

# 地域産業としての 小売業が進める食育

真中 和弥

Written by Kazuya Manuka

「食育」という言葉が一般化したのは、平成一五年九月二六日に発表された当時の小泉内閣総理大臣の所信表明演説からだと思うが、「食育基本法」が平成一七年に施行され、マスコミなどで取り上げられる機会が増大、現在のブームに至っている。私どものイオン（株）では、それ以前の平成一三年、食育が、地域に根ざす産業である小売業の社会的使命であるとの考えから、米国で定着しつつあった「5 A DAY 運動」を日本国内で始めようという取り組みをスタートさせた。

この活動は米国でそうであったように、農産物業界から盛り上がり、組織化されていった。それが現在の「ファイブアデイ協会」及び「農産物健康推進委員会」である。いずれも急速に進む野菜・果物の消費量減少が、健全な食生活という観点から非常に大きな社会問題であり、生活者であるお客さまに、正しい食事バランスを実践してもらい、結果としての健康生活を享受していただきたいという思いが原点であった。

イオンでは具体的な取り組みとして、主に子供たちをターゲットにした活動を実施してきた。その一つが「食育体験学習習会」である。これは各地域の小学校などの団体と組んで、売り場を使って野菜・果実に興味を持ってもらうことを目的としたセミナーである。そのカリキュラムの中に、地域の農産物を使って

簡単な料理を作り、試食してもらうことで、その食材に興味を持ち、好きになってもらうという料理教室がある。主に野菜を取り上げたが、開始前「嫌い」といつていた子供が食べられるようになったりするのを目の当たりにして、食育の意義を実感した。また「収穫体験ツアー」では、産地とのコラボレーションにより、親子で農産物を収穫するバスツアーを企画した。一緒に汗を流して収穫することで、商品を大切にしようという思いと、現地で地元料理による試食会を実施することで、その農産物を好きになってもらうということと、農産物がどのように育っているのかを学んでもらうということ、農産物がどのように育

特に都会の子供たちは、野菜や果実がどのように成っているのか知らない場合も多く、非常に新鮮な体験であるようだ。全農群馬県本部の協力により、関東で毎年実施している「孺恋高原キヤベツ収穫ツアー」では、毎回参加者に喜んでもらっている。

関東カンパニーでは、今年からこの取り組みを一步進め、定植と収穫をセットにした農業体験ツアーをスタートした。直近で五箇所の一回目の定植が終わったところだが、収穫とは違って農作業するだけでも拘わらず、子供たちは目を輝かせて種や苗を植えていた。これを二〜三ヶ月後に収穫することになるが、非常に楽しみに待っているようだ。植物の成長の過程は、

イオンホームページ「レッツ食育」で随時更新し、観察できるようにしている。この企画は地域毎にある事業部単位（神奈川県・東京・千葉・茨城・栃木群馬・新潟の八事業部）で実施しており、例えば、埼玉や新潟は地元で盛んに作られる枝豆を、茨城ではさつまいもを、といったように地元で根ざした農産物を作るようにしている。これは、地産地消の観点から地元で作られる農産物を理解してもらい、美味しく食べてもらいたいという思いからでもある。収穫時には採れたてを料理して食べてもらい、本当の美味しさを体感してもらい、同時に、親世代には地産地消の意義を理解してもらおうと考えている。イオン関東カンパニーでは、今年度この企画を八事業部で合計一六回開催する予定である。

店頭で実施している食育活動では、毎日実施している「クッキングステーション」と不定期で開催する「食育イベント」がある。前者は日本食糧新聞社とのコラボレーションを始め、現在グループ店を含めた四九店舗で展開している。この狙いは、旬の食材を使った簡単でヘルシーで美味しいメニューの提案を通じて、お客さまの健康で豊かな食生活をサポートしようというものである。ステーションに立つのは、国家資格を持つ栄養士（一部管理栄養士）であり、地域のミールソリューションに貢献、ファンが増えている。後者は関連メーカーさんと組んだ楽しいイベントである。カゴメ・花王・ドール・ホクト・村上農園といった食育に熱心な企業から物心両面で絶大なバックアップをいただいている。参加企業の思いは「食育を通じて、お客さまに健康で豊かな生活を実践して欲しい」ということである。少し視点が違うが、地域を大切にしているイオンの取り組みとし

て、「フードアルチザン（食の匠）」というものもある。これは優れた技術をもとに郷土の味を守り続ける人たちを認定し、その商品を店頭で販売する企画である。主に加工品であるが、みかんなどの農産物もある。数量限定で一部店舗のみの扱いしかできないが、非常に高い評価をいただいている。

販売を通じての食育という視点でいえば、イオンのプライベートブランドである「トップバリュグリーンアイ」も環境負荷の少ない野菜・果実を食べていただくことで、お客さまに地球環境にやさしい生活をするということを実践してもらおう取り組みといえる。また、地場野菜の販売も地産地消の観点から、特にフードマイレージの視点や地域の食文化を守るという視点から、意義のある取り組みであると考えている。

最近、食糧危機という言葉がマスコミを賑わしているが、地域産業である小売業は、地域の豊かな食生活を守ることが社会的使命である。そのためにも、地域における農業生産基盤を守り、フードマイレージの低い安全安心な野菜・果実を販売する地産地消の取り組みを拡大していかなければならない。そして、これらを安定して提供できる仕組みを、お客さま・生産者の皆さま・関係する行政などと協力しながら、作っていかねければならないと思う。

このような取り組みへの理解を深め、具体的な行動に移せるように導いていくことも大切な食育と考えている。

CEL

真中 和弥  
(まなか・かずや)

イオン株式会社関東カンパニー食品商品部生鮮統括マネージャー兼農産グループマネージャー。1958年生まれ。専門分野は農産。