

# 第4次食育推進基本計画 重点事項 「新たな日常」やデジタル化に対応した食育の推進 に関する取組

委員名：堀切 功章

## 食品産業センターにおける取組

## 「新たな日常」やデジタル化に対応した取組（概要）

- リモートによるコミュニケーションツールを活用して、工場見学、出前授業、体験型の食育が、オンラインに切り替えて実施されている。
- オンラインで食育を実施するため、各企業で創意工夫がされており、取組内容は進化している。
  - （例）対象年齢に応じたプログラム
  - 学習用素材の事前送付して体験しつつ学べる
  - 双方向での意思疎通ができるようにする
  - 教育用の動画などコンテンツの作成
- オンラインによる食育については、距離の制約でリアルで参加できない方が参加できるとの積極的な評価もあり、コロナ終息後もリアルとオンラインの併用での取組が行われる見込み。

## (参考) 主要な会員企業の取組 (総括表)

|                     | ①オンライン<br>工場見学<br>2021年度実績 | ②WEB<br>出前授業<br>2021年度実績 | ③体験型<br>(料理体験、<br>農業体験等) | 関連する目標<br>(第4次食育推進<br>基本計画) |
|---------------------|----------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------------------|
| 雪印メグミルク<br>株式会社     |                            | ○<br>218回                |                          | ①④⑩<br>⑰⑱⑳                  |
| 日清オイリオ<br>グループ株式会社  |                            |                          | ○                        | ①②⑨⑩⑫<br>⑱⑲⑳                |
| ハウス食品グループ<br>本社株式会社 | ○<br>約6,000人               |                          | ○                        | ①②<br>⑱⑲⑳㉓                  |
| キューピー<br>株式会社       | ○ 1000回<br>約2.5万人          | ○ 28回<br>約1,300人         |                          | ①⑫<br>⑱⑲⑲⑲㉓                 |
| 味の素株式会社             | リアル見学<br>250回<br>約2万人      | ○<br>100回<br>約1万人        |                          | ①②④⑫⑭<br>⑱⑲⑲⑲㉓              |
| 株式会社明治              | ○ 41回<br>約2900人            | ○ 1000回<br>約10万人         |                          | ①④⑤⑨<br>⑲⑲                  |

# ① オンライン工場見学 事例

# ①ー1：オンライン工場見学の実施（ハウス食品グループ本社株式会社）

## ○取組内容：

- 2019年9月より、学校および一般団体等を対象に1コマ45分構成のオンライン（Zoom）工場見学を実施している。内容は、レトルトカレーの製造工程を中心に、カレー・スパイスの知識や安全・安心な製品づくり、ハウス食品グループにおける食品ロスや環境配慮への取組についても紹介している。
- 2021年度参加者：約6000名（1回当たり参加者：10～300人程度）



## ○取組の評価：

アンケートでは「おいしいカレーをつくってくれてありがとう」「カレーが食べたくなった」「来場での工場見学では入れない所を見ることができて嬉しかった」「オンラインにも関わらず、臨場感がよく伝わり、実際に工場見学をしている感じで参加できた」等の好意的なご感想を多くの参加者からいただいている。

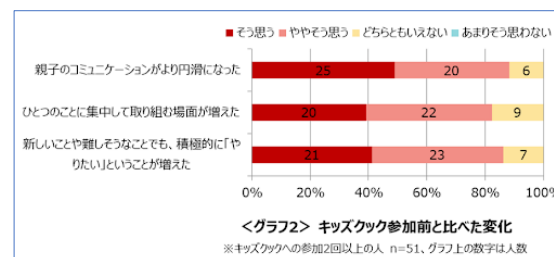
## ○関連する目標：

- ①食育に関心を持っている国民の割合
- ②朝食又は夕食を家族と一緒に食べる「共食」の回数
- ⑬環境に配慮した農林水産物・食品を選ぶ国民の割合
- ⑳食品ロス削減のために何らかの行動をしている国民の割合
- ㉓食品の安全性について基礎的な知識を持ち、自ら判断する国民の割合

## ①ー2：オンラインによる工場見学（キューピー株式会社）

### ○取組内容：

- マヨテラスと3工場で実施し、子どもからシニアまで幅広い世代の方に応じた10種類以上のメニューで、製品ができるまでの様子、対話やクイズで製品や食生活の改善に役立つ知識を発信。
- 2021年度は合計1,000回以上、参加者約25,000人



### ○取組の評価：

「キッズクック」はリピーターも多く、2回以上参加した人（保護者）のアンケートによると、参加後、子どもの挑戦意欲や粘り強さ、親子のコミュニケーションが円滑になるなど、ポジティブな変化が伺える

### ○関連する目標：

- ①食育に関心を持っている国民を増やす
- ⑫1日当たりの野菜摂取量の平均値
- ⑲環境に配慮した農林水産物・食品を選ぶ国民の割合
- ⑳食品ロス削減のために何らかの行動をしている国民の割合
- ㉓食品の安全性について基礎的な知識を持ち、自ら判断する国民の割合<sup>7</sup>

## ①ー3：オンライン工場見学（株式会社明治）

### ○取組内容：

- 小学校3～5年生を対象として、45分1コマのオンライン（Zoom）授業。  
「チョコレートの知識」と「チョコレートと健康」について考える授業。  
食品工場として安全・安心なものづくりに取り組んでいることを紹介。
- 1回当たり30～70人程度(1～2クラス)  
2021年度は41回実施（2,887名）



### ○取組の評価：

コロナ禍で行動制限がある中、また遠隔地で移動が難しい小学校からはリアルな工場見学に近い体験ができると高評価

### ○関連する目標：

- ①食育に関心を持っている国民の割合
- ②食品ロス削減のために何らかの行動をしている国民の割合
- ③食品の安全性について基礎的な知識を持ち、自ら判断する国民の割合

## ○取組内容：

- 小学生を対象、国内3工場で、安心・安全に配慮した原料・製造工程・品質 管理などの見学や食について学びを深める機会を提供する。

それぞれの工場の特徴を活かした見学コース（120分）

- 週に複数回、年間2万人・学校数250の実績（コロナ禍以前）

## ○取組の評価：

学校へ事前学習の情報提供、事後学習として  
社会科見学を深堀するためのWebをご用意して  
おり、学校・生徒からの評価も高い



味の素グループうま味体験館

## ○関連する目標：

- ①食育に関心を持っている国民の割合
- ②朝食又は夕食を家族と一緒に食べる「共食」の回数
- ①9環境に配慮した農林水産物・食品を選ぶ国民の割合
- ②0食品ロス削減のために何らかの行動をしている国民の割合
- ②3食品の安全性について基礎的な知識を持ち、自ら判断する国民の割合

## ② WEB出前授業 事例

## ②ー1：リモートで乳の食育出前授業の実施（雪印メグミルク株式会社）

### ○取組内容：

- 「牛乳の大切さを知ろう(低学年向け)」 45分1コマ  
「骨の成長に大切なことを考えよう(高学年向け)」 45分1コマ
- 1回当たり30人～100人程度(3クラス)

2021年度実績：218回実施



### ○取組の評価：実施校へのアンケート結果(一部を抜粋)

資料や動画など、とても分かりやすく良かったです。話し方もよく、子どもたちもワークシートに自分たちのペースで書くことが出来ていました。受付方法も簡単でした。ありがとうございました。

### ○関連する目標：

- ①食育に関心を持っている国民の割合
- ④朝食を欠食する子供の割合
- ⑩主食・主菜・副菜を組み合わせた食事を1日2回以上ほぼ毎日食べている若い世代の割合
- ⑰農林漁業体験を経験した国民(世帯)の割合
- ⑱山地や生産者を意識して農林水産物・食品を選ぶ国民の割合
- ⑳食品ロス削減のために何らかの行動をしている国民の割合

## ②ー2：オンラインによる小学校の出前教室（キューピー株式会社）

### ○取組内容：

- 小学生を対象に、食の大切さと楽しさを伝え、加えて野菜摂取の重要性も学べるよう、決して混ざることのない酢と植物油が、卵黄を加えることで乳化して混ざり合い、マヨネーズになっていく様子を動画を用いて説明。

- 2021年度は28回 1,272人参加

### ○取組の評価：

回収できたアンケートのほぼすべての学校が、実施後の児童の様子について「野菜のことを話題にするようになった」「野菜を食べようと努力するようになった」と回答



### ○関連する目標：

- ①食育に関心を持っている国民を増やす
- ⑫1日当たりの野菜摂取量の平均値
- ⑮産地や生産者を意識して農林水産物・食品を選ぶ国民の割合
- ⑰環境に配慮した農林水産物・食品を選ぶ国民の割合
- ⑳食品ロス削減のために何らかの行動をしている国民の割合
- ㉓食品の安全性について基礎的な知識を持ち、自ら判断する国民の割合<sub>12</sub>

### ○取組内容：

- 小学5年生を対象、学校教育と企業一体で学べる食育プログラムを提供することで、子どもたちの食意識を向上させ、健康なところとからだを育む

2コース選択「うま味・栄養のひみつ」「ものづくり・ほんだしのひみつ」1

- 1クラス単位の授業、年間1万人・学校数100の実績 リモート授業も実施

リモート型授業

### ○取組の評価：

試食・体験を重視（事後学習での実践含む）

事前学習、当日の授業、事後学習の3ステップで、事後学習（感想を含）後には修了書を発行しており、先生・生徒からの評価も高い。

リモート授業の様子 ([https://youtu.be/THY\\_2-Ve5KU](https://youtu.be/THY_2-Ve5KU))



### ○関連する目標：

- ①食育に関心を持っている国民の割合
- ②朝食又は夕食を家族と一緒に食べる「共食」の回数
- ④朝食を欠食する子供の割合
- ⑯環境に配慮した農林水産物・食品を選ぶ国民の割合
- ⑳地域や家庭で受け継がれてきた伝統的な料理等を伝えている国民の割合

### ○取組内容

- 小学校低学年～大人まで、世代に合わせて30を超える食育プログラムを展開。弊社の取り扱う素材（乳・カカオ豆）をテーマとした「みるく」「チョコレート」「ヨーグルト」「チーズ」など、また、健康な食生活を実現するための「栄養バランス」をテーマとしたセミナーを展開。
- 1回当たり30名～100名程度  
年間で約1,000回程度をオンラインで開催  
(受講者数：約10万人)



- 取組の評価：今まで活動できなかったエリアでの活動が可能となった。  
外部との接触に制限がある中で教育を止めない手段として高い評価を得ている。

### ○関連する目標：

- ①食育に関心を持っている国民の割合
- ④朝食を欠食する子供の割合
- ⑤朝食を欠食する若い世代の割合
- ⑨主食・主菜・副菜を組み合わせた食事を1日2回以上ほぼ毎日食べている国民の割合
- ⑳食品ロス削減のために何らかの行動をしている国民の割合

### ③ 体験型 事例

### ③ー1：小学生親子WEB食育企画（日清オイリオグループ株式会社）

#### ○取組内容：

- 小学生親子を対象として、オンライン上で食育と料理教室を実施(2020年11月28日)。(プログラム)

- ・湘南野菜の紹介や目利きの仕方の講演（JAさがみファーマーズマーケット「わいわい市藤沢店」協力）
- ・イタリア料理店シェフによる料理教室
- ・講師による食育講習も実施。

- 10組の参加者を募集(地元タウン誌、当社会員サイト)。

開催の様子は後日動画公開し、「食」に関する知識啓発の拡散を志向。



#### ○取組の評価：

終了後に参加者アンケートを実施⇒総合評価は全員「満足」

#### ○関連する目標：

- ①食育に関心を持っている国民の割合
- ②朝食又は夕食を家族と一緒に食べる「共食」の回数
- ⑨主食・主菜・副菜を組み合わせた食事を1日2回以上ほぼ毎日食べている国民の割合
- ⑫1日当たりの野菜摂取量の平均値
- ⑮産地や生産者を意識して農林水産物・食品を選ぶ国民の割合
- ⑰環境に配慮した農林水産物・食品を選ぶ国民の割合
- ⑳食品ロス削減のために何らかの行動をしている国民の割合

### ③ー3 オンライン食と農と環境の体験教室（ハウス食品グループ本社株式会社）

#### ○取組内容：

- 子どもたちを中心に家族で参加し、自ら作物を植えて収穫し、収穫した米や野菜を調理して食べることで食の大切さ、自然との触れ合いや生き物の観察を通じて自然環境の大切さを学ぶ体験型の教室。
- 2009年から実施しており、2020年は中止となったが、2021年初めてオンライン開催。全国から11家族30名が参加した。

（オンライン開催のプログラム）

第1回 自宅でのバケツでの稲の作り方

第2回 バケツ稲の生育状況の共有と食品ロス対策カレー調理

第3回 収穫後、お米になるまでの過程の学習としめ縄づくり

 **ONLINE**

全国から11家族30名に  
参加いただきました。



#### ○取組の評価：

アンケートでは「お米作りの大変さを知れたし、貴重なお花が見れてよかった」「稲作や調理に関心が高まったように見える。」等の好意的な感想を多くの参加者からもらっている。  
(同社HPを基に食品産業センターが編集)

#### ○関連する目標：

- ①食育に関心を持っている国民の割合
- ②朝食又は夕食を家族と一緒に食べる「共食」の回数
- ⑨環境に配慮した農林水産物・食品を選ぶ国民の割合
- ⑩食品ロス削減のために何らかの行動をしている国民の割合
- ⑬食品の安全性について基礎的な知識を持ち、自ら判断する国民の割合



ハウス「食と農と環境の体験教室」  
2021年 **オンライン**開催模様

**知って、作って、食べて、つながって！**

コロナ禍のなか、初めてオンラインでの開催になりました。  
様々な地域から参加いただいた全11家族の皆さんと、自宅で稲を育てる体験、  
「食品ロスをなくす」テーマで考えたオリジナルカレー調理の体験を通じて、  
オンラインならではの“食”と“農”と“環境”のつながりを学んでいただきました。



バケツ稲



おいしく美味しく  
みんなの食品ロス

### ③ー２：WEB食育企画（日清オイリオグループ株式会社）

#### ○取組内容：

- コロナ禍により外食機会の少ない状況を踏まえ、オンライン上で料理講習。

#### （プログラム）

- ・「おうちで過ごすバレンタインメニュー」の料理講習
- ・当社社員から油脂栄養の知識について紹介。
- 当社会員サイトで10名の参加者を募集。



開催の様子は後日動画公開し、「食」に関する知識啓発の拡散を志向。

#### ○取組の評価：

終了後に参加者アンケートを実施⇒満足78%、やや22%

2022.01.29開催

#### ○関連する目標：

- ①食育に関心を持っている国民の割合
- ②朝食又は夕食を家族と一緒に食べる「共食」の回数
- ⑨主食・主菜・副菜を組み合わせた食事を1日2回以上ほぼ毎日食べている国民の割合
- ⑫1日当たりの野菜摂取量の平均値

## 課題、意見

## ○課題

- オンラインで行う工場見学、出前授業などの食育については、リアルでの食育に比較して、「体験」「体感」が伝わりにくく、食育の効果を高めるプログラムを作る。
- オンライン会議システムの整備、受信側のネット環境の確保、個人情報や知的財産等の情報セキュリティの確保といったデジタル技術利用上の課題に加え、調理などの体験をしてもらうための食材の発送準備等リアルでの食育にない付随的な作業の負担が発生する。

## ○重視点と今後の方向性

- 食品企業として、健康や栄養に配慮した製品の開発提供など企業の本来の活動が食育の目指すものを実現するのに貢献しており、そうした取り組みを一層進めるとともに、消費者に伝わるよう情報発信を強化していく。
- 食品企業による食育の取組は、小さな一歩の積み重ねである。企業規模の大小に関わらず、取組のすそ野を広げ、食品企業の食育への意識レベルが高まっていくように、行政とも連携して機運醸成を進める。
- オンラインの食育については、土地に縛られず参加できるというメリットがあり、リアルでの食育と並行して、画面越しであっても「体験」「体感」を得られるようなコンテンツを創出していく。

### ○今後の食育推進基本計画の検討に向けて

- 食育基本方針の目標が栄養と健康な食生活が基本となっているが、コロナ禍でも明らかになった孤独・分断ということも踏まえて、人生を楽しみ、幸せを実現するための食生活を目指すことが重要である。
- コロナ禍のサプライチェーンの寸断、主要な産地の不作にウクライナ情勢が加わるとともに、長期的な気候変動の影響など食料の安定供給があたりまえではなくなっており、日本の伝統的な食生活の価値を再確認し、国産の農産物を選ぶこと、食品ロスを減らすことが食料安全保障につながることを国民が共有できるようにする。
- コロナ禍によってオンラインによる活動の幅が広がっているので、学校教育の中でも積極的に取り組めるように、関係省庁と連携してオンラインによる食育を受け入れることができる環境整備を進める。

## キックコマンにおける取組

# キッコーマングループ 「新たな日常」やデジタル化に対応した食育の推進 取組一覧

## ○オンライン開催 取組一覧

- |                    |             |
|--------------------|-------------|
| • キッコーマンしょうゆ塾      | 2020年10月 開始 |
| • KCC食文化と料理の講習会    | 2020年9月 開始  |
| • しょうゆ工場見学         | 2021年2月 開始  |
| • デルモンテトマト塾        | 2021年5月 開始  |
| • キッコーマン食育講座       | 2021年10月 開始 |
| • グループ社員向け食育講座     | 2022年3月 開催  |
| • 親子の食体験オンラインプログラム | 2022年8月 開催  |

## 取組名：キッコーマンしょうゆ塾

### ○取組内容：

#### しょうゆの知識と「おいしく食べる」ことについて考える授業

小学校3・4年生対象 1コマ45分

2020年10月からオンライン授業開始

2020年度 5校 約500名

2021年度 29校 約2500名 ※訪問形式1回含む

2022年度 30校予定 ※訪問形式再開30校予定



### ○取組の評価（アンケート結果）

工場の様子の映像、小道具が用意され充実していた。

こどもたちが興味をもって参加できた。家庭での会話もはずみそうだった。

おいしく食べる工夫について知ることができて良かった

### ○関連する目標：

- ①食育に関心を持っている国民の割合
- ②朝食又は夕食を家族と一緒に食べる「共食」の回数
- ②⑩食品ロス削減のために何らかの行動をしている国民の割合
- ②⑪地域や家庭で受け継がれてきた伝統的な料理等を伝えている国民の割合

# 取組名：キッコーマンしょうゆ塾（中山間地域、離島）

## ○取組内容：

### 中山間地域、離島に特化した オンラインのしょうゆ塾

小学校5・6年生対象 2コマ90分

キャリア教育の地域格差を縮小する取り組み  
一般社団法人「プロフェッショナルをすべての  
の学校に」のプログラムに参画

2020年度 5校 1コマ目 しょうゆの知識

2021年度 12校 2コマ目 課題発表

2022年度 10校予定 「おいしく食べる秘訣」「自分たちの郷土料理」

農山漁村郷土料理100選  
最後の1品完成の趣旨

## ○取組の評価：

**プロの話**を聞くことで学習意欲が高まった。気になったことを**もっと調べたくなる**。

**キャリア教育と食育の学び**の両方が子供たちにとって有意義である。

**（課題発表で）**プロに自分の意見を伝えることで**自信につながった**。

「おいしく食べる」ことについて**友達の見解を聞いたり考える機会**があってよかった。

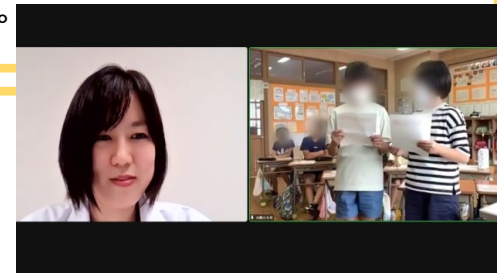
## ○関連する目標：

①食育に関心を持っている国民の割合

②朝食又は夕食を家族と一緒に食べる「共食」の回数

②⑩食品ロス削減のために何らかの行動をしている国民の割合

②⑪地域や家庭で受け継がれてきた伝統的な料理等を伝えている国民の割合



# 21年度遠隔地実施校：北海道から沖縄まで

11/11 北海道札幌市  
駒岡小学校

10/5 北海道羅臼町  
羅臼小学校

1/18 宮城県栗原市  
鶯原小学校

9/24 宮城県松島町  
松島第二小学校

7/16 福井県大野市  
小山小学校



7/14 栃木県佐野市  
常盤小学校

1/25 滋賀県東近江市  
愛東北小学校

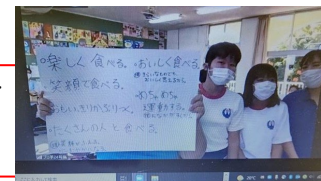
9/17 静岡県静岡市  
清水穴原小学校

11/18 大分県竹田市  
都野小学校

11/30  
和歌山県那智勝浦町  
下里小学校

10/15 大分県臼杵市  
下南小学校

10/28 沖縄県石垣市  
宮良小学校



## 取組名：もの知りしょうゆ館工場

### ○取組内容：

#### しょうゆ工場のオンライン見学

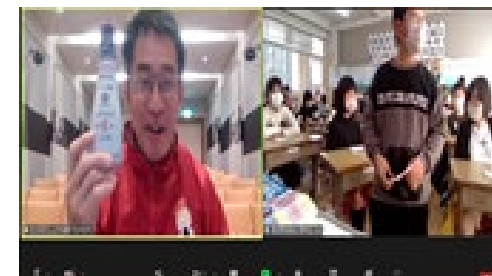
主に小学生対象 約45分

**2021年2月開始** 国内全工場（野田、高砂、北海道）で実施

2020年度 25件 約2,000人

2021年度 98件 約7,200人

2022年度 28件予定 リアルの工場見学も再開3工場108件 （9月現在）



見学通路に沿って、原料、工程、設備を映像で紹介、ライブで質疑応答

### ○取組の評価

オンライン映像なので、製造設備を全員がよく見ることができる。

質疑応答の中継をはさむので飽きない、ライブ感がある。遠方の小学校でも参加できる。

### ○関連する目標：

- ①食育に関心を持っている国民の割合
- ⑱産地や生産を意識して農林水産物・食品を選ぶ国民の割合
- ⑲環境に配慮した農林水産物・食品を選ぶ国民の割合
- ⑳食品ロス削減のために何らかの行動をしている国民の割合

## 取組名：KCC食文化と料理の講習会

### ○取組内容：

料理人、料理研究家など食のプロが、**食文化や日々の料理に役立つ情報**を料理の実演を交えて紹介

一般のお客様対象（申込制） 1回約60分

**2020年度9月よりYouTubeライブ配信で実施**



米澤文雄 氏



林亮平 氏



田村亮介 氏



柳原尚之 氏



岩本公宏 氏



手塚良則 氏



ほりえさわこ 氏



ヤミー 氏



小林まさみ 氏

### ○取組の評価：

見逃しても後から見ることもできる、移動距離に関係なく気軽に参加できる  
普段みれないプロの技を間近でみることができる

### ○関連する目標：

- ①食育に関心を持っている国民の割合
- ②朝食又は夕食を家族と一緒に食べる「共食」の回数
- ②⑩食品ロス削減のために何らかの行動をしている国民の割合
- ②⑪地域や家庭で受け継がれてきた伝統的な料理等を伝えている国民の割合

### ○課題：

- ・ オンライン開催時、**ライブ感を出す**、飽きずに参加できる内容の工夫。
- ・ **豆乳授業などニーズに応じた出前授業の内容拡充**
- ・ オンライン開催のメリットを活かし、より多くの社員が、継続的に食育活動に参画しやすくなる仕組みづくり。

cf. オンライン開催のメリット

- ・ 対面が難しい状況でも食育の機会をご提供できる（早期再開）
- ・ 全国、場所に関係なくご参加いただける（地域の広がり）
- ・ 業務との調整がしやすい（参画社員の広がり）

### ○重視していること：

食育の定義を、**健やかで楽しい食生活をおくるために役立つ「食」に関わる情報・知識・体験を提供**すること、としています。

授業・講座、工場見学のほか、商品、レシピ情報のご提供等など**幅広い世代に向けて**、事業活動に根ざし、**継続的な食育活動**をすすめてまいります。