



コマーシャルリズムに 踊らされるアメリカ人

Dietary Trends: Yogurt and Fiber



アメリカ特派員

Peter Smagorinsky

訳・注

明治大学教授

堀内 克明

IN spite of the recent proliferation of fast food¹ chains (franchised eating establishments that specialize in “junk foods”² — i.e., food which tastes good, but is nutritionally vacuous and either greasy or saturated with sugar, such as hamburgers, french fries and soft drinks), Americans are becoming increasingly aware of the need for more nutrition in their diets. This paradox reveals something about the American character — in spite of our inherent desire to be down to earth³, and live simply, we find it hard to give up our luxuries and easy ways of living. So, it often happens that, while expressing a concern that we are getting too far removed from a basic, essential lifestyle, we find that it is more trouble, in terms of time and money, than it is worth to pursue such a way of living.

This anomaly is evident in our eating habits. To increase distribution potential,⁴ many food products are processed in such a way as to increase productivity; but, in the process, the food loses much of its nutritional value. Often, to make a food more palatable, and thus more marketable, a food will be sweetened, or made more bland; such tampering often negates to a great extent the nutritional quality that the food had in its original state. Through recent scientific publications, the American people are becoming aware of these shortcomings in their diets. Realizing that, in indulging in taste, they are eating a lower quality food, they become guilty; and, seeking to assuage this guilt, they are turning more to natural foods.⁵ However, most Americans are still unable to give up their junk

最近、ファスト・フード・チェーンが急増しているが、アメリカ人は食事でもっと栄養をとる必要をしいに感じようになっている（ファスト・フード・チェーンはフランチャイズ方式の飲食店で、専門とするのは「ジャンク・フード」である——ジャンク・フードとは、味はよいが、栄養価はあまりなく、脂っぽかったり、砂糖をたっぷり使ったもので、ハンバーガー、ポテト・フライ、ソフト・ドリンクなどを含む）。この矛盾した現象はアメリカ人の国民性のある面をのぞかせてくれる。アメリカ人はじめで質素な生活をしたいというのが持ち前ののだが、せいたくと安楽な生活をやめることは、やってみてもうまいかないのである。それで、我々は根本的で基本的な生活様式からあまりにもかけ離れてきているという懸念を口にしながらも、そのような暮らし方をすることは、時間や経済という観点からみて、値打ち以上に手間がかかるということに気付くことがしばしばである。

この食い違いは我々の食習慣にはっきり現れている。商品としての普及度を高めるために、多くの食料品は生産性を高めるような仕方加工される。しかし、その過程で、食品は栄養分の多くを失う。しばしば、食品をさらに美味しくして、さらに売れるようにするために、それは甘くされたり、口当たりのよいものにされる。このような余計な加工は、食品がその本来の状態を持っていた栄養価をしばしば大幅に無効にしてしまう。最近の科学上の報告によって、アメリカ人は自分たちの食事にこのような欠陥があることに気付いている。味を楽しむことによって低品質の食物を食べているということを認識したアメリカ人は、何か悪いことをしているような罪の意識を持つ。この罪の意識を和らげようとして、アメリカ人はますます自然食品に頼るようになっていく。しかし、大部分のアメリカ人はまだジャンク・フードの習慣を改めることができない。それで、アメリカ人はその両方を食べるが、「健康食品」の摂取量を指し示すことによって、

food habits — so, they partake of⁶ both, rationalizing their junk food consumption by pointing to their intake of “health foods.”⁷

Health foods are just the opposite of junk foods — they are food products, chiefly grains, nuts, and beans, but now expanding into dairy products, fruit preserves, and almost any conceivable nonmeat product, that are presented in their natural state: raw, and unspoiled by bleaches, conditioners, artificial colorings, chemical preservatives and conditioners, or sugar. Remarkably, the so-called “health food stores” offer the American consumer his only sanctuary from such treatments of his food; and so, with our growing concern for more nutritious food, health food stores are rapidly becoming big business.

Those on the commercial front are beginning to realize this, and are adjusting their marketing accordingly. Two recent developments in the mass market food industry are frozen yogurt and high fiber breads. Both are aimed at the consumer who wants the feeling of eating wholesome food, but does not want to sacrifice the taste that processed foods offer him. Through clever advertising, the marketers are able to convince people that they are able to do this.

Yogurt, in its natural state, is one of the best foods for man to eat, especially when made from skimmed milk (milk from which all of the fat has been “skimmed”, or removed when it rises to the top.) It offers high protein with no fat. Additionally, since it is made from cultured milk⁸ (a fact which makes it digestible by Negroes and Jews, who otherwise have great difficulty in digesting milk products), it contains bacteria which perform a remarkable cleaning job on the intestinal tract — if eaten regularly, it removes viruses which, if allowed to accumulate, can cause intestinal disorders. The only problem with yogurt is that, to many, it has an unpleasant taste in its pure state. Therefore, the marketers sweeten it with sugary fruit preserves, imparting to the yogurt a deliciously sweet flavor. These products are then advertised as “diet foods”⁹; that is, food for people who are attempting to lose weight through a reduced intake of calories. The American public, bolstered by this information, is then able to gobble up yogurt without the guilty conscience of eating a fattening food — they are able to feel as if they are dieting and eating natural foods, without sacrificing the sweet taste to which they are accustomed.

ジャンク・フードの消費を合理化しようとするのである。

健康食品はジャンク・フードの正反対である。それは、主として穀物、木の実、豆といった食品であるが、いまでは乳製品、果物のプレザーブ（ジャム、砂糖煮）やほとんど考えられる限りの非肉製品であり、いずれも自然な状態で提供される。つまり、生（未加工）であり、漂白剤、調整剤、人工着色料、化学防腐剤、化学調整剤、砂糖などで損なわれていないものである。注目に値するのは、いわゆる「健康食品店」がアメリカの消費者にこのような食品の加工から逃れる唯一の聖域を提供していることである。それで、もっと栄養のある食品に対する関心が高まってきているので、健康食品店は急速に大企業になっている。

商業の最前線にある人たちはこのことを悟り始め、マーケティングをそれに合わせている。大規模マーケット食品産業における最近の二つの新発展は、冷凍ヨーグルトと高繊維パンである。両方とも健康によい食品を食べるという感じを持ちたいが、加工食品が与えてくれる味を捨てたくはないという消費者をねらったものである。業者は、巧みな広告によって、人々にそうすることが可能であるという確信を持たせることができる。

ヨーグルトは、自然状態では、人間の食品としては最上のものの一つである。特にスキム・ミルク（脂肪分が全部「すくい取られた」つまり表面に浮いてきたときに取り除かれた牛乳）から作られたときにはそうである。それは脂肪分を除いて高タンパクを供給する。しかも、ヨーグルトは培養発酵乳から作られている（このおかげで黒人とユダヤ人は牛乳を消化できる。さもないと、この二つの人種は乳製品を消化するのが非常に困難である）ので、腸内ですばらしい清掃作業をやっている細菌を含んでいる。定期的に食べれば、ヨーグルトは、腸内で蓄積したままにしておくで腸疾患を起こすことがあるウイルスを除去してくれる。ヨーグルトが抱える唯一の問題は、純粋な状態では、多くの人にとってまずい味がすることである。それで、業者は糖分を含む果物プレザーブで甘くして、微妙に甘い風味をつけている。これらの製品は「規定食品」として広告されている。すなわち、カロリーの摂取量を減らして、体重を減らそうとする人たちのための食品である。アメリカの民衆は、この知識に勇気を得て、太る食品を食べているという罪の意識を持たないで、ヨーグルトをががつと食べることができるのである。彼らは慣れている甘い味を犠牲にしないで、食餌制限をしながら、自然食品を食べているような感じを持つことができる。しかし、果物プレザーブが加えられると、ヨーグルトは低カロリー食ではなくなってしまう。

最近の傾向として、ヨーグルトは凍った形で売られている。アメリカ人は昔からアイスクリームにほれ込んでいる。この豪華な好物についての問題は、それが約15%の脂肪（これに対して牛乳の脂肪分はわずか4%である）

However, once the yogurt ceases to be

A recent trend in frozen form. America's love affair with this sumptuous fattening, containing percent fat (as opposed to percent fat), and is of this, ice cream. American's favorite noting the recent to gamble — they ice-cream-like for wholesome, nutritious idea has caught popularity so rapidly negotiating to have like hamburgers and yogurt, American pleasurable eating

A close examination that the consumer thinks he is. Many thus killing the preservatives, emulsifiers added to give it a sugary fruit preserve are added finally, whatever nutrition though, unwilling to gratify both their with their indulgence

Public awareness of fiber diet has been cal findings. Most fiber in their diets production and many to prefer bland products are “blended” tributed. This involves which makes it possible much more quickly produced in less time and makes it possible a much lower price the United States is on products which consumer. Brown rice, forty-five minutes bleached version released some companies of can be prepared in j

However, once the fruit preserves are added, yogurt ceases to be a low calorie food.

A recent trend has been to sell yogurt in a frozen form. Americans have carried on a long love affair with ice cream — the problem with this sumptuous delight is that it is extremely fattening, containing approximately fifteen percent fat (as opposed to milk, with only four percent fat), and is sweetened with sugar. In spite of this, ice cream has always been one of American's favorite foods. Marketers, though, noting the recent popularity of yogurt, decided to gamble — they produced yogurt in a frozen, ice-cream-like form, and advertised it as a wholesome, nutritious ice cream substitute. The idea has caught on,¹⁰ and is spreading in popularity so rapidly that some of its makers are negotiating to have their product franchised, just like hamburgers and french fries. In eating frozen yogurt, Americans are able to indulge in a pleasurable eating experience, with no guilt.

A close examination of the product reveals that the consumer is not getting quite what he thinks he is. Many companies pasteurize the milk, thus killing the cultures. Chemical stabilizers, preservatives, emulsifiers, and gelatin are then added to give it a realistic texture. Of course, the sugary fruit preserves, or in some cases chocolate, are added finally, making it sweeter but voiding whatever nutritional value is left. The people, though, unwilling to check the facts, are able to gratify both their consciences and taste buds with their indulgence.

Public awareness of the importance of a high fiber diet has been sparked by recent biological findings. Most Americans lack sufficient fiber in their diets — for the purposes of mass production and mass appeal (Americans seem to prefer bland tasting foods), most grain products are “bleached” before being distributed. This involves removing the outer husk, which makes it possible to cook the product much more quickly. Therefore, more of it can be produced in less time, which increases production and makes it possible to offer the product at a much lower price. This is how most bread in the United States is sold. The process is also used on products which are prepared by the consumer. Brown rice,¹¹ for instance, takes about forty-five minutes to cook. The standard bleached version requires only fifteen minutes; some companies offer “minute rice,”¹² which can be prepared in just sixty seconds. Of course,



中年過ぎると急に太りだす

を含み、砂糖で甘味をつけられているので、きわめて太りやすいことである。これにもかかわらず、アイスクリームは常にアメリカ人のお気に入り食品の一つであった。しかし業者は最近のヨーグルトの人気に注目して、賭をすることに決めた。つまりヨーグルトを凍ったアイスクリームのような形でこしらえて、健康にいい栄養価のあるアイスクリーム代用品として宣伝したのである。このアイディアは当たって、急速に人気が出ているので、製造業者のあるものはハンバーガーやポテト・フライのように製品をフランチャイズする（販売権を売る）ことを交渉している。フローズン・ヨーグルトを食べることによって、アメリカ人は罪悪感なしに、楽しい食べ物を食べるという経験を思う存分味わうことができるのである。

製品をよく検討すると、消費者は思っているとおりのものを受け取っているわけではないことが判明する。多くの会社が牛乳を低温殺菌して、培養菌を殺してしまう。化学安定剤、防腐剤、乳化剤、ゼラチンが本物らしい感じを与えるために加えられる。もちろん、糖分を含む果物プレザーブとか、ある場合には、チョコレートが、最後に加えられ、それを一層甘くして、しかも残っているどんな栄養分も無効にしている。しかし、そのような事実を調べようという気を起こす人はいなくて、ただ夢中で食べることによって、良心と舌の味蕾の両方を満足させることができるのである。

高繊維食の重要性に対する一般人の認識は、最近の生物学上の発見が発端となって始まった。大部分のアメリカ人は食事で十分な繊維をとっていない。大量生産と大衆受け（アメリカ人は口当たりのいい食品を好むようである）という目的のため、大部分の穀物製品は流通する

flavor and nutrition are sacrificed, but many people would prefer not to be bothered with the longer cooking time that the product in its virgin state requires. The removal of the husk greatly reduces the fiber, or roughage, quality of the grain (the name "bleaching" has nothing to do with the actual removal of the hull — rather, it is derived from the appearance of the grain after removal. Instead of being brown, the grain is a startling white). Many nutrition experts feel that fiber is essential in helping to prevent a number of diseases, such as diverticulosis¹³ (abnormal sacs in the lower intestine), gall bladder disease, hiatus hernia, cancer of the colon, appendicitis, hardening of the arteries (a frequent cause of heart attacks), many blood vessel disorders, and hemorrhoids. Though there is still controversy and speculation about fiber's ability to effect all of these maladies, experts agree that it does prohibit constipation and diverticular disease. The ease with which certain fibers, such as cabbage, apples, and wheat bran, absorb water allows them to become quite soft; as a result, they are able to move quickly, with less impediment, through the intestinal tract, and are eliminated with greater frequency. Diverticulosis is the result of the cumulative lifetime effect that "hard stools", or fecal matter which is highly compressed, has on the lower intestine. In general, experts say that any substance which lingers in the intestines is a potential disease causing agent — therefore, since high fiber diets speed up elimination, they are desirable.

With the publication of this information, Americans increasingly became concerned; the high fiber food industry was thus born. Companies who wanted to capitalize on¹⁴ this new fear of non-fiber related diseases began to market "high fiber breads" — these were advertised to be made from unbleached flour, and the fiber content was prominently featured on the package. The breads were said to have cellulose as their fiber source. What was not revealed was that the cellulose came not from the grains, but from wood pulp or cotton. Since the cellulose in these substances is not digestible, it is harmless — it acts only as an aid to rapid elimination. Because the fiber simply passes through the system, the source does not matter. An advantage of using this sort of material for fiber is that, since it is not absorbed by the system, it provides bulk for the diet without adding calories. The bread companies, therefore, are able

前に「漂白されて」いる。これは外側の殻を除去することを含むが、それによって製品をはるかに急速に調理することができる。それで、より少ない時間でより多くのものが製造できることになり、結果として生産量を増やし、製品をずっと安い値段で提供することができる。アメリカではパンは大部分このようにして売られている。この過程は消費者が調理する製品についても同じである。例えば、玄米は調理に45分ぐらいかかる。標準的な漂白米は15分しかかからない。会社によっては、わずか60秒で調理できる「ミニット・ライス」を提供している。もちろん、風味と栄養は犠牲にされるが、多くの人は、手つかずの状態の製品が必要とする長い調理時間で悩まされたくないのである。殻を除去すると、大幅に穀物の繊維、つまりあらい部分が減ってしまう(「漂白」という言葉は殻を実際に除去することとは関係がなく、むしろ、除去した後の穀物の外観からきている。その穀物は茶色ではなく、驚くほど白いのである)。多くの栄養学者は、繊維は多くの病気の予防を助けるのに欠かせないと考えている。その病気には、腸憩室炎(腸下部の異常な嚢状物)、胆嚢炎、裂孔ヘルニア、直腸がん、虫垂炎、動脈硬化(心臓発作のひんぱんな原因)、多くの血管疾患、痔がある。繊維がこういう病気のすべてに効果があるかどうかについては、まだ論争と推測が行われているが、専門家は、繊維が便秘と憩室の病気を実際に防ぐという点では、意見が一致している。ある種の繊維、例えば、キャベツ、リンゴ、小麦のふすまは容易に水を吸収するので、非常に柔らかくなることができる。結果として、それらは腸管の中を急速に、あまり障害にならないで動くことできて、ほかのものよりはるかにひんぱんに排出される。腸憩室炎は「固い便」、つまり高度に圧縮された糞便が腸下部に対して一生にわたって与える累積的な影響の結果起きるのである。一般に、腸内に滞留する物質はすべて病原となる可能性を持つと専門家は言っている。それゆえ、高繊維食は排泄を速めるので、望ましいのである。

この情報が発表されるとともに、アメリカ人はしだいに関心を持つようになり、高繊維食品産業が生まれたのである。繊維をとらないための病気に対するこの新しい不安に乗じようとしたいくつかの会社は「高繊維パン」を市販し始めた。これらは無漂白小麦粉から作られたと宣伝され、繊維の含有量が包装の上に特筆大書きされている。それらのパンは繊維の原料としてセルローズ(繊維素)を使用しているといわれた。公表されていないのは、セルローズが穀物から得られたものではなく、木材パルプや綿から取ったものであるという事実である。これらの物質の中のセルローズは消化されないので無害である。それは急速な排泄を助けるという働きしかしない。繊維は体内を通過するだけであるから、原料は問題ではない。繊維源としてこの種の材料を用いる利点は、それが体によって吸収されないため、カロリーを増やさないで食事の量を増やせることである。それでパン会社は、



大統領

人にはそれぞれ好みがある。大統領の好物は何だろう。

Kennedy は Piesporter — Zeller — Wein に目がないう。次の Johnson は s が好きで、Oval Office Fresca の tap をわざわざさせたそうだ。ニク cottage cheese with を愛好したが、ひよっは diet 中だったのかも Ford は English muffin 入りであったとか。

大統領たちの好みをみると、それぞれのイ徴しているようでおもしろくて、Carter 大統領あろうか。

The dairy industry be cheered by the fact

to advertise that, not only in fiber, but a diet food on¹⁵ two markets.

The addition of cellulose is nothing new emulsifier, stabilizer and many types of foods, quantities than the bread advantage it has over other



大統領の好きなもの

人にはそれぞれ好みがあるが、大統領の好物は何だろうか。

Kennedy は Piesporter というモーゼル・ワインに目がなかったという。次の Johnson は soft drinks が好きで、Oval Office のそばに Fresca の tap をわざわざ取りつけさせたそう。ニクソンは、cottage cheese with ketchup を愛好したが、ひょっとすると彼は diet 中だったのかもしれない。Ford は English muffin がお気に入りであったとか。

大統領たちの好みをこう並べてみると、それぞれのイメージを象徴しているようでおもしろい。

さて、Carter 大統領はどうだろうか。

The dairy industry should be cheered by the fact that the

President does not particularly watch his cholesterol. He eats eggs and he's a milk drinker. Hardly a meal goes by that he doesn't have a glass of milk — sweet milk by day and buttermilk by night.

Frequently during the campaign he had a glass of milk and a bowl of fresh fruit waiting for him on his plane, Peanut One¹. And although he doesn't have a sweet tooth, Mr. Carter has always had a hankering for homemade peach ice cream.

Mr. Carter is also a cheese fiend. His favorite is good old hard American "rat-trap"², or store cheese. He favors other sharp cheeses as well, but actually, except for Swiss cheese, which he's allergic to, he'll eat almost any kind with enthu-

siasm.

"Cheese sandwiches," Mr. Carter's sister, Gloria Spann, recalled, "were Jimmy's favorite growing up³."

Mr. Carter consumes quantities of butter, especially as a snack, and he'll use crackers to cut it instead of a knife. Friends who have dined with him say that Mr. Carter will often eat a plate of saltines with butter before dinner, either at home or at a restaurant.

It goes without saying that Mr. Carter enjoys peanuts. He eats peanut brittle when it's available, enjoys peanut butter and jelly sandwiches, rice with coconut and peanuts, and peanut butter chiffon pie. Best of all he likes salted, deep-fried fresh peanuts. He recently brought a deep-fat cooker down to the family warehouse and keeps a supply on hand for visitors.

Amy ちゃんによると、

"Daddy makes grits⁴ for breakfast, then breaks a couple of eggs into it and adds some cheese, and it's yummy⁵."

ということである。

1. Peanut One 選挙戦中に使用したプライベート飛行機の名
2. rat-trap ネズミトリに使用するような安いチーズ
3. Jimmy's favorite growing up 子供のころのジミーの好物
4. grits 穀物、主としてコーンなどを粗くひいたもの
5. yummy = delicious

to advertise that, not only are their products high in fiber, but a diet food as well, thus cashing in on¹⁵ two markets.

The addition of wood pulp and cotton cellulose is nothing new — it has been used as an emulsifier, stabilizer and texturizer for years in many types of foods, though in much smaller quantities than the bread people¹⁶ are using. An advantage it has over other potential added fiber

その製品の繊維度が高いたくだけではなく、規定食品でもであると宣伝することができ、こうして、二種類のマーケットから利益を得ている。

木材パルプと綿セルローズを加えることは、新しいことではない。それは乳化剤、安定剤、光沢剤として、長年にわたって、多種類の食品に使われてきた。しかし、それはパン業者が用いている量よりもはるかに少量であった。それが他の添加用繊維原料となり得るものよりも優れている点は、何でもそれを入れて使用するものの風

sources is that it has a taste which takes on the flavor of whatever it is used in, unlike bran or celery, which have their own distinctive tastes. The taste factor is an important one: as stated, Americans are reluctant to give up their luxuries, among which taste rates highly. If the food is not eaten, it does not matter how nutritious it is. Also, many Americans have become accustomed to eating bleached white bread — dark, whole grain bread looks unfamiliar, and is therefore regarded as being too different to be tried. For these people, wood pulp is the only solution to the fiber problem.

There is one difficulty with a high fiber diet — an excessive amount can result in the loss of essential vitamins and minerals. For most Americans, though, the worry is too little, not too much. The only real solution is a sensible diet — plenty of fresh fruit and vegetables, and unadulterated whole grain¹⁷ products. This, unfortunately, means change and sacrifice for most of us — and, with our tradition of overabundance and easy living, the idea of giving something up is not an easy one to assimilate.

〈注〉 1. fast food ファスト・フード。 すぐに
出てきて、すぐに食べられる立ち食いやお持ち帰り用の
ハンバーガー、チキン、ドーナツなど。 2. junk foods
ジャンク・フード。 くずのような食べ物。 fast food
に対する蔑称。ハンバーガーは junk food でないとい
う人もいる。 3. down to earth 地面に足が着いた。
現実的な (realistic), 実際の (practical) の意になる。
4. distribution potential 流通の可能性。 to
increase distribution potential は「よく市場に出回
るように」の意の jargon である。つまり marketability
をさし、くだいていえば「よく売れるように」に近くな
る。 5. natural foods 自然食品。 unprocessed food
をさす。人工的添加物のない食品。 6. partake of …
をいっくら食べる。 eat の代用にもあるが、「い
くらか」の意味を含むのが普通。少し先の intake (摂
取) を参照。 7. health foods 健康食品。 healthy
food や wholesome food よりせまい意味で、上の natu
ral food の別称となっている。 8. cultured milk
乳酸菌などを培養した牛乳。 culture は「培養する」の
意。「乳酸菌牛乳」は acidophilus milk と呼ばれる。
これは acidophilic lactobacillus (好酸乳酸菌) から
つけられた名。 9. diet foods やせるための食品、規
定食用食品。 diet は体重を減らすための食養生や食餌
をさす。 a person on a diet (規定食をとる人) は
dieter で、a low-calorie diet (低カロリー食) を食べ

味を帯びた味を持つことである。ところが、ふすまやセ
ロリーとなると、それぞれ独自の味がするのである。味
の要素は重要である。先に述べたように、アメリカ人は
ぜいたくをあきらめる気はない。ぜいたくの中でも味の
占める位置は高い。食品が食べられなければ、どんな栄
養価があるかは問題にならない。また、多くのアメリカ
人は漂白された白いパンを食べることに慣れている。黒
っぽいホール・グレイン (ふすまを取り去っていない)
のパンは見慣れていないので、食べてみようという気が
起きるにはあまりにも違ったものに思われるのである。
これらの人にとって、木材パルプは繊維添加の唯一の解
決法である。

高繊維食には一つだけ困難がある。過度にとり過ぎる
と、不可欠なビタミンやミネラルの不足という結果を生
じることである。しかし大部分のアメリカ人にとって、
その心配はあまりにも少ない。つまり、あまり大きいも
のではない。唯一の本当の解決は分別のある食事である。
つまりたくさんの新鮮な果物と野菜、それに加工してい
ないホール・グレインの製品を食べればよい。不幸にして、
これは大部分のアメリカ人にとって変化と犠牲を意味す
る。そして、ありあまる豊かさと安楽な生活というアメ
リカの伝統があるので、何かをあきらめるということは、
そう簡単に受け入れられないのである。

る。 10. caught on 受けた。 catch on は become
popular (人気が出る) の意。 11. brown rice 玄米。
rice bran (ぬか) を取り除いていない米。「黒ごめ」
ともいう。ぬか、ふすまなどは roughage (rough なも
の) と呼ばれ、消化便通の刺激になるあらい食物をさす。
なお、「玄米パン」は whole rice bread などと訳され
る。 brown bread (黒パン) は whole meal flour (ふ
すまを取ってない完全小麦粉) を用いたもの。 12.
minute rice 1分で食べられる米。普通は、インス
タント式に元にもどせる調理済みのライス。 13. diverti
culosis 憩室炎。局所の膨脹を diverticulum (憩室)
という。腸のいろいろな部分が膨れて大きくなる。 14.
capitalize on …を利用する、…に乗じる。 take
advantage of よりも profit by (…でもうける) に近
い。 15. cash in on …でもうける、…を利用する、
から利益を得る。 obtain profit from の意で、上の
capitalize on に近い。 16. the bread people パン
業者、製パン会社。 people はある業種の人をさしてよ
く用いる。 the newspaper people は「新聞社の経営者
と社員」をさす。 17. whole grain 穀物の全部を利用
した。ふすまを取ってない完全小麦粉は whole meal
で、アメリカとカナダでは whole-wheat flour ともい
う。 whole wheat は ground entire wheat kernels
(ひかれた全小麦粒) のこと。 skim milk に対して「全
乳」を whole milk というのも参照。

特集★

ジャ 花盛

Night Mus

Mimi Sh

*But when that
I'm all by m
I work that c
hideaway sh
And pull out so
Pepper and
Then I sit back
a genuine ju*

This confession
style by Larry Gro
“Junk Food Junki
fits no hard and
which suddenly app
country and West
M.O.R. (Middle of t
Judging by its wi
hits close to home,
junk food junkie in
gastronome alike. A
Mr. Natural, whose
when he breaks ou
Pringles, we though
bers of the food est
to confess to what
skeletons in their
boards.

When reached by
weekday morning, J
husband Paul were
breakfasts — two oy
juice.

“Well, I do love
Child began, “and also