

食料の安定供給の確保に関する 施策の整理

平成 2 1 年 4 月

農林水産省

目 次

I 消費者の信頼・理解に基づく食農連携の推進 ～食料自給率の向上につながる需要面の取組～

1. 食の安全と消費者の信頼の確保

①(リスク管理等)	3
②(工程管理等)	4
③(食品表示等)	5

2. 望ましい食生活の姿とそれを支える食と農の連携

①(食育全般)	6
②(日本型食生活)	7
③(地産地消)	8
④(食品産業)	9
⑤(食品ロスの削減)	10
⑥(農業と食品産業等との連携)	11
⑦(消費者との新たな連携)	12
⑧(自給率向上のための国民運動の展開)	13
【参考】食料自給率をめぐる議論	14

II 不測時を見据えた食料の安定供給の確保

1. 輸入の安定確保

①(輸入食料の確保に向けた内外の動き)	16
②(世界の食料安全保障への貢献)	17

2. 不測時の対応力の強化

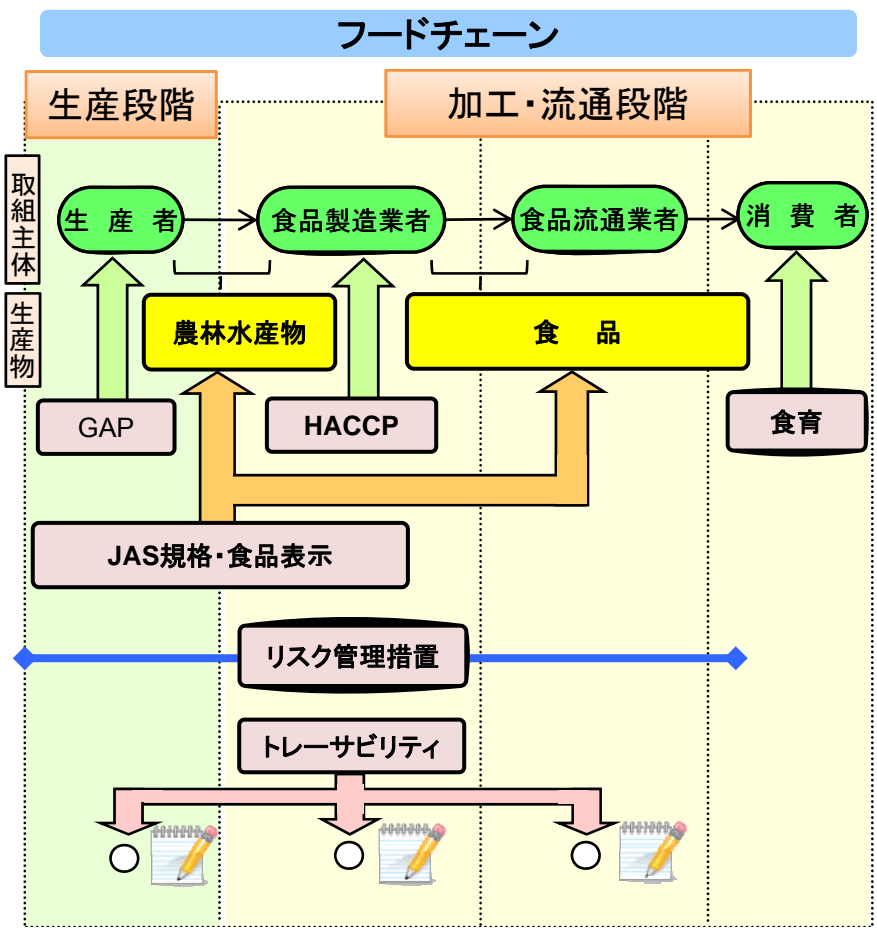
①(不測時の想定と対応)	18
②(肥料の安定確保)	19

I 消費者の信頼・理解に基づく食農連携の推進 ～食料自給率の向上につながる需要面の取組～

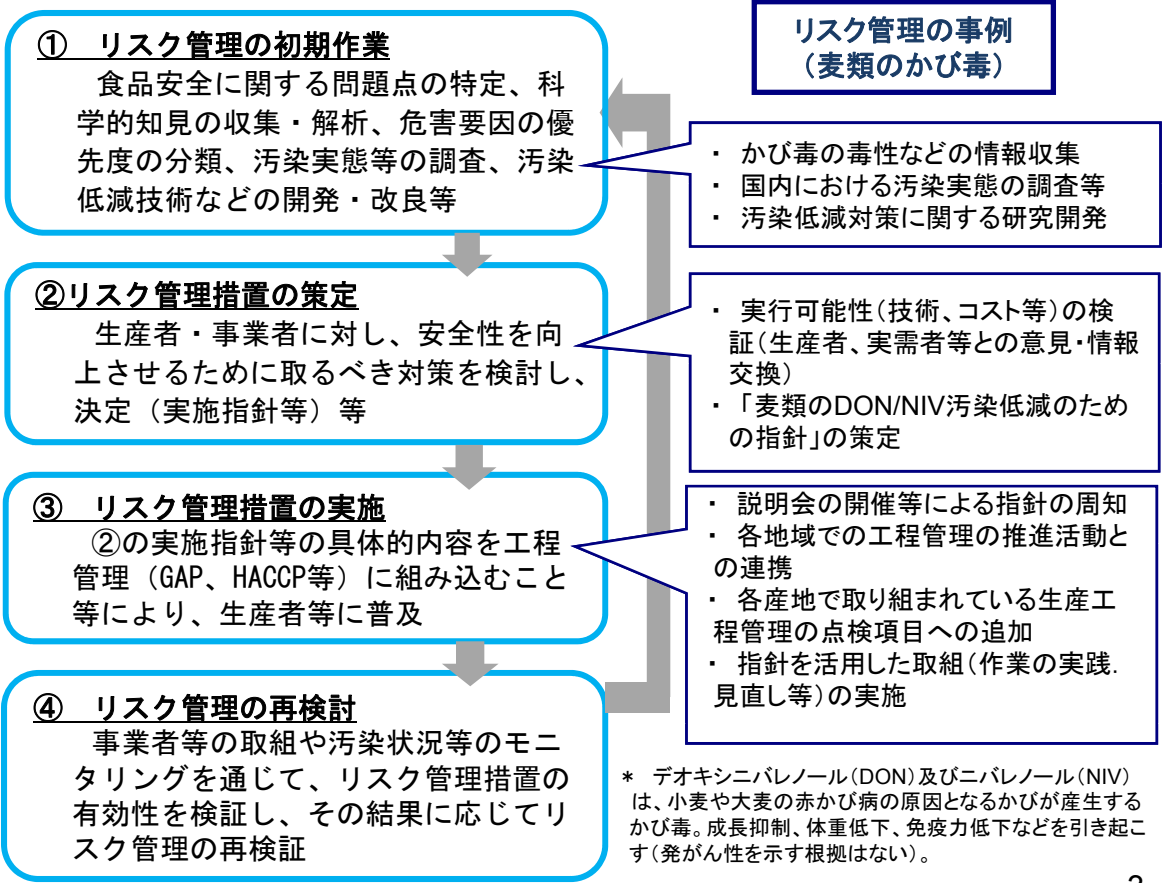
1. 食の安全と消費者の信頼確保①(リスク管理等)

- 安全な食品を消費者に供給するためには、食品衛生法に基づく規制を的確に行うことに加えて、農場から食卓にわたるフードチェーンにおいて、安全性の向上のための取組を実施することが必要。
- 食品の安全性の向上のための取組については、「後始末より未然防止」の考え方を基本とし、農場から食卓にわたるリスク管理を着実に実施することが重要。そのために必要な科学的知見の収集、汚染実態等の調査、安全性向上対策の策定、普及等の取組を強化する必要。

食の安全と消費者の信頼確保に向けた施策



食品安全に係るリスク管理の枠組み



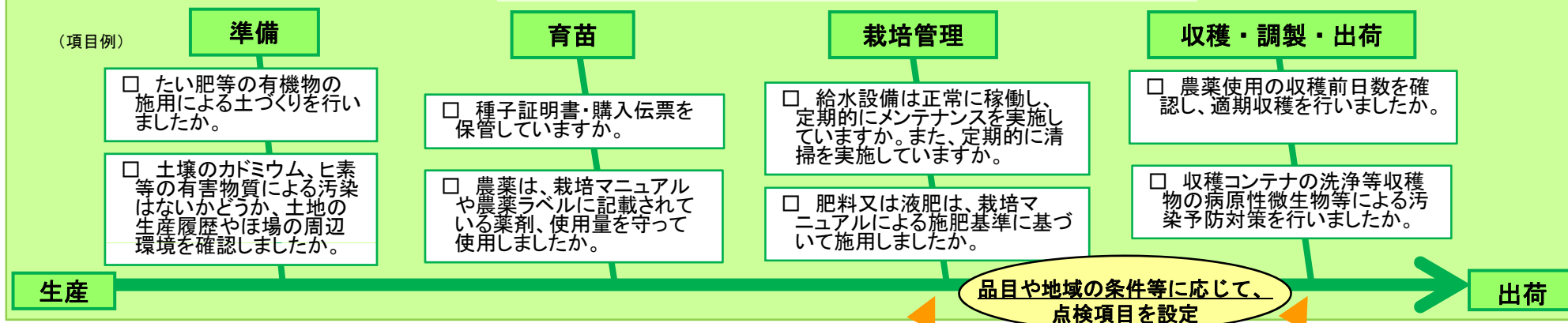
1. 食の安全と消費者の信頼確保②(工程管理等)

○ 農場から食卓にわたる安全性向上の取組を推進するため、農業生産や食品産業における工程管理(GAP、HACCP等)の更なる取組の拡大を進めるための方策について検討する必要。特に、GAPについては、生産者、流通業者のほか、都道府県などがそれぞれの目的に応じた独自のGAPを策定してきたことから、現在多様なGAPが存在しており農業者等の負担となっていることも踏まえ、①各GAPに共通して求められる取組の整理・標準化、②GAPの指導者の育成、③よりきめ細かい工程管理の導入に対する支援等を通じて、GAPの取組の更なる拡大、消費者・実需者ニーズを踏まえた取組内容の向上を図る必要。

GAPの点検項目の例

<基礎GAP (施設野菜) 抜粋>

食品安全や環境保全に係る汎用性の高い項目に絞った基礎的なGAP (全21項目)



推進されているGAP (事例)

推進主体	対象品目	項目数(概算)
農林水産省(基礎GAP)	野菜・米等	約20
栃木県	いちご・トマト等	約50
鹿児島県	青果物・畜産物	約60
日本生活協同組合連合会	青果物・米	約320
日本GAP協会(JGAP)	青果物・穀物・茶	約130
欧州小売業組合(GLOBALGAP)	農林水産物	約200

<栃木県版GAP (いちご)>

食品安全や環境保全を目的とした点検項目を中心に、いちごの生産に必要な項目をまとめたGAP (全52項目)

(項目例)

(栽培時にミツバチを利用した受粉を行う際)

- ハウス内の温度、湿度を適正に管理しつつ、規定の群数を入れ、開花状況やミツバチの活動状況を観察し、受粉、着果状況を確認する。

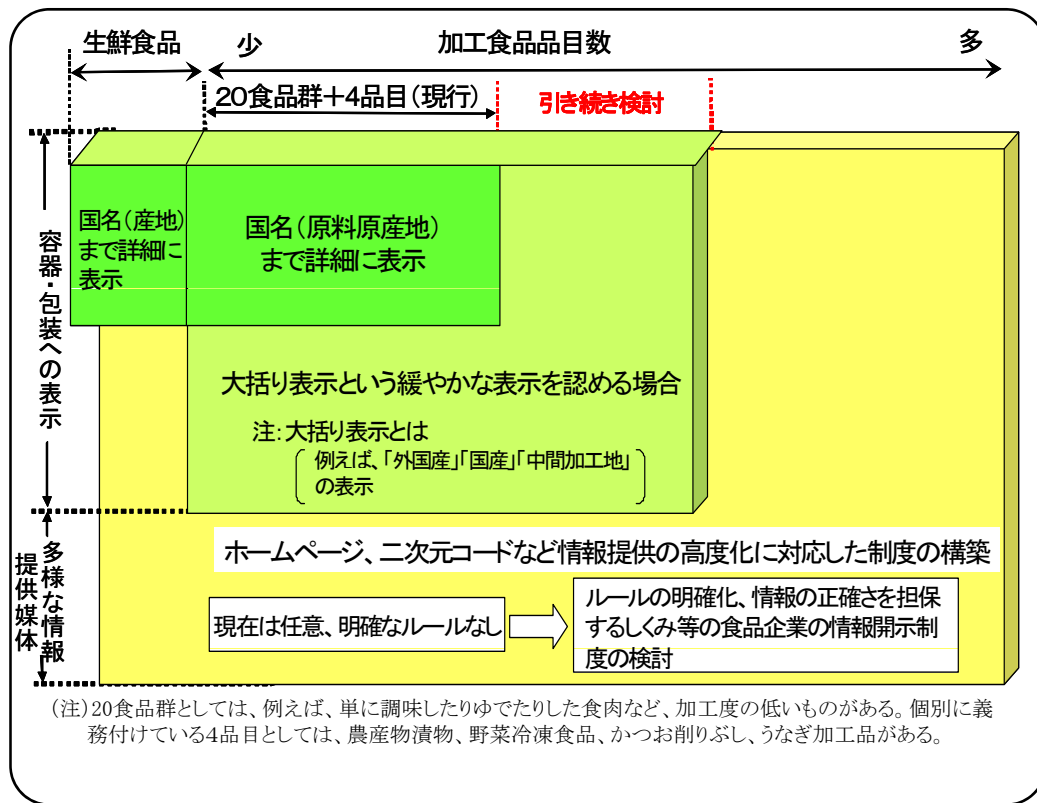
(いちごの選別時に品質低下を防ぐ際)

- パック詰めは、いちごの果実温度が下がってから行う。
- 収穫コンテナから取り出したいちごに異物、傷みがないか確認する。

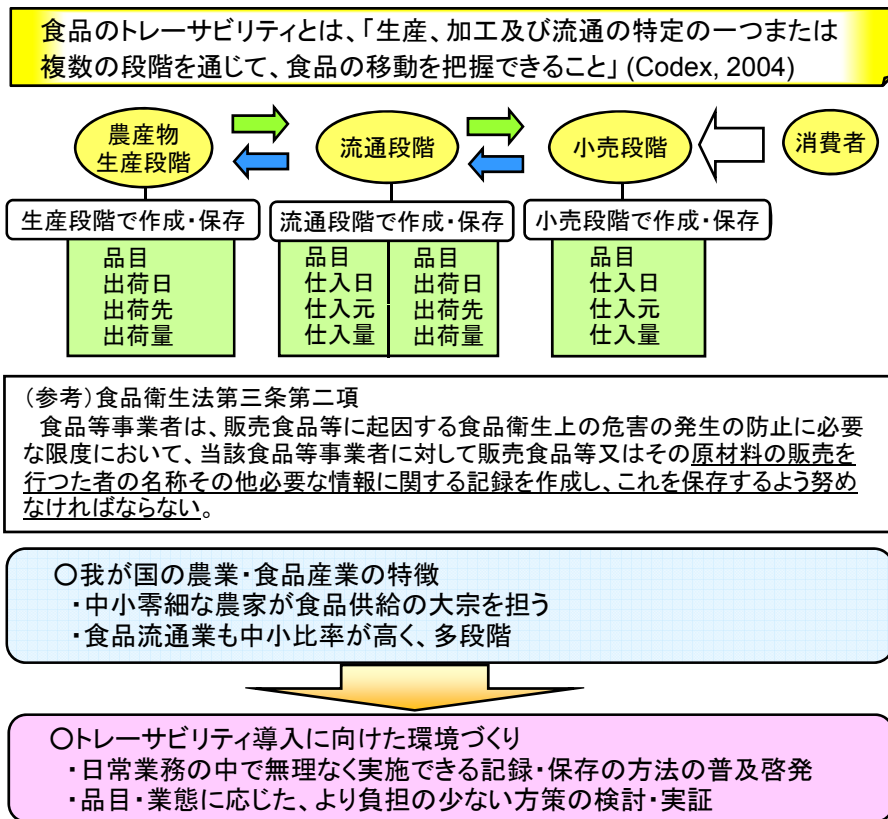
1. 食の安全と消費者の信頼確保③(食品表示等)

- 消費者への食品の情報提供を充実していくことは、消費者の商品選択に資するのみならず、消費者と食品事業者との良好な信頼関係を築く基礎となるもの。このため、加工食品の原料原産地情報の表示について更なる検討を進めるとともに、通販やネット販売などの販売方法の多様化、原料調達のグローバル化等に対応し、容器包装への表示に限らず、多様な手段により、より充実した情報にアクセスできる仕組みの構築について検討する必要。
- また、食品に関する事故の発生時に発生箇所の特特定や迅速な回収の基礎となるトレーサビリティの確立については、入出荷記録の作成・保存マニュアルの作成や品目・業態に合致した取組方策の検討等により、農業者、中小企業者も実施可能となる環境づくりを進める必要。

食品の産地の情報提供多様化のイメージ



食品のトレーサビリティ



2. 望ましい食生活の姿とそれを支える食と農の連携①(食育全般)

○ 食育については、食育基本法に基づく食育推進基本計画に沿って、関係府省の連携の下に施策を推進。こうした施策を通じて、学校、保健所、JA、自治体等関係者との連携によって国民・消費者の食と農に関する理解を促進する取組を展開。
今後、これらの取組の状況を踏まえ、食と農の現状や魅力について一層の理解を得るために、地域に密着した自発的な食育活動への支援等の施策を強化する必要。

食育基本計画における食育の推進に 当たっての目標値と現状値

平成21年3月現在

	基本計画策定時の値	現状値	目標値(平成22年度)
1. 食育に関心を持っている国民の割合	69.8%*1	75.1%*2	90%以上
2. 朝食を欠食する国民の割合	子ども : 4.1%*3	子ども : 3.5%*4	子ども : 0%
	20歳代男性: 29.5%*5 30歳代男性: 23.0%*5	20歳代男性: 28.6%*6 30歳代男性: 30.2%*6	20歳代男性: 15%以下 30歳代男性: 15%以下
3. 学校給食における地場産物を使用する割合	21.2%*7	23.3%*8	30%以上
4. 「食事バランスガイド」等を参考に食生活を送っている国民の割合	58.8%*9	56.7%*2	60%以上
5. 内蔵脂肪症候群(メタボリックシンドローム)を認知している国民の割合	77.3%*9	87.6%*2	80%以上
6. 食育の推進に関わるボランティアの数	28万人*10	33万人*11	20%UP
7. 教育ファームの取組がなされている市町村の割合	0.4%*12	9.2%*13	60%以上
8. 食品の安全性に関する基礎的な知識を持っている国民の割合	45.7%*14	57.6%*15	60%以上
9. 推進計画を作成・実施している都道府県及び市町村の割合	—	都道府県: 95.7%(100%)*16 市町村: 15.0%(26.5%)*16	都道府県: 100% 市町村: 50%以上

()内の数値は作成中を含む割合

- *1 平成17年7月「食育に関する特別世論調査」(内閣府)
- *2 平成19年3月 *2 平成20年3月「食育に関する意識調査」(内閣府)
- *3 平成12年度 *4 平成17年度「児童生徒の食生活等実態調査」(独)日本スポーツ振興センター)
- *5 平成15年 *6 平成19年「国民健康・栄養調査」(厚生労働省)
- *7 平成16年度 *8 平成19年度(文部科学省学校健康教育課調べ)
- *10 平成18年度 *11 平成19年度(内閣府食育推進室調べ)
- *12 平成19年度 *13 平成20年度「農林漁業体験学習の取組(教育ファーム)実態調査」(農林水産省)
- * 市町村等の関係者によって計画が作成され様々な主体による教育ファームの取組がなされている市町村の割合
- *14 平成17年度 *15 平成19年度「食品安全確保総合調査」(食品安全委員会)
- *16 平成20年6月末日現在(内閣府食育推進室調べ)
- ** 教育ファームの取組を行っている主体がある市町村の割合 68.7%*13
- * 内閣府公表資料から抜粋

食に関する知識の普及の具体的な取組事例

Jリーグ ユースチームの取組 [柏レイソルユース]

- 柏レイソルユースの選手(中・高生)に対する栄養ドリルや保護者同伴による栄養講習会等の実施により、選手の栄養に対する知識が深まり、食生活の改善が図られた。
- 指導者やプロ選手による巡回スクール等サッカーを通じて地域とのコミュニケーション、社会貢献を図る中で食育活動を積極的に推進。
- このような取組を評価する地域の教職員や栄養士が指導の現場を訪れるとともに、レイソルのスタッフ(栄養士等)が出前授業に向くなど地域との交流が拡大。



地元企業における食育の取組 [あいち食育サポート企業団]

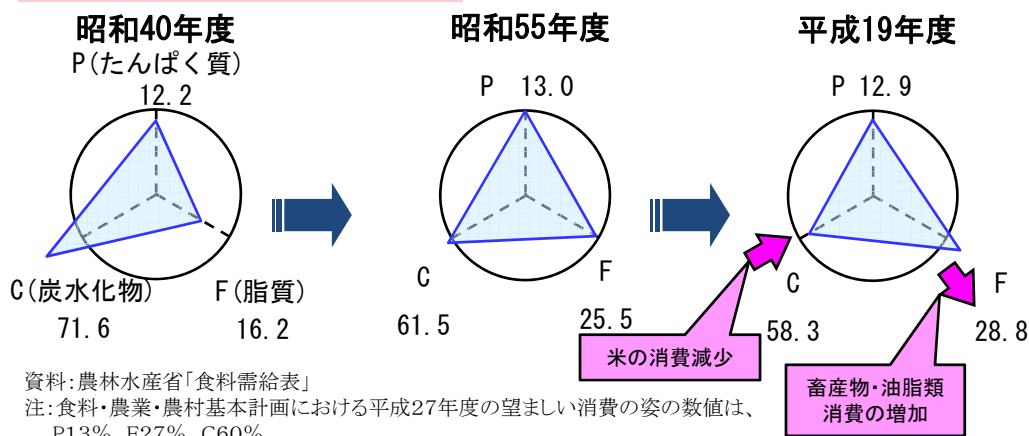
- 愛知県発祥の食品関連企業8社が自発的に集まって結成(食品製造業関連7社、小売業1社)。
- 愛知県内3店舗を食育モデル店舗として、毎月第3日曜日に8企業が食育イベントの開催。食生活相談会やバランスガイドを使った料理の紹介、地域や日本の伝統食材・食文化に触れる体験教室、農業体験(JAとの共同)まで、多岐にわたる食育活動を実施。
- 愛知県や他の食育関連団体とも連携して食育推進活動を展開しているため、地域等において高い評価を得ている。



2. 望ましい食生活の姿とそれを支える食と農の連携②(日本型食生活)

- 米を中心とする日本型食生活の推進は、国民の健康維持だけでなく、消費の改善を通じた食料自給率の向上にも寄与。
- 食事バランスガイドについては、認知度が上がったものの、依然として実践度が低いのが現状。今後は、食事バランスガイドを踏まえた食生活が健康はもとより食料自給率の向上に結びつく等意義を明確化して推進していくことが必要。これらの一環として、米の消費拡大についても、米飯学校給食は、地域毎の定着状況に差があることを踏まえ、一層充実させていく必要。

PFCバランスの推移



日本型食生活の推進

食事バランスガイド(平成17年6月)



食事バランスガイドの実践度・認知度

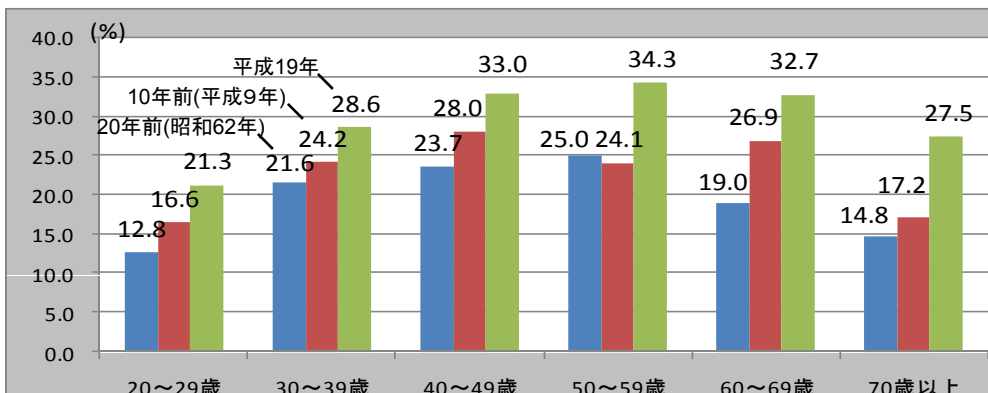
	実践度	認知度
2005年度	4.5%	26.0%
06	7.8%	40.8%
07	10.6%	58.8%
08	18.0%	70.3%

実践度:「食事バランスガイド」を参考に食生活を送っている人の割合
認知度:「食事バランスガイド」を知っている人の割合
(調査客体を100とした場合の比率)

資料:「平成20年度「食事バランスガイド」認知及び参考度に関する全国調査郵送モニター調査」等を基に作成

肥満者 (BMI25以上) (男性) の割合

○ どの年齢層においても肥満者 (BMI25以上) の比率が高まっている。

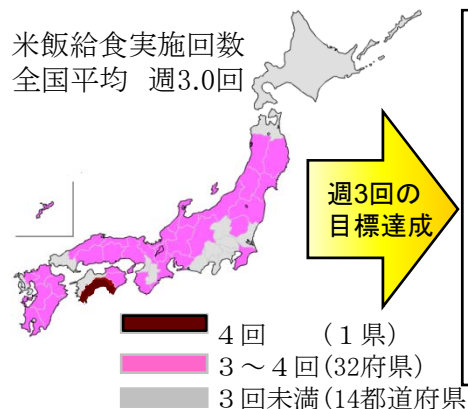


資料: 厚生労働省「国民健康・栄養調査」(平成19年)

注: BMIとは 体重(kg) ÷ {身長(m) × 身長(m)}

米飯学校給食の推進

米飯給食実施回数
全国平均 週3.0回



週3回の
目標達成

平成21年3月31日

文部科学省
「学校における米飯給食の推進について」

・大都市等実施回数が週3回未満の地域・学校は、引き続き週3回程度への増加を図る

・既に週3回以上の地域、学校は、週4回程度などの新たな目標を設定し、増加を図ることについて各都道府県知事、各都道府県教育委員会等に対して通知

資料: 文部科学省「米飯学校給食実施状況調査」(2007年度)

注: 完全給食を実施する公立小・中学校のうち、約500校を対象に実施

2. 望ましい食生活の姿とそれを支える食と農の連携③(地産地消)

- 地産地消については、農産物直売所の整備が急速に進み、全国で13,000か所以上に達している。消費者の直売所等に対するニーズは依然として高く、生産側も、地場農産物の品目や数量の拡大や、直売所間の連携による品揃えの充実のほか、都市部の需要に応える量販店でのインショップの展開などの新たな動きが出てきており、このような取組を進めていく必要。
- 一方、企業等の社員食堂、学校給食などで地場農産物を積極的に利用する取組が増加している。今後とも、地域の生産者と給食関係者等で連携体制をつくるとともに、予め決まった量を安定的に納入するなど、地場農産物の安定供給体制の構築を進め、地域農業の活性化につながる取組を展開する必要。

全国の農産物直売所の設置数

13,538 (2005年農林業センサス)

※ 定期的に消費者と直接対面で販売するために開設した場所又は施設。

直売所間の連携(島根県雲南地域広域産直施設)



- 地域に点在する小規模な直売所と集荷体制の確立された広域直売所18か所をネットワーク化し、POSシステムを活用することで、販売情報を的確に把握し、適時の出荷を確立。雲南地域に広がる2,000を超える農家やグループが生産した農産物を奥出雲産直振興推進協議会がこれをまとめ、直売所を核とした地産地消を進めている。

地産地消の一層の促進に向けた新たな取組

(1) 事業所の社員食堂等における推進

(社) 日本経団連提言 (20.5.20)

- 自立した広域経済圏の形成に向けた提言 — (抜粋)
- ・ 工場等の社員食堂等における地元農産物の積極的活用(地産地消)については、会員企業に対し、広く同様の取り組みを自主的に進められるよう働きかけていく予定である。
- ※ 経団連は、会員企業に対して、上記に関する協力依頼を通知(5.21)

(事例) キヤノンの社員食堂における取組

- ・ キヤノンでは、全国各地の事業所の社員食堂において、地場産の食材の積極的利用を推進。東京都大田区の本社では、神奈川県三浦産の野菜の他、千葉県や茨城県産の農産物を社員食堂で提供。



(2) 学校給食における推進

○食育基本法に基づく食育推進基本計画(18.3決定)(抜粋)

- ・ 学校給食は、地場産物の活用の推進や米飯給食の一層の普及・定着を推進するための手段として活用。平成22年まで学校給食での地場産物使用割合(食材ベース)を30%以上とする(19年度23.3%)。

○学校給食法の一部改正(20.6.11成立)(抜粋)

法第10条 栄養教諭が学校給食を活用した実践的な食の指導を行うに当たり、地域の産物を学校給食に活用するなどにより、当該地域の食文化、食に係る産業、自然環境の恵沢に対する理解の増進を図るよう努める。

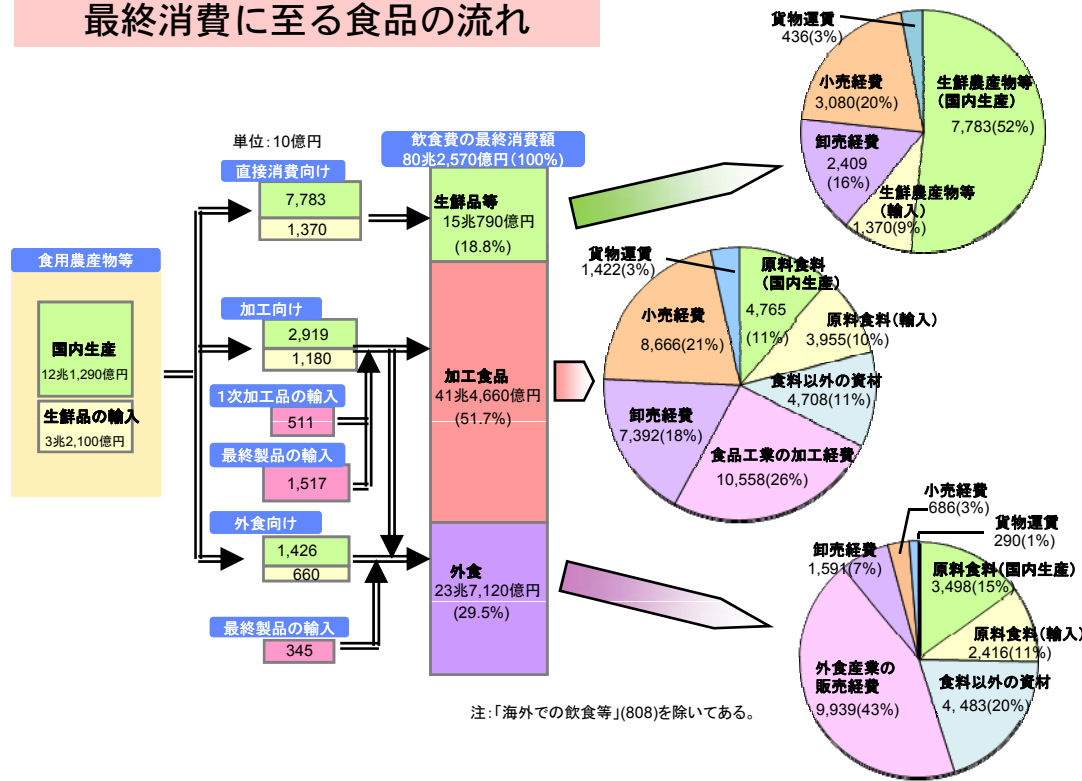
2. 望ましい食生活の姿とそれを支える食と農の連携④(食品産業)

○ 食品製造・流通・外食から成る食品産業は、食料の安定供給や地域経済の活性化において重要な役割を果たすとともに、高い技術力や品質管理能力を有しており、国際的にも、我が国食品の魅力を高める源泉になっている。

一方、消費者にとって、食品産業は、店舗で食品を購入したり、飲食する際の相手側となることから、法令の遵守、適切な表示、情報提供など、消費者の信頼を得た上で、産業としての健全な発展を図る必要。

また、流通の効率化については、卸売市場の再編・整備、物流効率化、消費者ニーズに対応した多様な流通チャネルの形成を推進しているが、これまでの政策の効果を踏まえ、それを一層進めるための具体的な改善方策を明らかにする必要。

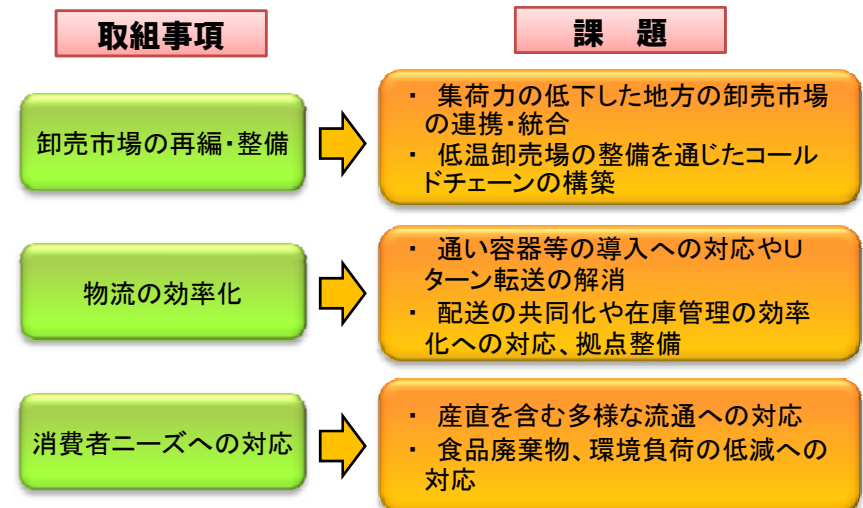
最終消費に至る食品の流れ



卸売市場数の推移

		H元	H16	H17	H18	H19	H20	H21.4	16年以降 の変化
中央	市場数	88	86	86	84	81	79	77	▲10%
	業者数	263	239	236	230	228	224	221	▲8%
地方	市場数	1,626	1,304	1,286	1,269	1,237	-	-	▲5%
	業者数	1,969	1,497	1,489	1,484	1,454	-	-	▲3%

流通の効率化に向けた取組と課題



資料:総務省他9府省庁「産業連関表」(平成12年)を基に農林水産省が試算

注1:ラウンドの関係で計が一致しないことがある。

注2:円グラフの経費等には利潤(又は損失)が含まれる。

注3:生鮮農産物等(国内生産)及び原料食料(国内生産)には集出荷経費も含まれる。