

保 存 版

財団法人 伊藤記念財団講演会

「食を愉しむ」

1995 年度世界最優秀ソムリエ 田崎 真也

平成14年9月11日（水）15：00～16：45

東京プリンスホテル プロビデンスホール

司会 皆様、大変長らくお待たせいたしました。また、本日はご遠方よりようこそお越しくださいませありがとうございます。

9月11日、この1年というのは国内外ともに激動の1年間だったというふうに思います。最近では、ちょっとしたニュースや何かではあまり驚かなくなったという、何か麻痺をしてしまったような感覚すらありますけれども、皆様方にとっても、それぞれ大変な1年、また大変な思いで過ごされた1年間だったのではないかと思います。

本日は、お忙しい中、またご遠方より、財団法人伊藤記念財団講演会にお越しいただきまして本当にありがとうございます。

本日は、前半講演会、そして後半のほうは懇親会というふうに予定されております。短い時間ではございますが、皆様方にとって有意義な時間としていただければ幸いです。

そして、本日の司会進行役を務めさせていただきます、フジテレビ、朝の「とくダネ！」という番組のリポーターをしております小柳美江と申します。よろしく願いいたします。

理 事 長 挨拶

司会 それでは、まず、開会に先立ちまして、財団法人伊藤記念財団理事長 伊藤研一より皆様方にご挨拶をさせていただきます。

それでは、理事長よろしく願いいたします。

伊藤研一理事長 ただいまご紹介いただきました、財団法人伊藤記念財団理事長の伊藤でございます。

本当に皆様方、お忙しい中、ご出席賜りまして厚く御礼申し上げます。

当財団は、伊藤ハム株式会社の創業者、伊藤傳三の提唱により創設の運びとなり、昭和56年7月に農林水産大臣より設立許可をいただき、今年で21年目を迎えることになりました。

この間、各畜産業及び食肉産業の振興と国民の食生活の安定に資するため、主として食肉の生産・処理・加工等に関する基礎的研究及び調査にかかわっておられる大学等の研究機関への助成を中心に公益事業を行ってまいりました。この研究調査事業への当財団の助成は、これまでに1550件、金額にいたしまして約12億7,000万円に及んでおります。また、その研究成果が我が国畜産の進展に多大な貢献をし、高い評価をいただいておりますことを心から喜んでいる次第でございます。

本日の講演会は、日常生活における最も大切な食は1日の活力源としての栄養の摂取だけでなく、心を豊かにし人生を楽しむ活力ともなります。この食のあり方、楽しみ方な

どについて幅広く考察し、健全な食生活の向上を図ることを目的として企画いたしました。

本日の講演は、1995年世界最優秀ソムリエコンクールで優勝され、テレビ、ラジオ、講演など多方面でご活躍の田崎真也先生から、「食を愉しむ」と題する特別のご講演をいただくことになっております。ご講演をいただきます田崎先生には、大変お忙しい中、この講演会のためにお時間をさいていただきましてまことにありがとうございました。厚く御礼を申し上げる次第でございます。

この講演会が、ご参会の皆様のお仕事などに有意義なものとなりますことを心から祈念してやみません。

終わりに、私、伊藤ハム株式会社の社長といたしまして、本日ご出席の皆様方には日ごろ大変お世話になっておりますことを、この席をお借りいたしまして厚く御礼申し上げます。今後ともよろしくご支援を賜りますようお願い申し上げます。

以上、簡単でございますが、開会にあたり、私のご挨拶とさせていただきます。

本日はまことにありがとうございました。

司会 当財団、伊藤研一理事長より皆様方にご挨拶をさせていただきました。

講演 「食を愉しむ」

司会 それでは、早速講演のほうに移らせていただきますよう。

きょう講演していただきますのは、1995年世界最優秀ソムリエに選ばれました田崎真也様です。

それでは、先生のプロフィールをここで簡単にご紹介させていただきます。

田崎様は、1977年フランスに渡りまして、ワインの勉強をされ、83年第3回全国ソムリエ最高技術賞コンクール、89年には第6回世界最優秀ソムリエコンクールに出場され、そして90年第3回国際ソムリエコンクール第2位を受賞されております。

そしてその後、海外、そして日本のマスコミにも大変大きく取り上げられ、皆様のご記憶にも新しいかと思えます。1995年第8回世界最優秀ソムリエコンクールにて、日本人で初めて優勝されております。「ワインは、憶えてから楽しむものではなく、楽しんでから憶えるもの」というコンセプトに、都内ではワインとチーズのスクール田崎真也ワインを主宰、テレビ、ラジオ、またたくさんのお書きになって、ご活躍されています。日本でもソムリエになりたいという女性がいま大変増えておまして、ソムリエブームというふうにも言われていますが、そのきっかけとなったのが田崎真也さんというふうになっております。

そのほかにも、東京都民文化栄誉賞、フランス農事功労章シュヴァリエなど、いろいろな章を受章されておられます。私も以前、担当していた番組でインタビューをさせていただいたことがありますけれども、先生はもう覚えていらっしゃると思うのですが、本当にジェントルマンという言葉がピッタリの、大変すてきな方だったというのは大変印象に残っております。

イメージとしては、毎日フランスワインを飲みながら、フランス料理を召し上がっているのかなという雰囲気がありますが、一体プライベートではどんな食事を召し上がっているのでしょうか。きょうはその辺の話もいろいろとしていただけるのではないかと思います。

本日のご講演は「食を愉しむ」です。それでは改めてご紹介させていただきます。拍手でお迎えください。田崎真也様です。

田崎 小柳さん、どうもお久しぶりです。声を聞いて「あ、そうだ、そうだ」と思っていましたので。

いまご紹介いただきました田崎真也と申します。きょうはお時間をちょうだいしまして、食についてのお話をさせていただこうかと思います。

改めまして、きょうはお招きいただきましてありがとうございます。

食についての話をさせていただくのですが、まず初めに、一般的には勘違いをされておりますソムリエの仕事について少しお話をさせていただこうかと思っております。

ソムリエの仕事とといいますと、ワインの評論家的なイメージが非常に強く、どちらかといいますと、きょういらっしゃっていただいています多くの方々、特に男性の方にとりましては、フランス料理店に女性をエスコートしていらっしゃいますと、食事のメニューを注文した後にワインリストを持ってまいりますと、ワインリストを出した後に、しばらくしてから、「いかがでしょうか」と来ましても、一体どれを注文していいかわからないにしても、何かを注文しなければいけないと、99%の方がワインの味わいや銘柄を気にされているのではなくて、値段を、どのくらいのを注文したらいいかと考えていらっしゃるのは重々わかっているのですが、そこは駆け引きで、我々にとっては、一体このお客様は幾らぐらい予算を持ってこられているかというようなことをイメージしながら、このあたりがいいのではないのでしょうかというようなことを言います。「こちらが料理に、こうこうこういう理由でよろしいのではないのでしょうか」と言いますと、このあたりというのは、銘柄を指しているのではなくて、大体基本的には値段のところを指しております。値段を指した瞬間のその男性の目線を見て、大体このあたりでいいかどうかを判断したり、そのあたりの駆け引きがなかなか難しい場合に、そのソムリエという職業のスタッフに対して非常に嫌悪感を持たれたり、また、これはテレビのドラマなどでも最近、ソムリエ役が登場していますけれども、どれを見ても、基本的にはソムリエというのは、気難しくて、多少慥無礼なところがあって、プライドが高そうにしているのですが、実際には中身が何もなかったりというような役柄が多いものですから、その辺のイメージが随分強いのではないかと思っています。

余談になりますが、その辺までお話をさせていただいたので、これは自己PRになってしまうのではないかと思うのですが、つい1週間ほど前に、虎ノ門のそばでフランス料理店を1軒オープンしました。

フランス料理というのは、たぶん、生涯自分自身ですることではないと一時期思っていました。なぜかと言うと、1つは儲からないということと、1つは、先ほどお話ししましたような理由で、そこに来られる多くのお客様が本当に心からフランス料理を食べてワインを飲んで、それが非常に心地よいと思っていられただく方ではない。特にお金を支払われる方がそう思っていられないという場合が多いように感じていましたので、そのような場所でサービスを提供するというようなことを仕事としていまして、本当に日本において必要な仕事かどうかということを疑問に思っていましたので、する気持ちはなく、どちらかといいますと、いままでオープンしたお店が居酒屋でありましたり、どちらかといいますと、私は個人的には、ワインを飲んでいる雰囲気よりも焼酎を飲んでいるほうが好きなものですから、焼酎を何となく楽しめるような店をとというようなことでオープンしましたりしていたのですが、たまたま縁がありまして、1軒空いたスペースができ

まして、そこで何をやろうかと考えたのですが、どう内装を見ましてもフランス料理店に非常に向いているものなので、フランス料理を考えてみようかなと思いつつ、ただ、先ほどのような理由がありましたので、どんなフランス料理店にしようかと考えました店が、料理が 1 人当り 3,800 円で、プリフィックスというのですが、前菜とメインとデザートと、それぞれ 15 種類ぐらいの料理の中から好きなものをお選びいただくというようなスタイルで、これ 1 本のメニューです。

3,800 円で夜のコースを出しているところはありますが、でも、夜のコースで 3,800 円で置かれているところというのは、4,800 円、5,800 円というようなものも一緒に提供していますので、女性を連れてレストランにいらっしゃって、3,800 円、4,800 円、5,800 円とありましたら、間違っても 3,800 円にしようとは言えないわけですし、ですから、基本的には 3,800 円というのはほとんど夜は出ないコースメニューとして設定されていることが多いのですが、3,800 円一本にしました。

通常、我々が業界の中で、同業のソムリエたちに話をしている中で、これはフランスやイタリアにいらっしゃっても基本的には同じような形で構成されているといえますか、考えられているのですが、つまり、ワインの値段を大体どの辺に設定するかというところですね。つまり、お客様がお任せと言われた場合に大体どのあたりにするか。逆にお客様の側からは、どれぐらいのワインを注文すると、その店にふさわしいようなワインを選ぶことができるのかというようなことです。

これは単純な発想なのですが、単純であり一方的でもあるかもしれませんが、1 人当りの料理単価、つまり、1 人当りの料理が 5,000 円だとしますと 2 人で 1 万円になるわけですが、そうしますと、ワイン大瓶 1 本の値段が大体 1 人当りの料理単価と同じかもしくは 8 割ぐらいの価格帯のものをお勧めしたり、またお客様側からは選ぶというふうなことになっていますので、それは私自身もフランス料理はもうやめようと思いつつも、業界の中ではそのような話をしております。

ただし、四、五千元ぐらいで実際に料理を出しているフランス料理店に行き、ワインリストを見ますと、ワインが四、五千元ぐらいからスタートしているので、上は 1 万円、2 万円というようなものが並んでいますので、そのワインリストを見て、一番安いラインの四、五千元のところというのは、特に日本人の男性は見栄っ張りといえますか、女性の前で多少は格好つけたいというような方が多いので、四、五千元というのは設定はしてもなかなか出ないところでして、七、八千元から九千元。となると料理の倍近い金額をワインに支払わなければいけないということになってしまっているのが現状です。

店側としてもそれを見越してそのようなリストをつくっているところもあるのですが、そのようなことを言っていますので、自分自身で店をやるときにどんな店にしようかといういろいろ考えたあげく、1 つの結論として出しましたスタイルが、ワインは全部 3,800 円にしよう。つまり、料理の単価と一緒にしようというふうなことを考えました。

なぜ 3,800 円にしたかというところ、4,000 円というのはあまり数字がよくないし、5,000 円になると高くなりますし、3,900 円だとテレビショッピングみたいな数字になりますし、というところで、それ以上安くはできないというので 3,800 円になったのですが、3,800 円で全て統一のプライスにしよう。そして、何十種類くらい置こうかということいろいろと悩んだ末、最初は 50 種類くらい、でもやっぱり 100 種類くらいないと、というふうに集めていきましたところ、300 種類リストに含めることができました。つまり、300 種類書かれたワインリストをお渡しするのですが、ワインリストには一切値段が書いてない。なぜなら全部 3,800 円なので。

このリストを男性に渡しますと、男性は堂々と、自信を持って女性にワインリストを渡して、「好きなものを飲んでいいよ」と言っていらっしゃる光景を見ながら、「やっぱり、このようなスタイルをとってよかったな」と感じているわけです。つまり、値段で選ぶ必要が全くなく、味だけでワインを選んでいただくことができます。そして、ソムリエとお客様のやり取りも、基本的には値段の駆け引きなく、味だけでお客様に情報をお伝えすることができます。というようなお店をやらせていただきました。

それはいいのですが、つまり、ソムリエの仕事というのは、基本的にはワインの評論家ではなくて何であるかということころなのですが、つまりはサービス業であるということが絶対の条件としてあります。

先ほど司会の方が話されていたのですが、こここのところ、実際にソムリエ希望者が非常に増えています。その中で、彼はまたは彼女は将来非常にいいソムリエになるということころをどこで見極めるかといいますと、例えば、ワインについて非常に詳しく、テイスティングの能力もあるというような子が面接に来た場合には、基本的には、なぜなりたいかということ伺うと、大体返ってくる答えが、ソムリエというイメージが非常に格好がいいといいますか、ソムリエというものに興味があるということと、ワインが非常に好きであると。特に、ワインが非常に好きであるというような答えが返ってきた場合には、基本的には、その彼もしくは彼女は、ソムリエという職業には向かないと判断をしています。

なぜかといいますと、ワインを飲むのが大好きで大好きでしょうがない人間というのは、実際に、売る側に回りますと、自分の好みを押し付けるタイプのソムリエになるパターンが非常に多いわけです。そうではなくて、なぜソムリエという職業を選ぶかということに対して、基本的に必要な答えというのは、お客様にサービスをすることが非常に好きであるというようなことがコメントとして返ってくる場合に、引き受けるといいますか、雇うことにしています。

その結果、つまり、ソムリエにとって必要なのは、これは後輩に言う言葉ですけども、2,000 種類のワインを覚えるというのは時間や経験数があるとフォローできるのですが、2,000 人のお客様から信頼を得るといえるのは、これはある種の能力が必要なので、2,000 種類ののワインを覚えるよりも、2,000 人のお客様から信頼を得るような努力を、

というふうなことを伝えています。

例えば、ワインの評論家、ワイン好きであるソムリエがレストランでお客様を接客したとしますと、フランス料理店というのは男女で来られるパターンが非常に多いものですから、男女のお客様がレストランにこられまして、入り口から入られますと、「いらっしゃいませ」と言ってお客様をお迎えます。これは日本の慣習であり、いわゆる接客用語のマニュアルになっています。でも私は、サービスの面でコンサルティングをしているところの店舗には、「基本的にはあいさつはいらっしゃいませと言うな」と言っております。

なぜかといいますと、いらっしゃいませというのは、本来、ホストがゲストをお迎えする際に言うべき言葉なのです。つまり、家庭で友人や知人を招いて食事をご馳走する際に、その家庭にわざわざいらしていただいた友人たちに、どうも、ようこそという意味を含めて「いらっしゃいませ」と言うことになっています。したがって、この「いらっしゃいませ」の背景には、おもてなしということがあるわけですが、この「おもてなし」、日本はサービス業と一緒におもてなしという言葉を用いて使うのですが、現実的に、おもてなしというのは本来無償の提供物でなければいけない、ということがあるのではないかと思っています。したがって、家庭で友人を招く場合には、この食事代またはワインを提供する、お酒を飲んでもらうというのは、料金を取るわけではないわけです。にもかかわらず「いらっしゃいませ」と言って迎える。これがおもてなしの気持ちではないかと思えます。

でも、我々がレストラン業としてお客様をお迎えするのは、これから我々が無償の食事を提供しようとしているわけではなくて、お客様があるお客様も、つまりホストがゲストを迎える、おもてなしをする。つまり、ホストがお金を払ってゲストにご馳走するための場所としてレストランを利用する、というようなことでレストランが成り立っているのではないかと思っています。

とすると、レストランという場であっても、そこでお迎えしておもてなしをするのはあくまでもホストである。我々は何のためにいるかということ、このホストのためのアシスタント役にならなければいけないということに徹しなければいけないと思っています。にもかかわらず、ホストとゲストの両名が入り口から入ってきた途端に、「いらっしゃいませ。ようこそいらしていただきました」と言いますと、ホストとゲストの関係が成り立たなくなってしまう、というのが日本の飲食業のサービス業と言いながらサービス業でないところの始まりではないかと思っています。

そのようなスタイルで入りますと、本当はホストとゲストなのにもかかわらず、「いらっしゃいませ」と言われた瞬間に、2人ともゲストになってしまうというような雰囲気にならざるを得なくなってしまう。

その次に、今度は、女性がコートを召されていた場合に、このコートを誰が脱がせて差し上げるかということ、日本の場合、決まって店側のソムリエなり支配人、マネージャー

と呼ばれている役職の者が、女性のコートを手伝い脱ぐのを手伝いして、お預かりいたしますと言って預かっていきます。

この段階で女性は、思うか思わないかは別にしまして、やさしいことをしてくれるお店だなど思うわけですが、本来、ここで女性のコートをお預かりするのはエスコートしてきたホストである男性がお預かりして、我々はそのコートを預からなければいけないというようなものが流れになっているのですが、お迎えしてしまっているのと、以前からマニュアルとしてもこれは、日本では成立してしまっているのです。両名のコートをレディファーストというような名において、女性からコートを預かるということになっています。

そのまま席に着こうとしまして、椅子を引いて女性に座っていただくのも我々の役割になっています。

その後、料理のオーダーがあり、そしてワインのご注文があり、そして食事が始まるといけますと、最近、たいてい、フランス料理店に行きたいというのは男性が心より行きたいというよりも、女性がフランス料理店に行きたいというようなことに対して男性がおもてなしをするというパターンがほとんどです。そして、日本では、私もワインスクールをやっているのですが、85%くらいが女性の方が生徒さんでいらっしゃるように、その数字を外国の方に話しますと、非常に驚きます。つまり、欧米でワインを勉強するのは基本的には男性で、レストランでワインを選ぶのは男性の役割で、接待の場でワインを選ぶのは男性の役割なので、男性がワインを勉強しに行くのですが、日本では圧倒的に女性が多い。したがって、この結果、レストランにおいてワインリストを見るのはいいのですが、ワインを飲んで、このワインに非常に興味があり、食事に興味があり、相性に興味があるのは、ほとんどの場合女性なのです。

としますと、それから2時間半くらいの食事が始まるわけですが、食事の合間、料理の説明をしましたり、ワインの説明をする際、基本的には、その説明をしている者の顔を見て一生懸命話を聞いていただくのは、どちらかというと女性が多いものですから、話すほうも一生懸命女性の顔を見てお話をしていく。ということで、だんだん女性はもっとも楽しくなるのですが、この場で、この2時間半の間、終始、あまりおもしろくない顔をされているのはお金を払おうとしている男性です。

この男性は、何だかわけのわからない会話をしながら話が進んでいって、食事も進んで、でも、女性が喜んでいるからいいやと思いつつ食事をしているわけですが、このまま時間がたち、帰りの時間がきまして、お会計が終わって、出口に進んでいってとします。出口に進んで、またソムリエなりそのテーブル担当であったウェイターが出口のところでお見送りをしまして、「どうもありがとうございました」とお声をかけをしたときに、どのようなリアクションが返ってくるかといいますと、ほとんどの場合、このような設定で返ってくる雰囲気というのが、この女性が我々に対して、つまり、ソムリエやサービスをしたスタッフ、もしくは料理長に対して、「きょうは本当に楽しかったわ。ご

馳走さま」と言って帰られるのです。

でも、本当に「楽しかったわ。ご馳走さまでした」と言う相手は誰かという、我々ではなくて、ご馳走になった男性に心より楽しそうな顔をして「ご馳走さまでした」と言うべきなのです。ですから、ここがホストとゲストの関係が成り立たなくなってしまう雰囲気があるわけです。

では、我々はどうしたらいいかというと、基本的にはホストのアシストであるわけですから、あくまでもホストを介して女性に情報が伝わるようなことをしまして、会話も、女性と男性の間で話が盛り上がるような話をして、話が盛り上がった段階ですぐに引く。そして、基本的には男性が最後、両名が有意義な時間を過ごしたということに対して、帰り際に、女性から我々がお礼を言われるのではなくて、男性から我々が、「きょうはありがとう。お疲れさん」というような言葉をかけていただくというのが理想的な、サービス側とホストとゲストの三角関係ではないかと思っています。

これが、ソムリエの本来の仕事ではないかと思っています。ただ、残念ながら、世界中に、どちらかといいますと評論家肌のソムリエが非常にまだ多いものですから、そのような見られ方をしているところもなきにしもあらずではないかと思っております。

また、先日、若手のソムリエのコンクールで、このような実技の課題を出しました。お客様が女性をお連れになられてレストランにご来店されたという設定で、この男性は、女性の前でワインの蘊蓄を少しお話しになりたいというようなタイプの方という設定なのですが、その方がワインのご注文を聞きに伺ったときに、突然ソムリエにある言葉をかけてきました。どんな言葉だったかといいますと、「シャブリの赤って置いてある？」というような言葉なのです。もう何となくお笑いになられた方は、シャブリは赤なんかあるわけないよなど。シャブリというのはフランスの一地方の名前で、この地方の名前をつけられるワインは白でなければいけないという規定がありますので、シャブリというのは赤は存在していません。

ただ、女性の前でいい格好しようと思って一生懸命、「シャブリの赤ある？」と言った男性に対して我々はどう対応すべきかというのがコンクールの質問でした。

この若手の6人の決勝進出者が、それぞれ1人ずつ、その実技を行ったわけですが、残念ながら、こちらが求めていた理想的な回答をした選手は1人もいませんでした。

どのように答えたかということ、6名が6名とも全て、その男性に対して一生懸命、敬語を使って、もしくは丁寧語を使って、何とか、シャブリは白だよということを伝えようと努力したというのが内容でした。でも、敬語を使おうが何を使おうが、基本的にはこの男性は、「いけない、シャブリは白だったのか。赤はなかったのか」ということこの一言で、これから2時間半の食事が進む一番最初の時間に女性から「何も知らないのね」と、全く逆効果になってしまうわけです。

このような場合、どのような回答が正解だったかといいますと、シャブリの赤ちょう

だと言われた男性に対して、「お客様よくご存じでいらっしゃいますね。ただ残念ながら、私どもはいまご用意しておりません、非常に生産量が少ないので。名前はイランシーという名前ですけれども、本当にご存じでいらっしゃいます。」ということが正確な答えでした。つまり、シャブリという名称ではないのですが、ほぼ同地域でつくられている赤ワインが別名称で販売されています。ただ、残念ながら本当に量が少なく、日本にはごく少量しか輸入されていません。それを聞き返すことで、男性は、「そうか、シャブリは白だったのか」と、何となく感づきつつ、しかし女性は、「へえ、本当にすごく詳しいところを知っているのね」というふうに思っていたと、というようなことになるわけでした。「シャブリは、赤は、確かにおっしゃるとおり」で終わってしまいますと、この男性はほかのレストランに行ってもずっと同じことを言い続けるわけでした、いつかバレたときに、あそこはなんという嘘を言ったのだというふうに思われましても逆効果ですので、この答えが一応基本的な模範解答です。もちろん、もっといい答えがあればもっといい点数を、というふうなことを考えていたのですが、残念ながらありませんでした。

つまり、丁寧語を使おうが何しようが、基本的にはお客様に対してどのように、お客様の立場をどのように考えられるかというのがサービス業であり、敬語であれ何であれ、単にワインの情報を伝えるというのは、これは、評論家の仕事であるというふうなことの例です。

そして、もうひとつ、ソムリエというのはサービス業であるというところが重要なところなのですが、ただし、お客様にサービスをしながら、ワインを、銘柄をお客様に覚えていただくということではなくて、お客様の好みに、基本的にはどのような方がどのような好みの方がこられて対応できるようなワインリストをそろえておく必要があるということも考えておかなければいけないということですので、実際の営業時間はサービスに専念しつつも、営業時間外は、いかにしてそのサービスをするための準備を続けていくことができるか、ということになっています。

そして、その上で最も重要なのが、ワインのテースティングということになるわけですが、このテースティングも、どちらかといいますと、テレビや何かを通して一部誤解を生じているところもなきにしもあらずです。我々がテースティングをするときに使う表現方法というのは、どうもわけがわからない、キザっぽい表現方法が多く、「森の下の濡れた枯葉の香り」とか、「何とかの毛の香りがする」とかというような表現が本当にワインがおいしくなる表現なのかというふうなことを疑われましたり、「猫のおしっこ」という表現方法があるのですが、そんな表現方法を使うのかというふうなことで驚かれましたり、「どこどこで野に咲いている花がどうのこうの」と言いますと、これも、「そんなポエティックな、なんてキザな」というふうなことをおっしゃっていただく方も多々いらっしゃいます。これを聞いた方が、「ワインのテースティングなんか、恥ずかしくて、二度と」と。

でも実際に多くの男性は、レストランで行う「ホストテスト」と呼ばれる、少量注がれて、「結構です。どうのこうの」という、あの瞬間も同じようなテースティングをするのが正式だと思われている方も非常に多く、いつか機会があったら「何の香りがするね」というくらいのことを一言ぐらい言ってみようと思っっている方も結構多いと伺っているのですが、でも実際には、あの場面はそのような場面ではなくて、この後お客様にお注ぎしてよいかどうかを、つまりワインが健全であるかどうかをチェックしていただくというような作業ですので、基本的には必ずしていただいて、その段階でワインに劣化があった場合には、すぐに、当然ながらお取り替えをするという目的で行っていますので、もちろん劣化があった場合には速やかに交換するというようなマニュアルになっております。

そして、このテースティングですが、一体我々はどのようにするかというようなことと、一例を挙げて、そのテースティングのコメントをさせていただこうと思います。

ここにワインはないですが、1978年産のロマネ・コンティというワインが、過去2度ほどしか飲んだことがないワインですが、1978年というのは、ロマネ・コンティという地方、フランスのブルゴーニュという地方で、1つのブドウの品種、ピノ・ノワール種というブドウの品種からつくられる、年間6,000本強しかつくっていないワインで、世界中の愛好家たちが生涯に一度そのワインを飲みたいということもありまして、注文が殺到する。しかし、それを所有しているオーナーは、そればかりが売れても、周りの畑のものがちっとも売れない。何とか方法を考えねばということで、随分以前に考え出した方法が、1ケース12本の中にロマネ・コンティを1本だけ入れる。そして残りの11本はその周りの畑のものを入れて12本で販売をする。12本の価格が大体30万円から40万円くらいの間で取引されていますので、したがって、買った輸入業者、買ったワイン商は、三十何万円で買ったワインに、どれをどう値段つけてもいいことになっているのですが、でも、ロマネ・コンティが欲しいために残りの11本がついてくるわけですので、残りの11本は速やかに売って、ロマネ・コンティだけをということを考えますと、ロマネ・コンティの値段だけが必然的に高くなっていきます。そして、数が非常に少ないものですから、いい年と言われているものはすぐに値段が上がっていきまして、現在、78年のロマネ・コンティというのは1本、市場で100万円を超えるくらいの値段がします。

このロマネ・コンティ、100万円のワインというのは一体どんな味がするかということですが、我々が分析的なテースティングのコメントと申しますか、表現方法によってこのワインを表現しますと、「外観は、全体的にオレンジからレンガ色がかった、やや濃い目のルビー色をしています。そして香りは、まず第一の香りに、野イチゴとチェリーのジャムのような、もしくは砂糖漬けのようなフルーツの香りと、わずかにドライフラワーのような印象の香りが感じられて、それ以上に土、特に腐葉土の香りと、そして、その中から取り出しますトリュフのような印象の香りと、かつ動物のなめし皮のような印象と、さらに、極上の紅茶のような印象の香りと、そしてミネラルを感じるような印象と、さらに、

木樽からきますロースト香が感じられて、非常に複雑な印象の香りが感じられます。

さらに味わいは、口に含みますと非常に芳醇で、豊かな、バランスのとれた印象が広がります。酸味はまるやかで、全体的に溶け込んでいまして、渋みは非常に豊かなのですが、この第一印象のボリューム感に完全に溶け込んでいまして、余韻が 15 秒くらい、非常に長く続き、最後にはやはりトリュフのような印象の香りが感じられます。」というのが 78 年のロマネ・コンティの印象です。

なぜいまのようなコメントができるかといいますと、これは今年のボージョレ・ヌーヴォもやはり同じようにコメントすることができますし、その前の年のボージョレ・ヌーヴォも同じようにコメントができますし、もちろん、昨日飲んだスペインの白ワインのコメントもスムーズにすることができるのですが、これは何のためにするかといいますと、また何の意味があるかといいますと、全く意味のないような言葉がずっと続いていきましたが、トリュフのような印象、腐葉土のような香りの印象というのは、特に、ブルゴーニュのピノ・ノワール種というブドウの品種が、非常にコンディションよく熟成が進んでいった場合に特徴的に出る香りでありましたり、紅茶のような香りというのは、その土壤に粘土質が豊富であって、石灰質とのバランスが取れている場合に特に感じる香りでありましたり、果物がジャムになっている香りというのは、適度に酸化による熟成が進んでいるという香りでありましたり、というぐあいにも一言、一言単語を並べていったのですが、その単語は全て、醸造的か、もしくは土壤からくるものなのか、ブドウからくるものなのか、または熟成によって得られるものなのかというような意味が含まれている記号のような扱いをしています。したがって、いまの言葉は、インターネットに英語やフランス語で入れておきますと、世界中の方が文字を見て、どのような味わいかということがわかる国際用語に近いようなものでもあるわけです。

したがって、このような記号のような言葉を使うことによりまして、我々は、ワインという、鼻で香って、口で味わうこの飲み物を記憶することのできる方法に置き換えている、というふうなことになっています。つまり、感覚、特にものを味わうときに重要な嗅覚や味覚というのは、鍛えていけばある程度鍛えられるのですが、記憶するのはそのまま直接的には不可能です、脳の構造が違いますので。

したがって、記憶をするためには、香りをかいで味わうときに、その嗅覚や味覚感覚が刺激を受ける脳で判断するのではなくて、即座に言葉に置き換えることによりまして、より記憶をしやすい方法に変える、というふうな方法によりまして、テースティングをしますと、必ず文字でテースティングをして記憶をしていきます。

何のために記憶をするかといいますと、ワインは、並べてテースティングをするとどなたにも違いがわかっていただくことができるのですが、いつもそのようなコンディションでテースティングをするわけではなくて、ほとんどの場合 1 点をテースティングしますので、その 1 点をテースティングしたときに、このワインがどういうワインであるか。

つまり、このワインは世界中のワインの中でどのような位置にあるか。そして、このワインは、昨年の天候と今年の天候を比べて、天気の情報があっても、味としてどう違うのかというようなことを考えたりしても、昨年と今年のワイン、昨年のものはもう 1 年たっ
てしまっていますから、いま味わっても昨年のできたてのワインは味わうことができませんので、それを、同じようなコンディションでテースティングを行うというのは、タイム
マシンでもない限りは不可能なので、それを行うために、つまり、1 点提供されたワインを頭の中で比較をしながらテースティングをするために、記憶をしておく必要があると
いうことなのです。

これを逆に応用しますと、1 点出されたワインが、色を見て、この色は暖かい地方のブ
ドウからできる色であって、この縁の色は、先ほどレンガ色と言いましたが、レンガ色と
いうのはかなり熟成が進んだということをあらわしてしまったり、赤ワインというのは、
色の縁の部分をごらんいただきますと、縁の部分が紫色に見える場合には若々しいワイン
なのです。オレンジ色に見える場合は少し熟成が進んできて、レンガ色に見える場合
にはかなり熟成が進んだということをあらわしています。

というようなことを見まして熟成年度を判断して、香りをかいで品種を想像して、そ
して、その成熟度合いを果物の香りの中から判断して、気候風土を、またいろいろなこと
を判断していくと、いわゆるブラインドテースティングというのですが、香りをかいで味
わって、このワインがどこの産地でつくられたもので、そしてブドウの品種は何で、いつ
収穫されたものかというようなものが、経験の中といいますか、記憶の中から呼び起こす
ことができましたらわかるような仕組みになっています。

したがって、ワインをテースティングしてどこのワインだか当てられるというのは、
これは天性のものであったり、非常に特殊な能力ではなくて、このマニュアルを踏んでい
きますと基本的にはそれほど難しいことなく、ある程度のところまでは推測することがど
なたにも可能なことではないかとも思っています。

つまり、テースティングの目的というのは、比較テースティングを通しまして、1 点の
ワインをテースティングして、このワインが世界中のワインのどのあたりのレベルにある
かということを判断しつつ、そして我々は、このワインを買い付ける必要性があるかどう
か。つまり、このワインはこれくらいの品質のレベルである。そしてプライスを見たとき
に、このプライスはこのワインの品質に対して妥当であるかというようなこと、もう 1
つは、このワインは、いま買ってすぐ売るためのワインであるか、もしくは 10 年ぐらい
取っておいて、値段をうんと上げて販売をすべきものなのか、というようなことを判断し
たりするためにこのテースティングというのをトレーニングしていきます。

というようなものがソムリエの大きな仕事、つまりサービスであり、もう 1 つはその
サービスをするためにワイン等々を買い付けていかなければいけませんので、そのための
知識やテースティング能力を身につける作業をしていく必要がある。つまり、テーステ

イングは我々にとってあくまでも作業でありまして、本来の仕事はサービスであると思っています。

そして、きょうの本題ですが、食べる、「食」ということに移っていこうと思います。

いま味覚とか嗅覚の話をさせていただいたのですが、いろいろな食番組があります。いま、ある方が言っていたのですが、1週間に、地方のテレビ局も含めまして、280とか300近い番組が「食」の番組として流れているそうなのです。実に、世界でも類を見ない、食に関連する番組というのが多い。なぜかという、ある程度の視聴率が取れるというようなことからでありまして、非常に興味を持っている人が多いということになります。

にもかかわらず、そこで表現されている食べ物、飲み物の表現方法というのが、非常に貧困というとあれかもしれないですが、ある意味で間違っている表現方法が自然に使われてしまっている、というふうなことに気がつきます。

例えば、皆様方が日常扱われていらっしゃる肉類、特に、例えば和牛などの高価なお肉、霜降りのお肉を食べたときに、その霜降り肉を焼いたものを食べた瞬間に、そのおいしさをテレビを見ている方に伝える際に、食べた方々が何と表現しているか、どのような表現方法が一番多いかといいますと、ほとんど、100gが3,000円4,000円、5,000円という肉を食べて、一口食べた瞬間に発する言葉というのは、「軟らかくて本当においしいですね。口の中でとろけるように軟らかくておいしいですね」と、いうのがほとんどです。これだと、霜降り肉を3軒食べ歩いた場合に、一体どういうふうな比較をして、3軒の肉の違いを表現するのかというのがわからなくなってしまうのです。

つまり「軟らかい」というのが、表現方法として何に当たるかという、食べ物を表現する際に実際に重要なのは、つまり、わかりやすい表現というのは、感覚的には、味覚感覚と嗅覚を使うのが基本的にはわかりやすいわけですし、主にそれによっておいしいというふうなことを大部分感じているわけですが、でも、日本人は、口の中で感じる残りの触覚を、主にものを食べたり飲んだりするものに対しての表現方法として使っているのです。つまり、「軟らかくて非常においしいです」。軟らかいのがおいしいのかというふうなことを疑問に思いますと、実際にはそうではなくて、軟らかくておいしいのだったら、牛肉よりもマシュマロのほうがおいしくなってしまう。

そして、「軟らかくておいしいですね」という表現をした同じ方が、場所を移動してアワビの刺身を食べると、今度は、「コリコリしたこの歯ごたえがおいしいですね」と、今度は硬いことがおいしいと言う。

つまり、一体この人は軟らかいのがおいしいのか、硬いのがおいしいのかよくわからない、というふうなことになるわけですし、本来は味覚を表現しなければいけないところにおいて、基本的には触覚で表現すべき言葉を多用しているというようなこととなります。そしてこれは、仕事が終わって、番組の中でもそうかもしれませんが、ビールを出して、ビールを飲みますと、気持ちのよさそうな顔をして、次に発する言葉が、例えばです

けれども、これもよく聞く言葉で、「いや、このビールよく冷えていておいしいですね」と言うのです。よく冷えていておいしい、これもレストランで聞かないこともないのですが、ときどき、男女のお客様がこられまして、女性のご希望によって白ワインをお好みなので、白ワインを注文された。男性は、どれにしましょうかということで、1本15,000円くらいのワインを注文していただいて、女性の方は価格はわからないわけですので、そのワインをお持ちしまして、シャンパンクーラーと呼ばれる氷と水の入ったバケツにワインを入れてお持ちします。大体、ずっと冷やして置きますと5度以下に冷えるのですが、この5度以下に冷やしたワインをお注ぎして、しばらくしましてから行きまして、「ワインいかがですか」と伺いますと、白ワインがいいと言った女性が、何とお答えになるかと思って聞いていますと、やっぱり同じように、「冷たくておいしいわ」とおっしゃる方が結構多いです。

でも、冷たくておいしいなら500円のワインでも結局は同じだったわけですし、15,000円のワインをわざわざご注文いただかなくてもよかったかなと思ってしまうわけです。この「冷たくておいしい」という方が、実際に鍋料理を食べたりしますと、今度は、「熱々でおいしいですね」と言う。一体冷たいのがおいしいのか、熱々がおいしいのかよくわからない。

しかし、これも、冷たいからおいしいというのであれば、実際に、ビールでもレモンサワーでも、水でも、何でもよくなるわけです。冷たいとか熱いとか硬いとか軟らかいというのは、見ている方によっては、実際にそのものが本当はどういう味なのかというのは、基本的にはなかなか伝わってこないわけです。

では、嗅覚はどうかというと、香りの表現というのは基本的にはほとんど、テレビ番組などで聞くことが少ないのですが、ときどき聞く言葉に、これはいい香りであった場合に表現するところによく使われる言葉なのですが、非常に華やかないい香りをかぎますと、たいてい出てくる言葉が、「いい香りですね」という次に「甘〜い香りがします」なのです。甘〜い香りがしますというのですが、甘〜い香りがするというのは、ほかの国の言葉に直訳して伝えますとわからなくなってしまう。なぜかというと、甘いというのは味覚表現であって、嗅覚の表現方法ではないということなのです。

つまり、甘〜い香りと言っても、思っている方と聞いている方が、甘いというもので連想するものが違っていると、これは正確な情報としては伝わっていないということになってしまいます。つまり、味覚で表現すべきことを食覚感覚を使って表現しつつ、嗅覚で表現すべきところを味覚表現を使って表現しているというようなことが現実的に行われているわけです。

ということは、実際に、嗅覚で表現する言葉というのがあるかということ、非常に乏しいです。ただ、これは、伝統的なところなのですけれども、日本には香道というのがありまして、この香道の世界では、お香を聞く際に、ある種ワインでテースティングをするの

と同じように、記憶をして、そして次に新たに出てくる香を、先ほど聞いた香と照らし合わせて、どれが同じものであるかということをお遊びをしていきます。この際に、1回聞いた香りを記憶しなければいけないのですが、その記憶をする方法が、我々のように、何のような香りがするという固有名詞を並べて記憶するのではなくて、「あ、す、か」というような表現方法を使います。「あ、す、か」というのはどのような表現方法かというと、一番最初に感じる香りが甘い香りで、その次に感じる香りがちょっと酸っぱい香りで、そして、何となく辛いような印象の香りが3番目に感じるとした場合に、「あ、す、か」というふうにして、一瞬にして覚える、というような記憶方法が実際には、日本の古い伝統で伝わっていますので、この辺からきたところではないかとも思うのですが、これは、お香という限られた範囲の中で、甘い香りというのが、このような香りというのが大体、お香を一緒にしている方々の中で共通の認識のもとに表現されているものです。でも、ものすごく豊富なものの中で簡単に甘い香りというのは、蜂蜜なのか、砂糖なのか、果物なのか、チョコレートなのかというようなことがなかなかわかりずらくなるのではないかと思います。

したがって、例えば、霜降りの肉を味覚的に表現するのであれば、最大の特徴であります、あの霜降りの脂肪の融け込みぐあいといいますか、口の中で融けていく際の味わいの広がり方。そして味わいというのは、味覚感覚だけで感じているものではなくて、嗅覚が非常に大きく作用するのはもちろんご存じでいらっしゃると思います。したがって、「口の中で融けたこの脂肪が、上質なクリームやバタークリームのような印象で口の中に広がる」というふうなこと。そして、その広がった後に、今度は赤身の部分の動物的な、例えば金属質の、これは分析的な表現ですけれども、そのように類する香りというのがどのように、うまみとともに、最近はジューシーという言葉がよく使われていますけれども、広がっていき、そして脂肪と赤身のジューシーなうまみとのバランスをどのように感じるか、というようなことを端的に表現すると、違いが具体的に、霜降り肉と言っても表現することができるのではないかと、というようなこともあるのではないかと一例です。

そもそも食事というのは、日本では定義があるようでないようなところがあります。世界大会で優勝した後にフランスに行きまして、フランスへはときどき行っているのですけれども、あるときフランスの地方で、ワインのジャーナリストの方にインタビューを受けたのです。どのようなインタビューだったかといいますと、そこは、先ほどお話ししましたロマネ・コンティを産するブルゴーニュで、日本にはかなり多くの量を輸出しています。対外輸出相手国としては日本は上位5指に常に入っているところでして、特に高級ワインに関しては1位、2位の座を占めているというようなお得意さまであるわけですが、その日本のソムリエがブルゴーニュを訪れてインタビューを受けましたときに何を聞かれたかということ、「日本は、このブルゴーニュの我々がつくるワインを、一体いつ飲んでい

るか」というのです。これには驚きました。どういう質問かと思ったのです。

つまり、東京にはもう既にフランス料理店だけでも 2,000 を数えるぐらいあり、そして、ワインというのは当然ながら、日本では、肉と一緒にとか、食事と一緒にと認識をしている人が基本的には多いはずなのですが、このフランス人は、日本のことを調べてきたのでしょうかけれども、一体何を言うのかと思いましたが、本を見たのだけれども、日本では、お酒は食前に飲むものであって、食事をしながら飲むものではないというようなことが書かれていたので、ワインは一体いつ飲んでいるのか。やっぱり食前に飲むのかと言うのです。

それで、なるほど、そういうことだったのかということがわかりました。何かというと、自宅でアルコール飲料を飲むというのは、一般的な日本の家庭、いまは違ってきたのかもしれないのですが、ごく最近まで、もしくは現在も引き続き行われている一般的な慣習というのは、奥様が台所で料理をつくっていらっしゃって、子どもは勉強しているかテレビを見ていて、その料理をつくっている間に、男性は、先にテーブルに着いて、もしくは別のところで、ご主人だけ、お父さんだけ食べることでのおつまみを食べながらお酒を飲んでいる。これは完全な食前であるわけで、ここではお酒は、ジャンルの的には食前酒に扱うべき飲み方をしているわけです。

主菜ができて、お味噌汁が盛られて、ご飯茶碗にご飯が盛られて、全員の食卓が用意されますと、ここでお母さんは全員に声を掛けて、「ご飯の用意ができましたよ」と。ご飯の用意ができましたよと、ご飯というのは米を炊いたものですが、でも実際日本では、食事ができましたよというべきところを、ご飯ができましたよというふうに置き換えていますので、ご飯がセッティングされたところが食事ということになっています。ということは、食事ができましたよと言ってお父さんがお酒を飲むのをやめてテーブルに着いて、子どもたちは自分の部屋から出てきて、4人なら4人が座って、「さあ、いただきますよ」と言って、その瞬間から、この子ども、お父さんが席を離れるまでの時間というのは、実に 10 分とか 15 分しかないのがわりと一般的でして、僕自身も、子どものころ、食事時間というのは 1 日の時間で一番いやな時間でした。なぜかというと、好きなテレビも見られないし、食事時間というのは箸の持ち方が悪いと叩かれるし、食事というのは行儀よく、黙って、早く食べろと常々言われていましたので。

したがって、食事というのは全く楽しいものではなくて、何と苦痛な時間なのかというふうに思っていました。そして、「食事ができましたよ」と言って、主婦の方は 2 時間も 3 時間も、昨日の晩から明日は何にしようかと考えてつくっている食事でありながら、実に短い時間で済ませられてしまっているというようなことや、また、ちょっと例が違いますが、食事というものを別な形で考えてみますと、旅館に行きまして、または料理屋さんに行きまして会席を注文しますと、または夜の食事を頼んでおきますと、お通しができて、お椀が出てきて、お刺身が出てきて、焼き物、煮物、揚げ物というふうな形で出て

きます。長くそれでお酒を飲んでいまして、この会席というのは、懐石と違って、あるときから宴会席である会席に変わっていますので、お酒を飲んでワイワイと騒げるような食べ物のお出し方になっていますから、最初のお通しで少しお酒を飲んで、とりあえずおなかを膨らますためにお椀があって、お刺身はその次の、八寸と呼ばれるタイプのものは、そこで最大限お酒を飲んで、そして後半、おなかを膨らます目的のものを食べていくというようなスタイルでつながっているわけです。

そして、揚げ物、もしくは煮物が出た後に酔の物が出てきまして、出てこないところもありますが、このあたりにきますと仲居さんが、この後お食事になりますので、お声掛けてくださいと言うわけです。ということは、いままで長く食べていたものは一体何だったのかというと、お通しから揚げ物まで、ずっと酒のおつまみを食べていた。つまり長い食前を愉しんでいたことになるわけです。

そして、お食事の用意できましたといって、ご飯とおつゆが出てまいりますと、お茶を入れていただいて、これで食事が終わる。つまり、宴会席、懐石の中でも食事時間というのは実に5分あるかないかというのが日本の食事時間となっている、というようなものを、何となく断片的に訳されたもので読んだフランス人は、日本というのは食事にお酒を飲まないのだというふうに理解した上での質問だったわけです。

したがって、この方に、日本では実際にワインは当然食事と一緒に愉しんでいるよということを説明するのに、ものすごく時間がかかったわけです。

お昼にも、食の番組というのがたくさんあるわけですが、この番組を見ますと、ある食べ物の中には何とかという成分が入っていて、この成分を毎日これぐらいの量でいいので、摂り続けていきますと動脈硬化を予防できるとか、肥満に何とかがいいとか、何々がいいとか、夜よく眠れるようになるとか、いいことばかりなので、ほとんどそれも予防に関してのことです。そうすると、夕方になるとその商品が全部スーパーの棚からなくなってしまうというような結果になるわけです。

私も、その辺の健康に関することは、どちらかというと健康おたくなので、たまたまお昼の番組を見ますと、これはいいなと思って試していたりしたことがあったのですが、あるとき、シイタケを1日6つぐらい食べると血液がすごくサラサラになる、血圧も下がってコレステロールも少なくなると。職業柄、お酒をよく飲みますし、別に飲まなくてもいいのですが、たまたま好きでもありますからよく飲みますし、食べ物も食べるのが好きなので、コレステロールなどがどうしても高くなりやすいので、これはいいな、6つ食べるだけでいいのかと思ひまして、1日は、アシスタントに煮付けてもらいまして、2日目は塩焼きにして、網焼きにして持ってきてもらいまして、というふうにして毎日食べようと思っていたのですが、4日目ぐらいから、もうシイタケは見るのもいやで、たった6つなのですが、なかなか毎日というのは食べられないものです。

というふうなことを考えますと、ああいうような系統の番組を見ていまして、これは

いいなと思っていても、食品である種の病気を予防したり治療するというのは、かなりの量、そしてかなりの期間を続けていかなければいけないとなりますと、あれで全部を健康維持しようとしていきますと、1年間で多分100本以上の番組が流れているのではないかと思います、1年間見ただけでも、100以上の食材を毎日摂り続けていかなければいけないとなると、それだけでも栄養過多になってしまうわけです。

となると、あれは断片的に見るのが正解なのか、毎日見たほうがいいのかということすらも悩んでしまうのですが、この食に関する考え方というのが、先ほどの、最近では多分、食事というのは、黙ってきれいに、行儀よく、早く食べろというような感覚から、少しは変わってきたのではないかと思うところもありますけれども、ただ、依然として続いているのは、戦後の食料難の時代に子どもたちだけには健康になってもらおうというので学校給食が始まったと。これは私は聞いたお話ですが、それによりまして学校給食が始まったわけですが、にもかかわらず、現在このように、本当に幸いに、日本には食が非常に豊富に豊かに、お金を出せば購入することができるというような時代でありながら、残念ながら、いまだに食イコール栄養のため、健康のため、というふうなことで摂取している場合が非常に多いのではないかと思います。

ここで少し話題を変えようと思います。

先日、ある、非常に上質なワインをつくっているワインメーカーの方が、このワインをアメリカに輸出しようと思ったのですが、なかなか難しいのですと。非常に手続とか説明をするのが難しく、苦労していますというお話をされていました。

多分、そのワインは、日本においても最もすばらしいワインの1つだと思っていますし、世界に出しても十分に愛好家の方々を、日本のワインでこんなにすばらしいのかと思っただけのいい物ではないかと思うのですが、なぜそのワインを輸出することができないのか。あれだけアメリカから食材をこれだけ買えと言われているのに、ワイン1本、1銘柄、なぜ向こうは輸入することができないのかという理由が非常に単純だったのです。

どのような理由だったかといいますと、日本にはワインのラベルに関する表示の義務の規定がないということだけだったのです。つまり、ラベルに書いてあるさまざまな文字に信頼性がないということです。世界中でワインが生産されていますけれども、ごくごく最近スタートしたワインの生産地域であっても、国がラベル表示に関しての規定を設けていまして、特に厳しいのが生産地に関する表示規定です。フランスでも、いまま大スキヤンダルになっているのですが、ボルドー地方で、南フランスのワインをブレンドして、かなり大手のメーカーに販売して、その南フランスのワインがボルドーという名称で世界中に販売されていたというのが明るみに出ました。それを売ったのは個人であり、業者が1人ですが、買ったボルドーの業者は超大手5社を含める11社くらいだったのです。ネゴシアンと言われる業者なのですが、このネゴシアンは、一応いまのところ、全く知らなかったと言って、白をきっているのですが、現実的に、大手11社にボルドーのワ

インとして販売供給するだけの量が現実的に計算をしていくとボルドーにはないのです。ということは、行く行く進んでいくと、いずれバレることではないかと思うのですが、これを違反した、とりあえず検挙されたこの供給側の個人がどうなったかといいますと、信じられないくらいの罰金と、そして禁固、実刑判決が言い渡されて、まだまだこの問題は続いていくのではないかと思うのですが、それくらい、原産地表示に対しては非常に厳しいのです。

日本におけるワインに関しては、残念ながら原産地に関する表示の規定というのがいまのところ全くと言っていいほどないものですから、地方に観光に行きまして、その観光地の名称のついた「何々ワイン」というのが結構あちこちで販売しているのですが、どこを探してもブドウ畑なんかないわけで、どこを探してもワイナリーなんかないのに、一体このワインはどこでつくっているのか。九州のある県に行きまして、最近できたワイナリーに行きますと、やっぱりブドウなんかないし、こんなに北のほうでできるブドウをつくっているのかなと思えば、北海道からぶどうを買っているということです。

ということは、九州のある県で売られているワインは、実は北海道産のブドウを使っている。新潟の第三セクターでやっている、第三セクターですから新潟県も絡んでいるワイナリーは、お金をかけてワインの醸造設備をつくったので、ブドウというのは3年くらいたたなければある程度のワインの品質を保つようなブドウができませんので、本当にいいものができるには10年ぐらいかかるのです。したがって、醸造設備をつくって、ブドウを植えたといっても、すぐに毎年できるわけではないですし、できたとしても、多大な投資をしてつくった醸造設備というのは、日本酒などと違いまして年に1回しかワインを醸造することが、つまりブドウを収穫したときしか醸造することができない。たかだか3週間くらいしか使わない発酵タンクにもものすごいお金をかけるわけです。

ということは、これはなかなかペイできない。非常にもったいないというようなことを考えたこのメーカーはどうしたかという、日本と全く正反対の気候であります南アフリカ、オーストラリア、ニュージーランド、チリ、アルゼンチン等々から、ちょうど半年間ブドウの収穫時期がズレますから、この半年間ズレてブドウの収穫をする南半球の地域から、ブドウをチルドで輸入しまして、そこで醸造して新潟の土地の名前をつけて販売しているというようなことをしています。現実的に、大手のワインメーカーもかなりこのスタイルはとっています。これによりまして、年1回しか使えない醸造設備が年2回使うことができる。そして、自分のところの周りに植えたブドウはわずかにもかかわらず、輸入をするというスタンスから考えますと、膨大な量のブドウを輸入することができる。

といいましても、これがおいしければ消費者にとっては何の文句を言う筋合いもないといいましても、これを輸出するとなりますと、日本のワインを輸出するのに、中身がどこの国のものかわからないというものであれば、日本のワインを輸入するということには現実的にはならないわけです。

日本酒という表示も非常におかしな規定がありまして、これはウルグアイ・ラウンドの影響ですが、米の自由化によりまして、日本酒に使用する米、そして日本酒自体も規定が少し変わりました。どのように変わったかといいますと、日本酒という名称に関して、定義としては、外国産米でもいいし、そして外国で製造した清酒を使ってもいいということになっているのです。

つまり、「日本」という名前をつけながら、中身は外国のものであってもいいというところに大きな地域での問題があるわけです。こんなことというのは、基本的に、ほかの国々では絶対にあり得ない。つまり、フランスのワインにフランスと書いた以上、100%フランスのものでなければいけなくて、イタリアのものを混ぜた場合にはフランスという名称はラベルにはどこにも書くことができないということになっているのです。

つまり、自分の国の名前を付けたにもかかわらず、そのつけた本人も自分の国の名前というこのものに対して、プライドがないのではないかというふうなことがあるのです。

これが、根本的な問題としてありまして、原産地管理呼称法というのですが、1年9ヵ月前に長野県の田中知事から、長野県の農産物のいろいろなプロモーションをしてよと言われました。仕事として県からの依頼で仕事をしました。先日、それを辞めるか辞めないか迷ったのですが、そのままいま現在も継続しています。

どのような仕事だったかといいますと、長野県というのは非常にいい農畜産物があるのですが、マイナーで、名前が通っていない。どうも、品物はいいいのですが知られていないので、認知度が足りないんで、何とかいろいろな媒体で有名にしてよというようなことなのです。

ただ、それをお引き受けする前に、一度長野県に行ってみようと思ひまして、長野市に行きました。いろいろお話を伺って、その晩、あるワインバーに県の方に連れて行かれたのです。そのワインバーに、プライベートな時間だったのですが行きまして、長野市のど真ん中にある、県庁のすぐそばにあるワインバーですが、長野市では一番ワインをそろえているというので伺ってみました。

そこへ行きましたところ、予約をしてありましたのでテーブルの上にワインが並んでいたのですが、どう見ても全てフランスのワインなのです。なかなかいいワインが並んでいたのですが、そこに着いて、飲む前に、そのお店の方に、きょうはせっかく来たので、長野のワインを飲ませてくださいと言いました。そうしましたところ、その店のソムリエは、何と答えたかといいますと、「いや、うちは長野のワインは置いてないのです」と。なんでですかといいますと、長野の人は長野のワインを飲まないのと言うのです。

それを聞きまして、そこではフランスワインを飲んだのですが、後日、その県の方に、これは根本的な問題からスタートしないといけないと思います。つまり、僕が行って、予算をいただいて、マークをつくったり、コマーシャルみたいなものをつくって、長野県のトマトはおいしいですよとか、キノコはいいですよとか、長野県の牛肉は、信州牛はいい

ですよというようなことを言ったとしても、1年、2年たてばすぐにしぼんでしまう。もっと根本的なところから解決しましょう。それは、長野県に住んでいる方が、まず、長野県の農産物を誇りに思うようなことから始めないと長続きはしません。つまり、長野県の人が長野県のワインは飲みませんと言っているようでは、なんで他府県から来た僕が長野県のワインを宣伝しなければいけないのですか。というようなところから解決をしていきましょう。つまり、長野県の方が長野という県の名前、そしてある農産物がつくられる地域の名前をもっと誇りに思うようなことをしていくことによって、自然とそれが全国に伝わっていくようなことにしましょう。

その1つのパターンとして、ヨーロッパで古くから行われている原産地管理呼称法制度を、いろいろな分野で導入していきましょう、というようなことを提案しました。

そして、いろいろなセクションでチームができて、花やキノコや農畜産物や乳製品や、もろもろのところまでチームができていきまして、多分、今年の秋には、とりあえず、できやすかったワインと日本酒からスタートすることができそうですが、この原産地管理呼称法というのはどういうものかということ、現在、BSE問題以降、いろいろな偽称だ、偽装だというようなことで、原産地に関する関心が急激に高まりまして、ある方にこのお話を、長野県でやっているという話をしますと、「ああ、やっぱりあの問題からですね」と言うのですが、実は、いまお話ししましたように、約2年前からこの話が進んでいますので、逆に、いまこの話をしますと感心を示していただく方が増えたのは増えたのですが、ただ、よくよく考えてみますと、日本でこれだけ、先ほどお話ししましたように食べ物が豊富でありながら、なぜいままで原産地に関してあまり関心がなかったかというのが不思議なくらいなところはなきにしもあらずではないかと思うのです。

この、長野県で原産地管理呼称法をつくると言っていろいろな提案をした中で、最初は非常に反対がありました。誰から反対されたかということ、当然ながら生産者からなのです。つまり、長野県と表示した場合に、その長野県と表示する規定をいろいろつくっていいこうということなのです。

現在いろいろ問題になっています、偽装だ偽称だというのは、これは問題外の話で、熊本県のがほかの県の名前で売られていたり、中国のものが何々県の名前で売られていたり、というようなことが問題になっているわけです。つまり、いまいろいろと問題視されていて注目を浴びて消費者の関心を集めているのは、とりあえず、きちんとした本当の生産地域がラベルに書かれていることを望むということです。

でも、お米がやっとな変わったかと思いましたが、50%その生産地のものが含まれていたら表示することができるということは、ちょうど半分ものは全く違うものでもいいということになるわけです。ということは、味の個性がもう半分のほうが強い場合には、ほとんど感じることができずに食べてしまっているわけです。

というようなことではなくて、原産地管理呼称法制度というのは、それをつくっている村、市、県の方が、その、自分で生まれた村の名前を誇りに思うようなものにしていくというような一環でして、これがフランスの原産地管理呼称法制度の根底にあるのです。つまり、シャブリについて最初にお話ししましたが、本当に小さい 1,000 人少しの村の名前ですが、世界中の非常に多くの方がこの村の名前を知っているというのは驚くことでして、ボジョレーという名前が、これも地域の名前なのですが、非常に多くの方たちが、日本でもものすごく多くの人たちがボジョレーというフランスの 1 地域の名前を知っている。どこにあるかは知らなくても、この名称は知っているというわけです。このボジョレーに住んでいる人たちは、海外に行くときは何をお土産に持っていかというと、当然、ボジョレーのワインをぶら下げて、シャブリの人たちはシャブリのワインを持って行くわけです。

でも、日本で、果たして長野県に住んでいる人が、どれだけの数が長野の日本酒やワインを他府県、または海外に土産として持っていかということをお考えすると、自分の生まれ育った地名に関する誇りがそこにも多少現れているのではないかなというようなことなのです。つまり、長野県とつけるのは、長野県産に長野県という名前をつけましょうということではなくて、長野県とつけるからには、これ以上の品質であることが必要ですという規定をつくりましょう。これは、行政がつくるのではなくて、そこで生産をしている人たちが、自分たちの質の向上、そして 10 年、50 年、100 年後を見た上で、いま品質をこれ以上のものを自身を持って長野県産として出そうとか、何々村の名称をつけてこのエンジンを出そうというふうに考えていこう、というふうに規定をつくっていこう。

そして、この規定で非常に重要なのが、日本の規定を決めていた、何らかの形で畜産品にも野菜にも等級のようなものがありますけれども、知っている限り、その等級づけの基準となっているのは、ほとんど外観による基準で、もちろん製造上の基準も一部設けられていますけれども、最終的にチェックする基準というのは、外観による基準。例えば野菜においても、LかMかSか、そして艶がよくて、傷がなくて、へたが全部きれいで、というふうなことが基準になっています。

でも、このトマト一箱、同じL玉で入ったトマトの中には、実際には、複数の農家の方々のトマトが一堂に集まってしまっているわけです。したがって、農薬問題が起きると、1 軒の農家なのに十数軒分の生産品に関して全部回収しなければいけない、なんていうことになっているわけです。

ということは、L玉で入れられた箱の中にはいろいろな農家の方のものが入っている。でも、ある農家の人は、有機農法で本当に丹精込めて、生産量を落としてもものすごくいいトマトをつくっているにもかかわらず、全く逆の方法でつくっている農家の方々も入れられているとすると、こんな割に合わない話はなく、同じ価格でLかMかSかで、きれいかどうかで買われるとすると、農協で買い上げる値段は一緒だと考えると、手間なんてかけ

ないで、同じような方法で楽しんでつくったほうが良いということで、どんどん日本の農産物が悪くなっているのかなと思うようなことがたくさんあるわけです。

この基準は、これはヨーロッパの基準もそうなのですが、ワインで原産地管理呼称法でチェックをする機関が何を基準にチェックするか。もちろん、ブドウの収穫量の制限であったり、糖度の制限であったりということがありますが、最後の最後、必ずやらなければいけないのは、官能による審査なのです。つまり、食べるものですから、何を基準に審査するかというと、誰かが食べて、そしておいしいと思えるものを出荷する、というふうなことを考えなければいけない。でも、おいしいというのは一体誰が決めるのかということが問題になるのですが、それは、何らかの基準を設けて、おいしさのマトリックス、つまり基準、規定、判断基準などを決めていくことによって、これはほかの国々のサンプルがあるわけですから、日本だけできないということはないのではないかと思います。やはり、食べるものというのは、最終的には官能審査によって決定すべきです。そして、それによって、今回、日本酒がそうなのですが、20人の利き酒ができる生産者と消費者代表の方々によって、基準をつけるチェックシートがありまして、市販酒を、日本酒の全国品評会というのがありますが、あれは、市販酒ではなくて、そのためにつくったものを出しますから、金賞受賞酒といっても、一般の消費者は誰も買うことのできないお酒を評価しているわけです。そうではなくて、市販酒となるものを評価して、20名の中で1人も、何点以下の人が出た場合には、そのお酒は、その県産酒としての表示をすることができない。次回頑張ってくださいということになる、というふうな基準をつけようというところまでは現在まとまっています。

それによりまして、長野県とつけるためにはこれだけの基準をクリアして、もっともっと切磋琢磨して、そしてその後どうするかということ、もっと小さい地域の名称を原産地呼称法のもとで管理していく。それは長野県として認められた基準よりもさらに一歩進んだ厳しい基準を設定していきながら、その基準に入ったものが、何々地域の名前をつけることができる。さらには、何々村の名前をつけることができるというようなことにしまして、何々村が今年は外れちゃったという人はどうするかということ、何々地域の名称をつけて売る。そこも外れてしまった人は、長野県の名前をつけて販売する、というようなシステムを日本でも、全国で日本酒という、「日本」という呼称に関して動くのは、多分何年やそこらではできないのではないかと思いますので、まず、県単位からそれが実現していくと徐々に広がっていくのではないかと思います。

それによって何ができるかということ、日本における農産物が、品質が向上するというのではなくて、地域の特性がどんどん強くなっていくというようなことがここにあるわけです。それによって、外国からどんどん輸入されてくる、これは消費者から見ると、安く良いものが入ってくる分には非常に喜ばしいことではないかと思います。ただし、なぜ日本の高いものを買うかということ、その地域でしか味わう、感じることでできない個

性があるから、その地域のものを選ぶということができてくるのではないか。それが、先ほどからお話ししています、原産地管理呼称法のいいところで、そして、フランスやイタリア、スペイン、その他全てのEUの国々で実施されています。この管理法は、食肉や野菜に関しても行われている方法です。

ただし、全体で売られている中での、原産地管理呼称法で規定されたといいますか、指定された商品というのは、ワインにおいても全体のわずか 20%しかないのです。ただ、それによって、いまほとんど世界中の人がワインといえばフランスが最も素晴らしいと思っているような品質を世界にアピールすることができるようになったという背景があるのではないかと思います。

最後になりますが、「食の目的」というようなことをタイトルに挙げさせていただきました。

食というのは、よく言われることですが、人を良くするという字から成り立っているのですが、日本におけるいまの現状としての食というのは、本当に人を良くするような内容のものであると言えるのかなと思います。

先日、先週号でしたか、新幹線の中なんかに置いてあったり、東海道・山陽新幹線のキヨスク、駅売店等で売っています、「ウエッジ」という雑誌の中のある記事に書かれていたのですが、これはその中の一遍です。類人猿と猿の食習慣の違い、ひいてはヒトと猿の食生活における境界線がどのような習慣の違いがあるかというような内容のことが書かれていまして、なるほど、非常におもしろいなと思ったのですが、つまり、食べ物が目の前に提供されたとしますと、猿を含めて、全ての動物は、その食べ物を、自分の分を確保して、そして、ほかの、仲間といいますか、同類の動物や、それは夫婦間であっても、親子間であっても、同じように自分の分を確保したものは即座に安全な場所といいますか、ほかから取られないところに運んで、そして自分1人で食べる。決して、食べている最中に子どもや家族に譲ることはあり得ない。もちろん、仲間たちに譲ることは基本的にはないというふうなことが書かれていました。ライオンなどでは一部違うようなスタイルがありますが、猿に関してはそうであるというふうなことが書いてありました。

では、猿から人間になっていくと、説ですけれども、その過程に類人猿がいて、チンパンジーやオランウータンなどが非常に人間に近いと言われていますが、チンパンジーやオランウータンはどうするかというと、目の前に食を提供されたときに、もちろん取るのは取るのですが、その次に行う行動は、家族や子どもたちに、場合によって分け与えることをするというのです。つまり、猿とヒトの食生活における大きな違いは、食べるものを自分1人で食べずに、ほかの人に分け与えるかどうかの違いがあるというようなことが書かれていました。

なるほどなと思ったわけです。つまり、いまの日本の食を、食イコール栄養のためであったり、健康のためというような見方、それがイコール人を良くするため。良くするた

めというところの言葉には、イコール健康になるため、栄養を摂って健康になるため、というふうなことがあるのであれば、またそれが主となっているのであれば、猿だって犬だって熊だって、食べるというのは生きるためであり、もちろん健康も考えて食べているのでしょうし、これは本能で食べているのでしょう。であるならば、よしとするのが健康や栄養のためなのであれば、上に「人」という文字が、食にはつかないのではないかというふうにことを思います。

そして、猿はほかの猿にもものを与えず、そして、ヒトに近くなってきたときにそれを与えるようになる。この行動は何を意味しているかというようなことだったのですが、つまり、この行動こそが食というものを通して、コミュニケーションを図るというようなことにつながっている。つまり、猿ではなくヒトになったときに、ヒトは、食というものを通してコミュニケーションを図ることに役立てているということが、その内容でした。

非常に大切なことで、コミュニケーションを図るということが、残念ながら日本には、どちらかといいますと少ないのではないかというのが、テレビ番組を見て、その食が栄養云々ということを見ていまして、宴会席でお食事をどうしましょうかという、その「食事」という意味におきまして、家庭で、一生懸命長い時間かけてつくった料理が、みんな食べる時間が5分か10分しかない。これは、小学生が夏休みの前に提出する夏休みの日課みたいなものを見ても、朝何時に起きてラジオ体操をやって、勉強して、朝ご飯があって、昼ご飯があって、夕ご飯がある。その食事時間が、円グラフでどれくらいの時間取っているかという、たいてい30分以内だそうです。でも、30分と書いてあっても、30分も座っている子どもなんていうのは、小学生にはいないのではないかと思います。

つまり、食がいまの日本において、ヒトとしての重要な意味でありますコミュニケーションの重要な材料となっているかどうかということと考えますと、なかなかそこにはつながっていないのではないかと思います。

ある主婦が、ワインのセミナーで、最近非常に生活が豊かになって、楽しくなりましたと。なんでですかといいますと、主人が、このところのワインブームで、ワインを雑誌で見たり、興味をもって勉強するようになりました。家でワインを飲む機会が増えたので、ワインというのは1本あけると飲まなければいけないと思っている方が、実際はそうでもないのですが、いまだに多いので、ワインあけるからおまえもと言って、夫婦で飲むようになった。夫婦でワインを飲むことによって、奥様、実際には女性の消費量はこのワインブームですごく上がって、酒の消費量が上がっているのですが、それによって何がもっとその奥様にとってうれしいことだったかという、それによって、食卓に着いている時間がすごく長くなった。そして何よりもうれしいのは、主人が、食に対して興味を持つようになったということだったのです。

ある女性誌のアンケートで、女性、特に主婦が家で料理をつくる際に、ほとんどの方が義務的につくっているというふうなアンケートが書かれていたのです。なぜこんなアン

ケートをしたかという、男性は料理をつくるのがうまいと言われていて、あるところでも、女性に料理をつくるのがあまりうまくない方もいる。これに対する答えだったのです。でも、実際には、男性が料理をする方というのは、趣味で、好きで料理をする方が多い。でも女性も、毎日の日課の中で料理をつくらなければいけないということがあるのです。でも、新婚当時はご主人のために毎日、帰ってくるご主人のために一生懸命、きょうは何をつくろうか、きょうは好みのものを、おいしいと言ってくれるものをつくろうと思って、毎日献立を考えるのを楽しみに、スーパーに出掛けて行った。でも、1年、2年、3年、5年、10年とたっていくと、そのご主人が、仕事から帰ってきて、お風呂に入るか入らないか。テーブルに着いて5分か10分でご飯を黙々と食べる。食べた後に、そのご主人が何と言うかという、何も言わない。おいしいとも言わないし、まずいの一言もない。この奥さんは何時間もかけて、買い物に行って、つくってという作業をしているわけです。

献立を考える段階から、何もコメントがない人に対して、つくる目的がだんだん違ってきてしまっていて、結果的に、最初は一生懸命、喜んでもらおうと思っていたのが、義務的につくらざるを得なかった。その結果、義務でつくるのと好きでつくるのでは、料理に対する思い入れといいますか、愛情の度合いが違ってきますので、結果、そのようなアンケートが成立したというようなことになったのを見せていただいたわけです。

確かにおっしゃるとおりで、女性というのは、義務的につくらざるを得ない。ここに日本の食のあり方の1つがあるのかなというふうなことを感じました。

ヨーロッパに行って、ヨーロッパは決していいことではないですが、子どもの食事時間というのは、基本的には8時過ぎに食べ終わります。大人になると、この8時過ぎからみんなと一緒に食卓を囲んで、そして3時間くらいは食卓に座って食事を続けています。昼食も、パリでは最近少ないですが、地方では、必ず家に帰って昼食をとって、また会社や学校に出かけていくということをします。

この、子どもから大人に変わる境をどこで見るかという、大人と一緒に、同じような会話を楽しむことができるかどうかで子どもと大人の違いを決めています、何歳からではなくて。そして、大人と座った段階から、年齢に関係なくワイングラスにはワインが注がれて、一緒に同じものを同じように食べる。そして、同じような時間を過ごすというふうなことをする、というふうなことになっています。

この食事時間、家族で迎える食事時間を、基本的には、ご主人も奥様も楽しみにしているということです。そして、1日のうちの日課の中で、朝起きて、仕事に行って、5時にピッタリ全員が退社して、そして家に帰る。家に帰って、2時間半なり3時間、唯一、1日の中で家族とのコミュニケーションが図れる時間を楽しみに生活をしている。そして、仕事というのは出世のためにと考えている人は少なく、あくまでも、家族と一緒に楽しい時間を過ごすためにやむを得なくしている。だから、30代後半から40代前半の人に、仕事の夢はと聞くと、たいてい返ってくる答えが、できるだけ早く定年退職することですと

言います。つまり、できるだけ早く定年をして、後の人生を楽しいものにするためにという答えが返ってきます。

したがって、ヨーロッパの人たちは、この1日の後半であります夕方を楽しみに仕事をして、でも、仕事をしないと楽しい時間を迎えられないので、やむなく仕事をしている。でも、仕事は、いい仕事をして収入が増えればもっと楽しいことのバリエーションが増える。そしてそれは1日のうちの1回ではなくて、週末の休みにしてもそうですし、さらに、1年間の5週間あるバカンスは、これも仕事を頑張れば頑張るほど、より楽しい生活を送ることができる可能性がある。そしてさらに、生涯にかけての仕事というのは一生懸命して、いい仕事をして定年を迎えることによって年金の額が違ってきて、それによって、その後の年金の生活が本当に充実した人生を送ることができる、ということに結びついている。というふうなことを伺うと、やはり、生きるということは、楽しむために生きているのだということが考えられるわけです。そしてその楽しむための原点というのはコミュニケーションにある。つまり、人が楽しむというのは、別の相手が存在しなければ、どんなに美しい景色を見ても、1人で見たのでは感動が少なく、やっぱり「きれいだね」と言う相手がいて初めて感動が何倍にも膨らむのではないかと思うのです。

というふうなことをずっと身近なところに戻していきますと、重要なのは、1日の中での家族や友人たちとのコミュニケーションの時間をいかに過ごすかということ、コミュニケーションがより円滑に回っていくためには何が必要かということ、会話が必要なのです。この会話をするためには何が必要かということ、共通話題が必要です。共通話題はどこにあるかということ、ご主人がしてきた仕事ではなく、奥さんが1日やった家事ではなく、子どもの学校の話ではなく、全員の共通話題というのは、唯一テーブルの上に乗っている飲み物や食べ物が、常に変化のある共通話題となり得るものではないかと思うのです。

であるならば、この共通話題となり得るものをなぜ共通話題のネタとしないのかというのが残念なこととして、ここに、ピーマンを食べないと体によくないのだから、無理しても食べなさいということも共通話題でも何でもないわけで、食に、いまよりももっと多くの創造性が加わることで、毎日の食に共通話題のネタが生まれていって、そして、それによって、会話が弾み、そしてその食の時間を迎えることが楽しく、1日の生活を、仕事を含めて送ることができる、多分、何を摂らなければ栄養にならないとか、何を食べると健康になるということを考えずに、自然と、楽しい時間を迎えて過ごすことができるということが、最も健康的な生活を送れるのではないかと思いますし、その毎日の食事時間のコミュニケーションの時間を人間的に楽しむことができないということは、基本的には、週末の時間やバカンスの時間、そして人生そのものを楽しむことができない、というふうなことを仮定しますと、やはり、1日、1日の食事時間、やむを得ない、日本における昼食時であったり云々ということは別にしまして、特に家族で集まる夕食の時間というのは、もっともっと別の形になっていくことが大切なのではないかというふうに思います。

ご清聴ありがとうございました。

司会　ありがとうございました。田崎真也さんでした。

どうぞ、もう一度おおきな拍手をお送りください。

家族の共通の話題、夫婦の共通の話題なんていうと、「エッ、何があるんだろう」と思った方も多いと思うのですが、まさに、本当に食べることというのは、365日欠かせないわけですから、そういったところから共通の話題というのは生まれてくるのだなというのはあたりまえのことなのですけれども、改めて、「あ、そうか」なんて思いましたけれども、皆様いかがでしたでしょうか。

確かに、健康番組なんかは、私どももそういう番組をやったりしているのですけれども、毎日、あれを食べなければいけない、これを食べなければいけないという、結構ストレスになったりなんかするのかなど、いま改めて先生のお話を聞いて思ったりしますけれども、やはり食事は、皆様、今晚からでも、本当に楽しんでいただくと、意外な、いいストレス解消になるかもしれませんね。

閉会の挨拶

司会　それでは、講演会の最後に、当財団常務理事真鍋常秋より皆様方にお礼のご挨拶をさせていただきます。

真鍋常秋常務理事　本日は、残暑厳しい折からご出席いただきましてまことにありがとうございました。講師の先生並びに皆様方のご協力を得まして、本年の講演会も無事終わることができました。改めて厚く御礼を申し上げます。

それでは、今後の皆様方のますますのご健勝をお祈りし、本年の講演会をこれにて終了させていただきます。

まことにありがとうございました。

司会　当財団、真鍋常秋常務理事より皆様方にご挨拶をさせていただきました。

長時間にわたりましてお付き合いいただきまして、皆様本当にありがとうございました。

以上をもちまして伊藤記念財団講演会のほうは終了させていただきます。