

「児童の世紀」を振り返る

—その十六—

本田 和子

「栄養過剰」と増殖する「肥満児」

—育児観変容の指標として—

前回に述べたように、今世紀は、新しく登場した「栄養」という概念が子どもたちを取り巻き、それが「育児」の成否を決する重要なキーワードとして従事する人々を脅かしさえした時代であった。頻発する

「赤ちゃんコンクール」や「健康優良児」の表彰は、

この動きを証しする端的な例と言えよう。結果として、乳児死亡率が激減し、子どもたちの体位が向上したことは疑うべくもない。第二次大戦後の子どもたちも、彼らの成長が「栄養」との結合において考えられたがゆえに、餓死や栄養失調による大量死から免れることが出来、何とか戦後の食糧危機を乗り越えることが出来たのだった。



そして、ほどなく、丸々と肥った赤ん坊や豊かに伸びた子どもたちの手足は、朝鮮戦争による特需景気を経て、敗戦の疲弊から脱出したわが国の立ち直りを証しするかに見え始める。これら子どもたちの身体に体现されたのは、敗戦国のわが国が、飢餓の恐怖から漸く脱し、戦争を放棄した平和な社会で、豊かな暮らしを志向することへの許可証であつたかも知れない。

以後、荒廢した農業生産も軌道に乗り、隣国の戦火に益された結果とは言え、工業生産力も回復して、国民生活は上昇気流に乗り始める。国民の栄養摂取量が、増加の一途を辿り、それに伴つて子どもたちの食生活も充実路線をひた走ることになる。それに、戦後の混乱期に跳梁した伝染病も逼塞に向かつて、子どもたちの成長を阻む障害は、急速にその影を薄くしつつあるかに見えた。

ところで、「保健衛生」あるいは「栄養」などという見地から見たとき、子どもたちの前途には何の災いもなく見えた一九六〇年ころから、新たな問題が生じて

育児者たちを脅かし始める。それは、「乳児の肥り過ぎ」であつた。完璧なまでに調整された人工乳は、子どもたちをまるまると肥らせてくれる。体重計の目盛りは、日々、面白いほどの上昇を示して、育児に当たる母親を喜ばせる。彼女らにとつて、もしかしたら、標準を上回る体重の増加こそが、自身の育児の成功を物語る指標と見えたのではなかつたらうか。

一九六〇年に乳児保育に当たつたのは、概して、戦後の教育改革期に中学・高校の生活を体験した女性たちであつた。男女は平等・同権であり、両者の間に差はない筈と教えられながら、女性の大学進学率はいまだ数パーセントに過ぎない。両性の間に横たわるこの明らかな学歴差は、女性に対して、家庭こそが彼女たちの職場であり、子育てこそが女性の最良の職務であるとする性別分業観が、微動だもせずその強さを誇示していたことを物語つていよう。したがつて、家庭に追いやられた女性たちにとつて、子育ては、自身の生きがいを掛けて成否を競う「負けられないゲーム」と

化し始めていたのではなかったか。

戦前に端緒を見せる「赤ちゃんコンクール」は、それを体制側が用意することで、女性たちの育児意識を覚醒させることに機能した。しかし、いま、母親たちは、「わが子を育てる」という極めて個人的な営みを、自ら他者間の競争路線に乗せるという社会的な意味合いを付与することで、家庭内に閉じられた営みから解き放つことを企てる。このとき、体重計に刻まれた目盛りの変化は、競争の行方を占う格好の指標であつたらう。何しろ、それは、「数値」という客観的な表現で示されるのだから、ごまかしようもなく、その勝敗を決定してくれるのではないか。

米国で、心理学者ゲゼルの著書がよく読まれたのは、母親たちがその発達研究を、自身の育児効果判定の指標に用いたからだと言われている。研究者自身の意図は別として何ヶ月に何が出来るといふその発達の様相は、自分の子どもの発達と平均値とのずれを判定すべく、格好のバロメーターと見なされたのである

う。そして、米国の母親たちも、

客観的基準であるかに見える発達研究を目安にして、自身の子育てを他者のそれと競い合った。わが子が、他家の子どもにまして早くよく成長しているとき、彼女らの生きがいはい満たされたのであろうし、逆の場合は、敗北感の焦りに捕らえられて、常にまして過剰なエネルギーが子育てに注がれたことだろう。

こうして、新しい生き方の可能性を示唆されながら、現実には家庭内には居場所を与えられなかった女性たちが、子育て競争に突入するのは珍しい例ではないが、わが国の場合は、戦後の貧しさへの反動のように、それが「栄養競争」の形で開始されたため、「肥満乳児」を多発させる結果を招き寄せたのだ。そして、数年後には、小学生の肥満児童が増加して、多すぎる体重を持て余して動作も鈍く体力的にも劣る小学生の存在が、注目を集めることになった。子



どもの「体重」が、看過し得ぬ問題として社会的視野に浮上したことは、平和で豊かな時代の贅沢な遺産に食ならない。それが社会的注目を浴び、負の話題として云々され始めたとは、加速度的に訪れた豊饒の季節に大人たちが戸惑い、その行く手に漠然とした不安を感じ始めた証しと言えるかも知れない。

インスタント食品と食生活の変容

肥満児の増加が注目され、調整粉乳やら給食用添加食パンやらと、子ども向けに行き渡り過ぎた栄養主義が裏目に出たかに見え始めたころ、皮肉なことに、子どもの食生活は歯車を逆に回すかのように貧しさへ向かい始めていた。朝食抜きで登校する子どもや、夕食もインスタントラーメンを一人で食べたなどという子どもが増え始めたのである。

一九五三年にはインスタントスープが発売され、五年には、最初のインスタントラーメンが店頭に出ている。続いて、インスタントコーヒーやティーバッグ

など、インスタント食品の開発が進んで、六二年には、インスタント離乳食品が市場に回り始めた。世はまさにインスタント食品時代に突入したのである。一九七一年のカップヌードルは、その極めつきの姿と言えよう。

近代型家族の解体を加速させたのは、インスタント食品の登場だったなどというなら、それは、あまりにもおおげさに過ぎるだろうか。しかし、煮たり焼いたりという調理の手間を大幅に軽減したこれら食品の出現は、社会進出を志向する女性たちにとっては、紛れも無い福音であった。一日の労働を終え、くたびれて帰宅したその手足で、慌ただしく食事の支度をせねばならない彼女たちの前に、それは、救いの神として立ち現れたのではなかったか。とりわけ、空腹を訴えて聞き分けのない子どもたちに対して、単なる「おやつ」ではなく、「食事めいたもの」としてあてがうには、インスタントラーメンなど、まさしく格好の素材だったことだろう。こうして、インスタント食品は、

急成長を遂げた。

インスタント食品の進出は、単に、働く女性たちを喜ばせただけではなかった。この時代、専業主婦と呼ばれる女性たちまでが、家族の食事のために心を砕くことを喜びと感じられなくなり始めていた。総務庁統計局が行った食料費に関する調査資料によれば、一九六〇年代から八〇年代にかけて、調理食品と外食の伸び率が異常に高い。この結果が物語るのは、家庭の女性たちが、材料から手間暇かけて調理することを厭い、簡便で短時間に処理可能な半調理品やインスタント食品を愛好し始めたという動きであろう。

インスタント食品の手軽さを愛したのは、台所の主たる女性たちだけではなかった。子どもたちも、愛好者の意志を表明する。何しろ、ほんの一寸の加熱や熱湯を注ぐだけで、各自が、好きな時、好きな場所で空腹を満たすことが出来るのだから、受験戦争やおけいこごとに忙殺され始めていた子どもたちの慌ただしい生活リズム内に、しっかりと位置を占めたのは当然と

言うべきだろう。インスタント食

品を嫌ったのは、女性の居場所が家庭と特定し、妻の整える食事に「おふくろの味」とやらを求める夫だけだったのかも知れない。

その結果として、子どもたち

が、家族全員で食卓を囲むという食事のありように煩わしさを感じたり、不要感を抱いたりし始めたとしても、無理からぬことではないか。「夕食までに帰宅すること」というしつけが意味を失い、同時に、一日の内では家族が顔を揃える時間の特定が困難になったのも、このころからであった。一九九〇年代に行われた「子どもの本音を聞く」という報道番組のための調査で、「頭髮や服装に関する校則への疑義」と並んで、「なぜ、家族と一緒に食事をしなければならぬか」という疑念が多く出されているが、その発端は、インスタント食品が登場するこの時期に求められるかも知れない。



子どもたちが、常にインスタント食品を口にしているというのではないが、その出現により、家人が心をこめ時間をかけた調理品が食卓にならび、家族揃ってそれを賞味するという、これまで「食事」の持ついた基本概念とそれに託されてきた団欒イメージとが、失速し希薄化し始めたことは確かであろう。インスタント食品の、それこそインスタントな性格が、その解体に手を貸すべく、一役も二役も買ったであろうということだ。ほどなく、一人で食事する子どもの問題、とりわけ、誰もいない食卓で孤独にラーメンをすすする小中学生の姿が話題になり始める。

流通革命のもたらしたもの

—スーパーマーケット、コンビニエンスストア—

の出現と子どもたち—

スーパーマーケットやコンビニエンスストアの出現が、「子ども」を変え、母子の関係を変え、延いては「家族のありよう」までも変えたというなら、それ

は牽強付会に過ぎるだろうか。

スーパーマーケットの開店が続き、流通機構と消費者の購入形態に大幅な変化が起こるのは、おおよそ一九五八年ごろからである。以前とは異なり、店頭に並べられた商品は、指定された価格をレジで支払う能力さえあれば、誰にでもどんな時でも、自由に購入出来ることになったのだ。子どもとも言えども、例外ではない。それに、数量の計算も店員との交渉も不要のこの買ひ方は、むしろ、子どもの客にとってより相応しかつたとも言え得よう。何しろ、彼らは、スーパーの普及に伴い、自由に使える若干の金銭を所有してさえいれば、誰の干渉も受けず、陳列棚の上から好みのものを選び取り手に入れるすべを獲得したのだから。とりわけ、スーパー商品の主流を占めた食料品と、子どもたちの強い結び付きには、目を見張るものがある。というのは、従来は、調理食品の選択は、ほぼ母親その他の家人の手に任せられていたのだが、スーパー中心の購入形態のなかでは、親たちと一緒に店内

を歩き回ること、子どもたちも選択の権利を獲得してしまつたのだつた。一望のもとに並べられた食品類に対しては、子どもでも好みのものを指さして要求することが出来たし、さらには、手を伸ばしてカゴの中にほうり込むことさえ可能となつたのである。

以後、子どもは、商品戦略の有力なターゲットとして注目されざるを得ない。スーパーに並べられる新製品は、子ども向けCM戦略を駆使して彼らの購買欲に訴えて売上を伸ばした。それだけでなく、好奇心の強い子どもたちは、五三年以降放映の始まつた民放テレビで、CMの電波に乗って広く国内を駆け巡る新製品にすかさず触手を伸ばした。家庭の味覚や地域の伝統食にまして、CMが全国に流した新食品の味が子どもの世界を支配する。インスタントラーメンや即席カレー、あるいは、チョコレートなどの菓子類や粉末ジュース・氷菓等、スーパー店頭で売り上げ高を誇つたものには、「対子ども戦線」で勝利を収めたものが少なくない。そして、六四年ころからこの戦列に参入

し、見事な戦果を誇つたのが、スナック菓子であつた。

コンビニエンスストア、通称コンビニの普及は、この傾向に拍車をかける。多種類の食品類が、



少量ずつ狭い陳列棚に隙間もなく

並べられ、終日営業の店舗形式は、子どもたちの視界に、その猥雑さと親しみやすさで特別の位置を占めたのではなかつたらうか。もしかしたら、それは、漸く姿を消しつつあつた「駄菓子や」の生まれ代わりとして、子どもたちと親しい関係を結んだのかも知れない。とりわけ、コンビニに並べられたおでんやホットドック、あるいは弁当類の多様さは、しばしば「母親代わり」の便利さで中高生を魅了したし、極言すれば「母親不要」の新時代を到来させるきっかけを作つたとすら言えよう。

加えて、自動販売機の普及により、自動販売機のジュース売り上げが急増した。一九五八年に日本上陸

を果たしたコカ・コーラが、アメリカ軍関係者専用という特殊な地位を捨てて、広く人々の暮らしに親しいもの変わったのは、自販機の普及に負うところが大きい。言うまでもなく、子どもたちも自販機の愛好者となる。そして、肥満児を生み出す元凶とされた「糖類の過剰摂取」は、ジュース類の多量飲用に責任があると指摘されるほどに、自販機効果は絶大であった。

さて、子どもたちが、スーパーやコンビニという新流通形態をフル活用して自身の食欲と空腹を満たすことを覚えるのと前後して、彼らの生活は、補修授業や塾通い等の受験勉強で忙殺され始めていく。放課後を、ゆっくりと家で過ごしたり、おやつの特権を、困んで母親と今日あったことを話し合ったりという、それまでの暮らしのパターンが彼らから失われる。そして、インスタントに入手可能なインスタントな食べ物への好みと、この慌ただしい生活スタイルとが奇妙にマッチし、さらに父親の忙しさもそれを促進するのだが、先にも触れたように、子どもらの周辺から、

「夕餉の食卓を囲んで一家団欒する」という家族風景が急速に過去のものとなっていった。

結果として、子どもたちは、夕食に関心を抱こうとはしなくなる。時間前に口に入れた軽食やジュース類で一応の飢えは満たされていたし、家族の誰彼の欠けた遅目の夕飯には、格別の興味も湧かなくなっていたのである。八二年に、メディアは、家族がバラバラに食事することを「孤食化傾向」と命名して話題とした。孤食化に適合し、それを推進したインスタント食品とスーパーやコンビニの普及は、まさに「食事すること」が、家族の営みから個人の行動へと変容し、「食習慣」が「団欒」から「孤独」へと推移していった時代の象徴でもあった。

(聖学院大学)