

Ⅲ や っ ち ゃ ば 閑 話

「魔女の一撃」

先日、部屋の模様替えで重たい荷物を運んだ際に腰というより背筋を負傷してしまい、ふとした姿勢の変化はもちろんのこと、大きく息を吸った瞬間、ズキッと傷むようになりました。息を吸うと傷むというのが曲者で、あくびやくしゃみといった生理現象のときも容赦なく傷みが襲いかかり、くしゃみも止まってしまうほどです。似たような原因や症状ではぎっくり腰が浮かびますが、それと比べるといくらかマシのようです。

過去、現地での作業中にぎっくり腰を発症した人は、歩けず立てずで車に乗せられて病院、家へと送られていきました。前触れもなく激痛に襲われ、動けなくなった彼の様子を見て、「魔女の一撃」*とはよくいったものだと感心した記憶があります。

そんな言い得て妙な表現というのは市場でも、品種名やブランド名、キャッチコピー等、趣向を凝らしたさまざまなものを見かけます。例えば、かんしょ「シルクスweet」は絹のようなしっとりとした舌ざわりにちなんだ品種名で、新潟のもも、なし等果実のブランド名「糖鮮確実」とうせんかくじつ「天果糖逸」てんかとういつは選果場にて糖度等の基準を満たしたもののだけが名乗れる名前です。また、茨城県内の産地では、ねぎやレタスで土づくりや防除の基準を満たした生産者たちが「野菜名人」専用の箱で出荷しています。

このように、名前をつけて特別感を出し、他と差別化を図るといえるのは、消費者の目に留まりやすい、記憶に残りやすいという意味では効果があります。一方で、それだけ期待値を高めるということでもあり、責任も大きくなります。

名前以外では、出荷規格を明示する品目・産地もあり、例えば、一本ねぎでは軟白長の基準を各産地で定め、それに合わせて出荷箱に基準線を引いている産地が多数あります。しかし、実際に市場に入荷したものでは、上位等級なのに基準線よりも軟白が短いものもあり、市場関係者はそれを見てがっかりすることもあるとか。

名前や規格（基準）を決めることはゴールではなく、それを守り、期待を裏切らないことで初めてブランドや産地に価値が生まれてきます。そういう意味では、「魔女の一撃」はドイツ、イタリア、英語圏等、言語圏が変わっても同様の表現が通用するほど、名前を裏切らないブランド力があるといえるかもしれません。

(オレンジのフラミンゴ)

*突然の状態変化が魔女の仕業と捉えられていたことから、急性腰痛を魔女の一撃と呼ぶようになったとされています。