



Column

味を受け継ぐ

(日本学術振興会特別研究員) 金子 いづみ

知り合いの家で、あるいは老舗の料理店でお味噌汁をいただいた時に、めったに出会わない深い「だし」の味わいにハッとすることがある。しかし、その味も言葉ではなかなか表現できない。味を言葉で表現することは本当に難しい。テレビ番組でも、おいしい物を食べたキャスター達は一様に「おいしい」「うまい」としか感想を述べない。他には「あっさり」とか「コクがある」くらいである。毎回、食べ物は異なっても感想は同じである。

とくに「だし」の素材の場合、多くは料理に形が残らないため味を食材の形状で補足して表現できない。さらに、様々な食材の風味が混じりあって味を豊かにしていることが、味の言葉による伝達をさらに困難にしている。たとえば新鮮なトマトであれば視覚から得られる情報が多い。その色や瑞々しさを言葉で伝えれば味を想像し易く、その認識に個人差を生みにくい。またトマトはトマトであり、他の食材との味の混合を考慮せずともよい。

そして、言葉で伝えられた「味」を理解する時は、言葉で表された「味」を各人がそれぞれの体験から思い出して理解する。したがって知らない食べ物であれば、やはり様々な情報を捕捉してもその味を想像することはできない。その場合には「カレーの味がする煎餅」や「コーヒー風味のチョコレート」のように、知っている味の組み合わせによって説明する。すでに相手に備わっている「味」の体験を利用して想像を促すのである。味を知るには、個々人が直接に体験を積み重ねることが必要不可欠である。

ここで、「だし」の味を受け継いでいくことについて考えたい。味を提供する料理人はレ

シピを残すことによって、何度でも味を再現することが可能である。老舗料理店などには、材料の量や配合方法が伝わっているであろうし、かなり正確に味を受け継ぐことができる。問題は「だし」を受け取る側、味の消費者による味の伝達である。私たちは「だし」を味わい、「だし」本来の味を覚えて受け継いでいるのであろうか。「おいしい」と感じる「だし」は以前と変化していないのであろうか。老舗料理店がどんなに努力しても、それを選んで食べる人がいなければ「だし」が受け継がれる保障はない。

現在、家庭に調理済み食品が浸透し、既製の粉末だしやスープストックを「だし」の材料よりも安価で手軽に手に入れることができる。そのため、「だし」の提供者と消費者はますます分化してきていると考えられる。それによって、味を作った上で消費して確かめる機会が減少している。どのような手順でどのような味が生み出されるのか、分かりにくくなっているのである。さらに、出回っている「だし」を使うことによって各家庭の味が均一化しているのではないか。

そして、「だし」の味が安価で手軽な粉末「だし」と違いがなければ——というよりも違いが分からなければ——煮干や鰹節、昆布などからとった面倒な「だし」と簡単に置き換えられる。しかし、本当に味の違いはないのであろうか。また、私たちは味の違いを感じた上で選んでいるのだろうか。

製品にもよるが、私には粉末の「だし」は特定の成分が強烈で、天然の材料から得た「だし」は、味が豊富に含まれた複雑な味がするように感じる。私の感覚が全てではないし、味には人それぞれの好みもあるだろう。しかし、せめて味を見分けられる能力を持ちたいものである。味覚の発達には3歳まで、あるいは5歳までなどと様々な意見を聞く。また「苦み」を好むのは成長してからという説もある。いずれにしても味覚は発達するようである。

言語による味の伝達が難しく、味覚の発達に体験が必要であれば、様々な体験による味の認識範囲の拡大が、味を受け継ぐ第一歩である。手間をかけないところから始まって、ついには味覚まで「効率的な味」へとコントロールされる懸念を払拭したいと考える。