

# サツマイモ文化と ジャガイモ文化 の接点（後篇）

川越いも友の会理事 井上 浩

## 赤イモと白イモ

関東でサツマイモといえば、皮が赤いものにきまっている。しかもそれが鮮かであればあるほど味もいとされているから、「紅」のつくイモが多い。

まずは戦前からの「<sup>べにあか</sup>紅赤」，そして戦後 <sup>べにのうりん</sup>も「<sup>べにとうけい</sup>紅農林」，「<sup>べにこまち</sup>紅高系」，「<sup>べにあずま</sup>紅小町」，「紅東」等々と，紅尽しの感がある。

なにしろ，「皮の白いサツマイモなんて，気持ちが悪くて食えない」などという人が多いのだから，白イモの出る幕がない。

ところがわが国最大のサツマイモ産地，鹿児島県では，赤イモにいいものは少ないとされているから面白い。

ここでは赤イモはあまり信用されていないようで，いいのは「コガネセンガン」のような白イモだ。だから小学生にサツマイモの絵を描かせると，みんな白く描くという。関東とはまったく逆だ。

では関東と九州の中間，関西ではどうだろう。鹿児島の関係業者によると，ここは実質本位だから，安くて味さえ良ければ，皮の色はあまり問題にならない。

それに距離的にも近いことから，食用イモの売り込みは関東ではなく関西に力を入れているという。

ところで関東でも，ジャガイモとなると白

イモだ。男爵もメイクィーンも，コガネセンガンそっくりの色なのに，ジャガイモなら良くて，サツマイモならだめになる。視覚的なものにこれほど左右されるとなると，今はやりのバイテクでも，皮の色を自由に変えてみたくなってくる。

## マクドナルドとフライドポテト

若い人たちはジャガイモには抵抗がないのに，サツマイモとなるといけない。

たとえば石焼芋。ほんとうは大好きなのに買う勇気がない。だれかに見つかって，「あれはイモだ」とされてしまいはしないかと，ビクビクしている。

ところが同じイモでも，ジャガイモなら安全だ。たとえば今はやりのファーストフードの店をのぞいてみよう。ここではハンバーガーにフライドポテト，コーヒー付きの軽食を食べようと若者たちが群がっている。そして一人として，そのフライドポテトを気にする者はいない。

もっともこうした形でのフライドポテトの流行は，アメリカのマクドナルド社が第2次大戦後に仕掛けたもので，そう古いことではない。

ジョン・F・ラブ著，徳岡孝夫訳の『マクドナルド』（昭62，ダイヤモンド社）にそのいきさつがこうある。

アメリカにはファーストフードの店が多いが，ハンバーガーやコーヒーは似たり寄ったりで差がない。そこでマクドナルド社ではフライドポテトに力を入れ，これだけは絶対他社に負けないよう研究したのだという。

ジャガイモの品種や産地の選択，油の種類

や揚げ方の工夫などがそれだ。しかも夏休みなどの長い休みには、高校生のアルバイトを意識的に大勢使うようにして、マクドナルド党の拡大をねらってきたという。

こうした戦略は業界を刺戟、よりよいフライドポテトの開発熱をあおった。しかも有力企業は争って海外へ進出したから、世界的にフライドポテトを流行させ、ジャガイモの需要を伸ばしている。

そこへいくと、サツマイモにはこうした華々しさが無い。

わが国の冬の風物詩、引き売りの石焼芋も第2次大戦後に現われた新しい形の焼芋屋だ。ただ売り手の多くは、東北などの農家の出稼ぎのおじさんたちで、資本金も宣伝力もない。

しかもさいきんでは、その高齢化が進み、石焼芋用のサツマイモ需要は年々少なくなっているという。それだけに、新しい発想によるサツマイモの利用法の開発が、今ほど必要な時はあるまい。

### 復権のアラシ

さいきんのマスコミは焼芋シーズンになると、よくサツマイモを取り上げてくれるのは嬉しいことだ。

そしてどこでも、健康食、美容食、長寿食としてはやし、その見直しと復権をうたってくれる。ところがその長所は、ジャガイモとそう違わないはずなのに、なぜかサツマイモだけが騒がれる。たとえば新聞の全国版、または夕刊から、見出しだけを拾ってみても、このように派手だ。

「サツマイモの新しい料理法。高校生ギャルが挑戦。川越初雁高校家庭クラブ」(昭59

・10・19読売),「イモ。日の当る場所に。恋人の女の子と街をかつぽ」(昭59・11・21朝日夕刊),「見直されるサツマイモパワー。多角的な栄養素含む。繊維多く成人病予防。ダイエット食品にも」(昭60・10・13日経),そして極め付きは「イモの秋。復権のアラシ」(昭61・10・28読売夕刊)だ。

その後も「いもだってナウイのよ」(昭62・2・22読売)があり、筆者が読売の「論点」に書かせてもらった一文にも、こんな大げさな見出しが付けられていた。「もっと出てこい、イモ好き新人類」(昭62・3・15)。こんな記事が少しでも多ければ「万歳、となるのだが……」。

一方、ジャガイモも料理記事や料理番組によく出ている。ただそれは素材の一つとしてたんたんとして扱われている場合が多い。

すでに触れたように、食用ジャガイモの需要は、食の洋風化の波に乗って着実に伸びている。

ところがサツマイモは無器用で時代の波に乗り切れず、戸惑っている。それを見兼ねての声援なのだろうか。とにかくトーンが違う。

ところで地球上には、飢えに苦しんでいる人たちがたくさんいる。

そんな中で、わが国は空前の経済的繁栄を誇り、国民は美食、過食に明け暮れている。太り過ぎや成人病の多発などは、そのとがめの一つといえよう。

サツマイモの見直し論や復活論が盛んになりだしたことは嬉しいが、その底に、わが国のどこかおかしい状況があることを思うと、すなおに喜んでばかりはいられない複雑なものがある。