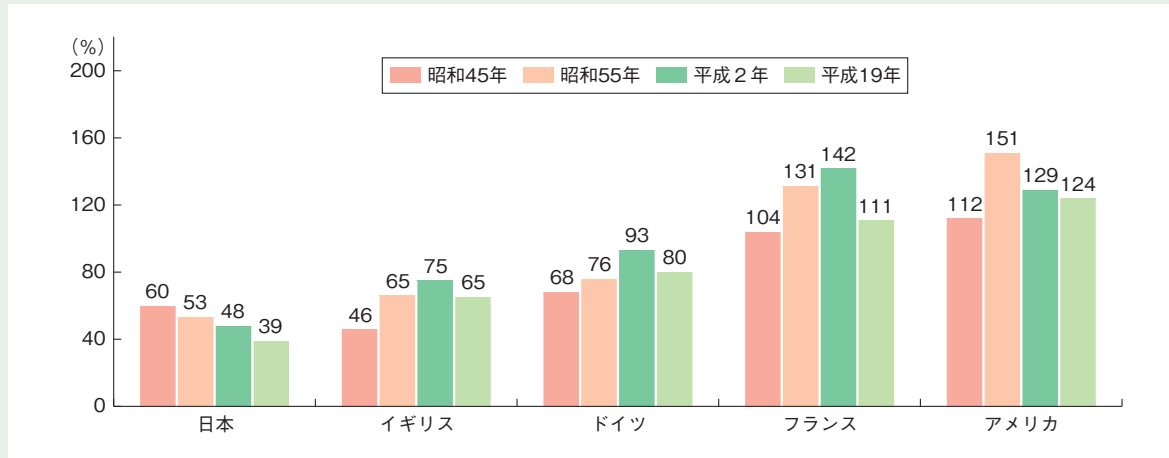


図表-47 主要先進国の食料自給率（カロリーベース）



資料：農林水産省「食料需給表」、FAO “Food Balance Sheets” 等をもとに農林水産省で試算。
注：日本の値は年度 平成19年の値のうち、日本の値は平成22年度の値を示す。

の（図表-46）、世界の先進国の中で最低の水
準であり、食を大きく海外に依存している（図
表-47）。

このため、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」を推進し
ている（コラム：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」参照）。

図るための指針として、平成12年に当時の文
部省、厚生省、農林水産省が「食生活指針」
を決定し、普及啓発に取り組んでいる。

2 「食事バランスガイド」の活用促進

厚生労働省と農林水産省により「食生活指
針」を具体的な行動に結び付けるために策定
された「食事バランスガイド」は、食事の望
ましい組合せやおおよその量をイラストで分
かりやすく示したものであり、一人一人が食
生活を見直すきっかけになるものとして、よ
り多くの人に活用されることが重要である。

「食事バランスガイド」の普及・活用を図
るため、健康づくりのイベントでパンフレッ
トを配布したり、保健所や保健センターの健
康づくりに関する事業等において教材として
活用している。また、ホームページや地方農
政局等が主催する食育に関する行事等におい
て情報提供を行っている。

第2節 「食事バランスガイド」等の活用促進

1 「食生活指針」の活用促進

食生活の改善を進めるとともに、健康増進、
生活の質の向上、食料の安定供給の確保等を



事例 園児を対象とした「キッズ・キッチン」の取組

新潟県糸魚川市

新潟県糸魚川市では、幼い頃から主食、主菜、副菜がそろった食事の重要性や日本型食生活が大切なことを理解し、また、保護者が家庭でも食育を行えるよう支援するため、市内全保育園・幼稚園を対象に「キッズ・キッチン」を実施した。

「キッズ・キッチン」では、「料理を教える」ことを優先するのではなく、「料理で教える」ことを大切にしている。

調理に入る前に主食、主菜、副菜についての話を聞き、食材をじっくり観察する。子どもの「やりたい気持ち」を大切にしながら関わることで、子どもたちが主役となり、自分たちだけで主食、主菜、副菜をつくりあげることができる。

食材は地元の旬の野菜や魚を使う。「魚はたくさん卵を産むけれど、大人になれるのは1～2匹」そんな話を聞くと、さっきまで魚を気持ち悪がったり、怖がっていた子どもも、「命」の大切さや、「食べること」のありがたさを感じ、食材を見る目も変わってくる。

保護者は口や手を出さずに子どもたちを見守り、その後、一緒に食事の時間を過ごす。

参加した子どもたちは「食」への関心はもちろん、「食」以外の分野でも意欲的に関われるようになってくる。

保護者からは「子どもが食事のバランスの大切さを理解する良い機会となった」「家でも食事づくりに参加させたい」などの反響があった。

今後は、幼児だけではなく小学生やその保護者に対象を広げ、この取組を継続することで、日本型食生活等の普及を促進していく。



事例 高校生を対象としたラジオ収録を活用した取組

食への関心が低い高校生に対し、食と健康の関わりや、栄養バランスの大切さなどを伝えることを目的として、高校生向けラジオ番組の公開収録を兼ねた双方向講演会を、全国5カ所の高校において実施した。

講演会は、番組に出演するお笑い芸人が司会・進行役となり、医学部教授による食事と健康の関連性についての授業、料理研究家（管理栄養士）による食事チェックや地場産物を活用した栄養バランスのよい料理の紹介などを行うもので、生徒代表も参加するトークショー形式により進行した。

生徒たちは、目を輝かせながら真剣に話を聞き、食べることの大切さ、栄養バランスの重要性、地場産物等について、楽しく、わかりやすく学んだ。

講演会の終了後、生徒たちからは「野菜を食べるようにしたい」、「栄養バランスの大切さがわかった」と、教師からは「生徒たちの真剣な眼差しに感心した」との感想があがった。

この講演会の概要は、全国の若者向けラジオ番組の中で紹介され、講演会に参加した生徒たちのみならず、全国のリスナーに向けても、広く訴えかけるものとなった。



事例【主食】「めざましごはんキャンペーン」の取組

近年、脂質の過剰摂取や朝食欠食に代表される、栄養の偏りや食習慣の乱れが見受けられ、それらに起因して肥満や生活習慣病といった問題が発生している。

こうした中で、厚生労働省の平成22年国民健康・栄養調査によれば、朝食欠食率は男女とも20歳代で最も高く、男性は29.7%、女性は28.6%である。

このため、農林水産省では、朝食を欠食する食習慣の改善と、米を中心とした日本型食生活の普及啓発による食料自給率向上を目指して、「めざましごはんキャンペーン」を展開している。

キャンペーンでは、朝食摂取の効用とごはん食の良さに関する情報提供を行うとともに、参加食品関係企業、団体等（約4,400社）と連携・協力して取組を行っている。



「めざましごはんキャンペーン」
ロゴマーク

事例【主菜（魚介類）】「子ども霞が関見学デー」で親子への魚食普及を推進

子どもたちが夏休みに広く社会を知る体験活動の機会にするとともに、府省庁の施策に対する理解を深めてもらうことを目的とした「子ども霞が関見学デー」を8月17日～18日に霞ヶ関周辺の府省庁において実施し、水産庁の展示会場には2,460人（うち子ども1,420人）が来場された。

親子への魚食普及の推進として、会場では、クジラに関する展示（髭や歯の標本、クジラの生態や利用についての紹介）やクジラについての様々なクイズ（5問正解するとクジラ博士の認定証を授与）、養殖魚（ブリ、マダイ、ヒラメ）の実物と養殖魚の稚魚（マダイ、ヒラメ、トラフグ）の水槽での展示、鰹節削り体験を行った。また、農林水産省が東日本大震災の被災地の食品の積極的な消費を応援する「食べて応援しよう！」の取組の一環として電機メーカーの協力による人形劇（三陸の海の幸の紹介と魚食普及をテーマ）など様々な展示等を実施した。

さらに、農林水産省おさかな大使「さかなクン」によるお魚講座も開催され、カツオなど様々な魚の名前の由来や生態を絵に描きながらユーモラスに紹介するとともに、この日のために「さかなクン」が獲ってきたウツボなどの珍しい魚を直接子どもたちに紹介した。

**事例【副菜（野菜）・果物】野菜・果物摂取の必要性を子どもや成人に普及啓発**

野菜・果物が不足しがちな成人や、野菜嫌いが多い子どもにターゲットを絞った摂取拡大活動や料理方法等についての情報発信を実施している。具体的には、成人に対しては、健康づくりを意識する企業との連携のもと、従業員食堂等で、野菜は1日350g、果物は1日200gの摂取の必要性を普及啓発し、野菜・果物の摂取拡大への意識の醸成に努めている。また、子どもに対しては、量販店の店頭を食育の場とした食育体験ツアーや栄養士等を招いた小学校での出前授業を通じて、野菜・果物摂取の必要性を「学ぶ場」を提供している。



企業での野菜・果物摂取の普及啓発

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」

●食料自給率とは…

食料自給率とは、国内の食料消費が、国内の農業生産でどの程度まかなえているかを示す指標のことです。我が国の食料自給率は戦後大きく低下の一途をたどり、昭和40年度にカロリーベースで73%であった食料自給率は、現在40%程度まで低下しており、何らかの事態により外国からの食料供給が止まってしまうと、私たちの食生活は大きな影響を被ってしまいます。

●「フード・アクション・ニッポン」では…

食料自給率の向上のためには、生産面での取組が重要なことはもちろんですが、消費面での取組も推進していく必要があります。このため、「フード・アクション・ニッポン」では、その趣旨に賛同する企業・団体等（平成24年3月末現在約6,487社）とともに、国産食材の消費拡大に向けた普及・啓発活動を平成20年10月より行っています。その主な取組を以下に紹介します。詳しくは、「フード・アクション・ニッポン」のホームページ（<http://syokuryo.jp/>）をご覧ください。

●米粉倶楽部

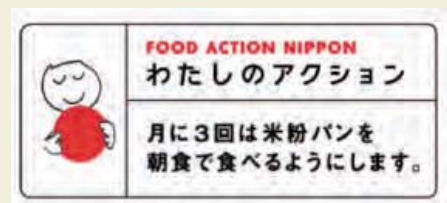
米を粉状にして利用することは、以前より和菓子等で行われてきましたが、近年、細砕化技術が進展し、米粉を原料にしたパンや麺、ケーキなどが製品化され、そのもちもちとした食感が話題となっています。お米

の一人当たり消費量はこの40年で半減していますが、米粉によってお米の新しい食べ方が広がり消費が拡大すれば、日本の水田の維持につながるとともに、食料自給率向上にもつながります。このため、平成21年10月に「米粉倶楽部」が発足し、米粉に関わる様々な企業・団体（平成24年3月末現在約1,170社）が共通のロゴマークを使用することで、米粉の認知拡大と消費拡大に努めています。



●「わたしのアクション」宣言

食料自給率は、毎日の少しずつの積み重ねで上げていくことができます。例えば、私たち一人一人が、〈1〉ごはん一食につきもう一口食べる、あるいは〈2〉米粉パンを月3つ食べる、ということだけでも食料自給率は1%向上します。このように、食料自給率を自分のこととしてとらえ、身近なところから行動を起こすきっかけとなるよう、日常生活の中で食料自給率アップにつながる様々なアイディアを募集しています。「冬の鍋、メは雑炊にします」「魚のキレイな食べ方を子どもに教えます」など、既に8万を超える宣言が集まっています（平成24年3月末現在）。



「マジごはん計画」の推進

平成23年3月末に政府の食育推進会議が取りまとめた「第2次食育推進基本計画」において、「生涯食育社会」の構築を目指すことが記載されており、ライフステージに応じた具体的な取組を行っていくことが求められています。



近年、適切な食への関心が低下しつつあり、特に、次世代を担う若者は、バランスのとれた健全な食生活への誘導が必要と指摘されています。しかしながら、若者世代へ食育を推進するに当たって、バランス良く食べましょう、など正論をそのまま訴えても頭では理解されますが、心には響かず実践には至りません。そのため、彼らの思考に沿った啓発モデルを提示することが重要となります。

農林水産省では、この取組を「マジごはん計画」と名付け、食べることを大切に思える機会の提供、生産者や食品産業等の作る人たちの“マジ”を伝える機会の提供を行っていくこととしています。

平成23年度は、本計画に賛同するメディアや企業と連携し、初心者向けの一汁二菜のレシピや農業に従事する女性の活躍など、食と農への関心が起きるような特集ページを女性ファッション誌やスマートフォン等のアプリケーション機能を活用して展開しました。

今後とも食への関心が低い若者世代に、この取組が届くよう、様々なメディアとの連携・協力を進めるとともに、本計画の趣旨に賛同いただいた企業・団体にロゴマークの活用などを通じて支援することにより、自走できる取組を推進していくこととしております。

「食べる」ことを、少しでも“マジ”に考えることが、20年後の日本人のライフスタイルを幸せにし、さらには、日本の食品産業や、畜産業、農林水産業の未来につながると考えています。

一緒に食の大切さを伝えたいという企業や団体等の方々からの連絡をお待ちしています。詳しくは農林水産省のホームページ（http://www.maff.go.jp/j/syokuiku/maji_gohan/index.html）をご覧ください。