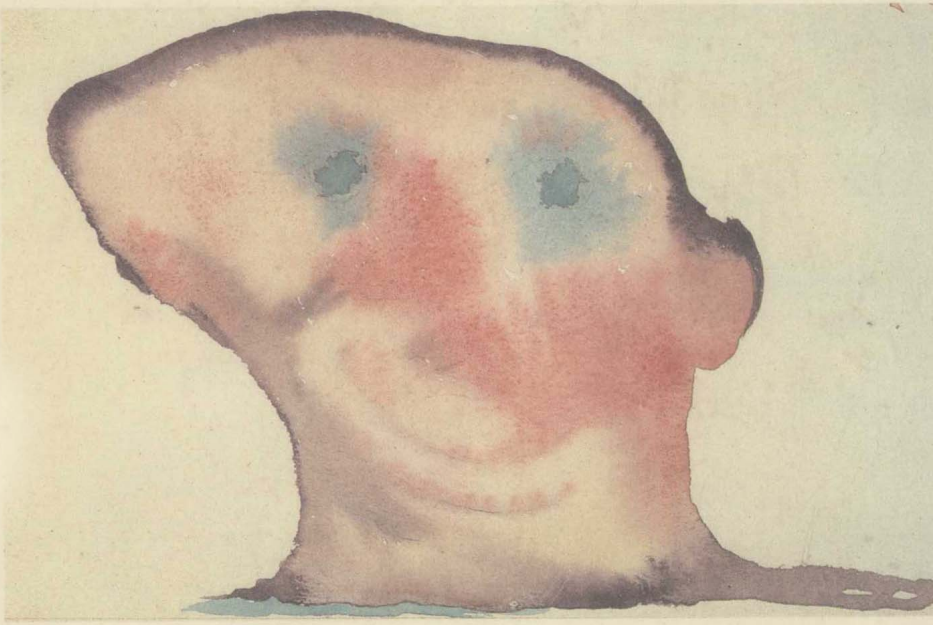
# 父よ！

諸井　薫



# 父亡

諸井薰

江苏工业学院图书馆
藏书章

文藝春秋

父よ！

平成二年七月一日　第一刷

著　者　諸井薫（もろいかおる）

発行者　豊田健次

発行所　株式会社　文藝春秋

東京都千代田区紀尾井町三―二三

電話代表（〇三）二六五―一二一一

本文印刷　理想社

付物印刷　大日本印刷

製本所　大口製本

定価はカバーに表示してあります

© Kaoru Moroi 1990　Printed in Japan

ISBN 4-16-344450-5

# 目
# 次

コメについて　7
滅びの美学　15
投票しない理由（わけ）　23
「サヨク」のお葬式　31
「八戒」だらけ　39
老人福祉　48
「つまんない」　57
若い人の「歪（いび）つ」について　66
匹夫の勇　74
「社長」について　83
「ふるさと」とは何か　91
三日見ぬ間の……　100
相撲見物　109

试读结束，需要全本PDF请购买 www.ertongbook.com

旅ゆかば……　118
箸の上げ下ろし　126
先憂後憂　134
机の抽出し　142
愛国心について　151
「中位者」の堕落　159
「埒」について　167
自分探し　176
窮極の選択　184
「昭和ヒトケタ」救済私案　193
メインマン　202
写真うつり　211
さらば昭和　220

父
よ
！

# コメについて

男はコメのメシについては殊の外ウルサイ。ひとつには、戦中戦後という超コメ不足時代を食べ盛りの年代で通過させられたせいで、それから四十年以上も経ったというのに〝銀シャリ信仰〟がいまなお脳のヒダから消えきらないということもある。

さらに、男にとっての究極の美味は、絶妙に炊き上がった選り抜きのコメのごはんであって、その他の世界の美味がどう逆立ちしたところでそれには及ばないと信じてやまず、その裏付けとなる自分の味覚水準を日本人的ローカル・テイストとは断じて思わない。それは、事食い物に関する限り内外を問わずそれなりの食体験を経てきているという、いささかの自負あってのことでもある。

それだけに旨いコメに出会うと、他人が見たら〈なんと大げさな〉と眉をひそめるほどに大感激するのだが、残念ながらそんなことはめったにない。だからいまの男の夢は、北国の

米どころの稲作の諸条件をすべて満たした美田を一枚選び、そこで穫れる日本一の旨いコメだけを賞味することだ。

そんな男にとって、近頃不可解極まるのは、コメをめぐる政治的論議である。

*

目下日米間はいわゆる〝構造問題〟をめぐって露骨にお互いの主張をぶっつけ合っているが、その押問答の一つにコメの自由化問題がある。

それを簡単にいえば、米作農業保護の名目の下に食管法を土台とする農政に守られて、法外に高いコメが独占的に流通している日本市場に、安い外国産米をなぜ入れさせないのかというアメリカ側の主張に対し、日本の米作農業は日本の精神文化の基をなしてきたもので他産業と同一に考えるわけにはいかず、安い輸入米依存率を安易に高めていくということは、食糧自給の建前からして好ましいことではない、といった理由で日本政府は抵抗を続けてきた。

しかし、自由経済を標榜し、世界市場へ向けて輸出洪水の水源地となっている日本が、そんなワケの分らない屁リクツを並べて通用するはずもないと思うのだが、それを頑なに撤回しようとしないのはひとえに選挙で農村票を失うのが怖いからに他ならない。しかもそれは自民党だけに止まらず、社会党以下全野党挙って「一粒たりともコメは入れない」を合言葉にしているのは、同様に農民にソッポを向かれたくないからで、土井たか子委員長などは国



试读结束，需要全本PDF请购买 www.ertongbook.com

会の代表質問で、「まさかアメリカと密約でもしてきたんではないでしょうね」と海部首相を睨みつけるほどのコメ民族主義ぶりで、芝居もここまでやれれば大したものだと、見ていて苦笑を禁じ得ない。

なぜ芝居だと思うのか。当り前ではないか。同じ一キロのコメの値段が、六倍も違うというのだから、国民生活を考えればむしろ輸入を促進して物価の引下げを考えるのが政治家の務めというもので、その白を黒と言い立てて平然としているのを芝居と見てやらなければ、かえって政治家達に失礼というものだ。

しかし、なにしろ複舌の持主であり、顔色も変えずにシラを切り通せる人達だから、与野党一致して「一粒も入れない」と大合唱を繰り返しているからといって安心してはいけない。あるいはすでに、「いまは国民に向かってはそう言っていますが、三年待って下さい。国内の総消費量の三パーセントくらいは必ず門戸を開いてみせますから」と、それこそ密約が出来ているのかも知れない。

その証拠めいたものがまったくないというわけではない。

たとえば、先達てもテレビを眺めていたら、さる調査機関で、「コメの輸入自由化をどう思うか」というアンケート調査を行なったところ、過半数を越えるかなりな高率で自由化賛成が多数を占めた。もちろんこれは都市部の消費者が対象だから、至極当然のアンサーなのだが、男のような素直でない人間はそうあっさりと頷くわけにはいかない。要するに、〈ハ

ハア、始まったな〉と勘ぐるのである。

すなわち、政治家にとってコメは前述のように与野党を問わずアキレスの腱であって、いくら輸入を是と思っていてもそれを口に出すわけにはいかないこと、消費税によく似ている。だがコメの自由化は消費税と違って、国民挙って反対というわけでない。いまや国民の多数派に属する非農消費層にとっては、みすみすコメが安くなるというのに農民に気を兼ねてそれを阻止する政策を支持するはずもなく、改めて聞かれるまでもなくもちろん「自由化賛成」にきまっている。

つまり、コメの輸入自由化問題における生産者と消費者の利害は百パーセント相反するテーマだから、その対立をそ知らぬ顔で煽り立てれば、行きつく先がどうなるかはいわずもがなであって、賢明な政治家がわが手を汚さず、国民の間に論議を高めさせ、その世論を背景に輸入障壁を取っ払おうという魂胆ではないか、というのが男の勘ぐりである。

このコメの輸入自由化についてアメリカが強硬なのは、その量や額の問題よりも、ワケの分らない屁リクツで懸命に防衛しようとする日本の行政の姿勢が許せないからで、何がなんでもゴリ押ししてやれという向うの気持も分らないではない。

政府自民党もその迫力に抗しかね、それならと、「最貧国に対する救援食糧としてコメを輸入して備蓄するのはどうか、それなら国内流通の完全自給は害われないし、輸入自由化要求にも応えられるではないか」というメイ案をひねり出したりしているが、これによっても

いかに日本の政治家がコメで追い詰められているのかが分ろうというものだ。

*

しかし、「体を張ってでもコメの輸入自由化だけは阻止しなければいけない」と、農業従事者の大多数が本気で考えているのだろうか。男はその点にも大いに疑問を持つ。

たしかにコメについては、戦中戦後の食糧危機のような状況を記憶の底に残している世代にとっては、冷害旱魃と聞いただけでいまだに嫌な気分になる。だから「自給」という言葉には格別の重みを感じるのだが、もはや現実にそんなことになるはずがないというのに、相も変わらずそれを言い立てるのは明日にでも戦争が起きたらどうしようという取越苦労に似て、まさに杞憂という言葉こそふさわしい。

とはいえ、農業従事者であろうがなかろうが、長年手にしてきた既得権を「ああそうですか」とあっさり手放すはずもなく、食管制度に発するコメ作りに対する手厚いお国の保護が打ち切られそうになれば「反対」と叫ぶのも無理はない。

しかし、男の見るところ今日の農業従事者のほとんどは賢明な経営者であって、技術革新、需要の先行きを予見しての転作、多角化と、ノンキなサラリーマンなど足元にも及ばない勉強とダイナミックな実行力の持主で、理財の道にも長けている。

こうした勤勉なる賢者達が、コメの需要構造の大きな変化に気づかぬはずもないし、コメで政治家にプレッシャーを与え、それを武器にコメに代わるメリット、たとえば土地政策上

の優遇措置や、体質転換に要する資金の超低利融資などの特典を国からもぎ取る知恵に気がつかないはずがない。

あるいは水面下ではすでにそうした取引きが進行しているのかも知れないが、どう考えてもいまの農業経営者達が斜陽の米作に必死でしがみついているとは思われない。

しかも男が見るところ、コメは単なる主食ではなしに嗜好性がますます強くなる一方で、男ほどマニアックではないにしても、一般消費者の需要動向が〝旨い米〟になだれを打って偏っているのは明らかなことだ。

スーパーや米屋の店頭目玉商品はすべてコシヒカリ、ササニシキ、秋田小町といったブランド米で、安かろうまずかろうという政府買上げ米は米飯供給業者がもっぱら顧客のようだ。なにしろ、安直が売り物の「ホッカホカ弁当」や「牛どん」の類いでさえ、前出のブランド米使用を麗々しく謳って客寄せとしているではないか。要するに上下(かみしも)揃っていまや「メシは味」の時代なのである。

だいいち昔と違って大飯喰いというのは育ち盛りにもめったに見なくなった。なにしろ軽く二膳というたべ方が普通だから、少々値が張ろうが旨いコメに需要が集中するのは当然のことで、まさに量より質なのだ。戦時中に二合三勺という一日一人当りの配給量があって、それはひもじさの連想に結びつく微量だったが、いま一日に二合三勺たべている人がいれば、それは大飯喰いとはいわないまでもかなりなメシ好きなのである。

つまり、コメの国内需要は明らかに、付加価値のより高い品を求め、その傾向は一層強くなるに違いなく、世界に冠たる旨いコメに慣れきった日本人が、輸入米などで満足出来るはずがないのはたしか過ぎるほどたしかなことだろう。

前に挙げたアンケート調査の注釈に「近頃は外国旅行をする人がふえたせいで、アメリカのカリフォルニア米の味を知り、これなら日本のコメと較べて遜色ないと思う人も多く、輸入賛成にはそういう背景もある」といったコメントがあったが、男はそうは思わない。

男も何度となくアメリカに渡り、カリフォルニア米なるものをそのたびに食しているが、最初の印象は「軽過ぎるのが難だが思ったほどまずくはない」とまあまあの点をつけたものの、度重なるにつれ、「ああ、早く帰ってウチのメシが喰いたい」と思ったものだ。

だから日本のコメ作りの諸兄よ、あなた方の作るコメは、カリフォルニア米がどう逆立ちしようが、三役と幕下ほどに違うのだから、さらに精励恪勤、研鑽を重ねて世界一の美味の探求に自信を持って邁進して頂きたいのである。

ただ、そうやって付加価値の高い〝名米〟作りにいくら精を出しても、コメという食品ばかりは、魚や肉と違っていくら目の肥えた消費者でも一目で見分けるわけにはいかないという弱点があり、堂々と「新潟コシヒカリ」と銘打って売っているコメが、実は混ぜ物の率がすこぶる高いということもあるから生産者としては頭が痛い。

現にコシヒカリを例にとると、流通総量が生産総量を上回っているのだそうで、これでも

分るようにニセモノ、マゼモノ横行の業界だけに、どっと輸入米が入ってでも来ようものなら、それを混ぜ込んだ偽コシヒカリや偽ササニシキが巷に溢れるのは必定で、こういうことになるというなら、コメの輸入自由化も考え直さなければならなくなる。

*

「旨いメシが喰えるのなら値段なんかかりに倍であったとしても構わない」などというと、主婦連のおばさま方から叱られそうだが、そのおばさま達にしても、たかが物入れに過ぎないボストンバッグに、三倍四倍の金を払ってヴィトンのグッチのと、嬉しげにぶら下げているのだから、ささやかな他人の贅沢に文句をつけて欲しくないものだ。

ついでに男がおばさま達にお願いしたいのは、コメのメシをより巧く食べさせることについて、もっともっと勉強して欲しいという点だ。

まず初歩的なことからいえば、コメの研ぎとゆすぎをおろそかにして欲しくないということであり、電気釜、ガス釜も結構だが、本当に旨いごはんを亭主に食べさせたいと思うなら、時間にゆとりのある休日の朝くらい、釜を使って、始めチョロチョロ中パッパよろしく、おこげもちゃんと作って、炊き立てアツアツのごはんの醍醐味をたっぷりと味わわせてやって欲しいものだ。

ジャーの中で黄色に変わって異臭を放つメシを亭主に食べさせて平気でいるような人には、コメの自由化などどうでもいいことかも知れないが。



试读结束，需要全本PDF请购买 www.ertongbook.com