

第 17 回 日本食育コミュニケーション協会 全国活動発表大会 レポート

主催：日本食育コミュニケーション協会

共催：一般社団法人あしたの食卓研究所

開催 2025 年 11 月 11 日（火）13:30～

会場 フクシマガリレイ本社

大阪市西淀川区竹島 2 丁目 6－18

日本食育コミュニケーション協会について

【概要】

日本食育コミュニケーション協会は、「食」を通じて人と社会をつなぎ、健やかな暮らしと豊かな地域づくりを目指す団体です。単なる栄養知識の普及にとどまらず、生活者の行動変容につながる“伝え方”や“共感”を重視した食育を実践。全国のスーパーマーケットや食品関連企業と連携し、現場に根ざした食育コミュニケーションの育成を行っています。食の背景にある文化・季節・生産者への理解を深めることで、日々の食卓から健康、信頼、持続可能な社会の実現に貢献しています。

【沿革】

2005 年、「食の楽しさ、大切さを伝える人材の育成」を目的に設立。発足当初より、食育を一方的な情報提供ではなく、生活者の共感と行動につなげるコミュニケーションとして捉え、独自の理論と実践を構築。全国のスーパーマーケットや食品関連企業と連携し、売場や地域に根ざした食育活動を展開してきました。

これまでに約 5,000 名にのぼる食育コミュニケーションを育成し、現場で活躍する人材を輩出。近年は、健康寿命の延伸や地域共創、次世代への食文化継承にも取り組み、食を通じた持続可能な社会づくりを推進しています。

【全国活動発表大会】

これまで 17 回開催している全国大会は、全国各地で食育に取り組む食育コミュニケーションや企業・団体が一堂に会し、実践事例や成果を共有する年次大会です。日々の売場活動や地域連携、商品提案、学びの工夫など、現場で積み重ねてきた取り組みを発表し合うことで、互いに学び合い、食育の質と価値を高めることを目的としています。単なる成果報告の場ではなく、「食を通じて人を育て、地域を育てる」という理念を再確認し、参加者同士のつながりや次の行動につなげる、協会にとって象徴的な学びと共創の場です。

■来賓挨拶

中塚一宏 様

私は、内閣府特命担当大臣時代に金融と食育を担当していました。食育基本法は 2005 年に制定されました。食育は知育・徳育・体育のベースになるものと謳われています。自分自身の体をつくること、そしてそれが心を育む重要なものだというのが法制定の背景にあります。

昨今は、物価高の影響で食品の値段が大きく上がり、生活が苦しいと感じている方も多いと思います。一方で、食品ロスは依然としてなくなっていません。世界規模では食糧問題は今後ますます深刻になっていくだろうと考えられます。そうした状況の中で、国が方針を示すことも大事ですが、皆さんが現場に根付いて取り組まれることが何より大切です。非力ではありますが、私もできる限り支援していきたいと思います。

課題はたくさんありますが、みんなで知恵を持ち寄って、解決に向けて一步一步進んでいけたらと思います。本日の大会が有意義なものとなり、ご参加の皆さまのますますのご発展を心より祈念申し上げます。



【プロフィール】

1965 年京都市生まれ。京都大学工学部卒。2000 年、35 歳で衆議院議員初当選。衆議院財務金融委員会筆頭理事、内閣府副大臣（金融、行政改革等）を歴任。2012 年、金融担当大臣として、国際会計基準財団(IFRS 財団)のアジア・オセアニアオフィスを東京に誘致。NISA(少額投資非課税制度)を創設。2021 年～2022 年(株)堂島取引所代表取締役社長。2020 年 4 月からは早稲田大学の非常勤講師を務め、株式会社バイウィル顧問。ESG 投資を含むエネルギーに関する政策・ビジネス・投資における課題について指導。

持田みほ 様

農林水産省 消費・安全局 消費者行政・食育課 (オンライン参加)

現在の食育行政は、農林水産省が総合調整を担当し、関係省庁と連携しながら進めており、食育白書の作成や、関連する会議の運営などを行っております。

令和 3 年度にできた「第 4 次食育推進基本計画」を進めており、先日、中間取りまとめを行い、いくつか重点的に取り組むべき事項が出ています。

一つは学校給食で、地場産物の活用をもっと広げていくということです。市原隼人さん主演の映画「おいしい給食」シリーズについては、給食文化の発信という点で大きな意味があ

るため、農林水産省としても関わっています。

そしてもう一つが「大人の食育」です。課題として、まず朝食の欠食。子どもだけではなく、大人、特に若い世代で欠食率が高くなっています。次に食生活の不均衡。20代の野菜の摂取量が非常に低い状況が続いています。さらに、生産現場との距離が開いていることも課題です。多くの方が食品をスーパーで買われますが、その食品がどうやって作られているのかに思いを馳せることが難しいのが現状です。

また、消えていく食文化という点もあります。ペットボトルのお茶が一般化したことで、「茶殻を見たことがない」というお子さんが多いと聞いています。そして、特に若い人の間で、食にお金をかける優先順位が下がっているという実情もあります。コスパ志向が高まる中で、食への関心が薄れていくことを危惧しています。

こうした課題に向き合うために、今年6月に「官民連携食育プラットフォーム」を立ち上げました。これは、大人の食育を官民一体で進めていくための仕組みで、情報発信、交流連携、そしてプロジェクト活動です。現在、

1. 朝ごはんを食べよう
2. バランスよく食べよう
3. 食や飲の現場を体験しよう

という三つのプロジェクト活動を行っています。興味をお持ちの企業・団体の方はぜひご参加いただければありがたいです。

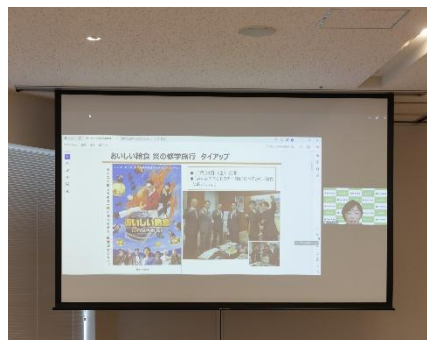
また、今年度からは「食育実践優良法人顕彰制度」もスタートしました。これはお客様向けではなく、従業員や社員の方向けに食育を実践している法人を認証する仕組みです。社内で食育に取り組んでおられる企業の皆さまには、ぜひご活用いただければと思います。

大人の食育プラットフォーム

https://www.maff.go.jp/j/syokuiku/otona_syokuiku/platform.html

大人の食育プラットフォーム会員フォーム

https://www.maff.go.jp/j/syokuiku/otona_syokuiku/platform/kaiin_syokukai.html



■基調講演

「健康の土台をつくる腸内細菌の科学～世界長寿サミットを終え、改めて食を考える～」

内藤裕二 先生

京都府立医科大学 大学院医学研究科

生体免疫栄養学講座 教授

私は医者ですが、実は農林水産省の技術会議の委員もしております。我々医者は、栄養や食のことをそれほど重要視していませんでした。しかし、時代が変わってくると、我々が医療でやりたいことが栄養士さんに伝わっておらず、食に関わる企業の皆様にも伝わっていない、という状況に気付くわけです。我々もやはり、健康で長生きしたい、健康で幸せに生きたい。そのためには、医師自身も行動すべきではないかと考えて、最近はいろいろな活動をさせていただいています。



日本有数の長寿地域、京都府北部の丹後地域で65歳以上の全住民に健診を行って研究しています。生体情報をもとに徹底的にデータ分析し、どういう生活によって健康で長生きできるのかを、介入せずにずっと見ていただけなんです。皆さんどんどん健康になっていける。今年、大阪・関西万博とタイアップして、世界の研究者を京丹後市に集めて4日間の「世界長寿サミット」を開催しました。その内容をまとめて「長寿サミット宣言」を発表しましたので、長寿のために現在我々が考えている4つのことを説明します。

1. 食を介した絆を育み、コミュニケーションを絶やさないこと。
2. 植物性たんぱく質や食物繊維の豊富な食事を、仲間とともに楽しむこと。
3. 規則正しい生活と運動習慣を日々の暮らしに取り入れること。
4. 感謝の心を持ち、生きがいを感じる毎日を大切にすること。

長寿のために重要な要素の一つは「絆」です。健康といえば身体的な面に目がいきますが、心・体・社会的つながりは極めて重要です。でも、今の日本の社会では絆が少なくなっているのが実情です。「何を食べるか」も大切ですが、それ以上に食をきっかけに絆をつくる行動が重要です。日本人の成人が他者と食事をする回数は週にわずか3.7回。多くの人が昼夜ともに一人で食べていることになります。これでは健康にはなりません。食には本来、コミュニケーションや文化の継承機能があるのに、それが薄れてきています。

特に男性は社会から孤立しやすく、友人と食事する機会も少ない。孤立はうつにつながり、うつは認知症の発症リスクを高めます。日本人の死因の第一位は、うつ、つまり認知症なん

です。がんが一位というのは、全部のがんを足すからで病気別にいえば認知症関連疾患が一位です。

京丹後が健康長寿地域である理由の一つは、女性が人付き合いにける時間が長いという事で、人とのつながりが健康に寄与している可能性があります。人は孤立しては生きていけません。食を介した絆やコミュニケーションは、何を食べるか以上に重要であり、健康長寿を支える基盤であることが明らかになっています。

世界長寿サミット宣言でも、「絆を育み、コミュニケーションを絶やさないことが健康を守る」と示しました。世代を超えて語り合い、支え合う社会をつくるために、食をきっかけに絆を取り戻してほしいというメッセージです。

皆さんが作ったり売ったりしている「食」が、本当に日本人を幸せにしているのかを改めて考えていただきたいと思います。よく「バランスのとれた食事をすれば健康になる」と言われますが、実はそう簡単ではありません。九州大学が福岡で行っている久山町研究では、1961 年から住民を追跡していますが、そのデータによると男性の二人に一人が糖尿病予備軍です。栄養バランスだけでは健康にならないのです。

今年発表された、53 歳平均の人を 10 万人、30 年追ったデータでは、健康に老化できた人が何を食べていたかがはっきり示されています。体に良いのは果物、野菜、全粒穀物、ナッツ。悪いのは加工肉、赤肉、トランス脂肪酸です。

日本人の体には「フシモナス・インテスティン」という腸内細菌がいて、油から内因性のトランス脂肪酸を作るため、これが肥満や脂肪肝の原因になります。食べ物は腸内細菌との相互作用で良くも悪くも変わる。だから植物ベースの食事が重要で、必須アミノ酸も全粒穀物や豆、ナッツで十分補えます。30 年間の長寿の人たちのデータでも、共通している食べ物は、果物類、野菜類、全粒穀物、ナッツ類です。

日本人に足りないのは、こうした本物の食物繊維と豆。乾物の豆を一から料理するのは手間がかかるので、忙しい人でも使いやすい形にして、食卓にもっと植物性食品を届けていく必要があると私は考えています。すぐにサラダに入れて食べられる、料理にバラッと入れられる、そういう形で豆類を使いやすくしていかないとはいけません。今後、日本人の最も足りていない栄養素をどう摂るかは極めて重要です。

【プロフィール】

1983 年京都府立医科大学卒業、2001 年米国ルイジアナ州立大学医学部客員教授、京都府立医科大学（消化器内科学）准教授などを経て 21 年から現職。日本酸化ストレス学会副理事長、日本消化器免疫学会理事、日本抗加齢医学会理事、2025 年日本国際博覧会大阪パビリオン推進委員会アドバイザー。専門は消化器病学、消化器内視鏡学、抗加齢学、腸内細菌叢。2024 年度「杉田玄白賞」受賞。

■主催者挨拶

石原奈津子

日本食育コミュニケーション協会・一般社団法人あしたの食卓研究所 代表

皆さま、本日はどうもありがとうございます。

島根県で創業して26年になります。この「食育コミュニケーション」という言葉をつくったのは23年前。当時は「食卓コミュニケーション」と呼んでいました。創業当時、すでに島根は高齢者が多く、それはなぜなのだろうと、高齢者のためにやりたいと言っていたのですが、23年前に娘を授かったときに、子どものための食育も必要だと感じて、離乳食の商品開発をいたしました。



出産後、市販のベビーフードを使うこともありましたが、当時はそのルールが明確ではありませんでした。そこで、地元の病院の先生たちと一緒にベビーフードの商品化に取り組み、「赤ちゃんどうぞ」の商品化にこぎつけました。全国のスーパーに営業して回る中で、お母さんたちから「おもゆの作り方は？」「これはいつから食べさせていいの？」と問い合わせが殺到し、「物売る時代から、作り方や意味を伝える、コトを売る時代変わった」と気づきました。そこから三井食品さんに声をかけていただき、食育を一緒にやりましょうということになったのが21年前です。

食べ方は生き方であり、食は平和のバロメーターです。価格が安定しているとか、誰もが食べられるとか、平和な社会があってこそです。また、食事が価値観や文化の違いを理解し合うきっかけにもなります。

昨今、食がまるで餌のように、空腹を満たすだけになっていることに危機感をもっています。だからこそ、第三者の「食と暮らしの相談相手」が必要だと、活動のベースをスーパーマーケットに置きました。島根で商店街のスーパーが1店閉店しただけで高齢者の栄養失調が増えたという事例を聞いて驚いたことも理由の一つです。スーパーには食育に興味がない人も来られます。そこに、食の相談ができる専門家がいたら、そんな人が活躍できる場を作りたいと食育コミュニケーターの養成を始めました。食育の法律ができる前年でした。

食育コミュニケーターは、今では4800名、350社の方が活動しています。

2006年、専修大学の神原理教授（当時）の研究論文でも、これからは価格ではなく、つながりで物が動く時代になると示されていました。食育コミュニケーターの存在が、行動変容を起こすきっかけとなるのではないかと我が意を得たり、という思いでした。

現在は、講座をスターター、プロGRESS、アドバンス、さらに通信も含めて多様な学び方ができるように対応しています。

皆さんと一緒に、これからも食と地域を元気にしていきたいと思います。本日は本当にありがとうございました。

■食育コミュニケーター1期生のコメント

緑川里江子／福島県



私は認定番号 38 番目です。石原さんの元でいろいろ勉強させていただき、今は全国にある「食生活改善推進協議会」で、スーパーの店頭や老人クラブの出前講座などで、食の大切さ、家族の食事の大切さを、皆さんにお伝えしております。

佐藤香世子／宮城県



1 期生当時は JR 東日本のグループ会社のマーケットで仕事をしていました。直営店とテナントの間に垣根があったのですが、毎月 1 回合同で食育活動を行いました。定年退職は、青果店で食育コミュニケーションをしております。この活動を通して、今も現役でいられるのはとても光栄です。

■講師によるスーパーマーケットにおける食育活動の事例発表

【食育】徳永ひろみ

食育コミュニケーターの専任アドバイザーとして、全国のスーパーの食育定例会議を担当しています。私が大切にしているのは、お客様目線とお客様のニーズに合う提案の実践です。会議では徹底的に食材を学び、バイヤーやメーカーのこだわりを知り、それをどうお客様に伝えるかをスーパーの皆様とともに考えてきました。



全国のスーパーでの具体的な取り組み

●サンプラザ／大阪府

毎月 19 日の「食育の日」に、協会の管理栄養士が作った「一日三食バランス献立」を 18 年間チラシに掲載し続けています。さらに、地元産の食材を使った食育メニューには、生産者の名前を入れ、こだわりを伝えておられます。

●紅屋商事（カブセンター）／青森県

14 年前から「青森の短命県返上」を掲げ、一汁三菜のバランス献立を協会の管理栄養士の監修で継続しています。毎月「お客様の声を聞く食育イベント」を開催し、アンケートやクイズを実施するなど、双方向のコミュニケーションを実践。一日 350g の野菜摂取につい

て、生野菜と加熱野菜の摂取量の見える化も。店頭での健康提案に力を入れておられます。

●マルイ／岡山県

2006年に食育推進室を設立。約20年間、毎月19日の「食育の日」に合わせて、全店で健康提案を実施。コロナ禍でも、いち早くオンライン会議に切り替え、「無人でもお客様に伝わる売場づくり」を強化。塩分のとりすぎにも着目し、塩分摂取量の見える化や減塩の調理ポイントを継続して発信。地道にお客様への啓発を続けています。

●西鉄ストア／福岡県

九州の小売9社による「九州流通サステナビリティサロン」に加盟し、「スマートにソルトを使う」減塩プロジェクト SMASOL（スマソル）にも参加。福岡県庁で「スマソル組宣言」を行い、食育週間には店舗で「減塩でもおいしいメニュー」を展開し、スマソル対応弁当を販売。キューピーとのコラボ企画でマヨネーズの裏技をお客様に紹介した。

●サンプラザ／高知県

16年前から四国 CGC グループのリーダー企業として食育活動を開始。食育の提案メニューを惣菜センターで商品化して販売し、全国的に有名な NST（栄養サポートチーム）を持つ近森病院と連携し、臨床栄養部長が監修したコラムを2021年からチラシに掲載。さらに、当協会の管理栄養士と近森病院が共同監修した減塩の一汁三菜献立も継続して提案。

●ダイキョー／福岡県

お客様との距離が非常に近い店で、イベントを通じて食の楽しさを伝える食育活動を継続。地域とのつながりを大切にし、柳川市の「ほほえみカフェ福江店」では、無料のコミュニティカフェ「つどいば」を開催。2時間、誰でも集まれて、体操やおしゃべりができる地域の居場所に、多くのお客様が訪れています。

産官学連携・企業の実践事例

青森県では減塩を県全体のテーマにし、県主導で「できるだし」シリーズを開発。商品づくりには、私たちの食育定例会議でも試作の味見やアンケートなどで協力してきました。年に一度は、知事が実際に店頭に立って PR されるほど力を入れられている取り組みです。

高知県のサニーマートは、料理アドバイザーと呼ばれる専任スタッフが毎日、日替わりメニューを提案。毎年6月に、自治体や食生活改善推進員と一緒に、野菜350gを量る体験会などを実施し、地域と連携した食育を続けられています。

紅谷商事は年6回、島根のウシオは年4回、千葉の成田屋は年10回など、それぞれが継続して学び続けています。紅谷商事は、こだわりの味協同組合の自然の味の商品を使った料理教室も開催し、商品の魅力をお客様に直接伝えています。

岡山県のマルイでも、メーカーと協力した料理教室が盛んです。SNS やホームページでも積極的に発信されており、体験して学び、提供することを大事にされています。

香川県で始まった「弁当の日」の取り組みは、子どもがお弁当を自分で作るもので、映画

にもなり、2020 年から上映会を続けており、これまでに 2,000 人以上が視聴しています。

ワイズマートはメーカーと連携し、商品背景や栄養価、産地・製法を、生活者や子どもたちにわかりやすく伝える食育活動を展開。売場での提案や試食、POP を通じて、選ぶ理由と食べ方を提示。日常の買い物を学びに変え、健康的で納得感のある食選択を支えています。

農業体験を実施している企業も増えています。西鉄ストアは自社農園で新入社員研修の一環として収穫体験を行っています。千葉の成田屋は親子で田植えから稲刈り、さらにそのお米を使って料理をする体験ができます。マルイの農業体験はさらに進化し、いちご収穫、いちご大福づくり、農機の乗車体験ほか、さまざまな体験ができる贅沢なプログラムです。

食育は少しずつ年月を重ねて文化として根付いていくものです。私たちは毎日食事をし、その食材をどこから買うかという選択はとても身近な行動です。学びの場であり、体験の場であり、地域の人をつなぐ場でもあるスーパーが近くにあることは、本当に幸せなことだと思います。一社一社の地道な積み重ねが、企業と地域、お客様との豊かな関係を育み、食育文化を支えてきました。私自身もコミュニケーターとして、多くを学び、この仕事に出会えたことを本当に幸せに思っています。

【コミュニケーションと組織】出水佐知

私は高知県の沖の島で、豊かな自然に囲まれ、地産地消の食材を食べて、家族団らんする楽しさを感じながら育ちました。「サニーマート」に入社し「お客さまの喜びのために誠実を尽くす」という理念が心に響き、副店長、店長と店を任されるようになりました。そこで感じたのは、やっぱり食が大事、絆が大事ということです。お客様の命を預かる食べ物を販売しているからこそ、地域のスーパーマーケットにならなければいけないということです。



現在はグループ企業のサニーフーズで教育や地域交流を担当しています。現場からの相談には、食育活動はイベントに偏ったり売上に直結しないと見られたり、マンネリ化したりと、いろいろな壁があります。さらに人手不足やコロナも重なり、苦労も多いものです。

そんなときに大事なことは、会社の経営理念に立ち返ること。食育は「経営理念の実践」であり、お客様の生活を支えるための行動です。チームでミッションを共有し、考案し、伝え方を学び、どう伝わったかを感じ取って動くことが大事なのです。基本となる QSC (Quality / 品質, Service / 接客, Cleanliness / 清潔)、+L (ライフスタイル) としての食育。これを丁寧に整えていくことで、店も人も変わります。さらに取り組みを評価することも大事です。

秋田のアマノさんでは全員で評価し合う仕組みをつくり、売上も客数も伸びました。一人ひとりの「伝わった手応え」が、自信につながり、行動が変わります。どれだけ時代が変わっても、人と人が食でつながる価値は変わりません。食べ方は生き方、生きることは食べること。私たち日本食育コミュニケーション協会は、これからも食育コミュニケーションを通して、人間力を高める食育とコミュニケーションを大切に、事業を展開してまいります。

■受賞企業紹介

【大賞】

株式会社アマノ
株式会社ウシオ ※
株式会社サニーマート
株式会社サンブラザ
株式会社ダイキョープラザ
株式会社ナリタヤ ※
株式会社西鉄ストア ※
紅屋商事株式会社
株式会社マルイ
株式会社ワイズマート

※印…オンライン参加



コメンテーターのコメント

都築富士男／株式会社都築経営研究所代表

毎年のように参加させていただいています。食育の原点は食農教育だと思います。群馬県の保育園の園児たちが米や野菜を作って食べるというドキュメンタリー映画「いただきます」のように、小さい頃から農に親しむことが一番の食育になるのではないかと思います。様々な課題がありますが、今できる小さなことから積み重ねていけば必ず社会は変わります。皆さんの取り組みは、それを実践しているのだと感じました。

福島裕／フクシマガリレイ会長

私どもはスーパーマーケットの冷蔵冷凍のショーケースを作っています。皆さんのような素晴らしい活動をされている企業が全国にあることを心強く感じるとともに、多くを学ば

させていただきました。この本社の 1 階と 2 階はラボラトリになっており、キッチンも分析室も冷凍設備も整っています。この 8 階のホールも合わせて、どうぞ遠慮なく使ってください。今日皆さんからいただいた刺激を、私たちがまた次の取り組みに活かしていきたいと思っています。

三浦慶太／スーパーマーケット評論家

私はかつて「食品商業」という専門誌の編集長をしております、全国のスーパーマーケット取材していました。アマノさんのお店で、「夫が月に一度料理するようになった」「子どもが店長になりたいと言っている」「アマノは地域になくてはならないインフラなんだ」というアンケート結果を見ました。そういう結果が、食育に取り組む皆さんの努力のおかげなのだと思います。たくさんのお客様の笑顔が浮かぶようで、感度しました。

山口茂／POP の学校校長

「コト POP」あるいは「食育 POP」という POP の指導をさせていただいています。私は今年になって毎日一品料理を作るということをやっているのですが、どうもうまいかない。「だいたいいい」というのを実践したのですが、これは基本が身につけているからできることなんです。それは食育にも通じるもので、食育で大事なのは基本。そして積み重ねです。受賞された企業の皆さんには、基本の積み重ねがしっかりあります。これからも、この活動を社会に広く届けてください。

【特別賞】

株式会社 ASOBOLABO

<https://www.asobolabo.com/>

「ペットも家族」という視点で、食を含めたペット関連商品を展開。人生 100 年時代を見据えた新しい取り組みを推進。



キリンビバレッジ株式会社

<https://www.kirinholdings.com/jp/>

「おいしい免疫ケア」シリーズを展開。プラズマ乳酸菌を使った新しい飲料『プラスダブルビタミン』など、免疫ニーズに応える商品づくりを継続。



たまご知識普及会議

<https://www.tamapedia.net/>

卵は身近な食材だからこそ、しっかり伝えたいという熱い思いで、卵関連の 4 団体が手を組んで、正しい卵の知識を広める活動を実施。



ミライクエスト（田園社会イニシアティブ株式会社）

<https://mirai-quest.com/>

子どもや高校生、大学生と、地域で医療体験や長寿の取り組みを進める「学びのサードプレイス」をつくっている団体。



株式会社プレマ

<https://www.premafoods.com/>

群馬県で有機小松菜を一年中栽培している農園で、小松菜パウダーの共同開発や、オーガニック給食の普及など、地域と一緒に活動。



一般社団法人 ODYSSEY(通称:ODYSSEY NATURE JAPAN) *当日欠席

<https://www.odysseynaturejapan.com/>

宮城県東松島市の豊かな自然を学びの場とし、次世代の子どもたちが自然の「生きる力」を感じ育つことを目的とした環境教育団体。さとうみ（持続可能な沿岸環境）を軸に、子ども・学生向けの体験学習、探求型プログラム、企業研修、講演・ワークショップなどを提供。

コメンテーターのコメント

荒川弘也／アルファクリエイト株式会社 代表

私自身、八百屋の家で育ちまして、子どものころから野菜に触れてきました。だからこそ、今日紹介された取り組みが、どれほど価値があるかよくわかります。たくさんおられる主婦のパートさんが食育を学ぶと、接客も売場もどんどん変わっていき、それが販売促進につながっていく。これは本当にすごいことだと思います。若い世代にも、もっともっと食の大切さを伝えていくべきだと思うので、こういった取り組みがずっと続くことを祈っています。

松本朋子／株式会社マーケティング・ハピネス 代表

私は生活者購買心理が専門です。お客様が買ってしまうツボを探すということを20年やっています。行動変容って、本当に難しいんです。「砂糖を食べるな」と言われると余計に食べたくなる。だからこそ、楽しく学べる仕組みが必要なんです。高校生が自分で問いをつくり、地域に入っていくような活動は、まさにその理想形です。受賞団体のみなさんの取り組みは、行動を変える仕組みとしても素晴らしいと思います。

■今後の事業発表

石原奈津子／日本食育コミュニケーション協会 代表

私たちの食育コミュニケーション事業も、新しいフェーズに入ったと感じています。最近では AI を使った研修も始めていますが、だからこそ「人間とは何か」「食育の原点はどこか」を見つめ直しながら進めていく必要があると思っています。

1. スーパーマーケットの専門性の強化

これまで多くのスーパーの皆さんに研修を受けていただきましたが、今後はさらに専門性を高める方向へ進みたいと考えています。そのために、スーパーマーケット評論家の三浦慶太さんと連携し、「スーパーマーケットアカデミー／ゼミナール」を立ち上げました。講師は 13 名体制でスーパーの皆さんを支援していく予定です。

三浦慶太コメント：

アイス売場の陳列ひとつでも、夏と冬で並べ方を逆にすると売上が倍になったという事例があり、こうした現場に効く知見を体系化して広げたいと思っています。

2. 管理栄養士×食育コミュニケーターの新事業

健康な時から管理栄養士がお客様に寄り添う仕組みをつくるために、スーパーを起点に、「食育コミュニケーター（接客・売場）」＋「管理栄養士（栄養・エビデンス）」の二層体制で現場支援をする事業をスタートさせました。

住吉彩コメント：

全国の管理栄養士ネットワークと連携し、企業の健康価値づくりを共創パートナーシップ事業としてとして実行していきます。

3. 発酵文化の国内外発信

海外と日本の両軸で発酵文化の発信を進めています。

・アメリカで発酵の食文化を伝える

「Ohmammy」元木真弓（ニュージャージー州）

店舗運営からファーマーズマーケットに活動を広げ、発酵食を本格展開中。「ミキ（米×さつまいも発酵飲料）」をアメリカで広める。

・島根県との連携

「株式会社 Warmth」西崎純子（島根県松江市）

マコモや薬草文化、発酵文化を観光や商品開発で発信

4. 体験型ツーリズムの推進

「オンライントラベル株式会社」 島田篤

食の学びは「体験」が不可欠なため、12月に「Amazing 出雲ツアー」を開催し、食体験中心の旅を実施。

5. ペットフード事業

「株式会社 AsoboLabo」 三神大

ペットフードの基準が不透明な状況の中、ヒューマングレードという、人も食べられる安心安全なドッグフードを開発中。

■主催者よりメッセージ

石原奈津子／日本食育コミュニケーション協会 代表

私たちの役割というのは、皆さんとつながりながら、自分にとって大事な食を見つめて実践していくことだと思っています。自分のためだけに続けるのはハードルが高いものですが、「大切な人のため」とか「大事な存在のため」という理由があると、不思議と頑張れたり、自分の食生活を見直すきっかけが生まれたりします。

今日の内藤先生のお話にもあったように、それが生きがいにもつながるのだと思います。

だからこそ、私たち自身も、誰かの役に立てる存在であり続けたいし、そのためにも食生活を大切にしていきたいと感じています。これを機にまた皆さんとつながって、ともに歩んでいきたいと思っています。そして、長く支えてくださっている皆さま、お世話になっている方々には、改めて感謝申し上げます。皆さんのお力があって、ここまで続けてこられました。

これからまた新たな20年、そして100年に向けて、今日発表してくれた若い世代、そして海外の仲間とも一緒に、さらに進んでいきたいと思っています。引き続きどうぞよろしくお願いいたします。



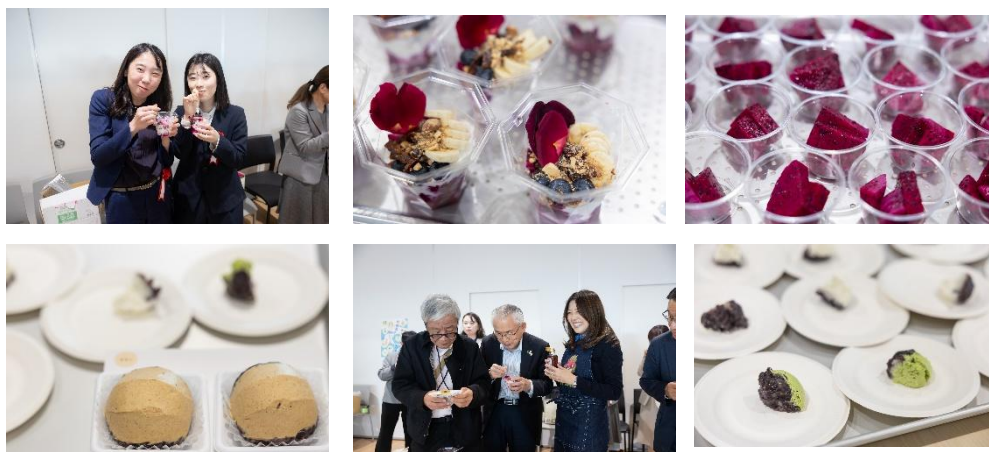
■ライブパフォーマンス



日本食育コミュニケーション協会講師でフラワーセラピスト、心理カウンセラーでもある、松井道子さんによるお花の生け込みが披露されました。

■休憩時間の食品提供

ドラゴンフルーツ、お米のおめかし、だし、おいしい免疫ケア



■司会

内田明子



【SPECIAL THANKS : 協賛】

- (有) 奥出雲薔薇園 <http://fragrance-rose.com/>
キリンビバレッジ (株) <https://www.imuse-p.jp/plasma/oishii-meneki/>
(株) 淳子 (ジュンコオイル) <https://junko.asia/>
(一社) 日本ドラゴンフルーツ協会 <https://lovepitaya.com/>
(一社) ひといく <https://hitoiku.net/>
マグチグループ花 LINKS (株) https://www.maguchi.co.jp/group/mmh_hanalinks/
(株) ヤマヘイミカコーポレーション <https://www.iidashi-mizunoto.com/>
杢 (ゆずりは) グループ <https://yuzuri-ha.or.jp/>
フクシマガリレイ (株) <https://www.galilei.co.jp/>

