

《研究ノート》

生活美学研究の今後 (4)

—香りの世界観からみえてくるもの

嗜好品と嗅覚現象がつくる生活周期の構造—菓子に関する仮説の提案—

生活美学研究所 所長 森 田 雅 子

「香水はつけると目に見えず、嗅覚でのみ感知しうるものになる。香水 (духи) は肉体の物質的な境界を超える靈魂 (дух) のメタファーであった。」

大野斉子 「シャネルNo.5 と帝政ロシアの香水産業」

2017 年度の研究取組

今年度は引き続き嗅覚現象が示唆する生活美学観・世界観について検討する。前回「生活美学研究の今後 (3) —生活美学基礎理論確立の試み—」では和泉志穂とともに芳香性の作用で注目された洗剤、アロマ、消臭剤、制汗剤について定量的・質的手法を用い、詳しく報じている。2017 年度今回の検討では質的分析のみの調査であるが、第 1 章は目的・方法の説明、第 2 章～4 章では美醜の嗅覚現象の総括を行う。第 5 章・6 章でそれを踏まえて今回は嗅覚現象として高頻度で対象となっている嗜好品、特にお菓子について詳しく見ていきたい。嗅覚現象にからめ、お菓子の記憶・そして遊びとの親和性について述べ、装置としての構造についての仮説を組み立てる。

1. 目的・方法

1-1 2016 年度「生活美学研究の今後 (3) —生活美学基礎理論確立の試み—」取組結果

美的嗅覚現象は生活行動のなかでも、必需行動に伴い、発生しやすい。これは必需行動は必ず行うので、美の嗅覚現象により誘導し、快適に行うように心身ともに準備していると結論づけた。醜の嗅覚現象は拘束行動 (特に移動) で発生しやすい。生活領域の移動で、危険を伴うため、他者及び他者の領域通過に対する意識が高まるからであると考え。つまり生活行動の行事化、リズム化、つまり意味を伴う周期性・構造化において嗅覚現象は有用である。入浴、就寝、食事、起床に際して嗅覚刺激が機能する。時間の経過、空間の移動を再確認する作用がある、否むしろ、意識的に利用すると考える。環境空間の官能評価・生活質感評価における嗅覚の役割は重要である。

1-2 2017 年度取組 美醜の日誌について課題 2 点設定

研究方法としては講義「生活美学」の受講者（女性 20-23 歳、87 名）に対して嗅覚現象の日誌記録、一日ごとのランキング評価、アロマホイールの作成という 3 点セットで課題を設定した。作成する日誌では一日の中で到来した嗅覚現象を美（青）、醜（赤）で色分けし、毎日ランキングをお願いした。他に補足として文献調査を行った。結果概要については第 2 章～第 4 章で述べる。「生活美学」の受講者の皆さんの研究交流・討議に心より感謝する。

1-3 2017 年度取組 アロマホイールで表す嗅覚の世界観

まず、アロマホイールについて説明する。アン・ノーブルは共同研究の成果として 1984 年ワイン・アロマホイールを提案した。エイヴリー・ギルバートによるとアロマホイールの長所は 3 点ある。「概念的な知覚の対象（たとえば、リースリングワイン）と現実のあふれた素材（ラズベリー）とを結びつけている」具体性かつ、「アロマホイールを使うには、グラスとスーパーマーケットさえあればいい」手軽さなのであり、最終的に「ホイールを手にしていて匂いを嗅ぐことが、知覚の啓蒙につながる」啓蒙的蒐集性なのである（ギルバート／勅使河原まゆみ 2009：18-19）。

ワイン・アロマホイールはダーツボードに似ていて、三つの同心円がピザのように、さまざまな幅で一二（十二、論者補足）分割されている。いちばん内側の円では、それぞれのくさび形のとがったほうの先端が、たとえば〈フルーティ〉のような懲りのカテゴリーを表している。さらに、ふたつ目の円で、〈シトラス〉、〈ベリー〉、〈果樹〉のような、より細かなカテゴリー（サブカテゴリー）に分かれるくさびもある。そして、いちばん外側の円には、サブカテゴリーの具体例が並んでいる。たとえば、〈フルーティ〉のくさびから、すぐ外側の〈ベリー〉を経て、いちばん外側の円へたどっていくと、そこには、ブラックベリー、ラズベリー、イチゴ、クロスグリが並んでいるというわけだ（ギルバート／勅使河原まゆみ 2009：18）。

著者は直接アン・ノーブルのサイトにアクセスし、スパークリングワイン用のアロマ・ホイールを取り寄せて、ワインの試飲に合わせて、効用を検証してみた。一応一つの世界観を表しているし、同時にカテゴリー・サブカテゴリーを補充したり、訂正したりする余地も残している。この未完結の世界観の要素を残したアロマホイールの構成に深い興味を覚えた。ワインは完成度は期待されている製品、作品である。それと同様に個人の生活様式も一つの作為でつくりあげられたものである。そこで、生活者として、自らの生活行動を嗅覚現象の面から分析、再構成するという作業は意義深いと考え、講義「生活美学」の課題として「生活のアロマホイール」の作成を設定した。

1-4 アロマホイールのレイアウト

アン・ノーブル氏が考案したアロマホイールはワイン、スパークリングワイン、シャン

パンだけでなく、日本酒、香水、アロマなど様々な嗜好品にも応用されている。商品の特性の官能評価にキーワードを与え、ホイールにより、消費者の反応を豊かにし、指標や基準を記憶し、蓄積し、新たな賞味の価値づけに導くのに役立つものであると考える。色相環、美の円環のように、一応要素間の完結性と連続性が求められる。また、例えば色相環のイメージに従えば、色相環の補色のように、ホイールの相対する構成要素間で対比性、補完性が求められるだろう。また、左右、上下の軸を中心に、そのような補完性が求められる場合もあるだろうし、ホイールというからには円環（連続性、等価性）も求められている。しかし求心性、遠心性であったり、を盛り込んだり、あるいはx軸、y軸方向に四分分割する区画のマッピングで、上下左右方向にプラスマイナスの価値づけがあるものもある。実際は何個かの矛盾する方向性を呈示する特性が介在することが多く、全く矛盾のない示し方は難しい。著者はアロマホイールの考え方を取り入れ、「お菓子の食感ホイール」を作成したので、第6章で説明する。

2. 結果：美の嗅覚現象の2017年調査・示唆される世界観

美的嗅覚現象の総括をすると、好ましい人の接近を告げる香りは歓迎される。好ましいグループ、ブランド、物語、思い出、時代、場所には良い香りがイメージとして付きまとう。イメージを共有し、イメージに肖るために香りを身体につける。入浴、身だしなみの浄化の儀礼に際して選択する香りは柑橘系を筆頭に、フローラル、フルーティが中心であるといえる。

2-1 美の 嗅覚現象 全般について

前回の調査と同様、嗅覚現象は生活領域を越境するときが発生することが多いことを再確認した。つまり、においづけとは人の最低限の占有スペースを示すことになる。また、他人の気配はにおいによって認識することが多く、好きな人の匂いは肯定的に受け止めてることを再確認した。入浴、洗髪、洗顔を行う時、この年齢の女子は芳香性のボディソープやシャンプーを利用する。必需行動である身だしなみを行う時、汚れを湯浴みして取り除くだけでなく、新たに香りづけを行うことは興味深い。浄化の行為の儀礼的重要性を前回同様、再確認した。

2-2 食事、お菓子などの嗜好品

お菓子に関していえば、嗅覚現象でネガティブな評価は極めて少ない。例えば、ポップコーンがしつこくにおうというクレームはあった。また柑橘系のおいに対するクレームは一度もないが、バニラ系の香水などに対しては拒絶感を覚えるひとはよくいる。他の果物の系統のおいに関する苦情も皆無である。

和菓子は唐菓子（からくだもの）が元型の一つとされる。またお菓子といえば、語源的

には漢字でいえば、くだもの、木の実に相当する（守安 正 1985）。甘味というのが一番重要な要素であると考えが、さまざまなヴァリエーションがある。類似しており、しかもよく伴って出現する嗜好品、例えば玩具などとの差異も明らかにしたいと考えた。

3. 結果：醜の嗅覚現象の総括

3-1 人の気配、接近

必需行動で発生する嗅覚現象というよりは、生活領域から生活領域への移動中、交通機関の利用に際して発生することが多い。身の安全に関わるからである。特に男性の加齢臭、タバコ、アルコール臭、そして同性の女性の香水に対する敏感な反応がある。後はトイレのアンモニア臭、排泄臭、入浴後の加齢臭に対する苦情がみられる。

3-2 気象と室内環境

梅雨時のことであるので、湿気、カビ臭などに関する指摘がある。また、関連しているのが洗濯物の生乾きに対する反応である。空調や体臭と関連して苦情が寄せられている。

3-3 食事・消化臭・残り香・残飯

やはり、自分が参加していない場合、教室でお弁当を食べた後、あるいは食べ終わった場合の苦情が多い。あるいは嫌悪感を感じる相手の飲食物なら、なおさらのようである。他人の食事のにおいは自分が空腹か、作り立ての時は美の嗅覚現象とを感じる。しかし、特に時間を少しかけて、咀嚼されたり、数時間前に詰めてあった弁当箱などからおかずを取り出して摂食する場合、不快な残り香が発生するようである。食材劣化の第一段階に発生する一種の臭気であろうか。また、焼肉などについては、食事中はよいにおいと感じるのだが、服に染み込んだにおいは途端に悪臭と化する。においの源は同一であるが、時間の経過による劣化が考えられる。それだけでなく、胃袋に収めたものの残り香（残飯）に対する拒絶感か。

3-4 有毒・劇物

排気ガスなど、シンナー、ガソリンなど、刺激臭がして、有毒な気体が発生することが知られている場合は、醜の要素と位置付けられる。逆に変わっているのは、そういう刺激臭を好む場合もあるということである。

3-5 腐敗・ゴミ・廃棄物

アルバイト先で、あるいは家庭のゴミ出し、あるいは通学途上でのゴミ収集車との邂逅の際に発生する嗅覚現象である。上記の有毒・劇物にもまして強い反応を呼び起こす。しかし醜と評価されるについては、何の不思議もないし、至極当然の結果である。

4. 嗅覚現象の対象としての嗜好品

4-1 嗅覚現象ランキングの調査結果

上記 1-1 章で説明したように、ランキングを挙げてもらった。2017 年 6 月 18 日～7 月 9 日までの任意の 10 日間以上の期間に限定して、生活行動の記録を日誌に収録し、一日ランキングで嗅覚現象を可能な限り、1 位から 5 位まで挙げてもらった。87 名の受講者のうち日誌記録提出は 77 件であった。77 件の日誌記録のうち、記入方法が有効なものは 50 件であった。50 件の日誌では美的だと感じる嗅覚現象、累計 711 日分、3555 件のうち、嗜好品の喫食を挙げるものが 699 件あった。他に意識的に記憶に止まった快適な嗅覚現象には自然、植物や化粧品、香水、アロマ、洗剤、入浴、店舗（パン屋、ケーキ屋、カフェ、インテリアショップ）や通常の食事などで占められている。中には他者、例えば赤ちゃんや、親しい人などの匂いを挙げる被験者もいた。実際には 4 位、5 位など対象を挙げていない日誌記録者もいたので、嗜好品の喫食は学生の日常生活的な嗅覚現象の中でかなりのウエイトを占めているといえよう。逆にいえば、嗜好品の喫食は、生活のマンネリ化を防ぎ、エネルギーと水分補給を行う飲料とお菓子の喫食により、一定の癒しと覚醒効果をあげていると考える。

日誌通し番号 1～77	1～3, 5～16	17～19, 21, 24, 28, 30	32～33, 35, 36, 38, 39～41	43, 45～47, 49～53	54, 55, 58～60, 62～65, 67	71, 74, 75	累計	%
ランキング 全体	735	550	645	745	675	205	3555	100%
嗜好品	115	71	132	143	141	52	654	18.4%
飲料	45	22	56	65	59	18	265	40.5%
お菓子	53	29	42	48	56	21	249	38.1%
フルーツ	4	13	9	14	11	3	54	8.3%
木の実	5	0	1	3	0	0	9	1.4%
その他	8	7	24	13	15	10	77	11.7%

表 1 嗜好品嗅覚現象ランキング(一日の美の 5 位までのランキング) 単件件数 筆者作成

美の嗅覚現象ランキング上位で嗜好品が対象の 654 件中、飲料対象は 265 件であった。その中 102 件がコーヒーであり、圧倒的強味を持っている。お菓子は 654 件中 249 件で、次に頻度が高かった。クッキー、ケーキ、チョコレート、タルトなど洋菓子が中心で、残りはアイス、かきごおり、やスナック系で構成されていて、和菓子は殆ど挙げられない。和菓子はあまり香りを感じさせないものが多いのかもしれない。他のフルーツ、木の実に

関しては件数が少ない。逆に芳香性は高いが、学生の喫食対象になりづらいのが原因では、と考える。まとまった分量でないと購入しづらいので、学生にはなかなか面倒くさい食材である。特にフルーツは保管、変色、日持ちの問題があったり、洗浄や皮むき、切り分けなど道具立てや準備が要る。また今回はスナック菓子をしばしば伴う酒のおつまみは軽食として、調査の対象から除外する。

4-2 「生活のアロマホイール」(第 1-3 章) に現れた 「甘い」 を中心としたカテゴリー

ここでは何点か、嗜好品にまつわる主要な事例をピックアップしたい。第 1-3 章で説明した通り、「生活美学」の受講者に生活の中で体験する嗅覚現象を全く先入観なしに、ホイールで美と醜に分類してもらったわけである。カテゴリー、サブカテゴリーに関しても全くとらわれどころなくに設定することになっていた。

例えば「甘い」のサブカテゴリーとして「生クリーム香り」を示し、隣接するカテゴリー「さわやか」に対しては「バブルバス 綿あめ かき氷」と分類している(日誌記録通し番号 25)。逆に「菓子類 美容品」のカテゴリーに「赤ちゃん」というカテゴリーが隣接しているものもある(日誌記録通し番号 49)。カテゴリー「落ち着く」にはサブカテゴリー「花、シャンプー」を割り当て、すぐ隣のカテゴリー「甘い」にはサブカテゴリー「シュークリーム カフェ」を充てると同時にカテゴリー「おいしい」と隣接させて、分類する(日誌通し番号 13)。または「甘い」のカテゴリーには「花、バニラ、チョコレート」が同居し、同時に「自然」というカテゴリーと隣接している(日誌記録通し番号 37)。「甘い」のカテゴリーにサブカテゴリーとして「姉の部屋、化粧品、カフェラッテ、バニラアイスクリーム」を付与する事例もあれば(日誌記録通し番号 11)、「チューハイ、キャラメル、香水」を充てる事例もある(日誌記録通し番号 18)。最後になるが、「爽やか」というカテゴリーにはサブカテゴリーとして機能のちがう「シトラス系消臭剤 オレンジジュース」も混在している(日誌記録通し番号 63)。ここでは「甘い」という本来味覚であるはずの感覚が、嗅覚現象に転化した形として捉えられ、好ましい(嗜好性が高い)と感じる自然、人間、生活財のジャンルにわたり、特性として位置づけられている。

4-3 嗅覚現象としての嗜好食品の特性

美の嗅覚現象として前回 2016 年度調査でトップにランクインしたアロマ、香水、入浴剤、柔軟剤、消臭剤と今回注目した嗜好飲料・嗜好食品菓子との特性の違いは、機能と成分にある。つまり前者は清掃、洗濯、身づくろいなど浄化の儀礼と関連付けられ、強い芳香性が著しい特徴である。洗浄成分が加えられている場合もある。また背景には香り成分に対して付与されているイメージがある。それに対して嗜好品の飲料やお菓子では水分・栄養補給が重要な機能・成分である。飲料・食品の嗜好性を高めているのは嗅覚現象というよりは味覚・食感・口腔内感覚がむしろ大きな役割を持つ。さらに嗜好性の背景にあると推測するお菓子の持つメタファー性について詳しく検討する。

5. お菓子の要素・成分

お菓子は完全に肯定的、好ましく価値づけられている。また、そのような嗜好性の強い食品としてつくられている。詳しく見ていく。

5-1 味覚と食感

お菓子は砂糖の付加による甘味を中心に様々な食感を高めてつくられている。果物、甘味料、穀類（小麦、米、そば、とうもろこし）、油脂、乳脂、卵、豆類（チョコレート、小豆、インゲン、大豆、ピーナッツ）、香辛料が主要な材料となる。その他多孔質の柔らかなボディを与えるために膨張剤が加えられる。膨張剤はイースト、卵白のメレンゲを除くと、19世紀中ごろから普及したという。

もちろん、軽食に近い感覚の塩味の勝ったスナックや揚げ物もある。食材は味を作ると同時に、食感を構成していく。食感遊びでは空気感、歯ざわり、舌ざわり、口溶けがお菓子のポイントとなっている。汁気感、空気感は理想の食材の垂乳根の母の乳、木の実、果肉と花を彷彿とさせるのである。古代の木喰の記憶も残しているとも考えられる。

5-2 お菓子の消費と循環

ここでさらに数点の文献を検討し、お菓子を文化史的にみてみよう。ニナ・バルビエ、あるいはエマニュエル・ペレ（1999/2000）、あるいは宮廷パティシエ・ストレールの視点で日記を書き上げたピエール・リエナール、フランソワ・デュトゥ、クレール・オーゲル（2010）ら、あるいは和菓子の文化史・ご当地銘菓カタログを綴る守安 正（1985）の視点は洋の東西を問わず、類似した結論に導いている。製菓者の創意工夫や天賦の才が僥倖の食材と邂逅した場合の話が綴られている。例えば洋菓子でいえば、マドレーヌなどの香りづけに使われるオレンジ花水、リキュール類、多用される木の実のアーモンド、ピスタキオ、そしてカカオ豆を発酵させてつくるチョコレートなどの食材が嗜好性を高める。対して和菓子では重用されるのは米粉と小豆、インゲン、薯蕷であり、練り切りの造形する季節感や色彩である。つまり、洋の東西で、製菓とは主食と主要な食材に甘味料を添え、食感をデザインする愛の作為と五官の祝祭なのである。

お菓子には美味で象徴性ある食材の風味、滋味と造形、歯ざわり、舌ざわり、口溶けの食感の設計が必要である。異文化交の交差により生まれた冷菓のシャーベット、アイスクリームなどの数々はこの点でまことに驚嘆すべき事例である。新奇性や話題性を尊ぶ世間の風潮、伝統や地域の名産の存在感をうちだす、色彩、造形的特徴を工夫する、甘味、油脂、卵、果物、香辛料を駆使して食感を設計する、植物の強靱な生命力、花、果実、木の木の超自然の神力に通じる芳香、を取り込んだ意匠で嗜好性を高めるのは当然である。

文化の中継地である各地の結節点を經由してお菓子は回遊していく。例えばベコモチ、くじらもち、金沢の縁起菓子、東北・庄内でも珍重された雛菓子、近世の日記にあらわれ

るお菓子贈答の記録などについてのつぶさな報告がある。神社で奉納される神饌に添えられる唐菓子をはじめとして、現在にいたるまで、日本の各地でお菓子は祭礼・贈答・交際の機会になくはならないものであった。各地でゆかりの形態、象徴、意匠が生まれ、ヴァリエーションが生み出され、流通し、伝承された（荒井三津子 他 2013, 服部比呂美 2008）。また近世以降の日誌や記録から推測されるように、お菓子の喫食は来客による日月単位、季節単位での生活周期の確認・調整、会合の手段に利用された（杉浦博子 他 2012, 深井康子 2002）。また雛菓子の事例が教えてくれるように、同型の押絵が布で製作されていた経緯があり、つまりお菓子と同じく嗜好品である玩具とも縁が深い。食べられるものとしてだけでなく、見て、愛でて、語り継ぐ玩具として同じ節句の吉兆が重宝がられた事は興味深く、2000年前後の食玩やおまけの流行との共通点を示唆している。

お菓子はまたひとつのメタファー、お菓子と結び付けられた言葉、神話、歴史、伝説をめぐる夢の世界だ。文学に関連する話題やエピソード、象徴性がイメージを喚起する力となり、その結果、お菓子はますます味わいを増す。名前とその響きが想像力を刺激し、象徴性と現実とが結びあわされて意味をあたえる（ニナ・パルピエ、エマニュエル・ペレ／北代美和子 1997/2000:11）。

つまりお菓子はある共同体で設定された主食の食材（魚肉以外）にこだわり、調整され、甘味などを媒体にメタファーを回遊させるともいえる。お菓子の喫食を通じて、メタファー（イメージ・記憶・象徴）を共有し、文化や共同体に特有の神話や物語を共有することとなる。ここで著者が作成した「お菓子の食感ホイール」を提示する。



図1 「お菓子の食感ホイール」筆者作成

5-3 「お菓子の食感ホイール」の説明

お菓子の原点を授乳体験にあるとし、乳房（ふわふわ）、果肉（ジューシー）、木の实（カリカリ）、木喰（バリバリ）という4つの軸を中心にわけてみた。さまざまなジャンルのお菓子は、その食感により、大体この方法で分類できる。人類の深い記憶にある木喰の食生活に対するノスタルジアとも解釈できる。甘味や油脂成分を中核に置き、卵・牛乳・果実・木の实・豆類などを加えた原料で菓子は成形されている。

6. お菓子の原点

お菓子の原点にあるものは花であり、蜜であり、果物であり、木の实であり、母乳を注ぎだす乳房であると考えられる。だから一方で菓子には森で生活する猿の木喰（もくじき）のさまざまな食感や嗜好が蘇ると同時に、濃密な滋養の源としての母乳、その命の源の凝縮感、そしてその母乳の湧きいづるこんもりとした鞠型の形が好まれるのである。授乳する際、乳児は乳房を乳輪全体を口に加えて、乳首より母乳を吸う。いわば、乳房のような柔らかい球体様のモノを咥えることにより、エッセンスがさらに口腔内へ噴出流入するというのは、お菓子の食感デザインでよくあるパターンである。またレヴィ＝ストロースの神話蒐集で認識でき、ピーター・ファーブスも言及するように、腐った木を食する木喰の時代も人類にはかつてあり、スリランカでは腐った木に蜜などをかけて食する祭礼が伝えられているという（Peter Farbs, Georges Armelagos 1980:12）。著者の「お菓子の食感マッピング」にもそういう木喰の記憶の層を考古的に確認できる体であるのはおもしろい。また女性の自己犠牲というモチーフは今にはじまったことではないが、女性が身体を捧げるというリフレインが聞こえてくる。メタファーの身体性がここで問題になる。

レヴィ＝ストロースが『生のものと火を通したもの (*Le cru et le cuit*)』(2006/1964)で蒐集した神話では獲物を解体し、皮をちぎり、ばらまくと、生きものに付着し、様々な色に変容したという。著者は、この神話は生命の流れ、営みは身体の代償なしには成立せず、メタファーとは属性と身体性の略奪（置き換え）により成立すると伝えていると考える。つまり、メタファーの回遊を妨げないよう、メタファーの略奪を必ず贈答で返礼し、永続しなければならない。これは命（魂）の流れを無駄にしないためである。アニミズムの基本といえようか。肖るための略奪であり、略奪し続けるために肖るのである。

6-1 お菓子の「プルースト効果」について

プルーストは長篇『失われた時を求めて (*À la Recherche du temps perdu*)』を書き続けた(1913年-1927年)。小説中で、マドレーヌを紅茶に浸して食べて昔の記憶がよみがえるという一節がある。「プルースト効果」「プルースト現象」というのは、嗅覚や味覚が呼び起こす過去の記憶の流れの代名詞のように使われているのをネット上で散見する。エイヴリー・ギルバートは特に21世紀に入ってから「偶像化したマドレーヌの一節」は認知

心理学等の専門家の間で安易に多数回取り上げられているとしてこれを疑問視している。また一方では、複数の19世紀末、20世紀初頭の刊行物や評論に依拠して、この過去への回想を導入する嗅覚・味覚現象の描写は、プルーストの創出、発見とは必ずしも言えないと指摘する。実はプルーストが当時の高等学校の教科書に記載されていたルイ＝フランソワ・ラモン・ド・カルボニエの模範的名文の手法を拝借した可能性があることを示唆する。さらに「偶像化したマドレーヌの一節」は安易に「プルーストのふやけたマドレーヌ」を祀り上げていると数々の証左を挙げて揶揄する（ギルバート／勅使河原まゆみ 2009：272-294）。

ギルバートがプルーストの「偶像化したマドレーヌの一節」に欠けていると考えるのは、まず原初性のオーラである。なぜならば実は19世紀末、20世紀初頭の文豪の名文にも過去を喚起する嗅覚現象についての描写が散見されているからであり、かつまた「情動記憶」に関する論考も当時の『哲学レビュー』に複数出版されているからである。プルーストは、「不随意記憶」という点からもその影響は明白であるはずなのに、1896年刊行されたアンリ・ベルクソンの哲学書『物質と記憶』の影響をある対談で否定したという。そして二番目の欠点はむしろさらに致命的であり、「偶像化したマドレーヌの一節」では、長大な回想録が視覚的な形容詞が満載され、嗅覚現象としてはまことに貧相な描写に尽きることを挙げる。

しかし我々にとって重要なのは、そのような五感の経験が記憶や連想をリンクされることにより、アロマホイール同様、喚起する力を増加していくということである。また、そのように過去の一連の出来事を回想する契機を与えるのがお菓子や嗜好飲料を喫食するという典型的な状況が示されたことこそが重要である。つまり、お菓子や嗜好品には人々の集いや日常の流れを非日常化する役割がある。高揚感を与え、価値づけする役割がある。またノスタルジアと深く結びついている。

6-2 お菓子は幸福を運ぶ—愛玩的生活財玩具との類縁性—

遊びの領域、おまけの領域とおみくじとご縁のあるお菓子には、フォーチュン・クッキーがある。著者がまだ拝見していない中町泰子の論稿などに言及し、このフォーチュン・クッキーは日系米国移民の才覚により、米国西海岸に広まったとして日本的な起源が推測されている（「フォーチュン・クッキー」 Wikipedia 2017）。行事性の点からフランス菓子のガレット・デュ・ロワのファヴェ（おまけ）との共通点などが挙げられる。

しかしお菓子を幸福を運ぶものとして喜ぶ美風は基本として多くの文化に通底している。ましてや主食と同一食材が原料であれば、命の媒体として受け入れられる。

嗜好性、おしゃれな、可愛い、美しいといった形容詞が似合う食材に、さらに連想や象徴性を挿入し、味覚を高める。流行の話題を取り入れた題材、造形がついてくる。香りや花、葉、果実、木の実、そして卵、クリーム、牛乳といった女性性を彷彿とする食材を多用するだけでなく、動物、卵、吉兆、葉や花や果実を象る。生贄の代用であり、一口サイ

ズの妙なる食感であり、丸型、餅型で命を運ぶ形としてふさわしい。楽しく幸せなとりあわせである。そして衣食足りて礼節を知れば、つまり余裕が生じて遊びのころがでてくる。そういった意味で、上述のとおり、お菓子は玩具と類縁性のあるものといえる。つまり、お菓子は食材の装いをした玩具装置である。そして玩具と同様に嗜好品であり、嗜好消費の対象である。ニナ・バルビエ、あるいはエマニュエル・ペレ（1999/2000）はピーター・ファーブスに依拠して、次のように主張している。

ブランジェリー＝パティスリーはわたしたちの社会、その通過儀礼、祝祭の石の交差点であり、反映である。「その社会が粗野であろうと複雑であろうと、すべての社会において、人間関係の構築と維持はなによりもまず食料の共有を通しておこなわれる」

(Peter Farb et Georges Armelios, *Anthropologie des coutumes alimentaires*, Denoël, 1985, p. 10)

少しファーブスの原語の英文を見ると和訳、仏訳にも温度差、誤差があるにも見受けるが、大意は間違っていない。つまり、嗜好品でもあり、食品でもあるお菓子やパンの消費、流通、循環に関しても背景には、一定の食材に付与したメタファーの流通を推進する、みえない力がある。企業の利潤追求、一国の植民地主義、国家の富国強兵・殖産興業の目的は一見明々白々でわかりやすい。しかし実のところ、地球規模でみると、モノの回遊の真意はわからない。そこには生きている地球運命共同体の中でのモノと命の循環が見え隠れしてくる。

6-3 アイコンフードのチョコレートの事例

チョコレートのアイコン・フード化をマーシー・ノートンは次のように解釈する。征服されたメゾアメリカの先住生活文化と生活美学が逆に西欧文化を文化化した事例と結論付けるのである (Marcy Norton 2006)。チョコレートはまず飲み物としてスペインを中心とした宮廷から、征服者の戦利品としての象徴性をもって、各ヨーロッパの宮廷を中心とした上流社会へ伝播した。奴隷貿易との抱き合わせによるカカオのプランテーションの開発などの流通の促進要因があることも指摘しておく (James Delbourgo 2011, Christine A. Jones 2013)。はじめはスペイン人が拒絶したチョコレートであった。しかしノートンの分析によると、植民地に赴いたスペイン人のほとんどが男性であり、家事手伝い、現地妻として先住民の女性に世話になった。またスペイン人も一旦現地に赴くと、自然と現地での調達できる食材に依存せざるを得なくなり、現地の食材、嗜好品に親しむようになった。征服した帝国の支配者層が非常に高く評価した嗜好品であったということも相まって、本国スペインでメゾアメリカ的な生活美学の大流行と定着したことを説明できるとする。アステカ帝国やインカ帝国、マヤ帝国は消滅したが、逆にメゾアメリカからチョコレート、タバコをはじめとする嗜好品、ジャガイモ、トマト、トウモロコシなどがヨーロッパ、いや全世界に広まっていくことになるのである。

7. 結語 甘味は母乳起源の味覚であり、お菓子は母性の表象である

フランス菓子の代表ともされるピエス・モンテは菓子でこさえた細工物である。うずたかく何層にもつくられる場合があったり、重要な願いがこもっている造作物を菓子でつくるようだ。披露宴や儀式の招待客とピエス・モンテを共食し、絆を深め、幸せを願うのであるという。中国のお葬式などで紙で作られて、あの世への旅路に贈られる作り物と同様に祈りが感じられる。この場合は線香や作り物を燃やして霊界に送り届け、供えるのであるが。

命は生きている身体に宿り、身体は垂乳根の母から受けた恵みで、その恵みの寓喩がお菓子であると考えてみよう。親の慈愛に育まれて育ち、次世代に命を伝えていく。その命の一番わかりやすい源が母の子宮であり、乳房である。お菓子に丸型のものが多いのは、魂や霊力を表すキリストの典礼の時のオブラート、ホスティアと同じである。つまり卵や種子と同様、命を運ぶ媒体の直観的に純粋な形である。言い換えれば菓子とは生命の尊いエッセンスを象徴的に供するためにつくられ、その共同体につながる祝祭をこめたものと考えられないか。滋味とメタファーで調整した、幸福を運ぶ貨幣であるといえる。

動物起源でいえば、甘味は母乳から得られる。また蜜、果実など、発酵した澱粉（穀類）から得られる。昔インドで砂糖の製法は発明され、交易を経て中近東、中国、さらにはシチリアを介してヨーロッパ、アフリカに広まったとする。甘味に対する依存症、というか嗜好性は非常に強く、著者は母乳に対するノスタルジアに起因すると考える。文化的な背景もあるだろうが、原初的に母乳に含まれる糖分、脂肪分は人類、あるいは哺乳類にとって不了味（やみつき）の要素となっている。また上述のようにお菓子を幸福を運ぶものとして喜ぶ美風は基本として多くの文化に通底している。ましてやお菓子はその文化圏の主食と同一食材であることも多いので、命の媒体として受け入れられやすい。



図2 お菓子という嗜好品の構造 筆者作成

以上、嗜好品（お菓子）に対する嗅覚現象の調査結果の背景を考察し、表象論的な仮説を提示した。嗜好品であるお菓子の回遊に関しては、母性と幸福の表象の循環である。身体や生贄（シンボル）を暗示するお菓子の配布を通じてコミュニティの安寧を招来する役割があるのではないか。

【参考文献】

- 1) James Delbourgo
“Sir Hans Sloane’s Milk Chocolate and the whole History of the Cacao ”
Social Text 106・Vol 29, No.1・Spring 2011,71-101.
- 2) Peter Farb and George Armelagos. --
Consuming passions : the anthropology of eating
Houghton Mifflin, 1980.
- 3) Christine A. Jones
“Exotic Edibles:Coffee, Tea,Chocolate, and the Early Modern French How-to”
Journal of Medieval and Early Modern Studies/ 43.3/2013 / 623-653.
- 4) Marcy Norton
“Tasting Empire: Chocolate and the European Internalization of Mesoamerican Aesthetics”
American Historical Review (June 2006)660-691.
- 5) アラン・コルバン 著；山田登世子・鹿島茂 訳
『においの歴史 [嗅覚と社会的想像力]』
東京:藤原書店 1990年/2004年
- 6) 荒井三津子 杉村留美子 片村早花 佐藤理紗子 太田垣恵
「餅菓子文化の伝承 第Ⅱ報：江差・上ノ国・松前の「ベコモチ」」
『北海道文教大学研究紀要』(37)、17-29、2013-03-15
- 7) アンリ・ベルグソン著；田島節夫訳
『物質と記憶』（ベルグソン全集；2）東京：白水社、2001.
- 8) エイヴリー・ギルバート著者；勅使河原まゆみ 訳者
『匂いの人類学 -鼻は知っている-』
ランダムハウス講談社 2009
- 9) 大野斉子
「シャネルNo.5 と帝政ロシアの香水産業」
『宇都宮大学国際学部研究論集』第37号、2014年、1-12
- 10) クロード・レヴィ=ストロース [著]；早水洋太郎訳
『生のものと火を通したもの』-- みすず書房、2006

- 11) コンスタンス・クラッセン [ほか] 著 ; 時田正博訳
『アローマ : 匂いの文化史』 東京 : 筑摩書房、1997
- 12) 杉浦博子 稲吉真子
『浄慈院日別雑記』にみるくらしと食 (その4)』
『愛知学泉大学・短期大学紀要』47 (2012) 27-35
- 13) 辻昌美、真部真里子
「石川県内における金沢縁起菓子の地域分布」
『日本調理科学会誌』 47 (2014) 3、171-182
- 14) 西成 勝好、中沢文子、勝田啓子、戸田準
『新食感事典』東京 : サイエンスフォーラム、1999
- 15) ニナ・バルビエ ; エマニュエル・ペレ [著] ; 北代美和子訳
『名前が語るお菓子の歴史』 東京 : 白水社、2000
- 16) 服部比呂美
「庄内地方における雛祭りの飾り物—雛菓子と押絵雛菓子—」
『無形文化遺産研究報告』 2 (2008-3-31) 264-230
- 17) ピエール・リエナール, フランソワ・デュトゥ, クレール・オーゲル著 ; 塩谷祐人訳
『王のパティシエ : ストレールが語るお菓子の歴史』東京 : 白水社、2010
- 18) 深井康子
「近世金沢の菓子文化の基礎研究 (一) —鶴村日記にみる菓子史料 (上) —」
『富山短期大学紀要』 37 (2002-2-28) 1-17
- 19) 三浦裕子
「ドイツ菓子「シュヴァルツヴェルダー・キルシュトルテ」の文化史的考察」
『地域社会統合科学研究』3. 77-86、2015-9-25、九州大学院地球社会統合科学府
- 20) 守安 正 著
『お菓子の歴史』上、下 - (食の風俗民俗名著集成 ; 第10、11巻) 東京 : 東京書房社、1985