



魚

NO. 2

# 「色」と魚を考える

## 目次

- 「色」の美味学（ガストロミー）  
楠本憲吉…………… 1～3  
日本の風土と民族にみる
- 対談／色を食べる—現代人の食生活と色—  
…………… 4～9
- ファミリーレストランに見る色の演出  
……………10～13
- 三遊亭円楽の「色で表わす日本人の心」  
……………14～15
- フィッシュ・ニュース ……………16  
「女性と魚と食文化会議」発足
- 私とおさかな 朝倉 撰 ……………17

昭和55年9月30日

## 表紙のこぼし

海、それは、生命の源、私達の心のふるさとです。

沈黙のなかに、潮の流れと光が織りなす色彩のロマン——神秘の世界。

そこには、私達と同じ生命が営まれています。こうした、海のファンタジーを表現してみました。

魚

は中国の秦代に作られた篆書(てな)で「魚」。学研漢和大字典・藤堂明保編より転用。

# 目でたべる？

外山滋比古（お茶の水女子大学教授）

魚屋のおやじさんが言う。

「奥さんたちはまず目で食っちゃうね」  
どんなにおいしいものでも、見た目がよくないと敬遠。逆にさほどでなくても、見てくれがいいと、すぐ飛びつく、というわけらしい。

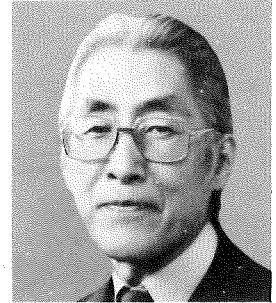
それは、われわれ日本人の食生活がいかにカラフルかということを物語っている。魚だって白身と赤身がある。赤い刺身を白い皿に盛って青味を添えれば一幅の絵だ。すぐ食べてしまってもったいない。まず、目で味わって、ということになる。こんなに色とりどりの食べものを食べている国もすくないだろう。

アメリカ人が日本人はどうしてみんなドブネズミ色の背広を着ているのか、室内装飾にしてもくすんだ色ばかりなのはなぜかと首をかしげる。その中であって、食べものだけが飛びきりカラフルなのだからおもしろい。

# 「色」の美味学 (ガストロミー)

——日本の風土と民族にみる——

楠本憲吉



春、夏、秋、冬といった「四季」には、それぞれの持ち味がある。春は苦味、夏は酸味、秋は滋味、冬は甘味がそれである。そして、四季には色がある。春は青、夏は朱、秋は白、冬は玄。青春・朱夏・白秋・玄冬ということばがこれに当る。

一体、ひろく芸術の世界で色の演ずる役割の大きさについては今更申すまでもないことだ。殊に映像の世界が白黒から天然色に進んできている現状を見るといっそうそれがよく分るはずである。

これに即応するように色彩心理学をはじめ、染色関係の仕事に至るまで、広範囲な研究が展開されていることも周知の事実である。また「カラー・コンサルタント」という新しい仕事の分野に従事している方もいるし、カラーに関するガイドブックも数多く出されている。(俳句の歳時記すらカラー化の傾向にある。)

色に関する定義はむずかしいが、われわれが日常使っている「よい色」とか「悪い色」、「きれいな色」「いやな色」とかいうときの「色」は、いわゆる色の三属性の基本といわれる色相・明度・彩度をいう。そして色そのものには光と調和という二大属性が伴うことも否定できない。

そして色彩の嗜好は千差万別で、これほ

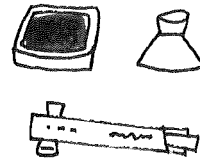
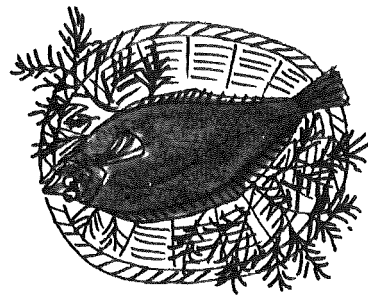
ど個性的なものはない。そこには性格の反映があり心理の影響も加わるといわれている。秀吉やバイロンは赤が好きだったし、伊達政宗やボードレールは黒が好きだったとのこと。

食欲の世界の色となってくるとまた違ってくる。自分の好きな色と、食欲を感じる色とは全く違うこともあるからだ。オレンジ色の嫌いな人が、新鮮なオレンジを見てああおいしそうだと思ったり、赤を好まぬ人が、真赤なトマトを見て固唾を呑んだ人もいる。

たとえば、どんなにおいしい料理を供されても停電の最中か何かで真暗闇のなかで食べたり、濃いサングラスをかけて食べたりしては、味の激減してしまうことは確かである。

板前仲間の言葉にお料理の「景色」という言葉があるように、盛りつけ、取り合せ、容器との調和、材料の色彩感がやかましくいわれるのはそのせいである。殊に日本料理の世界ではこの景色が非常にうるさく、且、微妙である。然も、お料理はまわりの色彩環境からも強い影響を受ける。食事をする部屋のカーテン、テーブルクロスなどのおよぼす影響は大きい。テーブルクロス

の白は汚れ易いが清潔感では抜群だし、緑



Amagoshi no

や紫のテーブルクロスは、食欲の面からいうとマイナスの大きい色とされている。ついでにいうと椅子の色にも神経を使う必要がある。

但し、お料理の色彩や、盛り合せの配色に、絵心から来るセンスは必要だが、料理はあくまでも料理であって、絵画とは次元を異にする世界であることを知らねばならない。

常に食欲を感じさせるための色彩があることが肝要である。通常、食欲をそそる色彩は光の波長の長い赤とオレンジとされている。(週刊誌の影字が黄色味を帯びた赤であることと、このことは何か関係がありそうである。)

#### 美しき緑走れり夏料理

という星野立子さんの俳句があるが、明るい緑やブルーも食欲を進ませる色である。

色を大きく分けると暖色系(赤・オレンジ・きつね色)と寒色系(うぐいす色や紫、黒)になるが、食べ物をおいしく食べるに

はこの暖色系が必要であると心理学者はいう。スーパーではオレンジやリンゴを入口近くに並べるのはそのため。そのためにも部屋の壁の色、テーブルクロス、カーテン、椅子の色、それに電灯の光源なども大きな役割りを果たすことになっている。

河野友美氏の説によると、カーテンなどは、実験の結果では、黄桃の薄い色、すなわちピーチイエローがよいとのこと。しかし、実際に調べてみると、食堂のカーテンが明るい暖色系のものは少ない。またテーブルクロスも問題のあるものが多く見られるとのこと。

食べ物の色と潜在心理との関係も深いようだ。洋菓子からくる連想でピンクやクリームは甘い色、トウガラシやカレーからの連想で赤と黄は辛い色、柿しぶの連想から灰褐色はしぶい色。ダイダイ、夏ミカンの連想からオレンジと緑は酸っぱい色。お茶からの連想で暗緑色は苦味である。また、黄色い色は、ものを大きく見せる効果があるとか。そして黄色いバターを美しくおい

しそうに見せるためには薄いブルーグリーンが最高とされている。

このように食器の色が料理に及ぼす影響は大きい。日本料理で褐色の煮物などに青磁の器を使うのは理に適っている。サラダのように、野菜の緑を生かすためには、白い皿よりもガラス鉢や木のボールの方がよい。

魯山人は「食器は料理のきもの」といつている。

「料理そのものを美化すると同時に、みなさまが毎日注意しておられる料理を盛る器も、あれこれといろいろに苦心が払われているのです。料理を問題とする人は、勢い食器をも同時に問題とする。これが当然の成り行きであります」

ともいつている。

赤絵付きの有田焼、手織紬のような益子焼、伊万里の小鉢、清水の銘々皿、黄瀬戸の丸皿、唐津の片口漬け物鉢、網目菓子鉢、重厚な呉須絵をつけた砥部焼など、それに盛られるお料理の色の調和に苦心の払われるところである。食器こそお料理という主役を生かすための名脇役といえるだろう。

素材の持つ自然色の美を生かすこともお料理の秘訣である。

トマト赤く冷え けむりゐる卓につく

初子

「インカの赤い星」とよばれる真っ赤なトマト、黄金のリング、緑鮮やかなピーマン。

わざわざ素材の持つ自然美を色彩を加えて色粉で塗りつぶす職人がいるがあれは反対だ。たとえば、黒豆を煮るときお歯黒や鉄漿かみぬの染料を使ったりする。

しかし色止めは必要である。ナスの色止めに焼明礬やきみょうばんを使ったり、一寸豆の色上げに粗塩少々、生酒少々、薄蜜を加えて弱火で煮含めると一寸豆の美しい青煮ができる。露きやの青色の沓くさえは茹で加減で決まるし、蕨いんげん元の色上げには苦汁にかりを用う。生姜の色上げを「酢どる」といつて甘酢に浸け込むと美しい鮮紅色に仕上がる。甘薯や栗には茜草科の梔子くちなしの実を煎じた汁を使うと黄色染料として効果がある。

胡麻、味噌、豆腐などの和えものを地方によっては“よごし”という。見た目が汚れているからである。その見にくさを隠すためののぞきや小猪口を使うこともあるし、のぞいた景色をより美しく見せるため、料理の頭上に松葉海苔や糸鰹を天盛りに使ったりする。

色とお料理についての文章はとてもこの誌面では書き切れるものではない。

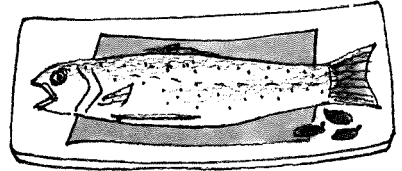
# 「色を食べる —現代人の食生活と色—」

出席者

富家 直 (聖心女子大学教授)

V.S.

紅谷清三 (東京会館調理部長)



私達の食生活の中には、料理の色、素材の色、器の色…とさまざまな色があります。そしてそれらの色は、食欲、おいしさとどんなかかわりがあるのか色彩心理学の富家教授と、世界の料理に精通した紅谷氏(東京会館)に話合っていました。

## 〈和食と洋食〉

**富家** 今日の対談のテーマは色を食べるということですが、西洋料理と日本料理では色彩的にもずいぶん違いがありますね。

**紅谷** ええ。まず中国料理とフランス料理と和食で、どれが一番色彩的かという話がよくでるんです。われわれから考えると、一番色彩的に神経質というか、色彩をだいじにするのは和食じゃないかと思うんですが、フランス料理でも色彩は非常にだいじにするんです。つまり、白い料理に対して青や赤のソースといったつけ合わせの色彩です。ところが、和食ではそういうつけ合わせだけじゃなくてお皿のことまでうるさく気をつけるわけですね。そのへんで日本人は、色彩の面で優れた感覚をもっている

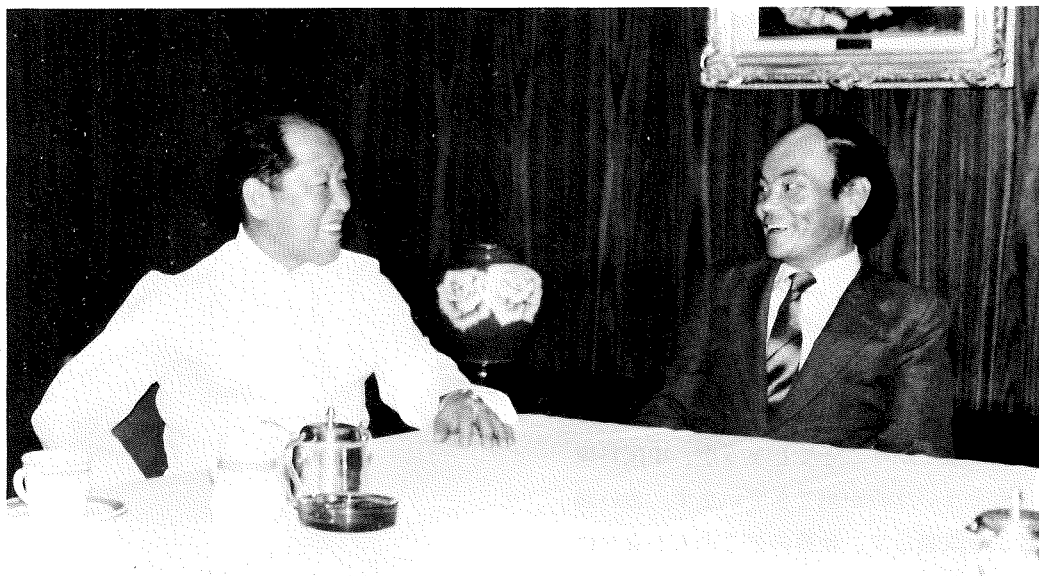
と思います。

**富家** ある本によると、日本でスパイスがないのは生のおいしいものが手に入るからで、それらのとり合わせの妙による色のスパイスで食べるのが日本料理だと…。そんな話を聞いたことがあります。

**紅谷** 確かにそうですね。和食は素材の味をそのまま新鮮なうちに食べるという面がありますね。まあ、バリの魚屋なんかにはポッと入ると、ツーンとアンモニアのにおいがします。そういう魚を扱ってる位ですから、スパイスとかワインなどをたっぷり使って料理する…。

**富家** それで臭みを抜いてるわけですね。

**紅谷** 人間が作り上げた味を食べるのがフランス料理の特徴だといえます。



左：紅谷清三氏 右：富家 直氏（東京会館にて）

**富家** なるほど。こちらの会館では、フランス料理が主でしたね。

**紅谷** ええ。中華も和食もありますがね、宴会などではどうしてもフランス料理ということですね。

**富家** 西洋料理といっても、イギリスあたりでは、じゃが芋とほうれん草と肉をザーッとまぜて…というスタイルでしょ。料理ではフランスが一番工夫が多いんですね。

**紅谷** そうなんです。洋食といっても、ドイツのも北欧のもたくさんあります。その中で、現在最高といわれているのが、やはりフランス料理なんですね。ですから、国賓の方のおもてなしなどでもそうなんです。

**富家** でも、フランス料理には、タイの刺身のような美しさはないでしょう。あの薄

い赤は…。

**紅谷** フランスでもタイをたくさん使うんです。ただ、和食ではお刺身や塩焼にしますが、フランスでは切身にしたり、一匹のまま白ワインやシャンパンで蒸焼にして、お客様に出す時に皮を全部はいじょうのはもったいない気がします。（笑）

#### 〈色と味〉

**富家** ところで、味と色というのはどんな関係があるんでしょうね。どっちが先なんでしょうね。

**紅谷** お料理というのは、要するに舌で味わいます。それから、目で食べるといいますか、これはおいしそうだな、もしくはきれいだな、ということで、すごく味覚に影響があります。

**富家** そうですね。つまり、味覚だけじゃなく、視覚、聴覚、嗅覚、触覚といった感覚が全部働いて、食べ物のおいしさを感じているんですね。しかし、中国料理なんていうのは、きれいに色を出すというより、味の方で勝負してるような感じがしますね。

**紅谷** 確かにそういうことがあります。昔の王朝風料理では、きれいなものもありますがね。それから、近頃、フランスでヌーベルキュジンという言葉があります。新しい調理法ということでしょうが、中国料理にもそういうのが出てきています。古い調理法を改善して、世界のどこの人が食べに来ても恥ずかしくないような料理をしようという運動のようなもので、近頃の水準は上がってきています。

**富家** ところで、シャーベットとかアイスクリーム、これなんか基調が白ですよ。黒いのはお作りにならないんですか？

**紅谷** あります。あります。たとえば、グリーンは挽茶、メロン、それにペパーミントですね。それから、ピンクは苺、桃など。それに、黒はブラックベリー…黒すぐりですね。このベリーのたぐいがたくさんあります。紫色のものもあります。

**富家** じゃあ、全色あるわけですね。すると、その色の組合せには気を使うでしょう。

**紅谷** そうです。料理のバランスですね。味覚上のバランス、材料のバランス、色のバランスなどに頭を悩ませます。こういう時にはこういうものを使うとか…。



#### 〈素材と色彩〉

**富家** 料理の順序に色の工夫はあるんでしょうか。

**紅谷** やっぱりあるんです。オードブルにキャビアの黒、サーモンの赤をとり合わせてみたり、その後は白い系統のスープをもつてきて、次に魚料理は、グリーンソースがかかったものとか、または、その後の肉には、ローストビーフなどの赤に対してソースは西洋ワサビをすりおろした純白のを添えてみたりですね。まあ、そういう色の組合せを一番気にしてやっているんです。

**富家** ただ、日本料理に比べると、色が乏しいような気がしますね。

**紅谷** 確かに和食の場合は、色が鮮やかですね。

**富家** お盆が朱塗りや黒の縁どりで…。それだけでもかなり強烈ですよ。





**紅谷** 和食の色の感覚というのは、本当に優れていると思いますよね。お吸物一つにしても、タネによっては椀の色を変えたり、黒を使うか、赤い塗りをを使うか…、黒の場合は白い実が入っていたり、非常に、そういう器の色まで考えているんですよね。

**富家** どうでしょうか。やっぱり、日本の方が温帯だけに、いろいろな色の植物なんか手近にあって、色彩が豊富になったんでしょうかねえ。

**紅谷** それもあると思います。

**富家** ところで、食事というものは、ずいぶん保守的なんですよ。今まで、見たこともない、食べたこともないものには絶対手を出さない。人間の体っていうのは、だから、古い皮質で生きている限り、非常に保守的です。従来成功してきたやり方そのままやっているわけです。そういう意味

で、色を見て、これは危険だというものもあるんでしょうね。

**紅谷** ええ。あると思いますね。まず、あの紫色を考えてみたらいいと思います。野菜類なんかでも紫色のものという、これは、ちょっと心配を感じますよね。それから黄色の毒々しい色も、ちょっとうまくないと思うんですよね。それから、赤の濃い色、これもやはり、料理から避けるようにして、使いませんね。

**富家** 生物というのは、赤味や黄色味が減ってくると、腐ったり、おかしくなったりするんじゃないですか。たとえば、肉などは、赤味が減って青味が増えてくると紫ぼくなる。

**紅谷** そうですね。まあ、肉なんかの場合は、赤い色が濃く変色してきますね。タイなども鮮度のいいやつは赤いでしょ。ところがね、鮮度が落ちてくると、黒ダイの色の薄いようなやつに変わってくるわけですね。確かに、鮮度と色というのは関係があるわけです。

**富家** 野菜だって古くなれば色が変わりますね。ところで、色の感覚ですが、これは食べ物では今も昔も同じなんじゃないかな。

**紅谷** これは同じだと思いますね。

**富家** 今、家庭では、本物のお椀というのはなかなか使いませんね。料理を生かす脇役が、着色されたプラスチックになって、だいぶ変わってるんじゃないかと思いますがね。

### 〈家庭での工夫〉

**紅谷** 私は、ここでやっているクッキングスクールで教えていますが、その生徒に魚を一匹のままとか、もしくは、鳥を一羽のまま、ポンとあてがうでしょ。すると、嫌がりますね。というのは、今の人は昔と違って、魚でも一匹のまま買ってきて自分で料理することはあまりしないでしょう。

**富家** 切身が魚になっちゃってるんですね。

**紅谷** おそらく、家へ帰ってあんまり面倒くさい料理法というのはしないんですね。一般の家庭の方は…。ですから生徒に教えるのも、テレビの料理教室もなるべく短時間で簡単にできるような料理を選びます。今の人は、そうとう横着になっているのか、昔の人みたいに丹念に手間暇かけて料理しなくなりましたね。

**富家** そういう時代なんでしょうかね。ところで、家庭料理でも色の演出という点では工夫されるんでしょうね。

**紅谷** それはあると思いますよ。多少でも美的な感覚のある人だったら、自分で作って亭主やお父さんに食べさせるのに、少しでもおいしいなという感じをもってほしいと思うんですね。

**富家** そういう指導はなされてるわけですか。

**紅谷** もちろんやっています。

**富家** 具体的にはどういうことを…。

**紅谷** 要するに、フランス料理などをする場合魚を焼くと、これは出来上りの色彩は

似たような色になってくるわけです。茶だとか焦げた黒が料理の色になってきますが、それだけじゃあやはりうまくないんで、パセリの緑色やレモンの黄色、それから、ゆでっばなしのまっ白なお芋を添えます。魚には、そういう簡単なゆでっばなしの芋が多いんです。それと、ソースではそういう焼魚に対して、まっ白いマヨネーズにまっ赤なトマトを小さく刻んでまぜたり、ピーマンの赤いのをまぜたりして、色彩的にバランスのいい色をもってくるわけです。そんなことを生徒に教えてるんですけど、一般の家庭では、なかなか材料が…。

**富家** その為にわざわざ赤いピーマンを買うかどうかですね。

**紅谷** 魚を料理するうえでは、あまり変わった色はありませんね。白身かサケの赤身それに、マグロの赤身かですね。まあ、エビに火を通した時にうっすら出てくる赤もありません。

**富家** 魚の色によって、料理法のポイントなんかあるんですか。

**紅谷** あります。白身は淡白ですね。ですから、あまり強烈な味をもってこないで、バターや塩の味で仕上げます。ところが、マグロ、メカジキなどは、色彩もさることながら、ニンニクやサフランみたいな強烈な香料や白ワイン、そういうものにおいてを中和させ、人間の作り上げた味でおいしく食べていただくわけです。

**富家** すると、味つけと色つけでは関連が

あるわけですね。味が濃いと色も濃くなるという…。

**紅谷** まあ、塩味が基調になりますね。それにおいも味つけの一つに入ります。そして色つけですね。これは、我々の世界の言葉では二つあるんですが、表面に焼き色をつける色つけと、ほうれん草、パセリなどを使う色つけです。

#### 〈料理の色と味〉

**富家** 色を見て味が想像できる。また、その反対に意外性というのがありますね。

**紅谷** あります。洋食の場合は、辛そうなものは漬け込んだもの位ですけどね。サーモンやニシン、それにきゅうりのピクルスなどもそうです。

**富家** 色つけをきちんとしておくと、きちんとした味つけにつながるとも言えますかね。煮しめなどは、汚れ色がついてくると味ができたという感じがしますね。

**紅谷** ところで、最近、食べ物の順序を身につけた人達が多いですね。これを色で言うと、オードブルには赤、青、黒それに白があります。スープはクリーム系ですね。それから、魚…。

**富家** パーティなどでは焼魚というのはあんまりありませんね。

**紅谷** ええ。どうしても焼いた段階で茶色系統になりますね。冷たいものでは、グリーンソースをかけた魚料理もあります。そして、肉へいくと、例の焦茶、赤ですね。まっ白に煮上げたのも、トマトの赤で煮上

げたのもありますけど。そして最後は、サラダになります。グリーンが主体ですね。

この生野菜のグリーンは、日本では昔はあまり多くとらなかったようですが…。

**富家** そう。健康と美容というんでプロセスしてないグリーンサラダ、これは、その時代の世相にも影響されているんでしょうね。素材を食べるということで、自然な色は、生野菜のグリーンが一番でしょうね。

ほかのものは、元の色がわからないので、これからは加工して、どういう色に仕上げるかということなど、きっと、若いお嬢さん達の課題なんじゃないかと思うんですけどいかがでしょう。

**紅谷** 健康という意味では、近頃のお菓子でも昔みたいにやたらに甘くないんです。糖分や塩分を減らして、美容にも健康にも気をつけようということで、今の人は賢くなってきていますよ。

**富家** なるほど。健康面から言うと、肉より魚の方がいいともいわれていますね。

**紅谷** ええ。その通りですね。私共のプルニエも魚料理中心でやっているし、教室でも魚料理は多くなってます。

**富家** では最後に、フランス料理の基調となる色は何でしょうね。

**紅谷** それは、一番おいしそうだなあという色は黄金色なんです。七面鳥や魚をオーブンやフライパンで焼いた時も…。

**富家** すると、料理の王様の色は黄金色ですね。

ファミリー  
レストランに見る

## 色

## の演出

最近の外食産業の躍進振りはめざましいものがあるが、中でも、ニューファミリーを対象に急速な成長をしているのがファミリーレストランだ。

そこで、そのナンバー1の「すかいらーく」と、ナンバー2の「デニーズ」を訪ね、その人気と、両者における色彩の用い方を探ってみた。

\* \* \*

まず、両者の概況から見ていこう。「すかいらーく」の店舗数は、昨年まで195店舗、今年末までに213店舗の予定で、売上げは、今年目標が380億円。延べ利用者数が4,500万人の見込みである。

一方の「デニーズ」は、店舗数127、今年度売上げは230億円。同じく、年間延べ利用者数は3,000万人の見込みである。

「株式会社すかいらーく」の秘書課長柴崎正弘氏は、

「私共が、なぜ“すかいらーく”という名前にしたかよく聞かれるんですが、こうしたフードサービスをやる前、昭和37年から『ことぶき食品』という会社で、食品の小売をやっていました。

まあ、小さなスーパーのような店が6店ほどあったんですが、社長がいろいろ将来を考えまして、昭和45年に、ひばりが丘という所に、レストランの第1号店を出したわけです。このひばりをとって『すかいらーく』としたわけです。」と説明する。

## ■「すかいらーく」の色彩

柴崎氏の名刺には、ピンクの羽を持ったオレンジ色のひばりのマークが鮮やかに印刷されている。

「このマークが現在のシンボルマークです。初めからこの形ではなくて、急上昇するひばりや、いろんなひばりがありました。我が社のコーポレートカラーは、オレンジ色です。」

店の外観は、落ち着いた茶色で、それにオレンジ色の照明器具でアクセントをつけている。屋根は独特のなだらかなピラミッド型の方形屋根で、壁と同じ色に統一されている。

では、「すかいらーく」の店内に入ってみよう。天井は木目を生かした重厚感のある焦茶。天井中央には、ローソク立てを模した木組がつるされている。



すかいらーく

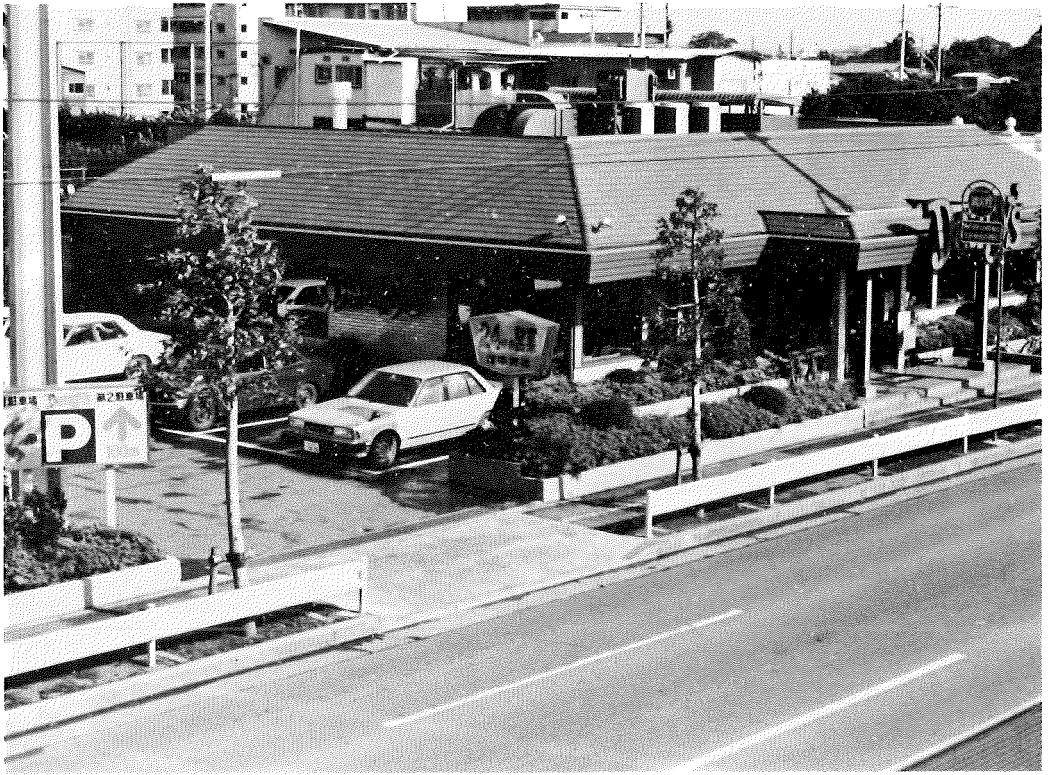
壁はピロードのような手触りの赤い布張りで、大きな鏡がはめ込まれている。さらに、インテリアのポイントとなっているものは、直径60センチ位のオレンジ色の布製ほんぼりで、これは、店に入る時、まず視界にとび込み、席に着いても必ず視界の上部にある。テーブルもやはり焦茶である。そして、店内を動くウェイトレスは、オレンジと茶のツートンカラー、男子はベージュと焦茶である。柴崎氏は店内の色について、

「やはり狙いは、落ち着きです。ゆったりくつろげる店でなければならぬと思います。『すかいらーく』の業態は、客単価850円が中心のファミリーレストランで、暖かい雰囲気、ご家族ぐるみ安心して食事できるムードが大切です。

「すかいらーく」の営業時間は、平日10時から午前2時、休日は8時から午前2時で、メニューは125種となっていて、ハンバーグステーキが主力商品だという。メニューでは、5種のジャンルに分かれていてそれぞれオレンジはランチ、スープ、サラダ、サンドイッチ。グリーンはハンバーグ、ピザ、ピラフ、グラタン、スパゲティ。茶は魚料理、チキン、カレー。ピンクはシチュー、ステーキ、飲み物、おつまみ。ベージュはコーヒー、紅茶、ケーキ類ジュース類となっている。

メニューの色分けについては、「特別な考えはない。その辺は今後の研究テーマです。」ということだ。

さらにつけ加えるならば、テーブルの上のかごには、コーヒー、紅茶用のピンク系のスティックシュガーと、ヨ



デニーズ

ーグルト用のオレンジ色の包装の砂糖が色どりを添えている。そして、食器類にはオレンジ色の縁どりがある。

料理の盛合せには、ニンジンの赤、コーンの黄、ほうれん草の緑を基本のアクセントとして用いている。

以上がスカイラークの色彩である。

### ■「デニーズ」の色彩

一方の「デニーズ」では、取締役開発本部長の池田昭氏が、

「私共では、100パーセント『イトーヨーカドー』の出資で、昭和49年4月米国デニーズ社との技術提携によって第1号店を出しました。一応ファミリーレストランですが、アメリカでは、コーヒーショップという業態になっています。客単価から見ると、600円から1,200円というところですよ。」

デザインはもちろん、メニューも80パーセント米国デニーズ社と同じものです。

コーポレートカラーは、オレンジ、黄、ブラウンの組合せです。アメリカでは最近、これに少しグリーンを加えています。日本ではまだ用いていません。」

「デニーズ」の店の内装は、比較的明かるいベージュを基調にしている。そして、ジュータンは、グリーン、オレンジ、黄を使った花柄のような模様で、テーブルも椅子も壁、天井と同じベージュになっている。また、シャンデリアは銅板のかさに白色光で、「すかいらく」と比べると、色彩的には全体に淡い。この点について池田氏は、

「コーヒーショップという業態は、アメリカの長い外食産業の歴史の推移

の中で、その位置づけが少しずつ変わってきていますが、一番日常性の高い外食ニーズを吸収して、食事、商談、待合せ、通りがかりにちょっとしたのが渴いた時に立ち寄る、また、その辺のコミュニティの人達がちょっとした会合の時に使うといったいろいろな来店動機に対応しようというものです。ですから、デニーズらしさというのは、とくに色で強調するのではなく、家庭とも職場ともさほど雰囲気の違いのない、日常性の中に溶け込んでいていいと思います。ただ、看板だけは、ある程度強いアイキャッチが必要ですから、黄色を使って目立つものになっています。」と説明する。そして店内の雰囲気は、「すかいらーく」と同じ『落ち着き』がテーマになっている。

デニーズの営業時間は、基本的には朝7時から夜11時までで、商圈内での人々の生活時間によっては、24時間営業のところもある。

メニューは、どういうわけか、「すかいらーく」も「デニーズ」も同じ125種だが、「デニーズ」では、淡いオレンジ色を基調にしてジャンル別の色分けは

していない。

従業員のユニホームは、赤と焦茶のツートンカラーになっている。

また、食器にはやはりオレンジ系の縁どりがある。そして、料理そのものには、ほうれん草とブロッコリーの緑でアクセントがつけられている。

「すかいらーく」と「デニーズ」という、1・2位を争うレストランチェーンの色彩を調べてみたが、ここで比較してみると、料理、皿、従業員のユニフォーム、メニューにはほとんど区別できないような類似点がある。また、店舗の外装も同様だ。だが、内装については、「すかいらーく」の重厚感と高級感に対して「デニーズ」の明るさは雰囲気の違いがある。これは、B.G.Mの違いも影響しているかもしれない。

「すかいらーく」のニューミュージック系に対して、「デニーズ」では、クラシックの軽いものをベースにしている。

色彩感覚が、時代と共に変化するならば、この両レストランチェーンの色彩も大幅に変わっていくだろうが、現在のところ、両者の色彩は茶色がベースになっている。

## 三遊亭円樂の

# 色で表わす 日本人の心

## 語りの世界



「落語に、こんな話があります。目の悪い男が薬師様に願かけて見えるようになって…そして浅草寺の大提灯を見て、その赤い色に感動するんです。でその後、料理屋で女の子とさしで酒を飲むんですが、その時パッと見るとマグロの刺身がある。『あっ、こりゃさっき見た提灯の色と同じだ。マグロってのはこんなすてきな色をしてたのか…』目が不自由で心の目で見て自分なりに物事を理解したつもりでも、現実とはかなりの差がある、と円樂師匠は言う。

そこで、目で見えた色の表現については、たとえば、江戸時代、二枚目を表現するのに、『藍みじんの着物に茶けんじょうの帯、それにくだり茶の雪駄を腰にはさんで、豆絞りの手拭で頬かぶりをして、腕組みをしている』これが代表的な二枚目の姿なのだそう。また、話の中にも、たとえば芸者衆が客に向かっておいしいことをいうと、『お前、あれを信用しちゃいけないよ。あの芸者衆の舌はね、マグロだよ、まっ赤な舌だよ』という表現、そして、『目黒のさんま』にも、殿様が目黒へ行ってお腹を空かして、澄みきった秋の空を見上げていると、赤トンボがすっと目の前をよぎっていく。すると家来に、「あのトンボを食そう」「殿様、冗談ではありません。トンボは食べられるものではございません」「しかし、赤トンボ、羽をむしられ、とん辛子、と申す。かまわん、少し辛いかも知れんが食べよう」なんていうように、殿様の世間知らずを一言で表現しています。

また、色気については、

「人によって感じ方が違うと思います。たとえば、ひどい情熱家であれば赤でしょうし、あるいは時々それがブルーになる。したがってその欲望の高い低いによって、やはり色というものはさまざまに見えるでしょう。だからスペインの情熱的な恋は赤、北国の淡い恋ならば、さながら若草色のような感じかも知れません、人それぞれによって違います」と



例の説得力のある口調で表情豊かに語る。

「落語では『紫はおへやの食いつぶし』とい  
いましてね、赤い鹿の子やなんか似合うの  
は娘、で、娘というのは、その時分の定義づ  
けではだいたい21歳まで。お嬢様もそうで  
すね。『紫は——』は廓で用いた言葉なんです。  
30歳近くなりますと、紫が似合うようになる  
んです。つまり、紫陽花色といいますかね、  
とてもしっとりとした落ち着きを感じさせると  
同時に、すなわち若さを失なったものなんで  
すね、だから紫色の着物がしっくりと似合う  
ようになると、お客は離れていく。…つまり  
女も晩年で、さながら晩秋の木々を思わせる。  
その頃にたとえば人妻にしても何にしても、  
最後の赤い花を咲かせようと思って、非常に  
情熱をたぎらす。灼熱の恋はまっ赤な恋、そ  
うなると、『人の女房と枯れ木の枝は、登りつ  
めたら命がけ』なんてうたわれて、人の奥さ  
んと浮気なんかすると、枯れ木の枝に登った  
ように、やがてポキッと折れて大ケガをする。  
という戒めうたでもあるんです」とみごとな  
落ちを語ってくれる。

そして、師匠は、男には大きく分けて二つ  
の色があるという。一つは、秀吉に代表され  
る極彩色と、墨絵に代表される黒がそれだ。  
この二つが、男が世の中を渡っていくうで  
の色とすると、前者は、野心と活動を象徴し、  
後者は、儒教に象徴される精神的な落ち着きを  
象徴しているという。それが食べ物にたとえ  
ると、前者が肉食、後者が魚食と菜食にもつ  
ながるといふ。

墨色については、体制が固まった社会での  
人生の一種の諦観、欲望をある程度否定した  
淡い黒色で生きるということです。

噺家は黒を着ることが多い。それについて  
「それは、一つに欲を捨てたところからラフ  
な、非常に自由な発言も表情も出てくる。や  
はり、欲が先行すると、生臭くなって『ブリ  
のあら』になります。骨太くて血生臭くて油  
ぎっている…。ぎらぎらした権力闘争に明け

暮れる人は肉食を好むでしょうね。しかし、  
平均的な日本人は、やはり、魚と野菜で人生  
を穏やかに平和な人間として、長く生き続け  
ていくことであろうと思います。また、「いな  
せ」というのは、出世魚のイナ、やがてぼら  
になるそのイナの背中というと、とても粹な  
んです。そのイナの背中に似たちょんまげを  
している人を「いなせ」といいました。

黒については、「高座へ出る時は、カラフル  
なものは遠慮します。やっぱり、ある程度の  
年になると嫌になります。黒はあらゆるもの  
を内包しているような気がします。ほかの色  
はあまり内容がありませんね。」と語る円楽師  
匠は、黒を着て『まだ青い素人(白)義太夫玄  
人(黒)がり赤い顔して黄な声を出す』とい  
うような色を用いた巧みなしゃれを今日も語り  
続けている。





勝部氏

犬養氏

大塚氏

多湖氏

## 「女性と魚と食文化会議」が発足 多湖輝氏をコーディネーターに

魚食普及に関する課題と将来の方向を探るための研究グループ「女性と魚と食文化会議」が発足し、8月18日、京王プラザホテルにおいて、発会式が行われた。

会のメンバーは、コーディネーターの多湖輝(千葉大学教授)、犬養智子(生活評論家)、大塚滋(東洋食品工業短期大学教授)、勝部三枝子(財・新生活運動協会生活学校中央推進委員)の4氏。

このグループは、食生活の担い手である女性の生活意識とライフスタイルの変化を予測し、90年代へ向けての日本人の食生活像の描出と近年先進国の間でも認識を新たにされつつある魚食の占める位置と役割を考え、女性と魚と食文化の関わりについての長期的課題を抽出する目的で生れた。

80年代は「女性の時代」といわれる。女性の社会への進出と目ざめは一層進むとみられ、食生活と食文化形成に果たす役割は非常に大きいと思われる。魚食普及の将来についても、女性の理解と漁業関係者との努力による合意形成は不可欠の要素である。したがって、今回、有識者により研究会議が構成されたことは、女性と漁業関係者との両者はもちろん一般社会に対する問題提起のキッカケづくりとなる意味で非常に有意義なことである。

第1回目の会合では、魚食の現状に関する相互意見の確認と会議の進め方などについて打合せが行われた。フリートーク

の中から各氏の発言の一部を拾ってみると、

犬養智子氏——最近の魚屋さんには魚の産地、料理法に関する情報が殆どないし、忙しい女性はスーパーに行ってしまう。女性の自己主張が強まり、食物のし好は子ども中心から、自己中心になるでしょう。

勝部三枝子氏——一般に世の亭主は家で夕食をとらないので、し好は子ども中心になりがち。また、主婦の80%は料理無関心派で、料理オンチが多いのです。こうした状況をどう考えていくかです。

大塚滋氏——日本人は夫婦の間に緊張感がない。だから亭主にサービスするよりも子どもの味覚に合わせている。

多湖輝氏——大多数の主婦は料理にコンプレックスをもっている。魚食については、新しい食文化をつくる必要があるし、食生活のパターンを変えるには、親から子、子から孫へと長いスパンで考えなければならない。

社会や家庭の構造変化と密接な関係がある。

なお、この研究結果は、来る11月中旬に大日本水産会・おさかな普及協議会の「90年代の女性と食文化」発表会で公表されることになっている。これにもとずき、有識者参加によるシンポジウムが行なわれる。

この発表会は、業界関係者はもちろん、報道関係者、有識者、消費者代表なども招いて開催される。

# 「私とおさかな」 朝倉 摂さん

思ったより小柄だが、いくらか低音があった、歯切れの良い言葉がポンポンとび出す。…それと知性的で愛らしい目がややアンバランスな印象を受ける。

「みんなそうおっしゃるの、もっと大柄で、おっかないオバサンだと思うのね、だけど、背も妹より小さいの」—と語る朝倉摂さんは、彫刻家朝倉文夫氏の長女で、次女は彫刻家の響子さん。彼女は伊東深水について画を学び、昭和27年に新制作協会会員となったが、次第に伝統的な日本画に反発した。その後は舞台美術、さし絵、イラストレーター、デザイン学校での教職と幅広い分野で活躍する。

「私はね、描いた絵がどこかの社長室に飾られて、自分で見たくても見に行けないなんていやなの、絵だって可愛そうでしょ？それよ



たりで、体力がいるけど、楽しい仕事…」だそうだ。さて、魚については、「おさかなは大好き、でも絵に描くのじゃなくて、もっぱら食べるだけ…。一番好きなのはアユ、クロダイ…、それにシタビラメのムニエル。自分じゃ仕事が忙しいから料理は全然した事ないけど、ほとんどうちでは魚料理してくれるのよ。

それに、私はニューヨークのお寿司が好きなの。材料のお魚もカリフォルニア米も日本の寿司に負けない味なのよ、外人だって、ナチュラルフードとしてたくさん魚を食べてますヨ」と語った。

り、さし絵を描いて大ぜいの人に見てもらったほうが嬉しい…」とチャーミングに笑う。つまり、彼女は、「芸術ぶった事」が大きらいだ、という。舞台美術については、「立体的な空間に望みを託したり、夢を託し

「夏」第2号 昭和55年9月30日発行（隔月刊）

## 編集室から

創刊第2号は「色」と魚を考える」というテーマで、食生活にかかわる「色」を追ってみました。魚食普及は食生活全体の中で位置づけられる、という観点から、特に魚の色にはこだわらず、まとめてみました。

食生活の「色」は掘り下げていくととてもこれだけのページ数ではたりませんが、魚食を考えるヒントになれば幸いです。

さて、次号は「女性と魚と食文化会議」シンポジウムの特集、次々号は「音」と魚を考える」と題してお届けする予定です。皆様のご意見を「おさかな普及協会『魚』編集室」宛にお寄せ下さい。



社団法人 大日本水産会  
おさかな普及協議会

東京都港区赤坂1-9-13 三会堂ビル TEL 03(586)6129