

○柿沢氏： に対しても、一緒になってやる食育みたいなものが、もっともっと増えたらいいなと思います。みそまるは、本当にその点がすごく。

○西居氏： 素晴らしいですね。

○柿沢氏： 素晴らしい点で、若い女性にそうやって興味を持ってもらう。やっぱりみんな時間が、共働きとかで時間がないから、面倒くさいになっちゃうので、早い・簡単というのが、とにかくこれからの時代求められていくので、そこを追求していけば、何かもっと食育というのが、より深く家庭にも浸透する、学校だけで終わりがなくて、浸透していくんじゃないかなと思うんですけども。

○西居氏： そうですね。先ほど、お話の中にもありましたけど、やっぱりその食育をやったことによる成果、メリットというのはどんなところにあるのか。伝え手側の、伝えるお母さんだったり、私たちのメリット。伝えた先の子供たちのメリット。分かりやすく言うと、体力がすごく著しく伸びるとか、学力が伸びるとか、人との社会性が身につくとか、そういうのが何となくそうなるんだろうけれども、それを数値化しているということは、まだあまりできていないかなと思うんですけども、藤本さんすごいなと思うのは、美容とおみそとかを結びつけて、美しくなりたいというのが、欲求、女性だしもが思っている欲求なので、みそとそこを結びつけたというのは、素晴らしいコミュニケーションチェンジだなと思ったんですけど、いかがでしょうか。

○藤本氏： ありがとうございます。そうですね。私はもともと本当に子供のころに、そういう食にかかわる体験が乏しいので、逆に全然違う業界にいたからこそ、食の素人だから生まれた発想というのは、一つあるかなと思っております。みそまるもその一つですけども、私の場合でいうと、あと衣装ですね。なかなかやっぱり本当にいいものを伝えようと思って、普通に「おみそ汁が体にいいよ。おいしいから飲んでね」と言っても、やっぱり誰も振り向いてくれないんですよね。なんですけど、こうやってみそ汁のお椀を乗せて。

○西居氏： お椀を頭に。

○藤本氏： 羽織を着てというところ、こういう格好をすることで、まず立ち止まってもらう。そこでみそ汁の話聞いてもらうという、ある意味もう私は捨て身でやっているんですけど。はい、もう本当に。でも衣装で賛否両論ありまして、伝統的な着方を崩しているのも、正直そういうふうな厳しいご意見をいただくこともあるんですが、そこはあえて、未熟な私ですので、まだ衣装の力を借りているというところはけっこう大きくて、一つお伝えすると、この帯が前というのは、赤ちゃんのイメージなんです。これからお母さんになる人たちに一番伝えたいところがあるので、これは赤ちゃんイメージ。ミソガールを卒業してお母さんになると、ミソマザーというチームにいくんですけど、そしたらこの衣装も脱ぐという。

○西居氏： はい。

○藤本氏： はい。そうやってちょっと表現を変えることが大事なのかなと、私個人的には思っています。

○西居氏： 衣装とかを見ていても、やっぱり文化というのは、伝統と革新がどうせめぎ合って、お互いのことを競い合ったり、せめぎ合ったりしながら高めていくものだと思うので、伝統的なものを常に取り続けることがベストではなく、そこに革新を求める人が表れ、伝統が見直され、そしてまた振り子が戻るように、革新によったり伝統によったりということを繰り返しながら、たぶん歌舞伎もそうでしょうし、落語とかもそうでしょうし、漫才とかそういうのも、そういうふうに進化してきたんだろうなと思います。

いま日本料理文化、和食文化は、少し振り子が革新といいますか、洋の部分に寄り過ぎていているところもあるので、じゃあ本当にバランスも整ってよかったのはいつなのかというのも、振り子を戻す作業にもなってくるのかなと思います。櫻庭局長、先ほどスライドの中にPFCバランスの話がありましたけれども、あれがだんだん変化してきて、脂肪のほうですね、FatのFがだんだん伸びつつありますけれども、そういう現状を数値で見ながら、どのようなことをお考えになられておられますでしょうか。

○櫻庭局長： 一番感じたのは、お米を一つの例にしてみますと、日本人にとって、お米ってかけがえがないのに、食べなくなったなと。今から50年、55年くらい前はですね、だいたい110キロぐらい、赤ちゃんからお年寄りまで。だいたい2俵弱、110キロ食べていた。今はもう50キロ切っているんですよ。しかもその50キロ切っているうちの半分以上なんです。半分、55%ぐらいは外で食べているんです。あるいはおにぎりとかお弁当になって食べている。

ということは、どういうことかといいますと、ざくっと言いますと、今から55年くらい前は、赤ちゃんからお年寄りまで110キロのお米を食べていましたと。米をといで炊いて、こうやって、あるいはお弁当にしてという形で。じゃあ今は4分の1なんです。そうやってご飯を炊いているというのは。これはもうスタイルが、お米から見て違ったなとつくづく思います。ある種、農林水産省的に言えば、そんなに変わっているのに、いまだに5キロだ10キロだとお米の売り方をしてるとか、そういう関係者はやはりちょっと駄目だなと。やはりマーケットを開発していかないとけないよねというのがありますけれども、お米の消費量がどんどん減ってきているというのは、やはり物の開発力、商品力、開発力も落ちてきているのかなと思っていますね。

○西居氏： 本当、私たちの会社名「五穀豊穰」という、穀物豊かに実るよという願いを込めたり、祝ったりする四文字熟語からいただきましたけど、お米がその中心にあって、日本人は本当お米とともに生きてきたんだなということを、季節の年中行事で感じますよね。雨が降った梅雨の時期は喜びの時期ですし、収穫の喜びもありますし、そういうお米とともに1年を過ごしてきたということを、もう一回みんなが見直せば、またPFCバランスもすごく変わってくるんじゃないかなと思います。

○櫻庭局長： そこで、ちょっと一点だけ言うの忘れたので。

○西居氏： どうぞ。

○櫻庭局長： 先ほど、ミラノ万博のところのモチーフでやった、まさしくお米を田植えから収穫、収穫のあとの喜びを表したと。それからもう一つは、コウノトリを出しています。つまり日本の農業というのは、環境といかに調和して出しているかと。要するに、畑作と違って、水田作というのは、毎年同じものを作る。お米というのは。畑作はローテーションを組んでいかないと、いや地現象を起こして、収量がどんどん落ちていく。つまり環境に優しく、しかも中心となって、それに日本人は食文化ばかりじゃなくて、自分の生きざま、地域の行儀事まで結びつけてきたというものを、もう一回ね、お米というものを切り口にして見直して、地域を見直していただければなと、そういう思いでいっぱいですね。

○西居氏： はい、ありがとうございます。あと20分ほどなんですけれども、少しずつまとめのほうに向かっていければと思うんですが、やっぱり皆さんも食育に携わっていて、私たちが別の本業ありつつも、そういうことに携わらせていただいているんですけれども、皆さん壁にぶち当たったり、どうしていいかわからないというときがあったり、すごくあるかなと思います。

今日いま皆さんの体験ですとか、取組の中から感じたのは、繰り返しになりますけど、やっぱり幼少期・妊娠授乳期・子育て期、大きな病気ですとか患ったとき、体の変化があったとき、こういった3つの人間のライフサイクルの変化のときに、食を覚えたり見直したりするチャンスがあるんじゃないかなと。そのときに重要なのは、半歩の歩み寄り、提供者であり、食べ手であれ、半歩近づこうという気持ちを持って取り組むということが必要なのかなと。ですけど、半歩さえもやるためには、何かきっかけと入り口がないと駄目。それはやはり体験に勝る教育はなしという話だったかなと思います。やっぱりきっかけづくりと入り口づくり、その最初の少しだけを私たちが担うということが、大切なかなと思います。そこから深めるところまで、みんながみんな時間を使っていれば、いくら時間があっても足りませんので、興味を持って、もっと深めたいなという気持ちを持っていただくということが必要かなと思います。それは柿沢さんのスイーツというものと、対する苦手な野菜というものを結びつけた提供の仕方であったり、農業の分野においては、作り方、ネギの気持ちになりたいという子供が生まれるぐらいまでの体験をやらされていたり、おみそも、ただ「おみそ汁を飲んでください」という一方的なワンウェイのコミュニケーションではなくて、どうやったら今の現状の人たちが食べてくれるかなというふう考えた提供方法であったりという、体験させるきっかけ入り口づくりをどうつくるかということが必要かなと思いました。

あとは、皆さんそれぞれ先にメリットを伝えている方が多いかなと思いました。「これ食べると、こういうふうに