

〔論文〕

# 生活環境の変化を考慮した子どもの食育の現状と対策についての考察

中津功一朗・奥田 晶子・村上 道子

## 1. はじめに

2005年6月、食育基本法が成立され、そこでは「食育」を「生きる上での基本であって、知育、徳育及び体育の基礎となるべきもの」と位置づけ、「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」<sup>[1]</sup>と記述されている。しかし、「健全な食生活を実践する」という言葉は非常に曖昧であり、食育を推進する上で考えなければならない大きな課題となる。例えば、「食べること」は、それぞれが生まれ育った土地の風土に根ざした食文化の影響を大きく受けているので、海外で行われている食育を日本に持ち込んでも、日本において「健全」であるかどうかはわからない。また、日本の生活も大きく変化し、世代や家庭環境で大きく異なり、昔の食生活を継承しても実践することは非常に難しい。

農林水産省の第3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<sup>[2]</sup>を見ても、「食育に関心を持っている国民を増やす」、「朝食又は夕食を家族と一緒に食べる共食の回数を増やす」、「地域等で共食したいと思う人が共食する割合を増やす」、「栄養バランスに配慮した食生活を実践する国民を増やす」、「地域や家庭で受け継がれてきた伝統的な料理や作法等を継承し、伝えている国民を増やす」など栄養などの知識から、文化的な知識まで、多種多様な観点がある。それぞれの目標を達成する手段は、目標ごとに異なることはもちろんであるが、世代や家庭環境でも異なると考えられる。つまり、健全な食生活の実践を国民全体に広げるためには、それぞれの目標に対して、世代や各々の家庭環境を考慮し、提案・実践していくことが重要である。

本研究では、その基礎研究として、食育の目標の中でも、栄養バランスや食品の安全性に着目し、子育て世代の家庭を中心に食育に関する意識や家庭環境について調査を行う。このような調査は数多く研究されている<sup>[3][4][5][6]</sup>が、本研究では、その調査結果と現代生活の食事環境の変化を考慮した上で、課題を発見し、その課題解決のための提案を行う。

## 2. 食育の必要性と本研究の課題

「食」は、我々が健康で生きるための身体作りに必要不可欠のものである。さらに、本来、我々は「食」を通じて、嗜好を見つけたり、記憶を蘇らせたり、家族や友人との時間を楽しみ、人生を豊かにする<sup>[7]</sup>。しかし、我が国の食を巡る現状は、肥満や生活習慣病の増加、栄養バランスの偏っ

た食事や不規則な食事の増加、「食」の安全上の問題の発生、過度の痩身志向、「食」を大切に  
心の欠如、「食」の海外への依存、伝統ある食文化の喪失などさまざまな問題を抱えている<sup>[8]</sup>。  
これらの問題を解決し、健全な食生活を実践するために、食育の実践が注目されている。農林水産省  
で掲げられている第3次食育推進基本計画における目標を表-1に示す。

しかし、表-1からもわかるように、食育を推進するための目標は多種多様であり、達成するた  
めには、それぞれの分野で調査・研究が必要となる。そこで、本研究では、「7. 栄養バランスに  
配慮した食生活を実践する国民を増やす」と「14. 食品の安全性について基礎的な知識を持ち、自  
ら判断する国民を増やす」項目に着目し、研究を行う。また、対象者についても、世代、家庭環境  
で目標達成するための手段は異なると考え、本研究では、「子育て世代」に焦点を絞り、研究を行う。

表-1 第3次食育推進基本計画における目標

1	食育に関心を持っている国民を増やす
2	朝食又は夕食を家族と一緒に食べる共食の回数を増やす
3	地域等で共食したいと思う人が共食する割合を増やす
4	朝食を欠食する国民を減らす
5	中学校における学校給食の実施率を上げる
6	学校給食における地場産物等を使用する割合を増やす
7	栄養バランスに配慮した食生活を実践する国民を増やす
8	生活習慣病の予防や改善のために、ふだんから適正体重の維持や減塩等に気をつけた食生活 を実践する国民を増やす
9	ゆっくりよく噛んで食べる国民を増やす
10	食育の推進に関わるボランティアの数を増やす
11	農林漁業体験を経験した国民を増やす
12	食品ロス削減のために何らかの行動をしている国民を増やす
13	地域や家庭で受け継がれてきた伝統的な料理や作法等を継承し、伝えている国民を増やす
14	食品の安全性について基礎的な知識を持ち、自ら判断する国民を増やす
15	推進計画を作成・実施している市町村を増やす

(出典)「第3次食育推進基本計画」<sup>[2]</sup>(p10-15)を基に著者作成

## 2.1. 幼児期における食育の必要性

近年、先進国においては、生活習慣病の低年齢化が進み、大人だけでなく子どもにも影響する重  
大な健康問題となっている。その背景には、外食産業の発展、調理済み食品の多様化、自動販売機  
の氾濫など、誰もが欲しいときに欲しい食事を摂取することができる豊かさがある。もちろん、豊  
かであることは悪いことではなく、食べ物を選択することが出来るので、健康的な食の摂取方法  
を実践すれば、問題ではない。しかし、情報化社会となり、情報が氾濫する中で、食に関する知識も  
なく、選択することは非常に困難である。メディアによる情報でスーパーマーケットから、一部の  
食品が消えたが、その情報が誤った情報であったという例も多くある。

このように情報が氾濫し、食の選択肢が増える中で、健康を維持するための食事を選択するため

には、各々の判断力が重要である。しかし、その判断力を養うのは、容易ではなく、幼児期から、食に関する自己管理能力を養い、身につける食教育が教育機関と家庭の双方で実践されなければならない。つまり、幼児期の食習慣が、生涯の食生活に大きな影響を及ぼす事を親や教員が理解しておく必要がある。

### 3. 子育て世代の食育に関する現状調査

本研究では、まず、幼稚園・保育園の保護者を対象に、食育に関する現状調査を行う。

#### 3.1. 食育における調査

幼稚園・保育園の保護者（321名）を対象に以下の項目について表-2のように性別、職業形態、子どもの年齢、子どもへの食育の関心度、家庭での食育への取組みについて、子育て世代の現状把握を目的として食育に関するWEBアンケート調査を行った。結果を図-1から図-10、表-3、表-4に示す。

- (1) 対象者 幼稚園・保育園の保護者 870人 回答321人 回収率 36.9%
- (2) 方法 WEBアンケート
- (3) 期間 2018年3月（本調査）

表-2 食育に関するアンケート項目

1. 性別	7. 食育の家庭での取り組みやすさ
2. 職業形態	8. 食育を取り組みにくい原因
3. 子どもの年齢	9. 食育に関する情報源
4. 子どもの食育への関心度	10. 子どもの食生活で困っていること
5. 食育で大切だと思うこと	11. 食育においてサポートを望むこと
6. 子どもに身につけてほしい食習慣	

##### 3.1.1. 調査対象

本研究における調査では、幼稚園・保育園の保護者を対象としたアンケートを行ったが、図-1に示すように321人中305名が女性という回答結果となった。「ご家庭で主に食事に携わる方がお答え下さい」という前書きがあったことで、女性中心の回答結果になったことが考えられる。職業形態については、図-2に示すように専業主婦の割合が若干多いが、おおよそ3分の1ずつの調査を行うことが出来た。各家庭の子どもについての調査では、幼稚園・保育園の保護者を対象としているので、幼児が大きな数字を示しているのはもちろんだが、乳児や小学生、中学生など複数の子どもを育てる保護者も対象としていることがわかる。

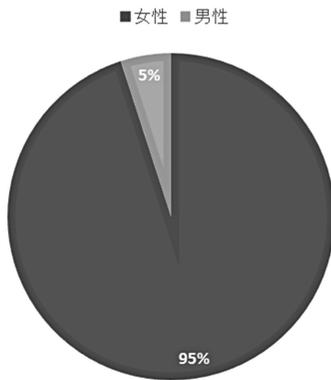


図-1 回答者の性別

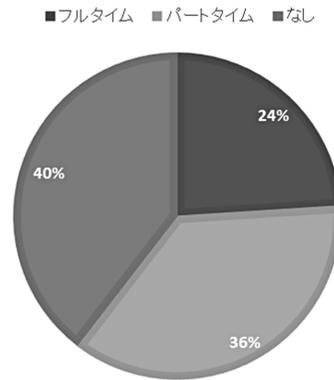


図-2 回答者の職業形態

表-3 子どもの年齢（人）

乳児（0歳 家にいる）	16
乳児（0歳 保育園・子ども園）	7
幼児（1～6歳 幼稚園）	119
幼児（1～6歳 保育園・子ども園）	187
幼児（1～6歳 家にいる）	70
小学生	117
中学生以上	17

### 3.1.2. 食育への関心

図-3に食育への関心度合い、図-4に食育で関心のある項目について示す。図-3から、保護者の90%以上は、食育に関心を示していることがわかる。また、図-4から、「楽しく食べる」、「栄養バランスを考えて食べる」、「食事マナーや行儀を身につける」等、子どもの育て方に関連する項目に関心が高く、「食文化や伝統を大切にする」、「食事が作れるようになる」などの項目に関心が低いことがわかる。「栄養バランスを考えて食べる」については、子どもの成長や健康への関心が高いと推測できるが、「楽しく食べる」、「食事マナーや行儀を身につける」は、比較的保護者の手や時間を煩わせない項目であり、反対に関心の低い「食文化や伝統を大切にする」、「食事が作れるようになる」の項目は、実践するための労力を必要とする項目であると考えられる。また、「1日3食食べる」に関心のない保護者が29%おり、幼児期からの朝食の欠食と関わりが深い。同様に、図-5に示す子どもに身につけて欲しい習慣においては、食事マナーと栄養・健康面での習慣が高く、「安全な食べ物が選べる」や「自分で献立を考える」の項目は比較的割合が低い。この原因もコンビニエンスストアやスーパーマーケットが保護者の子どもの頃から建ち並び、日本では、売られている食材の安全性についても既に配慮されていることが前提にあると考えられる。

■ 関心がある                      ■ どちらかといえば関心がある  
 ■ どちらかといえば関心がない ■ 関心がない

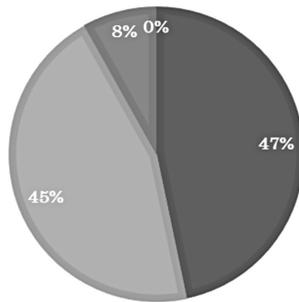


図-3 食育への関心

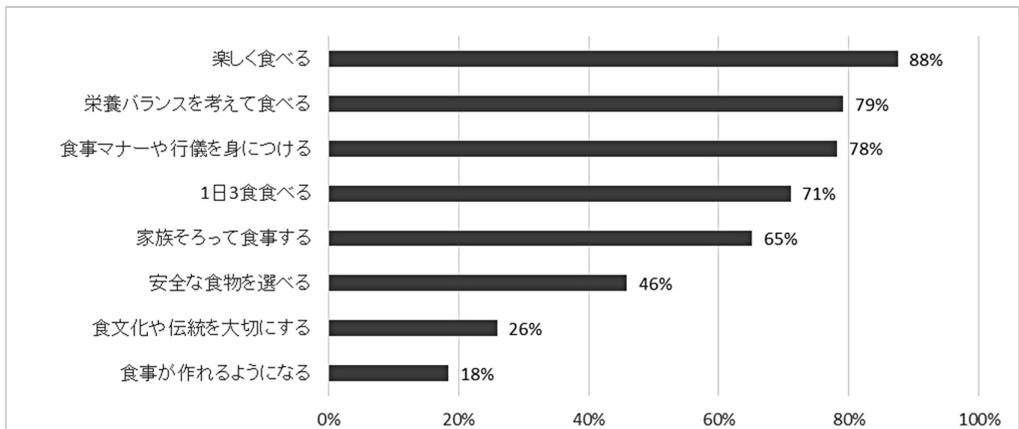


図-4 食育で関心のある項目

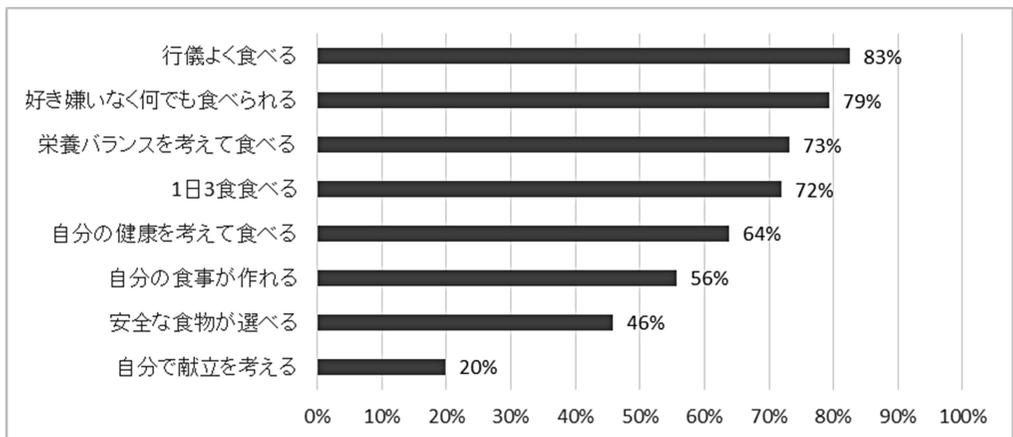


図-5 子どもに身につけて欲しい習慣

### 3. 1. 3. 家庭での食育に関する取組み

保護者の多くは食育への関心は高く、「行儀よく食べる」、「好き嫌いをなく何でも食べられる」、「栄養バランスを考えて食べる」等、子どもにも身につけて欲しい習慣がある。しかし、図-6からもわかるように、「栄養や健康の知識を教える」42%、「好き嫌いを減らす工夫をする」31%、「1日1食は家庭で食事をする」22%、「行事食を大切にすると「栄養バランスのよい食事をする」とも21%の保護者が「やや取り組みにくい」または「取り組みにくい」と回答している。その原因は、図-7から「時間がない」「知識がない」と回答されている。

特に、「時間がない」については、62%の保護者が回答している。その詳細については、表-4に示す。表-4からわかることは、働いている、働いていないに関わらず、幼児を育てている多くの保護者が忙しくて時間がないと感じていることである。

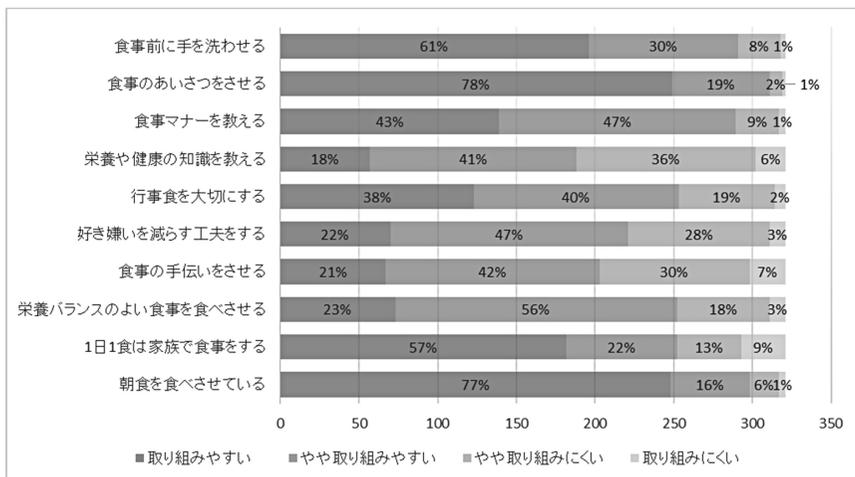


図-6 家庭での食育の取り組みやすさ

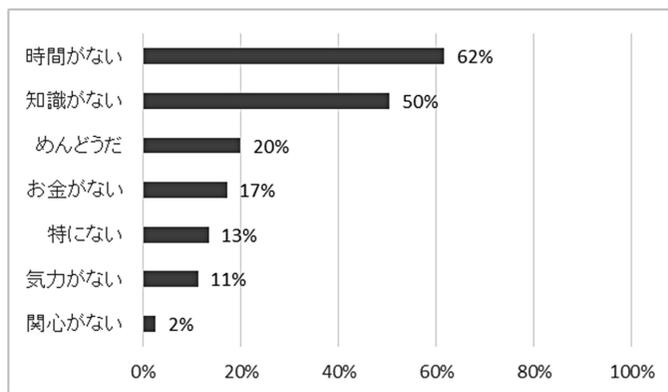


図-7 食育を取り組みにくいと感じる原因

表-4 時間がないと回答した保護者の割合

	時間がないと回答	総数	割合
なし	59	127	46%
パートタイム	82	117	70%
フルタイム	57	77	74%

食育に関する情報源を図-8に示す。近年の情報化社会の背景もあり、保護者の多くはパソコンやスマートフォンを用いて利用するインターネットを情報源としており、続いて、本や雑誌、テレビ等のメディアを情報源としている回答も多かった。一方で、家族や親戚、友人や知人等のコミュニケーションの中で教えてもらう回答は少なかった。自由記述として、講習会やセミナーを情報源とする回答もあったが、保護者が忙しく、時間がないことも原因であるのか、少数であった。

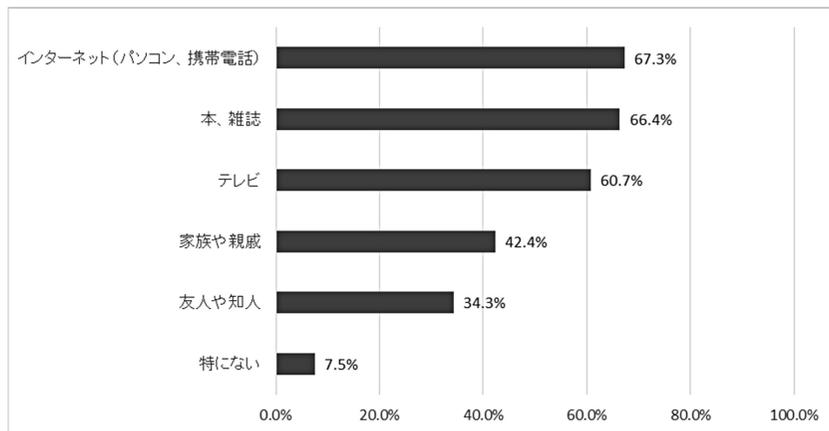


図-8 食育に関する情報源

図-9では、子どもの食生活で困っていることを調査した結果を示す。回答を見ると、「食べ方」や「偏食」等、子どもの食事の仕方に関することが多い。一方で、「偏食」、「食欲ムラ」、「小食」は栄養・健康面でも気がかりな項目でもあり、「塩分過多」が気になっている保護者もいた。「食育で関心のある項目」(図-4)や「子どもに身につけて欲しい習慣」(図-5)では、栄養バランスに関する項目が上位にあり、しかもパソコンやスマートフォンを用いて、栄養・健康面の知識が手軽に手に入るにも関わらず、取り組みにくいと感じている保護者が多い。これらにより考えられる要因は、保護者の多くは、どのような食教育をすればよいかの知識を持っていないため、困っている項目として気がつきにくいことが考えられる。その裏づけとして、「食育を家庭で行うためのサポート」として、栄養や健康の情報、食の安全の情報を必要としている保護者がいることがわかる(図-10)。

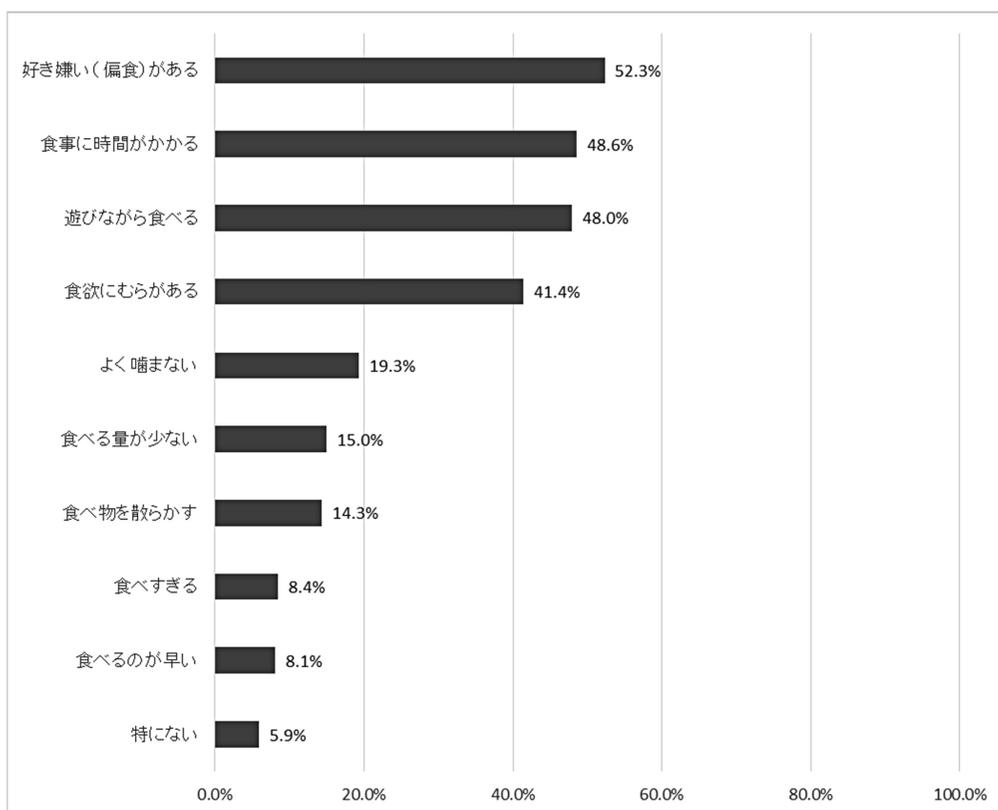


図-9 子どもの食生活で困っていること

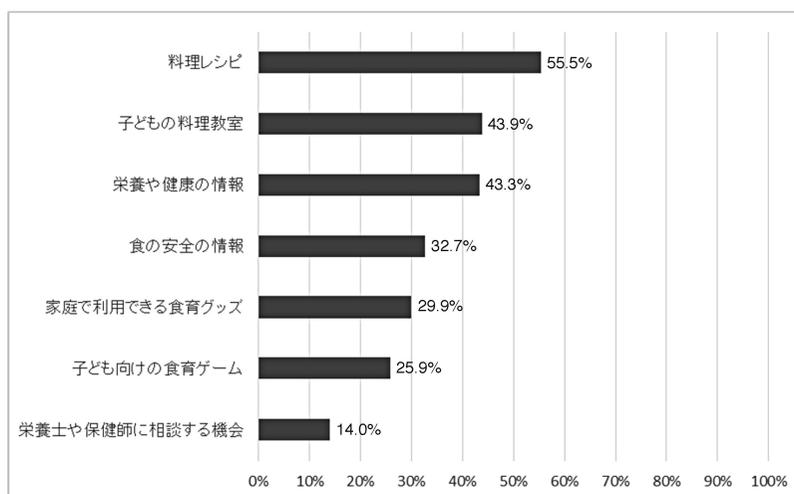


図-10 食育を家庭で行うためのサポート

### 3. 2. 食育に関する調査における考察

幼稚園・保育園の保護者を対象に子どもの食育に関する調査を行った結果、以下のことが考えられる。

- 1) 行政や園の情報提供の効果もあり、子どもの食育に関して、多くの保護者は関心を示している。
- 2) 食育に関して、多くの保護者は、「食事のマナー」や「食べ方」等に関心を示している。
- 3) 関心を示しているが、「いそがしさ」の影響もあり、実践することが難しい。「いそがしさ」については、共働きの影響だけでなく、子育ての環境が変化していることで、専業主婦もいそがしく感じていることがわかった。
- 4) 保護者がコンビニ2世と言われる、欲しいものをいつでも購入できる世代として育っていることで、栄養の知識や安全に関する知識がない。そのため、子どもの栄養面や安全面に関して、考えることが難しい。

### 3. 3. 食育の現状と問題点

上述した問題を踏まえ、教育機関では、食事のマナーや食事の準備を通した楽しみ方、今食べているものへの関心を高める活動などさまざまな食育がイベントにならないように生活に根付いた取り組みとして、計画的に行われている。

しかし、家庭での食育の面では、おいしく食べるためには、安心・安全な旬の食材を手間暇かけて調理することが必要であり、子どもとの食事に時間をかけることが必要と伝えられても、親の食に関する知識不足や共働きなどによる時間の無さを考えると、実践することは非常に難しい。この問題は、親が子どもの事を考えていないというわけではなく、生活スタイルが昔と違ってきているために仕方がないことでもある。この背景を考慮しなければ、食育の推進を目指した、いかに有用な提案だとしても、実践される可能性は低いと考えられる。

## 4. 我が国の食生活の変化

我が国の生活スタイルは、「便利」というキーワードを背景にこれまで大きく変化してきた。「衣」「食」「住」を対象とするビジネスにおいても、高度情報化社会の現在では、「シェアリングビジネス」が目されるなど、今後の大きな変化も予想される。本章では、食生活についてのこれまでの変化と、今後予想される変化について述べる。

### 4. 1. 「中食」の増加

我々の食生活は、家庭内で調理し家庭内で喫食する「内食」、家庭外で調理されたものを家庭外で喫食する「外食」、両者の中間である家庭外で調理されたものを家庭内で喫食する「中食」の3つの食事形態によって構成されている。総務省統計局による過去30年間（昭和62年から平成28年まで）の1人あたり1ヶ月間の食料購入金額を見ると、「中食」の割合が大幅に増加している一方、「内食」

の割合が減少傾向にある<sup>[9]</sup>。

中食の割合が大幅に増加している要因の1つとして、コンビニエンスストアの規模拡大があり、過去10年間のデータを表-5に示す<sup>[10]</sup>。

表-5 過去10年間のコンビニエンスストアのデータ

	年間売上高 (百万円)	店舗数	年間客数 (千人)	客単価 (円)
2008	7,857,071	41,714	13,282,373	591.5
2009	7,904,193	42,629	13,660,742	578.6
2010	8,017,551	43,372	13,892,084	577.1
2011	8,646,927	44,397	14,287,098	605.2
2012	9,027,205	46,905	14,901,828	605.8
2013	9,388,399	49,335	15,483,091	606.4
2014	9,735,214	52,034	16,061,037	606.1
2015	10,206,066	53,004	16,758,579	609.0
2016	10,507,049	53,628	17,175,372	611.8
2017	10,697,520	55,322	17,303,271	618.2

(出典) 日本フランチャイズチェーン協会「コンビニエンスストア統計調査」<sup>[10]</sup>を基に著者作成

表-5 過去10年間のコンビニエンスストアのデータのようにコンビニエンスストアは過去10年間成長し続けている。このような環境の中、添加物の問題や孤食の問題など、食生活の問題は取り上げられているが、子どもの世代だけでなく、親の世代も生まれた時から、コンビニエンスストアが近くにある現状をかんがえると、コンビニエンスストアの無い生活を考えることが難しくなっている。

#### 4.2. ミール・ソリューション

女性の就業率が高くなり、家庭で料理を一から作るのが難しくなったことを背景に、アメリカ食品マーケティング協会 (FMI) の1996年総会で「ミール・ソリューション」が発表された。「ミール・ソリューション」とは、食行為全体の時間や調理の手間、後片付けを省きたいという消費者の要求に応えるための食品小売業のマーケティング戦略の一つであり、食品小売業に台所の代替機能を求めるものである<sup>[11]</sup>。

「ミール・ソリューション」のために、FMI は米国人主婦の料理に対する課題を4つ挙げ、それぞれの解決方法を表-6のように提案した<sup>[12]</sup>。

日本でも、図-11<sup>[13]</sup>に示すように、女性の就業率は年々高くなっているため、アメリカと同じく、食品小売業の機能に対して、惣菜だけでなく、下ごしらえされた食材の提供や日常の食事に関するメニュー提案や品揃え、料理に関する疑問への対応を求めている。

つまり、スーパーマーケットなどの食品小売業では、これまでのように食材を提供するのではなく、ミール (食事) を提供することが意識されるようになった。例えば、1990年代初頭まで、食卓にお

ける補助的な商品であった惣菜がメインの食事となり、付け合せのキャベツでさえ、パック商品に取って代わられるようになった。また、「ミール・ソリューション」以降の大きな変化としては、メニュー提案が誰でも手順に従って調理できるレシピ提案になったことも挙げられる<sup>[14]</sup>。

表-6 ミール・ソリューションにおける4つの課題と解決プラン

課題	解決プラン	内容
料理は好き。時間もあるが、献立を考えた り、食材を買い回ったりするのが面倒。	Ready to Prepare	献立とレシピと食材が予めセッ トされている
調理それ自体は苦痛ではない。準備や下 ごしらえするのが面倒。	Ready to Cook	調理可能な状態に食材が準 備・下ごしらえされている
味付けや温度調整は自分でやりたいが、 調理自体は無理	Ready to Heat	加熱すれば食べられる
忙しく時間がないので、 全てを回避したい。	Ready to Eat	そのままですぐに食べられる

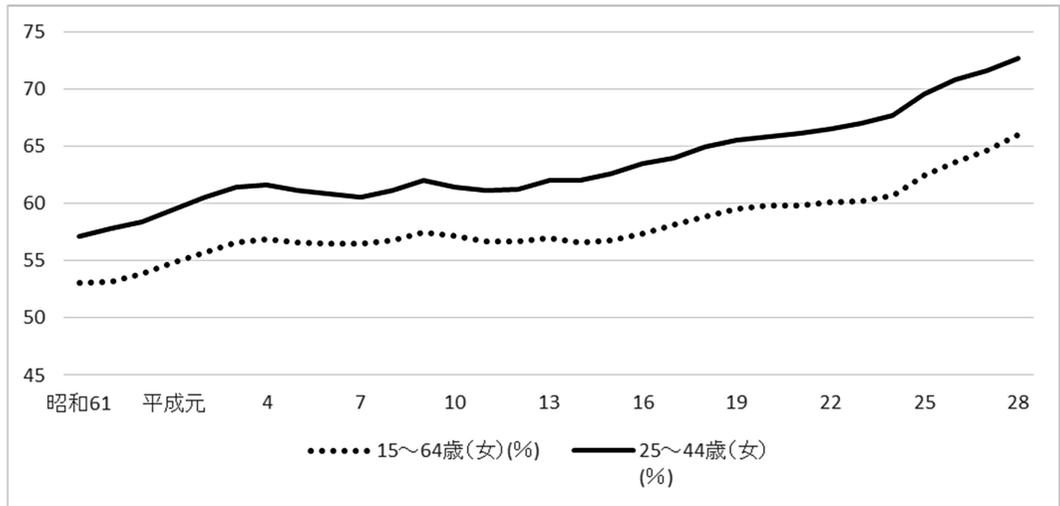


図-11 女性の就業率の推移

(出典) 内閣府男女共同参画局「高まる女性の就業率」<sup>[13]</sup>を基に著者作成

## 5. 子育て世代の食生活の現状調査

本研究では、上述した食生活の変化を踏まえて、子育て世代に食育を実践していくためには何が  
必要なのかを提案するために食生活の現状調査を行った。

### 5.1. 食生活における調査

幼稚園・保育園の保護者を対象に以下の項目についてのように入食の利用について、子育て世代

の現状把握を目的としてWEBアンケート調査を行った。結果を図-10、表-3、表-4に示す。

- (1) 対象者 幼稚園・保育園の保護者 870人 回答225人 回収率 25.8%
- (2) 方法 WEBアンケート
- (3) 期間 2018年11月

表-7 食生活におけるアンケート項目

1. 中食（市販の弁当やそう菜、家庭外で調理・加工された食品を家庭などで利用すること）はどの程度利用されますか。
2. 普段の買い物で、よく利用されるものをお選び下さい。（複数回答可）
3. 2. で挙げられていた調理品や食材とともに、食育の情報や栄養の知識などが、提供されていたら、利用しますか。
4. 3. の情報提供のある調理品や食材は、次のどの店舗にあれば、利用しやすいですか。（複数回答可）
5. 自由記述

### 5.1.1. 中食の利用

中食の利用頻度の結果を表-8、図-12に示す。子育て世代を対象とした調査において、中食の利用をしないと回答した人は、わずか7%であった。利用頻度については、週に3～4日程度、週に1～2回程度、月に2～3回程度と頻度は様々であるが、90%以上の方が中食を利用していることがわかった。しかし、「利用しない」7%、「月に2～3回程度」42%と言う結果を見ると、ほぼ毎日、家庭内で食事を作っている家庭も多いことがわかる。この理由としては、子どもの食事として中食を好まないことも考えられる。また、どのようなものを利用しているかについては、図-13に示す。

表-8 中食の利用頻度結果

利用頻度	回答者数
週に5日以上	6
週に3～4日程度	23
週に1～2回程度	85
月に2～3回程度	94
利用しない	16

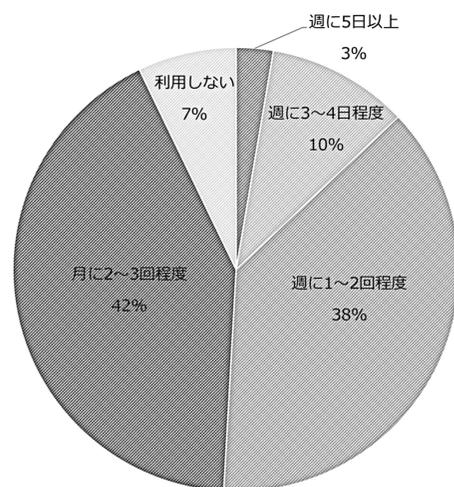


図-12 中食の利用頻度の割合

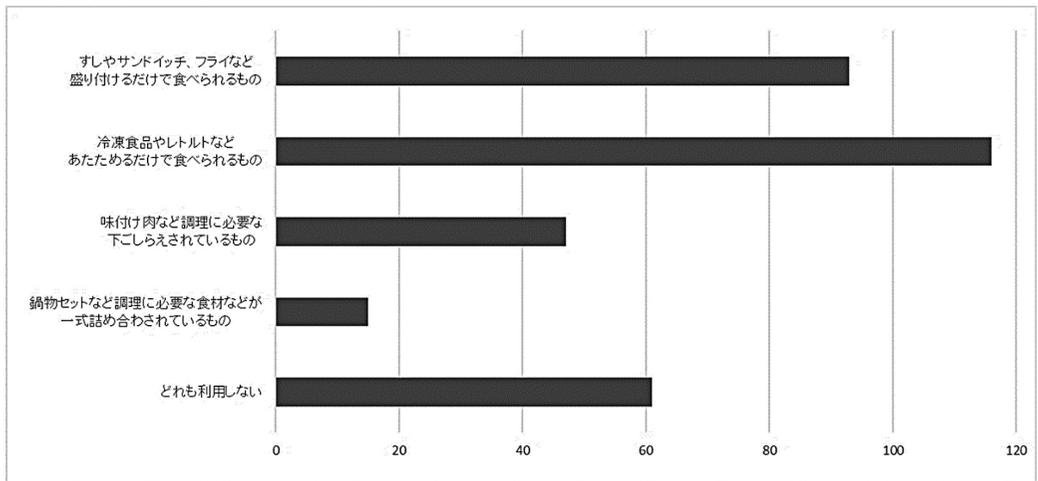


図-13 中食でよく利用している食品

### 5.1.2. 中食の食育への適用

次に中食として提供されている食品に、食育の情報や栄養の知識などが、提供されていたら、利用するかについてアンケートを行った（図-14）。その結果、図-12で50%近くの人が現在中食をあまり利用していなかったのに対して、80%以上の人から「ぜひ利用したい」「時々利用したい」という回答が得られた。この理由としては、中食という便利な食事形態に安心・安全の観点が付加されることで、子どもの食事にも利用しようという人が増えたのではないかと考えられる。

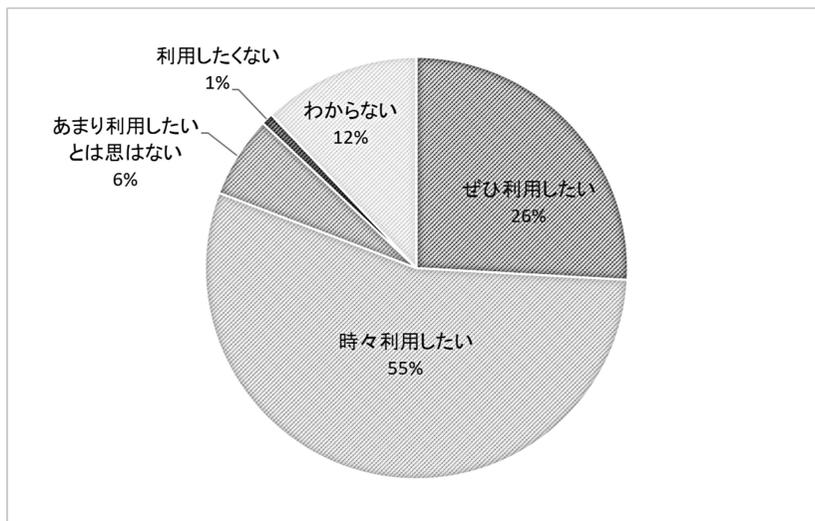


図-14 食育の知識を中食とともに提供した場合の利用について

次に、表-7「3. の情報提供のある調理品や食材は、次のどの店舗にあれば、利用しやすいか」について調査した結果を図-15に示す。多くの調査対象者は「スーパー」という回答をしたが、これは、普段利用している場所がスーパーであることが考えられる。「コンビニエンスストア」も普段から利用していると考えられるが、食育のための食材と考えるときに、「コンビニエンスストア」よりも「スーパー」のほうが安心できるという考えがあるのではないだろうか。また、その他、考えられる理由としては、「スーパー」のほうが、品揃えが豊富であり、安く購入できるというお得感もある<sup>[15]</sup>。つまり、お得な「スーパー」、便利な「コンビニ」という考え方が影響していると考えられる。

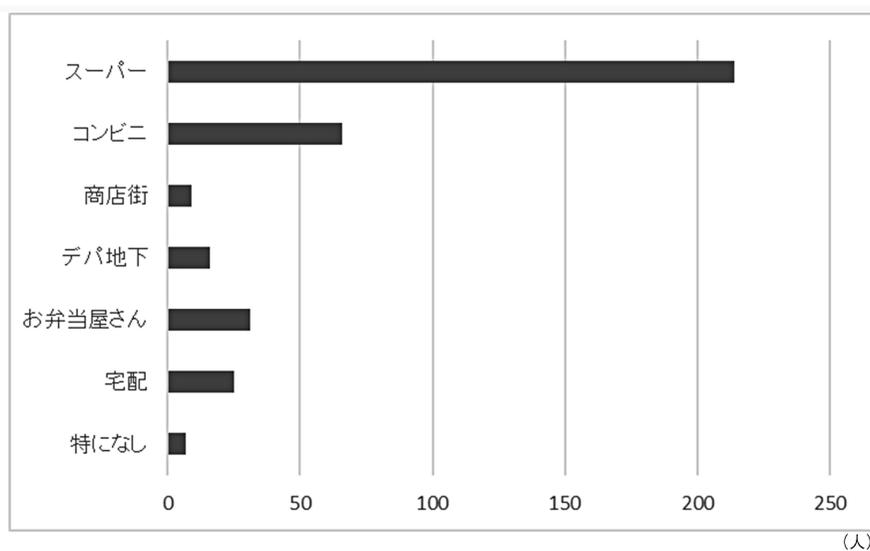


図-15 情報提供のある食材を購入・利用しやすい店舗

## 6. 子育て世代の食育の今後の対策

上述したように、食育基本法では、「食育」を「生きる上での基本であって、知育、徳育及び体育の基礎となるべきもの」と位置づけ、「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」と記述されている。ここで、本研究の調査結果のように、食生活が変化している事を考えると、「様々な経験」、「知識」や「選択する力」も変化していくことが当然である。今後、食育を推進するためには、それぞれの項目について、以下のように考慮して対策を行っていくが必要になる。

第一に、「様々な経験」においては、実際に食べることや講義やセミナー、イベントももちろんだが、情報化社会である現在は、ゲームやインターネット上での経験も重要な要素として考えていかなければならない。既に、「エンジョイ！グリコグループの食育タウン」や「ネスレ ヘルシーキッズ」

など、子ども向けのゲームは数多くあるので、その効果と継続するための対策についても検討する必要がある。

次に、「食」に関する知識も「食材」から調理することが一般的であった時代と、「食品」として購入することが一般的となった時代では、大きく変わっている。もちろん、「食材」の知識が必要で無いわけではない。しかし、「食育」を国民全体に推進していくためには、生活が変化し、便利になっていることを考慮し、現代社会でどのような知識や知恵が必要なのかを考えることが重要である。例えば、「食育」を実践していくための知恵を提供することも重要である。「栄養の偏りは良くない」や「バランスのいい食事を摂る必要がある」など、「食育」に関しての知識を持っている人は多い。しかし、どのようにしたら栄養の偏りをなくすことが出来るのか、バランスのいい食事を実践するために必要なことは何なのか分からない人が多い。この場合、バランスのいい食事を実践するための知恵を提供することで問題は解決すると考えられる。つまり、食事環境だけでなく、それを実践する必要がある人について、何が重要なのかを考えることが最も重要である。

最後に、「選択する力」においては、知識が無ければ選択できないと考えるのが普通だが、顧客が知識を持たなくとも、選択して購入している商品は多く存在する。例えば、自動車を購入する場合、自動車について知識を持っている人はどの程度いるだろうか。しかし、購入者は説明を聞き、数ある自動車の中から選択して購入する。家電製品やパソコンも同様である。スーパーマーケットやコンビニエンスストアが無かった時代は食材についても同じだったのではないだろうか。魚屋や八百屋など、それぞれの専門店ですべての話を聞きながら、選択することが出来た。購入者が自ら学び、知識を身につけなければならぬというのは、現実的ではない。購入者は、説明を聞きながらモノを買う中で知識を身につけていった。しかし、現代社会では、スーパーマーケットやコンビニエンスストアなどいろいろな食材が便利に購入できるようになった一方で、購入者が知識を得ることが難しくなった。食育を推進するためには、購入者だけでなく、販売者が購入者に対して、スーパーマーケットやコンビニエンスストアで商品だけでなく、知識を「価値」として提供するのを考えなければ、国民全体に食育を推進していくのは難しいと考えられる。

## 7. おわりに

本研究では、食育基本法に記載されている「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」という目標を実現するための基礎研究として、子育て世代を対象に現代生活の食生活の変化を考慮し、調査・提案を行った。その結果、得られたことを以下に示す。

1. コンビニエンスストアの進展に伴い、食生活は「便利」というキーワードを背景にこれまで大きく変化している。「食育」を推進する上では、食生活の変化を考慮することが重要となる。

2. 女性の社会進出の増加の影響もあり、子育て世代の多くが、食事にかかる時間を十分に取るのが難しい。また、子育て世代に関しては、「働いている」「働いていない」に関わらず、多くの人が「忙しくて時間が無い」と感じていることがわかった。
3. 食生活が変化し続ける中、現代社会では、「ミール・ソリューション」というキーワードのもと、「便利」な食生活を提供する仕組みが提供されている。この仕組みを食育に取り入れることが必要であり、子育て世代への調査においても、「便利」に対する期待も回答として得られた。
4. 食育を推進するためには、購入者だけでなく、販売者が購入者に対して、「食育」を「価値」として提供するのかを考えることが重要である。また、「食育」を「価値」として提供することは、「商店街」など、現在、課題を抱えている販売者にとっても、課題解決につながるかもしれない。

今後の課題として、「食育」を「価値」として子育て世代に対して販売者が提供するために、どのようなコンテンツを提供すべきか、どのような方法で提供するのかについて、調査・検討していくことが重要である。

#### 参考文献

- [1] 農林水産省. “食育の推進” <http://www.maff.go.jp/j/syokuiku/index.html> [参照2018-12-15].
- [2] 農林水産省. “第3次食育推進基本計画” <https://www.mhlw.go.jp/file/06-Seisakujouhou-10900000-Kenkoukyoku/0000129496.pdf> [参照2018-12-15].
- [3] 阿部優子, 齋藤理沙, 石村由美子. “子どもの食生活実態調査(その1): 保育所・幼稚園児の調査より” 日本調理科学会大会研究発表要旨集. 25 (0), 82, 2013.
- [4] 阿部優子, 齋藤理沙, 石村由美子. “子どもの食生活実態調査(その2): 保育所・幼稚園児の調査より” 日本調理科学会大会研究発表要旨集. 26 (0), 127, 2014.
- [5] 齋藤理沙, 阿部優子, 石村由美子. “子どもの食生活実態調査(その3): 保育所・幼稚園児の調査より” 日本調理科学会大会研究発表要旨集. 26 (0), 128, 2014.
- [6] 風見公子, 鈴木三枝. “食育指導のための幼稚園児及び保護者の生活習慣と食習慣に関する調査—保護者がよく作る料理と子どもの好き・嫌いな料理の関連—” 東京聖栄大学紀要. VOL10, pp.12-13, 2018.
- [7] 中川李子, 長塚未来, 西山未真, 吉田義明. “共食の機能と可能性—食育をより有効なものとするための一考察—” 食と緑の科学. 第64号, pp.55-65, 2010.
- [8] 農林水産省. “我が国の食生活の現状と食育の推進について” <http://www.maff.go.jp/j/syokuiku/attach/pdf/index-28.pdf> [参照2018-12-15].
- [9] 総務省統計局. “食生活の変化” [https://www.stat.go.jp/data/kakei/tsushin/pdf/30\\_1.pdf](https://www.stat.go.jp/data/kakei/tsushin/pdf/30_1.pdf). [参照2018-12-15].

- [10] 一般社団法人日本フランチャイズ協会. “コンビニエンスストア統計データ” <http://www.jfa-fc.or.jp/particle/70.html> [参照2018-12-15].
- [11] 日本フードスペシャリスト協会. “食品の消費と流通” 建帛社, 2016.
- [12] 加藤真一. “ミール・ソリューションに見るサプライヤの戦略的方向性” <https://www.sc-abeam.com/sc/?p=3871> [参照2018-12-15].
- [13] 内閣府男女共同参画局. “就業率の推移” [http://www.gender.go.jp/about\\_danjo/whitepaper/h29/zentai/html/zuhyo/zuhyo01-00-01.html](http://www.gender.go.jp/about_danjo/whitepaper/h29/zentai/html/zuhyo/zuhyo01-00-01.html) [参照2018-12-15].
- [14] 山口拓二. “食のトレンド「スーパーマーケットのマーケティング事始」” [https://food.diinc.co.jp/takuji\\_yamaguchi/](https://food.diinc.co.jp/takuji_yamaguchi/) [参照2018-12-15].
- [15] ロックスター小島. “「お得」なスーパーと「便利」なコンビニ、社会人が多く利用しているのはどっち?” マイナビ, <https://gakumado.mynavi.jp/freshers/articles/13747> [参照2018-12-15].

(なかつ こういちろう : 准教授)

(おくだ あきこ : 講師)

(むらかみ みちこ : 教授)

