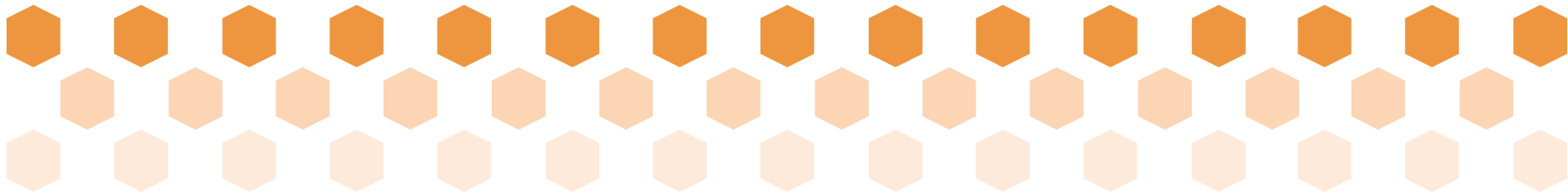


重点課題「食の循環や環境を意識した食育の推進」関連



2018年3月29日

農林水産省
食料産業局

学校給食での地場産農林水産物の活用について

- 学校給食法の改正（平成20年6月成立、平成21年4月施行）により、学校給食において地場産農産物の活用に努めることなどが規定。
- 食育基本法に基づく第3次食育推進基本計画（平成28年3月策定）において、学校給食での地場産物の利用割合を平成32年度までに30%以上とする目標が定められ、取組を推進（平成28年度25.8%）。
また、国産の食材を利用する割合は平成32年度までに80%以上とする目標が定められ、取組を推進（平成28年度75.2%）。



生産者が講師となった学習会



生産者との交流給食



生産者による納品

学校給食での地場産物活用の意義

- 児童生徒がより身近に実感をもって、地域の自然、食文化、産業等について理解
- 食料の生産、流通等に当たる人々の努力をより身近に理解
- 生産者や生産過程等を理解することによる食べ物への感謝の気持ち
- 新鮮で安全な食材を確保
- 流通に要するエネルギーや経費の節減、包装の簡素化等による環境への貢献
- 生産者側の学校教育に対する理解と連携・協力関係の構築
- 日本や世界を取り巻く食料の状況や食料自給率に関する知識や理解を深め、学習意欲が向上

＜出典＞「食に関する指導の手引きー第1次改定版ー」（平成22年3月 文部科学省）

(参考) 学校給食等における食育の推進

- 都道府県等が行う学校給食における食育活動を支援。

● 学校給食を通じた地域の食文化の保護・継承活動の推進 ● 食育推進の補助事業を活用した取組事例

- 幼少期は食の大切さを学ぶ重要な時期であり、和食文化を伝える場として、給食の果たす役割は重要。



味噌づくり体験

- このため、地域の食育活動の支援においても、和食給食の普及に向けて、和食給食の献立の開発・提供の取組を実施。また、子供や学校給食関係者を対象にした和食に関する授業や調理体験を実施。



- 町内の保育所・小中学校を対象に、町内産の食材を活用した給食の献立を開発。年1回、高校生が考案した地場産品を活用した給食メニューを取り入れ、試食会を開催するとともに、高校生によるメニュー紹介や特産品とその栄養についてのミニ講話を児童生徒に対して実施。【平成29年度、北海道平取町】



保育所での試食会



高校生によるミニ講話

- 県内の小学校において、和食と狭山茶に関する食育授業を実施。埼玉県の特産物である「狭山茶」の製造方法や茶葉を使った料理の紹介、お茶の淹れ方などの実習を実施。【平成29年度、埼玉県】



日本茶インストラクターによる説明



お茶の淹れ方実習

農林漁業体験（教育ファーム）を通じた食育の推進

- 「食」に関する関心や理解を増進するとともに、自然の恩恵や「食」に関わる人々の様々な活動への感謝の念や理解を深めるため、教育ファーム等農林漁業体験の機会の提供を積極的に推進。
- 食や農林水産業の重要性の理解を通じて、国産農林水産物のサポーターの増加につなげる。

●教育ファームとは

自然の恩恵や食に関わる人々の様々な活動への理解を深めること等を目的とし、農業者団体等が生産現場に消費者を招き、一連の農作業等の体験の機会を提供する取組。

《期待される効果》

- ・生産者と消費者との信頼関係の構築
- ・食と農林水産業への理解
- ・食品の安全性への理解
- ・食品ロスの発生抑制 等

→ 国産農林水産物のサポーター増につなげる

〔食育基本法（平成17年法律第63号）
第3条、第23条関係〕

●農林漁業体験の取組事例

西三河農業協同組合（愛知県）

西尾市内小学校全18校を対象に、教諭、地域農業協力者、地域住民、PTAの協力を得て米作り体験学習を実施。

毎年3月に全小学校教諭、地域農業協力者、行政関係機関が集まり、意見交換会を実施し、次年度の取組に反映するなど、地域ぐるみで継続できる体制を確立。

（平成29年度 食育活動表彰 農林水産大臣賞）



田植え体験

特定非営利法人 だいできっず（愛知県高浜市）

一般市民、養護学校、福祉団体児童、関係企業の家族などの親子を対象にした「だいでプロジェクト」（大豆の種まきから収穫、豆腐作りまでの一連の体験活動）を主軸に、食育活動に取り組んでいる。



（平成27年度 食と農林漁業の食育優良活動表彰 農林水産大臣賞） 枝豆収穫

農林漁業体験活動の効果

- 農林漁業体験、加工・調理体験、食体験、工場見学など食料の生産から消費に至るまでの一連の体験活動を組み合わせることは、消費者の食や農林水産業の理解増進にきわめて重要。
- 学校教育のみではなく、幅広い世代に応じた質の高い体験機会の提供を推進。

●食に対する意識の高まり

農業体験をきっかけに、意識が強まったこと

なるべく日本産を選んで食べる（78%）

食事はなるべく残さず食べる（86%）

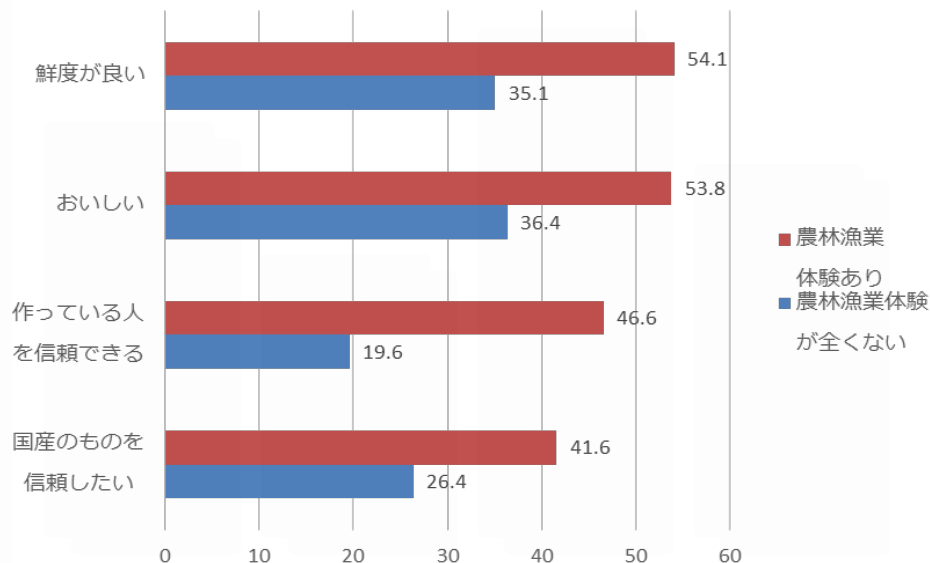
栄養バランスのとれた食事を心がける（78%）

旬の食材を日々の食卓に取り入れる（66%）

●生産現場への理解や信頼が醸成

○国産野菜を選ぶ理由の割合比較

（農林漁業体験の有無）（複数回答）



資料: 農林水産省(「教育ファームアンケート調査」)(平成27年3月公表)

注1: 全国の20歳以上の男女を対象

注2: 「農林漁業体験あり」はアンケート調査(回答総数662人)。

「農林漁業体験ありが全くない」はインターネット調査(回答総数1,983人)。

フード・アクション・ニッポンについて

- 平成20年10月、国産農林水産物の消費拡大を図るため、民間企業・消費者・国等が一体となって進める国民運動として、「フード・アクション・ニッポン」を立ち上げ。
- 趣旨に賛同する「推進パートナー」への登録やロゴマークの利用を企業等に呼びかけるとともに、推進パートナーが行う国産農林水産物に関するフェア・イベントや国産原料を使用した商品等の情報について、SNS等により消費者に発信。
- 推進パートナーとして登録した企業・団体等の数は**10,146社**（平成30年1月末現在）。

シンボルマーク・メッセージ

国産の消費拡大に向けた国民運動



食の未来は、ニッポンの未来。そのために
“おいしいニッポンを”選択して、使う、食
べることで、その料理や素材、食文化や、
そのおいしくて、顔が見える安心が、
未来に引き継がれていきます。
“おいしいニッポンを”残す、創る。
そんな想いがこめられています。



子供たちの子供たちも、
その、ずーっと先の子供たちも
食べていけますように。

生産者の想いをYouTubeで発信

動画“「知る」って、おいしい。”

- “「おいしい」には、多くの生産者の愛と情熱が詰まっている。”人気子役の谷花音さんを主演にして、生産者の映像とともに配信。
- 農林水産省の公式YouTubeアカウント「MaffChannel」登録動画の中で、史上最高の約88万回の再生回数となっている。



フード・アクション・ニッポンの展開

○ フード・アクション・ニッポンの取組に賛同する企業・団体等（「推進パートナー」）のネットワークを拡大し、国産食材の販売促進やイベントの開催等、国産農林水産物の消費拡大に向けた取組を推進。

●フード・アクション・ニッポン アワード

- 国産農林水産物の消費拡大に寄与する取組を顕彰し、優良事例を全国に普及するため、平成21年度に創設。
- 平成28年度からは、**大手百貨店、流通、外食事業者等が審査委員**となり国産農林水産物の魅力を活かした優良な産品をコンテスト形式で発掘し、**各社の販路を通じて消費者に届ける**ことをコンセプトとして実施。
- また、平成29年度からは、フード・アクション・ニッポンのマーク等を通じて消費者に最も印象を与えた企業に対して、FAN MIP賞を授与した。

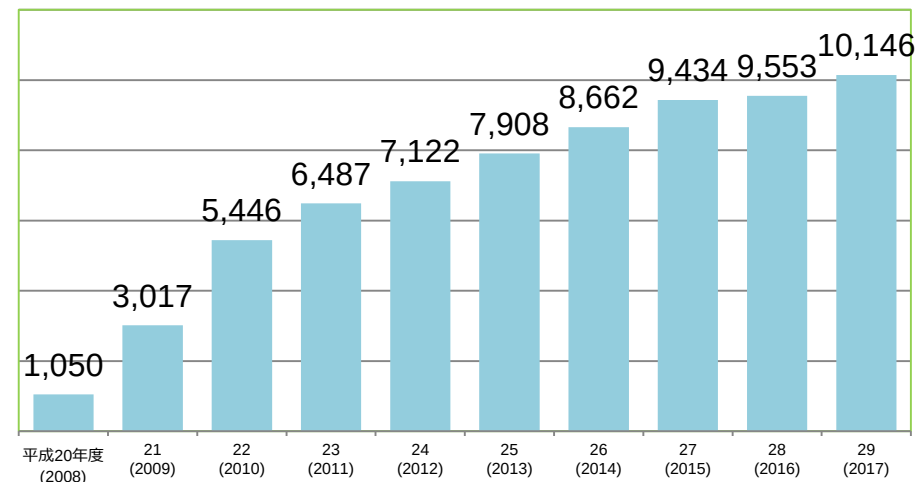


民間事業者による国産食材販売促進フェアの開催

国産の消費拡大に向けた国民運動



●推進パートナー数の推進



(注) 各年度3月末の数値、ただし29年度は1月末の数値⁷



最終審査会の様子



ロゴマーク



審査委員企業と受賞者の記念撮影