

ESSAY

「^{オイシ}美味さ」と

在来品種、「地方品種」

野菜と文化のフォーラム主宰
江澤正平

「美味さ」ということは、誰でも口にするが、ではその内容になると表現がむずかしく第三者に伝えにくいものである。

「美味さ」は人によって違いがあるとの向もあるが、同じ地域、環境で育った人びとの差はあまりない。又「美味」は記憶されておりにわゆる食文化の大切な部分であって、論理的ではないが楽しいものである。

食へ物は安全性、栄養性、し好性で成立つがそのものの自体の構成要素は分析出来ても「美味さ」は感覚でそれを数値化することは出来ず官能は官能として受取ることになる。

人間始め動物は植物と違い自身の体内で必要な栄養分を自分で作り出せず、他の生物から栄養分を摂ることになっている。

食へ物は永年不足勝ちであったが最近豊富になり飽食時代とまでいわれるようになった。

「美味さ」にもいろいろあるが、米、野菜等の第一条件は飽きずに食へ続けられるということである。



江澤 正平 えざわ しょうへい

大正元年、東京神田の青果問屋に生まれる。昭和10年、中央卸売市場開場により東印中央青果卸売株式会社。同50年東京青果株式会社、同年西武青果株式会社。同56年退社。その後、野菜を識る会、全国青果小売組合青年部顧問、野菜と文化のフォーラム主宰。

老令化の下での野菜の生産はかつての売手市場のような様相であるが、飽食時代の今日、輸入、冷凍も進んでいるので、「美味さ」とが安全性の特徴が必要であろう。

厚生省は健康のための所要量として一人一日芋類を含めて四〇〇グラムを勧めているが、まだ三〇〇グラム強にしかたっていない。

健康志向の高まっている今日、需要はのびる可能性が大いにある。しかし生産側、流通側は食へ物としての関心は稀薄である。消費側は知識も技術もよく知らないし教

えられてもいない。であるから全体として物品扱になり、品質の一部である鮮度を重視する外観判断ですべてが扱われている。

好例がブルームレス（白い粉のない）胡瓜である。流通業者は不味くても不味いとは言わない。消費者が鮮度が良いと思えば不味いのを知らずに買うのを見ているだけである。その結果は、味を知っている人は買控え、味を知らない人は胡瓜の味はこんなものと思うようになる。当然に消費が減った。そのうえ従来すそ物は漬物屋が買っていたが、ブルームレスは使わずに（漬物適性を欠くため）、わざわざ輸入して居る始末である。

野菜が不味くなったのはF1が多くなったためと言ってよい。F1は生産性、保存性、揃い、に重点が置かれ食へ物という視点が少なかった。最近になってやっと南瓜、トマト、葱など味の良いものも出て来た。しかし、何んと言っても在来品種、地方品種には「美味い」ものが多い。

玉葱の札幌黄を支えているのはその「美味さ」を識る業務筋を抱

えている商系の人達ではないだろうか。現在の卸売市場は玉葱を正しく評価しておらない。

「美味い」ものはまず自家用、そしてその良さを消費側に判らせることが必要で、「美味い」ものを欲する者は沢山いる。しかし、相互が知らないだけである。流通側はそれをつなげることが仕事である。在来品種の種子は国のシードバンクには保存されている。しかし、在来品種が存在するということは多くの人に食へられていないことになる。在来品種は先人達の努力の積み重ねで創られた文化財で、子孫に引継がれるべきものである。在来品種は札幌黄の他に沢山残っている。

今、地方の時代といわれているが、地方独特の文化があつての地方の時代である。便利さや快楽とは別に、文化とはそれにくるまっていると安らぐもの、楽しいものと司馬遼太郎は言っている。文化には方言、食へ物（在来品種）そして風土、風景が必要である。次の時代に渡してゆかなければ……。