

公開講演会記録

人生100歳時代における
スパイスの活用法と楽しみ方について

スパイスコーディネーター協会理事長 武政三男



はじめに

今や世界的に高齢社会化が、進んでいる。日本人の平均寿命は、年々長くなり、2017年度の平均寿命では、女性87・26歳、男性81・09歳となり、過去最高となった（厚生労働省2018年7月公表）。しかし、世界保健機関WHO2016年発表における健康寿命は、74・9歳で世界一だが、平均寿命との差が、10歳以上もある。また全人口のうち、65歳以上の割合が21%を超えると、超高齢社会と呼ぶが、日本は、2010年に、すでにその段階に突入している。さらに2065年には、約3・9人に1人が、75歳以上になると予測されている。

寿命が延び続けることは、素晴らしいことであるが、反面、人生100歳時代が、当たり前になるかも知れない将来を考えると、高齢者層の収入、食生活の問題、健康維持、そして平均寿命と健康寿命との差における、介護の問題などから生じるストレスの改善化が必要など、いろいろな問題が生じてくる。そして何よりも、本人が生活していく上での満足感を失わないように、生活の質を失わないように、むしろ高めるようにとしたいものである。そんな目的で、少しでも役に立つのではとの思いで、スパイス活用化の提案を試みたい。このような大きなテーマで、スパイスが、どんな効果があるのか、多くの人は疑問に思うだろう。スパイスの最大の魅力は、食品であ

ることである。食品はクスリではないので、薬理効果を訴求して販売することはできない。しかし食品であるために、自分の好みで、気楽に、自由に楽しめる魅力がある。生活の質を高め、ストレス感を軽減化させる活用法、健康志向への活用法、自分流に自分の健康に合わせて楽しめる「スパイス活用術」を、楽しんではどうだろうか。

1. 大きく変わりつつある
「日本人のスパイス観」

日本人のスパイスに対する理解度は、残念ながら誤解が多い。家庭で普通に使われている野菜にも、多くのスパイスの仲間がある。ワサビ、カラシなどは、大

根、菜の花、キャベツの仲間である。ピーマンやパプリカなどは、唐辛子の仲間である。パセリ、セロリ、三つ葉などは、カレーに欠かせないクミンの仲間である。タクワン（沢庵）を漬けるときに、農家の方が、「色粉」として活用している黄色い粉は、カレー粉に使用されるターメリック（うこん）である。

また、日本市場のスパイス感となると、行政の不十分さがあり、大きな誤解、偏見がある。ある面で日本はスパイスの活用面で、後進国ともいわれている。今後、長寿国として世界をリードする面では、この問題をクリアする必要があると考える。

「ゆず胡椒」や「辛子めんたい」は、いずれもペパー（胡椒）でなく、唐辛子を使用している。欧米では、「ペパー」は胡椒を意味し、使用植物の純度基準を決めている。そのため、唐辛子のことを、単純にペパーとして、売ることができない。また、ペパーの植物の果実以外の葉とか、枝などの部位を混入させて、ペパーと表示すると、異物混入扱いとなる。日本では原材料表示欄に名称を記載すれば、デンプンや他の植物を混ぜ込んで、違法とはならない。最近では、インドのシナモンの葉を、インドベイリーブスと

して売られているが、ベイリーブスは、ベイの木（リーフ）であるため、欧米ではベイリーブスとして扱えない。

次に日本人が抱く、スパイス感についてまとめてみる。スパイスを嫌う理由を、考えてみる。スパイスの活用面から、何故スパイスを使わないのかと質問すると、①スパイスは辛いから、②スパイスはクスリ臭いから、などと答える方が多い。結果的にスパイスの使用量を少なくした料理のほうが、無難と判断されてしまう。当然、小さなお子さんや、高齢者層への料理には、使いたくなくなる。

スパイスの活用面から、日本型と欧米型とを比較すると、その違いがよくわかる。日本型活用法は、①スパイスで味付けをする使い方が多い、②スパイスを料理に使用した場合は、スパイスを素材として食べることが多い、③スパイスを単品で使用するが多い、となる。例として納豆にカラシ、鮭にワサビなどの組み合わせを考えると、よく理解できるだろう。カラシ、ワサビを使用した料理は、いずれもスパイスを素材として一緒に食べている。食べた人は、カラシやワサビを使用していることが、すぐにわかるのである。

これに対して欧米型では、いろいろな

料理にスパイスを使用しているが、多くは3種類以上を複合（ブレンドも含む）して活用している。そして使用したスパイスの香味を、前面に出して食べさせるのではなく、調理の段階で素材の臭みをとれば、スパイスを取り出してしまう。例としてコンソメスープやブイヨン、ソース類をみるとよくわかるだろう。

欧米型の方が、スパイスを多く、多種類を使用しているのに、料理を食べたときには、スパイスの香味を感じさせない演出をしているのである。当然、スパイスを多く加えれば、加えるほど、スパイスの機能は強く発揮される。多くのスパイスを使っているのに、スパイス感が日本型よりも弱いのは、活用法を工夫しているからなのである。

西洋料理の料理人は、スパイスの特定の香味感が強く出たり、スパイスの香味感が、バラバラに感じたりすることを、「オーバースパイス」といって嫌う。何故ならスパイスの香味が好きな客だけにしか、好まれない現象を嫌うからである。

小さな子どもや、高齢者の方に、ホテル、レストランのコンソメスープは、嫌いですかと質問すると、好きと答える方が多い。コンソメスープやフランス料理のソース類には、多くのスパイスを使用

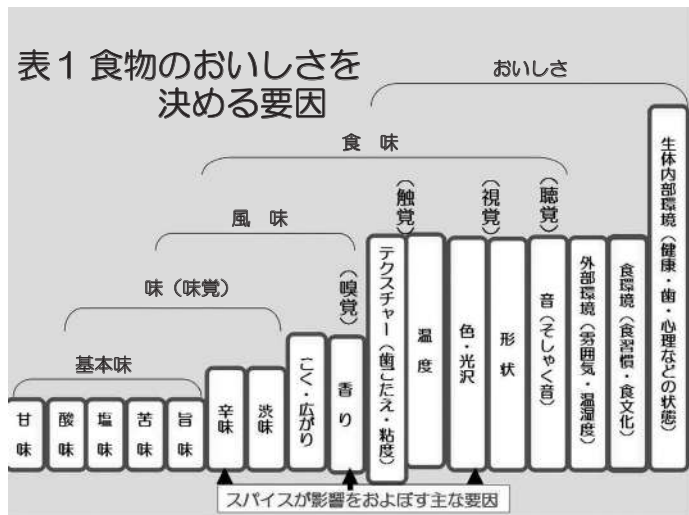
している。さらに単一でなく、数種類を複合して活用している。スープを作るときに、必ずブーケガルニ（フランス語で香草束。3種類以上のスパイスを束ねたもの）を使用する。スパイスを単一で使用する、スパイスの香味が強く感じられるからである。そしてブーケガルニを、食べさせたりしないのである。

この日本型活用法と欧米型活用法の違いが、単にスパイスを使った「スパイス料理」と、スパイスを使っているのに、スパイス感が弱く感じる「スパイスを使った料理」との違いなのである。子どもや高齢者の方が、ホテル、レストランのコンソメスープを好むのは、「スパイス料理」ではなく、「スパイスを使った料理」を評価しているのである。

2. 脳科学の応用で、加齢に伴う味覚閾値能力の低下を補う

同じ食材を食べても、おいしさ感となると、人によって評価が異なる。また同じ料理であっても、目で見た感じや、雰囲気などによって、評価が変わる。おいしさの評価基準は、どうなっているのかを簡単に説明しよう。

食物のおいしさを決める要因をまとめ



てみると、表1のようになる。舌で感じる味は、基本味で五原味という。甘味、酸味、塩味、苦味、旨味の五原味の評価は、舌の味覚芽(味蕾)によって、評価される。中国の中医、薬膳などでは、同じ五原味であるが、旨味がなくて、辛味が入っている。その意味で、大きく異なるのである。

味覚生理学的には、舌の上で呈味成分が唾液に溶けて、イオン化されてから評

価される五原味と、口腔内全体で評価される辛味とは、全く異なる味の評価なのである。面白いことに辛味を感じる受容体は、辛味だけでなく、熱さ(温覚)、痛さ(痛覚)などと同じであることである。このことは、熱さや痛さに強い人は、受容体が同じであるため、辛さにも強いこととなる。

ここで一つ高齢者層における大きな問題がある。基本味は、味覚芽(味蕾)によって評価されるが、舌の奥の方にある有郭乳頭中の味覚芽は、加齢と共に減退していくことである。ある報告によると、74歳以上で1/3に減退するといわれている。そのため基本味の閾値能力(味を識別できる能力)は衰え、甘味は1/2、塩味は1/4、苦味は1/3と減退する。このことは評価能力が劣るため、若い人たちよりも、味を濃厚にしないと満足できないのである。若いときに好んだ濃厚感を再現して味わうとなると、塩分を4倍、砂糖を2倍加えなければ、同じ香味感にならない。これは健康面では、大変悪いこととなるだろう。

そこで注目されたのが、塩分、砂糖を増やさないで、スパイスを活用して、おいしくいただくという考え方である。おいしさの評価は、脳で基本味、味覚、風

味、食味、生体内部環境などを総合的に評価するので、基本味の不満足感を、スパイスの呈味効果を活用して補う考え方である。

スパイスの活用で、全体の味の濃厚感を強く感じさせる演出や、薄味でも香りの効果などで、満足させる演出ができる。高血圧や腎臓病などの治療食で、20%以上の減塩料理を目的として、カレー料理を食べさせているのは、少しくらいまずくても食べられるからである。

3. スパイスの活用ポイントは、

単一使用よりブレンドして活用

中国の中医が日本に伝えられ、江戸時代に中医と日本独自で発達した医学を加味した「漢方」が発達した。漢方薬は、単一の生薬を使用するのではなく、何種類かの生薬をブレンドして処方される。「良薬、口に苦し」といわれるように、よくきくクスリは苦くて飲みにくいことを言い表している。苦いクスリを飲めるように、胃の負担を少しでも軽くする工夫をして、芳香性健胃薬を加えているのである。この結果、単一では飲みにくいクスリでも、ブレンド効果で飲みやすくなるのである。

味は舌による味覚芽の評価であるが、香りを付与することによって、脳は香りの効果を感じ、少しくらいの苦味感も我慢する。飲み終わって満足すると、結果が脳に記憶されるので、次回から抵抗なく飲めるようになる。つまり複数の生薬をブレンドして飲みやすくする考え方は、脳科学的にクスリの苦味感を、和らげる効果に結びつくのである。

茶道のお茶も本来、クスリとして中国から日本へ伝えられた。濃いお茶はおいしいが、舌で感じる苦味は、濃いお茶ほど強く感じる。そこで茶道として工夫されたのが、先に甘いお菓子を食べるから、お茶をいただくという順序を基準にしたのである。

また漢方薬も苦味感が強くて飲みにくいので、甘い外郎（ういろう）を食べたりする。この外郎は、本来、単なるお菓子として発達したのではなく、およそ600年前に中国から元の時代に、クスリを調達する礼部員外郎（れいほうえんろう）の陳宗敬が、日本に帰化して外郎（ういろう）と名乗り、せきや痰に効くクスリを調合したと伝えられている。外郎の目的は、飲みにくいクスリを、飲みやすくする薬剤師のアイデアなのである。

4. スパイスの和名は、漢方薬の生薬名

スパイスの和名は、表2にあるように、漢方薬の生薬名である。大正・昭和世代の人たちにとっては、昔飲んだ「富山の置きクスリ」の香味を感じて、懐かしく思うだろう。

現在でも知られている「太田胃酸」や「仁丹」などのクスリにも、スパイスの仲間が使用されている。ただ生薬と食品

表2 スパイスの漢方薬名

桂皮	(ケイヒ)	⇒	シナモン
茴香	(ウイキョウ)	⇒	フェネル
肉荳蔻	(ニクズク)	⇒	ナツメグ
丁子	(チョウジ)	⇒	チョウジ
陳皮	(チンピ)	⇒	チンピ
薄荷	(ハッカ)	⇒	ハッカ
生姜	(ショウキョウ)	⇒	ジンジャー
胡荽実	(コスイジツ)	⇒	コリアンダー
馬芹	(バキン)	⇒	クミン
蒔羅	(シラ)	⇒	ディル
大蒜	(ニンニク)	⇒	ガーリック
番紅花	(バンコウカ)	⇒	サフラン
宇金	(ウコン)	⇒	ターメリック

では、同じ名前でも純度基準が異なる。配合されている生薬名（容器に記載している）を見ると、「芳香性健胃薬」として、数種類が配合されている。この「芳香性健胃薬」は、生薬の芳香で、クスリを飲みやすくしたり、胃液の分泌を促したり、逆に胃酸が出過ぎないように抑制したりして、飲む人の胃の負担を軽減する目的で処方している。

5. スパイスの活用は、ブレンドテクニックで、大きく変わる

スパイスは単一で使用する、どうしてもスパイスの香味感を強く感じてしまう。ピーマンやニンジン細かく刻んでも、単一では味がすぐにわかってしまう。しかし、似ているけれど、少し違う香味がすると思わせると、脳が寛大に許容して吐き出すのを止めさせる。そして咀嚼しているうちに、舌で感じる味覚芽（味蕾）で五原味（甘味、酸味、塩味、苦味、旨味）のおいしさを感じる。その結果、よく噛めば、噛むほど、旨味が出てくるので、五原味の評価が高まり、全体がおいしかったと評価される。一度、おいしいと評価し、脳で記憶されると、次回からは、おいしい食べ物と理解

される。「納豆にカラシ」や「鮭にワサビ」の組み合わせは、子どものときに嫌っていたのが、いつのまにか好むようになり、大人になったら欠かせない組み合わせになる。日本食が外国人に徐々に好まれるようになるのも、この現象なのである。

この考え方は、単一のスパイスでなく、似たような香味感をもつスパイスを、複合やブレンドして活用し、だんだんと好まれるようにさせるテクニックである。市販のトマトケチャップ、とんかつソースなどには、7種類以上のスパイスが使われている。学校給食で食べる「カレーライス」には、1人分小さじ1杯（約3グラム）のカレー粉（スパイスを20種類以上ブレンド）を、使用しているから、子どもにも好まれるのである。スパイスは、単一よりもブレンドして使用すると、全体のスパイスの香味感が変わると覚えておくとういだろう。

6. スパイス活用のイメージが、辛さから香りへと変化

日本人が抱くスパイスのイメージは、辛さや強い独特の香りだった。そのため子どもや高齢者層に使いたくないと思

われていたが、ここへきて大きく変化しつつある。スパイスの辛さや独特の香りがするイメージから、辛さ感のイメージを取り除き、おいしさ感をアピールする「芳醇なスパイスの香り」「スパイスで薫香を演出」というように、食品業界が理解しだしたのである。

ワインメーカーが、ワインの新製品に「甘く香り立つスパイスの薫るホット葡萄」の宣伝で、売り出したのも、この影響である。宣伝のコピーにはスパイスの刺激感をあらわす文言はなく、香りの芳醇さをアピールしている。これからは日本酒や味噌などの、和風調味料分野にも、外国人向けに、このようなコピーで応用されると思われる。

7. 注目されだした、スパイスの健康面での活用法

高齢社会が進むと、介護施設面や医療費などで、福利厚生費が年々増加する。国家的な大きな課題として、医療費の低減化施策を強化している。その1つに、処方するクスリを、ジェネリック薬に移行することが、進められている。今後は、処方するクスリの80%を、ジェネリック薬に置換するとの予測もあり、毎

年、1兆円規模の市場育成が見込まれている。単に、薬価を削減化するだけでなく、高齢者層の心理的なストレスを少しでも軽減化させ、生活の質を高める手段の1つとして、スパイスの活用化が注目されたのである。

高血圧、糖尿病、心臓病、腎臓病など、毎日飲み続けるジェネリック薬に、芳香性健胃薬を加えて飲みやすくする考え方である。毎日飲み続けることが多いクスリは、精神的に苦痛である。うっかりして飲み忘れてしまう心配や、飲みにくいクスリを飲まなければならぬなど、ストレスがたまり、生活の質は低下してしまふ。少しでも飲みやすく、そしてストレス感を軽減化して、身体に良いとする生活の質を高める目的では、心理的にも負担にならないだろう。また日本人特有の昔懐かしい「富山の置きクスリ」の香味感、クスリのイメージがあり、身体に悪いとは思わない。むしろ、気分的に飲みやすくなり、また身体のためによくなると思う、一種のセラピー効果に結びつくのである。芳香性健胃薬の薬価は高くないため、薬価的にはさほど影響しないだろう。

生活の質を高める目的で、漢方の生薬や食品のスパイスを併用して、ストレス

感を軽減化させるスパイスの活用法は、今後日本だけでなくインド、スリランカ、東南アジア地域、中国、韓国でも、その地域で発達した伝承医療と結びつけて、注目されると考える。

8. スパイスのエンハンス効果

スパイスを使っているのに、スパイス感をさほど感じさせない使い方のコツが理解できると、スパイスを併用しているような活用法が工夫できる。

その1つにスパイスを使用してエンハンス効果を発揮させるという考え方があふ。エンハンスメント (enhancement) とは、高揚、増強、強化などを意味するので、単にスパイスの辛さや香りが増強されるのではない。スパイスのエンハンス効果は、スパイスの活用効果を高める目的なので、おいしさを高める効果となる。

スパイスのことを日本語で「香辛料」と訳し、活用面では主役でなく「名脇役」と、表現されるのは、このことを意味している。スパイスは、辛さ感よりも香りの効果が高く、活用目的もスパイス感を前面に出すのではなく、脇役として料理全体をおいしく演出するからである。「スパイス料理」は、スパイス感を

前面に出す使い方であるが、「スパイスを使った料理」は、スパイス感はありません。感じさせない。スパイスを使用している感じがしないけれど、おいしいと評価させることが、「おいしさを高めるスパイスのエンハンス効果」なのである。

高齢者は、加齢と共に味覚生理学的に味覚閾値能力は、低下する。この現象は、味を評価する舌の部分にある味蕾（味覚芽）が、加齢と共に減退していくからである。自分で感じた評価は、脳の

人生100歳時代の秘訣はスパイスにあり

秘訣のキーポイントは、SPICE

S⇒ SAVE (セーブ) 保護する、安全に守る

P⇒ PEACE (ピース) 平和に解決

I⇒ INTERESTING (インタレスティング) 面白い
興味を引き起こす。失敗も面白い

*コメディアン面白いのは、amusing (愉快的) です

C⇒ CATCH (キャッチ) つかむ。つかまえる

E⇒ ENDLESS (エンドレス) 終わりのない
ETERNAL (エターナル) 不変の、永遠の

●人生100歳時代に、自分はどうか生きるか！

自分の人生は、大切なものです。自分を守り、物事を前向きに、平和に解決し、面白く、楽しい人生を送ってください。

●失敗や、挫折感、人生にあるものですが、またその後、楽しみが出てきます。いつまでも自分の人生を大切に、お幸せにお過ごしください。キーワードは、SPICE です。

記憶でカバーして表現できるため、表面的にはわからないが、若い人たちと閾値度（どのくらい薄めても味がわかるかを比較）を比較すると、大きく異なる。前述で、甘味は2倍、塩味は4倍、苦味は3倍を、余分に加えなければ、同じ味と評価できないとなる。このことは高齢者にとって、健康面で塩分や糖分などを減らさなければならぬことから、大きな課題なのである。

そこで、糖分を減らす減糖効果と塩分を減らす減塩効果について、まとめてみる。

（1）スパイスを活用した減糖テクニック

最近の話題として、コーヒーや緑茶を、1日数杯飲む人は、長寿効果に結びつくとの報告がある。コーヒーや緑茶を日常的によく飲んでいる人は、そうでない人と比べて死亡するリスクが低いとする調査結果を、国立がん研究センターなどの研究チームがまとめて報告している。コーヒーに含まれるポリフェノール、緑茶に含まれるカテキンが血圧を下げ、両方に含まれるカフェインが、血管や呼吸器の働きを良くしているからと推察している。1日3〜4杯飲む人では、飲まない人よりも、死亡リスクが24%低

かったとの報告である（全国に住む40〜69歳の男女9万人に対して、19年間追跡調査の結果）。

しかし、コーヒーをブラックで飲む人は問題がないが、コーヒーを飲むときに、砂糖を入れる場合を考えると、普通の成人でコーヒー5杯に対してスプーン5杯の砂糖を使用していることになる。高齢者の味覚閾値能力が低下している年代では、その2倍のスプーン10杯の砂糖を加えて、今までの甘さ感と同じになる計算となる。これでは健康面かえって悪くなってしまう。そこでコーヒーに砂糖を使用しないで、おいしく飲める、スパイスのエンハンス効果を提案してみる。

スパイスを使用しているのに、スパイス味がしなくて、おいしいと評価させる演出ができる。スパイスの芳香成分である精油は、アルコールに溶けるため、保存性を考えて市販のアルコール度39度のブランデーを使用した。それにスパイスを3種類とクエン酸の5種類をミックスした「ビターマイルドスパイス酒」を作った。使用したスパイスは以下のものである。

〈ビターマイルド・スパイスブランデー

の作り方

①ブランデー 100 ml。

（アルコール度39度。できるだけアルコール度が高い酒のほうが、スパイス成分を早く抽出し、また保存効果が高い。日本酒は不適）。

②スパイス3種類、粉末ではなく、ホールスパイス（原型品）を使用する。

●オールスパイス 2粒。

●クローブ 2粒。

●シナモンスティック 1 cm位の長さのもの 2個。

③クエン酸粉末（スーパーの製菓用材料コーナーで売られている）を2グラム。梅干しの塩分料は、4%なので、梅干しよりも酸っぱくない。

④ブランデーの中に、スパイス類、クエン酸を全部、漬けて、20分以上放置すると、スパイスの香りが付いたブランデーができる。紙製のティーパックに入れて漬け込むと、時間と共に、もろくなり破けてしまうので、市販のポリエチレン製のティーバック袋にスパイス類を入れて、容器に漬け込むと、長期間の漬け込みに耐えられ、また簡単に出し入れができる。

⑤毎回、使用した後は、冷蔵庫か冷暗所に保存する。水を加えなければ、スパ

イスブランデーの保存は、1年以上の保存が可能である。また、使用しているうちに、ブランデーが少なくなったら、ブランデーを後から足して使うことができる。

〈ビターマイルド・スパイスブランデーの使い方〉

①まずコーヒーを一口飲んでから、次にビターマイルド・スパイスブランデーを1〜2滴加えて、よくかき混ぜてから飲み比べると、コーヒーの苦味が消えていることがわかる。差がわからない方は、もっと加えればよく、自分の好みの適量がわかる。多く加えても砂糖分が増えないので、安心である。人によっては、スパイスの甘い芳香感で、砂糖が入っていると勘違いすることもあるが、砂糖は使用していない。

②ビターマイルド・スパイスブランデーの活用効果は、甘いスパイスの芳香感の付与と、クエン酸による苦味を弱く感じさせる効果が複合されて、総合的に苦味が弱く感じるエンハンス効果である。紅茶や焼酎などに、数滴加えるだけで、脳が軽やかな香味と感じて、評価するものである。しかし、単に脳が勘違いしている現象なので、成分的に苦味感が分解される現象ではない。

② スパイスを活用した減塩テクニック

ラーメンを食べるときに、ブラックペパーの粗挽きを振りかけて食べると、塩味が弱く感じられて、おいしく食べられる。しかし、この現象は、単なる味覚の錯覚現象で、減塩効果ではない。何故ならば舌で味覚的に塩味が弱く感じられなくても、塩分量は何ら変わっていないからである。減塩効果とは、塩分の使用量が少なくて済む現象なのである。

舌の味覚芽（味蕾）で感じる塩味と、喉や口の中全体で感じるスパイスの辛味とは、全く異なる。傷口に唐辛子を擦りつけると、痛く感じるが、塩を擦りつけてもさほど痛くない。これは評価する受容体が異なるからである。そこでスパイスの辛味感を弱く感じさせて、嗅覚による香り感をほんのり漂わせると、何となく塩味感がする。これを「塩オルターナティブ効果」という。オルターナティブとは、代替えを意味するので、塩を全く使用しないで、無塩で塩替わりとしてスパイスを活用するものである。

〈塩代替え目的の無塩スパイスミックスの作り方〉

- ①白胡椒粉末（粉末処理品）25%。
- ②ディルシード（粉末処理品）70%。

③ セイボリー（粉末処理品）5%。

●①②③をミックスして、全体の粒子を揃えて完成。

●「無塩スパイスミックス」（ノンソルトプレミアムペパーミックス）は、塩の代用として、料理にそのまま振りかけて食べて満足させられる。

●使用している3種類のスパイスは、弱い辛味感と弱い芳香感を持っているので、辛味と香りをブレンドしていることになる。

（2018年11月8日・公開フォーラム）

筆者略歴（たけまさ みつお）

元ライオン株式会社生活行動研究所テストキッチン室長として、同社スパイスブランドの開発と啓発にたずさわる。スパイスコーディネーター協会理事長としてスパイスの指導者を育成。現在、株式会社スパイススタジオの代表を務め、スパイスの商品開発やアドバイザー、販売企画のコンサルタントなどに従事する。日本メディカルハーブ協会顧問。