

変わる家族 変わる食卓*

——真実に破壊されるマーケティング常識——



小林 茂典

子どもたちは「学校でいろいろ食べているようだから、家で多少バランスが悪くても、食べる量が少なくても、安心だと思っている」、「夫や子どもの弁当のおかずは冷凍食品でどんな味か知らないものも多いけど、文句が出ないからいいと思っている」、「食べることに興味ないですから」。これらは本書の中で語られている家庭の主婦の声である。しかも、こうした「食の軽視」に類する発言は決して少数にとどまるのではなく、多くの主婦が本書の中で語る「普通」の内容になりつつあることに驚かされる。

本書は、1960年以降生まれの主婦（首都圏在住で子どもを有する）を対象とした食卓調査の結果をまとめたものである。本書の食卓調査の特徴は、①アンケート調査（食事作りや食生活等に関する質問事項への回答）、②「食」実態の記録（1日3食1週間（21食）分の食事について、メニューおよびその決定理由、使用食材、作り方、食べ方等を日記と写真で記録）、③詳細面接調査（アンケート調査結果と「食」実態記録との矛盾点等を中心にその背景や理由等を精査）といった3段階調査となっていることである（調査は1998年から2002年にかけて6回実施され、合計2,331の「食卓日記」を分析）。この3段階調査により、アンケート調査で答えた内容と実態との乖離や、回答者本人にも自覚されないまま「言ってることとやってることは別」となっている日常の「食」の実態とその背景等が浮き彫りにされている。

本書は、「序章〈食 DRIVE〉とは」、「第一章 食を軽視する時代」、「第二章 「私」指向の主婦たち」、「第三章 子どもで揺れる食

卓」、「第四章 個化する家族たち」、「第五章 外向きアンテナの家族と食」、「第六章 現代「食」志向の真相」、「第七章 言ってることとやってることは別」、「付論 家庭科で習った通り」から構成されている。

本書の各章には、アンケート調査の回答内容と「食卓日記」に記録された実態との乖離やその背景等が数多く紹介されている。たとえば、通常のアンケート調査では「手作り派」に分類されるような回答をしている主婦の実態が「そんな手作り気分になることもある」という程度の「手作り派」であったり、「食べ物（味）にうるさい」との「本物・本格志向」的な回答の内実が「好き嫌いがはっきりしていて、嫌いなものは絶対食べないこと」を指すにすぎないこともある。

さらに、「健康のためには野菜ジュースを出すことにしている」との回答の多くは「その代わりに野菜料理を作らずに済ませること」を意味していたり、「健康のために油を控えめにしている」と答えても、それは家庭で「面倒な揚げ物をしなくなること」であって市販の惣菜購入やドレッシング類等については無頓着な場合もある。これらは「健康志向」といいつつも、むしろその内実は、手間や時間がかかることは避けたいとの「効率性感覚」であることに注目すべきであると著者は指摘する。

この他、菓子類等を食事にする「子ども化する親たち」やその背景にある大人と子どもの「ボーダーレス傾向」と「友だちみたいな親子関係」、さらには家族のそれぞれが自分の楽しみを優先させ「個化する家族たち」と「食卓の変容」との関係等についても分析されている。

「飽食の時代」といわれて久しい。その中であって、本書が示す「食の乱れ」や「食の軽視」は我々の想像を超える速度で進行している。このような環境の中で育った子どもたちが大人になる頃、「食卓日記」にはどのような「食」と家族の風景が描かれるのであろうか。

* 岩村暢子、『変わる家族 変わる食卓——真実に破壊されるマーケティング常識——』、勁草書房、(2003)。