

週刊ダイヤモンド 今週の一冊

北村行伸

平成 16 年 5 月 10 日号

「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」

岩村暢子(著)

勁草書房 2003年4月16日刊

本書は1960年以降に生まれた首都圏に住む主婦を対象として、ある広告代理店が1998年以後、毎年実施してきた食卓の実態調査に基づいた記録である。

調査は1日3食1週間分の各家庭において実際に食卓にのせられたものについて、使用食材の入手経路やメニュー決定理由、作り方、食べ方、食べた人、食べた時間などを日記と写真で記録したものであり、具体的には過去6回、111人、延べ2331の食卓について調べたものである。これは日本の現在の家庭の食卓の激変を知る上で絶好の資料である。

しかし、本書は単に家庭の食事の記録に止まるものではない。現代主婦のこれまでに培われた価値観や親子関係のありよう、教育観、夫婦関係、親世代の育て方や実家の親の姿、そして彼女たちの受けた教育が複雑に絡み合って「家庭の食卓の激変」に至っていることが極めて赤裸々に描き出されているのである。

家庭崩壊や幼児虐待、子供の非行など家庭環境の大きな変化が日本社会に生じていることをみんな薄々とは感じていても、どこか他人事のようなところがある。それを家庭の食卓から考えてみるという発想は新鮮であり、説得力がある。著者が書いているようにこれは他人事ではなく、多かれ少なかれ、現代の日本人すべてがこの傾向を助長していると考えられるのである。

外食産業の成長、スーパーやデパートの総菜売り場の充実、コンビニの成長などは日本企業の成功物語として語られることが多かったが、これが家庭の食卓をいかに貧しくしているか、テレビや雑誌の断片的な健康食情報が本質を理解しようとしぬ主婦をいかに間違った行動に駆り立てているかが明らかにされている。

生活を楽にし、選択肢を多様化することは近代化の目的であったはずだが、その結果たどり着いた食卓が生活のゆとりや文化の香りを微塵も感じさせない粗末なものになりはてているということは何という皮肉だろうか。もう一度、われわれ自身が生み出してきた社会経済生活を根本的に見なおすためのいい機会を本書は与えてくれている。