

(1) 第5次食育推進基本計画に向けた委員からの意見ヒアリング

2025年9月11日
日本生活協同組合連合会
常務執行役員 多村孝子

第5次食育推進基本計画に向けた意見

全国の生活協同組合は、「自立した市民の協同の力で人間らしいくらしの創造と持続可能な社会の実現を」とする理念を掲げ、消費者・組合員のよりよい生活を目指した事業・活動を展開しています。その中でも、とりわけ食を中心とした取り組みは、くらしの根幹となる重要な位置づけとして捉えています。食育については「たべる、たいせつ」として、食べることを大切に思い、自分にとって望ましい食生活を考え、実現できる力を養うことを目的として、あらゆる世代に向けた食育活動に取り組んでいます。

しかし、少子高齢化が進み単身世帯が増加する中で孤食化の傾向は強まり、地域の過疎化などによって買い物困難者は増加し、物価上昇や格差・貧困の問題の中で経済的に食品アクセスが困難となる方が増加するなど、食をめぐるくらしの情勢はより厳しさを増しています。また、近年増加する自然災害に対する日常的な備えの必要性も増しており、あらゆる状況において誰もが食にアクセスできるようにすることが重要になっています。

こうした背景も踏まえつつ、改めて第5次となる食育推進基本計画の推進を通じ、多くの消費者が食を大切に思う機会や、食に対する主体的な力を育む機会を得ることができるよう、以下のとおり意見を述べさせていただきます。

1. 学校での食育推進の強化（2.学校、保育所等における食育の推進）

保育所などにおける乳幼児・未就学児への食育の推進強化とともに、学校においては小学生から大学生までを対象とした食育の施策を推進してください。

家庭での食育は大切ではありますが、現在は共働き世帯やひとり親世帯が増加する中で、孤食・欠食が広がっており、食育を家庭のみに依拠することは困難さが増しています。

第4次食育基本計画では、小中学校での学校給食について目標が設定されていますが、高校や大学においても共食をする時間や食堂・購買施設などの場があり、食育を推進する重要な機会になると考えます。現在、高等学校への進学率は98.6%、大学・短期大学進学率は62.3%¹と高い水準で推移していることから、学校における食育は小学生から大学生まで幅広く対応していくことが必要です。

2. フードバンク・フードドライブやこども食堂・地域食堂への支援強化と消費者の理解・参加の促進（3.地域における食育の推進）

フードバンク・フードドライブやこども食堂・地域食堂への支援を強化するとともに、こうした活動・運営への消費者の理解や参加を促進するよう施策を推進してください。

地域では貧困・格差の問題の中で、食品アクセスが困難な家庭が多く存在しています。そのような家庭を支援するこども食堂・地域食堂は、心身の健康の増進の場として、また、共食を通じた豊かな人間性を育む場として重要な役割を果たしています。しかし、こうしたこども食堂・地域食堂の運営は、地域の団体や個人による有志の取り組みとして展開されることが多く、継続的な運営コストの確保が難しい状況にあります。

フードバンク・フードドライブを運営する団体やこども食堂・地域食堂が地域社会において重要さを増す中、継続的かつ円滑に食品提供を促していくことが必要です。あわせて、消費者・地域住民によるフードバンク・フードドライブやこども食堂・地域食堂の取り組みへの理解や参加の促進は、食育としての機能だけでなく、地域づくりや食品ロス削減の取り組みとしても大変有効であると考えます。

¹ 文部科学省「令和6年度学校基本調査」より

3. 適切な食料備蓄に関する理解の促進（3.地域における食育の推進）

家庭において、ローリングストックなどの適切な食料備蓄に関する知識を身につけ実践することを重要な施策として位置づけ、第5次食育基本計画の目標に加えてください。

近年、地震・豪雨などの自然災害が頻発しており、災害発生時における食品や日用品などの買い占めにより必要な消費者に届かず高額な転売の問題も発生するなど、市場が混乱し社会的な不安を引き起こしています。

こうした事態に備えるためには、より多くの家庭で災害を想定した食料備蓄が不可欠であると考えます。特に、日常的に消費と補充を繰り返すローリングストックの考え方は、災害時に各家庭が自立して一定期間を乗り切るための基盤となるとともに、過剰な購買行動を抑制でき、市場の混乱を防ぐことにもつながると考えます。

4. 農業体験の場を提供する諸団体の連携促進や支援の強化（5.生産者と消費者との交流の促進、環境と調和のとれた農林漁業の活性化等）

消費者が広く国内の農林水産業に触れる機会を得られるよう、農業体験の場を提供する地域の生産者や諸団体間の連携促進や支援の強化を求めます。

国内で安定した食料を確保していくためには、消費者の農業への理解を深めるとともに、産地と継続したつながりづくりが必要不可欠だと考えます。しかし、農業従事者の減少や消費者の都市部への集中、可処分時間の減少などによって農業を体験できる機会は減少してきていると考えます。また、日本の食と農について学ぶ機会も多くはありません。

弊会の「2024年度 全国生協組合員意識調査²」では、物価高騰により「生活が苦しくなった」と回答した組合員は8割を超えており、価格を重視する傾向が強まっていることが伺えました。しかしその一方で、普段の食品購入時に意識していることとして、「国産の食品をなるべく選ぶ」と回答した組合員は74.0%と、国内の生産を応援し期待する声も多くありました。厳しい暮らしの中でもこうした意識が伺えたことは、全国が生協が長年「産直」などの取り組みを通じ、産地見学や生産者の声を組合員に届ける取り組みを継続してきたことなどによって醸成されてきたと考えます。

こうした事例からも、消費者が農業や生産者への理解を深めることは、国内農業を持続可能なものとする重要な施策となると考えます。また、身近に農業体験ができる場や、実体験だけでなくデジタルも活用しながら産地とつながる場をつくるなど、創意工夫によって消費者の参加の機会を強化するとともに、マスメディアやSNSなどで広く情報提供を進め、農業関係人口を増やしていく必要があると考えます。

以上

² 「全国組合員意識調査」：日本生活協同組合連合会が全国の組合員（約8,000票）を対象に、暮らしや生協の利用状況、事業・活動への評価などを調査している。1994年度から3年ごとに実施し、2024年度で第11回目となる。