa nước vào Nhật Bản, không nên hiểu rằng chỉ riêng lúa tẻ hoặc chỉ riêng lúa nếp được truyền vào một cách độc lập. Do phần lớn các tư liệu khảo cổ và thư tịch cổ chỉ đề cập đến “lúa” nói chung mà chưa phân biệt rõ giữa lúa nếp và lúa tẻ, có thể cho rằng trong quá trình du nhập ban đầu đã tồn tại đồng thời cả hai loại lúa với vai trò và mức độ phổ biến khác nhau tùy từng khu vực và thời kỳ. Nói cách khác, các thuyết về sự du nhập của lúa nước vào Nhật Bản thực chất có thể phản ánh quá trình tiếp nhận tổng thể văn hóa lúa nước, trong đó cả lúa nếp và lúa tẻ đều cùng tồn tại và dần phân hóa vai trò trong đời sống xã hội Nhật Bản cổ đại.

Về thời điểm bắt đầu canh tác lúa trên quần đảo Nhật Bản, hiện tồn tại hai hướng giả thuyết chính trong giới nghiên cứu. Hướng thứ nhất – cũng là quan điểm chủ đạo hiện nay – cho rằng canh tác lúa nước được xác lập vào thời kỳ Yayoi, gắn liền với sự du nhập của kỹ thuật nông nghiệp từ lục địa Đông Á. Nhiều nghiên cứu khảo cổ học và tổng hợp lịch sử, tiêu biểu nh [16, tr. S333], cho thấy sự xuất hiện đồng thời của ruộng lúa nước, công cụ canh tác và cấu trúc định cư đặc trưng của văn hóa Yayoi, qua đó củng cố nhận định rằng nông nghiệp lúa nước chỉ thực sự hình thành trong giai đoạn này.

Ngược lại, một số học giả đưa ra giả thuyết cho rằng lúa có thể đã xuất hiện từ cuối thời kỳ Jomon, dựa trên các dấu vết thực vật như silica (plant opal) và tàn tích

ngũ cốc [6, tr. 58]. Tuy nhiên, các bằng chứng này vẫn còn gây tranh cãi do đặc tính dễ di chuyển của silica thực vật dưới tác động của nước và gió, khiến việc xác định niên đại và nguồn gốc trở nên thiếu chắc chắn. Do đó, nhiều nghiên cứu hiện nay cho rằng các dữ liệu này chưa đủ sức thuyết phục để khẳng định sự tồn tại của một nền nông nghiệp lúa nước hoàn chỉnh trong thời kỳ Jomon [16, tr. S339]. Trên cơ sở đó, luận văn này nghiêng về quan điểm cho rằng canh tác lúa nước được xác lập rõ ràng vào thời kỳ Yayoi.

Liên quan đến con đường du nhập của cây lúa vào Nhật Bản, các nhà nghiên cứu đã đề xuất nhiều giả thuyết khác nhau. Một số quan điểm cho rằng lúa được truyền vào Nhật Bản thông qua tuyến Đài Loan và quần đảo Ryukyu, trong khi các giả thuyết khác nhấn mạnh khả năng du nhập trực tiếp qua biển Hoa Đông vào khu vực Kyushu. Tuy nhiên, giả thuyết được nhiều học giả ủng hộ hơn cho rằng lúa được truyền từ khu vực Trung Quốc qua bán đảo Triều Tiên rồi đến Nhật Bản, phù hợp với các bằng chứng khảo cổ học và dữ liệu về di cư trong thời kỳ Yayoi [10, tr. 45] .

Bên cạnh đó, một số nghiên cứu gần đây cũng đề xuất cách nhìn đa tuyến, cho rằng quá trình du nhập lúa vào Nhật Bản có thể không diễn ra theo một con đường duy nhất mà là kết quả của nhiều dòng giao lưu văn hóa trong khu vực Đông Á [16, tr. S341]. Tuy nhiên, xét trên tổng thể các bằng chứng hiện có, giả thuyết du nhập thông qua bán đảo Triều Tiên vẫn được xem là có cơ sở thuyết phục hơn cả. Do đó, luận văn này lựa chọn giả thuyết này làm cơ sở để phân tích quá trình hình thành văn hóa lúa nước tại Nhật Bản.

Ngoài ra, dựa trên các phát hiện khảo cổ về ngũ cốc tại Đông Á, một số học giả đã đưa ra các giả thuyết khác nhau về cơ cấu cây trồng trong giai đoạn đầu của nông nghiệp tại Nhật Bản. Theo đó, có thể phân chia thành ba hướng chính: thứ nhất, quan điểm cho rằng hệ thống canh tác bao gồm cả lúa và kê; thứ hai, giả thuyết nhấn mạnh vai trò trung tâm của lúa, coi đây là loại cây trồng chủ đạo; và thứ ba, quan điểm mở rộng cho rằng cơ cấu cây trồng bao gồm nhiều loại ngũ cốc khác nhau như lúa, lúa mạch, kê và đậu [16, tr. S337].

Trên cơ sở các nghiên cứu hiện nay, luận văn cho rằng quá trình hình thành văn hóa lúa nước tại Nhật Bản là kết quả của nhiều dòng giao lưu giữa Nhật Bản và khu vực đại lục Đông Á. Trong số các giả thuyết hiện có, quan điểm cho rằng kỹ thuật canh tác lúa nước được truyền vào Nhật Bản thông qua bán đảo Triều Tiên trong thời kỳ Yayoi hiện vẫn là hướng giải thích được nhiều học giả ủng hộ hơn cả, do phù hợp với các bằng chứng khảo cổ học và dữ liệu di cư liên quan đến sự hình thành xã hội nông nghiệp Yayoi. Quan điểm này cũng từng trở thành cách hiểu phổ biến trong giáo dục lịch sử Nhật Bản vào nửa sau thế kỷ XX [18, tr.18]. Tuy nhiên, các nghiên cứu khảo cổ học gần đây cho thấy quá trình du nhập lúa nước có thể diễn ra sớm hơn nhận thức truyền thống, đồng thời không loại trừ khả năng tồn tại nhiều tuyến giao lưu và tiếp xúc văn hóa khác nhau trong khu vực Đông Á.

Quá trình du nhập của lúa nếp và các yếu tố liên quan đến văn hóa sử dụng gạo nếp chỉ là tiền đề ban đầu cho sự hình thành của ẩm thực gạo nếp tại Nhật Bản. Sau khi được tiếp nhận, gạo nếp không tồn tại dưới dạng một yếu tố văn hóa bất biến mà tiếp tục được điều chỉnh, kế thừa và phát triển dưới tác động của điều kiện tự nhiên, bối cảnh xã hội và sự biến đổi của đời sống ẩm thực qua từng thời kỳ lịch sử. Để làm rõ quá trình này, phần tiếp theo tập trung phân tích sự phát triển của việc sử dụng gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp từ thời cổ đại đến hiện đại.

3.2. Sự phát triển của gạo nếp trong đời sống ẩm thực Nhật Bản qua các thời kỳ lịch sử

Mặc dù các sản phẩm từ gạo nếp trong ẩm thực Nhật Bản rất đa dạng như sekihan, chimaki, daifuku, arare hay okowa, luận văn tập trung phân tích mochi và ozōni như hai trường hợp tiêu biểu. Việc lựa chọn này xuất phát từ hai lý do. Thứ nhất, đây là hai món ăn có lịch sử lâu đời, xuất hiện liên tục trong các thư tịch và tư liệu lịch sử từ thời cổ đại đến hiện đại, qua đó phản ánh rõ quá trình biến đổi của việc sử dụng gạo nếp trong đời sống ẩm thực Nhật Bản. Thứ hai, mochi và ozōni (お雑煮) đồng thời vừa mang ý nghĩa nghi lễ, tín ngưỡng gắn với các lễ tiết truyền thống, vừa được tiêu dùng rộng rãi trong đời sống hiện đại. Vì vậy, sự biến đổi của hai món

ăn này có khả năng phản ánh rõ nét quá trình chuyển dịch từ chức năng nghi lễ sang chức năng tiêu dùng, cũng như sự thích ứng của các sản phẩm từ gạo nếp trước những biến đổi kinh tế, xã hội và lối sống của người Nhật.

Để làm rõ quá trình tiếp biến văn hóa của mochi trong xã hội Nhật Bản, trước hết cần xem xét vai trò và ý nghĩa ban đầu của mochi và ozōni trong hệ thống tín ngưỡng và nghi lễ truyền thống.

Khi nói đến vai trò của mochi trong các nghi lễ truyền thống, có thể thấy đây không chỉ là một loại thực phẩm mang tính ẩm thực mà còn gắn liền với đời sống tín ngưỡng của người Nhật. Mochi từ xa xưa còn được gọi là mochihi (もちひ)¹⁷, được cho là bắt nguồn từ loại lương thực dùng trong các nghi lễ cúng tế. Tại vùng Kanto, mochi từng được gọi là kachin (かちん)¹⁸, trong khi ở vùng Kansai lại được gọi là amo (あも)¹⁹, và cách gọi này vẫn được sử dụng cho đến ngày nay. Mochi được xem là vật mang lại may mắn, từ lâu đã được sử dụng trong các nghi lễ dâng cúng thần linh cũng như trong các dịp lễ chúc mừng. Theo tập quán truyền thống, mochi xuất hiện trong nhiều sự kiện mang tính mùa vụ, có thể kể đến như kagami mochi vào dịp đầu năm, hishi mochi (菱餅)²⁰ trong lễ Hinamatsuri (雛祭り)²¹, kashiwa mochi (柏餅)²² trong lễ Tango no Sekku (端午の節句)²³, và inoko mochi (亥の子餅)²⁴ trong lễ Genjitsu (元日)²⁵ vào tháng 1. Qua đó, những mong ước về phúc lành và hạnh phúc được gửi gắm vào các loại mochi dùng trong lễ chúc mừng. [7, tr. 6]

¹⁷ Cách gọi khác của mochi

¹⁸ Từ dùng để chỉ, chủ yếu trong phương ngữ Kanto

¹⁹ Tên gọi mochi trong phương ngữ vùng Kansai, phản ánh sự khác biệt trong văn hóa và ngôn ngữ địa phương liên quan đến ẩm thực truyền thống Nhật Bản.

²⁰ loại bánh mochi hình thoi truyền thống của Nhật Bản, thường có ba màu (hồng, trắng, xanh), được dùng trong lễ Hinamatsuri (雛祭り – Lễ hội Búp bê) vào ngày 3 tháng 3 hằng năm

²¹ lễ hội búp bê của Nhật Bản được tổ chức vào ngày 3 tháng 3 hằng năm nhằm cầu chúc sức khỏe và hạnh phúc cho các bé gái; trong dịp này thường sử dụng các món ăn truyền thống như hishi mochi.

²² bánh mochi bọc lá sồi, là món ăn truyền thống trong lễ Tango no Sekku (5/5), biểu tượng cho sự trường tồn của gia đình và sự phát triển của con cháu.

²³ một trong năm lễ tiết truyền thống của Nhật Bản, được tổ chức vào ngày 5 tháng 5 nhằm cầu chúc sức khỏe và sự trưởng thành cho bé trai; hiện nay được gọi là Kodomo no Hi (Ngày Trẻ em).

²⁴ loại mochi dùng trong lễ Inoko no Hi hoặc các nghi lễ mùa thu, mang ý nghĩa cầu mong mùa màng bội thu và sức khỏe.

²⁵ ngày đầu tiên của năm mới trong lịch truyền thống Nhật Bản, gắn liền với nhiều nghi lễ cầu phúc và phong tục đón Toshigami-sama.

Từ những dẫn chứng trên, có thể nhận định rằng mochi không chỉ đóng vai trò là lễ vật mà còn là phương tiện biểu đạt những giá trị tinh thần trong xã hội truyền thống Nhật Bản.

Ngoài ra, mochi không chỉ được dâng lên thần linh mà còn được dâng cúng cùng với các công cụ lao động phục vụ từng nghề nghiệp, như một cách cầu mong sự bảo hộ và thuận lợi trong công việc. Mochi cũng xuất hiện trong các nghi lễ đặc thù như Kagami-biraki (鏡開き)²⁶ vào ngày 11 tháng 1 thời Edo, khi người ta không dùng dao mà dùng tay bẻ mochi để ăn do việc dùng dao bị xem là không may mắn. Những mảnh mochi được bẻ ra gọi là kaki mochi (かき餅)²⁷ hoặc arare mochi, sau đó có thể được chế biến thành các dạng khác nhau để sử dụng [7, tr. 7]

Điều này cho thấy mochi không đơn thuần là thực phẩm mà còn mang tính thiêng, đòi hỏi cách ứng xử phù hợp trong quá trình sử dụng.

Trong lễ Hina matsuri, mochi ban đầu được gọi là kusa mochi (草餅)²⁸, được làm bằng cách trộn ngải cứu vào bột bánh, và đến cuối thời Edo đã chuyển sang dạng hishi mochi với hình dạng và màu sắc đặc trưng.

Sự biến đổi này cho thấy mochi không phải là một thực thể bất biến mà luôn được điều chỉnh theo bối cảnh văn hóa và nhu cầu xã hội, đồng thời phản ánh xu hướng gia tăng yếu tố thẩm mỹ và biểu tượng trong đời sống lễ hội.

Trong đời sống dân gian, các tập quán như bày kagami mochi trong nhà hay ăn ozōni vào dịp đầu năm đều mang những ý nghĩa quan trọng. Kagami mochi là lễ vật shinsen dâng lên Toshigami sama²⁹, đồng thời cũng là nơi thần linh ngự

²⁶ nghi lễ “khai bánh kagami mochi” được tổ chức sau Tết ở Nhật Bản, trong đó kagami mochi được đập hoặc bẻ nhỏ để ăn với ý nghĩa cầu mong sức khỏe, may mắn và khởi đầu thuận lợi cho năm mới.

²⁷ bánh gạo được chế biến từ mochi phơi khô rồi nướng hoặc chiên, là một trong những sản phẩm truyền thống từ gạo nếp của Nhật Bản.

²⁸ bánh mochi làm từ gạo nếp trộn lá ngải cứu (*yomogi*), là món bánh truyền thống thường xuất hiện vào mùa xuân ở Nhật Bản

²⁹ vị thần năm mới trong tín ngưỡng dân gian Nhật Bản, được tin là sẽ giáng trần vào dịp Tết để ban phúc lành, mùa màng bội thu, sức khỏe và sự thịnh vượng cho gia đình

(yorishiro). Ngoài ra, cách giải thích về từ “kagami” như một trong tam chủng thần khí³⁰ cũng góp phần củng cố ý nghĩa thiêng liêng của loại bánh này. [12, tr.41]

Nếu kagami mochi được xem là vật thay thế để thần Toshigami-sama ngự vào, vậy thì ozōni - món ăn được sử dụng vào dịp năm mới - mang ý nghĩa gì trong hệ thống tín ngưỡng này? Tên gọi nguyên thủy của ozōni là “hōzō” (保蔵), xuất phát từ việc mochi có tác dụng “bảo vệ nội tạng”. Ông cũng chỉ ra rằng chữ nguyên bản được viết là 「煮雑」, trong đó chữ 煮 đồng nghĩa với “nấu”, nên được hiểu tương tự như ozōni (お雑煮) [9, tr.6].

Cách lý giải này cho thấy ozōni ngay từ tên gọi đã gắn với chức năng bảo vệ và duy trì sự sống, qua đó phản ánh mối liên hệ giữa ẩm thực và quan niệm về cơ thể trong tư duy truyền thống Nhật Bản. Trong cách lý giải dân tộc học phổ biến, mochi dùng trong ozōni là lễ vật dâng thần Toshigami-sama hoặc là vật thay thế để thần ngự vào, và ozōni là món ăn được chế biến bằng cách nấu chung các lễ vật đó trong một nồi, để người và thần cùng ăn thần nhân (共食).” [1, tr.32]

Từ đó có thể thấy ozōni không đơn thuần là món ăn đầu năm mà còn là hình thức cụ thể hóa mối quan hệ giữa con người và thần linh, trong đó hành vi “cùng ăn” mang ý nghĩa tiếp nhận linh lực từ thần. Ngoài ra, vì phong tục ăn ozōni đầu năm tồn tại khắp các vùng ở Nhật Bản, ý nghĩa nguyên bản của ozōni nằm ở việc “ăn mừng năm mới”, nhận lấy linh hồn của năm mới từ Toshigami sama và cầu mong phúc thọ. [9, tr.32]

Nói cách khác, người Nhật vào dịp Tết cùng nhau ăn ozōni, ăn mochi như một cách để đón nhận linh lực của Toshigami sama và bước vào một năm mới trọn vẹn. Từ góc độ người viết, có thể nhận định rằng chính hành vi ăn uống này đã chuyển hóa nghi lễ dâng cúng thành trải nghiệm mang tính cá nhân và cộng đồng, qua đó giúp các giá trị tín ngưỡng được duy trì một cách tự nhiên trong đời sống thường nhật.

³⁰ Tam Chủng Thần Khí (三種の神器, *Sanshu no Jingi*): ba bảo vật thiêng của Hoàng gia Nhật Bản gồm gương, kiếm và ngọc, tượng trưng cho quyền lực và tính chính thống của Thiên hoàng theo thần thoại Nhật Bản.

Ngoài ra, trong “Nhật ký Yamaashiki” cũng có ghi chép về việc ozōni được dâng cúng cho Thiên hoàng vào dịp mừng Một Tết. Theo “Biên bản hội nghiên cứu thực phẩm tổng hợp”, ozōni được dùng trong lễ Nguyên đán (元日節), với mochi được cắt thành ba phần và nấu trong súp. Điều này gần như không thay đổi so với mô tả trong Ryōri Monogatari (料理物語)³¹ và Ryōri Monogatari Taizen (料理物語大全)³²

Tuy nhiên, vào thời kỳ đó, ozōni vẫn chưa phổ biến rộng rãi, và hương vị cũng như phương pháp chế biến chịu ảnh hưởng lớn từ ẩm thực cung đình. Nội dung của các tài liệu trên cũng phản ánh điều này.

Từ những dẫn chứng trên, có thể thấy ozōni ban đầu mang tính chất nghi lễ rõ rệt và gắn với tầng lớp trên, đặc biệt là trong bối cảnh cung đình. Tuy nhiên, theo thời gian, món ăn này đã dần được phổ biến hóa trong dân gian, trở thành một phần không thể thiếu trong dịp năm mới của người Nhật. Quá trình này cho thấy sự chuyển dịch từ không gian nghi lễ mang tính trang trọng sang đời sống thường nhật, đồng thời phản ánh cách thức mà các yếu tố văn hóa – tín ngưỡng được duy trì và tái hiện thông qua hoạt động ăn uống.

Từ những đặc điểm về vai trò và ý nghĩa đã nêu trên, có thể thấy mochi và ozōni không chỉ là thực phẩm đơn thuần mà còn phản ánh sự biến đổi trong đời sống tín ngưỡng và văn hóa của người Nhật qua từng thời kỳ lịch sử. Vì vậy, phần tiếp theo sẽ xem xét quá trình biến đổi của mochi và ozōni qua các giai đoạn lịch sử từ cổ đại đến cận – hiện đại nhằm làm rõ sự thay đổi trong vai trò và cách tiếp nhận của các sản phẩm từ gạo nếp trong xã hội Nhật Bản.

³¹ Ryōri Monogatari (料理物語): sách dạy nấu ăn được xuất bản năm 1643 vào đầu thời Edo, được xem là một trong những sách dạy nấu ăn sớm nhất còn tồn tại của Nhật Bản

³² Ryōri Monogatari Taizen (料理物語大全): bản chú giải và tổng hợp hiện đại của *Ryōri Monogatari* (1643), một trong những sách dạy nấu ăn cổ nhất của Nhật Bản, thường được sử dụng làm tư liệu nghiên cứu lịch sử ẩm thực Nhật Bản.

3.2.1 Thời Cổ Đại – Thời Nara

Ngay từ giai đoạn đầu, mochi đã không chỉ được ghi nhận như một loại thực phẩm mà còn gắn liền với hệ thống tri thức địa phương và truyền thuyết dân gian, qua đó phản ánh vị trí của nó trong đời sống văn hóa thời kỳ cổ đại.

Trong Bungo no Kuni Fudoki (豊後国風土記)³³ có ghi chép rằng: vào lúc rạng sáng, một con chim trắng bay từ phương Bắc đến và biến thành mochi.

Trong một câu chuyện khác trong Bungo no Kuni Fudoki, vùng đất Tano ở quận Hayami (ngày nay được cho là nằm trong khu vực tỉnh Ōita, Kyushu của Nhật Bản) rất màu mỡ đến mức lúa gạo thu hoạch nhiều đến nỗi bị vút bỏ đầy trên ruộng. Tuy nhiên, những người dân kiêu ngạo đã dùng mochi làm bia bắn cung. Ngay lúc đó, mochi lập tức biến thành một con chim trắng và bay về phương Nam. Cùng trong năm đó, nạn đói ập đến, toàn bộ nông dân chết sạch, và những cánh đồng lúa bị bỏ hoang.

Trong câu chuyện trên, “chim trắng” được cho là linh hồn của cây lúa Inadama (稲魂). Người xưa tin rằng cây lúa chứa đựng linh hồn và sức sống riêng. Câu chuyện này phản ánh sự ra đi của Inadama khi con người đối xử thô bạo với hạt gạo quý giá, mang thông điệp rằng việc lãng phí lúa gạo sẽ dẫn đến mất mùa và tai họa [5, tr.18]

Những ghi chép này cho thấy mochi không chỉ là sản phẩm từ lúa mà còn được đồng nhất với chính linh hồn của cây lúa, qua đó phản ánh rõ nét tư duy tín ngưỡng nông nghiệp của người Nhật cổ đại, trong đó lúa gạo được xem là thực thể thiêng liêng cần được tôn trọng.

Như vậy, từ xa xưa, mochi đã được xem là thực phẩm mang linh hồn của cây lúa, chứa đựng sức mạnh tâm linh đặc biệt. Nhận định này cho thấy mochi không đơn thuần là kết quả của quá trình chế biến mà còn mang ý nghĩa biểu tượng sâu sắc, đóng vai trò như cầu nối giữa con người và thế giới tự nhiên.

³³ một trong những Fudoki (風土記 – địa chí) do triều đình Nhật Bản biên soạn theo chiếu lệnh năm 713 dưới thời Nara. Tác phẩm ghi chép về địa lý, sản vật, phong tục, truyền thuyết và tín ngưỡng của tỉnh Bungo (nay thuộc tỉnh Ōita)

Ngoài tín ngưỡng dân gian, mochi còn xuất hiện trong hệ thống nghi lễ và quản lý của nhà nước cổ đại. Theo Yōrō Ritsuryō (養老令)³⁴ được ban hành vào năm 718, trong bộ máy nhà nước thời luật lệnh (ritsuryō kokka), có một chức quan gọi là Shukatenotsukasa (主菓餅 – quan phụ trách bánh kẹo). Công việc của họ là chế biến các loại bánh từ hạt cây tự nhiên kashi (菓子) và các loại bánh mochi. Điều này cho thấy mochi từ xa xưa đã được xem là một loại bánh kẹo, ngang hàng với các loại hạt tự nhiên

Chi tiết này phản ánh việc mochi không chỉ tồn tại trong phạm vi tín ngưỡng dân gian mà còn được thể chế hóa trong hệ thống quản lý của nhà nước, qua đó cho thấy mức độ phổ biến và tầm quan trọng của nó trong xã hội thời kỳ này.

Bên cạnh đó, bánh mochi còn được sử dụng như một lễ vật dâng lên thần linh shinsen (神饌), tương tự như Shitogi (シトギ) – một loại bánh lễ tế thần. [12, tr.52].

Shitogi là một từ cổ xuất hiện trong các văn bản có niên đại khoảng một nghìn năm trước. Theo Kasahara, Shitogi có thể là tiền thân của bánh mochi, được làm bằng cách ngâm gạo sống trong nước cho mềm, sau đó giã nhuyễn bằng chày cối, rồi nhào nặn với nước để kết dính. Ban đầu, nó được dùng làm lễ vật dâng lên thần linh chứ không phải thực phẩm dành cho con người [5, tr.18].

Việc mochi có nguồn gốc từ một loại lễ vật như Shitogi cho thấy chức năng ban đầu của nó không phải là thực phẩm tiêu dùng mà là vật trung gian trong nghi lễ, qua đó phản ánh quá trình chuyển dịch từ chức năng nghi lễ sang chức năng ẩm thực trong lịch sử phát triển của mochi.

Từ đó có thể thấy rằng mochi không chỉ tồn tại trong tín ngưỡng dân gian mà còn gắn liền với các nghi lễ chính thức của nhà nước, đặc biệt là trong bối cảnh cung đình. Điều này cho thấy ngay từ thời cổ đại, mochi đã đóng vai trò quan trọng trong cả hai không gian: dân gian và chính thống, đồng thời đặt nền tảng cho sự phát triển và biến đổi của nó trong các giai đoạn lịch sử sau này.

³⁴ bộ luật hành chính và hình sự của nhà nước Nhật Bản thời Nara, được biên soạn năm 718 dưới thời Thiên hoàng Genshō và chính thức thi hành từ năm 757

3.2.2 Thời Heian – Thời Kamakura

Bước sang thời Heian, bánh mochi dâng lên thần linh đã trở thành một phần không thể thiếu trong các nghi lễ cung đình. Từ thời kỳ này, mochi gắn liền với các nghi lễ hoàng gia và được sử dụng làm vật trang trí trong dịp Tết.

Sự xuất hiện của mochi trong không gian cung đình cho thấy vai trò của nó không chỉ giới hạn trong tín ngưỡng dân gian mà đã được nâng lên thành một biểu tượng mang tính chính thống, phản ánh sự kết hợp giữa yếu tố tôn giáo và quyền lực chính trị trong xã hội Nhật Bản thời kỳ này.

Đặc biệt, một phong tục quan trọng trong các nghi lễ cung đình là Hagatame no Mochi (歯固めの餅)³⁵ – mochi cứng dùng trong lễ Hagatame (歯固め). Tục lệ này có nguồn gốc từ Trung Quốc, nơi người ta ăn bánh mochi cứng để mong có hàm răng chắc khỏe, kéo dài tuổi thọ. Khi du nhập vào Nhật Bản, phong tục này trở thành một nghi lễ cung đình, và chiếc kagami mochi cũng xuất hiện từ đây. [5, tr.22]

Việc tiếp nhận và biến đổi phong tục từ Trung Quốc cho thấy tính linh hoạt của văn hóa Nhật Bản trong quá trình tiếp biến, đồng thời cho thấy mochi không chỉ mang ý nghĩa bản địa mà còn được tái diễn giải trong bối cảnh giao lưu văn hóa khu vực.

Lễ Hagatame và bánh mochi dùng trong dịp này được nhắc đến trong Genji Monogatari (源氏物語)³⁶ chương Hatsune (初音 – Tiếng chim đầu năm) cho thấy mochi (もち) không chỉ mang tính nghi lễ mà còn gắn với đời sống và văn hóa cung đình của tầng lớp quý tộc [8, tr.7].

Sang thời Kamakura, phong tục dùng mochi trong lễ Hagatame vẫn tiếp tục và được ghi chép trong nhiều tài liệu. Đến thời Edo, tập tục này vẫn được duy trì, và

³⁵ bánh mochi dùng trong nghi lễ Hagatame (歯固め, "làm cứng răng") của Nhật Bản. Theo quan niệm truyền thống, việc ăn bánh mochi hoặc các thực phẩm cứng vào đầu năm mới tượng trưng cho mong ước có hàm răng khỏe mạnh, trường thọ và sức khỏe bền vững.

³⁶ tiểu thuyết cung đình do Murasaki Shikibu (紫式部) sáng tác vào đầu thế kỷ XI (thời Heian), được xem là một trong những tác phẩm văn học quan trọng nhất của Nhật Bản và thế giới. Tác phẩm phản ánh đời sống cung đình, phong tục, nghi lễ và văn hóa quý tộc thời Heian, đồng thời ghi nhận nhiều chi tiết về ẩm thực và tập quán đương thời.

vào ngày mừng Một Tết, người ta thường ăn mochi hoặc kachi guri (かち栗)³⁷ để cầu mong sức khỏe và trường thọ [8, tr.8].

Sự tiếp nối liên tục của các tập tục này qua nhiều thời kỳ cho thấy mochi đã trở thành một yếu tố văn hóa bền vững, đồng thời phản ánh quá trình duy trì và tái diễn giải ý nghĩa của nó trong các bối cảnh lịch sử khác nhau.

3.2.3 Thời Muromachi

Vào thời Muromachi, Kagami mochi, loại bánh mochi không thể thiếu trong lễ Hagatame của giới quý tộc đã trở thành vật trang trí trong tokonoma (床の間)³⁸ [5, tr.24].

Sự thay đổi trong vị trí sử dụng này cho thấy mochi không chỉ giữ vai trò nghi lễ mà còn dần mang tính biểu tượng và thẩm mỹ trong không gian sống, đặc biệt là trong tầng lớp quý tộc, nơi các yếu tố văn hóa vật chất thường gắn liền với ý nghĩa tinh thần.

Ngoài mochi, có thể kể đến món ozōni – một món ăn sử dụng mochi làm nguyên liệu chính – đã trở nên rất phổ biến trong thời kỳ này. Nguồn gốc của thói quen ăn ozōni vẫn chưa có một giả thuyết thống nhất. Tuy nhiên, phong tục ăn ozōni vào dịp Tết được cho là bắt đầu từ thời Muromachi. Tên gọi ozōni xuất hiện từ cuối thời Kamakura đến thời Nam Bắc Triều.

Trong Nippo Jisho (日葡辞書)³⁹, biên soạn vào thời Azuchi-Momoyama, ozōni được định nghĩa là “một món hầm gồm mochi và rau, được ăn vào dịp Tết”.

³⁷ Kachi guri (かち栗／搗ち栗・勝栗): hạt dẻ được luộc rồi phơi hoặc sấy khô, thường dùng trong các món ăn và nghi lễ truyền thống của Nhật Bản. Do cách phát âm kachi (勝ち) đồng âm với chữ "thắng" (勝ち), kachi guri được xem là biểu tượng của chiến thắng, may mắn và thành công, thường xuất hiện trong các dịp lễ tết và lễ cầu may.

³⁸ hốc tường hoặc không gian trang trí truyền thống trong phòng kiểu Nhật (*washitsu*), dùng để trưng bày các vật phẩm có giá trị thẩm mỹ hoặc ý nghĩa nghi lễ như tranh thư pháp (*kakejiku*), bình hoa (*ikebana*) hoặc lễ vật

³⁹ từ điển Nhật – Bồ Đào Nha do các giáo sĩ Dòng Tên biên soạn và xuất bản tại Nagasaki năm 1603 (quyển bổ sung năm 1604). Đây là từ điển tiếng Nhật đầu tiên được biên soạn theo phương pháp từ điển học phương Tây, ghi chép nhiều từ vựng, cách phát âm và phong tục Nhật Bản cuối thời Muromachi – đầu thời Edo

Điều này cho thấy vào thời kỳ đó, người Nhật đã có thói quen ăn canh mochi với rau vào ngày đầu năm mới.

Thời kỳ Muromachi - Azuchi-Momoyama là thời đại mà các võ sĩ (samurai) đóng vai trò quan trọng và cũng là giai đoạn có nhiều cuộc chiến tranh trong lịch sử Nhật Bản. Giai đoạn này thường được gọi là Thời kỳ Chiến Quốc (戦国時代),

Để nói về ẩm thực trong giai đoạn này, không thể không nhắc đến mâm cỗ ngày Tết của các gia tộc samurai nổi tiếng, trong đó mochi vẫn luôn là một phần không thể thiếu.

Gia tộc Date (伊達)⁴⁰ là một trong những gia đình vẫn còn lưu giữ truyền thống về mâm cỗ Tết. Mâm cỗ này được gọi là Nguyên Nhật Chúc Nghi Liệu Lý (元日祝儀料理), bao gồm ba mâm chính: mâm thứ nhất (本膳), mâm thứ hai (二の膳), và mâm thứ ba (三の膳). Đây là một bữa tiệc thịnh soạn với ba món súp và mười sáu món ăn kèm (三汁十六菜), cùng với bảy loại rượu (七献七種). [8, tr.9]

Trước khi dọn mâm chính, các món nước thiêng đầu năm (御若水)⁴¹, bánh kagami mochi, bánh Okuda mochi (奥田餅)⁴² và một mâm cỗ chay sẽ được bày lên. Sau đó, món ozōni và rượu sẽ được phục vụ trước khi bước vào mâm chính gồm ba món súp và mười sáu món ăn kèm.

Cách sắp xếp này cho thấy ozōni và mochi không chỉ là món ăn mà còn giữ vai trò mở đầu nghi lễ, qua đó mang ý nghĩa thanh tẩy và đánh dấu sự khởi đầu của năm mới trong không gian ẩm thực mang tính nghi thức.

Việc sử dụng nguyên liệu địa phương được sử dụng trong các mâm cỗ này cho thấy mối liên hệ chặt chẽ giữa ẩm thực nghi lễ và đặc trưng vùng miền, đồng thời phản ánh vai trò của ẩm thực như một phương tiện thể hiện quyền lực và bản sắc của các gia tộc samurai.

⁴⁰ một trong những gia tộc võ sĩ (daimyō) có thế lực lớn ở vùng Tōhoku trong thời Chiến Quốc và Edo

⁴¹ "nước thiêng đầu năm", là nguồn nước đầu tiên được lấy vào sáng mừng Một Tết trong phong tục truyền thống Nhật Bản

⁴² một loại bánh mochi truyền thống của Nhật Bản, được chế biến từ gạo nếp và gắn với phong tục, tập quán của một địa phương cụ thể. Đây là một trong nhiều biến thể mochi hình thành trong quá trình phát triển văn hóa ẩm thực theo từng vùng của Nhật Bản.

Nhìn từ góc độ lịch sử, từ thời Trung đại đến đầu Cận đại, ozōni và ngày Tết đã có sự liên kết chặt chẽ trong đời sống người Nhật. Tuy nhiên, phần lớn các ghi chép lịch sử đều miêu tả cuộc sống của giới quý tộc và tầng lớp samurai. Vì vậy, thời điểm chính xác khi ozōni trở nên phổ biến trong tầng lớp bình dân vẫn chưa được xác định rõ.

Từ góc độ người viết, điều này cho thấy quá trình phổ biến hóa của ozōni có thể diễn ra dần dần từ tầng lớp trên xuống các tầng lớp dưới, phản ánh một đặc điểm phổ biến trong sự lan tỏa văn hóa tại Nhật Bản, nơi các thực hành ban đầu mang tính cung đình sau đó được tiếp nhận và biến đổi trong đời sống dân gian.

3.2.4 Thời Edo

Ở thời đại này Kagami Mochi, được dâng lên các vị thần trong dịp Tết. Đồng thời, trong giới võ sĩ, Kagami Mochi cũng được đặt lên bộ giáp samurai như một lễ vật cúng dường, và được gọi là Gusoku Mochi [8, tr.9].

Sự mở rộng trong cách sử dụng này cho thấy mochi không chỉ giữ vai trò trong nghi lễ cung đình mà còn được tích hợp vào đời sống của tầng lớp võ sĩ, qua đó phản ánh sự lan tỏa của ý nghĩa tín ngưỡng sang các không gian xã hội khác nhau trong thời kỳ Edo.

Bên cạnh Kagami Mochi – loại mochi mang tính nghi lễ trong dịp năm mới, các món ăn sử dụng mochi trong ẩm thực ngày Tết như ozōni cũng dần trở nên phổ biến trong đời sống thường nhật của người dân thời Edo

Có thể chính từ thời Edo, ozōni mới trở nên phổ biến trong tầng lớp bình dân. [5, tr.27]

Điều này cho thấy một bước chuyển quan trọng trong lịch sử ẩm thực Nhật Bản, khi các thực hành vốn mang tính nghi lễ và gắn với tầng lớp trên bắt đầu được phổ biến hóa và trở thành một phần của đời sống thường nhật trong xã hội.

Vào thời kỳ này, các nghi lễ theo Ngũ tiết cú Gosekku (五節句), các sự kiện trong năm, cũng như những dịp trọng đại như cưới hỏi, tang lễ, và các nghi lễ trưởng

thành đều được tổ chức rộng rãi. Trong những dịp đó, mochi hoặc dango (団子) được chuẩn bị để làm món ăn mừng. [8, tr.10].

Tuy nhiên, tại các vùng nông thôn, nơi phần lớn dân số sinh sống, bánh mochi trắng của năm mới vẫn là một món ăn hiếm có, chỉ xuất hiện vào những ngày lễ trọng đại - Hare no Hi (ハレの日).

Sự khác biệt này phản ánh rõ rệt khoảng cách giữa thành thị và nông thôn trong việc tiếp cận thực phẩm, đồng thời cho thấy mochi vẫn giữ tính chất “phi thường nhật” trong một bộ phận lớn xã hội.

Mặt khác, trong Tōkaidōchū Hizakurige (東海道中膝栗毛)⁴³, có cảnh nhân vật ăn ozōni, cho thấy đối với cư dân thành thị, ozōni không chỉ là món ăn ngày Tết mà còn có thể là món ăn thường ngày. Điều này phản ánh sự khác biệt lớn giữa thói quen ăn uống của người dân thành thị và nông thôn trong thời kỳ Edo. [3, tr.56]

Từ góc độ người viết, có thể thấy sự phổ biến của ozōni trong đô thị không chỉ phản ánh mức sống mà còn cho thấy quá trình “giải nghi lễ hóa” của món ăn này, khi nó dần tách khỏi bối cảnh tín ngưỡng và trở thành một phần của văn hóa ẩm thực hàng ngày.

Lễ hội Tama Matsuri (魂祭)⁴⁴ được tổ chức rộng rãi. Trong dịp này, Kagami Mochi là lễ vật không thể thiếu để dâng lên Toshigami sama.

Điều này cho thấy dù có sự phổ biến hóa trong đời sống thường nhật, mochi vẫn duy trì vai trò trung tâm trong các nghi lễ quan trọng, phản ánh tính hai mặt của nó vừa là thực phẩm vừa là vật phẩm mang ý nghĩa thiêng.

Ngoài ozōni, phải kể đến senbei (煎餅)⁴⁵— nét đặc sắc trong ẩm thực thời Edo. Từ senbei đã xuất hiện từ lâu, được ghi chép trong văn thư của Shōsōin, thuộc chùa Tōdai vào năm Thiên Bình thứ 10 (738). Nó được đề cập cùng với các loại bánh như

⁴³ tiểu thuyết du ký hài hước do Jippensha Ikku (十返舎一九) sáng tác, xuất bản nhiều tập từ 1802 đến 1822 vào cuối thời Edo

⁴⁴ ghi lễ truyền thống của Nhật Bản nhằm tưởng nhớ, an ủi và cầu nguyện cho linh hồn của tổ tiên hoặc người đã khuất.

⁴⁵ bánh gạo truyền thống của Nhật Bản, được chế biến từ gạo tẻ hoặc gạo nếp bằng phương pháp nướng hoặc sấy khô, là một trong những món ăn nhẹ phổ biến trong ẩm thực Nhật Bản.

shōzui mochi (勝随餅)⁴⁶, daizu mochi (大豆餅)⁴⁷, ukikoi mochi (浮恋餅)⁴⁸, gokushō mochi (五穀餅)⁴⁹, akura-gata, furu, v.v. Tuy nhiên, không rõ senbei khi đó là loại bánh như thế nào [8, tr.9].

Vào khoảng thời kỳ Kanbun (1661–1673) của thời Edo, có một phương pháp làm bánh senbei bằng cách nhào bột mì với đường, hấp kỹ trong xừng, cán phẳng, sau đó dùng ống tre cắt thành hình tròn, rồi nướng kỹ trên bếp than bằng kẹp lò than. Điều này cũng được ghi chép trong sách Kiyūshōran (嬉遊笑覧)⁵⁰. Theo sách này, bánh senbei ngày xưa không được nướng bằng khuôn sắt tinh xảo như sau này. Do đó, phương pháp chế biến Karai senbei (唐煎餅)⁵¹ có thể là một kỹ thuật ngoại lai mới vào thời đó và chưa được phổ biến rộng rãi [13, tr.4].

Những thay đổi trong kỹ thuật chế biến này cho thấy sự phát triển của senbei không chỉ gắn với nhu cầu tiêu dùng mà còn phản ánh quá trình tiếp thu và cải biến kỹ thuật từ bên ngoài, góp phần hình thành nên các đặc trưng riêng của ẩm thực Nhật Bản.

Vào thời Bunka (1804–1818), cửa hàng Wakanaya ở Kanagawa-juku đã sáng tạo ra phương pháp mới sử dụng khuôn sắt có hoa văn để nướng bánh, được coi là bước đầu tiên trong quá trình hiện đại hóa bánh senbei [8, tr.10]

Những ghi chép này cho thấy sự đa dạng hóa mạnh mẽ của senbei trong thời Edo, phản ánh sự phát triển của sản xuất thủ công và thị trường tiêu dùng.

⁴⁶ ột loại bánh mochi truyền thống được ghi nhận trong các tư liệu thời trung đại của Nhật Bản. Bánh được làm từ gạo nếp và thường xuất hiện trong các nghi lễ hoặc dịp lễ hội

⁴⁷ loại bánh mochi làm từ gạo nếp, bên ngoài phủ hoặc trộn với đậu tương rang (daizu, 大豆) xay thành bột

⁴⁸ tên một loại bánh mochi được ghi chép trong tư liệu cổ của Nhật Bản

⁴⁹ loại bánh mochi truyền thống được làm chủ yếu từ gạo nếp, tên gọi "ngũ cốc" phản ánh quan niệm cầu mong mùa màng bội thu và sự sung túc.

⁵⁰ tác phẩm khảo cứu về phong tục, văn hóa và đời sống Nhật Bản thời Edo do Kitamura Nobuyo (喜多村信節, 1783–1856) biên soạn vào cuối thời Edo

⁵¹ một loại bánh senbei có nguồn gốc từ ảnh hưởng của văn hóa Trung Hoa, xuất hiện từ thời trung đại Nhật Bản

Vào thời kỳ Edo, Shio Senbei (塩煎餅)⁵² được sản xuất và buôn bán phổ biến tại các khu vực đô thị, đặc biệt là tại các khu chợ và hội chợ đền chùa, cho thấy sự phát triển của senbei như một mặt hàng thương mại.

Điều này cho thấy sự chuyển dịch rõ rệt của các sản phẩm từ gạo, từ vai trò nghi lễ sang hàng hóa trao đổi trong nền kinh tế đô thị đang phát triển mạnh mẽ vào thời Edo.

Ngày nay, bánh senbei có nhiều biến thể, nhưng có thể chia thành hai phong cách chính là Kanto và Kansai, và sự khác biệt này vẫn tồn tại trong ẩm thực Nhật Bản hiện đại.

3.2.5 Thời Minh Trị

Đến thời kì Minh Trị, cùng với mochi và ozōni, không thể không nhắc đến wagashi – loại bánh truyền thống làm từ gạo nếp và đậu – cũng ngày càng phát triển trong đời sống ẩm thực Nhật Bản.

Ở thời kì này Nhật Bản bắt đầu nhập khẩu đường trắng tinh luyện từ Hoa Kỳ đã tạo nên bước chuyển lớn trong kỹ thuật chế biến wagashi. Trước đó, dù được gọi là “đường trắng”, loại đường được sử dụng vẫn còn ngả màu nên khó tạo ra các sản phẩm có màu sắc tinh tế. Tuy nhiên, từ khi đường trắng tinh khiết được phổ biến, các nghệ nhân wagashi đã có thể sử dụng namazatō (生砂糖)⁵³ để tạo hình hoa lá, chim muông và phát triển các loại bánh trang trí có tính nghệ thuật cao hơn. Đồng thời, quá trình phổ biến của đường trong thời Minh Trị – Đại Chính cũng góp phần đưa wagashi và các loại bánh nếp vốn trước đây chủ yếu phục vụ tầng lớp quý tộc, võ sĩ và trà đạo trở nên phổ biến rộng rãi trong đời sống thường nhật của người dân Nhật Bản. [13, tr.4]

Ngoài ra, mochi còn xuất hiện trong văn học thông qua mô-típ Tửu Bính Luận (酒餅論) – cuộc tranh luận giữa rượu và bánh. Mô-típ này xuất hiện từ thời

⁵² loại senbei được nêm chủ yếu bằng muối, có hương vị thanh nhẹ và giữ được vị thơm tự nhiên của gạo. Đây là một trong những biến thể truyền thống của senbei, phổ biến ở nhiều địa phương của Nhật Bản.

⁵³ đường thô chưa tinh luyện hoàn toàn, còn giữ lại một phần mật mía và khoáng chất tự nhiên nên có màu vàng nâu nhạt, vị ngọt dịu và hương thơm đặc trưng

Muromachi đến đầu Minh Trị và được thể hiện qua nhiều thể loại như kibyōshi, hoàng biểu chí, truyện cười và tranh Nishiki-e.

Sự xuất hiện của mochi trong các tác phẩm văn học này cho thấy nó không chỉ là một đối tượng vật chất mà còn trở thành một biểu tượng văn hóa có thể được nhân cách hóa và đưa vào diễn ngôn nghệ thuật.

Các tác phẩm như Honganaka no yoi dōshi (翻腹中能同士), Kokkei Gokoku Taiheiki (滑稽五穀太平記) hay Kibyōshi Shuhai Fukuchū no Dōshi đều xoay quanh mô-típ rượu và bánh đôi đầu, sau đó được hòa giải bởi một bên thứ ba.

Câu chuyện về Nanto Shōbē và cuộc đối đầu giữa hai phe rượu và bánh, kết thúc bằng sự hòa giải, phản ánh không chỉ yếu tố giải trí mà còn cho thấy cách người Edo nhìn nhận các giá trị ẩm thực như những thực thể có thể so sánh, đối lập và dung hòa.

Từ góc độ người viết, có thể nhận định rằng sự hiện diện của mochi trong cả nghi lễ, đời sống thường nhật và văn học thời Edo cho thấy đây là giai đoạn mà mochi đạt đến mức độ “toàn diện văn hóa”, khi nó vừa mang ý nghĩa tín ngưỡng, vừa là thực phẩm phổ biến, đồng thời trở thành một biểu tượng trong đời sống tinh thần và nghệ thuật của xã hội Nhật Bản.

Tiểu kết:

Qua những phân tích trên có thể thấy, sự hiện diện của gạo nếp trong đời sống ẩm thực Nhật Bản là kết quả của quá trình tiếp nhận và phát triển lâu dài. Trên cơ sở sự du nhập của lúa nước và các yếu tố văn hóa từ lục địa Đông Á, gạo nếp từng bước được tiếp nhận, bản địa hóa và gắn kết với điều kiện tự nhiên, tín ngưỡng cũng như đời sống xã hội của người Nhật.

Đồng thời, qua các thời kỳ lịch sử, việc sử dụng gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp không ngừng biến đổi cả về chức năng và hình thức. Từ chỗ chủ yếu phục vụ các nghi lễ, tín ngưỡng và cung đình, các sản phẩm từ gạo nếp dần trở thành một bộ phận của đời sống ẩm thực thường nhật, đồng thời vẫn duy trì những giá trị văn hóa truyền thống trong các dịp lễ tết và sự kiện quan trọng. Quá trình này phản ánh

sự kế thừa và biến đổi liên tục của văn hóa ẩm thực Nhật Bản dưới tác động của bối cảnh lịch sử và xã hội.

Trên cơ sở đó, chương tiếp theo sẽ tập trung phân tích thực trạng sản xuất, lưu thông và tiêu dùng gạo nếp trong xã hội Nhật Bản hiện đại, từ đó làm rõ những yếu tố kinh tế, xã hội và văn hóa đã tác động đến sự biến đổi vai trò của gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp trong đời sống ẩm thực đương đại.

CHƯƠNG 4 SỰ BIẾN ĐỔI CỦA GẠO NẾP VÀ CÁC SẢN PHẨM TỪ GẠO NẾP TRONG ĐỜI SỐNG ẨM THỰC NHẬT BẢN

Quá trình du nhập và bản địa hóa đã giúp gạo nếp cùng các sản phẩm từ gạo nếp trở thành một bộ phận của văn hóa ẩm thực Nhật Bản, gắn bó với cả đời sống thường nhật và các hoạt động nghi lễ, tín ngưỡng. Tuy nhiên, văn hóa không phải là một hệ thống bất biến mà luôn vận động dưới tác động của những điều kiện kinh tế, xã hội và văn hóa trong từng giai đoạn lịch sử. Bước sang thời kỳ hiện đại, cùng với quá trình công nghiệp hóa, đô thị hóa, già hóa dân số, sự thay đổi trong cấu trúc hộ gia đình và lối sống tiêu dùng, vai trò cũng như phương thức sản xuất, lưu thông và tiêu dùng gạo nếp đã có nhiều biến đổi so với trước đây. Trên cơ sở đó, chương này tập trung phân tích những biến đổi trong sản xuất, lưu thông và tiêu dùng gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp trong đời sống ẩm thực Nhật Bản, đồng thời làm rõ cơ chế tác động của các yếu tố xã hội đối với quá trình biến đổi văn hóa gạo nếp trong bối cảnh hiện đại.

4.1 Bối cảnh kinh tế, xã hội và nhân khẩu học của Nhật Bản hiện đại

Để làm rõ những biến đổi trong sản xuất, lưu thông và tiêu dùng gạo nếp cùng các sản phẩm từ gạo nếp, cần đặt chúng trong bối cảnh phát triển của xã hội Nhật Bản hiện đại. Những thay đổi về kinh tế, dân số và lối sống không chỉ tác động đến hoạt động sản xuất và tiêu dùng thực phẩm nói chung mà còn làm thay đổi cách thức con người tiếp cận, sử dụng và gìn giữ các giá trị văn hóa gắn với gạo nếp. Do đó, việc xem xét bối cảnh xã hội hiện đại của Nhật Bản là cơ sở quan trọng để lý giải nguyên nhân và cơ chế dẫn đến những biến đổi của văn hóa gạo nếp trong đời sống ẩm thực hiện nay.

4.1.1. Biến động nhân khẩu học

Trong những thập niên gần đây, Nhật Bản đang phải đối mặt với những biến động nhân khẩu học sâu sắc, nổi bật là xu hướng giảm sinh kéo dài và già hóa dân số với tốc độ thuộc nhóm cao nhất thế giới. Đây không chỉ là một vấn đề về quy mô dân số mà còn kéo theo những thay đổi căn bản trong cơ cấu tuổi, lực lượng lao động và

mô hình tiêu dùng của xã hội. Theo số liệu của Văn phòng Nội các Nhật Bản (2024), số trẻ em sinh ra trong năm 2023 chỉ còn khoảng 727 nghìn người – mức thấp nhất kể từ khi bắt đầu thống kê, trong khi tổng tỷ suất sinh duy trì ở mức 1,20 con/phụ nữ, thấp hơn nhiều so với mức sinh thay thế. Cùng với đó, tỷ lệ dân số từ 65 tuổi trở lên tiếp tục gia tăng, đưa Nhật Bản trở thành một trong những quốc gia có mức độ già hóa dân số cao nhất thế giới. [11, tr. 2-3]

Sự suy giảm dân số và quá trình già hóa không chỉ làm thu hẹp quy mô lực lượng lao động mà còn làm thay đổi cấu trúc nhu cầu tiêu dùng của xã hội. Khi tỷ trọng người cao tuổi tăng lên, nhu cầu đối với các sản phẩm có quy cách nhỏ, dễ bảo quản, dễ chế biến và thuận tiện trong sử dụng ngày càng lớn. Đồng thời, sự thiếu hụt lao động trong khu vực nông nghiệp và chế biến thực phẩm cũng thúc đẩy quá trình cơ giới hóa, tự động hóa và tái tổ chức hoạt động sản xuất nhằm duy trì năng suất trong bối cảnh nguồn nhân lực ngày càng khan hiếm.

Bên cạnh đó, sự suy giảm dân số còn làm thu hẹp quy mô của nhiều cộng đồng địa phương, đặc biệt tại khu vực nông thôn – nơi vốn là không gian duy trì nhiều thực hành văn hóa truyền thống. Khi dân số trẻ di cư đến các đô thị và số lượng cư dân tại địa phương giảm dần, nhiều hoạt động cộng đồng đòi hỏi sự tham gia của đông đảo thành viên trở nên khó duy trì như trước. Điều này không chỉ ảnh hưởng đến đời sống kinh tế mà còn tác động đến môi trường xã hội nuôi dưỡng và tái tạo các giá trị văn hóa truyền thống.

Có thể thấy, biến động nhân khẩu học tại Nhật Bản không chỉ tạo ra những thay đổi về cơ cấu dân số mà còn làm biến đổi điều kiện tồn tại của các hoạt động kinh tế và văn hóa trong xã hội hiện đại. Trong bối cảnh đó, sản xuất, lưu thông và tiêu dùng gạo nếp cùng các sản phẩm từ gạo nếp cũng chịu tác động mạnh mẽ, thể hiện qua những thay đổi về phương thức sản xuất, hệ thống phân phối, hành vi tiêu dùng cũng như vai trò văn hóa của chúng trong đời sống đương đại. Những tác động cụ thể sẽ được phân tích trong các mục tiếp theo.

4.1.2. Thay đổi cấu trúc hộ gia đình

Bên cạnh biến động nhân khẩu học, sự thay đổi trong cấu trúc hộ gia đình và lối sống cũng là một trong những đặc điểm nổi bật của xã hội Nhật Bản hiện đại. Cùng với xu hướng kết hôn muộn, tỷ lệ không kết hôn gia tăng và số người lựa chọn sống độc thân ngày càng nhiều, quy mô hộ gia đình tại Nhật Bản liên tục thu hẹp trong những thập niên gần đây. Theo số liệu của Bộ Nội vụ và Truyền thông Nhật Bản (2025), quy mô hộ gia đình tại Nhật Bản tiếp tục thu hẹp trong những năm gần đây. Số người bình quân trong một hộ giảm từ 2,30 người năm 2014 xuống còn 2,08 người năm 2023, phản ánh xu hướng gia tăng hộ độc thân và hộ quy mô nhỏ trong xã hội Nhật Bản [14, tr. 56]

Sự thay đổi này không chỉ phản ánh biến động về cơ cấu dân cư mà còn làm thay đổi cách thức tổ chức đời sống gia đình và các hoạt động sinh hoạt thường nhật. Nếu như trong xã hội truyền thống, gia đình nhiều thế hệ vừa là đơn vị sinh hoạt vừa là không gian truyền thụ các giá trị văn hóa thông qua những hoạt động chung như chuẩn bị bữa ăn, tổ chức lễ tết hay duy trì các phong tục tập quán, thì trong xã hội hiện đại, quy mô hộ gia đình nhỏ cùng với sự gia tăng của các hộ độc thân đã làm giảm đáng kể những không gian tương tác đó. Nhiều hoạt động vốn cần sự tham gia của nhiều thành viên trong gia đình hoặc cộng đồng ngày càng khó được duy trì với quy mô như trước.

Song song với sự thay đổi của cấu trúc gia đình là sự biến đổi trong lối sống của người Nhật Bản. Quá trình đô thị hóa, nhịp sống công nghiệp và sự gia tăng tỷ lệ phụ nữ tham gia lực lượng lao động khiến quỹ thời gian dành cho việc chuẩn bị bữa ăn tại gia đình ngày càng thu hẹp. Thay vào đó, người tiêu dùng có xu hướng ưu tiên những sản phẩm có thể đáp ứng yêu cầu về tính tiện lợi, tiết kiệm thời gian và phù hợp với nhịp sống hiện đại. Bữa ăn gia đình cũng dần chuyển từ mô hình nhiều thành viên cùng chia sẻ sang các hình thức ăn uống linh hoạt, cá nhân hóa và phù hợp với nhu cầu của từng thành viên.

Những biến đổi trong cấu trúc hộ gia đình và lối sống không chỉ làm thay đổi hành vi tiêu dùng thực phẩm mà còn tác động đến môi trường duy trì và tái tạo các thực hành văn hóa truyền thống. Khi quy mô gia đình ngày càng thu hẹp và các hoạt động sinh hoạt tập thể giảm dần, nhiều giá trị văn hóa gắn với sự tham gia của cộng đồng hoặc gia đình nhiều thế hệ cũng đứng trước yêu cầu phải thích ứng với bối cảnh xã hội mới. Đây là một trong những cơ sở quan trọng để lý giải những biến đổi trong cách thức sản xuất, lưu thông và tiêu dùng gạo nếp cùng các sản phẩm từ gạo nếp sẽ được phân tích ở các mục tiếp theo.

4.1.3. Hiện đại hóa và sự phát triển của xã hội tiêu dùng

Bên cạnh những biến động về nhân khẩu học và cấu trúc gia đình, quá trình hiện đại hóa cùng với sự phát triển của xã hội tiêu dùng đã trở thành một trong những động lực quan trọng làm thay đổi đời sống ẩm thực của người Nhật Bản. Sau giai đoạn tăng trưởng kinh tế cao, mức sống của người dân không ngừng được cải thiện, hệ thống phân phối hiện đại phát triển mạnh với sự mở rộng của các siêu thị, cửa hàng tiện lợi (konbini), trung tâm thương mại và thương mại điện tử. Thực phẩm không còn chỉ được sản xuất nhằm đáp ứng nhu cầu dinh dưỡng cơ bản mà ngày càng được xem như một loại hàng hóa tiêu dùng với sự đa dạng về chủng loại, quy cách đóng gói và phương thức tiếp cận thị trường.

Cùng với đó, nhịp sống đô thị ngày càng nhanh, thời gian dành cho việc chuẩn bị bữa ăn tại gia đình ngày càng bị thu hẹp đã làm thay đổi tiêu chí lựa chọn thực phẩm của người tiêu dùng. Nếu trước đây, các sản phẩm thực phẩm chủ yếu được đánh giá dựa trên giá trị truyền thống và vai trò trong đời sống cộng đồng thì trong xã hội hiện đại, các yếu tố như tính tiện lợi, khả năng bảo quản, tốc độ chế biến, khẩu phần phù hợp và giá thành ngày càng trở thành những tiêu chí quan trọng trong quyết định tiêu dùng. Điều này thúc đẩy các doanh nghiệp thực phẩm liên tục đổi mới sản phẩm, đa dạng hóa mẫu mã và phát triển các dòng thực phẩm chế biến sẵn nhằm đáp ứng nhu cầu của thị trường. [2, tr. 90]

Sự phát triển của xã hội tiêu dùng cũng kéo theo quá trình thương mại hóa và đại chúng hóa nhiều giá trị văn hóa. Những thực phẩm vốn gắn với các dịp lễ tết, tín ngưỡng hoặc sinh hoạt cộng đồng không còn chỉ xuất hiện trong những thời điểm nhất định mà dần được sản xuất và phân phối quanh năm thông qua hệ thống bán lẻ hiện đại. Đồng thời, các giá trị biểu trưng và ý nghĩa văn hóa của thực phẩm cũng được tái diễn giải để thích ứng với môi trường tiêu dùng mới, trong đó yếu tố trải nghiệm, tính tiện lợi và khả năng tiếp cận của người tiêu dùng ngày càng được nhấn mạnh.

Có thể thấy, hiện đại hóa không chỉ làm thay đổi phương thức tổ chức hoạt động kinh tế mà còn tạo ra một môi trường tiêu dùng mới, trong đó thực phẩm chịu tác động mạnh mẽ của cơ chế thị trường và nhu cầu tiêu dùng đại chúng. Trong bối cảnh đó, gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp cũng không nằm ngoài xu hướng chung. Những biến đổi trong phương thức sản xuất, lưu thông và tiêu dùng của nhóm thực phẩm này không chỉ phản ánh sự thích ứng với điều kiện kinh tế - xã hội hiện đại mà còn cho thấy quá trình tái cấu trúc các giá trị văn hóa truyền thống trong xã hội Nhật Bản đương đại.

Những biến đổi của bối cảnh kinh tế - xã hội nêu trên không chỉ làm thay đổi môi trường tồn tại của văn hóa gạo nếp mà còn tác động trực tiếp đến chuỗi hoạt động tạo ra và duy trì loại hình văn hóa này. Trong đó, sản xuất là khâu đầu tiên phản ánh sự thích ứng trước những thay đổi của xã hội hiện đại. Từ hoạt động canh tác nguyên liệu đến chế biến các sản phẩm từ gạo nếp, nhiều phương thức sản xuất truyền thống đã được điều chỉnh nhằm đáp ứng những điều kiện phát triển mới. Vì vậy, phần dưới đây tập trung phân tích những biến đổi trong hoạt động sản xuất gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp tại Nhật Bản.

4.2. Biến đổi trong sản xuất gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp

Những biến đổi trong hoạt động sản xuất gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp được thể hiện trên cả phương diện sản xuất nguyên liệu và chế biến thực phẩm. Trước

hết, cần xem xét những thay đổi trong hoạt động sản xuất gạo nếp – nguồn nguyên liệu nền tảng của các sản phẩm từ gạo nếp và cũng là lĩnh vực phản ánh rõ nét sự chuyển dịch của nền nông nghiệp Nhật Bản trong bối cảnh hiện đại.

4.2.1. Thực trạng sản xuất gạo nếp

Để tìm hiểu đặc điểm phân bố của nguyên liệu gạo nếp tại Nhật Bản, trước hết cần xem xét tỷ lệ canh tác gạo nếp và các giống gạo nếp tiêu biểu tại từng địa phương. Do điều kiện tự nhiên, tập quán canh tác và nhu cầu sử dụng có sự khác biệt giữa các vùng, tỷ lệ diện tích trồng gạo nếp trong tổng diện tích lúa nước ở mỗi địa phương cũng có sự chênh lệch đáng kể. Một số tỉnh duy trì tỷ lệ canh tác gạo nếp tương đối cao và hình thành những giống gạo mang tính đặc trưng riêng, trong khi nhiều khu vực khác chỉ sản xuất với quy mô hạn chế. Vì vậy, việc hiểu được đặc điểm phân bố này sẽ góp phần làm rõ bối cảnh sản xuất của nguyên liệu gạo nếp trong nông nghiệp Nhật Bản hiện nay. Nhằm khái quát đặc điểm phân bố gạo nếp tại Nhật Bản hiện nay, bảng 4.1 dưới đây lựa chọn một số tỉnh, phủ tiêu biểu để minh họa xu hướng về tỷ lệ canh tác gạo nếp và các giống gạo nếp đặc trưng.

Bảng 4.1: Giống gạo nếp phổ biến theo từng tỉnh

Tỉnh/Phủ	Tỷ lệ gạo nếp (%)	Giống tiêu biểu
Hokkaido	8.8	Kazenoko Mochi
Niigata	5.5	Koganemochi
Akita	5.1	Tatsuko Mochi
Saga	20.5	Hiyokumochi
Kumamoto	7.8	Hiyokumochi
Hiroshima	2.8	Himenomochi
Tokyo	≈0–1	Không đáng kể

Nguồn: Tổ chức hỗ trợ đảm bảo cung ứng ổn định lương thực

Link: https://www.komenet.jp/komenetmanager/wp-content/uploads/r0710_mochi_status.pdf truy cập ngày 3/7/2026

Theo số liệu ở bảng 4.1, việc sản xuất gạo nếp tại Nhật Bản có sự phân bố không đồng đều giữa các địa phương. Các khu vực có tỷ lệ sản xuất gạo nếp cao thường tập trung ở những địa phương có điều kiện khí hậu phù hợp cũng như có truyền thống sử dụng mochi và các sản phẩm từ gạo nếp trong đời sống văn hóa. Tiêu biểu có thể kể đến Saga với tỷ lệ gạo nếp đạt khoảng 20.5%, cao hơn đáng kể so với nhiều địa phương khác. Ngoài ra, Hokkaido, Kumamoto, Niigata hay Akita cũng là những khu vực nổi tiếng với các giống gạo nếp đặc trưng như Kazenoko mochi , Hakucho Hakuchō mochi , Kogane mochi hay Tatsuko mochi .

Trong số đó, Niigata từ lâu được biết đến là vùng sản xuất mochi nổi tiếng tại Nhật Bản nhờ giống Kogane mochi có độ dẻo và độ đàn hồi cao, thường được sử dụng trong các sản phẩm mochi phục vụ lễ tết. Tương tự, tại Akita hay Hokkaido, gạo nếp không chỉ được dùng trong tiêu dùng thường nhật mà còn gắn với các lễ hội mùa đông và phong tục địa phương. Điều này gợi ý rằng giữa hoạt động sản xuất gạo nếp và văn hóa tiêu dùng truyền thống tại từng khu vực có thể tồn tại một mối liên hệ nhất định, đặc biệt trong bối cảnh nhiều sản phẩm từ gạo nếp vẫn xuất hiện trong các dịp lễ tết và nghi lễ tại Nhật Bản..

Ngược lại, các khu vực đô thị hóa cao như Tokyo có tỷ lệ sản xuất gạo nếp gần như không đáng kể. Điều này phản ánh xu hướng chuyển dịch cơ cấu kinh tế và sự suy giảm diện tích nông nghiệp tại các đô thị lớn. Tuy nhiên, dù không trực tiếp sản xuất, nhu cầu tiêu thụ các sản phẩm từ gạo nếp tại các thành phố vẫn tồn tại mạnh mẽ, đặc biệt vào các dịp lễ tết như Oshōgatsu , Hina Matsuri hay Tango no Sekku. Qua đó có thể thấy rằng văn hóa tiêu dùng gạo nếp tại Nhật Bản hiện nay đã vượt ra khỏi phạm vi địa phương sản xuất và trở thành một phần phổ biến trong đời sống văn hóa toàn quốc.

Bên cạnh sự phân bố theo địa phương, đặc điểm của các giống gạo nếp cũng cho thấy tính chuyên biệt cao trong sản xuất. Khác với gạo ăn hằng ngày, nhiều giống

gạo nếp được phát triển nhằm phục vụ trực tiếp cho chế biến mochi hoặc các loại bánh truyền thống. Các giống như Hiyokumochi hay kogane-mochi thường được đánh giá cao nhờ khả năng tạo độ kết dính và giữ cấu trúc sau khi giã bánh. Chính những đặc tính này đã khiến gạo nếp trở thành nguyên liệu phù hợp cho các vật phẩm mang tính biểu tượng trong nghi lễ, chẳng hạn như kagami mochi – loại bánh dâng thần linh trong dịp năm mới.

Nhìn chung, sản xuất gạo nếp tại Nhật Bản có sự phân bố không đồng đều giữa các địa phương, với sự chênh lệch rõ rệt về tỷ lệ canh tác và mức độ tập trung sản xuất ở từng vùng. Một số địa phương duy trì tỷ lệ sản xuất gạo nếp tương đối cao và hình thành những giống gạo mang tính đặc trưng riêng, trong khi ở nhiều khu vực khác, sản lượng gạo nếp chiếm tỷ lệ khá thấp. Tiếp theo, để hiểu rõ hơn vị trí của gạo nếp trong cơ cấu sản xuất nông nghiệp Nhật Bản hiện nay, cần tiếp tục xem xét sự biến động về sản lượng, tỷ lệ gạo nếp và giá cả qua các năm.

Trên cơ sở đó, bảng 4.2 dưới đây trình bày sự thay đổi về tổng sản lượng lúa nước, sản lượng gạo nếp, tỷ lệ gạo nếp và giá trung bình trong giai đoạn 2014–2023. Thông qua các số liệu này, có thể quan sát xu hướng biến động của sản xuất gạo nếp tại Nhật Bản trong những năm gần đây, đồng thời thấy được mối quan hệ giữa quy mô sản xuất và giá trị của nguyên liệu gạo nếp trong bối cảnh nhu cầu tiêu dùng và cơ cấu nông nghiệp đang có nhiều thay đổi.

Bảng 4.2: Sản lượng lúa nước và gạo nếp tại Nhật Bản

Đơn vị: 10.000 tấn

Năm	Tổng sản lượng lúa nước	Sản lượng gạo nếp	Tỷ lệ gạo nếp (%)	Giá trung bình (yên)
2014	844	30	3.5	11,967
2015	799	33	4.1	13,175
2016	804	35	4.4	14,307
2017	782	33	4.2	15,595
2018	778	29	3.7	15,688

2019	776	28	3.6	15,716
2020	776	29	3.7	14,529
2021	756	31	4.1	12,804
2022	727	31	4.3	13,844
2023	717	—	—	15,314

Nguồn: Tổ chức hỗ trợ đảm bảo cung ứng ổn định lương thực

Link: https://www.komenet.jp/komenetmanager/wp-content/uploads/r0710_mochi_status.pdf truy cập ngày 3/7/2026

Gạo nếp là một trong những nguyên liệu có vai trò đặc biệt trong văn hóa ẩm thực truyền thống Nhật Bản. So với gạo tẻ thông thường, sản lượng gạo nếp tại Nhật thấp hơn đáng kể, tuy nhiên loại lương thực này lại giữ vị trí quan trọng trong nhiều nghi lễ dân gian, lễ tiết theo mùa và các hoạt động tín ngưỡng gắn với đời sống cộng đồng. Những sản phẩm như mochi, kagami mochi, sekihan hay các loại wagashi truyền thống đều sử dụng gạo nếp như một nguyên liệu cốt lõi. Vì vậy, việc phân tích tình hình sản xuất gạo nếp không chỉ giúp làm rõ đặc điểm nông nghiệp mà còn gợi mở mối liên hệ giữa hoạt động canh tác với sự tồn tại của các sản phẩm truyền thống từ gạo nếp trong đời sống văn hóa Nhật Bản.

Ngoài đặc điểm phân bố vùng miền, số liệu ở bảng 4.2 còn cho thấy sản lượng gạo nếp tại Nhật Bản nhìn chung duy trì ở mức tương đối ổn định trong giai đoạn từ năm 2014 đến khoảng năm 2022. Sản lượng dao động quanh mức 28–35 vạn tấn, chiếm khoảng 3.5–4.4% tổng sản lượng lúa nước của cả nước. Dù tỷ trọng này không lớn, song mức sản xuất vẫn được duy trì ổn định qua nhiều năm. Điều này cho thấy nhu cầu đối với gạo nếp tại Nhật Bản chưa biến mất hoàn toàn, đặc biệt trong bối cảnh nhiều sản phẩm truyền thống từ gạo nếp vẫn giữ vai trò nhất định trong đời sống văn hóa và tín ngưỡng.

Đáng chú ý, giá trung bình của gạo nếp có xu hướng cao hơn qua từng giai đoạn. Nếu năm 2014 giá trung bình ở mức khoảng 11,967 yên thì đến năm 2019 đã tăng lên khoảng 15,716 yên. Sự gia tăng này phần nào phản ánh đặc điểm sản xuất của gạo nếp tại Nhật Bản hiện nay: quy mô sản xuất không quá lớn nhưng vẫn duy

trị giá trị kinh tế nhất định nhờ nhu cầu ổn định đối với các sản phẩm truyền thống. Bên cạnh đó, việc sản xuất gạo nếp còn gắn với các ngành chế biến thực phẩm theo mùa như mochi, wagashi hay thực phẩm phục vụ lễ hội địa phương.

Tuy nhiên, có thể nhận thấy rằng sản lượng lúa nước nói chung của Nhật Bản đang có xu hướng giảm dần qua các năm. Điều này chịu tác động từ nhiều yếu tố như sự suy giảm dân số nông thôn, già hóa lao động nông nghiệp và thay đổi trong cơ cấu tiêu dùng thực phẩm hiện đại. Trong bối cảnh đó, gạo nếp tuy vẫn được duy trì sản xuất nhưng ngày càng mang tính chuyên biệt hơn thay vì là loại lương thực phổ biến như trước đây. Nói cách khác, vai trò của gạo nếp đang dần chuyển từ “lương thực thiết yếu” sang “nguyên liệu văn hóa”, chủ yếu phục vụ các sản phẩm có tính truyền thống và nghi lễ.

Mặt khác, việc nhiều địa phương vẫn duy trì các giống gạo nếp đặc sản cho thấy yếu tố văn hóa tiếp tục đóng vai trò quan trọng trong hoạt động sản xuất. Tại Nhật Bản, nhiều lễ hội địa phương vẫn sử dụng mochi hoặc các loại bánh từ gạo nếp như vật phẩm dâng cúng thần linh, tổ tiên hoặc dùng trong các nghi thức cầu mùa. Vì vậy, sự tồn tại của ngành sản xuất gạo nếp không chỉ mang ý nghĩa kinh tế mà còn phản ánh nỗ lực bảo tồn các giá trị văn hóa truyền thống trong xã hội hiện đại.

Từ những số liệu trên có thể thấy rằng sản xuất gạo nếp tại Nhật Bản hiện nay mang tính chất vừa nông nghiệp vừa văn hóa. Dù tỷ trọng sản xuất không lớn và chịu ảnh hưởng bởi xu hướng hiện đại hóa, gạo nếp vẫn duy trì được vị trí riêng nhờ mối liên hệ sâu sắc với các sản phẩm truyền thống và nghi lễ dân gian. Chính đặc điểm này đã tạo tiền đề cho sự tiếp tục tồn tại và biến đổi của các sản phẩm từ gạo nếp trong đời sống văn hóa Nhật Bản hiện đại.

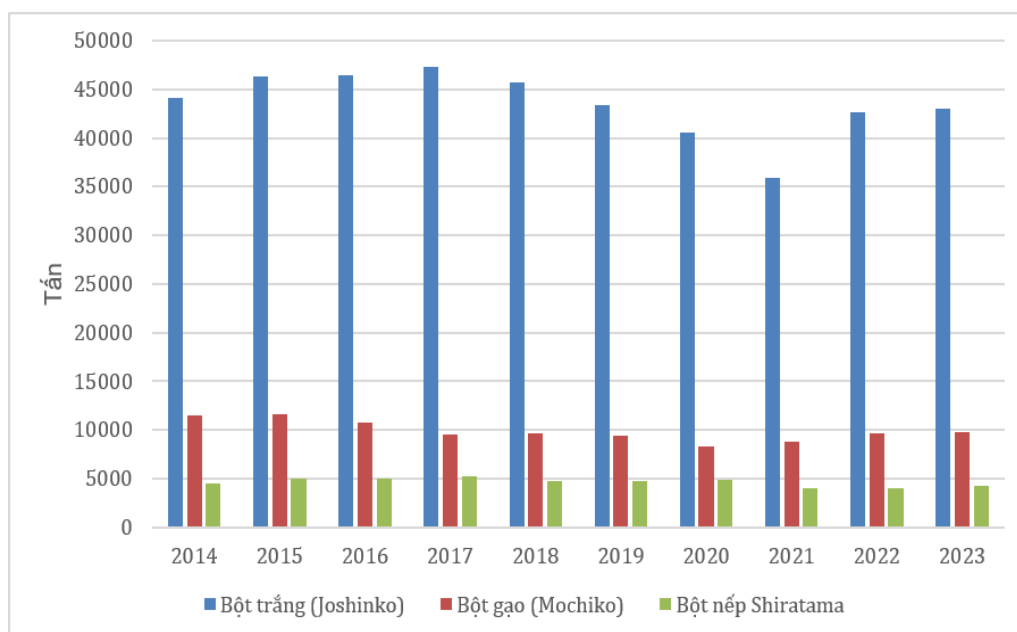
Như vậy, bên cạnh quy mô sản xuất và đặc điểm phân bố theo khu vực, gạo nếp tại Nhật Bản còn cho thấy những đặc điểm riêng trong cơ chế lưu thông và tiêu dùng. Để làm rõ hơn vị trí của gạo nếp trong thị trường hiện đại, phần tiếp theo sẽ xem xét biến động giá cả và đặc điểm cung – cầu của loại nguyên liệu này.

4.2.2 Tình hình sản xuất các sản phẩm từ gạo nếp

Trong cơ cấu các sản phẩm chế biến từ gạo nếp tại Nhật Bản, bột gạo giữ vai trò quan trọng trong sản xuất mochi, wagashi và nhiều loại bánh gạo truyền thống khác. Biểu đồ tiếp theo tổng hợp tình hình sản xuất bột gạo tại Nhật Bản trong giai đoạn 2014–2023, qua đó cho thấy quy mô sản xuất cũng như vị trí của các loại bột gạo trong ngành chế biến thực phẩm hiện đại.

Biểu đồ 4.1 cho thấy tình hình sản xuất một số loại bột gạo chủ yếu tại Nhật Bản trong giai đoạn 2014–2023. Trong đó, ngoài bột gạo trắng thông thường (Joushinko), bảng còn thể hiện sản lượng của các loại bột gạo nếp như mochiko và shiratomako – những nguyên liệu thường được sử dụng trong chế biến mochi, wagashi và nhiều sản phẩm truyền thống từ gạo nếp.

Biểu đồ 4.1: Sản xuất bột gạo tại Nhật Bản



Nguồn: Tổ chức hỗ trợ đảm bảo cung ứng ổn định lương thực

Link: https://www.komenet.jp/komenetmanager/wp-content/uploads/r0710_mochi_status.pdf truy cập ngày 3/7/2026

Có thể thấy rằng tổng sản lượng bột gạo tại Nhật Bản nhìn chung duy trì ở mức tương đối ổn định trong suốt giai đoạn này. Năm 2014, tổng sản lượng đạt khoảng 88.587 tấn và tăng lên khoảng 96.998 tấn vào năm 2023. Dù có một số biến động trong giai đoạn 2020–2021, sản lượng nhìn chung không suy giảm mạnh mà

tiếp tục phục hồi trong các năm sau đó. Điều này cho thấy các sản phẩm chế biến từ gạo vẫn duy trì được nhu cầu tiêu dùng nhất định trong thị trường thực phẩm Nhật Bản hiện nay.

Trong cơ cấu sản xuất, bột gạo trắng (Joushinko) chiếm tỷ trọng lớn nhất, dao động quanh mức hơn 40.000 tấn mỗi năm. Đây là loại bột được sử dụng rộng rãi trong nhiều loại bánh và thực phẩm chế biến khác nhau, phản ánh xu hướng mở rộng phạm vi sử dụng của nguyên liệu từ gạo trong ngành thực phẩm hiện đại. Tuy nhiên, bên cạnh nhóm sản phẩm mang tính phổ biến này, các loại bột gạo nếp như mochiko và shiratomako vẫn duy trì sản lượng ổn định trong thời gian dài.

Cụ thể, sản lượng mochiko trong giai đoạn khảo sát dao động khoảng từ 8.000 đến hơn 11.000 tấn mỗi năm. Dù có xu hướng giảm nhẹ so với giai đoạn đầu, sản lượng loại bột này không biến động quá lớn và tiếp tục được duy trì đến năm 2023. Mochiko là loại bột được làm từ gạo nếp và thường được sử dụng trong chế biến mochi hoặc các loại bánh truyền thống có kết cấu mềm, dẻo. Vì vậy, việc sản lượng mochiko vẫn được duy trì tương đối ổn định cho thấy nhu cầu đối với các sản phẩm từ gạo nếp vẫn tồn tại trong đời sống tiêu dùng hiện nay.

Tương tự, shiratomako cũng duy trì sản lượng quanh mức 4.000–5.000 tấn mỗi năm. So với mochiko, sản lượng shiratomako nhỏ hơn nhưng nhìn chung ít biến động qua các năm. Đây là loại bột thường được sử dụng trong các loại wagashi truyền thống hoặc các món tráng miệng theo mùa. Sự ổn định trong sản xuất shiratomako phần nào phản ánh việc các sản phẩm truyền thống từ gạo nếp vẫn giữ được vị trí nhất định trong văn hóa ẩm thực Nhật Bản, đặc biệt trong các dịp lễ tiết hoặc tiêu dùng mang tính mùa vụ.

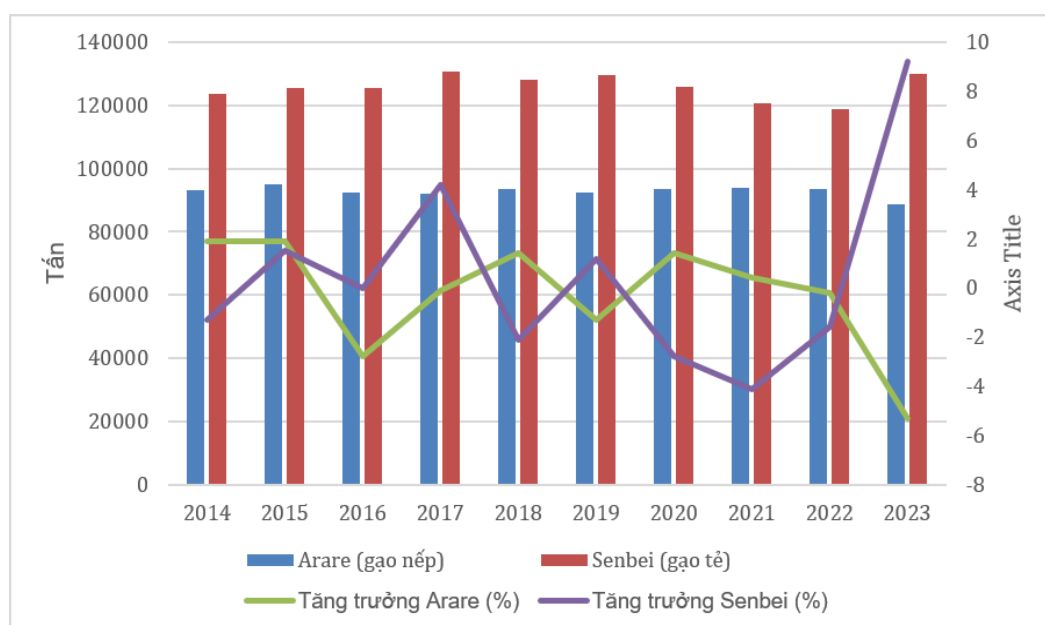
Ngoài ra, số liệu cũng cho thấy giai đoạn 2020–2021 có xu hướng giảm nhẹ ở một số loại bột gạo, đặc biệt là bột gạo trắng và mochiko. Điều này có thể liên quan đến những biến động trong hoạt động sản xuất và tiêu dùng dưới tác động của đại dịch COVID-19. Tuy nhiên, từ năm 2022 trở đi, sản lượng bắt đầu phục hồi trở lại, cho thấy thị trường các sản phẩm chế biến từ gạo nếp vẫn duy trì được khả năng thích ứng tương đối ổn định.

Từ bảng số liệu trên có thể thấy rằng các sản phẩm chế biến từ gạo nếp tại Nhật Bản hiện nay không chỉ tồn tại dưới dạng thực phẩm truyền thống mà còn đã được thương mại hóa và duy trì sản xuất trong quy mô tương đối ổn định. Đồng thời,

sự tồn tại liên tục của các loại bột như mochiko hay shirata-mako cũng gợi mở mối liên hệ giữa hoạt động sản xuất thực phẩm hiện đại với việc duy trì các sản phẩm từ gạo nếp trong đời sống văn hóa và lễ tiết Nhật Bản.

Nếu biểu đồ 4.1 phản ánh tình hình sản xuất các nguyên liệu từ gạo nếp phục vụ chế biến thực phẩm, thì biểu đồ 4.2 tiếp tục cho thấy xu hướng sản xuất của các sản phẩm bánh gạo hoàn chỉnh được tiêu dùng rộng rãi trên thị trường Nhật Bản hiện nay. Trong đó, arare – sản phẩm làm từ gạo nếp – và senbei – bánh gạo làm từ gạo tẻ – phần nào phản ánh sự biến đổi trong nhu cầu tiêu dùng đối với các sản phẩm từ gạo tại Nhật Bản.

Biểu đồ 4.2: Sản lượng bánh kẹo từ gạo nếp (Arare)



Nguồn: Tổ chức hỗ trợ đảm bảo cung ứng ổn định lương thực

Link: https://www.komenet.jp/komenetmanager/wp-content/uploads/r0710_mochi_status.pdf truy cập ngày 3/7/2026

Theo số liệu ở biểu đồ 4.2, tổng sản lượng bánh gạo tại Nhật Bản trong giai đoạn 2014–2023 nhìn chung duy trì ở mức tương đối ổn định, dao động khoảng từ 210.000 đến hơn 220.000 tấn mỗi năm. Dù có những biến động nhất định giữa các năm, đặc biệt trong giai đoạn 2020–2022 dưới tác động của đại dịch COVID-19, sản lượng bánh gạo nhìn chung không suy giảm mạnh mà tiếp tục phục hồi trong những năm sau đó. Đến năm 2023, tổng sản lượng đạt 218.470 tấn, tăng 2,8% so với năm

trước. Điều này cho thấy các sản phẩm bánh gạo vẫn giữ được vị trí nhất định trong thị trường thực phẩm Nhật Bản hiện nay.

Trong cơ cấu sản xuất, senbei luôn chiếm tỷ trọng lớn hơn arare. Cụ thể, sản lượng senbei dao động từ khoảng 118.845 đến 130.668 tấn mỗi năm, trong khi arare dao động quanh mức 88.699 đến 94.995 tấn. Sự chênh lệch này cho thấy senbei đã trở thành loại bánh gạo có tính phổ biến cao trong tiêu dùng hằng ngày, phù hợp với xu hướng thực phẩm tiện lợi và đồ ăn nhẹ trong đời sống hiện đại. Ngược lại, arare tuy có sản lượng thấp hơn nhưng vẫn duy trì quy mô tương đối ổn định trong phần lớn giai đoạn khảo sát, cho thấy các sản phẩm bánh gạo từ gạo nếp vẫn giữ được chỗ đứng nhất định trong thị trường thực phẩm Nhật Bản.

Đáng chú ý, sản lượng arare trong nhiều năm liên tục duy trì quanh mức trên 90.000 tấn. Điều này cho thấy các sản phẩm từ gạo nếp hiện nay không chỉ tồn tại trong phạm vi các món ăn truyền thống hay không gian lễ tiết, mà đã trở thành nhóm thực phẩm được lưu thông và tiêu dùng rộng rãi trên thị trường. Có thể thấy rằng nhiều sản phẩm từ gạo vốn gắn với văn hóa ẩm thực truyền thống Nhật Bản hiện nay đã được chuyển hóa thành các mặt hàng thực phẩm mang tính thương mại cao, phù hợp với hệ thống phân phối và nhịp sống hiện đại.

Tuy nhiên, dù đã được thương mại hóa mạnh mẽ, các sản phẩm bánh gạo này vẫn mang dấu ấn nhất định của văn hóa bánh gạo truyền thống Nhật Bản. Đặc biệt, arare vốn là một loại bánh gạo có nguồn gốc từ các sản phẩm chế biến từ gạo nếp truyền thống và thường xuất hiện trong các hình thức tiêu dùng mang tính mùa vụ hoặc quà tặng theo mùa. Vì vậy, sự duy trì ổn định của arare không chỉ phản ánh nhu cầu tiêu dùng thực phẩm đơn thuần mà còn cho thấy khả năng thích nghi của các sản phẩm từ gạo nếp trong bối cảnh xã hội hiện đại.

4.2.3 Sự biến đổi trong sản xuất dưới tác động của xã hội hiện đại

Quá trình hiện đại hóa đã làm thay đổi sâu sắc nền nông nghiệp Nhật Bản, trong đó hoạt động sản xuất gạo nếp cũng trải qua sự điều chỉnh đáng kể. Nếu trước

đây sản xuất gạo nếp chủ yếu nhằm đáp ứng nhu cầu lương thực và phục vụ các nghi lễ trong phạm vi cộng đồng địa phương thì trong xã hội hiện đại, cùng với quá trình đô thị hóa, già hóa dân số, chuyển dịch cơ cấu lao động và phát triển kinh tế thị trường, hoạt động sản xuất đã dần chuyển sang mô hình chuyên môn hóa, lấy chất lượng và giá trị sản phẩm làm trọng tâm thay vì mở rộng quy mô sản xuất. Đây không phải là sự suy giảm của sản xuất gạo nếp mà là quá trình tái cấu trúc nhằm thích ứng với những biến đổi của xã hội Nhật Bản.

Trước hết, sản xuất gạo nếp đã chuyển từ mô hình sản xuất phổ biến sang mô hình sản xuất chuyên môn hóa theo vùng. Trong xã hội nông nghiệp truyền thống, gạo nếp được canh tác tại nhiều địa phương nhằm phục vụ nhu cầu sinh hoạt và các nghi lễ cộng đồng. Tuy nhiên, số liệu hiện nay cho thấy sản xuất gạo nếp tập trung chủ yếu tại một số tỉnh như Hokkaido, Niigata, Akita, Saga và Kumamoto, trong khi các đô thị lớn như Tokyo gần như không còn sản xuất đáng kể. Cùng với sự tập trung đó là sự hình thành các vùng nguyên liệu gắn với những giống gạo nếp đặc sản như Koganemochi, Hiyokumochi hay Kazenomochi. Sự phân bố này phản ánh xu hướng chuyên môn hóa trong nông nghiệp Nhật Bản dưới tác động của hiện đại hóa, khi hoạt động sản xuất được tổ chức lại dựa trên lợi thế tự nhiên, điều kiện canh tác và kinh nghiệm tích lũy của từng địa phương nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất.

Bên cạnh sự thay đổi về không gian sản xuất, quy mô sản xuất cũng có sự chuyển dịch từ phát triển theo số lượng sang duy trì quy mô hợp lý và ổn định. Trong giai đoạn 2014–2022, tổng sản lượng lúa nước của Nhật Bản giảm từ khoảng 844 xuống còn 727 vạn tấn, phản ánh xu hướng thu hẹp chung của ngành nông nghiệp trước tác động của già hóa dân số, thiếu hụt lao động nông nghiệp và quá trình đô thị hóa. Tuy nhiên, sản lượng gạo nếp vẫn duy trì tương đối ổn định trong khoảng 28–35 vạn tấn, chiếm khoảng 3,5–4,4% tổng sản lượng lúa nước. Điều này cho thấy mặc dù quy mô sản xuất nông nghiệp nói chung suy giảm, sản xuất gạo nếp vẫn được duy trì ở mức cần thiết. Nói cách khác, mục tiêu của hoạt động sản xuất không còn là mở

rộng diện tích hay gia tăng sản lượng mà chuyển sang bảo đảm nguồn nguyên liệu ổn định phục vụ các lĩnh vực có nhu cầu sử dụng đặc thù.

Một biểu hiện quan trọng khác của sự biến đổi là sự chuyển dịch từ sản xuất nguyên liệu đơn thuần sang sản xuất gắn với chuỗi chế biến thực phẩm. Nếu trước đây gạo nếp chủ yếu được tiêu dùng dưới dạng hạt hoặc chế biến trong phạm vi hộ gia đình và cộng đồng thì hiện nay hoạt động sản xuất ngày càng gắn với ngành công nghiệp chế biến thực phẩm. Điều này thể hiện qua việc sản lượng các loại bột gạo chuyên dụng như mochiko và shirata-mako được duy trì ổn định trong nhiều năm. Các loại bột này trở thành nguyên liệu tiêu chuẩn phục vụ sản xuất mochi, wagashi và nhiều sản phẩm chế biến khác. Ngay cả trong giai đoạn chịu tác động của đại dịch COVID-19 (2020–2021), sản lượng chỉ giảm trong thời gian ngắn và nhanh chóng phục hồi từ năm 2022. Điều đó cho thấy chuỗi sản xuất gạo nếp hiện nay có khả năng thích ứng cao trước các biến động xã hội, đồng thời phản ánh sự liên kết ngày càng chặt chẽ giữa sản xuất nông nghiệp và công nghiệp chế biến.

Sự biến đổi này còn thể hiện ở việc thay đổi mục tiêu của hoạt động sản xuất. Trong xã hội truyền thống, việc sản xuất gạo nếp trước hết nhằm đáp ứng nhu cầu lương thực và phục vụ các nghi lễ cộng đồng. Tuy nhiên, cùng với sự phát triển của xã hội tiêu dùng và sự đa dạng hóa nguồn lương thực, gạo nếp không còn giữ vai trò là loại lương thực thiết yếu trong bữa ăn hằng ngày. Thay vào đó, sản xuất gạo nếp ngày càng hướng tới việc cung cấp nguyên liệu cho các sản phẩm có giá trị văn hóa và giá trị kinh tế cao. Xu hướng này được phản ánh qua việc giá trung bình của gạo nếp tăng từ khoảng 11.967 yên năm 2014 lên hơn 15.700 yên vào năm 2019 mặc dù sản lượng không tăng tương ứng. Điều đó cho thấy ngành sản xuất hiện nay chú trọng nhiều hơn đến chất lượng giống, giá trị đặc sản địa phương và hiệu quả kinh tế thay vì mở rộng quy mô sản xuất như trước.

Đáng chú ý, mặc dù hoạt động sản xuất đã thay đổi theo hướng hiện đại hóa, các yếu tố truyền thống vẫn tiếp tục được duy trì và trở thành một phần của động lực sản xuất. Nhiều giống gạo nếp đặc sản vẫn được bảo tồn tại các địa phương không

chỉ vì giá trị kinh tế mà còn vì mối liên hệ với các lễ hội, nghi thức tín ngưỡng và nghề chế biến truyền thống. Điều này cho thấy hiện đại hóa không làm mất đi nền tảng văn hóa của hoạt động sản xuất mà thúc đẩy quá trình tái cấu trúc, trong đó các giá trị truyền thống được thích ứng với điều kiện kinh tế - xã hội mới. Nói cách khác, sản xuất gạo nếp tại Nhật Bản hiện nay là kết quả của sự dung hòa giữa yêu cầu phát triển kinh tế và nhu cầu bảo tồn bản sắc văn hóa địa phương.

Nhìn chung, dưới tác động của xã hội hiện đại, hoạt động sản xuất gạo nếp tại Nhật Bản đã chuyển từ mô hình sản xuất phân tán, phục vụ nhu cầu lương thực và sinh hoạt địa phương sang mô hình sản xuất chuyên môn hóa, gắn với chuỗi chế biến thực phẩm và tạo ra giá trị kinh tế cao hơn. Sự biến đổi này không phản ánh sự mai một của văn hóa gạo nếp mà cho thấy khả năng thích ứng của hoạt động sản xuất trước những biến đổi của xã hội hiện đại. Thông qua quá trình tái cấu trúc về quy mô, không gian và mục tiêu sản xuất, gạo nếp vẫn duy trì được vị trí trong nền nông nghiệp Nhật Bản, đồng thời tiếp tục là nền tảng vật chất cho việc bảo tồn và phát triển các giá trị văn hóa truyền thống.

Xét dưới góc độ lý thuyết biến đổi văn hóa, sự thay đổi trong hoạt động sản xuất gạo nếp không phải là sự thay thế hoàn toàn giữa cái cũ và cái mới mà là quá trình thích ứng của một yếu tố văn hóa trước những điều kiện xã hội mới. Hoạt động sản xuất vẫn bảo lưu những yếu tố cốt lõi như giống địa phương, kỹ thuật canh tác và mối liên hệ với các sản phẩm truyền thống, song đồng thời được tổ chức lại theo cơ chế của nền kinh tế hiện đại thông qua chuyên môn hóa vùng nguyên liệu, liên kết với công nghiệp chế biến và định hướng nâng cao giá trị sản phẩm. Điều này cho thấy biến đổi văn hóa trong trường hợp gạo nếp diễn ra chủ yếu dưới hình thức chuyển đổi chức năng và phương thức tồn tại, hơn là sự mất đi của bản thân yếu tố văn hóa. Đây cũng là cơ sở để lý giải vì sao, mặc dù quy mô sản xuất nông nghiệp có xu hướng thu hẹp, gạo nếp vẫn tiếp tục được duy trì và phát triển trong đời sống đương đại của Nhật Bản. ết dưới góc độ lý thuyết biến đổi văn hóa, sự thay đổi trong hoạt động sản xuất gạo nếp không phải là sự thay thế hoàn toàn giữa cái cũ và cái mới mà là quá

trình thích ứng của một yếu tố văn hóa trước những điều kiện xã hội mới. Hoạt động sản xuất vẫn bảo lưu những yếu tố cốt lõi như giống địa phương, kỹ thuật canh tác và mối liên hệ với các sản phẩm truyền thống, song đồng thời được tổ chức lại theo cơ chế của nền kinh tế hiện đại thông qua chuyên môn hóa vùng nguyên liệu, liên kết với công nghiệp chế biến và định hướng nâng cao giá trị sản phẩm. Điều này cho thấy biến đổi văn hóa trong trường hợp gạo nếp diễn ra chủ yếu dưới hình thức chuyển đổi chức năng và phương thức tồn tại, hơn là sự mất đi của bản thân yếu tố văn hóa. Đây cũng là cơ sở để lý giải vì sao, mặc dù quy mô sản xuất nông nghiệp có xu hướng thu hẹp, gạo nếp vẫn tiếp tục được duy trì và phát triển trong đời sống đương đại của Nhật Bản.

4.3. Lưu thông gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp

Bên cạnh hoạt động sản xuất, lưu thông là một mắt xích quan trọng quyết định khả năng duy trì và phát triển của gạo nếp trong đời sống kinh tế - xã hội Nhật Bản. Nếu sản xuất tạo ra nguồn cung nguyên liệu và sản phẩm, thì lưu thông là quá trình kết nối giữa vùng sản xuất với thị trường tiêu dùng thông qua các hoạt động thu mua, chế biến, phân phối và trao đổi thương mại. Trong bối cảnh hiện đại hóa và toàn cầu hóa, hệ thống lưu thông gạo nếp tại Nhật Bản đã có nhiều thay đổi, không chỉ về quy mô và phương thức phân phối mà còn về phạm vi trao đổi giữa các địa phương và với thị trường quốc tế. Những biến đổi này góp phần mở rộng khả năng tiếp cận của người tiêu dùng đối với các sản phẩm từ gạo nếp, đồng thời tạo động lực để ngành sản xuất thích ứng với nhu cầu mới của thị trường.

Để làm rõ quá trình này, mục này trước hết sẽ trình bày thực trạng lưu thông gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp tại Nhật Bản, bao gồm hệ thống phân phối trong nước và hoạt động xuất nhập khẩu. Trên cơ sở đó, luận văn sẽ phân tích sự biến đổi của hoạt động lưu thông dưới tác động của xã hội hiện đại, qua đó làm rõ những thay đổi trong phương thức phân phối, phạm vi lưu thông và vai trò của lưu thông đối với sự biến đổi của văn hóa gạo nếp trong xã hội Nhật Bản đương đại.

4.3.1. Giá gạo nếp và biến động thị trường

Từ bảng số liệu trên có thể thấy tổng sản lượng lúa nước tại Nhật Bản nhìn chung có xu hướng giảm dần trong giai đoạn 2014–2023, từ khoảng 844 vạn tấn xuống còn khoảng 717 vạn tấn. Xu hướng này phản ánh những biến động chung của nông nghiệp Nhật Bản hiện đại trong bối cảnh già hóa dân số nông thôn, thu hẹp diện tích canh tác và sự thay đổi trong cơ cấu tiêu dùng lương thực. Tuy nhiên, trong bức tranh chung đó, sản lượng gạo nếp lại không biến động quá lớn mà duy trì tương đối ổn định quanh mức 28–35 vạn tấn qua nhiều năm.

Một điểm đáng chú ý là dù chỉ chiếm khoảng 3–4% tổng sản lượng lúa nước, tỷ lệ gạo nếp hầu như không thay đổi đáng kể trong suốt giai đoạn khảo sát. Điều này cho thấy gạo nếp không phải loại lương thực có quy mô sản xuất lớn nhưng vẫn duy trì được nhu cầu tương đối ổn định trong đời sống xã hội Nhật Bản hiện đại. Khác với gạo tẻ – vốn chủ yếu gắn với nhu cầu tiêu dùng thường nhật – gạo nếp hiện nay thường được sử dụng trong chế biến các sản phẩm như mochi, bánh gạo hay wagashi truyền thống. Một số sản phẩm trong đó vẫn xuất hiện phổ biến trong các dịp lễ tiết và tiêu dùng theo mùa, đặc biệt vào thời điểm cuối năm và đầu năm mới.

Bên cạnh sản lượng, giá trung bình của gạo nếp cũng cho thấy những đặc điểm riêng của thị trường này. Trong giai đoạn khảo sát, giá gạo nếp dao động chủ yếu trong khoảng từ 11,000 đến 15,000 yên và có xu hướng tăng trong giai đoạn 2016–2019 trước khi giảm nhẹ vào các năm sau đó. Đáng chú ý, biến động giá không hoàn toàn tương ứng với thay đổi về sản lượng. Ví dụ, dù sản lượng gạo nếp sau năm 2017 có xu hướng giảm nhẹ, mức giá vẫn duy trì ở ngưỡng tương đối cao. Điều này cho thấy thị trường gạo nếp không chỉ phụ thuộc vào quy mô sản xuất mà còn chịu tác động từ nhu cầu tiêu dùng và đặc điểm lưu thông riêng của loại nguyên liệu này.

Ngoài ra, tính ổn định tương đối của giá gạo nếp cũng phản ánh việc nhu cầu đối với các sản phẩm từ gạo nếp vẫn được duy trì trong xã hội hiện đại. Trong bối cảnh nhiều tập quán ăn uống truyền thống đã thay đổi mạnh dưới tác động của công nghiệp hóa và đô thị hóa, gạo nếp vẫn giữ được vị trí nhất định trong ngành chế biến thực phẩm Nhật Bản. Điều này có thể liên quan đến việc nhiều sản phẩm từ gạo nếp

tiếp tục được sử dụng trong các dịp lễ tiết, quà biếu theo mùa hoặc các thực hành văn hóa gắn với năm mới và đời sống cộng đồng.

Tuy nhiên, việc sản lượng trong nước không tăng đáng kể trong khi nhu cầu tiêu dùng vẫn tồn tại ổn định cũng cho thấy thị trường gạo nếp Nhật Bản hiện nay không hoàn toàn chỉ phụ thuộc vào nguồn cung nội địa. Trong bối cảnh đó, nhập khẩu gạo nếp và các sản phẩm liên quan được xem là một yếu tố góp phần bổ sung nguồn cung cho thị trường, đặc biệt đối với lĩnh vực chế biến thực phẩm và lưu thông thương mại hiện đại.

4.3.2 Nhập khẩu gạo nếp

Bên cạnh tình hình sản xuất trong nước, nguồn gạo nếp nhập khẩu cũng phản ánh đặc điểm vận hành của thị trường gạo nếp tại Nhật Bản hiện đại. Thông qua số liệu về lượng nhập khẩu và các quốc gia cung cấp chủ yếu, có thể quan sát được mức độ phụ thuộc vào nguồn cung bên ngoài cũng như xu hướng lưu thông của gạo nếp trong giai đoạn gần đây. Biểu đồ 4.3 dưới đây tổng hợp số liệu nhập khẩu và bán gạo nếp tại Nhật Bản từ báo cáo của Hiệp hội công ích: Tổ chức hỗ trợ đảm bảo cung ứng ổn định lương thực năm 2024.

Biểu đồ 4.3: Nhập khẩu và bán gạo nếp tại Nhật Bản



Nguồn: Tổ chức hỗ trợ đảm bảo cung ứng ổn định lương thực

Link: https://www.komenet.jp/komenetmanager/wp-content/uploads/r0710_mochi_status.pdf truy cập ngày 3/7/2026

Dữ liệu về nhập khẩu và bán gạo nếp cho thấy vai trò của nguồn cung từ bên ngoài trong thị trường gạo nếp Nhật Bản tồn tại nhưng ở mức tương đối hạn chế. Trong phần lớn giai đoạn khảo sát, tổng lượng gạo nếp nhập khẩu dao động chủ yếu quanh mức từ 2,000 đến 5,000 tấn, thấp hơn đáng kể so với quy mô sản xuất nội địa. Điều này cho thấy thị trường gạo nếp tại Nhật Bản nhìn chung vẫn dựa chủ yếu vào nguồn cung trong nước, trong khi nhập khẩu chỉ đóng vai trò bổ sung trong một số giai đoạn nhất định.

Xét về cơ cấu nguồn cung, gạo nếp nhập khẩu chủ yếu đến từ Hoa Kỳ và Thái Lan. Trong đó, gạo nếp Mỹ thường chiếm tỷ trọng lớn hơn trong nhiều năm, cho thấy tính ổn định tương đối của nguồn cung này trong thị trường Nhật Bản. Trong khi đó, lượng gạo nếp nhập khẩu từ Thái Lan có biến động mạnh hơn theo từng năm. Đặc biệt, vào năm 2018, lượng gạo nếp Thái Lan tăng đáng kể lên khoảng 1,200 tấn, cao hơn rõ rệt so với các năm trước đó. Điều này có thể phản ánh sự điều chỉnh nguồn cung hoặc nhu cầu bổ sung nguyên liệu trong một số thời điểm nhất định.

Một điểm đáng chú ý khác là lượng nhập khẩu gạo nếp có xu hướng giảm mạnh vào năm 2020, chỉ còn khoảng 2,212 tấn, trước khi phục hồi nhẹ ở các năm sau. Sự biến động này có thể liên quan đến nhiều yếu tố như thay đổi trong lưu thông thương mại quốc tế do dịch bệnh, điều kiện sản xuất hoặc biến động nhu cầu tiêu dùng trong nước. Tuy nhiên, xét tổng thể, quy mô nhập khẩu vẫn duy trì ở mức không quá lớn so với thị trường lúa gạo Nhật Bản nói chung.

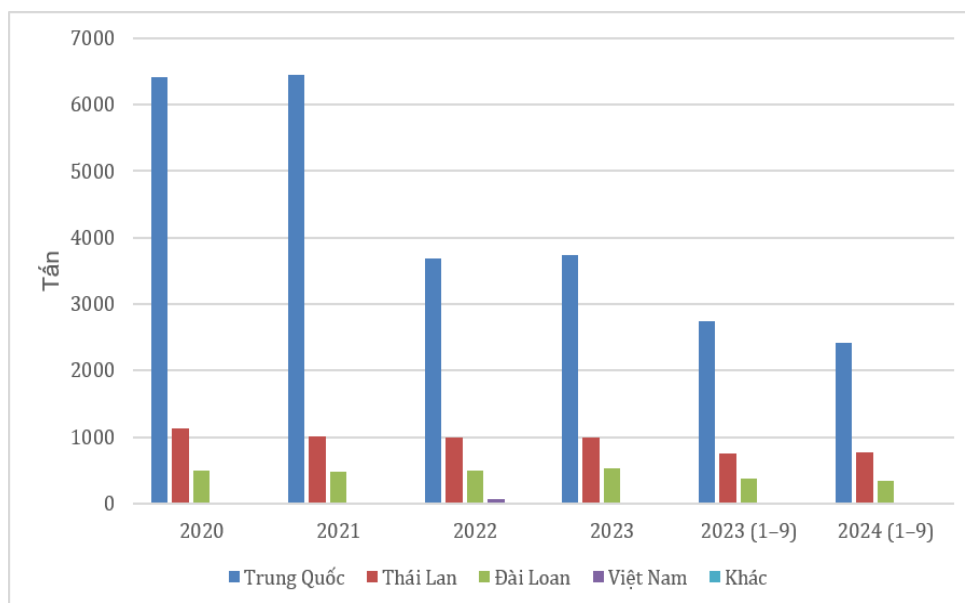
Từ góc độ tiêu dùng, có thể thấy nhu cầu đối với gạo nếp tại Nhật Bản hiện nay vẫn tồn tại tương đối ổn định, đặc biệt trong lĩnh vực chế biến thực phẩm truyền thống. Một phần gạo nếp nhập khẩu có thể được sử dụng trong sản xuất các loại bánh gạo, mochi hoặc các sản phẩm chế biến khác phục vụ thị trường tiêu dùng hiện đại. Dù khó xác định trực tiếp mục đích sử dụng cụ thể chỉ thông qua số liệu nhập khẩu, xu hướng duy trì nguồn cung ổn định qua nhiều năm cho thấy gạo nếp vẫn giữ vị trí nhất định trong ngành thực phẩm Nhật Bản.

Bên cạnh nguyên liệu gạo nếp, thị trường Nhật Bản hiện nay còn ghi nhận sự phát triển mạnh của các sản phẩm chế biến từ gạo nếp như bột gạo, mochi đóng gói hay các loại bánh gạo công nghiệp. Điều này phản ánh xu hướng chuyển dịch từ nguyên liệu thô sang các sản phẩm chế biến có giá trị sử dụng và giá trị thương mại cao hơn trong đời sống xã hội hiện đại.

4.3.3 Nhập khẩu và xuất khẩu sản phẩm từ gạo nếp

Sau khi xem xét tình hình sản xuất và tiêu thụ trong nước, có thể thấy thị trường bánh gạo tại Nhật Bản vẫn chủ yếu dựa trên nền tảng nội địa. Tuy nhiên, bên cạnh nguồn cung trong nước, một bộ phận sản phẩm bánh gạo vẫn được nhập khẩu từ các quốc gia châu Á như Trung Quốc, Thái Lan, Đài Loan và Việt Nam. Vì vậy, mục này sẽ khảo sát lượng nhập khẩu bánh gạo vào Nhật Bản theo quốc gia trong giai đoạn 2020–2024, qua đó làm rõ quy mô, xu hướng biến động và vai trò tương đối của nguồn cung nước ngoài trong thị trường bánh gạo hiện nay.

Biểu đồ 4.4: Lượng nhập khẩu bánh gạo theo quốc gia



Nguồn: Tổ chức hỗ trợ đảm bảo cung ứng ổn định lương thực

Link: https://www.komenet.jp/komenetmanager/wp-content/uploads/r0710_mochi_status.pdf truy cập ngày 3/7/2026

Biểu đồ 4.4 cho thấy tình hình nhập khẩu bánh gạo của Nhật Bản theo từng quốc gia trong giai đoạn từ năm 2020 đến năm 2024. Có thể thấy rằng tổng lượng nhập khẩu bánh gạo nhìn chung có xu hướng giảm dần qua các năm. Nếu năm 2020 tổng lượng nhập khẩu đạt khoảng 8.050 tấn thì đến năm 2023 giảm xuống còn 5.289 tấn. Trong giai đoạn từ tháng 1 đến tháng 9 năm 2024, lượng nhập khẩu tiếp tục duy trì ở mức thấp hơn so với cùng kỳ năm trước. Điều này cho thấy thị trường bánh gạo tại Nhật Bản hiện nay vẫn chủ yếu dựa trên hoạt động sản xuất trong nước, trong khi nhu cầu nhập khẩu không quá lớn.

Trong số các quốc gia xuất khẩu bánh gạo vào Nhật Bản, Trung Quốc luôn chiếm tỷ trọng lớn nhất. Năm 2020, lượng nhập khẩu từ Trung Quốc đạt khoảng 6.414 tấn và duy trì ở mức cao hơn đáng kể so với các quốc gia khác trong toàn bộ giai đoạn khảo sát. Tuy nhiên, số liệu cũng cho thấy lượng nhập khẩu từ Trung Quốc có xu hướng giảm dần trong những năm gần đây. Điều này có thể phản ánh sự thay đổi

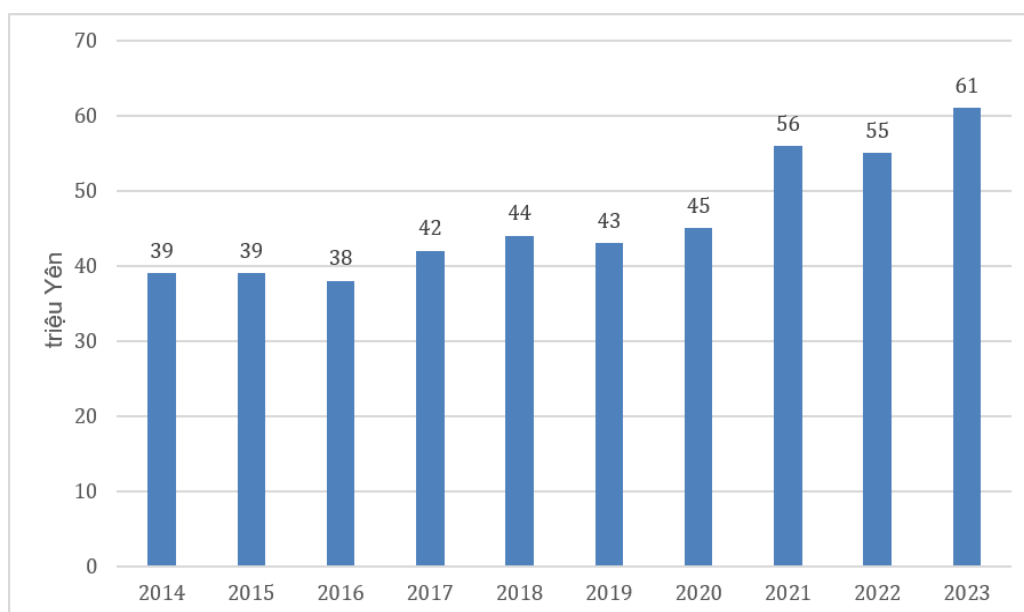
trong nhu cầu thị trường hoặc xu hướng ưu tiên sản phẩm nội địa đối với nhóm thực phẩm mang tính truyền thống tại Nhật Bản.

Bên cạnh Trung Quốc, Thái Lan cũng là quốc gia có lượng xuất khẩu bánh gạo vào Nhật Bản tương đối ổn định, dao động quanh mức khoảng 1.000 tấn mỗi năm. Trong khi đó, Đài Loan duy trì quy mô nhập khẩu nhỏ hơn, khoảng trên dưới 500 tấn. Đối với Việt Nam và các quốc gia khác, lượng nhập khẩu nhìn chung không đáng kể. Điều này cho thấy hoạt động nhập khẩu bánh gạo tại Nhật Bản hiện nay chủ yếu tập trung vào một số quốc gia châu Á có văn hóa tiêu dùng gạo tương đồng và có khả năng sản xuất các sản phẩm từ gạo phù hợp với thị trường Nhật Bản.

Mặt khác, dù tồn tại hoạt động nhập khẩu, tổng quy mô nhập khẩu bánh gạo vào Nhật Bản nhìn chung vẫn tương đối nhỏ nếu so với mức sản xuất và tiêu thụ nội địa đã trình bày ở các phần trước. Điều này phần nào cho thấy các sản phẩm bánh gạo tại Nhật Bản hiện nay vẫn mang tính nội địa hóa tương đối cao, đặc biệt đối với các sản phẩm gắn với văn hóa ẩm thực truyền thống và tiêu dùng theo mùa. Đồng thời, việc Nhật Bản vẫn duy trì nhập khẩu từ các quốc gia châu Á cũng phản ánh sự mở rộng và đa dạng hóa nguồn cung trong bối cảnh thị trường thực phẩm hiện đại.

Ngoài hoạt động nhập khẩu, các sản phẩm bánh gạo của Nhật Bản hiện nay cũng được xuất khẩu ra thị trường nước ngoài với quy mô ngày càng đáng chú ý. Vì vậy, bên cạnh việc xem xét nguồn cung từ nước ngoài vào Nhật Bản, cần tiếp tục xem xét khảo sát xu hướng xuất khẩu các sản phẩm bánh gạo của Nhật Bản trong những năm gần đây nhằm làm rõ hơn vị trí của nhóm sản phẩm này trong thị trường thực phẩm hiện đại.

Biểu đồ 4.5: Tình hình xuất khẩu bánh gạo



Nguồn: Tổ chức hỗ trợ đảm bảo cung ứng ổn định lương thực

Link: https://www.komenet.jp/komenetmanager/wp-content/uploads/r0710_mochi_status.pdf truy cập ngày 3/7/2026

Biểu đồ 4.5 cho thấy tình hình xuất khẩu bánh gạo của Nhật Bản trong giai đoạn 2014–2023 nhìn chung có xu hướng tăng lên theo thời gian. Nếu năm 2014 giá trị xuất khẩu đạt khoảng 39 triệu yên thì đến năm 2023 đã tăng lên 61 triệu yên, tương đương mức tăng đáng kể so với giai đoạn đầu khảo sát. Dù có một số biến động nhẹ trong các năm 2015–2020, xu hướng chung vẫn cho thấy sự mở rộng của thị trường bánh gạo Nhật Bản ở nước ngoài.

Đáng chú ý, từ khoảng năm 2021 trở đi, giá trị xuất khẩu tăng mạnh hơn so với các năm trước đó. Năm 2021 đạt khoảng 56 triệu yên, sau đó duy trì ở mức cao trong năm 2022 và tiếp tục tăng vào năm 2023. Điều này cho thấy các sản phẩm bánh gạo của Nhật Bản hiện nay không chỉ được tiêu dùng trong thị trường nội địa mà còn dần mở rộng vị trí trong thị trường thực phẩm quốc tế.

Sự gia tăng xuất khẩu này có thể được xem là kết quả của quá trình thương mại hóa và đa dạng hóa các sản phẩm bánh gạo trong xã hội Nhật Bản hiện đại. Nếu trước đây nhiều sản phẩm từ gạo nếp chủ yếu gắn với tiêu dùng nội địa hoặc các dịp lễ tiết truyền thống, thì hiện nay các sản phẩm này đã được phát triển dưới dạng thực

phẩm đóng gói, quà tặng hoặc đồ ăn nhẹ phù hợp với thị trường quốc tế. Đặc biệt, các sản phẩm bánh gạo như arare hay senbei có ưu thế tương đối lớn trong xuất khẩu nhờ thời hạn bảo quản dài và khả năng lưu thông thuận lợi.

Mặt khác, xu hướng gia tăng xuất khẩu cũng phản ánh sự mở rộng của văn hóa ẩm thực Nhật Bản ra nước ngoài trong những năm gần đây. Cùng với sự phổ biến của washoku (和食), nhiều sản phẩm truyền thống từ gạo như mochi, arare hay senbei cũng dần được biết đến nhiều hơn ngoài Nhật Bản. Điều này cho thấy các sản phẩm bánh gạo hiện nay không chỉ mang ý nghĩa của thực phẩm tiêu dùng thông thường mà còn trở thành một phần của quá trình lan tỏa văn hóa ẩm thực Nhật Bản trong bối cảnh toàn cầu hóa.

Sự gia tăng giá trị xuất khẩu cho thấy các sản phẩm bánh gạo Nhật Bản hiện nay không còn giới hạn trong phạm vi văn hóa tiêu dùng nội địa mà đã trở thành một phần của thị trường thực phẩm quốc tế. Tuy nhiên, điều này cũng đặt ra câu hỏi rằng khi các sản phẩm từ gạo nếp ngày càng được thương mại hóa và tiêu dùng đại chúng, vai trò văn hóa vốn gắn với chúng trong đời sống Nhật Bản hiện nay đã thay đổi đến mức nào. Vì vậy, bên cạnh hoạt động sản xuất và lưu thông, xu hướng tiêu dùng các sản phẩm từ gạo nếp cũng là một phương diện cần được xem xét.

Qua những số liệu trên có thể thấy, hoạt động lưu thông gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp tại Nhật Bản hiện nay được tổ chức tương đối ổn định, với nguồn cung chủ yếu dựa vào sản xuất trong nước, đồng thời có sự tham gia của hoạt động xuất nhập khẩu nhằm bổ sung nguồn cung và mở rộng thị trường tiêu thụ. Bên cạnh đó, các sản phẩm từ gạo nếp ngày càng được lưu thông dưới nhiều hình thức khác nhau, từ nguyên liệu đến các sản phẩm chế biến, phản ánh sự phát triển của hệ thống phân phối và thương mại thực phẩm hiện đại. Tuy nhiên, những đặc điểm này không phải là kết quả của một quá trình phát triển tự nhiên mà được hình thành thông qua những biến đổi của xã hội Nhật Bản dưới tác động của hiện đại hóa, toàn cầu hóa và sự thay đổi trong cơ cấu kinh tế - xã hội. Vì vậy, để làm rõ hơn sự vận động của hoạt động lưu thông gạo nếp trong bối cảnh đương đại, phần tiếp theo sẽ phân tích những biến đổi của hoạt động lưu thông dưới tác động của xã hội hiện đại, qua đó làm rõ sự

chuyển dịch về phạm vi, phương thức và vai trò của lưu thông đối với gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp tại Nhật Bản.

Qua những số liệu trên có thể thấy, hoạt động lưu thông gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp tại Nhật Bản hiện nay được tổ chức tương đối ổn định, với nguồn cung chủ yếu dựa vào sản xuất trong nước, đồng thời có sự tham gia của hoạt động xuất nhập khẩu nhằm bổ sung nguồn cung và mở rộng thị trường tiêu thụ. Bên cạnh đó, các sản phẩm từ gạo nếp ngày càng được lưu thông dưới nhiều hình thức khác nhau, từ nguyên liệu đến các sản phẩm chế biến, phản ánh sự phát triển của hệ thống phân phối và thương mại thực phẩm hiện đại. Tuy nhiên, những đặc điểm này không phải là kết quả của một quá trình phát triển tự nhiên mà được hình thành thông qua những biến đổi của xã hội Nhật Bản dưới tác động của hiện đại hóa, toàn cầu hóa và sự thay đổi trong cơ cấu kinh tế - xã hội. Vì vậy, để làm rõ hơn sự vận động của hoạt động lưu thông gạo nếp trong bối cảnh đương đại, phần tiếp theo sẽ phân tích những biến đổi của hoạt động lưu thông dưới tác động của xã hội hiện đại, qua đó làm rõ sự chuyển dịch về phạm vi, phương thức và vai trò của lưu thông đối với gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp tại Nhật Bản.

4.3.4 Sự biến đổi trong lưu thông dưới tác động của xã hội hiện đại

Dưới tác động của quá trình hiện đại hóa, hoạt động lưu thông gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp tại Nhật Bản đã có nhiều thay đổi cả về phạm vi, phương thức và đối tượng lưu thông. Nếu trong xã hội truyền thống, việc trao đổi gạo nếp chủ yếu diễn ra trong phạm vi địa phương nhằm phục vụ nhu cầu sinh hoạt và các nghi lễ của cộng đồng thì cùng với sự phát triển của hệ thống giao thông, thương mại và mạng lưới phân phối hiện đại, hoạt động lưu thông ngày càng mở rộng cả trong nước lẫn quốc tế. Quá trình này không chỉ làm thay đổi cách thức gạo nếp được phân phối mà còn góp phần làm biến đổi vai trò của gạo nếp trong đời sống kinh tế và văn hóa Nhật Bản.

Trước hết, phạm vi lưu thông đã chuyển từ tính địa phương sang phạm vi toàn quốc. Trong xã hội truyền thống, gạo nếp thường được sản xuất và tiêu dùng ngay tại địa phương, việc trao đổi giữa các vùng còn hạn chế do điều kiện giao thông và khả

năng bảo quản chưa phát triển. Tuy nhiên, cùng với quá trình đô thị hóa và hiện đại hóa hệ thống logistics, các vùng sản xuất chuyên môn hóa như Hokkaido, Niigata, Akita hay Saga có thể cung ứng nguyên liệu và sản phẩm cho thị trường trên phạm vi cả nước. Nhờ đó, các sản phẩm từ gạo nếp không còn bị giới hạn bởi địa bàn sản xuất mà trở thành mặt hàng có mặt phổ biến trong hệ thống siêu thị, cửa hàng tiện lợi và các chuỗi bán lẻ hiện đại. Hoạt động lưu thông vì vậy không chỉ đóng vai trò vận chuyển hàng hóa mà còn góp phần kết nối giữa vùng sản xuất và thị trường tiêu dùng trên quy mô quốc gia.

Bên cạnh sự mở rộng về không gian, đối tượng lưu thông cũng có sự chuyển dịch từ nguyên liệu sang các sản phẩm chế biến có giá trị gia tăng cao. Nếu trước đây hoạt động trao đổi chủ yếu tập trung vào gạo nếp nguyên liệu thì hiện nay các sản phẩm như bột gạo, mochi, senbei hay arare chiếm vị trí ngày càng quan trọng trong hệ thống lưu thông. Điều này phản ánh sự phát triển của ngành công nghiệp chế biến thực phẩm, trong đó giá trị của gạo nếp không còn nằm chủ yếu ở nguyên liệu mà được nâng lên thông qua quá trình chế biến, đóng gói và xây dựng thương hiệu. Sự chuyển dịch này cũng phù hợp với xu hướng tiêu dùng hiện đại khi người tiêu dùng ưu tiên các sản phẩm tiện lợi, có thời hạn bảo quản dài và dễ dàng phân phối trên phạm vi rộng.

Một biến đổi đáng chú ý khác là sự mở rộng của lưu thông quốc tế. Mặc dù thị trường gạo nếp Nhật Bản vẫn chủ yếu dựa vào nguồn cung trong nước, hoạt động nhập khẩu và xuất khẩu đã trở thành một bộ phận của hệ thống lưu thông hiện đại. Đối với nguyên liệu gạo nếp, lượng nhập khẩu nhìn chung không lớn và chủ yếu đến từ Hoa Kỳ và Thái Lan nhằm bổ sung nguồn cung trong những thời điểm cần thiết. Điều này cho thấy thị trường trong nước vẫn giữ vai trò trung tâm, song lưu thông đã không còn hoàn toàn khép kín như trước mà có sự liên kết nhất định với thị trường quốc tế. Ngược lại, ở chiều xuất khẩu, giá trị xuất khẩu các sản phẩm bánh gạo có xu hướng tăng khá rõ trong giai đoạn 2014–2023, đặc biệt từ năm 2021 trở đi. Điều này phản ánh sự mở rộng của thị trường tiêu thụ đối với các sản phẩm từ gạo nếp Nhật

Bản, đồng thời cho thấy lưu thông hiện nay không chỉ hướng tới nhu cầu trong nước mà còn tham gia vào chuỗi thương mại quốc tế.

Sự thay đổi của hoạt động lưu thông còn thể hiện ở sự chuyển dịch về chức năng. Nếu trước đây lưu thông chủ yếu nhằm phân phối lương thực phục vụ nhu cầu sinh hoạt của cộng đồng thì trong xã hội hiện đại, lưu thông ngày càng gắn với cơ chế thị trường và hoạt động thương mại. Các sản phẩm từ gạo nếp được tiêu chuẩn hóa, đóng gói, xây dựng thương hiệu và phân phối thông qua hệ thống bán lẻ hiện đại, thương mại điện tử cũng như các kênh xuất khẩu. Nhờ đó, lưu thông không chỉ đảm bảo chức năng đưa sản phẩm từ nơi sản xuất đến nơi tiêu dùng mà còn trở thành phương tiện gia tăng giá trị kinh tế, mở rộng thị trường và nâng cao sức cạnh tranh của các sản phẩm truyền thống.

Đáng chú ý, quá trình hiện đại hóa không làm mất đi bản sắc của hoạt động lưu thông mà làm thay đổi phương thức biểu hiện của nó. Những sản phẩm như mochi, senbei hay arare vẫn gắn với các giá trị văn hóa truyền thống, tuy nhiên chúng không còn chỉ xuất hiện trong các lễ hội hay dịp đặc biệt mà được lưu thông quanh năm dưới dạng hàng hóa thương mại. Đồng thời, cùng với sự phổ biến của ẩm thực Nhật Bản trên thế giới, các sản phẩm từ gạo nếp còn trở thành phương tiện quảng bá văn hóa Nhật Bản ra nước ngoài. Điều này cho thấy lưu thông hiện nay không chỉ mang ý nghĩa kinh tế mà còn góp phần thúc đẩy quá trình lan tỏa văn hóa trong bối cảnh toàn cầu hóa.

Nhìn chung, dưới tác động của xã hội hiện đại, hoạt động lưu thông gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp đã chuyển từ mô hình lưu thông mang tính địa phương, phục vụ chủ yếu nhu cầu cộng đồng sang mô hình lưu thông hiện đại dựa trên mạng lưới phân phối toàn quốc và thương mại quốc tế. Quá trình này phản ánh sự thích ứng của văn hóa gạo nếp trước những biến đổi của xã hội hiện đại: giá trị truyền thống vẫn được duy trì nhưng được truyền tải thông qua các cơ chế lưu thông và thương mại mới. Xét dưới góc độ biến đổi văn hóa, đây là sự chuyển đổi về phương thức tồn tại và không gian lưu thông của gạo nếp, từ một sản phẩm chủ yếu gắn với cộng đồng

địa phương trở thành hàng hóa văn hóa có khả năng lưu thông rộng rãi trong nền kinh tế hiện đại và trên thị trường quốc tế.

Sự thay đổi của hoạt động lưu thông không chỉ làm biến đổi cách thức gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp được phân phối trên thị trường mà còn tạo điều kiện để các sản phẩm này tiếp cận rộng rãi hơn với người tiêu dùng. Nhờ sự phát triển của hệ thống phân phối hiện đại và sự mở rộng của mạng lưới thương mại, nhiều sản phẩm vốn gắn với phạm vi địa phương hoặc chỉ xuất hiện trong các dịp lễ tết đã trở thành những mặt hàng được tiêu dùng phổ biến trong đời sống hằng ngày. Điều đó cho thấy sự biến đổi trong lưu thông là một trong những tiền đề quan trọng dẫn đến sự thay đổi trong hoạt động tiêu dùng. Vì vậy, phần tiếp theo sẽ tập trung phân tích thực trạng tiêu dùng cũng như những biến đổi trong tiêu dùng gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp dưới tác động của xã hội hiện đại.

4.4. Tiêu dùng gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp

Tiêu dùng là khâu phản ánh trực tiếp nhất sự biến đổi của văn hóa gạo nếp trong đời sống xã hội. Nếu hoạt động sản xuất và lưu thông cho thấy sự thay đổi về cách thức tạo ra và phân phối sản phẩm, thì hoạt động tiêu dùng thể hiện sự thay đổi trong nhu cầu, thói quen sử dụng và ý nghĩa văn hóa mà con người gán cho gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp. Dưới tác động của hiện đại hóa, đô thị hóa, già hóa dân số và sự thay đổi trong lối sống, việc tiêu dùng gạo nếp tại Nhật Bản đã có nhiều chuyển biến cả về không gian, thời điểm và hình thức sử dụng. Vì vậy, để làm rõ đặc điểm tiêu dùng hiện nay, trước hết cần xem xét xu hướng tiêu dùng theo từng khu vực, qua đó làm rõ sự khác biệt về nhu cầu và mức độ duy trì văn hóa gạo nếp giữa các địa phương.

4.4.1. Xu hướng tiêu dùng theo khu vực

Như đã trình bày ở các phần trước, các sản phẩm từ gạo nếp tại Nhật Bản hiện nay vừa mang tính thương mại, vừa duy trì mối liên hệ nhất định với văn hóa tiêu dùng truyền thống. Tuy nhiên, mức độ tiêu dùng các sản phẩm này không hoàn toàn

giống nhau giữa các địa phương, mà có sự khác biệt tùy theo đặc điểm văn hóa và tập quán sinh hoạt của từng khu vực. Vì vậy, phần tiếp theo sẽ tập trung xem xét xu hướng tiêu dùng các sản phẩm từ gạo nếp theo khu vực tại Nhật Bản.

Bảng 4.3: Sản lượng tiêu thụ gạo nếp (dùng làm lương thực chính) theo tỉnh/thành

Đơn vị: Tấn

Thứ hạng	Năm 2016	Năm 2017	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020
1	Niigata (28,670)	Tokyo (21,131)	Niigata (20,010)	Tokyo (22,296)	Niigata (14,386)
2	Tokyo (19,098)	Niigata (20,533)	Tokyo (18,587)	Niigata (20,533)	Tokyo (13,454)
3	Hokkaido (9,363)	Hokkaido (7,426)	Aichi (5,932)	Aichi (6,141)	Hokkaido (5,935)
4	Aichi (6,648)	Aichi (6,400)	Hokkaido (5,116)	Hyogo (5,649)	Hyogo (4,620)
5	Hyogo (3,456)	Hyogo (3,700)	Hyogo (4,121)	Hokkaido (5,511)	Aichi (4,213)
Tổng 1–5	67,235 (69%)	59,358 (65%)	53,766 (59%)	60,130 (65%)	42,608 (71%)
6	Fukuoka (2,463)	Fukuoka (2,952)	Fukuoka (3,075)	Fukuoka (3,398)	Kanagawa (1,703)
7	Kumamoto (2,290)	Gifu (2,149)	Kumamoto (2,744)	Kanagawa (2,611)	Tochigi (1,299)
8	Shimane (2,236)	Kanagawa (2,141)	Gifu (2,655)	Kumamoto (2,322)	Kumamoto (1,262)
9	Gifu (2,198)	Kumamoto (2,109)	Miyagi (2,550)	Toyama (2,194)	Gifu (1,200)
10	Kanagawa (2,103)	Osaka (1,829)	Kanagawa (2,094)	Gifu (1,989)	Toyama (1,074)

Tổng	78,52	70,80	66,88	72,64	49,14
1–10	5 (81%)	7 (78%)	4 (74%)	4 (79%)	6 (82%)

Nguồn: Tổ chức hỗ trợ đảm bảo cung ứng ổn định lương thực

Link: https://www.komenet.jp/komenetmanager/wp-content/uploads/r0710_mochi_status.pdf truy cập ngày 3/7/2026

Bảng 4.3 cho thấy sản lượng tiêu thụ gạo nếp dùng làm lương thực chính tại Nhật Bản có sự phân bố không đồng đều giữa các địa phương. Có thể nhận thấy rằng trong nhiều năm liên tiếp từ 2016 đến 2020, một số tỉnh như Niigata, Tokyo và Hokkaido luôn nằm trong nhóm có mức tiêu thụ cao nhất. Điều này cho thấy xu hướng tiêu dùng các sản phẩm từ gạo nếp tại Nhật Bản hiện nay không diễn ra đồng nhất giữa các khu vực mà chịu ảnh hưởng bởi đặc điểm dân cư, văn hóa tiêu dùng và tập quán ẩm thực của từng địa phương.

Đáng chú ý, Niigata liên tục đứng ở vị trí cao trong hầu hết các năm khảo sát. Đây vốn là địa phương nổi tiếng với sản xuất gạo và các sản phẩm từ gạo nếp tại Nhật Bản, đặc biệt là các loại mochi và bánh gạo truyền thống. Trong giai đoạn từ năm 2016 đến năm 2020, lượng tiêu thụ của Niigata luôn duy trì ở mức cao, dao động từ khoảng 14.386 đến 28.670 tấn. Điều này cho thấy tại một số địa phương có truyền thống sản xuất gạo mạnh, các sản phẩm từ gạo nếp hiện nay vẫn giữ vị trí tương đối quan trọng trong đời sống ẩm thực địa phương.

Bên cạnh Niigata, Tokyo cũng liên tục nằm trong nhóm địa phương có mức tiêu thụ cao. Tuy Tokyo không phải khu vực sản xuất gạo nếp lớn, nhưng lại là trung tâm tiêu dùng với quy mô dân số đông và hệ thống lưu thông thực phẩm phát triển mạnh. Điều này cho thấy xu hướng tiêu dùng các sản phẩm từ gạo nếp hiện nay không chỉ gắn với các địa phương sản xuất truyền thống mà còn mở rộng mạnh tại các khu vực đô thị lớn thông qua quá trình thương mại hóa và phân phối sản phẩm.

Ngoài ra, Hokkaido, Aichi và Hyogo cũng thường xuyên xuất hiện trong nhóm địa phương có mức tiêu thụ cao. Các khu vực này đều có đặc điểm riêng trong văn hóa tiêu dùng bánh gạo và thực phẩm chế biến từ gạo. Đặc biệt, Hokkaido và Niigata đều là những địa phương nổi tiếng với các giống gạo nếp và sản phẩm mochi địa

phương, trong khi Aichi hay Hyogo lại có thị trường tiêu dùng thực phẩm phát triển mạnh. Điều này cho thấy hoạt động tiêu dùng gạo nếp tại Nhật Bản hiện nay chịu tác động đồng thời từ cả yếu tố sản xuất địa phương lẫn đặc điểm thị trường tiêu dùng hiện đại.

Một điểm đáng chú ý khác là tỷ lệ tiêu thụ tập trung tại nhóm địa phương đứng đầu tương đối cao. Trong nhiều năm khảo sát, riêng nhóm 5 địa phương đứng đầu đã chiếm khoảng 59%–71% tổng lượng tiêu thụ, trong khi nhóm 10 địa phương đứng đầu chiếm khoảng 74%–82%. Điều này phản ánh sự tập trung tương đối rõ của hoạt động tiêu dùng gạo nếp tại một số khu vực nhất định thay vì phân bố đồng đều trên toàn quốc.

Từ bảng số liệu trên có thể thấy rằng xu hướng tiêu dùng các sản phẩm từ gạo nếp tại Nhật Bản hiện nay vừa mang tính địa phương, vừa chịu ảnh hưởng của quá trình thương mại hóa và đô thị hóa. Đồng thời, sự khác biệt về mức tiêu thụ giữa các khu vực cũng cho thấy các sản phẩm từ gạo nếp hiện nay vẫn phần nào gắn với đặc điểm văn hóa và tập quán ẩm thực của từng địa phương trong xã hội Nhật Bản.

Mức độ tiêu dùng các sản phẩm từ gạo nếp có sự tập trung tương đối rõ ở một số địa phương nhất định.

Xét dưới góc độ lý thuyết tiếp biến văn hóa, văn hóa ẩm thực của mỗi địa phương là kết quả của quá trình tiếp nhận, chọn lọc và dung hợp giữa các yếu tố truyền thống với những ảnh hưởng từ bên ngoài trong suốt quá trình phát triển lịch sử. Vì vậy, mặc dù cùng thuộc không gian văn hóa Nhật Bản, mỗi địa phương lại hình thành những tập quán sử dụng gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp khác nhau. Những vùng có truyền thống sản xuất gạo nếp lâu đời như Niigata hay Hokkaido vẫn duy trì mức tiêu dùng cao do gạo nếp tiếp tục được sử dụng trong các món ăn địa phương, lễ hội và đời sống thường nhật. Ngược lại, tại các đô thị lớn như Tokyo, mức tiêu dùng cao không bắt nguồn từ truyền thống sản xuất mà là kết quả của quá trình tiếp nhận các sản phẩm và văn hóa ẩm thực từ nhiều địa phương thông qua sự phát triển của hệ thống thương mại và phân phối hiện đại. Điều này cho thấy sự tiếp biến văn hóa

không làm mất đi bản sắc vùng miền mà tạo ra những hình thức tiêu dùng mới phù hợp với điều kiện kinh tế - xã hội của từng địa phương.

Bên cạnh đó, dưới góc độ lý thuyết biến đổi văn hóa, sự khác biệt giữa các khu vực còn phản ánh quá trình thích ứng của văn hóa gạo nếp trước những biến đổi của xã hội hiện đại. Quá trình đô thị hóa, sự phát triển của hệ thống giao thông, logistics và mạng lưới bán lẻ đã làm cho các sản phẩm từ gạo nếp không còn bị giới hạn trong phạm vi địa phương sản xuất mà có thể lưu thông và tiêu dùng trên phạm vi toàn quốc. Tuy nhiên, sự lan tỏa này không dẫn đến sự đồng nhất hoàn toàn trong hành vi tiêu dùng. Thay vào đó, mỗi địa phương tiếp nhận và sử dụng các sản phẩm từ gạo nếp theo những cách khác nhau, chịu ảnh hưởng của đặc điểm dân cư, cơ cấu kinh tế, lối sống và truyền thống văn hóa sẵn có. Nói cách khác, biến đổi văn hóa trong trường hợp này diễn ra theo hướng thích ứng và tái cấu trúc, trong đó các giá trị truyền thống vẫn được duy trì nhưng được biểu hiện thông qua những phương thức tiêu dùng mới.

Có thể thấy rằng, sự khác biệt về tiêu dùng giữa các địa phương không phải là biểu hiện của sự phân hóa hay đứt gãy văn hóa, mà phản ánh tính đa dạng trong quá trình biến đổi của văn hóa gạo nếp tại Nhật Bản. Dưới tác động của xã hội hiện đại, các sản phẩm từ gạo nếp vừa mở rộng phạm vi tiêu dùng nhờ quá trình thương mại hóa và lưu thông hiện đại, vừa tiếp tục bảo lưu những đặc trưng văn hóa của từng địa phương. Đây cũng là đặc điểm điển hình của quá trình biến đổi văn hóa, khi yếu tố văn hóa không biến mất mà liên tục được điều chỉnh, tái tạo và thích ứng với bối cảnh xã hội mới.

Sự khác biệt về mức độ tiêu dùng giữa các địa phương cho thấy hoạt động tiêu dùng gạo nếp tại Nhật Bản chịu ảnh hưởng của điều kiện tự nhiên, đặc điểm văn hóa vùng miền và quá trình phát triển kinh tế - xã hội của từng khu vực. Tuy nhiên, các số liệu theo địa phương mới phản ánh xu hướng tiêu dùng ở cấp độ vĩ mô, chưa làm rõ cách thức các sản phẩm từ gạo nếp hiện diện trong đời sống hằng ngày của người dân. Trong bối cảnh hiện đại, nhiều sản phẩm từ gạo nếp đã chuyển từ vai trò là thực phẩm mang tính nghi lễ sang trở thành mặt hàng tiêu dùng thường xuyên trong các

hộ gia đình với mục đích và tần suất sử dụng đa dạng hơn. Vì vậy, để làm rõ hơn sự biến đổi trong văn hóa tiêu dùng gạo nếp, cần tiếp tục xem xét xu hướng tiêu dùng ở cấp độ hộ gia đình, qua đó phản ánh trực tiếp hành vi tiêu dùng và vị trí của các sản phẩm từ gạo nếp trong đời sống thường nhật của người dân Nhật Bản.

4.3.2. Xu hướng tiêu dùng của hộ gia đình

Bên cạnh hoạt động lưu thông và thương mại hóa trên thị trường, mức độ hiện diện của các sản phẩm từ gạo nếp trong đời sống thường nhật của người dân cũng là một vấn đề đáng chú ý. Trong đó, mochi – sản phẩm tiêu biểu từ gạo nếp tại Nhật Bản – không chỉ xuất hiện trong các dịp lễ tết mà còn được tiêu dùng trong sinh hoạt hằng ngày của các hộ gia đình. Vì vậy, việc xem xét mức chi tiêu và lượng mua mochi theo hộ gia đình sẽ góp phần làm rõ xu hướng tiêu dùng các sản phẩm từ gạo nếp ở cấp độ đời sống thường nhật. Trên cơ sở đó, bảng dưới đây sẽ trình bày sự biến động về mức chi tiêu và lượng mua mochi của các hộ gia đình Nhật Bản trong giai đoạn 2014–2023, từ đó phân tích xu hướng tiêu dùng, mức độ duy trì của mochi trong sinh hoạt hằng ngày cũng như những thay đổi trong cách tiếp cận các sản phẩm từ gạo nếp trong xã hội Nhật Bản hiện đại.

Bảng 4.4: Lượng mua, chi tiêu cho mochi theo hộ gia đình

Năm	Số người/hộ	Chi tiêu mochi (yên)	Lượng mua mochi (g)	Chi tiêu gạo (yên)	Lượng mua gạo (kg)
2014	3.03	1867	2432	25108	73.05
2015	3.02	1911	2417	22981	69.51
2016	2.99	1858	2459	23522	68.74
2017	2.98	1855	2423	23681	67.27
2018	2.98	1699	2250	24314	65.75
2019	2.97	1726	2229	23212	62.20

2020	2.95	1829	2389	23920	64.53
2021	2.93	1726	2125	21862	60.80
2022	2.91	1703	2242	19825	57.38
2023	2.90	1676	2120	20397	56.65

Nguồn: Tổ chức hỗ trợ đảm bảo cung ứng ổn định lương thực

Link: https://www.komenet.jp/komenetmanager/wp-content/uploads/r0710_mochi_status.pdf truy cập ngày 3/7/2026

Bảng 4.4 cho thấy tình hình chi tiêu và lượng mua mochi theo hộ gia đình tại Nhật Bản trong giai đoạn 2014–2023. Có thể nhận thấy rằng, cùng với xu hướng giảm dần về số người trung bình trong mỗi hộ gia đình, mức chi tiêu và lượng mua đối với mochi cũng có xu hướng giảm nhẹ theo thời gian. Điều này phản ánh những biến đổi nhất định trong cơ cấu tiêu dùng thực phẩm của hộ gia đình Nhật Bản hiện nay.

Trước hết, số người trung bình trong mỗi hộ gia đình giảm từ 3,03 người năm 2014 xuống còn khoảng 2,90 người vào năm 2023. Sự thay đổi này phản ánh xu hướng già hóa dân số và gia tăng các hộ gia đình quy mô nhỏ tại Nhật Bản trong những năm gần đây. Trong bối cảnh đó, lượng mua mochi theo hộ gia đình cũng giảm từ khoảng 2.432g xuống còn khoảng 2.120g vào năm 2023. Mức chi tiêu cho mochi nhìn chung dao động quanh khoảng 1.600–1.900 yên mỗi năm, nhưng xu hướng tổng thể vẫn là giảm nhẹ so với giai đoạn đầu khảo sát.

Đáng chú ý, xu hướng giảm này không chỉ xuất hiện ở mochi mà còn thể hiện ở hoạt động tiêu dùng gạo nói chung. Lượng mua gạo theo hộ gia đình giảm từ 73,05kg năm 2014 xuống còn 56,65kg vào năm 2023, trong khi mức chi tiêu cho gạo cũng có xu hướng giảm trong phần lớn giai đoạn khảo sát. Điều này cho thấy trong xã hội Nhật Bản hiện đại, các sản phẩm từ gạo nói chung đang chịu tác động từ sự thay đổi trong cấu trúc bữa ăn và lối sống của người dân.

Tuy nhiên, dù lượng mua và chi tiêu có xu hướng giảm, mochi vẫn duy trì được mức tiêu dùng tương đối ổn định trong đời sống hộ gia đình Nhật Bản. So với nhiều loại thực phẩm mang tính mùa vụ khác, mức tiêu dùng mochi không biến động quá mạnh giữa các năm mà tiếp tục xuất hiện như một sản phẩm quen thuộc trong

sinh hoạt thường nhật cũng như trong các dịp lễ tết. Điều này cho thấy mochi hiện nay vừa tồn tại như một loại thực phẩm tiêu dùng phổ biến, vừa tiếp tục duy trì vị trí nhất định trong văn hóa ẩm thực truyền thống Nhật Bản.

Mặt khác, việc mochi vẫn được duy trì tiêu dùng trong bối cảnh quy mô hộ gia đình ngày càng thu nhỏ cũng phản ánh khả năng thích nghi của các sản phẩm từ gạo nếp trong xã hội hiện đại. Nếu trước đây mochi chủ yếu gắn với các dịp lễ tết hoặc hoạt động cộng đồng quy mô lớn, thì hiện nay sản phẩm này đã được thương mại hóa dưới nhiều hình thức khác nhau như thực phẩm đóng gói, thực phẩm tiện lợi hoặc sản phẩm tiêu dùng theo mùa phù hợp với nhu cầu của các hộ gia đình nhỏ.

Ngoài ra, số liệu trong bảng cũng cho thấy năm 2020 lượng mua mochi tăng trở lại lên khoảng 2.389g, cao hơn so với các năm liền trước. Điều này có thể liên quan đến sự thay đổi trong sinh hoạt gia đình dưới tác động của đại dịch COVID-19, khi nhu cầu tiêu dùng thực phẩm tại nhà tăng lên trong giai đoạn hạn chế đi lại và sinh hoạt ngoài gia đình.

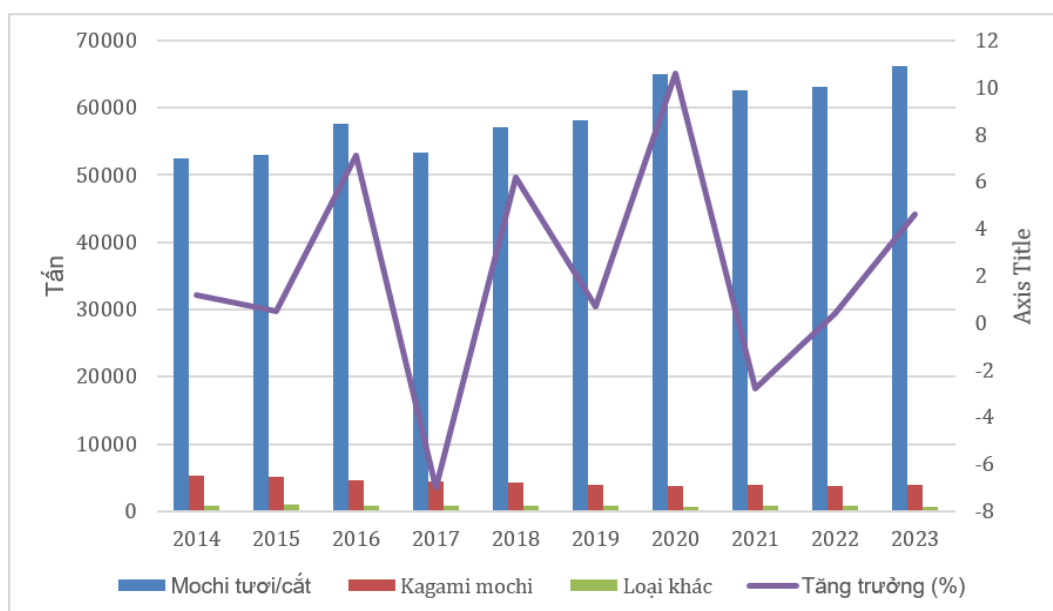
Từ bảng 4.4 có thể thấy rằng xu hướng tiêu dùng mochi trong hộ gia đình Nhật Bản hiện nay vừa phản ánh sự thay đổi trong cơ cấu tiêu dùng hiện đại, vừa cho thấy khả năng tiếp tục tồn tại của các sản phẩm từ gạo nếp trong đời sống thường nhật. Đồng thời, sự duy trì tương đối ổn định của mochi cũng cho thấy các sản phẩm từ gạo nếp hiện nay không chỉ được tiêu dùng như thực phẩm thông thường mà còn tiếp tục mang ý nghĩa văn hóa nhất định trong sinh hoạt gia đình Nhật Bản.

Như vậy, các sản phẩm từ gạo nếp tại Nhật Bản hiện nay vẫn duy trì được mức độ hiện diện nhất định trong đời sống tiêu dùng, dù chịu ảnh hưởng từ sự thay đổi trong cấu trúc hộ gia đình và lối sống hiện đại. Tuy nhiên, sự tồn tại của các sản phẩm này không đồng nghĩa với việc vai trò và cách thức tiêu dùng của chúng vẫn giữ nguyên như trước đây. Vì vậy, bên cạnh mức độ tiêu dùng, sự biến đổi trong cách tiếp cận và sử dụng các sản phẩm từ gạo nếp cũng là một phương diện cần được xem xét.

4.3.3. Xu hướng tiêu dùng các sản phẩm mochi đóng gói

Một trong những biểu hiện rõ nét của sự biến đổi trong tiêu dùng các sản phẩm từ gạo nếp tại Nhật Bản hiện nay là xu hướng gia tăng các sản phẩm chế biến sẵn và đóng gói tiện lợi. Điều này đặc biệt thể hiện ở mochi – sản phẩm vốn gắn với các hoạt động lễ tiết và tiêu dùng truyền thống nhưng hiện nay ngày càng được thương mại hóa dưới nhiều hình thức khác nhau. Trên cơ sở đó, biểu đồ 2.6 sẽ xem xét tình hình sản xuất mochi đóng gói tại Nhật Bản trong giai đoạn gần đây.

Biểu đồ 4.6: Sản lượng mochi đóng gói tại Nhật Bản



Nguồn: Tổ chức hỗ trợ đảm bảo cung ứng ổn định lương thực

Link: [https://www.komenet.jp/komenetmanager/wp-](https://www.komenet.jp/komenetmanager/wp-content/uploads/r0710_mochi_status.pdf)

[content/uploads/r0710_mochi_status.pdf](https://www.komenet.jp/komenetmanager/wp-content/uploads/r0710_mochi_status.pdf) truy cập ngày 3/7/2026

Biểu đồ 4.6 cho thấy tình hình sản xuất mochi đóng gói tại Nhật Bản trong giai đoạn 2014–2023. Nhìn chung, tổng sản lượng mochi đóng gói có xu hướng tăng lên qua thời gian, dù giữa các năm vẫn tồn tại một số biến động nhất định. Nếu năm 2014, tổng sản lượng đạt 58.660 tấn thì đến năm 2023 đã tăng lên 70.811 tấn. Điều này cho thấy mochi đóng gói ngày càng giữ vị trí quan trọng trong thị trường thực phẩm Nhật Bản hiện đại.

Trong cơ cấu sản xuất, mochi tươi/cắt chiếm tỷ trọng lớn nhất và cũng là nhóm có xu hướng tăng rõ rệt nhất. Sản lượng nhóm này tăng từ 52.487 tấn năm 2014 lên 66.247 tấn vào năm 2023. Sự gia tăng này phản ánh nhu cầu ngày càng lớn đối với các sản phẩm mochi tiện lợi, dễ bảo quản và dễ sử dụng trong đời sống hằng ngày. Nếu trước đây mochi thường được làm trong phạm vi gia đình hoặc cộng đồng vào các dịp lễ tết, thì hiện nay sản phẩm này đã được tiêu chuẩn hóa và lưu thông rộng rãi dưới dạng đóng gói, phù hợp với nhịp sống hiện đại.

Ngược lại, sản lượng kagami mochi (鏡餅) lại có xu hướng giảm dần. Năm 2014, sản lượng kagami mochi đạt 5.263 tấn, nhưng đến năm 2023 chỉ còn 3.844 tấn. Đây là điểm đáng chú ý vì kagami mochi (鏡餅) là sản phẩm mang tính biểu tượng rõ rệt trong nghi lễ năm mới của Nhật Bản, thường được dùng để dâng cúng toshigami (年神) trong dịp Oshōgatsu (お正月). Sự suy giảm của nhóm sản phẩm này cho thấy các sản phẩm mochi gắn trực tiếp với nghi lễ truyền thống đang có xu hướng thu hẹp hơn so với nhóm mochi tiện lợi dùng trong tiêu dùng thường nhật.

Sự đối lập giữa mochi tươi/cắt và kagami mochi (鏡餅) phản ánh khá rõ sự chuyển dịch trong xu hướng tiêu dùng mochi tại Nhật Bản hiện nay. Một mặt, mochi vẫn tiếp tục được tiêu thụ với sản lượng ngày càng cao; mặt khác, phần tăng trưởng chủ yếu lại nằm ở nhóm sản phẩm tiện lợi, có thể sử dụng linh hoạt trong nhiều hoàn cảnh khác nhau. Nói cách khác, mochi không biến mất khỏi đời sống Nhật Bản, nhưng cách thức tồn tại của nó đã thay đổi: từ một sản phẩm chủ yếu gắn với nghi lễ, lễ tết và sinh hoạt cộng đồng sang một loại thực phẩm đóng gói, tiện dụng và phù hợp với tiêu dùng cá nhân hoặc hộ gia đình nhỏ.

Đặc biệt, năm 2020 ghi nhận mức tăng trưởng cao nhất trong giai đoạn khảo sát, với tổng sản lượng đạt 69.340 tấn, tăng 10,6% so với năm trước. Sự gia tăng này có thể liên quan đến sự thay đổi trong thói quen sinh hoạt và tiêu dùng tại nhà trong bối cảnh đại dịch COVID-19. Khi các hoạt động bên ngoài bị hạn chế, nhu cầu đối với những sản phẩm thực phẩm dễ bảo quản, dễ chế biến và phù hợp với tiêu dùng trong gia đình có xu hướng tăng lên. Điều này càng cho thấy ưu thế của mochi đóng gói trong môi trường tiêu dùng hiện đại.

Từ bảng số liệu trên có thể thấy rằng sự biến đổi trong xu hướng tiêu dùng mochi tại Nhật Bản không nằm ở việc sản phẩm này mất đi vị trí trong đời sống ẩm

thực, mà nằm ở sự thay đổi hình thức và bối cảnh sử dụng. Mochi vẫn tiếp tục được tiêu dùng, nhưng ngày càng xuất hiện nhiều hơn dưới dạng sản phẩm đóng gói, tiện lợi và thương mại hóa. Trong khi đó, những sản phẩm mang tính nghi lễ rõ nét như kagami mochi (鏡餅) lại có xu hướng giảm, cho thấy vai trò nghi lễ truyền thống của mochi đang được tái định vị trong xã hội hiện đại.

Sự chuyển dịch từ các sản phẩm mochi mang tính nghi lễ sang các sản phẩm mochi đóng gói phản ánh quá trình tiện lợi hóa và thương mại hóa trong văn hóa tiêu dùng Nhật Bản dưới tác động của xã hội hiện đại. Nếu trước đây mochi chủ yếu được làm và tiêu dùng trong các dịp lễ tết hoặc các hoạt động cộng đồng, thì hiện nay sản phẩm này ngày càng được chuẩn hóa về quy cách, kéo dài thời hạn bảo quản và phân phối rộng rãi thông qua hệ thống siêu thị, cửa hàng tiện lợi và thương mại điện tử. Trong quá trình đó, giá trị sử dụng của mochi dần vượt ra khỏi phạm vi nghi lễ để trở thành một loại thực phẩm có thể tiêu dùng thường xuyên trong đời sống hằng ngày.

Sự biến đổi này gắn chặt với những thay đổi trong lối sống của xã hội Nhật Bản hiện đại. Quá trình đô thị hóa, nhịp sống nhanh, sự gia tăng của các hộ gia đình quy mô nhỏ, hiện tượng già hóa dân số và tỷ lệ phụ nữ tham gia lực lượng lao động ngày càng cao đã làm giảm thời gian dành cho việc chế biến thực phẩm truyền thống trong gia đình. Thay vào đó, người tiêu dùng có xu hướng lựa chọn các sản phẩm chế biến sẵn, dễ bảo quản và sử dụng ngay nhằm tiết kiệm thời gian và công sức. Trong bối cảnh đó, mochi đóng gói đáp ứng tốt nhu cầu của người tiêu dùng hiện đại khi vừa giữ được đặc trưng của sản phẩm truyền thống, vừa phù hợp với nhịp sống mới.

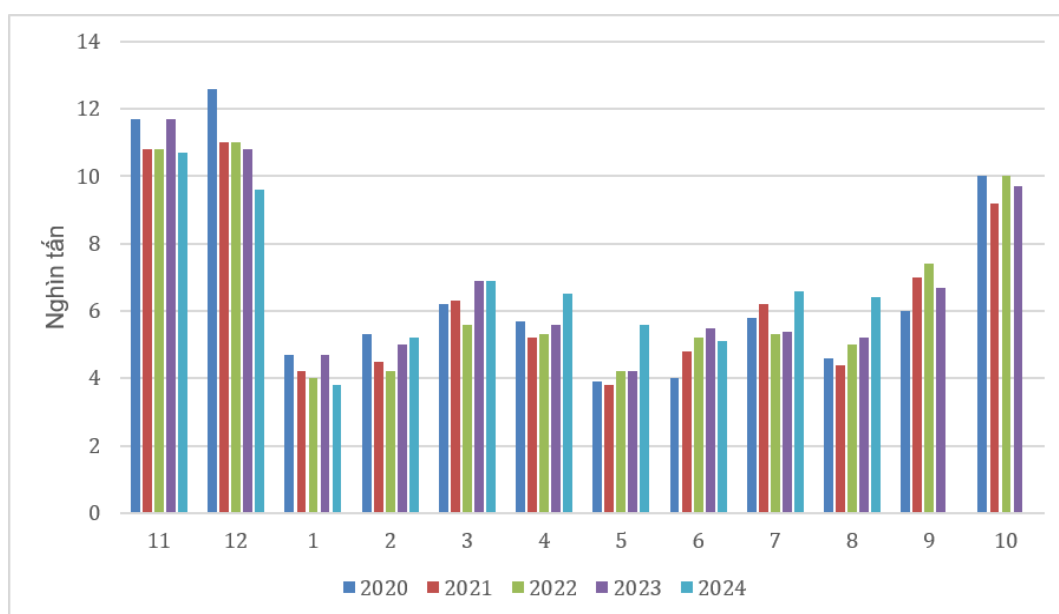
Đây không phải là sự mai một của văn hóa mochi mà là sự tái cấu trúc chức năng văn hóa của sản phẩm này. Chức năng nghi lễ vốn giữ vai trò trung tâm trước đây dần thu hẹp, trong khi chức năng hàng hóa và chức năng tiêu dùng hằng ngày được mở rộng. Nói cách khác, mochi vẫn tiếp tục tồn tại trong đời sống người Nhật nhưng đã thích ứng với bối cảnh xã hội mới thông qua quá trình tiện lợi hóa và thương mại hóa. Đây chính là biểu hiện của biến đổi văn hóa dưới tác động của hiện

đại hóa và xã hội tiêu dùng, khi các yếu tố văn hóa truyền thống không biến mất mà được điều chỉnh về hình thức, chức năng và bối cảnh sử dụng để đáp ứng những nhu cầu mới của xã hội.

4.3.4. Xu hướng tiêu dùng theo mùa

Không chỉ được tiêu dùng dưới dạng thực phẩm thường nhật, các sản phẩm từ gạo nếp tại Nhật Bản hiện nay còn xuất hiện với tần suất khác nhau tùy theo từng thời điểm trong năm. Điều này cho thấy hoạt động tiêu dùng nhóm sản phẩm này có những đặc điểm riêng gắn với nhịp sinh hoạt và văn hóa ẩm thực của xã hội Nhật Bản hiện đại. Vì vậy, để tiếp tục làm rõ thực trạng tiêu dùng các sản phẩm từ gạo nếp, biểu đồ dưới đây sẽ trình bày lượng tiêu thụ theo tháng trong giai đoạn 2020–2024, qua đó cho thấy một số xu hướng đáng chú ý trong hoạt động tiêu dùng hiện nay.

Biểu đồ 4.7: Lượng tiêu thụ gạo nếp theo tháng tại Nhật Bản



Nguồn: Tổ chức hỗ trợ đảm bảo cung ứng ổn định lương thực

Link: https://www.komenet.jp/komenetmanager/wp-content/uploads/r0710_mochi_status.pdf truy cập ngày 3/7/2026

Biểu đồ 4.7 cho thấy lượng tiêu thụ các sản phẩm từ gạo nếp tại Nhật Bản có sự chênh lệch khá rõ giữa các tháng trong năm. Có thể nhận thấy rằng mức tiêu thụ thường tăng mạnh vào giai đoạn cuối năm, đặc biệt từ tháng 10 đến tháng 12, trong khi giảm xuống đáng kể vào các tháng đầu năm và duy trì ở mức trung bình hoặc thấp trong giai đoạn giữa năm. Xu hướng này xuất hiện tương đối ổn định trong nhiều năm liên tiếp từ 2020 đến 2024, cho thấy tính mùa vụ vẫn là một đặc điểm đáng chú ý trong hoạt động tiêu dùng các sản phẩm từ gạo nếp tại Nhật Bản hiện nay.

Đáng chú ý nhất là giai đoạn từ tháng 10 đến tháng 12, khi lượng tiêu thụ tăng cao rõ rệt so với các thời điểm còn lại trong năm. Trong đó, tháng 11 và tháng 12 luôn là thời điểm có mức tiêu thụ cao nhất, dao động quanh mức từ khoảng 10 đến hơn 12 nghìn tấn trong biểu đồ. Điều này cho thấy nhu cầu đối với các sản phẩm từ gạo nếp có xu hướng gia tăng mạnh trước thời điểm năm mới. Tại Nhật Bản, đây cũng là giai đoạn diễn ra nhiều hoạt động chuẩn bị cho Oshōgatsu— dịp lễ quan trọng bậc nhất trong năm.

Trong văn hóa Nhật Bản, nhiều sản phẩm từ gạo nếp xuất hiện mật thiết trong các hoạt động đón năm mới như kagami mochi dùng để dâng cúng thần linh, mochi sử dụng trong món ozōni, hay các loại wagashi theo mùa được dùng trong sinh hoạt gia đình và quà tặng cuối năm. Vì vậy, sự gia tăng tiêu thụ gạo nếp vào cuối năm cho thấy các sản phẩm từ gạo nếp hiện nay không chỉ mang tính chất thực phẩm thông thường mà vẫn duy trì mối liên hệ tương đối rõ với các tập quán lễ tiết truyền thống.

Bên cạnh đó, việc mức tiêu thụ giảm mạnh từ tháng 1 đến khoảng tháng 5 cũng phản ánh đặc điểm tiêu dùng mang tính chu kỳ của các sản phẩm từ gạo nếp. Sau giai đoạn cao điểm cuối năm và đầu năm mới, nhu cầu đối với các sản phẩm này có xu hướng giảm xuống và duy trì ở mức ổn định hơn trong đời sống thường nhật. Điều này cho thấy hoạt động tiêu dùng gạo nếp tại Nhật Bản hiện nay vẫn chịu ảnh hưởng nhất định từ các thời điểm lễ tiết trong năm, thay vì diễn ra đồng đều giữa các tháng như nhiều loại thực phẩm phổ biến khác.

Ngoài dịp năm mới, biểu đồ cũng cho thấy mức tiêu thụ bắt đầu tăng nhẹ trở lại từ khoảng tháng 7 đến tháng 9. Đây là thời điểm Nhật Bản diễn ra nhiều lễ hội

mùa hè và mùa thu, đồng thời cũng là giai đoạn nhu cầu quà tặng theo mùa tăng lên. Dù mức tăng không mạnh bằng dịp cuối năm, xu hướng này phần nào cho thấy các sản phẩm từ gạo nếp vẫn còn gắn với nhịp sinh hoạt văn hóa theo mùa trong xã hội Nhật Bản hiện đại.

Khi đặt biểu đồ này trong mối liên hệ với các bảng số liệu ở phần trước, có thể thấy rằng các sản phẩm từ gạo nếp tại Nhật Bản hiện nay vừa mang tính thương mại hóa cao, vừa chưa tách rời hoàn toàn khỏi nền tảng văn hóa truyền thống vốn hình thành nên chúng. Nếu ở các dữ liệu trước, gạo nếp được thể hiện như một nguyên liệu và nhóm sản phẩm lưu thông rộng rãi trên thị trường, thì biểu đồ 2.7 lại cho thấy hoạt động tiêu dùng của các sản phẩm này vẫn vận động theo nhịp lễ tiết và mùa vụ đặc trưng của xã hội Nhật Bản.

Nói cách khác, quá trình hiện đại hóa và thương mại hóa không làm mất đi hoàn toàn ý nghĩa văn hóa của các sản phẩm từ gạo nếp. Ngược lại, chính việc tiếp tục được tiêu dùng mạnh trong các thời điểm mang tính nghi lễ như dịp năm mới cho thấy các sản phẩm từ gạo nếp vẫn giữ vai trò nhất định trong đời sống văn hóa và tinh thần của người Nhật hiện nay.

Tiểu kết

Qua việc phân tích các khía cạnh sản xuất, lưu thông và tiêu dùng có thể thấy, gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp tại Nhật Bản đã có nhiều thay đổi dưới tác động của bối cảnh kinh tế và xã hội hiện đại. Trong lĩnh vực sản xuất, quy mô canh tác ngày càng được điều chỉnh theo nhu cầu thị trường và xu hướng chuyên canh theo từng vùng. Trong lưu thông, sự phát triển của hệ thống phân phối hiện đại, công nghệ bảo quản và chế biến đã góp phần mở rộng phạm vi tiêu thụ cũng như đa dạng hóa các sản phẩm từ gạo nếp. Về tiêu dùng, cùng với sự thay đổi trong cơ cấu dân số, quy mô hộ gia đình và lối sống, gạo nếp không còn giới hạn trong các dịp lễ nghi truyền thống mà ngày càng được tiêu dùng dưới nhiều hình thức phong phú, phù hợp với nhu cầu của xã hội đương đại.

Những thay đổi trong sản xuất, lưu thông và tiêu dùng cho thấy sự biến đổi của gạo nếp trong đời sống ẩm thực Nhật Bản không phải là sự mai một của truyền

thống mà là quá trình thích ứng và tái cấu trúc văn hóa dưới tác động của hiện đại hóa, già hóa dân số, thu hẹp quy mô hộ gia đình và sự phát triển của xã hội tiêu dùng. Nhờ đó, gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp vẫn duy trì được vị trí trong đời sống ẩm thực Nhật Bản, đồng thời mang những chức năng và ý nghĩa mới phù hợp với bối cảnh xã hội đương đại.

KẾT LUẬN

Luận văn "Gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp trong đời sống ẩm thực Nhật Bản" được thực hiện nhằm làm rõ quá trình hình thành, phát triển và biến đổi của văn hóa gạo nếp trong bối cảnh xã hội Nhật Bản từ truyền thống đến hiện đại. Trên cơ sở kết hợp cách tiếp cận của lý thuyết tiếp biến văn hóa và lý thuyết biến đổi văn hóa, luận văn đã phân tích gạo nếp không chỉ như một loại lương thực hay nguyên liệu chế biến thực phẩm mà còn như một thành tố văn hóa phản ánh sự tương tác giữa điều kiện tự nhiên, cấu trúc xã hội và đời sống tinh thần của người Nhật Bản. Qua đó, luận văn đã hoàn thành các mục tiêu nghiên cứu đã đề ra.

Thứ nhất, luận văn đã làm rõ quá trình du nhập và bản địa hóa của gạo nếp trong lịch sử Nhật Bản. Mặc dù có nguồn gốc từ khu vực lục địa Đông Á, gạo nếp khi du nhập vào Nhật Bản không được tiếp nhận một cách nguyên trạng mà trải qua quá trình lựa chọn, điều chỉnh và tái cấu trúc để phù hợp với điều kiện tự nhiên, tín ngưỡng và đời sống xã hội bản địa. Trên cơ sở đó, nhiều sản phẩm đặc trưng như mochi, sekihan, chimaki hay senbei đã hình thành và trở thành những biểu tượng văn hóa mang đậm bản sắc Nhật Bản. Kết quả này cho thấy quá trình tiếp biến văn hóa không chỉ là sự tiếp nhận yếu tố ngoại lai mà còn là quá trình sáng tạo văn hóa của cộng đồng tiếp nhận.

Thứ hai, luận văn đã chỉ ra rằng văn hóa gạo nếp tại Nhật Bản không tồn tại như một hệ thống bất biến mà luôn vận động cùng với sự phát triển của xã hội. Thông qua việc khảo sát sự biến đổi trong sản xuất, lưu thông và tiêu dùng gạo nếp cùng các sản phẩm từ gạo nếp, nghiên cứu cho thấy hoạt động sản xuất đã chuyển dần từ mô hình quy mô nhỏ gắn với nông nghiệp truyền thống sang sản xuất chuyên môn hóa và công nghiệp hóa; hệ thống lưu thông mở rộng từ phạm vi địa phương sang mạng lưới phân phối hiện đại; trong khi tiêu dùng ngày càng mang tính cá nhân hóa, tiện lợi hóa và đa dạng hóa. Đặc biệt, mochi từ vị thế của một thực phẩm gắn với nghi lễ và tín ngưỡng đã mở rộng sang không gian tiêu dùng thường nhật mà vẫn duy trì những giá trị biểu trưng nhất định trong các dịp lễ tết và sinh hoạt văn hóa.

Thứ ba, luận văn đã vận dụng lý thuyết biến đổi văn hóa để lý giải cơ chế dẫn đến những biến đổi trên. Kết quả nghiên cứu cho thấy sự thay đổi của văn hóa gạo nếp không phải là hệ quả của một nguyên nhân đơn lẻ mà là kết quả của sự tác động tổng hợp giữa các yếu tố kinh tế, xã hội và nhân khẩu học. Quá trình già hóa dân số, suy giảm tỷ lệ sinh, thu hẹp quy mô hộ gia đình, đô thị hóa, sự phát triển của xã hội tiêu dùng cùng với quá trình công nghiệp hóa đã làm thay đổi điều kiện duy trì các thực hành văn hóa truyền thống, từ đó thúc đẩy sự điều chỉnh trong phương thức sản xuất, lưu thông và tiêu dùng gạo nếp. Những biến đổi này phản ánh khả năng thích ứng của văn hóa gạo nếp trước sự thay đổi của môi trường xã hội, đồng thời cho thấy sự chuyển dịch từ mô hình văn hóa cộng đồng sang mô hình văn hóa tiêu dùng trong bối cảnh hiện đại.

Một phát hiện đáng chú ý của luận văn là quá trình biến đổi của văn hóa gạo nếp tại Nhật Bản không đồng nghĩa với sự mai một hay mất đi của truyền thống. Thay vào đó, nhiều giá trị văn hóa đã được tái cấu trúc để thích ứng với điều kiện xã hội mới. Những thực hành gắn với gạo nếp có xu hướng giảm bớt tính cộng đồng và nghi lễ trong đời sống thường nhật, song các giá trị biểu trưng, ký ức văn hóa và ý nghĩa bản sắc vẫn được duy trì thông qua các dịp lễ tết, sản phẩm văn hóa và hoạt động thương mại. Điều này cho thấy biến đổi văn hóa không chỉ là quá trình thay thế cái cũ bằng cái mới mà còn là quá trình kế thừa, điều chỉnh và tái định nghĩa các giá trị truyền thống trong bối cảnh hiện đại.

Về mặt học thuật, luận văn có một số đóng góp nhất định. Trước hết, nghiên cứu góp phần bổ sung cách tiếp cận văn hóa đối với gạo nếp và các sản phẩm từ gạo nếp, vượt ra ngoài cách nhìn chủ yếu từ góc độ nông nghiệp hoặc công nghệ thực phẩm. Việc kết hợp lý thuyết tiếp biến văn hóa với lý thuyết biến đổi văn hóa đã giúp lý giải toàn diện quá trình hình thành và biến đổi của văn hóa gạo nếp, từ nguồn gốc du nhập đến sự thích ứng trong xã hội hiện đại. Đồng thời, luận văn cũng cung cấp một trường hợp nghiên cứu cụ thể về mối quan hệ giữa biến đổi xã hội và biến đổi

văn hóa trong bối cảnh Nhật Bản đương đại, góp phần làm phong phú thêm các nghiên cứu về văn hóa ẩm thực Nhật Bản ở Việt Nam.

Bên cạnh những kết quả đạt được, luận văn vẫn còn một số hạn chế. Do giới hạn về thời gian và phạm vi nghiên cứu, luận văn chủ yếu tập trung vào gạo nếp và một số sản phẩm tiêu biểu, trong đó mochi được lựa chọn làm trường hợp nghiên cứu chính, nên chưa thể phản ánh đầy đủ sự biến đổi của toàn bộ nhóm sản phẩm từ gạo nếp. Ngoài ra, nghiên cứu chủ yếu dựa trên phương pháp phân tích tài liệu và số liệu thống kê thứ cấp, chưa có điều kiện tiến hành khảo sát thực địa hoặc phỏng vấn trực tiếp người sản xuất và người tiêu dùng tại Nhật Bản để kiểm chứng sâu hơn những biến đổi trong thực hành văn hóa.

Từ những hạn chế trên, trong tương lai có thể mở rộng nghiên cứu theo nhiều hướng khác nhau, như so sánh sự biến đổi của các sản phẩm từ gạo nếp ở các vùng miền của Nhật Bản; nghiên cứu đối chiếu văn hóa gạo nếp giữa Nhật Bản với Việt Nam hoặc các quốc gia Đông Á khác; đồng thời kết hợp phương pháp nghiên cứu định tính thông qua điều tra thực địa, quan sát tham dự và phỏng vấn để làm rõ hơn sự thay đổi trong nhận thức, thực hành và ý nghĩa văn hóa của gạo nếp trong xã hội Nhật Bản đương đại.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Nhật

1. Anshitsu (2021), *Mochi và người Nhật: nghiên cứu văn hóa dân gian về Tết có bánh mochi và “Tết không có bánh mochi”*, Yuzankaku, Tokyo. (安室知 (2021) 『餅と日本人、「餅正月」と「餅なし正月」の民俗文化論』雄山閣出版、東京。)
2. Bộ Nông nghiệp, Lâm nghiệp và Thủy sản Nhật Bản (2023), “Xu hướng tiêu dùng thực phẩm”, *Sách trắng về Lương thực, Nông nghiệp và Nông thôn*, tr.90. (農林水産省 (2023) 『食料消費の動向』『食料・農業・農村白書』p. 90)
3. Ishige Naomichi (2015) , *Nghiên cứu về văn hóa ẩm thực Nhật Bản, Nghiên cứu Hệ thống Xã hội số 7*, Viện Nghiên cứu Hệ thống Xã hội, Đại học Ritsumeikan, Kyoto, tr.9–17. (石毛直道 (2015) 『日本食文化研究』「社会システム研究」第7号、立命館大学社会システム研究所、京都、pp. 9-17。)
4. Ishikawa Naoko (2009), “Sự hình thành và phát triển của văn hóa ẩm thực Nhật Bản”, trong *Văn hóa ẩm thực Nhật Bản – sự kế thừa truyền thống và giáo dục ẩm thực*, AIKEI Corporation, Tokyo, tr.28–29. (石川尚子 (2009) 『日本の食文化形成と展開』『日本の食文化—その伝承と食の教育』アイ・ケイ・コーポレーション、東京、pp. 28-29。)
5. Kasahara Shuu (2004), *Nghiên cứu lớn về mochi – Mối quan hệ ngon miệng giữa người Nhật và mochi*, PHP Institute. (笠原秀 (2004) 『おもちの大研究—日本人とおもちのおいしい関係』PHP 研究所。)
6. Kitazawa Masakuni (1995), *Vũ trụ quan của các sự kiện thường niên – Lắng nghe tiếng nói của thời gian*, Heibonsha, Tokyo. (北沢正邦 (1995) 『歳時記のコスモロジー—時の声を聞く』平凡社、東京。)

7. Komoto Masayuki (2005), *Tìm hiểu nguồn gốc người Nhật*, Shinshokan, Tokyo. (小本雅之 (2005) 『日本人の起源を探る』新書館、東京。)
8. Kosaka Kanako & Ozeki Tomoko (2012), *Mochi và người Nhật*, NXB Đại học Osaka. (小坂加奈子・大関智子 (2012) 『おもちと日本人』大阪大学出版会。)
9. Kubo Masanori (1955), “Bánh viên gạo nếp”, *Viện Nghiên cứu Vệ sinh Thành phố*, tr.12–14. (久保正徳 (1955) 『餅団子』「市立衛研」pp. 12–14。)
10. Matsushita Sachiko (2009), *Ẩm thực Edo qua tranh gấm Nishiki-e*, Yujikaku, Tokyo, tr.6–7. (松下幸子 (2009) 『錦絵が語る江戸の食』遊子館、東京、pp. 6–7。)
11. Nakahara Shigehito (2024), “Bối cảnh của tình trạng giảm sinh – Tình hình tại Nhật Bản”, Tài liệu Cơ quan Trẻ em và Gia đình Nhật Bản. (中原茂仁 (2024) 『少子化の背景—日本の状況—』こども家庭庁資料)
12. Watabe Tadayo & Fukazawa Sayuri (1998), *Bánh mochi*, Hōsei Daigaku Shuppankyoku, Tokyo. (渡部忠世・深澤小百合 (1998) 『もち』法政大学出版局、東京。)
13. Yoshimura Shinnosuke (1987), “Truyền thống và kỹ thuật của bánh kẹo thủ công”, *Nghiên cứu về thực phẩm truyền thống*, số 4. (吉村進之助 (1987) 『工芸菓子の伝統と技術』『伝統食品の研究』第4号。)
14. Bộ Nội vụ và Truyền thông Nhật Bản (2025), *Dân số, biến động dân số và số hộ gia đình dựa trên Sổ đăng ký cư trú cơ bản*, (総務省 (2025) 『住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数 (令和7年1月1日現在)』)

Tiếng Anh

15. Claude Lévi-Strauss (1966), *The Culinary Triangle*, Partisan Review, Vol. 33, No. 4, pp. 586–595.
16. Crawford, Gary W. (2011), *Advances in Understanding Early Agriculture in Japan*, *Current Anthropology*, 52(S4), pp.S331–S345.
17. Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), *Rice is Life*, 2004.
18. Verschuer, Charlotte von (2022), *Rice, Agriculture, and the Food Supply in Premodern Japan*, translated and edited by Wendy Cobcroft, Routledge.
Link: <https://www.jstor.org/stable/10.1086/658369> Truy cập ngày 20/5/2026
19. Juliano, B.O. (1993), *Rice in Human Nutrition* (FAO)

Tiếng Việt

20. Trần Ngọc Thêm (1999), *Cơ sở văn hóa Việt Nam*, NXB Giáo dục, Hà Nội, tr. 10–16.