

(2) 一体感を意識して

イタリア人が胸を張る“4つのF”があると言います。フード、ファッション、フェラーリ、フットボールは世界に誇るものとして大切にされてきたのですが、最近その中で“フード”に異変が起きてきたそうです。かつてイタリアでの食の敵は、国外の偽イタリア食品が課題でした。ナポリ産として売られる中国産トマトのソースや、イタリア産でないのに本場パルメザンと名付けられたチーズなど、世界的人気があるが故の儀装食品でしたが、最近では地方レストランに販売され、ピザの材料などに使われたトマトソースが'99年に賞味期限切れとなっていたり、傷んだトマトソースやチーズがイタリア国内での安売りに混入されたのが見つかって関係者に衝撃を与えているそうです。

食事を楽しむ時間が失われ、イタリア人の“賞味力”が衰えて来ていることが背景にあるとのことですが、生活スタイルの変化も影響しているのでしょうか。各家庭が新鮮なトマトを大量に買い、一家総出で1年分のトマトソースを作って貯蔵する伝統的な食文化が消えて、少子化や核家族化への変化が冷凍食品やファーストフードが巾をきかせる所以となって、儀装食品や期限切れ商品で質を落として利益を上げようとする悪質な業者の横行を許すことにもなって来たのでしょうか。

一方、日本では正に食品偽装大国とでも言われかねないほど食の安全安心にかかわる不祥事が続いています。特に農畜水産物にかかわることが多くみられます。一次産品の場合その形状や見栄えだけでは優劣を判断しにくいこともあって、消費者は産地名やブランドなどを目安に取捨選択をしています。加えて残留農薬以来の中国産への不信から国産信仰、ブランド信仰はより高まっています。そして国産品と海外産品との価格差が大きすぎることもあって、偽装を助長させる条件が揃っているのでしょうか。

浜の真砂と同じで悪意ある行為は無くすことは出来ないかも知れません。けれども決して割に合わない仕事と判らせるように仕向けることが大切であり、仕組みづくりが出来なければならないでしょう。そして社会全体で監視のネットワークを張り巡らせながら、同時に作る側と食べる側が“食”を互いに支え合う関係を創り出すことが必要です。特に食べる側からは買い支え食べ支える意識を皆で強調し、作る側からは消費者が日々の買い物の中で確認できる商品パッケージの表示に親切・丁寧に判り易さを心がけることを第一歩として考えて行きたいものです。それが改正JAS法より何より悪徳業者の駆逐への道筋となるのではないのでしょうか。

(鈴木重雄筆)