

巻頭言

消費者の多様なニーズに応えるために ——野菜の消費を通して考える——



全国消費者団体連絡会
事務局長

—— 神田 敏子*

私たちは今、世界中から輸入される野菜や果物によって、珍しい物も食べられるようになった。しかし珍しい物だけが輸入されるわけではない。たとえば夏の野菜であるカボチャは冬に、冬のみかんは夏に南半球から輸入される。これに加えて国内のハウス物が出回るので、一年中途切れることがない。ブロッコリーもアスパラもトマトも、そしてその他多くの物が、一年中好きな時に好きなだけ手に入る時代である。このように物が溢れる今、消費者は食の安全はもとより、本来のおいしさや季節感など、本当の豊かさを求めはじめているように思える。

日本はもともと食材の豊かな国である。日本列島は南北に非常に長く、約3千数百kmにも及んでいる。四方を海に囲まれ、モンスーン気候帯で温暖多雨という気候に恵まれた環境にあり、海の幸山の幸が豊富な国である。お米を主食に、これらの幸を副菜にした日本型食生活は、世界からも注目され高い評価を得ている。日本には、四季折々の季節の風味が楽しめる物や地域ごとの特産品が豊かにあるはずである。

今、野菜の消費量が減っているという。しかし野菜だけでなく、米も果物も牛乳も魚も減っている。「一日に果物200g食べよう」「ご飯を毎食あと一口ずつ多く食べよう」「牛乳を一日200cc飲もう」といった具合に、関係者はそれぞれの食品毎に消費拡大を訴えている状況である。健康志向が高まっているというが、本来ならこれらの食品はしっかりとるべきものである。あるアンケートによると、若者の間では、野菜や果物はジュースで代用され、飲み物は牛乳からペットボトル入りお茶に取って代わられたという。そして魚は骨がじゃまだといわれ嫌われている。一方、サプリメントやいわゆる健康食品といわれる物がたくさん出回り、それらの利用はかなり増えている。健康の求め方がどこかずれているように思えてならない。健康を保つためにはどうするのがいいのか、消費者もしっかり学ぶ必要があるが、そのためには、栄養や機能性についての正しい情報や食べ方の提案も必要である。

今、食の外部化がかなり進んでいる。厚生労働省が実施した平成12年度の「国民栄養調査」によると、外食をよく利用する人ほど一人当たりの年間野菜消費量が少ない傾向にある。また、食生活情報サービスセンターが今年行った「野菜に関するアンケート」調査によると、外食・中食では「野菜があまり摂れない」「野菜がほとんど摂れない」と考えて

* 当研究所参与

いる人が約 80 %もいることがわかった。レストランでは、サラダメニューはあるものの、付け合せとしての野菜は非常に少ない。お弁当類もやはり野菜のおかずは限られている。レストランでの季節の野菜を豊富に使ったメニューや野菜のおかずが豊かなお弁当を提供することによって、自然に野菜の摂取量が増えることになる。そのためには、生産者が事業者向けの野菜作りにも力を入れてくれないと実現しない。是非その方向で努力していただきたいと思う。

野菜本来のおいしさとは何か。その一つはやはり、旬を味わうということだろう。旬の野菜はその野菜の特徴や本来の持ち味を一番持ち合わせているはずである。スイカを例にとると、千葉産から茨城産へ、次はそろそろ新潟産がおいしくなる頃、北海道産が出てくるともうスイカの季節は終わり、という具合に、夏のあいだ日を追って楽しむことができる。この楽しみはその季節でしか味わうことができない。だからこそ、そこには大きな価値があるのではないか。それをむやみに壊してほしくない。

もうひとつは、野菜その物の味がおいしくなくなったような気がする。姿かたちは非常によいが、味は薄く水っぽいものが多いと感じる。たとえば、白くて長いうどを買ったが、ほとんど香りがしなかった。勿論、山うどと比較するつもりはないが、香りが命のうどに香りが無いとは、季節を楽しむ食品だけに余計がっかりさせられた。長ネギも香りが薄い。これでは薬味としては役に立たない。総じて野菜本来の苦味や辛味、えぐ味というものが薄められているように思えてならない。大根も面白さが無い。最近は色々な種類が出回るようになってきたが、まだまだ「青首」が圧倒的に多い。これは煮物には良いが大根おろしにはむかない。おろしても水ばかりだし、味も辛味がなく繊維だけを食べているという感じでおいしくない。そもそも大根は、南北に長い日本列島、青森から鹿児島まで 100 近くの品種があったという。東京には、みの早生大根、秋づまり大根、源内大根、練馬大根、二年子大根、亀戸大根があり、京都には聖護院大根をはじめ桃山大根、中堂寺大根など 9 種類もあった。大根と一口に言っても、昔はいろいろな食べ方や味わい方があったのだろう。旬の味、季節の味を楽しんだに違いない。今や知られている名前は数種類しかない。色々な理由でつくられなくなったのだろうが、それにしても青首一辺倒ではいただけない。

今、全国に産地直売所が広がり、消費者の支持を得ている。地産地消が重要視され、学校給食やレストラン、外食店などでも取り組まれている。そして、地域のなかでの自給率を上げる試みも行われているが、こうした取り組みは、「消費拡大」ということよりも、「顔の見える関係づくり」という視点が重視されている。生産者は食材を供給するだけでなく、食文化の話をするなど、交流が各地で広がっているという。そうしたところでは、女性や高齢者が元気だ。地域のよさや強みを生かして、創造的に地域の農業を活発にしていってほしいと思う。そうした地域が増えることで、食文化も発展し、地域特産品も育ち、消費者の選択肢が広がることにもつながり、食卓も豊かになる。結果的に消費拡大や食の安全・安心にも結びついていくだろう。