

フランス人と食文化

阿部律子

I. はじめに

文化や伝統というものは、時代の推移や社会の変化、それにとまなう価値観やライフスタイルの変化とともに、次第に変わりゆくものである。食文化もその例外ではない。世界に名だたる料理大国、食文化の国フランスでも、こうした社会の変化やライフスタイルの変化を受けて、食の伝統や食に対する人々の意識は急速に変わりつつある。もちろんそれにとまなう食のさまざまな局面でも変化が見られる。その変化は極端にはフランス人の体型にまで現れている。

本論では、急速に変化しつつあるフランスにおける食文化を国立統計経済研究所の統計資料などを中心に見ていきたい。

II. 食費の推移

他の主要先進国同様に、フランスでも、国の経済発展にとまなうて人々の生活も豊かになり、家計費全体に占める食費の割合¹⁾、いわゆるエンゲル係数も次第に減少している。これは主として1960年から2001年の間の家計費の伸びが年率平均3.2%であったのに対して、食費の伸びはそれを下回る2.3%であったことによるものである²⁾。そうとはいえ、国の経済発展とともに家計費全体の額が次第に膨らんでいくなかで、食費の絶対額ももちろん増え続けている。例えば、1960年から1980年までの20年間で食費

の額は2倍に膨らんでいる³⁾。また、食費の相対的な割合は減少したものの、それでも食費は、2001年を例に取ってみても、住居費(24%)、交通費(15.4%)に次いで14%と家計の3大支出のひとつであることに変わりはない⁴⁾。それぞれの時代の家計費に占める食費の割合を比較してみると、そこには単に経済的な側面だけでなく、人々の生活や意識の投影を窺い知ることができる。例えば、第二次大戦後の復興期を経て⁵⁾、ようやく国の経済や工業生産が戦前のレベルに達し、これから経済発展に向かおうとしていた1950年代には、食費は家計費のなかでまだ40%を越えていて⁶⁾、食の確保が人々の意識のなかでは最重要課題であったことがうかがえる。1960年になると、家計費のほぼ3分の1に相当する32.64%⁷⁾が食費に充てられていて、人々の生活にも次第に余裕が出てきたことが分かる。そして、1960年から第一次石油ショックの1973年までは、フランスにおいても経済成長が著しく、食費の支出の額も年率2.7%ずつ増加している⁸⁾。ちなみに1970年の家計費における食費の割合は25.9%⁹⁾であった。もちろん、この頃から購買力も次第に上昇し、人々は必要最低限の物資の確保から、より満足できる物資の確保へと移行している¹⁰⁾。そして、1970年代になると、フランス人にとって食は充足レベルに達したのか、食費の額の伸びもそれ以前の年率2.7%から減少し、1973年から1978年までの間は年率1.8%の伸びに留まっている¹¹⁾。もちろん、この間に二度にわたる石油ショックが世界経済に多大な影響を及ぼして、フランス経済も長期的停滞期に入ったため¹²⁾、このような経済事情が食費の伸びの低下に多少影響しているとも考えられる。だが、これ以降も食費の額の伸びは鈍化し続け、1978年から1989年までの12年間も年率1.5%と低率の伸びで推移している。もちろん、この間に、1981年に始まったミッテランの社会党政権による社会主義的・ケインズ主義的経済政策の挫折¹³⁾等があったことは見逃せないが、食に関してはある種の充足感がフランス人を支配していたのではないかと思われる。というのも、この時代に続く1990年から1996年までの7年間の食費の額の伸びは年率0.3%しかなく、それに続く1996年から2001年までの

6年間も年率0.5%¹⁴⁾と低率で、1990年代から現在にいたるまで、食費の額の伸びはほぼ横這い状態を続けている。その結果、1990年には、家計費に占める食費の割合は20%を切って19%となった。そして、1995年には18.5%（純然たる食費15.1%、アルコール飲料代1.7%、タバコ代1.6%）であったが、2005年には17%（純然たる食費13.9%、アルコール飲料代1.5%、タバコ代1.6%）¹⁵⁾となり、10年間で食費の絶対額の伸びはわずかに1%であった。これらの数値は、収入が伸びて生活の質が向上し、家計に余裕が出てくると、人々は医療費、住居費、交通費、通信費、交際費などにそれまで以上に家計費を振り向けることから、食費の伸びは緩やかになってくることを示している。

Ⅲ. 食の量的・質的变化

1. 主要食品の消費量の変化

時代や社会の移り変わりとともに家計費に占める食費の割合がこの50余年の間に大きく変化してきたことを見てきたが、食事の内容や質に関してもこの半世紀の間に大きな変化が見られる。次にかかげる表1はフランス人の食事を構成している主要食品の1970年、1990年、2004年の年間1人当たりの消費量を示しているが、こうした推移からは、フランスの食における量や質の変化だけでなく、嗜好の変化までもおおよそであるが見ることができる。まず、大きな変化としてあげられるのは、主要エネルギー源である穀類のパンやジャガイモの消費の減少である。パンやジャガイモは1970年に比べると、2004年にはそれぞれ3分の1から半分近くまで減少している。これは、収入が少なく、食費が相対的に高い時代には、生産量が多くかつ比較的安価に入手できるパンやジャガイモにエネルギー源を頼るが、生活が次第に豊かになるにつれて、人々の食生活は嗜好の多様性に向かい、他の食品を摂取するようになることがその背景にあると思われる。実際、表3でも示しているが、伝統的食品である穀類、でんぷん質、乾燥

表1. 主要品目の消費量の推移¹⁶⁾ (フランス本土及び海外県)

	1970	1990	2004
パン (kg)	80.57	61.69	53.69
ジャガイモ (kg)	95.57	60.77	73.12
生鮮野菜 (kg)*	70.44	86.00	90.22
牛肉 (kg)	15.62	17.11	14.65
鳥類 (kg)	14.20	21.66	20.87
たまご (kg)	11.53	13.98	14.57
魚介類 (kg)**	9.93	14.36	12.06
牛乳 (litre)	95.24	66.36	58.66
チーズ (kg)	13.81	16.65	17.80
ヨーグルト (kg)	8.56	15.87	21.02
食用油 (kg)	8.08	11.07	9.63
砂糖 (kg)	20.41	10.06	7.27
テーブルワイン (litre)	95.57	44.74	26.76
生産地呼称統制ワイン (litre)	8.03	22.87	23.47
ビール (litre)	41.43	40.09	32.53
ミネラルウォーター (litre)	39.90	89.97	168.64

* この中には、野菜、果物、香り付けの野菜も含まれる。

** 生と冷凍食品

数値は INSEE の2000年の国民会計をもとに作成。

豆類などが、肉類や野菜・果物などの消費の増加のために驚異的に減少している¹⁶⁾。この現象は日本人のコメの消費量が国の経済発展につれて次第に減少し、肉類などのよりぜいたくな食品の消費に向かっていったことと軌を一にしている。これはまた消費カロリーの減少とも関連があるように思われる¹⁷⁾。というのも、この30数年間にフランス人の生活自体が大きく変化したからである。まず労働の観点から見ると、この間にさまざまな技術の発展によって生産環境が整備され、また労働条件が大幅に改善された結果、肉体労働が減少したことがあげられる。そのうえ、産業構造でも大きな変換が行われ、労働力人口は肉体労働が必要とされる第一次産業や第

二次産業から次第に第三次産業へとシフトしていった¹⁹⁾。これによって労働者の一日に必要なとされる消費カロリーは減少したのである。次に、日常生活全般の変化としては、通勤、通学、レジャーなどの移動の手段として用いられるようになったモータリゼーションの発達があげられる。それに加えて、さまざまな電化製品の登場によって、生活の利便性は大きく向上した。こうした生活環境のなかで暮らすようになった現代人にとって、必要とされる消費カロリーは次第に減少したのである。いずれにしろ、こうした必要カロリーの減少と食品の多様性は、炭水化物、脂肪、蛋白質の総エネルギーに対する摂取率の変化に見事に現れている。これらの栄養素の摂取率の変化を1960年から10年ごとに見てみると、以下のようになる。

表 2. 主要栄養素の構成の推移²⁰⁾ (%)

	1950	1960	1970	1980	1990
炭水化物	58.1	51.8	48.7	43.7	41.0
脂肪	28.7	34.4	37.3	41.4	43.2
蛋白質	13.2	13.8	14.0	14.9	15.8
エネルギー	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
動物性蛋白質	30.4	35.1	38.5	40.7	43.6

数値は国民会計をもとに国立農学研究所 INRA-CORELA の推定による。

この表 2 に現れた最も特徴的なこととして、1990年代を境にして、脂肪の摂取率が初めて炭水化物の摂取率を上回るようになったことがあげられる。これは栄養の観点からはまったく新しい状況と位置づけることができる。しかも、この脂肪摂取量の上昇は、動物性の食品と関係する飽和脂肪酸の摂取に起因するものであり、栄養学者などからは健康問題に結びつくゆゆしき状況であるとの指摘がなされている²¹⁾。この動物性脂肪の摂取過多は特に肥満率の増加と大きく関連していて、現在大きな社会問題となっている。

2. 肉類摂取の量的・質的变化

表2では蛋白質の摂取の割合自体にはそれほど大きな変化は見られないが、肉類の摂取の内容と量にはこの40~50年の間に大きな変化が起きている。

すでに述べたように、収入が上がり、生活の質が改善されれば、人々は生きるために最低限必要である食の確保から開放されて、次第に生活の他の面にも目を向ける余裕が生まれてくる。そのために、生活費のなかの食費に対する支出は他の項目の支出の上昇よりも緩やかな上昇曲線を描くようになる。そのために、食を支える基本品目のなかでも特に高価な肉類は収入が少なく、家計に占める食費の割合が高ければ高いほど、家計にとっては大きな負担になるが、収入が増えるにつれて、家計費全体に占める肉への出費の割合も次第に減少する。例えば、1995年の食費に占める肉の消費額の割合は45%であったが、家計費全体に占める割合は7.5%に過ぎない²²⁾。こうした特徴を持つ肉の消費であるが、肉全体の消費量はある種の飽和状態に達したと見られ、1980年代にはその傾向が次第に明確になってきた²³⁾。

では、どのような質的、量的変化が現れているのかを次の表3で詳しく見てみよう。この表からまず理解されるのは、1960年や1980年には赤身肉と白身肉の消費にそれほど大きな差異はなかったが、2001年には、赤身肉、なかでも特に牛肉の消費量が大幅に減少し、その代わりに魚介類の消費量が増加していることである。赤身肉はこの20年間でほぼ半減している。赤身肉の1人当たりの摂取量の変化は、表3と同じ国立統計経済研究所が出した表1では明確に示すことができなかったが、表2でも分かるように、「動物性脂肪目の敵」²⁴⁾という社会的な流れのなかで、大きく減少している。実際、赤身肉の摂取量は1980年から1987年まではあまり大きな変化は見られなかったが、1987年以降に減少し始めた。その減少分を家庭では同じ蛋白質でしかも良質な蛋白である鶏肉や魚介類の加工品の消費へと替えていったのである。また、フランスでは1996年と2000年にBSEの問題が

表3. 食物摂取における加工食品の増加²⁷⁾ (%)

	1960	1980	2001
伝統的食品	23.1	12.6	9.5
砂糖	2.0	1.2	0.6
脂肪	4.3	3.8	2.5
赤身肉	11.2	11.2	6.6
- 牛肉	10.0	9.8	5.4
豚肉, 動物性脂肪, 臓物	2.8	3.2	2.5
白身肉と魚	14.0	14.0	14.4
- 鳥肉	3.8	5.4	5.7
- 魚, 魚介類の加工品	1.7	2.5	4.2
乳製品	7.4	10.8	13.0
- チーズ	4.1	6.8	7.3
- ヨーグルト, 牛乳ベースのデザート	0.3	1.2	2.8
健康食品	1.7	2.8	5.5
果物, 野菜	16.8	15.2	15.6
- 野菜の冷凍食品と缶詰	1.2	2.3	3.1
- 果物の冷凍食品と缶詰	0.8	1.1	1.3
- 生鮮野菜	8.5	5.7	5.4
- 生鮮果物	7.3	6.1	5.8
肉類加工品	5.9	8.3	11.7
砂糖菓子, ケーキ類, 甘味飲料	8.8	13.0	14.1
- チョコレート, 砂糖菓子	3.0	4.5	4.7
- ケーキ類	4.0	4.7	3.7

数値は INSEE の1995年の国民会計をもとに作成。

消費者に深刻な影響を与え、この消費傾向をさらに増加させる結果となった²⁵⁾。ただ、どの肉を消費するかは、単なる嗜好の問題だけでなく、肉類間の相対的な価格の相違の影響があることも見逃せない。例えば、1990年以降、豚肉価格が上昇し、鶏肉に比べてもあまり割安感がなくなったために、表3にも見られるように、消費の低迷につながった²⁶⁾。いずれにしろ、

赤身肉の消費はこの40年余りで大きな変化を遂げている。それぞれの肉の消費の減少の転換点として国立統計経済研究所は、馬肉は1964年、子牛肉は1967年、牛肉は1980年以降、臓物は1984年、羊肉は1991年をあげている²⁸⁾。

3. 白身肉と肉の加工品の消費の増加

上記の項目で述べたように、赤身肉や豚肉の消費の減少につれて増加したのが魚介類や鶏肉、そして肉類加工品である。この消費の変化は表3に明確に現れている。ただ、2001年の鶏肉の消費は、1960年に比べると伸びてはいるが、1980年に比べると、多少伸びた程度である。これに対して、この20数年来魚介類の消費においてある意味で異変が起きていると言えよう。というのも、伝統的なキリスト教の食文化のもとでは、魚の摂取は主として肉の摂取が忌避される金曜日に限られていて、大西洋や地中海の沿岸部以外では人々は魚料理にあまり馴染みがなく、しかも、魚料理は臭いので嫌う人が今でも多数見受けられるからである。こうした背景にもかかわらず、魚を主原料とする調理食品（冷蔵品か冷凍品かを問わず）や魚の缶詰は、価格の上昇にもかかわらず、1980年代の半ばにかけて次第に消費が増えていった。そして、魚の調理済食品に対する消費者の要望は次第に高まりを見せ、1990年代の半ばを境に魚介類の消費は一挙に爆発したのである。生産者側もこうした消費者の要望を受けて、多品種の魚介類の製品を冷蔵品や冷凍品だけでなく、スーパーなどのお総菜コーナーでも販売するようになり²⁹⁾、魚介類の製品はフランス人にとっても馴染みのある食品となったのである。そして、現在もなお魚介類の加工品の消費は年々伸び続けている³⁰⁾。もちろん、こうした消費の伸びの背景には魚の良質な蛋白質に対して注目するというような次第に高まる健康志向³¹⁾があることは否めない事実であろう。しかしながら、確かに健康志向がフランス社会全体に広がっているとはいえ、魚介類の価格は肉類に比べてまだ相対的に高つくため、こうした高価格商品の購入者には、学歴や収入、あるいは年齢

によって大きな開きがあり、例えば、学歴が高いほど魚介類の消費が多く、学歴が低いほど肉の消費に向う傾向にあり、また、伝統的な食事を重んじる地方においては、高齢者ほどまだ肉類の消費が多く、魚介類の消費は低いという結果が出ていることも確かである³²⁾。

魚介類の加工品の増加とともに注目しなければならないのが、肉類の加工品消費量の急増である。これは、白身肉に次いで肉類では2番目に多い消費量であり、この40年間で消費量は2倍に伸びている。こうした消費の背景としては、社会の変化はもちろんのこと、特に仕事を持つ女性の数の増大、そして、その結果を受けての調理時間の短縮と、調理時間の短縮を可能にする電子レンジの普及などをあげることができるだろう。確かに、調理時間の短縮を可能にする電化製品の普及はこの10年間に急速に広がっている。例えば、2001年の段階で、冷凍庫や冷凍庫の部分を有する冷蔵庫の普及率は95%にのぼっている。また、電子レンジはの普及率はまだ61%でようやく半数を多少上回る世帯が所有している程度であるが、普及率はこの10年間で3倍にまで伸びている³³⁾。こうしたことを背景に、調理済食品の1人当たりの消費量は、1960年から1980年までの20年間で年率平均5.5%、1980年から2001年までは年率5%の伸びを示している³⁴⁾。こうした調理済食品の消費額は2001年の食費の4分の1にまで及んでいる³⁵⁾。このように急速に変化する消費者の意向や嗜好を受けて、さまざまな調理済食品が開発され、発売されている。2001年当時のことではあるが、市場に出回っていた調理済食品の18%は2年前までは市場にはまだ出回っていなかった食品であったという報告がなされている³⁶⁾。

4. 乳製品消費の拡大

上記の表1や表3で示したように、生乳の消費量は30年間で40ポイントも減少したが、その量を補うかのように、牛乳を原材料とするチーズやヨーグルト、あるいはデザート類の消費が飛躍的に伸びている。その証拠に、1960年当時乳製品が食品のなかに占める割合はまだ7.4%でしかなかった

が、2001年にはそのおよそ2倍近くの13%を占めるまでにいたっている。この割合は白身肉と魚介類の割合にほぼ匹敵する。1960年以降、フランス人世帯の食料品の消費は本来の生のままの製品から加工品の消費へと次第に移行していったが、そうした状況のなかでも、1960年代初頭にヨーグルトというとまだ副次的な扱いを受ける食品であった。ところが、40年後の今日では、フランス人は当時の15倍ものヨーグルトを消費するまでになった³⁷⁾。そして、こうした消費者の嗜好の変化を受けて、多種多様なヨーグルトが開発され、販売されるようになり、大量消費のおかげで生産コストも減少した。その結果、ヨーグルトの価格の伸びは、他の食料品の価格の伸びに比較して、低く抑えられている。また、健康志向が次第に高まりを見せるなか、チーズは高乳脂肪製品であるにもかかわらず消費者に愛され続けている。これは動物性脂肪が敬遠されて消費がすでに1970年代から減少が見られるバターとは対照的である³⁸⁾。こうした消費者の変わらぬ嗜好のおかげで、チーズの消費量は1960年から40年間で3.4倍にも増加している。

では、このように常変わらぬ愛着を抱かれる乳製品に対してフランス人はどのようなイメージを抱いているのであろうか。消費者を対象に行われたアンケート調査³⁹⁾によれば、次のような結果が出ている(複数回答可)。

- | | |
|---------------------|-----------|
| － 乳製品が大好き、猛烈に好きである。 | 75% (大人の) |
| － 乳製品はナチュラルである。 | 62% |
| － 乳製品でカルシウムが摂取できる | 59% |
| － 家族全員乳製品が好きである。 | 50% |
| － 乳製品は無視できない存在である。 | 49% |
| － 乳製品を食べるのが楽しみである。 | 47% |
| － 乳製品は食べ飽きない。 | 44% (大人の) |

フランス人の多くが乳製品をこよなく愛するが、これはただ単に嗜好の面からだけでなく、最近の健康志向を反映してか、半数以上の人乳製品は「ナチュラル」であり、「カルシウムが摂取できる」と思っている。

それでは、個々の乳製品の消費の傾向を見てみよう。まず、牛乳であるが、2005年の消費量は1人当たり年間65.1kgであり、その内訳は、全乳脂肪乳10.6kg、半脱脂乳47.9kg、脱脂乳5.4kg、風味加工乳1.2kgとなっている。この生乳の消費の特徴としては、健康志向と乳脂肪の摂取過多を念頭においてか、脱脂乳が好まれる傾向にあるが、風味が損なわれる完全脱脂乳よりも、乳脂肪の風味を残した半脱脂乳が選択されている。また、これらの牛乳は長期間保存型97%、短期間保存型2.6%の比率で購入されている。これは仕事を持ち、毎日買い物に行くことができない女性たちから、鮮度が損なわれやすい短期保存型の牛乳が敬遠されている結果だと思われる。牛乳の消費の地域差も存在し、西部、中部、南西部は消費が多く、東部と北部は平均的で、最も牛乳消費量が少ないのはパリ首都圏である。こうしたフランス人の消費量をEU内の他の国々と比較すると、2004年にフランス人は年間67kgを消費したが、これはヨーロッパ連合のなかでは第7位の消費量である⁴⁰⁾。

40年前に比べて消費量が3.4倍にも増えたチーズはどうであろうか。フランスには原料や製法、産地を異にする多種多様なチーズが400種ほどあり、毎日異なるチーズを食べても、1年以上かかるとも言われている。フランス人のチーズへのこだわりは、ある種日本人の漬け物に対するこだわりに似ている。種類の豊富さ、地方色の豊かさなどからそのような印象を受けるが、食事の最後の方に食して満足感を得るという意味でも、原料はまったく異なるとはいえ、乳酸菌の恩恵を受けた保存食品という点でも似通っている。こうした特徴を持つフランスチーズは、2005年には1,834,137トン生産されたが、その内訳は、92.5%が牛乳、4.4%が山羊乳、3.1%が羊乳を原料としている。このうちの31%は主に近隣のEU諸国に輸出されている。だが、3分の1を輸出に回すフランスであるが、嗜好の多

様性を受けてか、消費されるチーズの14.5%は輸入品である。チーズの個人消費は2005年には23kgであったが、そのうちの15kgがいわゆる固形のチーズであり、8kgはフレッシュチーズである⁴¹⁾。このフレッシュチーズは近年デザートとして人気が高まり、多様な商品展開が繰り広げられている。なお、このフレッシュチーズは、統計によっては、表3のように、チーズの範疇ではなく、デザート類に入れられている場合もある。

フランスチーズの種類のはすでに述べたが、フランス人はいったい何種類のチーズを毎日食しているのだろうか。2000年のアンケート調査によれば、チーズを買う際に、48%は1種類だけ、25%は2種類、14%は3種類、7%は4種類、6%は5種類以上も買っている。多種多様であるために、平均的な購入のタイプというものは存在しないが、もっとも多く購入されるチーズとしては、パスタなどにふりかけるおろしエマンタール(24.8%)、カマンベール(21.5%)、フォンデュ(14.89%)、カマンベール以外の白かびチーズ(14.8%)、固形のエマンタール(14.6%)、クーロミエ(12.7%)などがあげられる。もちろん、産地ではその特産品が購入時の基本となり、中東部ではトム、南西部では羊乳チーズ、北部ではオランダチーズを連想させるエダム、ゴーダ、ミモレットといった具合である。フランス人世帯が年間購入するチーズは平均17.4種類にもものぼっている。だが、アンケート調査によれば、チーズの消費は地方、家族構成、収入などにも左右されるようである。例えば、西部、中西部、パリ都市圏などの35才以下の単身世帯(全体の12.8%)では1~8種類、北部、西部、南西部などの35才以下や65才以上の世帯(全体の17%)では9~12種類、老人の少人数の世帯(全体の19.5%)では13~16種類、南東部、中東部、東部の35才~49才の平均的な収入の2人以上の世帯(全体の25.2%)では17~22種類、東部、北部の平均的な都市の35~64才の2人以上の裕福な世帯(全体の25.5%)では23~54種類という結果が出ている⁴²⁾。

さて、すでに述べたように、健康志向の高まりのなか、動物性脂肪が嫌われて、この10数年来バター消費は低迷している。しかしながら、バター

はフランス人の味覚にとっても、またフランス料理にとっても、今なおないがしろにできない重要な食品のひとつであり、家庭での消費量は減少しているが、農産物加工品の分野ではわずかながら上昇傾向にある。それに、家庭での消費量は昔に比べれば確かに減少しているものの、78%のフランス人は週に少なくとも1回、平均すると週に5.3回は口にする代表的な油脂である。それでもバター消費には性差や年齢差があることも確かである。バターはどちらかと言えば、女性よりも男性が好む油脂である。男性は50代になるとコレステロール値などを考慮して、バターの消費を控える傾向にあるものの、60才を越えると消費の量は増える傾向にあるという結果が出ている。ただ、若年層になるとバターに対する嗜好はあまりないようである。バターはフランス人の食卓に毎食のように登場するが、最近では子どもたちの朝食にシリアルのようなパンに代わる食べ物が好まれるようになったことから、バターは以前ほどには朝食に使われることもなくなった。確かに、量的にはバターの直接的な使用量は少なくなったが、それでも味付けの重要な一要素として料理には頻繁に使われている。バターは2日に1度は料理に使用され、配膳の前の料理の中に(28%)、フライパン料理で(25%)、グラタン料理やオープンを使った料理で(13%)、ポタージュで(11%)、野菜のピューレに(7%)、ソース料理や煮込み料理で(7%)重要な隠し味として用いられている。ただ、健康を考えて、乳脂肪分を控えたバターが健闘している。同様に、健康面に配慮して、これまでの250gの大きなパッケージから、125gの小さなパッケージが好まれるようになった⁴³⁾。

最後に、他の乳製品と同じように、バターの消費にも地域間格差があるとみられている。つまり、平均的な消費量を100とすれば、西部では156、北部では118、パリ首都圏では73、東部では81、中西部では99、中東部では101、南西部では80、南東部では74の消費指数を示している⁴⁴⁾。パリ都市圏のバター消費量の少なさは、この地方では他の地方に比べて健康志向が高いことをうかがわせる。これに対して、酪農が盛んな西部は地中海沿

岸の南東部の2倍ものバターを消費している。フランスは言語文化から、北部をラング・ドイル、南部をラング・ドックに分けることができるが、食文化の面からも、料理にバターやクリームを多用する北部をバター圏、主としてオリーブ油を用いる南部をオリーブ圏に分けることができるのではないだろうか。バターの消費量からではあるが、フランスには明確ではないにしても食文化にも地域差があることが理解できるのである。これはまたフランスの食文化の多様性を示すものでもある。

5. 飲料消費の変化

フランスは美食の国だけでなく、その美食に合うワインの生産国としても世界的に有名である。2004年のフランスのワイン生産高はイタリアの4950万ヘクトリットルに次いで4800万ヘクトリットルで、世界第2位を誇っている。また、フランスワインは良質のため、生産高ではイタリアに劣るが、輸出高ではイタリアを抜いて世界第1位であり、2003年には1500万ヘクトリットルを輸出している。また、国内の消費量も多く、イタリアの2880万ヘクトリットルを抜いて世界第1位で、3290万ヘクトリットルを消費している。そのため1人当たりのワイン消費量も多く、64.3リットルと世界第1位である⁴⁵⁾。ところが、ワインの生産、消費ともに世界の1、2位を争うフランスではあるが、この世界第1位のワインの消費量も表1にも示したように、30年前に比べると、半減している。ビールの消費量はこの30年間でほとんど変わらないが、激増しているのがミネラルウォーターである。このように、フランスでは飲料消費にも大きな変化が起こっている。

では、飲料消費においてどのような変化が起こっているのか、この40年間における食費に占める飲料費の推移と、飲料費内における個別の飲料消費の推移とを表4の2002年の国民会計から見てみよう。食費に占めるアルコール飲料の割合は、この40年間で12.4%から8.9%に減少している。先に述べたように、これはワインの消費量そのものが大幅に減少しているこ

とによるものである。どちらかと言えば大衆的なワインであるテーブルワインの消費の割合はこの40年間で実に8分の1にまで減少している。これに対して、いわゆる高級な原産地呼称統制ワインの消費の割合は逆に2倍に、シャンパーニュや発泡性のワインの消費の割合も4倍に伸びている。また、蒸留酒などの消費も若干ではあるが伸びている。つまり、これはアルコール飲料における嗜好の高級化が起きていると言えるだろう。また、

表4. フランスにおける食費、飲料費、タバコ代の変化⁴⁶⁾

	1960(%)	2002(%)	2002年の消費額 (100万ユーロ)
家計費に占める食費の割合 (飲料費やタバコ代を含む)	32.64	18.28	150,489
食費	100	100	150,489
・アルコール飲料	12.4	8.9	13,310
- 蒸留酒, リキュール等	1.9	2.7	3,998
- 生産地呼称統制ワイン	1.2	2.6	3,817
- テーブルワイン等	6.3	0.8	1,267
- 甘味ワイン	0.5	0.3	413
- 自家消費ワイン	0.4	0.1	136
- シャンパーニュ, 発泡性ワイン	0.3	1.2	1,840
- ビール	1.3	1.0	1,555
- シードル	0.5	0.2	284
・非アルコール飲料	4.2	5.5	8,325
- コーヒー, 紅茶, ココア	2.9	1.6	2,441
- ミネラルウォーター 果物及び野菜ジュース	1.3	3.9	5,884
飲料全体	16.6	14.4	21,635
タバコ	6.5	10.0	15,085
食費 (飲料, タバコを除く)	76.9	75.6	113,769

数値は INSEE の1995年の国民会計をもとに作成。

非アルコール飲料については、コーヒーや紅茶の消費が減少し、すでに述べたように、ミネラルウォーターやジュース類の消費が伸びている。このように、40年前に比べると、食費に占める飲料費の割合は確かに落ちてはいるが、すでに述べたように食費の絶対額が伸びるなかで、飲料費の額も、飲料嗜好の高級化とあいまって、増え続けている。

以上はフランス全体の飲料消費の割合と額であるが、次にこの40年間の飲料消費の量的な推移を個人レベルで見よう。以下にかかげる表5から見えるのは、フランス人家庭では、1990年代に食卓における飲料消費の変化が起こったのではないかということである。つまり、それまでは、ワインの消費の方がミネラルウォーターの消費を上回っていたが、1990年代を境にして消費量は逆転し、食卓で多く飲まれるのはワインよりもむしろ

表5. 飲料の個人消費の推移⁴⁷⁾(リットル)

	1960	1970	1980	1990	2001
ワイン	174.3	143.0	122.9	91.3	78.9
テーブルワイン	157.4	123.8	99.7	57.5	41.5
高級ワイン	16.9	17.8	21.0	31.3	34.8
シャンパーニュ	—	1.4	2.2	2.5	2.6
ビール	48.2	55.4	57.0	49.7	41.0
シードル	35.9	21.1	9.7	8.1	6.9
蒸留酒, リキュール等	5.8	7.8	8.9	7.7	9.1
15才以上のアルコール飲料総消費量	264.2	227.3	198.5	156.8	135.9
1人当たりアルコール総消費量	194.3	170.9	153.9	125.2	110.3
ミネラルウォーター		42.8	54.7	92.4	149.7
炭酸飲料		19.1	23.7	35.8	43.1
ジュース (ネクターを含む)		2.5	2.6	6.8	12.4
1人当たり非アルコール飲料総消費量		64.4	81.0	135.0	205.2
1人当たり飲料総消費量		235.3	234.9	260.2	315.5

数値は INSEE の1995年の国民会計をもとに作成。

ミネラルウォーターになったのではないかと推測されるのである。そして、もしワインを飲むとするならば、2回に1回は大衆的で安いテーブルワインではなくて、原産地呼称統制ワインのような高級ワインを飲むようになり、この傾向は年を追うごとに強まっているのである。もちろん、後で述べるように、職業別社会階層によって、飲むワインの量もグレードもかなりの差が見られるのは確かである。そして、あまり目立たないが変化しているものとして、テーブルワインと同様に大衆的なアルコール飲料であるシードル（リンゴ酒）の消費量がこの40年間に5分の1に落ちていることを指摘することができよう。これも恐らくアルコール飲料の高級化と関係があるように思われる。

フランスにおける飲料消費は、季節、家族構成、学歴、職業別社会階層、性別によって微妙な差異があることをクリスティーン・ボワゾが「家庭の飲料需要：家庭における推定消費量」⁴⁸⁾のなかで指摘しているので、ここで紹介しよう。まず、飲料消費は喉を潤し、渴きを癒す効果があるために、気候や温度の変化に大きな影響を受ける。そのため、季節によって飲料の種類別の消費に大きな違いが生じる。また、この飲料消費は年間の行事とも関係している。春や夏は喉を潤すような炭酸飲料やビールが好まれる。ところが、同じ炭酸飲料でも、発泡性ワインは春や夏に消費が落ちる。また、飲めば身体が暖まるアルコール度数が高い飲料は暑い夏には当然消費が落ちる。ワイン祭やワインの試飲即売会が行われる秋や、パーティーが続く年末には原産地呼称統制ワインやシャンパーニュのような発泡性ワインの消費が急激に伸びる。それと同時に、テーブルワインやビールやジュースの消費は落ちるといった具合である⁴⁹⁾。

アルコール飲料の消費に関しても、若干の地方差が存在するようである。生産地やそれぞれの地方の伝統によって飲料消費のすべてを説明できるわけではないが、ある種の傾向を示すことができるようである。例えば、世界的にも名が知れたブルゴーニュワインの生産地であるブルゴーニュ地方では、原産地呼称統制ワインの消費が多い。これに対して、テーブルワイ

ンや特に地酒の産地であるアキテーヌ地方、ミディ=ピレネ地方、オーヴェルニュ地方、プロヴァンス=アルプ=コート・ダジュール地方では、テーブルワインの消費が原産地呼称統制ワインの消費よりも多い。また、ビールの消費はアルザス地方、ロレーヌ地方、フランス北部、中央フランス、ラングドック地方で多いが、最初の3地方は伝統的にビールの生産地であると同時に消費地でもある。また、ラングドック地方はフランス南部に位置するため、夏は気温が高く、喉を潤すためにビールが飲まれているのではないかと推測される。オート=ノルマンディ地方やイル=ドゥ=フランス地方はブルゴーニュ地方に比べると、度数の高いアルコールの消費量が多いが、ノルマンディ地方はこうした度数の高いアルコールの生産地である⁵⁰⁾。

家族構成も飲料の消費に関係している。例えば、3才以下の子どもがいる世帯では、かなりの額を炭酸が入っていないフルーツジュースの消費に充てる反面、高いアルコール度数の酒類や原産地呼称統制ワインや発泡性ワインの購入には最低限の額しか回さない傾向にある。この飲料消費の傾向は、子どものいない世帯の消費とは対照的である。若い世代の3分の1は、食事に際して、水以外のアルコールの入らない飲料を飲んでいる。また、3才以下の子どもを持つ世帯では、子どものいない世帯に比べると、ミネラルウォーターの購入により多く出費している⁵¹⁾。

学歴や職業別社会階層も飲料消費に少なからず影響を与えている。前期中等教育修了証書（日本の中卒に相当）が最も高い学歴の世帯、つまり学歴の低い世帯では、かなりの額をテーブルワインの消費に充てている。世帯主やその妻が初等教育修了証書の世帯、つまり非常に学歴の低い世帯では、世帯主がバカロレア取得者（日本の高卒に相当）の世帯以上に、アニス味のアルコールやビールの消費にかなりの額を出費するが、原産地呼称統制ワインにはあまり出費しない。高等教育修了証書を持つ世帯では、原産地呼称統制ワインやミネラルウォーターはもちろんのこと、その他の炭酸飲料以外の飲料に多く出費するが、テーブルワインやアニス味のアル

コール飲料の購入にはあまり興味を示さないという結果がでている⁵²⁾。

職業や年齢、あるいは性別と飲料費の関係も指摘しておこう。年齢が高くなるにしたがって、ワインとミネラルウォーターの消費量が増えていく⁵³⁾。75才以上の男性の実に87%が何らかのアルコールを毎日飲んでいる。ただし、いちばんアルコール消費量が多いのは男性では45才～54才、女性では35才～44才である⁵⁴⁾。工場労働者と農業者は、一般事務員よりも、ビールやテーブルワインの消費により多く出費している。また、一人暮らしの女性は、カップルの世帯よりも、ミネラルウォーターや発泡性ワインに余計出費するが、アニス味のアルコールやテーブルワインの購入にはわずかし出費しない⁵⁵⁾。もちろん女性は男性に比べてアルコールの消費の割合も少なく、66%の男性が定期的にアルコールを飲んでいるのに対して、女性は39%しか飲んでいない⁵⁶⁾。

また、ワインの購入には、家のなかに地下貯蔵庫やワインセラーあるいはワインの整理棚があるか否かという物理的な条件も関係している。ワインを貯蔵する何らかの設備を有している世帯は、原産地呼称統制ワインの購入にかなり高額を出費している⁵⁷⁾。

以上のように、フランスは世界でも有数のワイン生産・消費国であるが、それでもワインは伝統的で日常的な飲み物から次第に嗜好性の強い飲み物へと変化しつつある。ワインの消費は次の項で述べる食の簡素化とも無関係ではないだろう。時間をたっぷりかけて取る濃厚な味の食事にワインはぴったり合うが、簡素化された食事には深い味わいのワインは似合わない。ワインはある意味で祭日や特別な日に飲む飲み物へと次第に変化しつつあるのかも知れない。若い世代では食事の際にもワインを一切飲まない人たちがかなりの数にのぼっている。時代は変わり、ワインの消費も大きく変わろうとしている。

だが、変わったのはワインの消費だけではない。表5に示しているように、1人当たりのアルコール総消費量が40年前に比べるとほぼ半減しているのである。そして、このアルコールの消費の減少を補うかのように、1人当

たりの非アルコール飲料の総消費量が30年前に比べると、3倍にも増えている。こうした飲料消費の激変の背景にはもちろん社会やライフスタイルの変化があると同時に、アルコールの功罪に対する世論の関心の喚起があるものと思われる。というのも、数値は少し古いが、消化器疾患や神経系疾患の死亡の3分の1、ガンによる死亡の13%、交通事故死の40%、肝硬変による死者8,954人(1996年)がアルコールに起因していたからである。この他にもアルコールは自殺や殺人の原因ともなっていた。そして年間60,000人(1996年)の人がアルコールによって命を落としていたからである⁵⁸⁾。こうした事実を認識させられたフランス人消費者はアルコールをより味わい楽しむために、アルコールを晴れのものとし、アルコールの脱日常化を図っているのではないかと思われる。

Ⅳ. 食卓をめぐるさまざまな変化

1. 簡素化する食事

フランス料理と言えば、前菜、主菜、チーズ、デザート等によって構成され、時間をおいてそれぞれの料理が出され、主菜は濃厚なバターやクリーム味というイメージがあるが、こうした伝統的なフランスの食事の形態や内容も、時代の変遷とともに変化しようとしている。

昼食の38%は伝統的な食事形態である「フランス料理三幕構成」とも呼ぶことができる前菜+主菜+チーズ+デザートといった伝統的な食事の構成であるが、39%はそれよりも簡素化した前菜+主菜+デザートとの構成を取り、伝統的な食事形態よりも、簡素化された食事形態の方が多くなっている。そのうえ、この簡素化された食事形態が次第に増えつつある。また、主菜だけという食事も13%ある。ただ、食事が量的に減った分、それを補うかのように、3分の1の大人が間食をしている。こうした食事の簡素化の原因としては、①仕事を持つ女性が多数派を占め、前の世代よりも料理に時間をかけることができなくなった、②仕事のために食事時間を

節約する、③家族の食事時間がまちまちである、④個人主義の台頭、⑤食欲の減退などがあげられる⁵⁹⁾。

では、それぞれの食事でフランス人はいったいどのようなものを食べているのだろうか。乳製品に関するアンケート調査のために乳製品に関する記述が多いが、朝食では56.4%の割合で何らかの乳製品が食べられている。パンと飲み物が中心のコンチネンタル風の朝食では、バターが86%で乳製品としては最も多く使用されている。牛乳の摂取は42%である。8%の世帯で取られているアングロサクソン風の朝食では、牛乳の摂取は66%、チーズは27%と、乳製品の摂取が多いのが特徴的である。また、簡素化された朝食は22%の世帯で取られているが、飲み物と乳製品（あるいは飲み物だけ）の場合には、牛乳の摂取が76%と牛乳が好まれている。昼食は野菜や穀類の付け合わせの肉か魚の暖かい料理が一般的である。そして、料理の構成と割合は、①前菜+付け合わせ添え肉・魚料理+チーズ+デザート38%、②付け合わせ添え肉・魚料理+チーズ+デザート34%、③一品料理13%、④前菜+主菜5%、⑤サンドイッチ5%となっている。伝統的な①の食事では、51%の人がチーズを食べているが、簡素化された②の食事では、チーズを摂取する人の割合は25%に落ちる。ただ、①の38%、②の30%で、乳製品がデザートとして食べられている。夕食は昼食に比べると内容も量も軽く、スープ、ピザ、キッシュ、塩味のタルト、ハム・ソーセージ類、チーズなどが食されている。こうした簡素化された夕食には、80年代から消費が伸びている調理済み食品や冷凍食品が多く使用されているものと推測される。また、夕食にはヨーグルトや乳製品のデザートが朝食よりも多く摂取されている。このように簡素化された夕食の方が多数派を占め、伝統的な食事形態はもはや29%と少数派になってしまった⁶⁰⁾。

食事時間も変化している。フランス人は毎日の食事のために2時間14分を費やしている。ただ、これは1986年に比べると、12分長くなっていて、食事時間、特に夕食の時間が安定してきていることを示している。平日の平均的な食事時間は33分で、週末は45分である。夕食時間は安定していて、

1時間を少し上回る時間を費やしている。勤務時間が週35時間に短縮されたおかげで、例えば1980年にはたったの10分しかなかった朝食時間にも、2001年には18分かけられるようになった。週末の朝食時間も、1998年には21分であったが、2001年には34分にまで伸びている。その反対に、食事の準備時間は、女性の社会進出の一般化や、冷凍庫や電子レンジの所有率の向上によって、減少傾向にある。平日の平均的な準備時間は1998年には42分であったが、2001年には36分と数年間で6分も短くなっている。また、週末も1988年には60分であったが、2001年には44分に短縮されている⁶¹⁾。

食事内容や食事時間について述べたが、フランス人はいったいだれといっしょに食事を取っているのであろうか。まず、朝食であるが、朝食抜きの人にはフランス人の10%にのぼっている。また、朝は家族そろって食事をする雰囲気にはほど遠く、55%の人がたった一人で食べている。18%はカップルで、そしてわずか8%の人が家族そろって食べている。7%は父親抜きで、母親が子どもたちと食べている。また、2%は自宅以外の場所で朝食を取っている。平日の昼食は75%のフランス人がまだ家庭で取っている。31%の人は一人で、6%は子どもたちと、23%はカップルで、11%は家族といっしょに取っている。25%は外食であるが、勤め人ではこの数値は2倍に増える。自宅での昼食は台所で取られることが多く(57%)、食堂で取られるのは31%である。だが、4%の人はソファのうえで機内食のようなトレーに載せた簡単な食事を取っている。また、8%の人は昼食を取る決まった空間がない。朝食や昼食に比べると、夕食は家で家族そろって取られる比率が高い。34%の人は家族そろって、33%の人はカップルで、24%の人は一人で、6%は子どもたちと、2%の人は家族以外の人たちと取っている。家族そろっての夕食には、半数近く(49%)の家庭で食堂が使用されている。簡素になったとはいえ、夕食は3食のなかでは最も重要な食事と位置づけられているようである。ただ、夕食にトレー食を食べるフランス人の数は8%にのぼっているし、6%の人は夕食を食べる特定の空間がないと答えている。69%のフランス人は昼食は一定の時刻に自宅で

取ると答えている。夕食もほぼ似たようなもので、68%の人は同じ時刻に食べると言っているが、32%の人は不定期的と答えている⁶²⁾。

家族の形態や仕事の有無によって食事の取り方もさまざまであるが、それでもフランス人にとって食事の内容は次第に簡素化されてきてはいるものの、食事は家族を結びつける重要なひとときであると言えるのではなからうか。

2. 肥満の増化

一般的に BMI Body mass index (フランス語では IMC Indice masse corporelle, 日本語ではボディマス係数と呼ばれている) は体重 (kg) を身長 (m) の 2 乗で割った数値であり、肥満度を表わすが、22が標準と言われ、25から29.9になると軽度肥満、30を越えれば肥満と位置づけられている。ところが、15才以上のフランスの総人口の実に30.3%、1440万人が軽度肥満の状態にある。また、BMI が30を越える肥満の人の割合も人口の11.3%、つまり540万人にも達している。これらの数を合計すると、フランス人のおよそ2人に1人(人口の41.6%、ちなみにアメリカ合衆国ではこの数値は64%にもものぼる)が軽度肥満か肥満ということになる。また、100人に3人は体重が100kg以上もあり、100人に1人は体重が110kgを越えている。この傾向は、東西南北、老若男女、職業別社会階層を問わず、今や全国各地に広がっている。次の表6は1997年と2003年の年齢別の軽度肥満と肥満の比率を表したものである。この表からは、わずか6年の開きしかないにもかかわらず、その間に軽度肥満や肥満が急速に増加していることが分かる。肥満の増加率は男性よりも女性に著しく、1997年には女性の肥満率は7.9%しかなかったが、2003年には11.3%にまで増加している。45才以上の男性の3人に2人が軽度肥満か肥満であり、45才以上の女性も半数近くが軽度肥満か肥満に分類されている。また、病的な肥満(例えば、身長180m、体重130kg)の人たちはフランスにはおよそ10万人いる。病的な肥満は特に45才から54才までの年齢層に多く、また女性の比率が高く、

女性は男性の2倍も病的肥満の人がいる。しかしながら、このように急増するフランスの肥満率ではあるが、アメリカ合衆国の23% (OECDの2000年の調査による、以下同様)、イギリスの21%、ハンガリーの19%、ドイツの18%、オーストラリアの18%などの肥満大国には遠く及ばないものの、フランスはもやは昔のような肥満とは無縁の国とは言えなくなってしまったことは事実である。このように、フランスの肥満率はまだ他の先進諸国よりも低いとはいえ、1997年に8.2%、2000年に9.6%であったことを考えると、他国に追いつくことはもや時間の問題と言えるのではなからうか⁶³⁾。

表6. 年齢別男女の肥満率⁶⁴⁾ (%)

年 齢	2003年男性		2003年女性		1997年男性		1997年女性	
	軽度肥満	肥 満	軽度肥満	肥 満	軽度肥満	肥 満	軽度肥満	肥 満
15~24才	9.2	1.9	10.2	2.6	8.8	2.1	7.3	1.4
25~34才	30.5	7.5	17.7	9.1	28.3	5.2	13.5	5.7
35~44才	36.5	11.3	21.7	11.8	36.8	7.6	17.8	7.9
45~54才	47.4	14.6	24.2	14.1	45.3	11.5	24.1	10.0
55~64才	47.6	18.1	32.3	14.1	50.6	14.8	35.7	11.8
65才以上	51.4	15.3	34.3	15.5	48.8	12.3	33.9	10.5
全国平均	37.4	11.4	23.7	11.3	35.3	8.4	22.3	7.9

数値は Roche / Soffres のアンケート調査による。

肥満は大人だけの問題ではない。子どもの肥満が大人同様に近年急速に増加している。5才から12才の肥満率は1980年には6%でしかなかったが、2003年には12%と、20年間で肥満はおよそ2倍に増加している。今や子どもの8人に1人が肥満という深刻な事態とさえなっている。また、5才児の軽度肥満の割合は、1980年代の終わりにはわずか2%しかなかったが、2003年にはその6倍の12%にまで増加している。肥満と軽度肥満を合わせると、5才児の実に4人に1人が太った子どもということになる。子どもの肥満や軽度肥満は低年齢だけに限ったことではない。7才から9才まで

の子どもの軽度肥満の割合は18%、肥満は4%となっている。こうした子どもの肥満は、肥満児が肥満の大人になる確率が高いだけ余計に懸念されるのである。例えば、2才で肥満の子どもは、他の子どもに比べると、大人になってから肥満になる確率が30%高いと言われている。また、両親のどちらか一方が肥満であると、その子どもは普通の体型の子どもに比べて3倍肥満になる。また、両親とも肥満の場合には、その子どもは普通の子どもに比べて14倍も肥満になり、50%から80%の高い確率で肥満になる。肥満になるのは30%が遺伝によるものと見なされている。このように、子どもの肥満は将来にわたってさまざまな問題を抱えるだけに大人以上に深刻である⁶⁵⁾。

さて、以上述べた肥満の増加はフランス社会全体を覆う問題であるが、それでも職業別社会階層によって若干の違いが見られるようである。例えば、職人の肥満率は、1997年には10.8%であったが、2003年には16.1%と平均値をいずれも上回っている。これに対して、高級管理職や自由業の人たちは、他人の管理だけでなく自己管理も厳しく問われ、また人の注目を浴びる地位に就いているだけ余計に身だしなみや身体の線には気をつけなければならないことから、肥満率も平均の半分であるが、それでも肥満の増加は社会一般の増加率と同様の数値を示している。肥満率はフランスでは学歴とも関係があると言われている。学歴が高いほど肥満率が低く、初等教育修了者の20%が肥満であるが、大学院修了者はわずか5.7%だけが肥満である。また、肥満は居住する地方とも関係がある。北部は肥満率が高く、ノール＝パ＝ドゥ＝カレ地方では15.3%、シャンパーニュ＝アルデンヌ地方では15.4%が肥満である。肥満率が最も低いのはブルターニュ地方の8.9%である。次いで、ローヌ＝アルプ地方やミディ＝ピレネ地方の9.3%である。2000年から2003年にかけて逆に肥満率が下がった地方も3つあり、オート＝ノルマンディ地方、アルザス地方、ロレーヌ地方があげられる。これに対して、パリの肥満の増加率は全国で最も高いという結果が出ている⁶⁶⁾。

肥満率が全国平均よりも高いピカルディ地方では、肥満は職業別社会階層、学歴、家族構成、食生活などと有意な関係にあるという結果が出ている。この地方では、学歴が低いほど、肥満率も高い。例えば、無資格者が初等教育修了証書所有者では肥満20.1%、軽度肥満42.3%、バカロレア以下の修了証書所有者では、肥満12.0%、軽度肥満34.0%、バカロレアレベルの学歴では、肥満5.8%、軽度肥満27.5%、高等教育2年修了者では、肥満9.3%、軽度肥満23.1%、大学修了者では、肥満4.1%、軽度肥満24.8%⁶⁷⁾と、学歴と肥満は密接な関係にあることが分かる。もちろん、年齢も肥満と大きな関係がある。年齢が高くなるにつれて、肥満や軽度肥満の割合は高くなる。例えば、18才から29才の男性では、肥満5.4%、軽度肥満19.2%、同年齢の女性では、肥満4.4%、軽度肥満10.8%であるが、30才から64才までの男性では、肥満14.0%、軽度肥満48.1%、同年齢の女性では、肥満16.0%、軽度肥満27.6%となり、65才以上の男性になると、肥満19.3%、軽度肥満55.7%であり、同年齢の女性では、肥満20.8%、軽度肥満40.9%という結果が出ている⁶⁸⁾。つまり、ピカルディ地方の65才以上の住人の実に10人に6~7人が肥満か軽度肥満なのである。こうした肥満は食生活と密接な関係にある。中でも特に肉食と肥満は有意な関係にあると言われている。また、魚の良質な蛋白質の日常的な摂取は健康のためにも推奨されている。ところが、この地方では、伝統的に肉食の習慣があり、毎日肉を食べるフランス人の割合が69.0%であるのに対して、この地方ではその割合は79.4%にのぼっている。これに対して、魚を毎日食べる割合は、全国平均が5.7%に対して、ピカルディ地方では4.1%と低率である⁶⁹⁾。また、肥満は食材だけでなく、それを購入する収入とも関係している。給与の月額が1500ユーロ以上の人が日常的に魚を食べる率は76.9%であるが、それ以下の収入の人が魚を食べる率は62.9%と低くなる。ここには当然学歴も関係している。例えば、高等教育2年修了者が日常的に魚を食べる率は85.2%であるが、それ以下の学歴の平均は64.9%である⁷⁰⁾。ここから言うことができるのは、学歴が高く、従って、多くの場合給与も高い人

たちは、栄養に関するさまざまな知識を得ることによって、食生活にも注意し、より健康的な生活を送るように心がけるが、多くの高齢者を含む学歴の低い人たちは、便利で摂取カロリーも少なくなった近代生活のなかで、栄養に関する情報を得ることもなく、依然として伝統的な食生活を送り、肥満や軽度肥満に陥っているということである。

フランスでは近年健康志向が高まっている。それはすでに述べたように、食料品の消費にも現れている。しかしながら、正しい食生活を送るためには、正しい栄養の知識が必要であり、そうした情報を得ない人たちは、あるいは得ようとしない人たちは、自分の食生活に何の疑問も抱かずに伝統的な食生活を続け、また、安価で手軽で高カロリーの工業生産物を摂取することによって、肥満や軽度肥満になっている。豊かな社会では、栄養知識の欠如や低い収入が肥満に結びつく、つまり学歴が低く貧しい人たちがほど太っているという、貧しい社会では考えられない逆説が起こっているのである。

V. むすびにかえて

フランスではこの30年あまり食文化においてもさまざまな変化が起こっている。一方では、それまでの伝統的な食文化や食生活を見直して、近代的な生活に合わせた生活を送ろうとする人々がいる。ところが、他方では、伝統的な食生活を続けたり、自らの食生活を見直さずに肥満や軽度肥満に陥っている人々が増えている。肥満や軽度肥満はさまざまな病気とも直結するため、社会問題とさえなっている。肥満や軽度肥満は、一方で伝統的な食文化とも関係し、他方で、高度で便利な消費社会のなかでの消費者としての知識の欠乏にも関係している。社会や文化は時代によって次第に変化するものである。文化は継承するだけでなく、時代や社会の変化に適合した見直しも必要になってくる。特に食文化はそうである。いかなる意識を持って臨み、生活するのが問題であろう。

註

- 1) 国立統計経済研究所 INSEE Institut National des Statistiques et des Etudes Economiques が出している統計資料では、食費として出されている数値の多くは、純然たる食費だけでなく、アルコール飲料費やタバコ代が含まれている。しかしながら、場合によっては、純然たる食費として出されているものもあり、アルコール飲料費などが含まれるものと、含まれないものの二つの数値が混在している。本論では、アルコール飲料費などを含む数値を出している。
- 2) Christine Monceau, Elyane Blanche-Barbat, Jacqueline Echampe, Jean-François Baron, "Evolution de la consommation des ménages depuis 40 ans" INSEE, 2002, p. 1.
- 3) Ibid.
- 4) Ibid.
- 5) 原輝史編, 『フランスの経済』「第1章フランス経済の生成と発展」(原輝史著), 早稲田大学出版部, 1993年, pp.24~25. アメリカのマーシャル・プランによって導入されたマーシャル資金は、鉄道、電力、石炭、鉄鋼、農業機械、セメントの6分野に重点的に配布され、戦後経済は復興され、近代化が行われた。戦後復興は順調に進み、国民粗生産は1949年には戦前(1938年)の水準に達した。工業生産は1947年に戦前(1938年)の水準を取り戻し、1950年にはそれぞれ28%, 1952年には45%凌駕した。
- 6) *Productions animales*, 10, 1997, INRA, p. 2.
- 7) Danielle Besson, "Boissons alcoolisées : 40 ans de baisse de consommation", in *INSEE PREMIERE N° 966*, -MAI 2004, p. 2.
- 8) "Evolution de la consommation des ménages depuis 40 ans", p. 1.
- 9) Gérard Mermet, *Francoscopie 1999*, Paris, 1998, p. 188.
- 10) "Evolution de la consommation des menages depuis 40 ans", p. 1.
- 11) Ibid.
- 12) 『フランスの経済』「第3章 EC 統合と主要産業」(田中友義著), p. 52.
- 13) Ibid.
- 14) "Evolution de la consommation des ménages depuis 40 ans", p. 2.
- 15) "La consommation des ménages en 2005", in *Synthèse des résultats*, INSEE, 2005, p. 3.
- 16) Pierre Combris, "Consommateurs et consommation alimentaire en France quelques éléments de prospective", INRA-CORELA, 1996, p. 1.
- 17) Ibid.
- 18) Tableau de l'Economie Française-Edition 2006, Consommation moyenne de quelques produits alimentaires, INSEE, 2006.
- 19) 『フランスの経済』「第3章 EC 統合と主要産業」, p. 62.
- 20) "Productions animales," p. 9.
- 21) Ibid., p. 2.
- 22) Ibid.

- 23) Ibid., p. 1.
- 24) “Productions animales”, p.2. ここでは「動物性脂肪目の敵」と訳したが、原著では「動物性脂肪に対する戦争」となっている。それだけ、社会的な認識の高まりが感じられる。
- 25) Ibid.
- 26) “Evolution de la consommation des ménages depuis 40 ans”, p. 3.
- 27) Ibid. ここでいう「伝統的食品」とは、ジャガイモ、乾燥野菜、たまご、小麦粉、コメ、パン、パスタ類などを指している (Ibid., p. 6)。この乾燥野菜とは、主として伝統的なフランスの家庭料理に使用される乾燥された白インゲンや赤インゲンなどの豆類を特に指すものと思われる。
- 28) “Productions animales”, p. 3.
- 29) “Evolution de la consommation des ménages depuis 40 ans”, p. 3.
- 30) “La consommation des ménages en 2003”, INSEE, 2004, p. 4 ; “La consommation des ménages en 2004”, INSEE, 2005, p. 3.
- 31) Christine Monceau, Eliane Blanche-Barbat, Jacqueline Echampe, “La consommation alimentaire depuis quarante ans - De plus en plus de produits élaborés”, in *INSEE PREMIERE N° 846*, mai 2002. この部分は INSEE が出している上記の論文の抜粋からの引用である。
- 32) “Premiers résultats de l’enquête santé”, in *INSEE PICARDIE Relais N° 142-143-2005*, pp. 4-5.
- 33) “Le marché, les produits - La consommation alimentaire en France”, Toupargel, p. 2.
- 34) “Evolution de la consommation des ménages depuis 40 ans”, p. 2.
- 35) “*Première no 832*”, INSEE, février 2002.
- 36) “Le marché, les produits - La consommation alimentaire en France”, p. 2.
- 37) “Evolution de la consommation des ménages depuis 40 ans”, p. 4.
- 38) Ibid., p. 2.
- 39) “Baromètre TPL CNIEL 2003-2004”, cité par cidilait com., 2006.
- 40) Ibid.
- 41) cidilait com., 2006.
- 42) Sécodip : “Etude sur le comportement des acheteurs de fromages” journée Cidil du 11 janvier 2000, citée dans “La consommation des produits laitiers en 1999 : Tendances”, fraomage com.
- 43) “Consommation des produits laitiers en 1997”, fromage com.
- 44) “La consommation par habitant en 2005”, cidilait com.
- 45) Dominique et Michèle Frémy, *Quid 2006*, Paris, 2005, p. 1618. ワインの1人当たりの消費量の10傑を示すと、第1位フランス64.3リットル、第2位イタリア58.8リットル、第3位ルクセンブルグ58.61リットル、第4位ポルトガル51.6リットル、第5位オース

トリア50リットル, 第6位スイス42.91リットル, 第7位デンマーク39リットル, 第8位ドイツ38.4リットル, 第9位スペイン36リットル, 第10位ハンガリー32.31リットルである。ちなみに, 日本人は年間1人当たり3リットルを飲んでいる。なお, 第3位のルクセンブルグの消費量であるが, この消費量には一考を要する。というのも, この国ではアルコールに課せられる税金が他国よりも安いことから, 近隣諸国からこの国にワインを買いにやってくる観光客が多い。そのために, 実際にルクセンブルグの国民が消費したワインの量よりも多い量が国家会計に計上されていると想定される (“Boissons alcoolisées : 40 ans de baisse de consommation”, in *INSEE PREMIERE N° 966 - MAI 2004*, p. 4)。

- 46) “Boissons alcoolisées : 40 ans de baisse de consommation”, p. 2.
- 47) *Ibid.*, p.3.
- 48) Christine Boizot, “La demande de boissons des ménages : une estimation de la consommation à domicile”, in *ECONOMIE ET STATISTIQUE N° 324-325*, INSEE, 1999.
- 49) *Ibid.*, pp. 147-148.
- 50) *Ibid.*, p. 148.
- 51) *Ibid.*
- 52) *Ibid.*
- 53) *Ibid.*
- 54) Gérard Mermet, *Francoscopie 1999*, Paris, 1998, p. 79.
- 55) “La demande de boissons des ménages : une estimation à domicile”, p. 148.
- 56) *Francoscopie 1999*, p. 79.
- 57) “La demande de boissons des ménages : une estimation”, p. 148.
- 58) *Francoscopie 1999*, p. 78.
- 59) “La consommation par habitant en 2005”, cidilait com.
- 60) *Ibid.*
- 61) Gérard Mermet, *Francoscopie 2005*, Paris, 2004, p. 187.
- 62) *Ibid.*, p. 188.
- 63) *Ibid.*, pp. 38-39.
- 64) *Ibid.*, p. 39. この表はフランス語のテキストを筆者が訳して作成したものであるが, より分かりやすく示すために本文の内容にそって一部内容をつけ加えた。
- 65) *Ibid.*, pp. 39-40.
- 66) *Ibid.*, p. 40.
- 67) “Premiers résultats de l'enquête santé : L'hygiène de vie des Picards”, in INSEE PICARDIE Relais n° 142-143, 2005, p. 3. ピカルディ地方の肥満や軽度肥満に関する数値は, 2002年から2003年に行われた健康に関するアンケート調査の結果である。以下にかかげる数値も同様に, このアンケート結果によるものである。
- 68) *Ibid.*, p. 4.
- 69) *Ibid.*
- 70) *Ibid.*, p. 5.