

かなせ ゆき
学生実習支援センター 助教 金瀬 薫

『カリカリベーコンはどうして美味しいにおいの？食べ物・飲み物にまつわるカガクのギモン』
Andy Brunning 著
高橋 秀依 訳
夏苺 英昭 訳
化学同人 (2016年)

みなさんはベーコンを焼いている時なぜあの芳しいにおいがするのか、そのにおいの正体について考えたことがありますか？本書では、そのような身の周りの食べ物や飲み物に関する不思議だなと思うことがポップな表紙やタイトルからは想像できないくらいしっかり科学的に紹介されています。中を開くと見開き1ページで1つのトピックが紹介されていて、左側のページにはその食べ物や飲み物の写真や構造式、右側のページ



には説明が書かれています。「魚はどうして魚臭いの？」、「パチパチキャンディーはどうしてはじけるの？」、「エナジードリンクって、本当に効くの？」など一度は疑問に思ったことがある、言われてみるとなぜだろうと思う内容も多く、読んだ後は他の人に話したくなるような本です。

私がこの本のおすすめを書いているのは2月です。バレンタインデーにちなんで「チョコレートは冷蔵庫に入れておくべきなの？」について簡単に紹介したいと思います。チョコレートの主成分はココアバターで、このココアバターの分子同士がどのように配置されるかでチョコレートの構造が決まり、少なくともNo.1からNo.6までの結晶多形があるそうです。その中で見栄えや味わいが最もよいのはNo.5ですが、溶けたココアバターがそのまま固まるとNo.1からNo.5までが混ざったものができてしまいます。そこで、チョコレートは「焼き戻し（テンパリング）」という工程を行いNo.5の割合を増やし、見栄えや味わいがよいチョコレートにするそうです。No.6は溶けたチョコレートが固まる過程ではできず、No.5が数カ月たち、No.6への変化に必要なエネルギーを得ることで生じます。冷蔵庫へ入れることでそのエネルギーを得ることができなくなるため、確かにNo.6への変化は止められますが・・・。続きは、チョコレートを楽しみながら読んでみてはいかがでしょうか。

すぎもと あきこ
実務・生涯教育課 杉本 明子

『世界のエリートはなぜ「美意識」を鍛えるのか経営における「アート」と「サイエンス」』
山口 周 著
光文社新書 (2017年)

タイトルの答えは、本の最初に、「これまでのようなサイエンス重視の意思決定では、今日のように複雑で不安定な世界においてビジネスの舵取りをすることはできない」からだと端的に述べられています。その理由として、1. 論理的・理性的な情報処理スキルによる意思決定の限界、2. 社会の豊かさによる自己実現欲求市場の登場、3. 変化のスピードに制度が追いつかない世界、の3つが挙げられ、それぞれについて詳しく説明されています。



具体例が多く示され、読みやすく理解しやすい内容でした。いくつか著者の主張を列挙します。

- ・意思決定における「アート（感性）」「サイエンス（分析）」「クラフト（経験）」の3つの側面のバランス（差別化には、直感や感性を重視し「真・善・美」を基準にした独自の世界観とストーリーを持つことが重要）。

- ・「社会彫刻」というコンセプト（全ての人はアーティストとしての自覚と美意識を持って社会に関わるべきで、世界をどのようにしたいかというビジョンを持って毎日の生活を送るべきだ、という考え）。

- ・より高品質の意思決定をスピーディに行うためには「主観的な内部のモノサシ」（美意識に基づいた自己規範）を持つ必要がある。

- ・システムを改変できるのはシステムの内部において、これに最適化しながらも、システムそのものへの懐疑は失わず、理想的な社会の実現に向けて、システムの改変を試みる人。

様々な要素が絡み合いそれが複雑に変化する社会やAI全盛の時代において、「客観的な外部のモノサシ」（論理・法律・データ等）だけでなく、自分の立ち位置を見定めたくて「主観的な内部のモノサシ」を持って物事を判断する必要性に得心がきました。グローバル企業のビジネスマンや経営者でなくても、自身の有り様を考えるのに参考になる著書だと思います。