

日本における食用金箔の史的変遷とその意義

【本研究の目的と主眼点】

本研究では国内における食用金箔の変遷を史的観点から明らかにするとともに、現代における消費者の嗜好への影響を検討し、食用金箔の食文化的価値の確立を目的とする。

【薬としての金】

一般的に嗜好品とされる茶や珈琲などがかつて薬であったように、金にもまた薬としての一面がある。

薬としての金は文献上、既に奈良時代の『医心方』や『種々薬物帳』にみられ、中世の日本において主流であった本草書等には金屑—『倭名類聚抄』天文本によれば「古加祢乃須利久都」とある—という項目で登場する。

金屑は近世初期に流通した『宜禁本草』（江戸初期刊）や『本草綱目』（1637年民間流布）にもみられるが、次第に箔が文中にみられるようになり『和漢三才図会』（1712年）や『本草綱目啓蒙』（1802年）の頃になると項目は（金）箔となる。よって人が口にしてきた金の形状については移り変わりがあったものと判ずる。

また『宜禁本草』は邦人による食物本草の嚆矢とされているが、以降の主な食物本草では金類の項目はみられず、『本朝食鑑』楊梅の項に金箔を衣とした丸薬が載る程度である。食物本草である『本朝食鑑』では食品以外の項目を取り入れなかったという李氏らの見解によれば、近世における金は薬の領域をでていないと考えられる。

【薬から食品へ - 転換過程-】

『石川県商工要覧』『京都市産業要覧』などの産業資料によれば、薬材としての金箔は昭和30年頃まで確認できる。当時は、箔生産者自身が箔を工芸品などの材料に用いる半製品として認識していたため既存の供給先に依存しており箔を使った品物（食品を含む）の開発まで意識が至らなかった。しかし、戦後不況や真空蒸着法などの新技術による市場圧迫などを契機とした不況が既存分野外への販路開拓、商品開発や用途開発の必要性を迫るようになるとともに次第に箔は食品に応用されていった。

現在、文字資料から確認できる国内で最も古い金箔入り食品は昭和33年に広島賀茂鶴酒造より発売された日本酒「ゴールド賀茂鶴」で、次いで昭和49年に製箔者の発想による金粉入りの茶が確認できる。昭和60年の『読売新聞』に掲載された特集記事によれば、この茶はかつて妊婦に薬として金箔を飲ませたという古事から発想を得ていることが明らかで、ここに薬の延長線上に食品があると示すことができる（なお、『石川県商工要覧』『京都市産業要覧』などの産業資料によれば、薬材としての金箔は昭和30年頃まで確認できる）。

食品専用の金箔が商品として登場するのは昭和62年である。現在「食用金箔」といわれているこの金箔は「料理用金箔」という呼称で世に登場した。「食用金箔」は金箔を食品に利用しようとする発想と実際に使った食品があって初めて誕生したのである。

【現代における食用金箔の意義】

(1) 官能検査による結果 - 食用金箔は現代人の嗜好のどこに影響するか -

本学の20代学生を対象に行った官能検査では、実際に金箔や、食品と組み合わせた金箔を試食させた。その結果、約9割から金箔に食感、味、香りを感じないという結果を得た。しかし、視覚的印象に関しては<豪華さ>や<おめでたさ>など食品の見た目に影響を与えるという意見が多数を占め、食用金箔の人に対する視覚的効果の存在が明確になった。この結果をふまえ、金箔が消費者に与える視覚的効果と食品に対する装飾性について、工芸用の金箔と比較・検討するためのアンケート調査を行うことにした。

(2) アンケート調査結果 - 金箔の食品としての機能 -

被験者78名に対して各金箔の見た目についての印象を問うた（複数回答可）結果、「高級」と答えたものが工芸用51名、食用では55名となり、ついで「豪華」が工芸用53名、食用が46名と、被験者の約70%が工芸用・食用関わらず同様の印象をもつと判った。また、地域性については「和風」と答えた者が工芸用29名、食用27名と、全回答項目の中央値を上回り、被験者が金箔、食用金箔双方に日本的なイメージをもつ傾向が明らかとなった。

また、食用金箔には「無味」「無臭」との回答が大半を占め、先の官能検査結果と一致した。よって食用金箔には食品の構成要素である味のイメージがないと推定され、食品に組み合わされることで消費者に食品として受容されると思われる。安江孝司氏が「箔はそのものを装飾することによって、はじめてそのものの価値を生み出す」と述べている箔の役割は食品においても適当であろう。

金箔による食品装飾は、特に地色が濃色の食品において効力がある。被験者に金箔付きのチョコレート、白餅、着色された餅を比較させた結果、チョコレートと白餅の間に順位法による検定によって5%の有為水準で嗜好差がみられた。これは漆塗りの黒地のなかで金装飾が生む絶妙なコントラストを好む日本人の嗜好に合致すると考えられる。実際、抹茶ムースに金箔を付与したものとしらないものから一方を選択させると、被験者の90%にあたる71名が金箔付きを選択し、2点嗜好試験法の検定表によって嗜好差(0.1%有意水準)があるとわかった。茶色も緑色も食欲を減退させる色とされていることを考えれば、金箔が付与されることによって食品の高感度に変化があると推定される。

【結論と展望】

食用金箔は一過性のものとしてみられがちであるが、国内においては既に奈良時代には薬の原料として用いられており、戦後の産業事情を契機として食品へと発展した背景をもつ伝統的な嗜好食品である。

現代社会において食用金箔がもつ機能は、美術工芸における金箔の役割と同じく、対象を装飾して価値を高めることである。食品においては金箔が装飾することで食品をひきたたせ、また時として金そのものにまつわるイメージが消費者によって想起されることによって、より価値-食品にとっては美味しさ-のあるものとして、消費者の食品選択における嗜好に視覚的な面で関与している。

嗜好にあたる心理的な要因や背景については地域、年齢、階層にわけ精査すべきであろう。また、史学や文化論、色彩学的観点からも検討の余地があるが、これらの問いについては今後の課題としたい。