

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

最終取りまとめ

平成 27 年 3 月

株式会社三菱総合研究所

## 目次

<b>1 はじめに</b>	1
<b>2 これまでの食育施策の検証</b>	1
<b>(1) 食料消費をめぐる情勢の変化</b>	1
<b>(2) 主な制度等</b>	1
<b>(3) 講じた措置</b>	2
<b>(4) 課題</b>	2
ア 全般	2
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	3
エ 食品産業界との連携	4
オ 関係省庁との連携	4
<b>3 食料消費の現状と将来予測</b>	4
<b>(1) 現状</b>	4
<b>(2) 消費者各層の特性</b>	5
<b>(3) 栄養バランスの観点から特に注意喚起が必要な食習慣</b>	7
<b>(4) 食料消費、消費行動の将来予測</b>	8
<b>(5) 教育ファーム活動の効果の検証</b>	8
<b>(6) その他今後の食育施策に資すると考えられる調査結果</b>	9
<b>4 今後の食育推進策の方向性について</b>	9
<b>(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</b>	10
ア 消費者ニーズの把握	10
イ 食育メニューデータベースの整備	10
ウ 食育実践者モニターの確保	10
エ ガイドブックの作成	10
<b>(2) 「日本型食生活」の推進</b>	11
ア わかりやすく、実行性の高い「日本型食生活」の推進	11
(ア) 「日本型食生活」の概要	11
(イ) ごはん食のメリット	11
(ウ) 「日本型食生活」の実践	12
イ 栄養バランスの観点から特に注意喚起が必要な食習慣への対応	12
(ア) 栄養バランスを整えることへの気づき	12
(イ) 主食・主菜・副菜がそろった食事の実践	12
(ウ) 外部サービスの活用	13
(エ) 「食事を準備する力」の向上	13
ウ 食料消費、消費行動の将来予測への対応	14

エ 食品産業と連携した食育の推進	14
オ その他	14
<b>(3) 体験活動を通じた食と農林水産業の理解増進</b>	14
<b>(4) 「日本型食生活」の推進と食と農林水産業の理解の一体的推進</b>	15
<b>(5) 食育を通じた地域の食文化の保護・継承の推進</b>	15
<b>(6) 関係省庁との連携</b>	16
<b>(7) 施策効果の継続的検証</b>	16
<b>(8) その他の課題への対応</b>	16
(参考1) 「食育推進施策に関する有識者会議」委員名簿	17
(参考2) 「食育推進施策に関する有識者会議」開催状況	18

## 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、近く、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が取りまとめられる予定である。また、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開催し、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。

## 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、油脂等が増加する傾向がここ 40 年程度の中で継続してきた。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、これを受けて「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 25 年度）

④学校給食の地場産物使用割合：23.7%（平成 17 年度）→25.8%（平成 25 年度）

### (4) 課題

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委員などから以下が示された。

#### 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ふ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。

(エ) 次の世代を担う小、中、高生に対して、農林水産業と他産業とのつながりに

について教えていくことが重要である。

(才) 家庭での食育が進むような取組が重要である。

#### 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。20代～40代の都市生活の単身男性の実践度の向上に取り組むことが必要である。
- (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るべきである。
- (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。
- (ク) 日本型食生活の普及と国産農産物の消費拡大をセットにしたPRを進める。正しい食生活を通して米の消費も伸びるような政策を進めていかないと食料自給率の向上につながらない。

#### ウ 体験を通じた食や農林水産業の理解増進

- (ア) 教育ファームなど質の高い体験を通じて農業が「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) 子どもから高齢者までのあらゆる機会における食育の推進や、種まきから収穫までの体験ができるような取組が必要である。

#### **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、生活習慣病予防、食品安全、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、食育にしっかりと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と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。
- (カ) 学校教育の場において、伝統料理の調理実習など食に対する教育が必要である。

### **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 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と予測される（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)。

## (2) 消費者各層の特性

平成 26 年 6 月に実施した「生活者アンケート調査」のうち、主食・主菜・副菜をそろえて食べる頻度、1 日 3 食の欠食状況、一週間の食事で摂る食材の種類別回数、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/syokuiku/pdf/2\\_2\\_2.pdf](http://www.maff.go.jp/syokuiku/pdf/2_2_2.pdf))

世代を 20 代、30 代、40 代、50~64 歳、65~74 歳、75 歳以上に分けて、世代別に現在の食事状況を分析すると、次の 4 つの観点から、20 代~40 代までの世代と、65 歳以上の世代とで傾向に大きな違いがある。なお、50~64 歳の世代は、これらの世代の中間的な位置づけとなっている。

ア まず、普段の食事で主食、主菜、副菜を 3 つそろえて食べる回数が大きく異なる。一日 3 回、一週間で 21 回の食事のうち、主食、主菜、副菜を 3 つそろえて食べる回数が、20 代、30 代、40 代では、中央値が 8~10 回なのに対して、65~74 歳、75 歳以上では 17~21 回となっており、約 2 倍の回数となっている。なお、50~64 歳では、11~13 回が中央値となっている(図 8)。(朝食、昼食、夕食別の 3 つそろう日数: 図 9~図 14)

イ 次に、普段の食事で、朝食、昼食、夕食の 3 回の食事を食べていない、いわゆる欠食者の割合が大きく異なる。普段、平日に朝食、昼食、夕食のいずれか、もしくは複数の食事を食べていない者の割合は、20 代男性で 20.8%、30 代男性で 21.2%、40 代男性で 24.0%、20 代女性で 19.2% といずれも約 2 割が欠食している。他方、65~74 歳男性では 6.0%、女性では 5.6%、75 歳以上の男性では 4.8%、女性では 2.2% と欠食者の割合が低い。なお、50~64 歳男性は 12.4%、30 代女性 14.0%、40 代女性 16.4%、50~64 歳女性 8.0% であった。(図 15、図 16)

ウ また、大豆製品のほか、主としてカロリー源となる主食・主菜以外の食品(野菜、きのこ、海藻、牛乳、乳製品、果物)を摂る回数が大きく異なる。例えば、大豆製品については、一週間に 5 回以上摂る人の割合が 20 代で 36%、30 代で 40%、40 代で 41% であるのに対して、65~74 歳では 64%、75 歳以上では 67% と

なっている。また、果物では、一週間に5回以上摂る人の割合が、20代で29%、30代、40代で35%であるのに対して、65～74歳では74%、75歳以上では83%となっている。（図17～図23）

エ また、主菜として魚介類を摂る回数が大きく異なる。ただし、ここでは、40代が、50～64歳の層と併せて中間的な位置づけとなっている。具体的には、魚介類を一週間に5回以上摂る人の割合が、20代で28%、30代で26%、40代で36%、50～64歳で40%、65～74歳で57%、75歳以上で58%となっており、20代～30代と65歳以上の世代では2倍以上の違いがある。（図24）

オ さらに、65歳以上の世代では、家庭食以外（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））の割合が他の世代と比較して低く（図25～図32）、「季節の食材を使用」（図33、図34）、「毎日味や種類の違う食事をとる」（女性のみ）（図35）や、「日本型食生活」という言葉や意味の認知度（図36、図37）、実践度（図38、図39）が、他の世代に比べて高い。

カ 朝食・昼食の準備時間は、20～64歳の現役世代では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40～図45）。

キ 「規則正しい時間に食事をとる」（図46、図47）、「主食・主菜・副菜がそろった食事をとる」（図48、図49）、「多くの食材を使った食事をとる」（図50、図51）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。

ク 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52、図53）。一週間で21回の食事のうち、ごはんを食べている回数で見ても、どの年代も50%前後が11回以上（過半数）と回答している（図54）。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55、図56）。

ケ なお、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57）。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58～図61）。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62～図67）。この傾向は、朝食・昼食・夕食で一貫している。

コ 一方、夫婦と子どもからなる世帯においては、食の外部サービスを適切に活用することで、主食・主菜・副菜をそろえることを可能とする傾向もみられた（図68）。

### （3）栄養バランスの観点から特に注意喚起が必要な食習慣

栄養バランスが優れた食生活として、農林水産省が推進する「日本型食生活」の柱となっている主食・主菜・副菜をそろえた食事の頻度に着目して分析を行った。その結果、次の4つの食習慣のうち1以上持つ場合に、主食・主菜・副菜をそろえて食べる頻度が低いことが分かった。なお、ここでは、食への関心が高くない者でも、自らが該当するか否かを判断しやすい食習慣を分析の対象とした。

#### ア 日常的な欠食がある

平日に、朝食、昼食、夕食のいずれかひとつ以上を欠食している者は、76%が朝食のみを欠食しているが（図69）、昼食や夕食においても主食・主菜・副菜をそろえて食べる回数が少ない（図70～図73）。

#### イ 夕食で家庭食以外が多い

夕食で、家庭食以外（外食、中食、冷凍・レトルト食品）の利用回数が週に5回以上の者は、5回未満の者に比べ、夕食における主食・主菜・副菜をそろえて食べる回数が少ない（図74、図75）。

#### ウ ごはん食の頻度が少ない

一週間で21回の食事のうち、ごはん食が7回以下の者は、8回以上の者に比べ、主食・主菜・副菜をそろえて食べる回数が少ない（図76～図79）。

#### エ 調理ができない

普段の食事を自分で準備することができますかとの質問に、「ほとんどのものに市販食品を利用して食事を準備することができるか、もしくは自分で食事を準備することはできない」と回答した者（調理ができない者）は、「一部市販食品を取り入れて食事を準備することができる」もしくは「ほとんどのものを食材から調理して食事を準備することができる」と回答した者（調理ができる者）に比べ、主食・主菜・副菜をそろえて食べる回数が少ない（図80～図83）。なお、この傾向は、自ら食事を準備する機会の多い女性に顕著な傾向がみられる。これは、自分以外の者に食事を準備してもらう場合には、自らの食事を準備する力が食事内容に

影響しないためと考えられる。

以上4つの食習慣のうち、いずれにも該当しない者は調査回答者全体の48%、いずれか1つの項目に該当する者は35%、複数の項目に該当する者は17%であった（図84）。また、該当する項目が多いほど、主食・主菜・副菜をそろえて食べる回数が少なくなっていることが注目される（図85）。

#### （4）食料消費、消費行動の将来予測

「ごはん」「肉」「魚介類」「果物」「牛乳」について、「生活者アンケート」により調査した朝食、昼食、夕食の1週間の摂取回数に基づき、5年後、10年後、20年後の食料消費・消費行動の予測を行った。なお、加齢により摂取回数が変化すると仮定したものを「加齢効果」、各個人が加齢により食習慣を変化させないことを前提として仮定したものと「世代効果」とした。

その結果、加齢効果においては、将来の高齢世代も現在の高齢世代と同じ程度に多様な食材をとる場合、少子高齢化による人口構成の変化により、一人あたりの摂取回数は肉を除いて多少の増加傾向となる。

また、世代効果については、現在の若年世代が将来にわたってライフスタイルを変化させない場合、食材によってはあまり変化がないが、牛乳、果物については、一人あたりの摂取回数は減少傾向となる。

#### （5）教育ファーム活動の効果の検証

ア 教育ファームの体験者は、農林水産業への理解において、農業・農村の多面的機能や食料自給率に正しい知識を持っている人が多い（図86、図87）。

イ 食に対する意識として、普段は、「なるべく日本産のものを選んで食べる」「住んでいる地域や自分の生まれ故郷ならではの食べ物があることを知っている」「旬の食材を日々の食卓に取り入れる」といった傾向がある。（図88）。また、体験をきっかけに、「なるべく日本産のものを選んで食べる」「食事はなるべく残さず食べる」「野菜を多く食べるなど栄養バランスのとれた食事を心がける」といった意識や行動の変化が生じている（図89）。

ウ 国産農林水産物の消費拡大について、日本産の選択においては、「作っている人を信頼できる」「国産のものを応援したい」といった意識から選択している人が多い（図90～図94）。教育ファーム体験により、生産現場への理解や信頼が醸成され、食に対する意識の高まりにつながっていると考えられる。また、中食や外食について、「日本産原材料が使用されていることが強調されている」ものを選択する人が、教育ファーム参加経験がない人より多い（図95、図96）。

エ 食に対する意識の変化において、教育ファーム体験の方が、他の農業体験

よりも体験による効果が高い傾向がある。教育ファーム体験のうちでも、加工体験の方が、より体験効果が高い傾向がある（図 97、図 98）。なお、加工体験をした人のうちの多くが農業体験もしており、生産から、実際に食べるところまでの体験の二つを併せて経験することにより、より高い効果があると考えられる。

オ 子供の参加をきっかけに教育ファームに参加している人が多く（図 99）、学校教育現場を通じた働きかけは、子供世代だけでなくその親世代に対しても重要なチャネルである。

#### （6）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 100、図 101）。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、宅配、直売所の順であり、男女で大きな違いはない（図 102）。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 52、図 53）、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 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 103～図 112）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

消費者と食をめぐる様々な変化が進む中では、「日本型食生活」の認知度、実践度の低下、地域で受け継がれてきた伝統的な食文化の衰退、食卓と生産現場との距離の拡大による食や農林水産業についての国民の理解の希薄化等が進むことも懸念される。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」の推進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。

また、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つていることが認識されるように進めることも重要である。

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や、多様化する消費者と食をめぐる課題、消費者の価値観や食との関わり方等を踏まえながら、現場の食育実践者と連携して、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

消費者の食生活のあり方等に関しては、これまで「日本型食生活」の推進をはじめとする様々な取組を進めてきたが、年齢やライフスタイルの違い等に応じて、それらの認知度や実践度など定着状況、実践のための課題等も様々である。したがって、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。働きかけに当たっては最終的な到達目標を示すだけではなく、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ことが必要である。推進にあたっては、消費者ニーズの把握、現場の食育実践者との連携、継続的な検証などの支援体制を確保する。

### ア 消費者ニーズの把握

消費者ニーズを的確に把握するため、本事業の「生活者アンケート調査」の結果を踏まえ、消費者を食生活に関する意識、食への関心、行動のレベル、特性に基づいて分類し、各層に受け入れられやすい食育メニューを把握する。

### イ 食育メニューデータベースの整備

現在提供されている効果的な食育活動を把握するとともに消費者へ情報を提供するため、食育メニューのデータベースを整備する。

### ウ 食育実践者モニターの確保

現場の食育実践者に対する情報提供や施策に関する意見聴取、現場のニーズを直接把握するため、「食育実践者モニター」を導入する。「食育実践者モニター」は、現場で農林漁業、調理、栄養、食文化等の分野で食育を実践する個人、NPO、企業、教育関係者などから構成する。モニターからは消費者各層に受け入れられやすい食育メニューについて、食育の現場で実践する際の課題や工夫等に関する情報や食育に関する施策の評価に資する情報を収集し、効果的な食育の推進体制の基礎とする。

### エ ガイドブックの作成

食育実践者が、関心の低い人でも無理なく「日本型食生活」の実践を含む食や農林水産業への関心を深められる食育活動を提供できるよう、食や農林水産業への関心の度合い等に応じた段階的な食育の進め方のガイドブックを作成する。

## (2) 「日本型食生活」の推進

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。

### ア わかりやすく、実行性の高い「日本型食生活」の推進

「日本型食生活」の推進に当たっては、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していくため、ごはん食のメリット、中食や外食の有効活用を含め、その内容、特徴等を分かりやすく周知し、政策評価を行う。また、推進手法は、消費者各層の多様な特性やニーズを分析・把握した上で類型化し、それぞれの類型に適した方策を検討し、実施する。

#### (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を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、多様な食材を組み合わせた食事となること。
- 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て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 自ら栄養バランスや健康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。

(参考) 「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て食べる食生活で、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 栄養バランスの観点から特に注意喚起が必要な食習慣への対応

栄養バランスの観点から特に注意喚起が必要な食習慣として、「日常的な欠食がある」「夕食で家庭食以外が多い」「ごはん食の頻度が少ない」「調理ができない」の 4 つの食習慣のうち、該当する項目が多いほど、主食・主菜・副菜をそろえて食べる頻度が低いことが示された。

4 つの食習慣についての個々の改善が目的ではなく、栄養バランスが優れた食生活を営むために現状の食習慣を確認する目的でこれらの指標を活用するという点に留意したうえで、以下の対応を行うことが望ましい。

#### (ア) 栄養バランスを整えることへの気づき

栄養バランスを整えることへの気づきを与えるためには、栄養バランスに関する知識を深める前に、まず、自身の食生活を行動起点で確認することが必要である。その際、特に注意喚起が必要な 4 つの食習慣について着目し、これらを、自分自身が食習慣を見直す必要があるかどうかについての判断指標とすることが有効であると考えられる。

#### (イ) 主食・主菜・副菜がそろった食事の実践

主食・主菜・副菜がそろった食事は、ひいては「日本型食生活」の実践につながるが、現状、自身の食事が「特に注意喚起が必要な食習慣」である場合には、まず、主食・主菜・副菜をそろえることのメリットをわかりやすく伝え、取組の意義の認識を促す必要がある。そのうえで、実際の食生活に活かせるよ

う、主食・主菜・副菜のバランスについての栄養学的な知識を深めることを目的とした、わかりやすい情報伝達を行う。また、本とりまとめ4（2）（イ）に示すとおり、ごはんをベースとすれば、多様な食材と組み合わせやすく、主食・主菜・副菜がそろった食事をとりやすくなることも伝える。

#### （ウ）外部サービスの活用

共働き世帯の増加や勤務時間・勤務形態の多様化といった社会構造の変化により、食事の準備にかけられる時間が減少していると考えられる。事実、「主食・主菜・副菜がそろった食事をとる」（図48、図49）「多くの食材を使った食事をとる」（図50、図51）といった食事形態に関しては、「実践したいが時間がない」という点が課題であり、特に20代～40代でこの傾向が強い。

このような状況において、主食・主菜・副菜がそろった食事を全て自分で調理することは困難であると考えられる。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、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。

したがって、消費者に対しては、主食・主菜・副菜をそろえて食べるためには外部サービスも活用可能であることを明確に伝えるとともに、食品関係事業者は、上記のような社会構造を背景とした、消費者へのサービス内容の拡大を行うことが望ましいと考えられる。

#### （エ）「食事を準備する力」の向上

日常の食習慣を栄養バランスの良いものにしていくためには、食事の適切なメニューを自分で構成することや調理技術を身に着けることといった、自らで「食事を準備する力」の向上が必要であると考えられる。

食事の適切なメニューを組み立てるためには、例えば外部サービスを活用する場合においても、主食・主菜・副菜のバランスに基づいて商品を選択することが望ましい。このためには、上記（イ）で示した通り、主食・主菜・副菜のバランスについて認識できるようにするためのわかりやすい情報伝達や、学校、家庭、企業等での栄養教育を行う必要がある。

一方で、食事の準備時間を効率化するためには、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」については、20～65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（図113、図114）。特にこの現役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」といった食事に近づけることができるものと推測される。また、特に、高校生は、進学・就職などで生活環境が大きく変わる前の時期であることから、この時期に適切な食習慣を身につけておくことが、外部サービスの利用も含めた今後の「食事を準備する力」の向上のために非常に重要である。したが

って、この世代の子どもがいる家庭では、保護者と共に調理技術を学ぶ機会があると良いと考えられる。

なお、現在の65歳以上の層においては、「毎日味や種類の違う食事をとる」(図113、図114)「季節の食材を取り入れた食事をとる」(図115、図116)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低く、現在の現役世代の調理技術を向上させることで、現役世代が65歳以上になった場合でも、現在の65歳以上の層と同様、このような豊かな食生活を営めることとなると考えられる。

#### ウ 食料消費、消費行動の将来予測への対応

「ごはん」「肉」「魚介類」「果物」「牛乳」について、加齢効果においては、将来の高齢世代も現在の高齢世代と同じ程度に多様な食材をとる場合、少子高齢化による人口構成の変化の影響により、一人あたりの摂取回数は肉を除いて多少の増加傾向となる。

また、世代効果については、現在の若年世代が将来にわたってライフスタイルを変化させない場合、食材によってはあまり変化がないが、牛乳、果物については、一人あたりの摂取回数は減少傾向となり、摂取頻度を高めるための取組が必要となる。

#### エ 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、豊かな食生活を支える役割を担う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、弁当、外食産業における、「日本型食生活」の推進に資するメニュー や商品に関する消費者への情報提供などの取組を促進する。

#### オ 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。

### (3) 体験活動を通じた食と農林水産業の理解増進

- ア 食、農林水産業、農山漁村、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、学ぶ機会としての質の高い体験活動は極めて重要である。

イ 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極めて有効である。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こうした質の高い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り、教育ファームなど質の高い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。

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

カ 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を発信する機会の拡大を図る。

キ 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。

#### （4）「日本型食生活」の推進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」の推進と食と農林水産業の理解増進の取組を一体的に取り組むことが効果的、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。

#### （5）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。

## **(6) 関係省庁との連携**

食生活、農業、食品ロスなどについて、学校教育の中での食育を確実に進めるとともに、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、保護者への啓発、現場での体験の推進など、関係省庁ともしっかりと連携して取り組むべきである。

## **(7) 施策効果の継続的検証**

食育実践者モニターを活用しつつ、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。

## **(8) 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。

## 「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 純子	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)

## 「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

第3回 平成26年12月11日

- (1) 食育推進のための調査・分析について
- (2) 食と農林漁業の食育優良活動表彰について

第4回 平成27年2月23日

- (1) 食育推進のための調査・分析について
- (2) 今後の食育推進施策について（最終取りまとめ）（案）について