

社会・企業による食育に望まれるもの

大阪ガス(株) エネルギー・文化研究所

所長 多木 秀雄

Written by Hideo Taki

はじめに

「食育基本法」が二〇〇五年六月に成立し、これをもとに、日本全国において食育への取り組みが本格化した。同法は、「食」を通して心身を健やかに育てることを目的として定められたものである。今や食育という言葉も定着し、国をはじめ、食育に取り組む地方自治体、企業、学校なども増えている。さらに、二〇〇八年六月の通常国会で、食育を学校給食の目的に位置づけるよう学校給食法を一部改正することが審議される予定である。これが成立すれば、食育の場としての学校の役割をいっそう高め、「生涯教育」でもある食育の浸透を促すことが期待される。

季刊誌「CEL」では、既刊の第八一号(二〇〇七年六月発行)において、現代の家庭における食育の意味を問いかけ、その可能性を探った。その後、食の信頼を揺るがす事件が頻発し、食生活の改善や食の安心・安全を重視する動きは社会の大きな流れとなっている。

今回の特集では、企業の食育活動に焦点を当てながら、ひるがえっ

て、それが生活者の暮らしや社会にとってどのような意味を持つのかについて、多面的に見つめ直してゆく。

問題の所在

今日、食育の重要性が認識されている背景を考えると、「食べるもの」と「食べる行為」に関し、私たちのライフスタイルとニーズの変化によって、近年、大きな変化がもたらされ、「健やかな心身を得るために食べる」という我々の力が弱まってきていることが挙げられる。

食べることは、人間にとって根源的な大切な行為ではあるが、単に食べ物から栄養だけをとって食べているのではない。食材の産地や食べ方などといった食べ物に関する情報も一緒に食べていると言える。しかしながら、我々自身が、次第に「おいしく」、「安く」、「手間をかけずに」、「すぐに」食べたいという「食べるもの」についてのニーズを生み出し、これらを充足するために、「食品添加物」、「輸入」、「インスタント食品」、「ファーストフード」が対応することとなっ

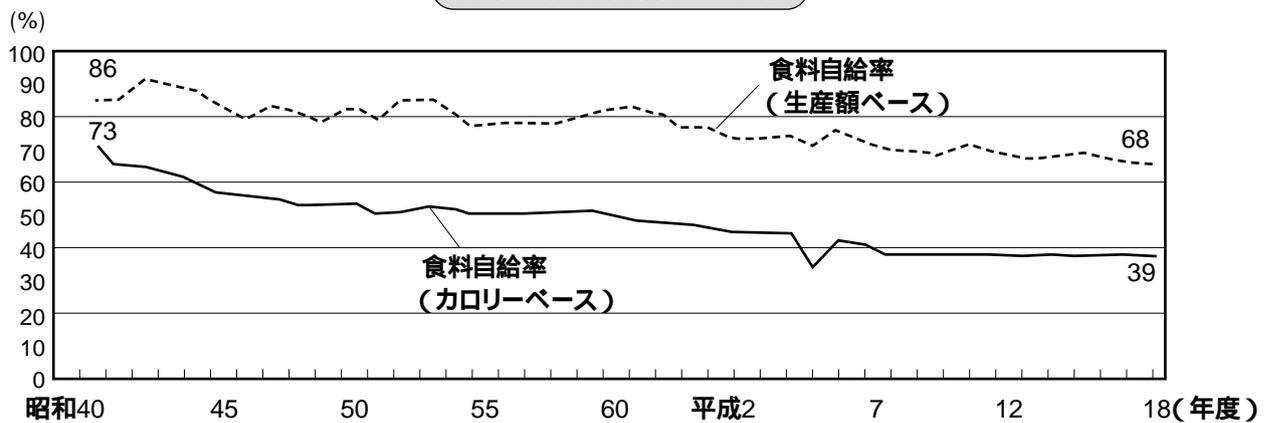
た。これにより食料は、グローバル化した社会システムの中で効率的に生産・流通・消費されるものとなり、結果、食品は工場で大産生産され、一部分の人間しか食物生産に関わらなくなってきた。食材から食品が作られる過程についての情報が消費者に伝わらなくなってしまう。

服部栄養専門学校理事長の服部幸應氏は、食育の三本柱として、「選食能力をつける」、「つまりどのようなものを食べたなら安全か危険か健康になるかということを知識として持って食べ物を選ぶ能力を身につけさせること」、「食事作法を身につける」、「地球の食を考える」、つまり食料問題やエネルギー問題、人口問題、そしてそれを取り囲む環境問題についてグローバルな視点で考えさせることを挙げておられる(出所:「服部幸應の食育の本」Vol.1、2、口ーカス)。つまり、グローバル化していても食の生産・流通に関する情報提供が十分で、食品が消費者の口に入るまでの過程がはっきりしていれば、適切な食べ物を自らの判断で選ぶことができる。また、「食事作法を身につける」ことについては、おのおのの家族において、年長世代から食事の味つけや行儀、人間関係などを学ぶ機会が減ったことが背景にある。

「食べる行為」について、昔はコミュニティや隣近所つながりの中に食を通じての躰、付き合いが自然にあり、家庭内でも、これまで食育の場であった台所での調理や食卓での家族団樂の機会を通じ、日常の生活の中に「食事作法を身につける」食育の機会が自然にあったが、それらはライフスタイルの変化によって失われていった。食べることの大切さ、調理することの尊さ、家族がコミュニケーションを楽しむ場としての食卓の大切さなどの価値観が変化し、家庭での食文化、食の知恵の伝承が大きく様変わりしている。

このような変化のもと、私たちには、食事を楽しみながら礼儀・作法や人間関係のあり方を学ぶという食育を通じて、時代に適合した食文化に発展・進化させてゆくことが期待されている。そしてこの活動は、一朝一夕ではなく、個人の成長段階に応じた食の「生

日本の食料自給率の推移



資料：農林水産省「食料需給表」

涯学習」によって習得され、創り出されてゆく恵の長いものである。

社会・企業への期待

人間が成長してゆく過程において、食にまつわるさまざまな知識習得と礼儀・作法の家庭での教育が重要であるのはもちろんだが、家庭の日常の食事の場、食事行動が変化する現状では、学校や企業などによる社会教育の役割は大きい。地球温暖化の進展や日本の食料自給率の低下などに配慮しつつ、食に関して消費者が賢明な選択を行えるよう、食品関係をはじめとする各企業が分担して、マクロの視点からさまざまな食育が行われることが期待される。

企業にとっては、自らの事業に関して消費者のニーズを充足させる商品・サービスを提供し、従業員に職場を与え、利益を挙げるという活動が基本である。さらに、これに加えて、グローバルな視点で自らが携わる分野の食に関するさまざまな情報、知識などを提供することにより、消費者の楽しく価値ある食生活を支えることができる。専門的な立場から貴重な情報を提供する食品関係やメディア関係をはじめ、企業への食育の期待は大きい。企業にとっても、食育に取り組むことを通じて社員の意識が高まることは好ましいことである。消費者に、賢明な選択をもらうための情報提供や教育をすることにより、商品・サービスを提供する企業側の説明責任も増すことになる。

今回の特集では、識者の方々から食育における社会・企業の役割について、マクロ的な視点から考えることとその体系的な理解を踏まえたうえで食育に取り組むべきこと、これからの食生活の見直しを図るべきこと、氾濫する食情報を整理して食へることについての幅広い問題に生活者が正しい知識を持ち、自らの五感によって食品を選択できるための情報公開が大

CEL
の
ら
が
メッセ
ージ

切であること、食の作り手が見えない現状を改善すべきことや海外での事例紹介など、さまざまな視点から執筆いただいた。

おわりに

本号では、「食育の時代と社会の役割」を特集テーマとして取り上げ、巻頭における茂木友三郎キッコーマン株式会社代表取締役会長CEOと熊倉功夫(財)林原美術館館長のご対談では、食文化と企業行動の関係性から、食育において社会・企業が果たすべき役割を語っていただいた。

世界中で日本の食に対する関心が高まってきている中、わが国では、その価値が十分に理解されているとは言えない状況がある。それだけに、認識を新たにし、次世代への伝承を図るための新しい日本の食文化の構築が求められている。食育の浸透により、誇れる文化の維持と時代・環境の変化に対応した補充により、新しい食文化を築くのに社会・企業の役割は大きい。経営理念の一つとして食育理念を掲げている企業も次第に増えており、食文化再構築の重要な担い手として期待される。

当社は創業以来、料理に関する活動にはずっと関わってきている。また、私もエネルギー・文化研究所(CEL)は、エネルギー、環境、都市、住まい・生活を四つの主たる研究領域として、中長期の視点から生活者と生活者の環境についてのあるべき姿を調査・研究、その成果の発信・提言を行っているが、「食」に関しては、調理と脳の活性化について東北大学川島隆太教授と共同研究し、食育の一環として「火」を熾し料理する「火育」なども進めている。今後とも、行政や市民の方々や接触する機会を通じて、社会のお役に立つ食育活動が行えるよう、調査・研究や提言を続けてゆきたいと考えている。

CEL