



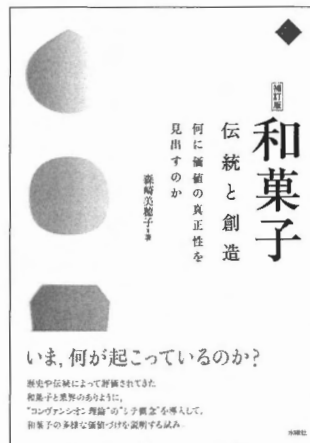
おいしさだけではもったいない

グラスに注いだワインで乾杯！ボトルのラベルは格付1級(中身は内緒で入れ替えた安物)、口に含み舌で転がせば、“やっぱりシャトーものは違う”。確かに違うだろう。だが本物と飲み比べてわかる違いは、コクやら何やらのボディの差で、価格についてはどっちがどっち？羊羹もひと切れ、皿にのせれば出所不明、由緒正しき老舗の高級品との講釈付きでいただけば、さすが！スーパーで買ってきた量販品と偽れば、そこそこ、なかなか？味そのものとは別の何か働いて、！だったり？だったり。これはドッキリネタでも意地悪でもなく、科学の話。

フランスには「テロワール」という概念がある。「他の言語に翻訳不可能」と言う著者の説明は「地域の自然条件と伝統的ノウハウの結合から生じる品質」。事物に内在しているというより、関係する様々なアクター(生産者、消費者、愛好家、批評家など「実践の共同体」)によって付与される品質、価値があるということで、和菓子もれっきとしたテロワール産品だ。食文化や地域農業による観光振興を研究テーマとする著者は、フランスのワインやチーズの評価に倣い、その支えとなる理論的根拠(コンヴェンション理論)を用いて、日本の伝統的食文化の1つ「和菓子」の価値づけを考察する。和菓子の学術的研究ではこれまでなかったアプローチである。

なにしろ和菓子を盛り上げたい。子供があこがれる職業にパティシエはあっても和菓子職人は皆無、とは著者が話を聞いた「菓道家」の憂い。見た目も派手な洋菓子に比べ、地味でシンプル、甘さも控えめ、スイーツと洋対決では分が悪い。もりあげ隊が“生クリームより餡子”派だけでは心もとない。観光資源として、名所旧跡などの有形文化財ばかりでなく、もっと日本独特の「食の領域を含めた無形文化」に目を向けるべき、と著者は主張する。

和菓子 伝統と創造 補訂版
森崎美穂子 著
水曜社



定価：本体 2,500 円 + 税

「その時々課題にあわせて和菓子は柔軟に変化していく」

日本には「テロワール」はなくても「わび・さび」がある。「銘菓」という語がある。全国津々浦々、銘菓あるところ暖簾あり、暖簾あるところ職人技あり。取り上げた「柿羊羹」や「栗きんとん」は和菓子のイノベーションと呼べるものだ。銘菓の真正性(ほんものらしさ)を求めて京菓子の世界に分け入り、暖簾が放つオーラとは何かを明らかにした。さらにその暖簾(伝統的価値)を超えようとする活動(コラボレーション、アート化、プロジェクト)から、新たな魅力創出の可能性を探った。海外での和菓子のポジションは、とらやパリ店まで行って確かめた。先の菓道家の憂いを覆すデータも見つけた。銘菓に触れるたび舌鼓を打った(に違いない)。そうして見えてきたのは、万事控えめな和菓子の底力、豊かさ、懐の深さ。いざ言問はむ、どこに価値あり？そこに勝ちあり。