

平成22年度「第4回日本料理アカデミー研修会」実施報告 報告者：橋本憲一

日時：平成22年12月11日（土）14：00～16：00

場所：キャリエールホテル旅行専門学校

テーマ：日本料理に潜む科学の知識（1）

料理のおいしさとは

講師：京都大学農学研究科教授

伏木 亨 氏



この講義を私は、日本料理が持つ特有の手法を科学的に分析して、その合理性を再発見し将来に生かす方法や我が国固有の発酵性調味料が今後世界にひろがって行く可能性、あるいは、アミノ酸の分解過程や食材や食品の保存と熟成における微生物の応用などを想像していた。

ところが、「料理のおいしさとは」というおよそ「科学」しにくいテーマから始まった。

科学は客観性であり、行き着くところは数値化できうる世界の説明ということだろう。重ねて言うなら、いかなる対象をも数値化するのが科学ということになる。

至って個的な領域である「おいしさ」を科学する？

さて、先生は、

**「おいしさは料理の中にあるのではなく、それを味わう人間の側にある」と**考えて研究を進めてきた。

おいしさの感覚をいくつかの単純な要因の複合であると考え、それぞれには一定の科学的な原理が存在する。おいしさを科学的に取り扱うためには、おいしさの感覚を構成する要因を整理する必要がある。これまでの研究で、**おいしさは主に次の4つの要因で構成されている**という仮説にたどり着いた。と、いう説明から始まった。

**（1）生理的なおいしさ （2）文化のおいしさ （3）情報のおいしさ （4）報酬のおいしさ**

続いて、「おいしさ」とは何か？

先に私が思っていたように、個的領域の「おいしさ」を個人の趣向に求めると、際限ない隘路に入り込み道を失うと、仰る。科学の対象にはなり得ないわけだ。

先生は食品や料理の研究ではなく、頭の中の問題と考え、人間は何を「おいしい」と思い、そして味わうのか？その糸口をこの4つの要因に求めた。

それぞれの「おいしさ」についての講義が始まった。

### (1) 生理的なおいしさの解説

生きていく上で必要なもののおいしい。例えば、腹が減っているときは、何を食っても「おいしい」。喉が渇いているときは、ビールが「おいしい」という説明がなされた。いふなれば「**体が要求しているもののおいしい**」ということだ。

夏には汗と一緒に塩分が体外に出るので、塩分がおおい食品や味付けが補給を促すために「おいしい」と感じる。特に「お吸い物」の塩分濃度は血中の塩分濃度に近い濃度、すなわち NaCl (塩化ナトリウム) の濃度 0.9% 前後が「おいしい」と感じる。この濃度より薄いと物足りなく感じ、濃いと塩辛く感じる。意識や意図、即ち「好み」に支配されない生命体としての宿命に支配されているということになる。濃度 0.9% 前後という数字は紛れもなく科学だ。

### (2) 文化のおいしさの解説

子供の頃からの食習慣に合わないものは不味い。ということは、人は食べる前に、その食品の味を予想している。予想に合わなければ不味いという判断を下すということだ。味覚はすこぶる保守的ということだろう。

この背景には、安心したものを食べたい、という意志が働いている。「**安心**」という価値観がその地域の食文化へと集大成していく。結果、その地域の食文化にそぐわないものは拒否するようになる。

さて、食文化の中心になるのは「におい」と説明された。「におい」と「香り」の違いを中学時代に習ったのを思い出した。「におい」は不快感を持つものに、「香り」は快感を感じるものに使うと。

第一回、第二回の奥村先生は「味は覚えていなくても、香りは残る」、第三回の的場先生も「鰹出汁のにおいでただの塩水でもうまく思う」と解説があった。

文化系講師の先生は「香り」といい、理科系講師の先生は「におい」というのだ。そんな風に聞いていたら、伏木先生は突如「ふな寿司」、「くさや」を持ち出され「異臭に慣れるのが食文化だ」と解説された。これは明らかに「におい」である。

続いて伏木先生は「においは食べ慣れた安心感の手がかり」で環境の異変に気づくのは先ず「におい」だと。危険を察知するという行為で、ライオンが近づくのを感じ取るのも「におい」からだという例を示された。

ここで、研修会のお三方の講師先生共々がいみじくも『「におい」(『香り』)は食文化であり、おいしさの記憶である』と解説されたのは、真実に近づいたように思えた。

### (3) 情報のおいしさの解説

情報に左右されるのは、猿と人だけである。特に、**人は情報に依存している**。

こういうことだ。情報はイメージ性が強いほうが、具体的なものよりかえって受信する側には印象的に伝わる。例えば、「長い伝統」、「健康的」、「自然を尊ぶ」、「季節感」、「本場の味」、「色彩の美」など言葉が先行して、内容は何をいっているのかよくわからない。しかし、このような空虚な言葉の方がインパクトのある情報として伝わっていく。社会心理学の領域だ。

「本場のおいしさ」も「なぜおいしいか」という原理より、すり込まれた知恵が支配する。

そこで、情報の錯覚が起こる。

例えば、検尿の紙コップがある。衛生的という観点からすれば、トップクラスの安全この上無い清潔なコップだ。しかしこのコップ。ビールを注がれて、果たして「おいしい」と思えるか? 「確かに安全ではあるけれど…」となる。

この逆に、神社の清めの水だが、それを汲む柄杓は誰が使ったかわからない。しかし「神様の水だから、安心できる」と言い聞かせて飲む。リンゴ狩りのリンゴは洗わずに食べる。「新鮮」あるいは「本場」だから安心。

もっとある、縁日の屋台で焼き芋を包んでくれる新聞紙。縁日というウキウキ感が安心を運び、不潔という意識が働かない。

それは「安心」と「安全」という近く、遠い二つの情報のズレのなせる技だ。この分析は見事だ。「安心」は納得を、「安全」は事実を根拠にしていると解説された。

人は安全のために事実を選択したはずだが、**事実より情報=安心**を選択してしまったわけだ。なんという大きな矛盾だろう。

おかげで情報と引き替えにしたものに「**五感の鈍化**」、「**情報への過度の依存**」、「**現実（事実）より情報を信じる**」、「**風評被害の原因**」が挙げられる。

原点に立ち戻るには「腐っているものを子供に教える」ことが必要だと、食育の方向も示された。

#### （４） 報酬のおいしさの解説

報酬といわれて、一瞬たじろいだ。報酬の意味がよくわからないからだ。講演のなかで、報酬は本能だと言い換えられた。ただ、この本能は生命維持という直接的本能でなく、「**快楽を求める本能**」ということのようだ。もう少しわかりやすい同義語が講演中に使われた。「**やみつき**」だ。ここに来て腑に落ちた。

「**報酬=本能=やみつき**」この式を頭に入れて、報酬のおいしさなら了解できやすい。

もうすこし簡単に言えば、

(やみつき)、(くせになる)、(幸福感)、(やめられない) おいしさの解説ということだ。

ラットの採餌実験では、満腹になるとそれ以上に餌を食べない。ところが、ラットがボタンを押すという行動を条件に脂肪を提供すると、いつまでも食べ続ける。満腹で止まるはずのブレーキが脂肪という餌の前に壊れてしまうという。

人は厄介なことに「**脂肪**」に加えて「**砂糖**」「**出汁**」のおいしさに抵抗出来なくなるという。

この魔力は (チョコレート)、(ケーキ)、(すき焼き)、(牛丼)、(ラーメン)、(餃子)、(カレー)、(おでん) などなどを挙げれば、納得出来る。スイーツ系など「**別腹**」と言い訳までして、食べている。

これら4つの要因が総合的に作用しあって「おいしさ」を作り出している。

最後に、**日本料理が、食の欧米化に伴い欧米からの「やみつき」食品や料理が氾濫している現状に対抗する策**をお教えいただいた。

- ① 出汁のおいしさを教える。和食離れを防ぐ
- ② 日本食の伝統（情報）の美を見直し食文化の深さを理解させる。
- ③ やみつきになるような高度なおいしさの食材を補強する。

かなり、ハードルは高い課題だ。しかし、「食の嗜好は遺伝しない」という。まだ、可能性は大いにある。日本料理アカデミーが中心になって、その可能性を開拓していきましょう。

では、いいおとしをお迎えください。

レポート作成 橋本 憲一 氏 (京・百万遍 梁山泊)

【京・百万遍 梁山泊】

京都市左京区吉田泉殿町5

TEL. 075-771-4447 FAX. 075-751-2933

営業時間 12時～14時、17時～22時 (定休日：日曜日)

<http://www.ryozanpaku.net/>