

# 食料消費の改善等 に関する資料

## [目 次]

### 1 情勢の変化

(1)食料消費構造の変化 ..... 1

(2)食の外部化・簡便化の進展 ..... 2

### 2 主な制度等

(1)食生活指針の推進について ..... 3

(2)食育基本法・食育推進基本計画 ..... 4

(3)食育の推進体制 ..... 6

### 3 講じた措置

(1)国産農林水産物の消費拡大 ..... 7

(2)食育の推進 ..... 10

(3)地産地消の推進 ..... 12

### 4 施策の成果

(1)食習慣の変化等 ..... 13

(2)食への関心の高まりと知識の不足 ..... 15

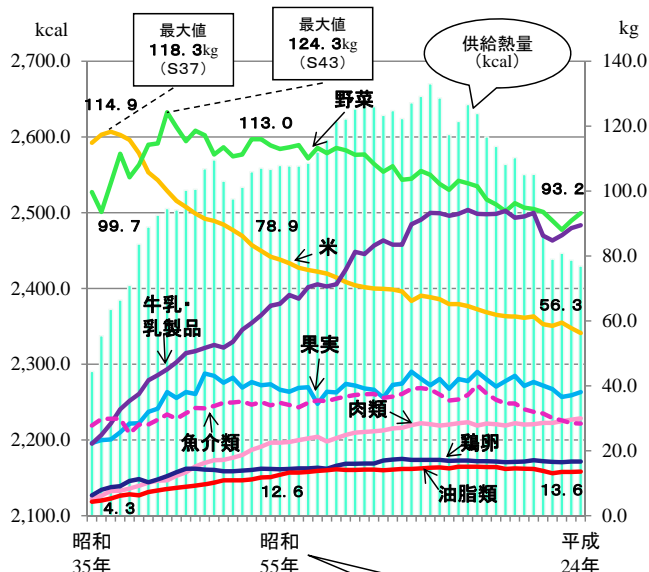
5 平成26年度 関連予算 概算決定の概要 ..... 16

## 1 情勢の変化

### (1)食料消費構造の変化

- 長期的には経済成長に伴う所得の向上等を背景として、食事内容は、主食である米や野菜が減少する一方、畜産物、油脂等が増加するなど大きく変化。
- こうした中で、昭和50年代中ごろに、摂取する栄養素(PFC)の熱量バランスが平均的にみてほぼ適切で、主食である米を中心に水産物、畜産物、野菜等多様な副食から構成されるいわゆる「日本型食生活」が形成。
- しかしながら、その後も米、野菜等の消費減少等が続いた結果、現在は脂質の摂取割合が高め。

#### ○国民一人当たりの品目別供給量及び供給熱量の推移



#### ○日本型食生活の概要

「日本型食生活」とは、日本の気候風土に適した米を中心に農産物、畜産物、水産物等多様な副食から構成され、栄養バランスが優れた食生活のことをいう。

出典：食育推進基本計画（平成23年3月31日食育推進会議決定）



（日本型食生活のイメージ）

- ・「日本型食生活」は、栄養バランスに優れているだけでなく、日本各地で生産される農林水産物を多彩に盛り込んでいるのが特徴。
- ・また、ごはん中心の食事の良いところは、和・洋・中ともよく合うおかずがたくさんある。

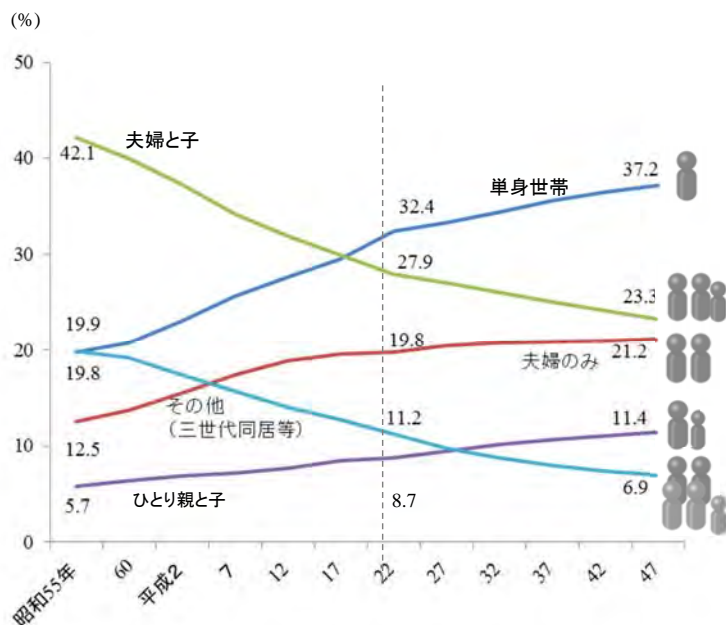
#### ○日本型食生活を実践している人の割合注：18%（平成24年）

- 注：食生活指針の実践と結びつく以下の5項目全てについて、「ほとんどできている」「おおむねできている」と回答した人の割合を集計
- ・主食、主菜、副菜を基本に食事のバランスを
  - ・ごはんなどの穀類をしっかり
  - ・牛乳、乳製品、緑黄色野菜、豆類、小魚などで、カルシウムを十分にとりましょう
  - ・脂肪のとりすぎをやめ、動物、植物、魚由来の脂肪をバランスよくとりましょう
  - ・食文化や地域の産物を活かし、ときには新しい料理も

### (2)食の外部化・簡便化の進展

- 単身世帯の増加、女性の雇用者の増加等社会情勢の変化の中で、食に関して外部化・簡便化が進展、定着。
- 望ましい食生活の実現のためには、食品産業の食料供給者としての役割も重要。

#### ○家族類型別一般世帯数、平均世帯人員の推移と見通し

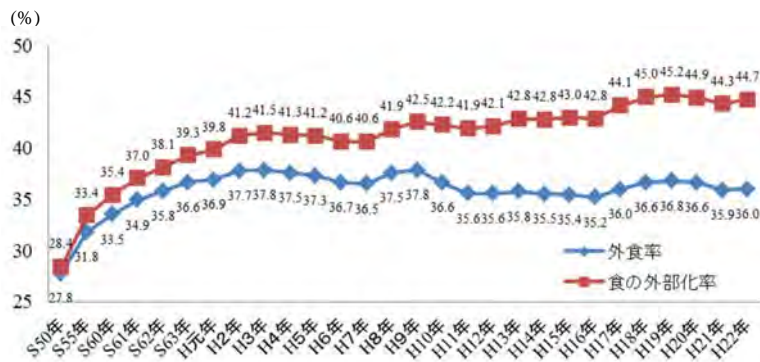


資料：総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計(全国推計)」(平成25(2013)年1月推計)

注：1) 国勢調査における「単独世帯」を「単身世帯」と表記。

2) 平成27(2015)年以降は推計値。

#### ○食料消費支出に占める外部化率の推移

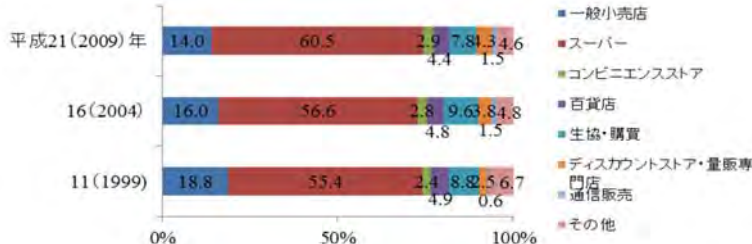


資料：(財)食の安全・安心財団による推計

注：外食率・・・食料消費支出に占める外食の割合

食の外部化率・・・外食率に惣菜・調理食品の支出割合を加えたもの

#### ○食料消費支出に占める購入先別支出割合の推移



資料：総務省「全国消費実態調査」(全国・二人以上の世帯)を基に農林水産省で作成  
注：消費支出からは、外食を除く。

2 主な制度等

(1)食生活指針の推進について

- 平成12年3月、当時の文部省、厚生省、農林水産省で国民の健康の増進、生活の質の向上及び食料の安定供給の確保を図るために「食生活指針」を策定。
- 食生活指針等の普及・定着に向けた取組の推進、国民的運動の展開について、平成12年3月に、「食生活指針の推進について」を閣議決定。

○食生活指針の推進について(平成12年3月24日閣議決定)(抜粋)

- 1 食生活指針等の普及・定着に向けた各分野における取組の推進
  - (1)食生活改善分野における推進(略)
  - (2)教育分野における推進(略)
  - (3)食品産業分野における推進
    - 国民生活の変化等を背景とした食の外部化が進展しており、食品産業が国民の食生活に果たす役割が増大していることから、消費者の適切な選択に資するため、食品産業関係者を中心とする次の取組を総合的に推進する。
      - ア 地域の産物、旬の素材を利用した料理や食品の提供
      - イ 減塩、低脂肪の料理や食品の提供
      - ウ 容器等を工夫して量の選択ができるような料理や食品の提供
      - エ エネルギー、栄養素等の情報の提供
      - オ 様々な人達が楽しく安心して交流できる場づくりや体験・見学等の機会の提供の推進
  - (4)農林漁業分野における推進
    - 消費者や実需者のニーズに即した食料供給を一層推進するとともに、消費者の食及び農林漁業に対する理解を深めるため、農林漁業の体験や見学等の場の提供に関して農林漁業関係者を中心とする取組を総合的に推進する。
- 2 食生活指針等の普及・定着に向けての国民的運動の展開
  - 食生活指針等の普及・定着及び消費者の食生活改善への取組を促すため、民間団体等の自主的な活動とも連携して、国民的な運動を展開する。

○食生活指針

- ☆食事を楽しみましょう。
- ☆1日の食事のリズムから、健やかな生活リズムを。
- ☆主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを。
- ☆ごはんなどの穀類をしっかりと。
- ☆野菜・果物、牛乳・乳製品、豆類、魚なども組み合わせる。
- ☆食塩や脂肪は控えめに。
- ☆適正体重を知り、日々の活動に見合った食事量を。
- ☆食文化や地域の産物を活かし、ときには新しい料理も。
- ☆調理や保存を上手にして無駄や廃棄を少なく。
- ☆自分の食生活を見直してみましょう。

(平成12年3月23日 文部省・厚生省・農林水産省決定)

(2)食育基本法・食育推進基本計画

- 国民が健全な心身を培い、豊かな人間性をはぐくむ食育を推進するため、施策を総合的かつ計画的に推進すること等を目的として、平成17年7月「食育基本法」が施行。
- 食育基本法に基づき、「第2次食育推進基本計画」が平成23年3月に決定。

食育基本法  
(平成17年法律第63号)

(前文) 様々な経験を通じて「食」に関する知識と「食」を選択する力を習得し、健全な食生活を実践することができる人間を育てる食育を推進することが求められている。

(食育に関する基本理念)

- 国民の心身の健康の増進と豊かな人間形成
- 食に関する感謝の念と理解
- 食育推進運動の展開
- 子どもの食育における保護者、教育関係者等の役割
- 食に関する体験活動と食育推進活動の実践
- 伝統的な食文化、環境と調和した生産等への配慮および農山漁村の活性化と食料自給率の向上への貢献
- 食品の安全性の確保等における食育の役割

○平成17年7月、厚生労働省と農林水産省は、1日に「何を」「どれだけ」食べればよいのか、望ましい食事のとり方やおよその量をイラストで示した「食事バランスガイド」を決定。

○「食生活指針」や「食事バランスガイド」の活用を通じ、米を中心として多様な副食から構成された「日本型食生活」の普及・啓発の取組を推進。



第2次食育推進基本計画の概要

コンセプト：「周知」から「実践」へ

今後の食育の推進に当たっては、単なる周知にとどまらず、国民が「食料の生産から消費等に至るまでの食に関する様々な体験活動を行うとともに、自ら食育の推進のための活動を実践することにより、食に関する理解を深めること」(食育基本法第6条)を旨として推進。

重点課題

- ① 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
- ② 生活習慣病の予防及び改善につながる食育の推進
- ③ 家庭における共食を通じた子どもへの食育の推進



## 第2次食育推進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

|  | 《第2次基本計画策定時の値》                  | 《現状値》   | 《目標値(平成27年度)》                 |
|--|---------------------------------|---|-------------------------------|
| 1. 食育に関心を持っている国民の割合の増加   | 70.5%                           | 74.2% (24年度)                                  | 90%以上                         |
| 2. 朝食または夕食を家族と一緒に食べる「共食」の回数の増加                                 | 週9回                             | 週9.5回 (24年度)                                  | 週10回以上                        |
| 3. 朝食を欠食する国民の割合の減少   | 子ども : 1.6%<br>20～30歳代男性 : 28.7% | 子ども : 1.5% (22年度)<br>20～30歳代男性 : 32.4% (23年度) | 子ども : 0%<br>20～30歳代男性 : 15%以下 |
| 4. 学校給食における地場産物を使用する割合の増加                                      | 26.1%                           | 25.1% (24年度)                                  | 30%以上                         |
| 学校給食における国産食材を使用する割合の増加   | 77%※                            | 77% (24年度)                                    | 80%以上                         |
| 5. 栄養バランス等に配慮した食生活を送っている国民の割合の増加                               | 50.2%                           | 55.7% (24年度)                                  | 60%以上                         |
| 6. 内臓脂肪症候群（メタボリックシンドローム）の予防や改善のための適切な食事、運動等を継続的に実践している国民の割合の増加 | 41.5%                           | 40.2% (24年度)                                  | 50%以上                         |
| 7. よく噛んで味わって食べるなどの食べ方に関心のある国民の割合の増加                            | 70.2%                           | 73.0% (24年度)                                  | 80%以上                         |
| 8. 食育の推進に関わるボランティアの数の増加  | 34.5万人                          | 35.8万人 (23年度)                                 | 37万人以上                        |
| 9. 農林漁業体験を経験した国民の割合の増加   | 27%                             | 31% (24年度)                                    | 30%以上                         |
| 10. 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の増加                             | 37.4%                           | 66.5% (24年度)                                  | 90%以上                         |
| 11. 推進計画を作成・実施している市町村の割合の増加                                    | 40%                             | 65.3% (24年度)                                  | 100%                          |

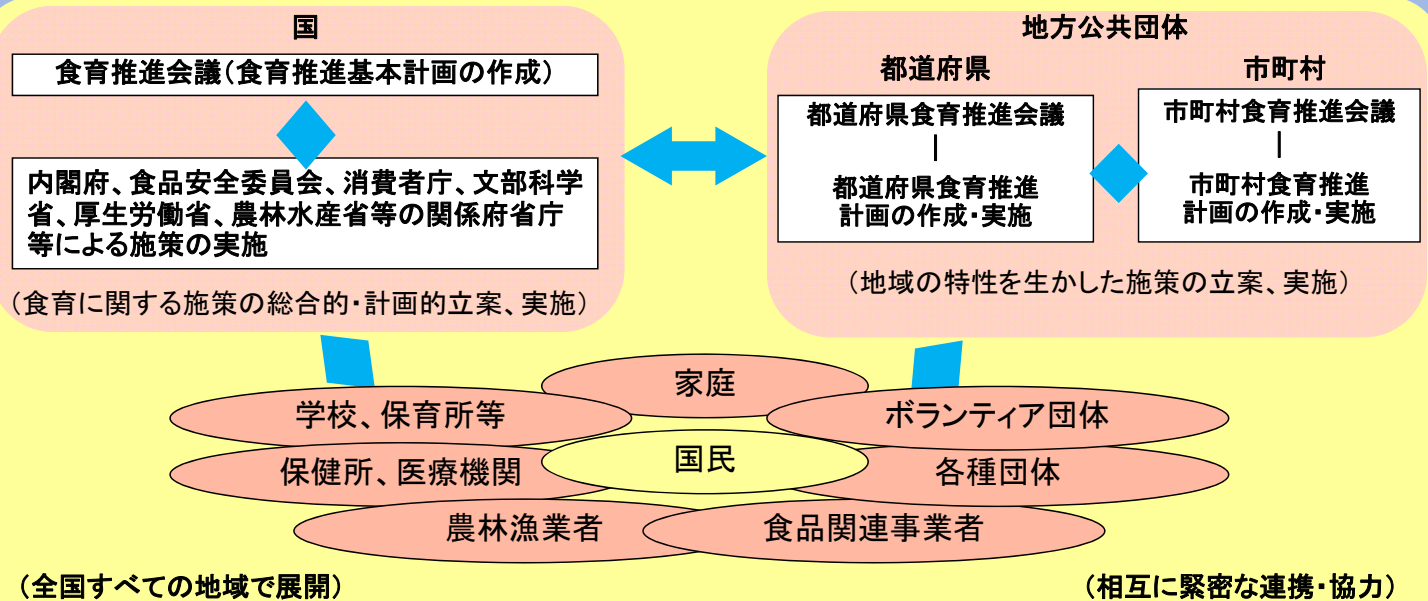
※平成25年12月一部改訂時の値

5

### (3)食育の推進体制

○食育を国民運動として推進していくためには、地方公共団体による取組とともに、学校、保育所、農林漁業者、食品関連事業者、ボランティア等の関係者の緊密な連携・協力がきわめて重要。

### 食育推進体制



国民の心身の健康の増進と豊かな人間形成

6

### 3 講じた措置

#### (1) 国産農林水産物の消費拡大

##### ① 米等の消費拡大

○「日本型食生活」の実践を推進

##### ○朝ごはんをしっかりとる国民運動

・朝食欠食の改善や米を中心とした日本型食生活の普及・啓発を図るため、食品関係企業、団体等と連携し、官民挙げて「めざましごはんキャンペーン」を実施。キャンペーン参加企業の米関連商品の販促活動とも連携し、米の消費拡大を推進。



民間での売場展開やロゴマークを活用した取組



ごはん食の良さを伝えるリーフレットを、デパート、スーパー等において配布

朝食欠食の市場規模（年間50億食、1.5兆円）

|                  | 全国平均    | 20歳代   | 30歳代   | 40歳代   |
|------------------|---------|--------|--------|--------|
| 朝食欠食率（％）         | 10.8    | 25.6   | 20.0   | 15.6   |
| 人口（24年10月1日）（千人） | 127,515 | 13,320 | 17,254 | 17,673 |
| 1日の欠食数（千人）       | 13,772  | 3,410  | 3,451  | 2,757  |
| 年間欠食数（億食）        | 50      | 12     | 13     | 10     |
| 市場規模（億円）         | 15,000  | 3,600  | 3,900  | 3,000  |

資料：厚生労働省 平成23年「国民健康・栄養調査」 総務省 人口推計（平成23年10月1日）  
注：市場規模は、1食あたり300円として試算。

##### ○学校での米飯給食の推進

##### 農林水産省の取組

##### 米飯学校給食の拡大に向けた取組への支援

米飯給食を拡大する上で隘路となっている ① 食材の安定確保、② 産地との連携を通じた食育の推進 ③ 調理時間・コスト等の課題を解決する取組の支援をモデル校で実施し、成果を全国の学校給食関係者に普及・啓発。

##### 政府備蓄米の無償交付

米飯学校給食を増加させる場合に、回数の対前年度純増分を対象に政府備蓄米（直近年産米）を無償交付。

##### 市町村等への働きかけ

##### 米飯学校給食実施回数の新たな目標

文部科学省は、平成21年3月に米飯学校給食の新たな目標として「週3回以上」（週3回以上の地域や学校については、週4回などの目標設定を促す）を通知。

学校における米飯給食の推進について  
（平成21年3月31日 文部科学省スポーツ・青少年局長通知）（抜粋）

米飯給食の推進については、週3回以上を目標として推進するものとする。この場合、地場産物の活用推進の観点から、地場産の米や小麦を活用したパン給食など、地域の特性を踏まえた取組にも配慮する。

また、地域や学校の事情等により実施回数が異なっている現状に鑑み、以下のように、地域や学校の事情等に応じた段階的、漸進的な実施回数の増加を促すこととする。

- （1）大都市等実施回数が週3回未満の地域や学校については、週3回程度への実施回数の増加を図る。
- （2）既に過半を占める週3回以上の地域や学校については、週4回程度などの新たな目標を設定し、実施回数の増加を図る。

#### ② 食料自給率に関する国民への情報発信～フード・アクション・ニッポンの展開～

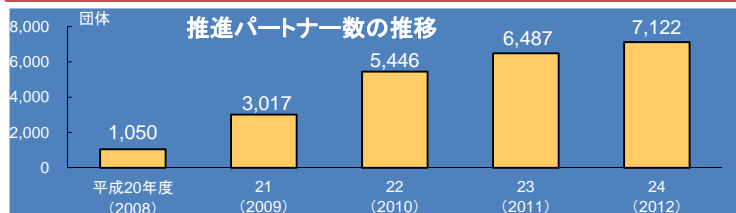
○食料自給率の向上に向け、企業・団体等と連携し、国産農林水産物の消費拡大を図る取組を推進。

##### 食料自給率の向上に向けた官民連携による消費拡大への取組を推進



民間事業者による国産食材販売促進フェアの開催

食料自給率の向上に向け、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産物等の消費拡大に向けた取組を促進します。



##### 国産食品等ポイント事業

国産食料品等に、抽選で地域特産品が当たるポイント「こくポ」を付与することにより消費者の購入を促し、国産食料品等の消費拡大を図ります。



「こくポ」を添付した商品の販売。企業も販売促進フェアを実施

##### フード・アクション・ニッポン アワード

国産食材のおいしさや特色を生かした新商品開発、食文化を保存・継承する取組等、食料自給率の向上に寄与する取組を顕彰し、優良事例の全国的な普及を図ります。



平成25年度大賞受賞「キリンにつぼん米茶」



表彰式は多くのメディアに取り上げられた



##### 異業種との連携による国産農産物等の消費拡大に向けた取組の推進

医療・福祉や観光等食品産業以外の分野との連携等を図りつつ、地域の優良な取組の普及など国産農産物等の消費拡大に向けた取組を推進します。



医食農連携事業での事例集の作成



観光連携事業でのキャンペーンの実施



### ③「食べて応援しよう！」～被災地産食品の利用・販売を推進

- 被災地産食品の対する消費者の不安感が払拭できていない中、正確でわかりやすい情報提供と丁寧な説明を行うことが重要。このため、①基準値の考え方や農業生産現場での検査の取組等を説明会等で幅広く発信するとともに、②加工・流通業者に対し、科学的・客観的な根拠に基づく冷静な対応を要請などを実施。(23年3月～)
- また、「食べて応援しよう！」のキャッチフレーズの下、生産者、消費者等の団体や食品産業事業者等、多様な関係者の協力を得て、被災地産食品の販売フェアや社内食堂等での積極的な利用の取組を推進。(23年4月～)
- 農林水産省・経済産業省の連名で流通業界団体、経済団体に対し、工芸品を含めた被災地産品の販売促進を依頼する文書を出。また、都道府県、大学、各府省庁等に対しても、依頼文書を出。(24年8月、25年6月)
- 全府省庁の食堂・売店1,405カ所のうち、802カ所で被災地産品を利用・販売。米については7,160トン(総利用・販売量の39%に相当)のうち、福島県産米1,927トンを利用・販売。(数字は25年3月末時点。出先機関を含む。)



「食べて応援しよう！」とは、被災地やその周辺地域で生産・製造されている農林水産物・食品(被災地産食品)を積極的に消費することで被災地の復興を応援する運動



ローソンによる「食べて応援しよう！」第4弾商品(25年12月)



民間団体による「東北復興支援販売会」(25年11月 東京都)



消費者の部屋特別展示「福島県産米復興に向けた取組」(25年11月 農水省)



農林水産省内の食堂で、福島県産米「天のつぶ」を提供(25年11月)

これまでの取組:

うち被災地産食品販売フェア等: 882件 637件

社内食堂等での食材利用: 158件

(23年4月～26年1月までの間)

## (2)食育の推進

### ①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増につなげる

#### 教育ファームについて

##### ○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

##### 【一般部門】農林水産大臣賞 NPO法人とうもろの会 (静岡県掛川市)

水田のある風景を次世代へ引き継ぐため、地場産「さしすせそ」(砂糖・塩・酢・醤油・みそ)と地場産食材を活用した料理や伝統的な行事食を継承。

小中学校向けの農業体験や地場農産物の直売所を通じ、農業や農村の魅力を伝えている。



豆腐づくり

茶摘み

##### 【企業部門】農林水産大臣賞 みやぎ生活協同組合 (宮城県仙台市)

よりよい食の環境づくりのため、バランス良く、楽しく食べることを、子どもと一緒に学ぶ運動を推進。

メンバー(組合員)が、生産者や産地を応援するため、1970年から、産地見学や産地での体験を毎年実施するほか、大豆・お米はどのように味噌の原料になるのか、一年間産地で体験する農業加工調理体験を行っている。



味噌作り実習

②農林水産省における食育の推進方向

○食料の生産から消費にわたる各段階を通じて、消費者に健全な食生活の実践を促す取組や、食や農林水産業への理解を深める活動を支援し、食育を国民運動として展開、国内需要の増大にもつなげる。

【背景と課題】

- 平成17年度に**食育基本法**制定
- 「食育」の認知には一定の成果を上げてきた一方で、**バランスの良い日本型食生活の実践が課題**
- 消費者に農林水産業の重要性を理解し、「**攻めの農林水産業**」のサポーターになってもらう必要
- 無形文化遺産に登録された「和食」の保護・継承

【今後の取組】

- ◎ **健全な食生活の実践を促すとともに、食や農林水産業への理解を醸成するため、食育を国民運動として展開し、国内需要の増大にもつなげる**

日本再興戦略(平成25年6月14日閣議決定)(抜粋)  
**食育を国民運動として推進するため、農林漁業体験を経験した国民の割合を5年後に35%とすることを目標として食や農林水産業への理解増進を図る**

農林水産業・地域の活力創造プラン  
(平成25年12月10日農林水産業・地域の活力創造本部決定)(抜粋)  
**Ⅲ施策の展開方向**  
**学校給食、地産地消、食育等を通じた国内需要の増大**

○食育の主な取組

地域における食育の推進

- 生産から食卓に至るフードチェーンを通じた食育活動を推進
- 日本型食生活などの実現に向けた、地域の食育活動を支援



食育推進運動の展開

- 食育優良活動の表彰
- 食料自給率に関する国民への情報発信等
- 将来の食料消費、消費行動などを分析・把握し、課題を整理



農林漁業に関する体験活動の推進

- 地域における教育ファームの活動に対する支援を実施
- 全国の教育ファームのデータベース整備
- 企業の参加の促進
- 文部科学省との連携のもと、学校教育の場において、教科等と関連付けた教育ファームのプログラム等の開発

食文化の継承のための活動への支援

- 地域の食文化の保護・継承など、地域の食育活動を支援

(3)地産地消の推進

- 地域の生産者と消費者の結びつきを強化し、消費者の需要に対応した生産を行うこと等を通じ、地域の農林水産物の利用を拡大する地産地消の取組が全国で展開。
- 地域の農林水産物を生産者が直接消費者に販売する直売所は、全国で約23,000ヶ所に達し、年間販売額は約7,900億円。
- 食育にもつながる学校給食における地域の農林水産物の利用割合は約25%。

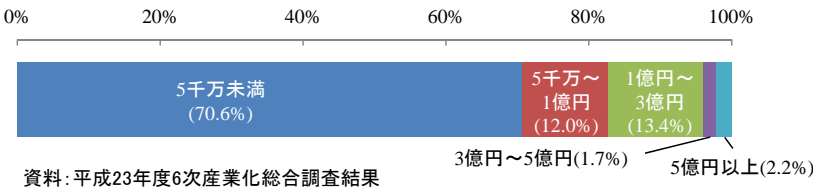
直売所の状況

|                            | 17年度        | 23年度        | (目標)<br>32年度      |
|----------------------------|-------------|-------------|-------------------|
| 直売所数                       | 13,538      | 22,980      | —                 |
| 総販売額                       | 4,585<br>億円 | 7,927<br>億円 | —                 |
| 1直売所当たり販売額                 | 3,387<br>万円 | 3,450<br>万円 | —                 |
| 1億円以上の直売所割合<br>(常設店舗・通年営業) | 16%         | 17%         | 50%※ <sub>1</sub> |

資料: 2005年世界農林業センサスに基にした実態調査結果、平成23年度6次産業化総合調査結果

※<sub>1</sub> 「農林漁業者等による農林漁業及び関連産業の総合化並びに地域の農林水産物の利用の促進に関する基本方針」における目標値

平成23年度年間販売金額規模別農産物直売所の割合  
(常設店舗・通年営業)



学校給食における地場産物の利用状況

| 16年度  | 24年度  | 27年度<br>(目標)※ <sub>2</sub> |
|-------|-------|----------------------------|
| 21.2% | 25.1% | 30.0%                      |

資料: 文部科学省「学校給食における地場産物の活用状況調査」

※<sub>2</sub> 第2次食育推進基本計画における目標値

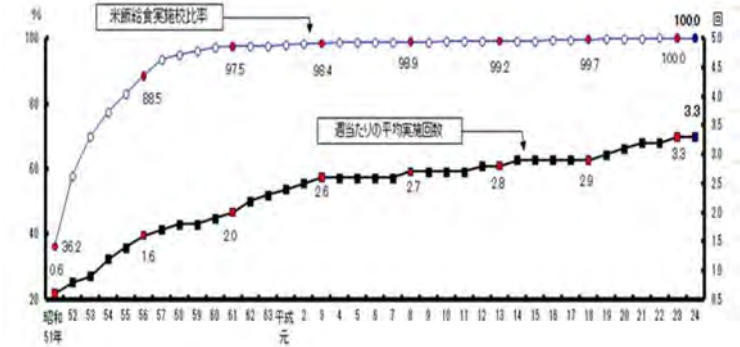


#### 4 施策の成果

##### (1)食習慣の変化等

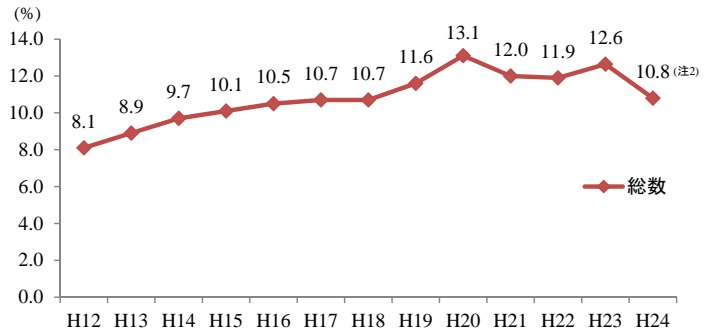
○米飯学校給食実施回数は増加傾向で推移している一方、朝食の欠食率は、減少傾向にあるものの依然として10%程度で推移。

##### ○ 米飯学校給食実施回数の推移（平成24年度3.3回）



出典：米飯給食実施状況調査（平成24年度調査：文部科学省）

##### ○朝食の欠食率の年次推移（総数（注1））

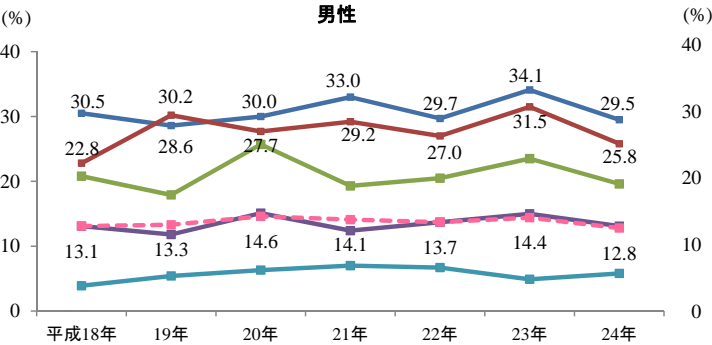


資料：厚生労働省「国民健康・栄養調査」（平成12～24年）

注1：総数は1歳以上での平均

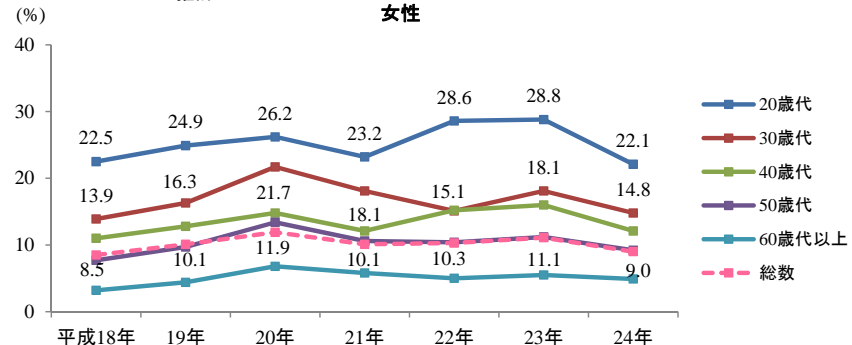
注2：H24年は「平成24年国民健康・栄養調査結果の概要」から農林水産省において推計

##### ○朝食の欠食率の年次推移（性・年齢階級別）



資料：厚生労働省「国民健康・栄養調査」（平成18～24年）

注：総数は1歳以上での平均



13

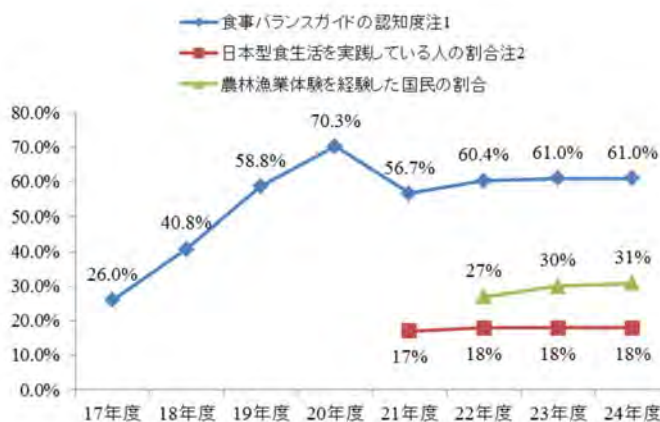
##### (1)食習慣の変化等

○食事バランスガイドの認知度は6割を超えるが、日本型食生活を実践している人の割合は2割以下と低い状況。

○農林漁業体験を経験した国民の割合は増加傾向で推移。

○食に対する意識と食生活指針等の実践度から、意識と実践度がともに高い「模範層」、意識と実践度がともに低い「問題層」に分類して、違いを分析。「模範層」は「問題層」よりも、農林漁業との関わりが多い傾向。

##### ○食育事業の成果（政策目標の達成状況）



出典：「食事バランスガイド」認知及び参考度に関する全国調査（平成17～22年度）

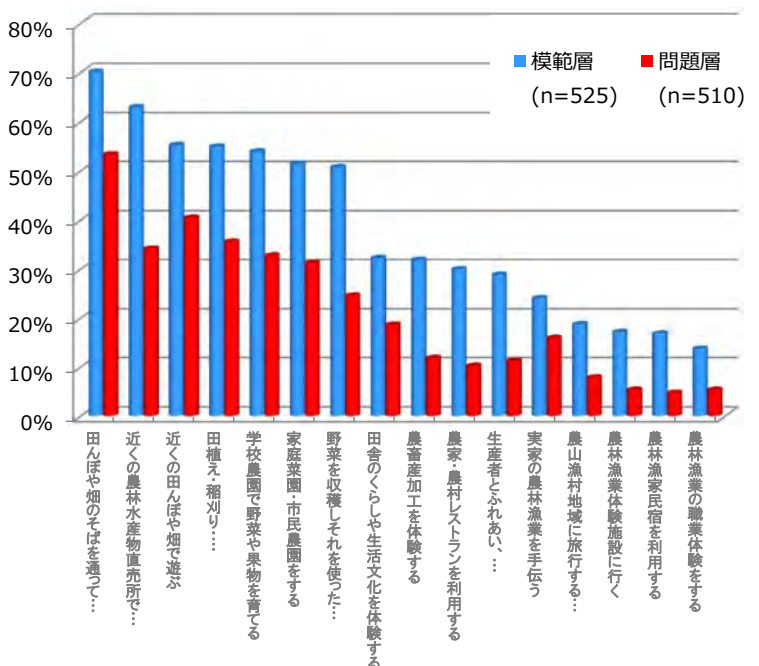
「食生活及び農林漁業体験に関する調査結果」（平成23年～24年度）

注1：調査対象者のうち「食事バランスガイド」を「内容を含めて知っている」、「名前程度は聞いたことがある」と答えた者の合計

注2：食生活指針の実践と結びつく以下の5項目全てについて、「ほとんどできている」「おおむねできている」と回答した人の割合を集計

- ・主食、主菜、副菜を基本に食事のバランスを
- ・ごはんなどの穀類をしっかりと
- ・牛乳、乳製品、緑黄色野菜、豆類、小魚などで、カルシウムを十分にとりましょう
- ・脂肪のとりすぎをやめ、動物、植物、魚由来の脂肪をバランスよくとりましょう
- ・食文化や地域の産物を活かし、ときには新しい料理も

##### ○食と農に関する意識・行動について



資料：食育フォーラム2013 パネルディスカッション用配付資料より

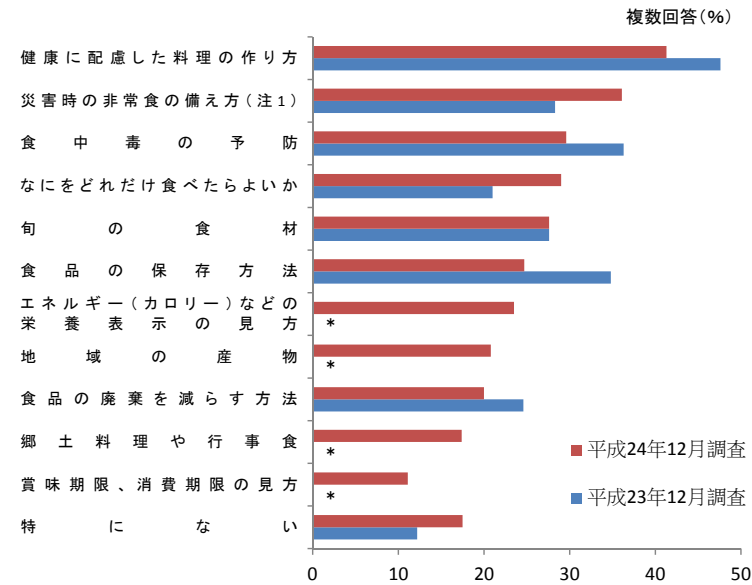
14



(2)食への関心の高まりと知識の不足

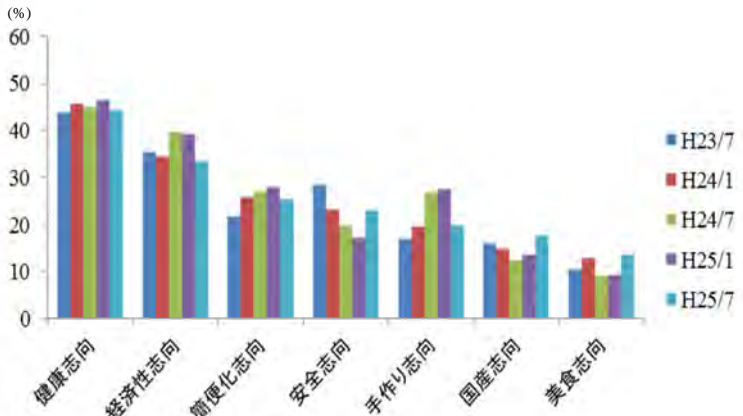
○今後身につけたい知識として「健康に配慮した料理の作り方」を挙げる者が多い。  
○一方、食に対する消費者の意識をみると、健康志向と経済性志向が高水準で推移。

○食品の選択や調理について今後身につけたい知識



※ \*は、調査時にその選択肢がなかったものである。  
(注1) 平成23年12月調査では、「災害時の非常食について」となっている。  
資料:内閣府「食育に関する意識調査」(平成24年12月)

○食に対する消費者の志向の変化(2つ回答)



資料:(株)日本政策金融公庫「平成25年度上半期消費者動向調査」  
注:全国の20~70歳代の男女を対象としたインターネット調査  
(回答総数2000人)

## 日本食・食文化魅力発信プロジェクト[新規]

【平成 26 年度概算決定額 2, 6 5 8 (一) 百万円】

### 対策のポイント

国内外における国産農林水産物・食品の市場拡大に向け、国内外において日本食・食文化の普及・拡大に係る取組や、学校給食等における国産農林水産物・食品の消費拡大に向けた取組を推進します。

### <背景／課題>

- ・平成 32 年のオリンピック・パラリンピックの東京開催や和食のユネスコ無形文化遺産登録が決まったこと等を受け、世界各国の日本に対する注目度は高まっています。
- ・このような機会を捉え、日本食・食文化の魅力を国内に発信することを通じて、国民が和食の素晴らしさを再認識するとともに、増えつつある訪日外国人旅行者等に対し和食の深い魅力を広く伝えることにより、国産農林水産物・食品の消費拡大に繋げることが重要です。
- ・また、併せて、海外に向けて日本食・食文化の魅力を発信することで、国産農林水産物・食品の輸出拡大にも資することとなります。
- ・このため、国内外における国産農林水産物・食品の市場拡大に向け、国内外において日本食・食文化の普及・拡大に係る取組や、学校給食等における国産農林水産物・食品の消費拡大に向けた取組を推進します。

### 政策目標

#### ○農林水産物・食品の輸出額を拡大

(4, 497億円 (平成24年) → 1 兆円水準 (平成32年))

#### ○国産農林水産物・食品の消費を拡大

(平成25年度から平成29年度までに売上向上率10%向上)

### <主な内容>

#### 1. 日本食・食文化普及推進総合対策

1, 1 4 0 (一) 百万円

##### (1) 日本食・食文化の世界的普及プロジェクト

###### ① 海外向けプロジェクト

料理学校や海外給食事業者等と連携したメニュー開発による日本産食材の活用促進、海外主要都市での日本食文化週間の実施、海外ジャーナリスト等を活用した日本食・食文化の魅力発信等の取組を行います。

###### ② 国内向けプロジェクト

国内の各地において、消費者や食関係者等を対象とした日本食・食文化に係るセミナー・シンポジウムの開催、日本食・食文化を普及するためのイベントの実施等の取組を行います。

委託費  
委託先：民間団体等

### <各省との連携>

- 外務省 ・外務省所管の JICA が主催する国内外の研修等において、我が国の農林水産物・食品に関する取組についてのプログラムを実施し、日本食・食文化を普及する人材を育成。

(2) 日本食・食文化の普及支援事業

海外の料理学校における日本食講座の開設、海外主要都市での日本食レストランウィークの実施、海外の外食事業者団体等が主催する見本市への出展等の取組を支援します。

補助率：定額  
事業実施主体：民間団体等

2. 日本の食魅力再発見・利用促進事業

1, 518 (一) 百万円

(1) 地域の農林水産物の活用促進

① 食のモデル地域の育成

地域で生産・加工される国産農林水産物・食品の消費拡大を推進するため、「食のモデル地域」における商品開発、販路開拓、人材育成等を支援します。

② 地域の取組の全国展開

食のモデル地域等での消費拡大の動きを全国的に拡大するため、商談会の開催や消費拡大促進フェア等の取組を支援します。

③ 学校給食における地場食材の利用拡大

現場の創意工夫を生かし、学校給食の食材として地場産農林水産物を安定的に生産・供給するモデル的な取組を文部科学省と連携しつつ支援します。

補助率：定額、1/2  
事業実施主体：市町村、協議会、民間団体等

<各省との連携>

- 文部科学省 ・ 文部科学省のスーパー食育スクール事業において、学校給食での地場産農林水産物の利用に係る食育効果の検証等を行い、成果を普及。

(2) 全国レベルでの国産農林水産物・食品の消費拡大

① 全国的な消費拡大のためのイベントを実施

生産者と消費者、日本と世界の絆を深め、我が国の農林水産業・食品産業、農山漁村がもつ素晴らしい価値を発信するための様々なイベントを実施します。

② 食料自給率向上に向けた取組

食料自給率の向上のため、異業種（医療・福祉、観光等）とも連携しつつ国産農林水産物の消費拡大を図る取組を推進します。

委託費  
委託先：民間団体等

お問い合わせ先：

- |               |                     |                |
|---------------|---------------------|----------------|
| 1、2 (2) ①について | 食料産業局食品小売サービス課外食産業室 | (03-6744-0481) |
| 2(1)①、②について   | 生産局穀物課              | (03-3502-7950) |
| 2(1)③について     | 食料産業局産業連携課          | (03-6744-1779) |
| 2(2)②について     | 大臣官房食料安全保障課         | (03-6744-2352) |



## 2-(2)-②食料自給率向上に向けた取組 フード・アクション・ニッポン (FAN) について

【日本の食魅力再発見・利用促進事業15億円の内数】

- 平成20年より、食料自給率の向上を図るため、国産農産物の消費拡大に向けた取組として「フード・アクション・ニッポン (FAN)」を推進。
- 「FANアワード」、「こくポ」、「多様な業種との連携」による国産農産物の消費拡大への取組を実施。

### 1. 取組概要

- (1) 「フード・アクション・ニッポン(FAN)」は、関係者が一体となって推進する食料自給率向上に向けた取組です。(H20.10.1発足)
- (2) 現在、農業者、食品製造事業者、流通業者、学校、行政等幅広い分野の関係者に「推進パートナー」としてご参加いただき、国産農産物の消費拡大に向けた取組を進めております。
- (3) 平成25年12月31日現在、推進パートナー 7,405社、個人会員87,493人にご参加いただいております。



### 2. 推進パートナーのメリット

- (1) 各種販促ツールが利用可能  
推進パートナーの皆様にご活用いただける販促 ツールをご用意しております。
- (2) FANのロゴが使用可能  
個別の包装やパッケージ等にも利用できます。
- (3) 公式サイトで推進パートナーの取組を紹介  
（「発見！地域のアクション」）
  - ① 食料自給率向上に積極的な企業・団体であることを、関心の高い消費者にアピールしています。
  - ② 他の推進パートナーとの連携拡大や新事業展開の手助けとなります。



### 3. 本年度の具体的な取組

#### (1) フード・アクション・ニッポン アワード

- ① 食料自給率向上に寄与する企業・団体等の取組みを一般から広く募集し、優れた取組を表彰するものです。
- ② 私たちや未来の子供たちが安心しておいしく食べていける社会の実現を目指します。
- ③ 平成25年度は、全国各地から819件の応募があり、厳正な審査の結果、計177件の取組・活動が受賞しました。



#### (2) 国産応援ポイントプログラム「こくポ」

地域の優良な農産品等をはじめとした国産食料品等の普及啓発を図るとともに、国産食料品等に、抽選で地域特産品が当たるポイント「こくポ」を付与し、その購買促進を図る取組を実施することにより、食料自給率の向上を図ります。



#### (3) 多様な業種との連携

国産農産物の機能性のPRや、医療・健康・福祉・観光等、食品産業以外の分野との連携等により、国産農産物の消費拡大を図ります。



## 農産物等消費応援事業

【平成26年度概算決定額 86（126）百万円】

【うち復興庁計上分 86（126）百万円】

### 対策のポイント

被災地及び周辺地域で生産・加工された農林水産物・食品の積極的な消費を推進します。

### <背景／課題>

- ・ 農林水産業を基幹産業とする被災地及びその周辺地域の復興のためには、被災地及び周辺地域で生産された農林水産物・食品が風評に惑わされることなく選択されるよう、消費者の当該地域の農林水産物・食品に対する信頼を確保する取組が必要です。
- ・ 農林水産省では、被災地及び周辺地域で生産・加工された農林水産物・食品の積極的な消費を通じ、被災地の復興を応援する取組である「食べて応援しよう！」を推進していますが、被災地及びその周辺地域の復興のためには、引き続き、このような取組を継続することが必要です。

### 政策目標

首都圏を中心とした消費地において、本事業により被災地及び周辺地域の食品を購入した人の割合が概ね10%向上。

### <主な内容>

#### 被災地及び周辺地域で生産・加工された農林水産物・食品のPR活動

被災地及び周辺地域で生産・加工された農林水産物・食品が風評に惑わされることなく選択されるよう、消費者の当該農林水産物・食品に対する信頼を確保するための取組をSNS等新たな広報手法も活用してPRするとともに、このような取組に賛同する企業等のネットワークを活用し、官民の連携により民間事業者の被災地応援フェア等の取組の拡大を図り、当該農林水産物・食品の消費拡大を推進します。

（委託費  
委託先：民間団体等）

[お問い合わせ先：大臣官房食料安全保障課（03-6744-2352）]

# 平成26年度 農産物等消費応援事業

被災地及び周辺地域で生産・加工された食品の積極的な消費を推進します  
(事業実施主体: 民間団体等)

## 国の取組

(被災地産農産物等のPR活動)

### 民間事業者への支援

- ・フェア・イベント等との連携
- ・連携企業等の新規開拓
- ・啓発活動のサポート等



連動

### 消費者に向けた広報活動

- ・SNS・雑誌等を活用した広報



## 民の取組

(民間事業者の自主的取組の拡大)

左記取組に賛同する企業等のネットワークを活用し、民間事業者の応援フェア等の取組を拡大

官民連携  
の強化



購買機会  
の増加

購買意欲  
の向上

消費拡大



## 農林水産物の生産・流通の場における食育の推進

【750（801）百万円】

### 対策のポイント

食料の生産から消費にわたる各段階を通じて、消費者に健全な食生活の実践を促す取組や、食や農林水産業への理解を深める活動を支援し、食育を国民運動として展開します。

### <背景／課題>

- ・消費者に対して、日本型食生活をはじめとした健全な食生活の実践を促すとともに、食や農林水産業への理解を深めるための食育を推進する必要があります。
- ・「日本再興戦略」において、食育を国民運動として推進するため、農林漁業体験を経験した国民の割合を5年後に35%とすることを目標として食や農林水産業への理解増進を図ることとしています。
- ・また、「農林水産業・地域の活力創造プラン」において、国内外の需要を取り込むための輸出促進、地産地消、食育等の推進を図ることとしています。
- ・さらに、ユネスコ無形文化遺産に登録された「和食」の保全のためにも、食育の推進が重要とされています。

### 政策目標

- ・日本型食生活の実践に取り組む人の割合の向上（27年度までに27%）
- ・農林漁業体験を経験した国民の割合（30年度までに35%）

（日本型食生活とは）

日本の気候風土に適した米を中心に水産物、畜産物、野菜等多様な副食から構成された栄養バランスが優れた食生活です。

### <主な内容>

#### 1. フードチェーン食育活動推進事業

333（375）百万円

##### （1）フードチェーン食育モデル事業

消費者に健全な食生活の実践を促す取組や、食や農林水産業への理解を深めるための体験活動などの食育活動を、食品の生産から食卓に至るまでのフードチェーンを通じて一体的に行う取組を支援します。

##### （2）フードチェーンを通じた食育指導者キャリアアップ事業

フードチェーンを通じた食育推進の指導者育成のためのキャリアアップ研修を支援します。

（補助率：定額）  
事業実施主体：民間団体等

#### 2. 地域における日本型食生活等の普及促進

（消費・安全対策交付金で実施）

352（352）百万円

日本型食生活などを普及する食育推進リーダーの育成及び地域のネットワーク作り並びに地域の食文化の継承等を支援するとともに、食や農林水産業への理解を深めるため、生産の場において農林漁業者等が播種から収穫までの一連の農作業等の体験の機会を提供する教育ファーム等を支援します。

（交付率：定額（1／2以内））  
事業実施主体：都道府県、市町村、農業者団体等

### 3. 食育活動の全国展開事業委託費

65(74)百万円

食をめぐる課題の解決に向けた有識者フォーラムの開催及び食育優良活動の表彰等を行います。また、文部科学省との連携のもと学校教育の場において、教科等と関連付けた教育ファームのプログラム等を開発するとともに、企業における教育ファームの活用方法を検討すること等により、食育の全国展開を図ります。

委託費  
委託先：民間団体等

#### <各省との連携>

- 文部科学省 ・ 教育ファームのプログラムの検討については、文部科学省が指定するスーパー食育スクールと連携

### 4. 農林漁業に関する体験活動の推進

農山漁村地域等における都市住民の受入体制の整備、農林漁業体験プログラムの開発、交流農園・直売所の整備等による都市と農村の共生・対流や生産者と消費者との間の交流を促進することにより相互の信頼関係を構築し、国民の食に関する理解と関心の増進を図ります。

|                             |        |          |        |
|-----------------------------|--------|----------|--------|
| 都市農村共生・対流総合対策交付金            | 2, 100 | (1, 950) | 百万円の内数 |
| 農山漁村活性化プロジェクト支援交付金          | 6, 540 | (6, 233) | 百万円の内数 |
| 「農」のある暮らしづくり交付金             | 580    | (550)    | 百万円の内数 |
| 補助率：定額、1/2等                 |        |          |        |
| 事業実施主体：都道府県、市町村、地域協議会、農業法人等 |        |          |        |

#### (関連対策)

### 5. 地産地消、日本食・食文化の普及、国産農林水産物・食品の消費拡大推進

農林漁業者と多様な事業者が連携して行う地産地消等の取組に必要な施設整備や、新商品の開発・販路開拓等の取組を支援します。また、日本食・食文化の普及・拡大に係る取組や、学校給食等における国産農林水産物・食品の消費拡大に向けた取組を推進します。

|                           |        |          |        |
|---------------------------|--------|----------|--------|
| 6次産業化支援対策                 | 2, 680 | (3, 615) | 百万円の内数 |
| 日本食・食文化魅力発信プロジェクト         | 2, 658 | (-)      | 百万円の内数 |
| 委託費、補助率：定額、2/3以内、1/2以内    |        |          |        |
| 委託先、事業実施主体：都道府県、市町村、民間団体等 |        |          |        |

#### <各省との連携>

- 文部科学省 ・ 文部科学省のスーパー食育スクール事業において、学校給食での地場産農林水産物の利用に係る食育効果の検証等を行い、成果を普及

#### お問い合わせ先：

1～3の事業について

消費・安全局消費者情報官 (03-3502-5723)

4の都市農村共生・対流総合対策交付金について

農村振興局都市農村交流課 (03-3502-5946)

4の農山漁村活性化プロジェクト支援交付金について

農村振興局農村整備官 (03-3501-0814)

4の「農」のある暮らしづくり交付金について

農村振興局都市農村交流課 (03-3502-0033)

5の6次産業化対策について

食料産業局産業連携課 (03-6744-1779)

5の日本食・食文化魅力発信プロジェクトについて

食料産業局食品小売サービス課外食産業室 (03-6744-0481)

# 農林水産物の生産・流通の場における食育の推進

## 【背景と課題】

- 平成17年度に食育基本法制定
- 「食育」の認知には一定の成果を上げてきた一方で、バランスの良い日本型食生活の実践が課題
- 消費者に農林水産業の重要性を理解し、「攻めの農林水産業」のサポーターになってもらう必要
- 無形文化遺産に登録された「和食」の保全

## 【今後の取組】

- ◎ 健全な食生活の実践を促すとともに、食や農林水産業への理解を醸成するため、食育を国民運動として展開

日本再興戦略(平成25年6月14日閣議決定)(抜粋)

食育を国民運動として推進するため、農林漁業体験を経験した国民の割合を5年後に35%とすることを目標として食や農林水産業への理解増進を図る

農林水産業・地域の活力創造プラン

(平成25年12月10日農林水産業・地域の活力創造本部決定)(抜粋)

### Ⅲ施策の展開方向

学校給食、地産地消、食育等を通じた国内需要の増大

- ◆ 食料の生産から消費にわたる各段階を通じ、消費者の日本型食生活の実践を促す取組や、食や農林水産業への理解を深める活動を支援し、食育を国民運動として展開、国内需要の増大にもつなげる。
- ◆ フードチェーンを通じた食育活動の取組や、各年代の国民の参加を促すため企業の参加の推進を強化。

## 各地における食育活動の支援



( 地域に根ざした  
実践的取組を支援 )

### 食育推進リーダーの育成

- ・食育推進リーダーの育成
- ・地域でのネットワーク作り
- ・地域の食文化の継承

### 教育ファームの推進

- ・教育ファーム等農林漁業体験の機会の提供



( フードチェーンを通じた  
食育活動を支援 )

### フードチェーンを通じた食育の推進

- ・食品の生産、製造・加工、調理、流通、消費の各段階(フードチェーン)を通じて一体的に食育活動を行うモデル事業の実施
- ・フードチェーンを通じた食育推進の指導者育成のためのキャリアアップ研修の開催

## 食育活動の全国展開

### 教育ファームのプログラムの充実

- ・教育ファームに対する企業のニーズの調査・分析
- ・教科等と関連付けた農林漁業者、学校関係者など指導者向けのプログラムの作成



### 優良事例の顕彰・紹介

- ・優良な食育活動の農林水産大臣表彰

### 幅広い関係者による食育運動の展開

- ・有識者フォーラム
- ・HP等を通じた情報発信





## 6次産業化等による農林水産物・食品の 高付加価値化等の推進

【3, 116 (3, 615) 百万円】

### 対策のポイント

農山漁村の所得や雇用の増大を図るため、農林漁業成長産業化ファンドを本格展開するとともに、医福食農連携など多様な異業種との連携強化による6次産業化の取組等を支援します。

### <背景／課題>

- ・農山漁村の所得や雇用の増大を図るためには、地域の農林水産物や資源を活用した6次産業化、農商工連携、地産地消の取組を推進することが必要です。
- ・「日本再興戦略」においても、農林水産業を成長産業にする重要施策として6次産業化の推進が位置づけられているところです。
- ・このため、農林漁業成長産業化ファンドによる出資や、医福食農連携など農林漁業者と多業種の事業者とのネットワーク形成、これらの者のサポート体制の構築等を支援します。

### 政策目標

6次産業の市場規模の拡大

(約1兆円(22年度) → 3兆円(27年度) → 10兆円(32年度))

### <主な内容>

1. 農林漁業成長産業化ファンドの本格展開 (財投資金) 15, 000百万円  
(株)農林漁業成長産業化支援機構を通じ、生産・流通・加工等の産業間が連携した取組について、資本の提供と経営支援を一体的に実施します。(出資契約等に必要な政府保証枠として財投資金とは別に350億円を措置)  
(事業実施主体：(株)農林漁業成長産業化支援機構)

### 2. 6次産業化支援対策 2, 680 (3, 615) 百万円

#### (1) 6次産業化ネットワーク活動交付金

地域の創意工夫により、農林漁業者と食品事業者・流通業者等の多様な事業者がネットワークを構築して行う6次産業化等の取組を推進するため、都道府県段階で6次産業化プランナー等を配置し、農林漁業者等による新商品開発・販路開拓、六次産業化・地産地消法等の認定者による施設整備等を支援します。

〔 交付率：都道府県への交付率は定額(事業実施主体へは定額、2/3以内、1/2以内)  
事業実施主体：都道府県、市町村、民間団体等 〕

(2) 6次産業化の支援体制等の構築 [新規]

6次産業化に取り組む農林漁業者等を全国的な視点からサポートするため、6次産業化中央サポートセンターを設置するとともに、情報交換会やセミナー等の開催、事例情報の収集・提供等を行います。

また、多様な分野に精通し、新たな6次産業化ビジネスを自ら創出する人材の育成を行います。

〔 委託費、補助率：定額  
委託先、事業実施主体：民間団体等 〕

3. 医福食農連携の推進 [新規]

435 (一) 百万円

(1) 医福食農連携コンソーシアム整備等支援 [新規]

405 (一) 百万円

医学・農学等の関係者や食品産業事業者等による医福食農連携に関するコンソーシアムが、食と健康の因果関係を科学的に調査・分析するための取組等を支援します。

〔 補助率：定額、1/2以内  
事業実施主体：民間団体等 〕

(2) 介護食品普及支援 [新規]

30 (一) 百万円

介護食品を広く国民に普及させるためのシンポジウムの開催や、地域の関係者が連携した介護食品の提供システムの構築等に向けた取組を支援します。

〔 補助率：定額、1/2以内  
事業実施主体：民間団体等 〕

(関連対策)

4. 学校給食における地産地消の推進 [新規]

日本の食魅力再発見・利用促進事業 [新規] 1,518 (一) 百万円の内数

学校給食における地場産農林水産物の利用拡大及び定着に向けて、学校給食の食材として地場産農林水産物を安定的に生産・供給するモデル的な取組を文部科学省と連携しつつ支援します。

〔 補助率：定額  
事業実施主体：市町村、民間団体等 〕

<各省との連携>

○文部科学省

・文部科学省のスーパー食育スクール事業において、学校給食での地場産農林水産物の利用に係る食育効果の検証等を行い、成果を普及

お問い合わせ先：

1、2、4の事業 食料産業局産業連携課 (03-6738-6473)  
3の(1)の事業 食料産業局食品小売サービス課 食産室  
(03-3502-8267)  
3の(2)の事業 食料産業局食品製造卸売課  
(03-6744-2249)