

国民生活産業・消費者団体連合会

生団連会報

2026年10月 VOL.73

トップニュース

『ナフサをはじめとする石油化学製品の「目詰まり解消」の要望書』を赤澤経済産業大臣に手交

活動報告

- ・厚生労働省へ「男性育児休業取得推進」に向けた提言書を手交
- ・熊本地震への支援活動
- ・北海道幌延視察

会員紹介 **We Are SEIDANREN**

ケンコーマヨネーズ株式会社



生団連の使命・設立の想い

国民の生活・生命を守る

この強い使命感のもとに私は生団連を発足させました。

2011年の東日本大震災直後、その混乱状況を目の当たりにして、わが国には経済団体はあれど国民の生活と生命を守るために声を上げる団体は存在しないのだと痛感しました。一念発起し、生活と関わりの深い企業・団体と消費者団体に結束を呼びかけました。企業と消費者が手を携えて国民的課題の解決に取り組むことが最善だと考えました。今の日本を覆っている閉塞感に風穴を開け、将来に希望の灯をともしため、生活者である我々が自ら考え、行動し、改革を起こす原動力となることを生団連は目指しています。

ファウンダー 清水 信次

2026年9月～10月の生団連の主な動き

9月	1日 埼玉生団連 第8回会合	9月	10日 エネルギー・原発問題委員会
	4日 ジェンダー主流化委員会		17日 外国人受入れ委員会
	8日 国家財政の見える化委員会		30日 有事・災害対策委員会

2026年10月以降の生団連の活動予定

10月	7日 中四国生団連 第4回会合	10月	28日 足寄町大規模炊き出しスキーム防災訓練
	15日 大阪生団連 第9回会合		

『ナフサをはじめとする石油化学製品の「目詰まり解消」の要望書』を赤澤経済産業大臣に手交

中東情勢の影響によるナフサ供給不安を受け、生団連の会員企業に対し4月に続き第2回の実態調査を実施し、107社から回答を得ました。その結果、供給に関しては若干の改善が見られるものの不足感は継続しており慢性化、事業への深刻度も継続している結果となりました。また価格改定を「今後の予定」としている企業が50%あることから、依然としてナフサ供給不安による事業・生活への影響が続く見通しとわかりました。

本結果を踏まえ、生団連は政府に対し、『ナフサをはじめとする石油化学製品の「目詰まり解消」の要望書』を2026年7月1日(水)に手交しました。

要望書を手交した赤澤亮正 経済産業大臣からは、経済産業省の取り組みと重要物資の安定的な供給確保への対応状況を中心に説明いただくとともに、中東情勢の緊迫化による原油・石油化学製品に係る供給の偏りや流通の目詰まりに対して、大臣のリーダーシップのもと対処していく力強い姿勢を示され、「企業が困ったときには経済産業省の相談窓口に連絡してほしい」と発言いただきました。



▲手交時の様子
右)赤澤亮正 経済産業大臣
左)阿南 久 生団連会長

【企業調査結果サマリー】

1. 4月から若干の改善がみられるものの、依然として事業への深刻度が高い

- ①大企業の深刻度が上昇。供給制約の長期化により、大企業も在庫が枯渇しつつある段階に入ったと考えられる。
- ②中小企業は4月に「深刻」と答えた企業が▲20%と大きく減少、「中程度」は+3%と微増。
緊急度の緩和はみられるものの、「深刻」となる手前で踏みとどまっている状況にある。

Q. 予想される影響の大きさ(事業への影響度4以上の企業の割合)

	<前回4月>	<今回6月>
大企業	69%	→ 75%
中小企業	85%	→ 69%

2. 4月の「急激な不足」から「慢性的な不足感」へ

全体的に急速な悪化は抑えられ、一部で供給量の維持・改善が見られるが、必要量に対しては慢性的な不足感が継続している。

Q. ナフサ関連製品の供給量(減っていると答えた企業の割合)

	<4月比40～99%>	<必要量比40～99%>
大企業	76%	82%
中小企業	78%	83%

3. 進まない価格改定、中小企業の苦しさが増す

4月調査において今後の対応として「値上げ」を挙げた企業に対し、今回調査において実際に「値上げ」を行った企業は約半数にとどまる。

大企業は「値上げ」に対し慎重であることから中小企業も「値上げ」できず、余裕のなさを読み取れる。

Q. 想定される対応「値上げ」(値上げに対する企業の割合)

	<前回4月>	<今回6月>	
	今後の想定	すでに実施	今後の予定
大企業	71%	→ 31%	→ 53%
中小企業	73%	→ 36%	→ 50%

【提言概要】

1. 早期の「目詰まり解消」に向けた具体的対策の展開
 - (1) (各省庁設置)相談窓口の実効性強化
 - (2) サプライチェーン透明化と行政主導の目詰まり解消
2. 価格転嫁の円滑化と生活者への丁寧な情報発信
 - (1) 価格転嫁の円滑化
 - (2) 生活者への丁寧な情報発信
3. 再発防止に向けた対応の強化
 - (1) 安定供給と価格のバランス確保
 - (2) ひっ迫時の優先供給の制度化

【赤澤大臣との「対話」】

手交・面談は、まず生団連より要望書の概要報告を行い、これを受けて赤澤経済産業大臣よりご返答いただく形で進められました。

当初、15分間の面談予定でしたが、その後も生団連の提言に対し1つずつ、追加資料を提示されながらご説明をいただきました。赤澤大臣からは、目詰まり解消に向けた力強いご発言が続き活発な意見交換となり、終わってみれば40分を超える異例の面談となりました。

<要望に対応した赤澤大臣からのご返答>

「目詰まり」と「偏り」は、①川上・川中で情報が共有されない ②事業者間のコミュニケーション不足 ③川上の過剰発注の3つに限定されており、要望と合わせて対策についてご説明いただきました。

提言に対する回答のほか、ナフサや石油化学製品の需給対応、各業種で起きた事例と対応、生活者の不安の実態、中東をはじめとする世界情勢など、多岐にわたる意見交換が行われました。

全体を通じて、「供給の偏り」や「流通の目詰まり」の解消に対し、赤澤大臣のリーダーシップのもと対処していく強い意志と姿勢が示された時間でした。最後に赤澤大臣からは、「企業が困ったときには各省庁の相談窓口につながしてほしい」と発言いただきました。



▲生団連の提言手交を赤澤大臣のInstagramでご発信いただきました

【お困りの際は、各省庁に設置された相談窓口のご活用を!】

今回のアンケート結果では、相談窓口を活用した企業は迅速に量が確保できたと回答いただいています。以下に相談窓口を記載しておきますので、お困りの際はご活用をご検討ください。

<関係省庁における情報提供の受付窓口>

- 経済産業省:<https://www.enecho.meti.go.jp/category/others/energysecurity/index.html>
 - ▶ 対象物資:燃料油、潤滑油、石油由来の化学品・製品等
- 厚生労働省:<https://www.mhlw.go.jp/stf/chuto-josei.html>
 - ▶ 対象物資:医薬品、医療機器及び医療物資等
- 国土交通省:https://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/chuto_josei.html
 - ▶ 対象物資:燃料油や石油製品等
- 農林水産省:<https://www.maff.go.jp/j/press/kanbo/anpo/260331.html>
 - ▶ 対象物資:燃料油や石油製品等
- 環境省:https://www.env.go.jp/press/press_03993.html
 - ▶ 対象物資:燃料油や石油製品等

厚生労働省へ 「男性育児休業取得推進」に向けた 提言書を手交

生団連ジェンダー主流化委員会は6月23日(火)、厚生労働省雇用環境・均等局の田中佐智子局長(当時)を訪問し、第六次男女共同参画基本計画における「男性育児休業取得推進」に向けた提言書を手交しました。

【提言概要】

1. 国による踏み込んだ指針の表明
(「取得日数」可視化・「選択的週休三日制」推奨強化等)
2. 制度・手続きの徹底した簡素化とデジタル化(「ワンクリック申請」の実現)
3. 政府広報による心理的後押し(マス媒体を使った広報啓発)
4. 商習慣・業界慣行等構造的な阻害要因への対応(監督官庁・業界団体をまたいだ協働支援)
5. 意識改革支援の拡充(育児経験の少ない世代の「体験機会」・新米パパの「家事習得支援」等)

男性の育休取得率が年々上昇する一方、家庭内の育児・家事負担は依然として女性に偏っています。こうした状況を変え、男女がともに仕事と家庭を両立できる社会を実現するため、生団連では男性の育児休業のあり方について約2年間議論を重ねてきました。

議論には、会員企業・団体のDEI担当者ら延べ55社・団体127名が参加し、男性が育休を取得する際の課題を、「本人」だけでなく「上司・職場」「人事」「家庭」「顧客接点」など幅広い視点から検討しました。その中で、育休取得を本人の意識や判断だけに委ねるのではなく、職場や企業、さらには業界・社会全体で後押しする必要性が浮き彫りとなりました。

こうした議論をもとに、生団連は「男性育児休業1か月取得の当たり前化」を掲げ、取得日数の可視化や申請手続きの簡素化、政府広報による意識面での後押し、商習慣・業界慣行への対応など、5つの具体的な取り組みを提言しました。

【田中局長(当時)からのコメント】

提言書を手交した田中局長(当時)からは「育児休業の取得率を向上させることに加え、本人が希望する期間取得できるようにすることも重要であり、『共育(トモイク)プロジェクト(<https://tomoiku.mhlw.go.jp/>)』を通じた夫婦の分担見直しツールの活用や復職後の環境整備についても推進したい」との発言をいただきました。

▶手交時の様子

左)ジェンダー主流化委員会 松山一雄座長
(アサヒビール株式会社代表取締役社長)
右)厚生労働省 雇用環境・均等局 田中佐智子局長(当時)



令和8年熊本地震への支援活動

このたびの令和8年熊本地震により被災された皆さまに、心よりお見舞い申し上げます。

被災地支援の一環として、SEMAを通じた会員による物資支援と、生団連災害支援基金から支援金を拠出しました。

■SEMAを通じた物資支援

7月31日(金)、SEMAより飲料支援の要請を受領し、会員へ協力を呼びかけました。

その結果、4社から被災者およびボランティア(NPO)に向けた飲料をご提供いただきました。

※SEMA(緊急災害対応アライアンス):民間企業とCSOが連携し、国内の災害支援を行うための仕組み



▲会員企業から提供された支援物資(写真提供:Civic Force、ピースボード災害支援センター)

支援要請に対し、伊藤園、ジョイマート、丸久および高島屋(お申し出順)の4社より、合計約10,000本の飲料をご提供いただきました。

■生団連災害支援基金の発動

8月7日(金)、生団連災害支援基金規程に基づき、被災地支援に取り組むボランティア(NPO)の活動を支援するため、以下のとおり支援金を拠出しました。

基金による支援内容

支援金額	4,500,000円
支援先	特定非営利活動法人 ジャパン・プラットフォーム 「令和8年熊本地震被災者支援 プログラム」
支援内容	現地で活動される団体を通じて行う「食料・水、保健・衛生・医療、生活物資、家屋修繕・生活再建、ペット同行家族支援など」

ご協力いただいた会員の皆さまに改めて感謝申し上げます。

今後も、災害時に迅速かつ実効性のある支援につなげられるよう、支援体制の整備に取り組んでまいります。

北海道幌延視察

7月28日(火)に北海道幌延深地層研究センターの視察を行いました。

■視察目的

- 1、使用済核燃料の問題解決の加速に向けて、
 - ①地層処分(高レベル放射性廃棄物の最終処分)への理解を深める。
 - ②生団連としてできることを一緒に考える。
- 2、地層処分技術に関する研究の現状を知る。
- 3、会員同士の交流を図り、充実した委員会議論に繋げる。

■スケジュール

7月28日(火)

- ・幌延深地層研究センター(視察①)
- ・オトンレイ風力発電所(視察②)

■参加者

13企業/団体18名、50音順
 NPO法人関東シニアライフアドバイザー協会
 大阪鋼線鋼索連合会
 株式会社グローバルテールサプライ
 公益財団法人鯉淵学園、埼玉県地域婦人会連合会
 株式会社ジョイマート、生団連事務局
 株式会社ゼンショーホールディングス
 全日本食品株式会社、株式会社高島屋
 東京都地域婦人団体連盟、株式会社万城食品
 明治労働組合



▲視察メンバー 幌延深地層研究センターにて

視察① 幌延深地層研究センター

放射性廃棄物の地層処分技術に関する研究の現状について理解を深めるため、視察を行いました。

■事業内容

高レベル放射性廃棄物の地層処分技術に関する研究開発を行うことにより、地層処分の技術的な信頼性を実際の深地層での試験研究等を通じて確認することを目的としている。

■視察のPoint

- ①東立坑、換気立坑、西立坑が深度500mにそれぞれ到達し、
深度500m調査坑道も含めた地下施設整備工事が2026年1月に完了した。
- ②日本の代表する地層は主に結晶質岩(花こう岩)と堆積岩であり、
幌延深地層研究センターでは堆積岩の緩衝能力の検証を行っている。
- ③「研究センター」は北海道及び幌延町と以下の約束をしている。
 - ・放射性廃棄物を持ち込むことや使用することはしない。
 - ・研究終了後は、地下施設を埋め戻すものとする。
 - ・研究実施区域を放射性廃棄物の最終処分場とせず、
幌延町に放射性廃棄物の中間貯蔵施設を将来とも設置しない。



▲地下の坑道の様子

視察② オトンレイ風力発電所

3km以上の長さにわたって並んでいる28基もの大型風車を見学しました。

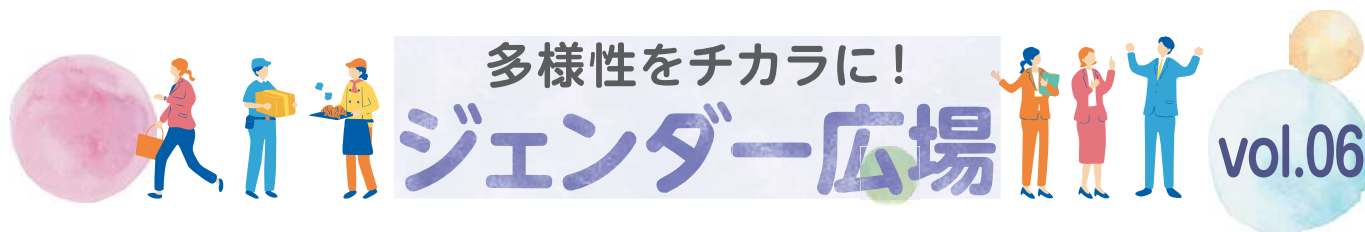
■特徴

- ・年間発電量は約5,800万kWh(幌延町全体消費電力の約2倍にあたる)。
- ・リプレイス事業が検討されており、2027年3月末に停止を予定していたが延期となり、
28基の風車は2029年3月まで運転継続予定。
- ・運転開始から20年以上が経過した『既設風力発電所を更新』することにより、
風況に恵まれた当該地域における風力発電所の継続的な運用を目指す。
今後も地域のエネルギー資源を活用して環境負荷の小さい
風力発電事業を推進し、
『我が国のエネルギー自給率の向上への貢献』
『地域産業の活性化への寄与』
を目的としてリプレイスを検討している。

※参照)幌延風力発電株式会社HPより



▲道路沿いに並ぶ大型風車



ジェンダー主流化委員会では、開かれた議論による課題の認知・共有を通じて、ジェンダー主流化の視点を養いながら、ジェンダー平等の実現を目指します。

育児・介護休業法の沿革と日本の男性育児休業取得率

ついに目標達成!男性の育休取得率

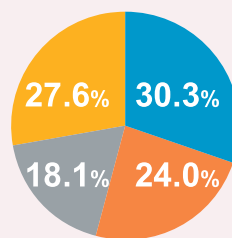
50.9%

令和7年度(2025年度)実績

初の5割超えを記録!

2026年7月31日に厚生労働省が公表した「令和7年度雇用均等基本調査」によると、男性の育児休業取得率が50.9%となり、調査開始以来初めて5割を超えました。前年度の40.5%から約10ポイント上昇し、政府目標「2025年度に50%」を達成しました。

男性の育児休業取得期間別内訳



■ 1ヶ月～3ヶ月未満 ■ 2週間～1ヶ月未満
■ 5日～2週間未満 ■ 3ヶ月以上・その他

取得率は向上したものの、全体の約6割が「3ヶ月未満」の取得にとどまっています。今後は「十分な期間を取り、いかに育児を分担するか」という質の向上が課題です。

出典:厚生労働省「令和7年度雇用均等基本調査」を基に作成

育児・介護休業法の歩み(沿革)

1992年の施行以来、社会の変化に合わせて頻繁に制度がアップデートされてきました。誰もが仕事と家庭を両立できる社会を目指して、現在も進化を続けています。

1991年 育児休業法 制定

男女を問わず育休取得の権利を認める制度がスタート。(1992年施行)

2022年 産後パパ育休 創設

出生直後の柔軟な休業(最大4週間)や、育休の分割取得が可能に。

1995年 育児・介護休業法へ

名称が現在の育児・介護休業法へ変更され、両立支援の幅が広がる。

2025年 柔軟な働き方の拡充

男性の育休取得率の公表義務が300人超の企業へ拡大。
子の看護等休暇の対象も小3まで延長。

出典:厚生労働省「育児・介護休業法について」を基に作成

私たちが職場でできること

1 制度を知る

産後パパ育休(出生時育児休業)や、時間単位での子の看護休暇など、新しく柔軟な制度の仕組みを知り、必要に応じて最大限に活用できる環境を整えましょう。

2 “休める職場”をつくる

誰かが急に休んでもチームでカバーできるよう、日頃からの情報共有と、業務フローの見直し(マニュアル化など)を進めることが重要です。

3 無意識の偏見に気づく

「男性は仕事、女性は育児」といったアンコンシャス・バイアス(無意識の思い込み)を捨て、性別に関わらず互いのキャリアと生活を応援し合える風土を醸成しましょう。

※会報誌のリニューアルに伴い、次号より「ジェンダー広場」はニュースレターでお届けします。企業の好事例共有などをさらに拡充してお届けしていきますので、ぜひご覧ください。



ケンコーマヨネーズ株式会社



ケンコーマヨネーズ株式会社

【会社概要】

- 代 表 者：代表取締役 炭井 孝志
- 設 立：1958年(昭和33年)3月
- 主 な 事 業：サラダ・総菜類、マヨネーズ・ドレッシング類、タマゴ加工品の製造や販売、ショップ事業、海外事業、その他
- 所 在 地：〒102-0083
東京都千代田区麹町五丁目1番地
麹町弘済ビルディング 11階・12階
- 電 話 番 号：03-5962-7777 (代表)
- U R L： <https://www.kenkomayo.co.jp/>

ケンコーマヨネーズ株式会社(以下「当社」)は、1958年に神戸で創業しました。業務用サラダ向けマヨネーズの製造を契機に、業務用を中心としたメーカーとして、サラダ・総菜類、マヨネーズ・ドレッシング類、タマゴ加工品などを製造・販売。現在では、約1,000アイテムの商品を取りそろえ、安全安心を第一に、様々な商品を安定的にお届けしています。外食・コンビニエンスストア・製パン業など、幅広い業態のニーズに応えています。

■事業概要

①サラダ・総菜事業

冷蔵未開封で日持ちのするロングライフサラダ、業務用に留まらない小型のポテトサラダ、減塩商品やプラントベース商品、和惣菜など多様なサラダ・総菜を開発しています。



②マヨネーズ・ドレッシング事業

野菜などの水分を保持する機能性を持たせたマヨネーズタイプや、焼成後も見た目が維持されるパンに適したマヨネーズなど、食のプロの要望に応える多種多様な商品を取り揃えています。今後も市場環境の変化に応じ、付加価値を付与した商品を投入してまいります。

③たまご事業

お弁当に入れる厚焼き卵やだしをきかせただし巻き卵、冷し中華にのせる錦糸卵、おでんのたまごなどのタマゴ加工品を展開しています。

■中長期経営計画:『KENKO Vision 2035』

当社グループでは、社会に必要とされる、存在価値の高い信頼される企業であり続けられるよう、2024年4月から中長期経営計画『KENKO Vision 2035』を推進しています。2035年に向けたありたい姿を見据えた長期視点での計画で、2026年2月には、計画の見直しを行い、新たなコンセプトとして『Global Food Solution Company』への転換～食の「困った」を「ワクワク・ドキドキ」に変える～』を定めました。これまでより、さらに一歩踏み込み、お客様に感動をお届けしたいという当社の変革への強い想いを込めています。



◆商品紹介～高付加価値商品の開発～

〈業界初!ロングライフサラダとごぼうサラダ〉

当社は、1977年に日本で初めて冷蔵未開封で長期間日持ちするロングライフサラダを開発しました。本来の味を損なわずに冷蔵で30日間と長期保存ができるのは当時としては革新的な開発でした。ファッションデリカフーズ® (FDF®) を主力ブランドとし、ロングライフサラダは発売以降、現在も業界トップシェアを誇っています。そしてさらにそれを進化させたのが「FDF Plus®」シリーズ。賞味期間が製造日から90日間と長いことから、配送の効率と食品ロスの削減に貢献します。また、実は業務用ごぼうサラダを日本で初めて開発したのも当社であり2026年で誕生から40周年を迎えます。これまで煮物などの和惣菜に使うのが一般的だったごぼうをサラダにして1986年に商品化しました。今後も新たな食文化の創造を目指します。



▲「FDF Plus®」シリーズのパッケージには食品ロス削減国民運動のロゴマーク「ろすのん」を入れています。

〈“あったらいいね!”から誕生 ガーリックバターソース〉

「あったらいいね!」というお客様のお声から誕生した『ガーリックバターソース』。加熱しても焦げにくく、冷蔵しても固まらない液体状で、かける、つける、塗る、和えるなど、バターでは手間のかかる調理も簡単に実現します。



▲おすすめのメニュー:ガーリックフランス

■強みはメニュー提案

幅広い商品ラインナップをメニューとセットで提案することが当社の強みです。お客様の課題やご要望を丁寧に伺いながら、一緒にアイデアを考え、提案します。このような対話と共創を通じて、新たなメニュー価値を創出しています。



■最後に

当社は企業理念として、「心身(こころ・からだ・いのち)と環境」「食を通じて世の中に貢献する。」を掲げています。心を豊かにし、身体を健やかにし、命を守り、長らえる。そして環境を大切にすることを食を通じて実現します。今後は業務用としてだけでなく、小容量の形態などで生活者の皆様にも商品をお届けできるよう取り組んでまいります。

会報誌リニューアルのお知らせ

生団連では、会員の皆様により有益な情報をお届けするため、情報発信のあり方を見直し、会報誌をリニューアルいたします。

これまで年6回発行していた会報誌は、今後年4回の発行とさせていただきますが、活動報告にとどまらず、特集や会員の皆様に役立つ情報など、コンテンツを大幅に充実させます。

一方、活動の最新情報やお知らせなど、タイムリーにお届けしたい情報については、ニュースレターを都度発信していくとともにホームページやメール等を活用まいります。

「生団連の今がわかる」だけでなく、「次号も読みたい」と思っていただけの会報誌へ。

新しい会報誌は、2027年1月号よりスタートする予定です。
ぜひご期待ください。

事務局員紹介



渡辺 紀臣（アサヒビール株式会社）

9月1日付けで事務局に着任いたしました、渡辺紀臣と申します。

「ジェンダー主流化」を担当させていただきます。

生団連が掲げる「国民の生活・生命を守る」という使命のもと、生活者視点を大切にしながら、会員団体の皆様とともに国民的課題の解決に力を尽くしてまいります。どうぞよろしくお願い申し上げます。



発行:国民生活産業・消費者団体連合会
発行日:2026年10月1日

〒103-0014 東京都中央区日本橋蛸殻町 1-13-7 日本橋人形町プレイス4階
電話 (03)6264-9851 / FAX (03)6264-9852
E-mail:jimu@seidanren.jp ホームページ:<https://www.seidanren.jp>

