

農林水産省

平成 26 年度食育活動の全国展開委託事業（調査）報告書

今後の食育推進施策について

中間取りまとめ

平成 26 年 8 月

株式会社三菱総合研究所

目次

1	はじめに	1
2	これまでの食育施策の検証	1
	(1) 食料消費をめぐる情勢の変化	1
	(2) 主な制度等	1
	(3) 講じた措置	2
	(4) 評価等	3
	ア 全般	3
	イ 「日本型食生活」の普及	3
	ウ 体験を通じた食や農林水産業の理解増進	4
	エ 食品産業界との連携	4
	オ 関係省庁との連携	4
3	食料消費の現状と将来予測	4
	(1) 現状	4
	(2) 消費者各層の特性	5
	ア 単身世帯（仕事をしている）	6
	イ 高齢者の世帯	6
	(3) 食料消費、消費行動の将来予測	7
	(4) その他今後の食育施策に資すると考えられる調査結果	9
4	今後の食育推進策の方向性について	9
	(1) 消費者各層の多様な特性、ニーズに対応した食育の推進	10
	ア わかりやすい「日本型食生活」の普及	10
	(ア) 「日本型食生活」の概要	10
	(イ) ごはん食のメリット	10
	(ウ) 「日本型食生活」の実践	11
	イ 食料消費、消費行動の現状及び将来像の明確化	11
	ウ 食品産業と連携した食育の推進	12
	エ その他	12
	(2) 体験活動を通じた食と農林水産業の理解増進	12
	(3) 日本型食生活の普及と食と農林水産業の理解の一体的推進	13
	(4) 食育を通じた地域の食文化の保護・継承の推進	13
	(5) 関係省庁との連携	13

（６）施策効果の継続的検証	14
（７）その他の課題への対応	14
５ 最終取りまとめに向けた課題	14
（１）食料消費、消費行動の現状及び将来予測の精密化	14
（２）食品産業と連携した食育の推進	14
（３）教育ファーム現場の調査結果に基づく効果測定	14
（４）食育を通じた地域の食文化の保護・継承の手引きの作成	14
（参考１）「食育推進施策に関する有識者会議」委員名簿	15
（参考２）「食育推進施策に関する有識者会議」開催状況	16

1 はじめに

農林水産省では、食料消費の改善、食料の安定供給、農林水産業の発展、農山漁村の振興を担う立場から、地域における食生活の改善や食文化の継承、生産者と消費者との交流や農林漁業体験活動の促進等、関係者と連携して食育の推進に取り組んでいる。

「日本再興戦略」（平成 25 年 6 月閣議決定、平成 26 年 6 月改訂）において、農林漁業体験を経験した国民の割合を 5 年後に 35% とすることが目標として掲げられているほか、「農林水産業・地域の活力創造プラン」（平成 25 年 12 月農林水産業・地域の活力創造本部決定、平成 26 年 6 月改訂）において、食育を通じた国内需要の増大を図るとされている。また、「和食」のユネスコ無形文化遺産登録により、食育を通じた食文化の保護・継承も一層重要となっている。

こうした基本方向を踏まえ、現在、食料・農業・農村政策審議会において、食料・農業・農村基本計画の見直しに関する審議が行われている。また今後内閣府食育推進評価専門委員会において、第 3 次食育推進基本計画（平成 27 年度末に食育推進会議において決定予定）の検討が進められることとなっている。

弊社では、農林水産省より「平成 26 年度食育活動の全国展開委託事業」の委託を受け、この中で食育推進施策に関する有識者会議を運営している。本有識者会議は、農林水産省が行う食育推進施策について、これまでの食育施策の検証を行うとともに、今後の推進策について検討を行った。本取りまとめは、これまでの有識者会議での議論を基に中間的にまとめたものである。今後、有識者会議としては、更に調査・検討を進め、来年 2 月を目途に最終報告をまとめる予定である。

2 これまでの食育施策の検証

（1）食料消費をめぐる情勢の変化

食料の消費量について、米、野菜、水産物が減少する一方、畜産物、油脂等が増加してきた。また、食料消費支出割合をみると、外部化されたサービス（外食及びいわゆる中食）への支出の増加などの傾向が長期的に継続している。これらの背景には、単身世帯の増加や世帯人員の減少、スーパーマーケット、コンビニエンスストアでのサービスの充実等があると考えられる。

（2）主な制度等

食料・農業・農村基本法（平成 11 年法律第 106 号）第 16 条第 2 項（「食

料消費の改善及び農業資源の有効利用に資するため、健全な食生活に関する指針の策定、食料の消費に関する知識の普及及び情報の提供その他必要な施策を講ずるものとする」)に基づき、平成12年3月、農林水産省、厚生省(当時)、文部省(当時)は「食生活指針」を決定し、これを受け「食生活指針の推進について」が閣議決定された。また、「食生活指針」を具体的に行動に結びつけるものとして、平成17年6月、厚生労働省と農林水産省は、1日に「何を」「どれだけ」食べればよいかの目安を分かりやすくイラストで示した「食事バランスガイド」を決定した。

平成17年には食育基本法(平成17年法律第63号)が制定され、これに基づき策定される食育推進基本計画の下、政府は食育を推進している。

現在は、平成23年3月に策定された第2次食育推進基本計画において、「「周知」から「実践」へ」をコンセプトに生涯にわたるライフステージに応じた間断ない食育の推進が進められており、農林水産省は、食料の生産から消費までを所管する立場から、各省と連携しながら施策を推進している。

また、平成22年12月には、地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律(六次産業化・地産地消法)(平成22年法律第67号)が制定され、地域の農林水産物の利用の促進は、食育と一体的に推進する旨規定されている。

(3) 講じた措置

食料・農業・農村基本法に基づき策定された現行の食料・農業・農村基本計画の下、「国産農産物を軸とした食と農の結び付きの強化」を図る観点から、日本型食生活をはじめ、食生活や生産・流通現場における食育を推進している。具体的には、健全な食生活の普及の観点から食事バランスガイドの活用を通じた「日本型食生活」の実践の促進や、「教育ファーム」等農林漁業体験を通じた食と農林水産業への理解の増進を図ってきた。

また、上記の食育施策とともに、朝ごはんの摂取促進や米飯学校給食の推進等を通じた米等の消費拡大、また、学校給食、外食・中食事業者等との連携を通じた地場産農産物の利用拡大等地産地消の推進を図ってきた。

(注) ①日本型食生活を実践している人の割合：17%(平成21年度)→15%(平成25年度)

②農林漁業体験を経験した国民の割合：27%(平成22年度)→37%(平成25年度)

③米飯学校給食週当たり平均実施回数：2.9回(平成17年度)→3.3回(平成24年度)

④学校給食の地場産物使用割合：23.7%(平成17年度)→25.1%(平成24年度)

(4) 評価等

農林漁業体験を経験した国民の割合の増加などの成果が見られる一方、米の消費量は漸減し、日本型食生活を実践する人の割合は増加していない。その要因や課題としては、以下が考えられる（アの（ア）及び（ウ）、イの（オ）、（カ）及び（キ）、エの（イ）並びにオは食料・農業・農村政策審議会企画部会での主な指摘）。

ア 全般

- （ア）元気な高齢者の増加、生活習慣病の予防をめざすことが、今後きわめて重要であり、すべての世代で、それぞれのニーズを大切にした食育の展開が大切である。
- （イ）食料を選択し、消費することを通じて、消費者も食料生産に責任を持っていることを伝えることが重要である。
- （ウ）食中毒や、その他食品に由来するリスクなどに関する知識も組み合わせた食育プログラムの実施を支援する必要がある。

イ 「日本型食生活」の普及

- （ア）食育による国民の行動変容やその定着には、個人が様々なライフスタイルを営んでいることから、個人差があり、国民各層の特性に応じた食育が必要である。
- （イ）「食事バランスガイド」の認知度は高まったが、「日本型食生活」について定義が不明確であり、国民に認知されているかは疑問である。
- （ウ）政策評価の測定指標は、「日本型食生活の実践に取り組む人の割合」としているが、実際の測定は食生活指針の主な5要素をすべて実施している人の割合と厳格な設定となっており、整合していないので、再整理が必要である。また、日本型食生活の栄養バランス、多様性といった要素は他の食文化的な要素とは分けて考えるべきである。
- （エ）毎日同じように、栄養バランスの取れたように食べないといけないということではなく、食生活全体でバランスを取りながら食事を楽しむことも重要である。
- （オ）日頃の食生活に活かせる手軽に取り組めるような情報を提供すべきである。
- （カ）家族類型や世帯人員数は食料の消費形態に大きな影響を与えるため、どのような食料消費形態を想定し、それにどう対応していくのかについて検討する必要がある。
- （キ）食育の推進に当たっては、男性も含めて調理に関する啓発も必要で

ある。加工済み食品の売上が伸びるのは、消費者が食材の調理方法を知らないことも一因であり、調理方法を伝えることが、将来的には野菜などの需要拡大にも結びつくと考えられる。

ウ 体験を通じた食や農林水産業の理解増進

- (ア) 教育ファームで農業が「食」を支えているという理解を進めるべきである。
- (イ) 教育ファームの取組の継続性の確保が重要である。
- (ウ) 子どもの教育ファームでの体験が親に伝わらなければ食生活の変容にはつながらないので、親の世代の体験を推進するべきである。

エ 食品産業界との連携

- (ア) 食の外部化が進展していることから、生産者と食品業界とが連携して食育を進めることが重要である。
- (イ) 惣菜、弁当、外食産業における地域産品の利用、日本型食生活のメニュー開発、バランスのとれた組み合わせに対する情報提供が必要である。

オ 関係省庁との連携

- (ア) 食生活指針、農業資源の有効活用、廃棄食品などについて、学校教育の中で、食育にしっかり取り組む必要がある。
- (イ) 農業、農村の理解を深めるために、体験型教育は大切である。現場での体験を推進するため、関係省庁ともしっかり連携して取り組むべきである。
- (ウ) 保育所、幼稚園、小中学校での地域産品を大事にした給食や保護者への食事指導、配食サービスなどでの日本型食生活を生かしたメニュー提供など地域の食文化を学ぶ機会を拡大するための支援が必要である。
- (エ) 食生活については、個人の嗜好の問題もあり、強制はできないことから、現在の週3回の米飯給食を毎日にするなど、学校給食の提供に係る施策と連携した取組を検討する。
- (オ) 学校給食で地元農産物の使用率の高い地域では、地元産を食べることで地元に愛着が生まれ、将来地元に残ることも期待される。

3 食料消費の現状と将来予測

(1) 現状

食料消費の将来予測の前提条件となる人口動態や社会構造の現状と将来予測は以下のとおりとなっている。

ア 人口について、平成 22 年においては、年代のピークは 30 歳代後半及び 60 歳代前半にある。平成 62 年には、これらのピークが 70 歳代後半に移動する（図 1、図 2、図 3）。

イ また、家族の類型について、「核家族」に属する人数に大きな変化はないが、夫婦のみの世帯及び単身世帯に属する人数が増加傾向にある。なお、平成 22 年においては、高齢者（65 歳以上）が単身、または夫婦で住んでいる世帯の割合が、高齢者が属する全世帯の半数を超えており、この傾向は今後も増大する（図 4、図 5）。

ウ 共働きの世帯数は、平成 19 年に 1,000 万世帯を上回り、平成 26 年（1～3 月期平均）では、1,072 万世帯となっている。なお、「男性雇用者と無業の妻から成る世帯」は減少傾向にあり、平成 26 年には 748 万世帯となっている（図 6）。

また、食料消費については、このような社会情勢の変化の中で、「食」に関する商品やサービスの充実に伴い、食料消費支出に占める外部化の割合が増加し、食に関して外部化・簡便化が進展・定着している（図 7）。

消費者各層の特性に基づくセグメント化に当たっては、詳細な調査結果の分析が必要となる。中間取りまとめ段階では、上記の社会情勢等を踏まえ、今後増加が見込まれ、かつ、外部化した食料消費の主たる消費者層であり、自身での調理に時間をかけることが少ないと想定される「単身世帯（仕事をしている）」と、今後さらに増加が見込まれる「高齢者の世帯」の 2 つに注目して特性を分析する。

（2）消費者各層の特性

「単身世帯（仕事をしている）」と「高齢者の世帯」について、平成 26 年 6 月に実施した「生活者アンケート調査」のうち、1 日 3 食の欠食状況、主食・主菜・副菜をそろえて食べる頻度、外食・中食利用といった外部化の程度等の調査結果の分析に基づく特性は以下のとおりとなっている。

（注）「生活者アンケート調査」：食育推進施策に関する有識者会議（第 2 回）

資料 2－2 参照（http://www.maff.go.jp/j/syokuiku/pdf/2_2_2.pdf）

ア 単身世帯（仕事をしている）

- ・単身世帯（仕事をしている）においては、「1日3食の食事を欠食せずにとる」について、「あまり実践していない」、「まったく実践していない」と回答した者の実践していない理由では、「現状で満足している」、「考えたことがなかった」の割合が高いことが注目される（図8）。

- ・単身世帯のうち、特に20代～40代で、仕事をしているセグメントは、主食・主菜・副菜をそろえて食べる回数が、同世代の他の世帯より少ない（図9～12）。この傾向は特に夕食で顕著であり、男女差は見られない。また、1週間のうちで外食、中食、冷凍食品・レトルト食品（缶詰・インスタント食品を含む）を利用する回数が、同世代の他の世帯より多い（図13～18）。この傾向は、朝食・昼食・夕食で一貫している。

- ・朝食・昼食の準備時間は、20代から65歳未満の現役世代のセグメントでは20分以内が最も多く、かつ、朝食では10分以内が最も多いなど、短時間で実施している傾向にある。一方、夕食は、現役世代であっても、比較的時間をかけて準備する傾向があり、女性の7割程度、男性の4割程度が、30分以上と回答した（図19～24）。

- ・「規則正しい時間に食事をとる」（図25、26）、「主食・主菜・副菜がそろった食事をとる」（図27、28）、「多くの食材を使った食事をとる」（図29、30）といった食事形態に関しては、「実践したいが時間がない」という点が課題のひとつであり、特に20代～40代のセグメントでこの傾向が強い。

- ・外食、中食、冷凍食品・レトルト食品を利用する回数が多い者でも、「主食・主菜・副菜」をそろえて食べている回数が多い者と少ない者がいる（図31～34）。これらの回答者の属性を比較すると、そろえて食べている回数が多い者には、単身世帯の割合が顕著に少なく、夫婦と子どもからなる世帯が顕著に多い（図35）。

イ 高齢者の世帯

- ・高齢者（65歳以上）では、外食、中食、冷凍食品・レトルト食品以外の割合が他の世代と比較して高い（図36-図43）。

- ・また、「主食」「主菜」「副菜」を3つそろえて食べる日数が、特に朝食・昼食において他の世代と比べて高い（図44-図49）。また、「1日3食の食事を欠食せずにとる」（図50、51）、「多くの食材を

使用」（図 52、53）、「季節の食材を使用」（図 54、55）、「毎日味や種類の違う食事をとる」（女性のみ）（図 56）や、「日本型食生活」という言葉や意味の認知度（図 57、58）、実践度（図 59、60）が、他の世代に比べて高い。

・この世代は、これらを実践できない理由として「実践したいが時間がない」と回答する割合が少ない傾向がある（図 61、62）。

なお、ごはんを中心とした食事には年代別の傾向はみられず、いずれの世代でも 5 割程度が「ほとんど実践している」（図 63、64）。なお、実践していない理由として、20 代～40 代で「考えたことがなかった」、「実践したいが時間がない」との回答が多いことが注目される（図 66、67）。一方、ごはんを中心とした食事をとっている者は、昼食・夕食において「主食・主菜・副菜」をそろえて食べている回数が多い（図 68-図 75）。

（３）食料消費、消費行動の将来予測

ア ごはんを中心とした食事については、いずれの世代でも、5 割程度が「ほとんど実践している」と回答している（図 63、64）。今後、米の消費量の変化は、個別の食事における使用量の変化が影響要因となるものと推定される。なお、仕事をしている単身世帯では、ごはんを中心とした食事について、顕著に「ほとんど実践している」との回答が少なく（図 65）、こうした世帯の増加も将来予測に加味する必要がある。一方で、ごはんはさまざまな主菜・副菜に合いやすいため、ごはんを中心とした食事をとることによりバランスの良い食生活に近づけることの理解促進や、時間をかけずにごはんを中心とした食生活が可能となる商品・サービス・情報の提供により、ごはんの消費量は増加する余地があるものと推察される。

イ 夫婦と子どもからなる世帯において傾向がみられるように（図 35）、食の外部サービスを活用することで、主食・主菜・副菜をそろえて食べることも可能である。主食・主菜・副菜をそろえて食べる回数が少ない、単身世帯の 20 代～40 代で仕事をしているセグメント（図 9-図 12）でも、バランスの良い食生活を営む目的で外部サービスを活用できれば、特に主菜・副菜に該当する食材の需要が増加するものと考えられる。

ウ 朝食・昼食にかかる準備時間が 20 分以内である（図 19-図 22）との回

答が多いことを踏まえると、今後も、「時短用食材」や、調理済み食品の需要は増加が見込まれる。

エ なお、夕食では、現役世代も 30 分以上の時間をかけて準備を行っている場合が多い（図 23、24）。この世代は、就業や子育てにより時間に制約があり、夕食に、食に関する外部サービスを取り入れることで、「実践したいが時間がない」が理由となっている「主食・主菜・副菜がそろった食事をとる」（図 27、28）、「多くの食材を使った食事をとる」（図 29、30）といった食事方法が可能となると考えられる。これにより、特に、主菜・副菜に該当する食材の需要が拡大するものと考えられる。

オ 一方で、食事の準備時間の効率化には、食に関する外部サービスの利用だけでなく、「調理技術の向上」も有効であると考えられる。「毎日味や種類の違う食事をとる」（図 76、77）、「主食・主菜・副菜がそろった食事をとる」（図 61、62）あるいは「多くの食材を使った食事をとる」（図 78、79）については、20 代～65 歳未満の現役世代では「実践したいが調理技術が不足している」と回答している割合が高い。特にこの世代の調理技術の向上を目指すことで、現在においても、「主食・主菜・副菜がそろった食事をとる」あるいは「多くの食材を使った食事をとる」といった食に近づけることができ、食材の需要量も増加することが考えられる。

カ また、現在の 65 歳以上の年齢層においては、栄養バランスに優れ、多様な食材を使用した食事をとっている傾向がうかがえる（（2）のイ参照）。この背景として、時間的なゆとりがあることが推察される。また、同世代では「季節の食材を取り入れた食事をとる」（図 80、81）、「毎日味や種類の違う食事をとる」（図 76、77）について、「実践したいが調理技術が不足している」と回答している割合が 65 歳未満の年齢層と比較して低い結果となっている。特に調理技術については、現在の 65 歳以上の年齢層が現役であった時は、現在に比べ、食に関する商品・サービス（中食の商品数や、冷凍技術など）が充実しておらず、結果として、個人の調理技術が高くなったと考えられる。このため、現在の現役世代の調理技術を向上させることが、現役世代が 65 歳以上になった場合にも、現在の 65 歳以上の年齢層と同様の食生活を営める条件となる可能性がある。

(4) その他今後の食育施策に資すると考えられる調査結果

ア 食料品の購入者は、女性の 8 割、男性の 3 割であり、特に 40 代以上の女性では各年齢層の 8 割以上が購入者となっている（図 82、83）一方、食料品の購入場所は、スーパーマーケットが最も多く、コンビニエンスストア、ドラッグストア、食品専門店、デパート、直売所の順であり、男女で大きな違いはない（図 84）。食育の取組の対象や場所を選定する際、考慮する必要がある。

イ ごはんを中心とした食事の実践は年齢層を問わず 5 割程度であり（図 63、64）、学校給食の効果も推察されるため、米飯給食拡大が引き続き重要と考えられる。

ウ 教育ファーム調査については、現場での参加者への調査が実施中であるが、これまでの調査結果では、農業の多面的機能の理解、国産農産物の消費拡大などには効果的である一方、教育ファームの認知度の向上などが課題である（図 85-図 88）。

エ 国産を選択する理由のトップは安全性であるが、輸入を選択する理由の 2 番目も安全性（輸入を選択する理由のトップは価格）（図 89-図 98）となっている。国産品、輸入品いずれについても一定の水準での安全性確保が図られているにもかかわらず、このような結果になっているため、食品の安全性を判断する基本的な知識のさらなる普及が必要である。

4 今後の食育推進策の方向性について

高齢化が進展する中で健康寿命を延伸し、健康な次世代を育成するとともに、国産農林水産物の消費拡大にもつながる食育を推進する観点から、すべての世代を対象に日本型食生活の普及及び体験活動を通じた食と農林水産業の理解増進を図り、そのメリットを国民全体が享受できるよう取り組むことが重要である。

消費者が食料を選択し、消費することを通じて、食料生産に責任を持っていることが認識されるように進めることが重要である。

これまでの食育施策の検証結果、食料消費、消費行動の現状や将来予測等を踏まえて、以下に配慮しつつ、引き続き国民運動としての食育の展開を図る必要がある。

(1) 消費者各層の多様な特性、ニーズに対応した食育の推進

食料消費の現状と将来の食料消費や消費行動など消費者ニーズや特性を分析・把握した上で、消費者特性をセグメント化し、それぞれのセグメントに適した手法で訴求することが重要である。従来の男性肥満者、単身世帯などを対象とした食生活の注意事項の発信とは異なる、年齢、性、就業の有無、食生活、食への関心などが異なる、より多様な消費者に対応できる働きかけを行う。

働きかけに当たっては以下に配慮するとともに、最終的な到達目標を示すだけでなく、セグメントの特性に応じて、取り組みやすい当面の目標設定をするなど無理なく取り組めるものとする必要がある。

ア わかりやすい「日本型食生活」の普及

「日本型食生活」について内容、特徴、メリットなどをわかりやすく、国民への周知、普及施策の構築、政策評価などを進める。「日本型食生活」の普及に当たっては、国民の認知度が高い「食事バランスガイド」を活用しつつ、食生活の現状を踏まえ、国民各層が理解しやすく、かつ実行性が高いものとする必要がある。

(ア) 「日本型食生活」の概要

- ①ごはんを中心に、魚、肉、牛乳・乳製品、野菜、海藻、豆類、果物、茶など多様な副食などを組み合わせた食生活であり、一食、一日単位ではなくとも、数日から一週間の中で組み立てる。
- ②日本の気候風土に適した多様性のある食として、地域や日本各地で生産される豊かな食材も用い、健康的で栄養バランスにも優れている。
- ③日本型食生活の要素は、ごはんと汁にバラエティのあるおかずを組み合わせた「和食」の基本形と言うべきものである。ごはんには麦や雑穀を加えてもよいし、汁にも様々な具を使うことが可能であり、おかずはハンバーグ、野菜、乳製品など様々なものを取り入れることが可能である。
- ④ごはんと組み合わせる主菜、副菜などは、家庭での調理のみを前提とせず、中食、冷凍食品、レトルト食品、合わせ調味料などの活用や外食との組み合わせも可能である。

(イ) ごはん食のメリット

「日本型食生活」の中心となるごはんが我が国の気候風土に適した

主要農産物であることだけではなく、以下の消費者にとってのごはん食のメリットわかりやすく伝える。

- ①ごはんをベースとすれば、汁、魚、肉、乳製品、野菜などバラエティに富む組み合わせが可能なため、自然にバランスの良い食事ができること。
- ②旬の食材を使用して季節感を取り入れることや、地域の気候風土に合った郷土料理を活用すること、洋風だけど和食ということなど幅広く楽しむ要素があること。
- ③ごはんは、塩分がないこと（他の食品からの塩分には注意が必要）。

（ウ）「日本型食生活」の実践

- ①様々な食材を組み合わせる自ら調理することが望ましいが、ライフスタイルに応じて外食や中食を組み合わせても実現が可能である。
- ②自ら栄養バランス等を考慮して料理することは、脂質や塩分摂取量のコントロール、野菜の摂取量増加など食生活の健全化に効果があり、さらには高齢者ではQOL（Quality of Life）の改善効果も期待される。性別を問わず、食材を選択、購入、調理して、バランスのとれた日本型食生活を自ら組み立てることが可能となるよう働きかけを進める。

なお、食生活のベースをごはん中心とするには、パックごはんや冷凍食品の活用も工夫のひとつである。また、ごはん食のみを求めるのではなく、パンや麺類なども取り入れ、幅広く楽しむことができるバラエティのある食生活を進めるべきである。

- （注）「日本の気候風土に適した米を中心に、魚、肉、野菜、海草、豆類などの多様な副食を組み合わせる食べる食生活で、健康的で栄養バランスに優れており、また、調理法の工夫などにより、日本各地で生産される豊かな食材の持ち味を活かしつつ、多彩に盛り込んでいるのが特徴」（平成 25 年度食育白書）

イ 食料消費、消費行動の現状及び将来像の明確化

食料消費、消費行動の現状及び将来像に関する情報提供を通じて、国民の食生活や食料供給への一層の理解を促す。家族類型や世帯人員数は食料の消費形態に大きな影響を与えるため、これらの社会構造の変化を想定する必要がある。現時点の食料消費や食生活の問題を指摘しても、現在の食料供給に問題意識がない人や健康な人の理解や行動変容にはつ

ながりにくいことから、5年後、10年後、20年後の食料消費や消費行動を分析・予測し、将来の食料や食生活の問題への明確な問題意識を喚起する。

ウ 食品産業と連携した食育の推進

食の外部化が進展している現状を前提として、食品産業と連携した食育を推進する。

- (ア) 消費者、特に若者層が外食、中食をはじめとした食品業界が提供する様々なサービスを活用する場合にも、自らの食を選択し、生涯にわたって健全な食生活が可能となるよう食育活動を進める。
- (イ) 惣菜、お弁当、外食産業における、地域産品の利用や日本型食生活の実践メニュー開発、配食サービスなどでの日本型食生活を生かしたメニュー提供などを推進する。

エ その他

- (ア) 食育の推進対象は子ども中心となっている面があるが、親の世代が理解しなければ効果は薄いものとなることから、親の世代の体験を推進する必要がある。
- (イ) 健全な食生活について、特に「考えたことがなかった」と回答したセグメントなど、関心が低い層に対して、科学的なエビデンスとともに、わかりやすく伝える必要がある。

(2) 体験活動を通じた食と農林水産業の理解増進

ア 食、農業、農村、命の大切さ、自然環境、伝統文化などの理解を深めるためには、学ぶ機会としての体験活動は極めて重要である。

イ 農林漁業体験や工場見学など食料の生産から消費に至るまでの様々な体験活動は消費者の食や農林水産業の理解増進に極めて有効であり、学校教育のみではなく、幅広い世代に対しライフステージに応じた体験機会の提供を進める。

ウ 体験活動の効果や魅力を積極的に情報発信し、国民の関心を広げる仕組みづくりが必要である。

エ 体験活動の受け手である農林漁業者への支援の強化が不可欠である。

オ 体験機会の拡大に当たっては、企業のCSR（Corporate Social Responsibilities）、福利厚生、社員研修などでの活用を推進する。

カ 教育ファームの利用拡大には、「農家」と利用者をつなぐコーディネート機能が不足しており、これを担うNPO（Non-Profit Organization）など各種団体、企業などを育成する。また、教育ファームの取組の継続性を確保するため、農林漁業体験の指導者養成や体制づくりなど体験活動の円滑な運営の推進を図る。

キ 農林漁業者のメッセージは消費者が食や農林水産業について考えるきっかけとなる。体験のほか、インターネット、農林水産物、これらの加工品などを通じ、生産地や食材の魅力等を発信する機会の拡大を図る。

ク 若者などの関心が低い層への働きかけに当たっては、情報とともに食べることへの関心や食材そのものに興味を持つなど様々なきっかけを作る工夫が必要である。

（３）日本型食生活の普及と食と農林水産業の理解の一体的推進

農林漁業体験への参加は、食品ロスの削減、野菜摂取などの栄養バランスのとれた食生活、国産消費などに有効である。一方、食への意識が高い人は農林漁業への関心が高い傾向がある。こうしたことから、日本型食生活の普及と食と農林水産業の理解増進の取組を一体的に推進することが効果的、効率的である。

また、フードチェーンの理解推進の観点から生産、流通・加工に係る経験等の一体的な機会の提供を推進することも効果的である。

（４）食育を通じた地域の食文化の保護・継承の推進

「和食」のユネスコ無形文化遺産登録も踏まえ、食育を通じた地域における郷土食、行事食などの食文化の保護・継承が一層重要となっていることから、先行事例の調査結果に基づき、保護・継承活動の手引きを作成して取組を推進する。

（５）関係省庁との連携

食生活、農業、食品ロスなど学校教育の中で、食育をしっかりと進めるとともに、食中毒や、その他食品に由来するリスクなどに関する知識も組み

合わせた食育プログラムの実施が必要である。学校給食については、地域農産物の使用を通じて地域に愛着が生まれることに留意しつつ、米飯給食の増加など関係省庁と連携した施策を推進する。

また、保育所・幼稚園や小中学校での地域産品の活用について、給食のみならず、保護者への食事指導、現場での体験を推進など、関係省庁ともしっかり連携して取り組むべきである。

(6) 施策効果の継続的検証

施策の効果を継続的に検証し、より効率的、効果的な食育手法の普及を図る。

(7) その他の課題への対応

ア 食育施策を需要拡大につなげることを考慮する場合、都市住民を中心とした消費者に広く働きかけること、高齢者層が他の年齢層に比較して経済的、時間的な状況が異なるボリューム層であることに留意する。

イ 消費者の食の安全に関する関心が極めて高いことを踏まえ、適切に食品を選択することができるよう正確でわかりやすい情報提供を進める。消費者の役割も含めた食品安全に関する学校教育の充実も重要である。

5 最終取りまとめに向けた課題

(1) 食料消費、消費行動の現状及び将来予測の精密化

(2) 食品産業と連携した食育の推進

(3) 教育ファーム現場の調査結果に基づく効果測定

(4) 食育を通じた地域の食文化の保護・継承の手引きの作成

「食育推進施策に関する有識者会議」委員名簿

委員（五十音順）

一瀬 裕一郎	株式会社農林中金総合研究所 基礎研究部 主事研究員
江原 絢子	東京家政学院大学 名誉教授
上岡 美保	東京農業大学 国際食料情報学部 准教授
姜 明子	株式会社オレンジページ 常務取締役
香高 重美	一般社団法人 共同通信社編集局ニュースセンター 整理部委員・部次長
武見 ゆかり	女子栄養大学大学院 教授
中澤 弥子	長野県短期大学 生活科学科 教授
◎中嶋 康博	東京大学大学院 農学生命科学研究科 教授
奈須 正裕	上智大学 総合人間科学部 教授
松本 謙	株式会社ファーマーズ・フォレスト 代表取締役社長

(◎印：座長)

(参考2)

「食育推進施策に関する有識者会議」開催状況

第1回 平成26年5月30日

- (1) 農林水産省が行う食育施策の検証及び今後の推進策について
- (2) 食育推進のための調査・分析について

第2回 平成26年7月15日

- (1) 食育推進のための調査・分析について
- (2) 中間取りまとめ（案）について