



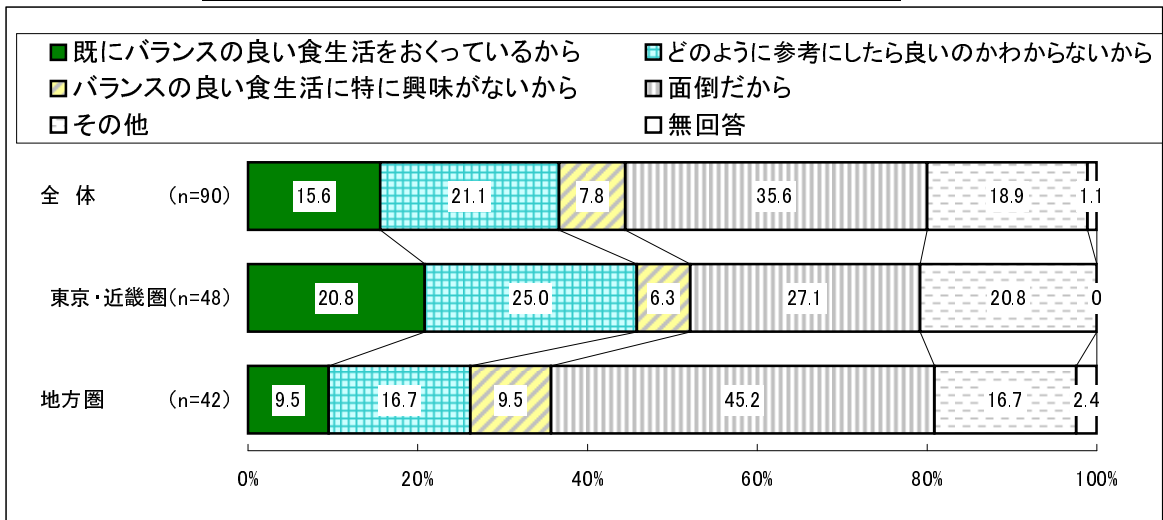
3. 「食事バランスガイド」について ～調査結果の詳細

(6)「食事バランスガイド」を参考にしない理由

食事バランスガイドを参考にしない理由としては、「面倒だから」が全体で**35.6%**（東京・近畿圏：**27.1%**、地方圏：**45.2%**）であり、特に地方圏で多く挙げられた。

次いで、「どのように参考にしたら良いのかわからないから」（全体：**21.1%**）、「既にバランスの良い食生活をおくっているから」（全体：**15.6%**）である。

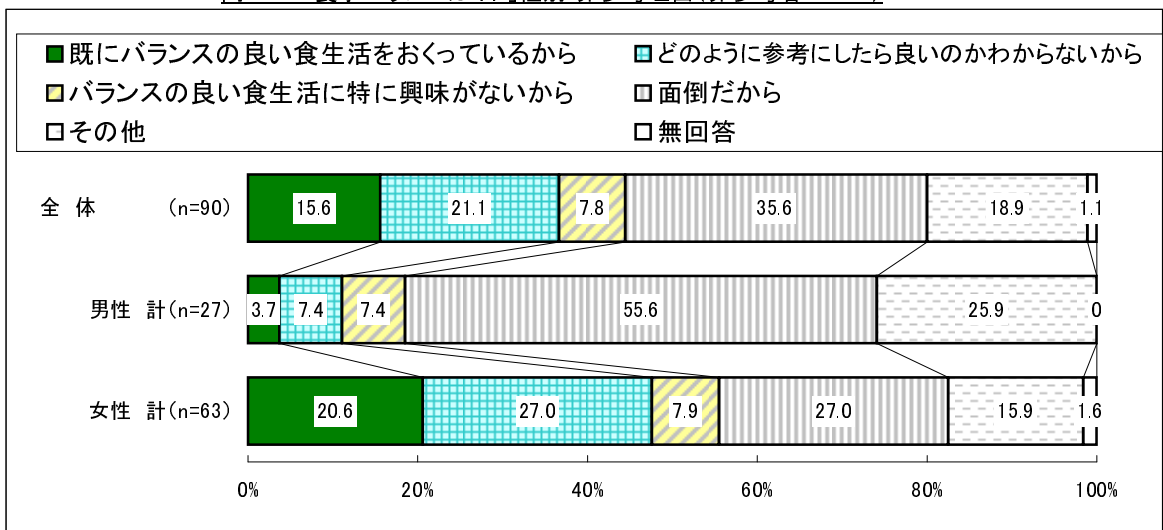
問3-2. 「食事バランスガイド」エリア別 非参考理由(非参考者ベース)



男女別にみると、男性では半数の人が「面倒だから」(55.6%)を挙げている。

女性では「面倒だから」(27.0%)以外にも「どのように参考にしたら良いのかわからないから」(27.0%)や「既にバランスの良い食生活を送っているから」(20.6%)も多く挙げられた。

問3-2. 「食事バランスガイド」性別 非参考理由(非参考者ベース)



※性・年代別ではサンプル数が少なく誤差が大きいため、省略した

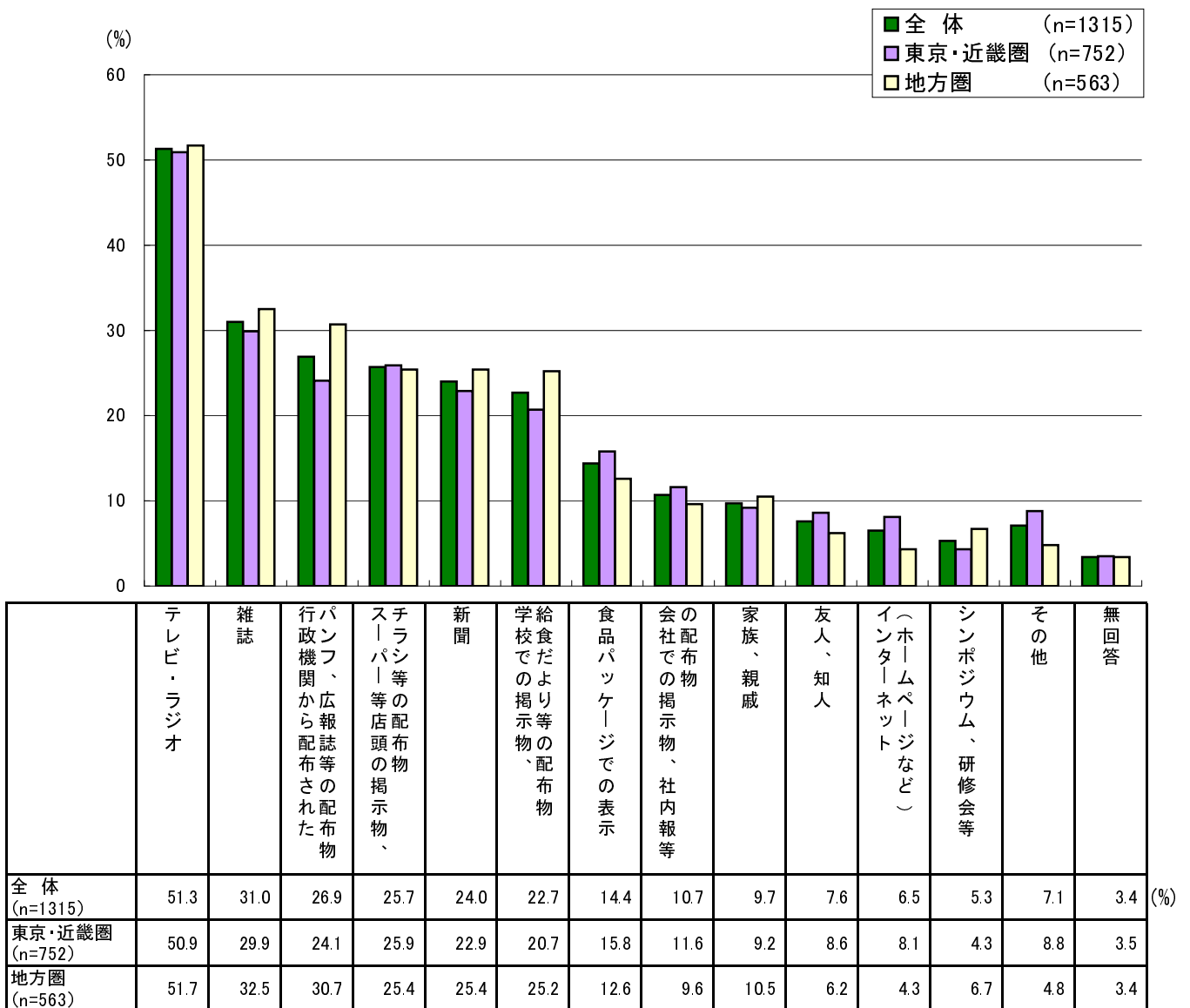


(7)「食事バランスガイド」認知経路

食事バランスガイドの認知経路を確認したところ、「テレビ・ラジオ」が全体で51.3%（東京・近畿圏：50.9%、地方圏：51.7%）と半数以上の人が回答した。

続いて、「雑誌」（全体で31.0%）、「行政機関から配布されたパンフ、広報誌等の配布物」（全体で26.9%）、「スーパー等店頭に掲示物、チラシ等の配布物」（全体で25.7%）が挙げられたが、「雑誌」「行政機関から配布されたパンフ、広報誌等の配布物」とも、地方圏の方が東京・近畿圏より高かった。

問4. 「食事バランスガイド」エリア別 認知経路（認知者ベース）





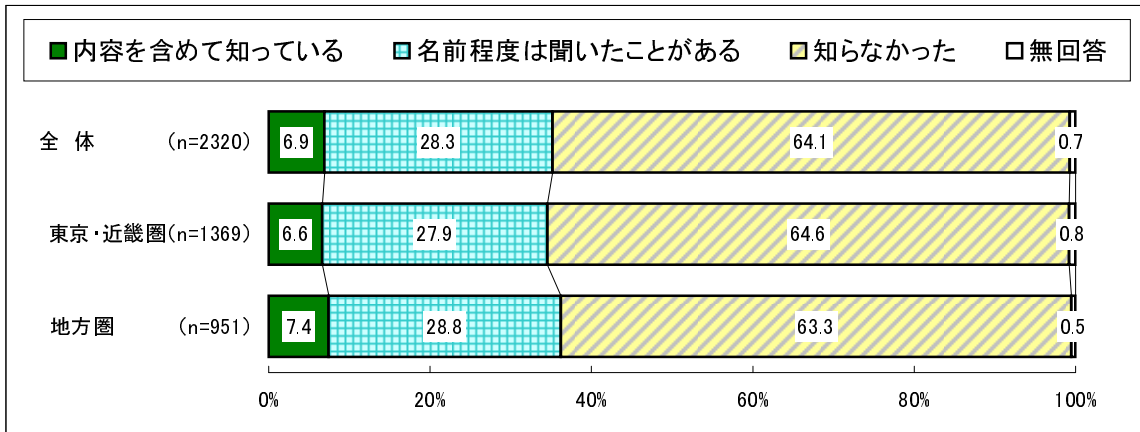
4. 「食生活指針」について ～調査結果の詳細

(1) 「食生活指針」の認知度

食生活指針の認知率は、「内容を含めて知っている」人が全体で6.9%（東京・近畿圏:6.6%、地方圏:7.4%）であった。

「名前程度は聞いたことがある」を加えると、全体で35.2%（東京・近畿圏:34.5%、地方圏:36.2%）となり、4割弱の人が食生活指針を認知している。

問5. 「食生活指針」エリア別 認知度(全体ベース)

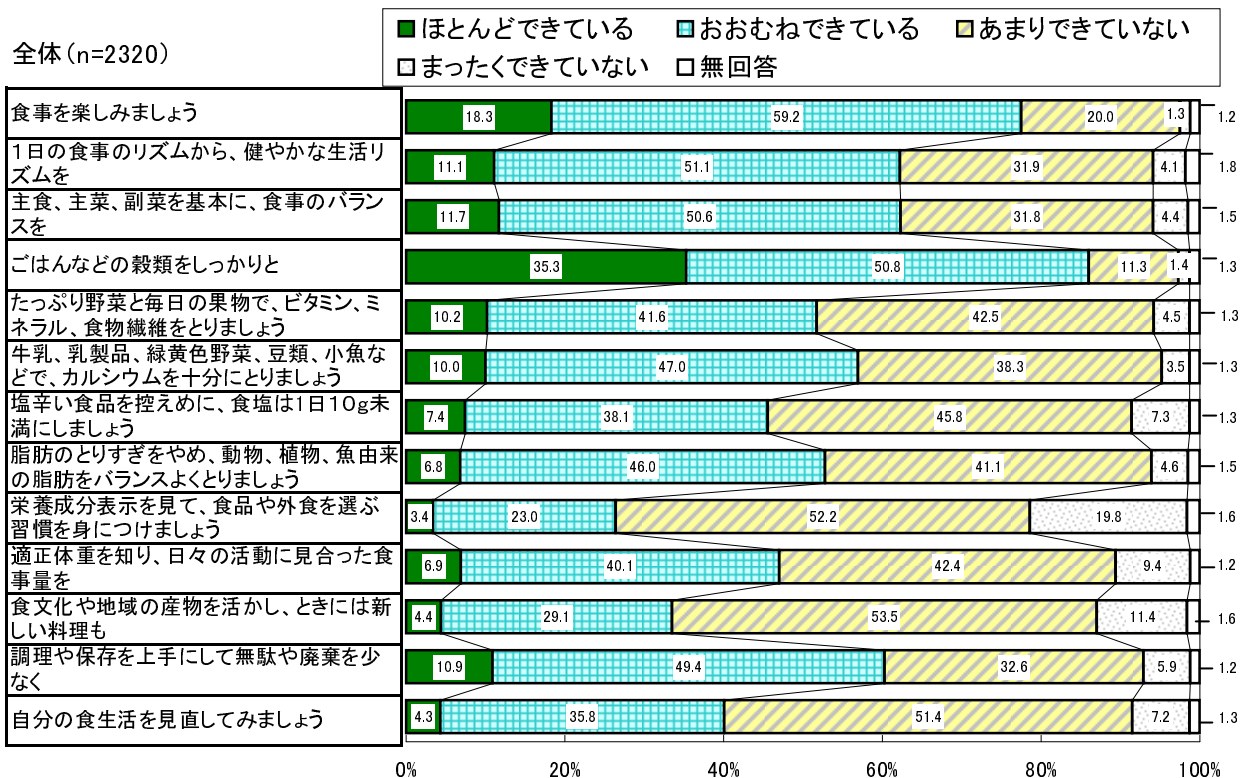


(2) 「食生活指針」の実践度

食生活指針の各項目で、「ほとんどできている」「おおむねできている」を加えた「できている」率は、13項目中、8項目で5割を超えた。

指針の中で「ごはんなどの穀類をしっかりと」(86.1%)が最も高く、「食事を楽しみましょう」(77.5%)、「1日の食事のリズムから、健やかな生活リズムを」(62.2%)、「主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを」(62.3%)が続く。逆に最も実践度の低いのは「栄養成分表示を見て、食品や外食を選ぶ習慣を身につけましょう」(26.4%)である。

問6. 「食生活指針」実践度(全体ベース)





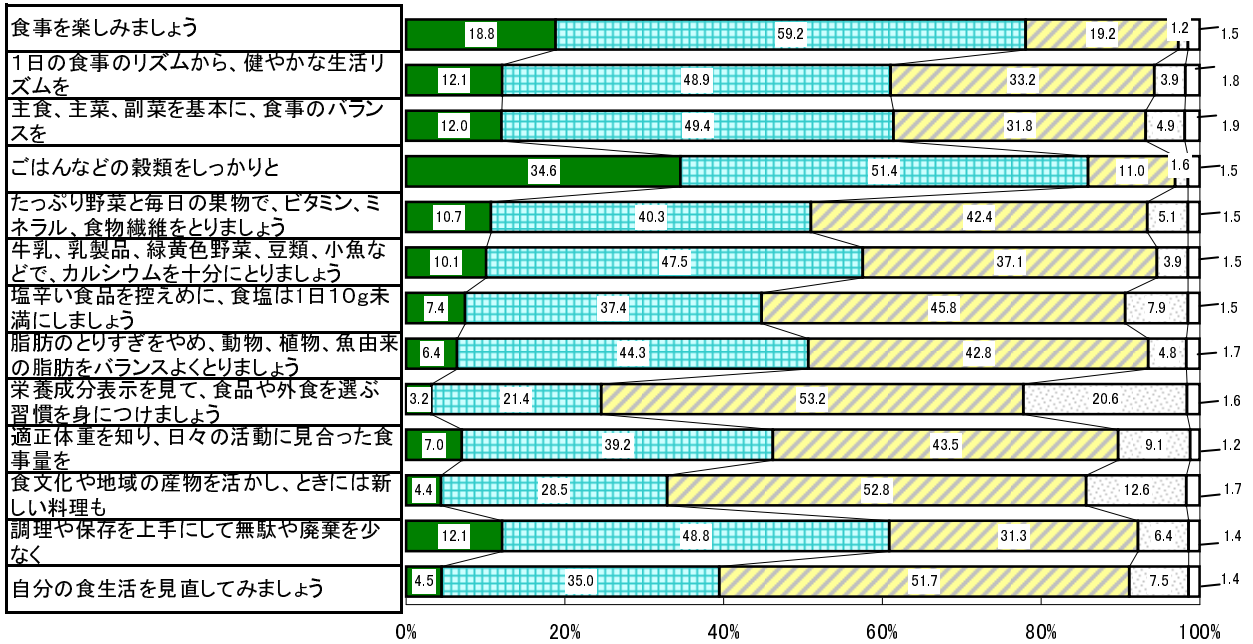
4. 「食生活指針」について ~調査結果の詳細

東京・近畿圏は、全体と比べると、どの項目も「できている」率がやや低い傾向にあるが、全体とほぼ同様の結果である。

問6. 「食生活指針」実践度(東京・近畿圏)

■ほとんどできている □おおむねできている □あまりできていない
□まったくできていない □無回答

東京・近畿圏(n=1369)



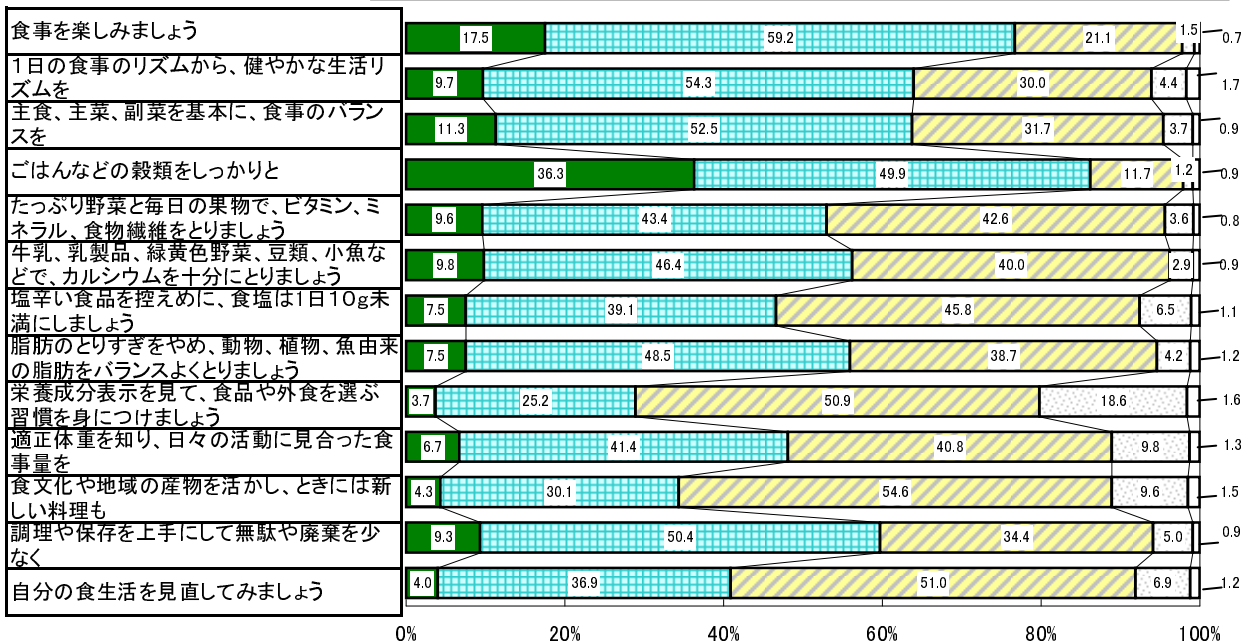
逆に、地方圏は全体と比べると、どの項目も「できている」率がやや高い傾向にある。

地方圏で、全体と比較して「できている」率の高い項目は、「脂肪のとりすぎをやめ、動物、植物、魚由来の脂肪をバランスよくとりましょう」(+3.2%)、「栄養成分表示を見て、食品や外食を選ぶ習慣を身につけましょう」(+2.5%)である。

問6. 「食生活指針」実践度(地方圏)

■ほとんどできている □おおむねできている □あまりできていない
□まったくできていない □無回答

地方圏(n=951)





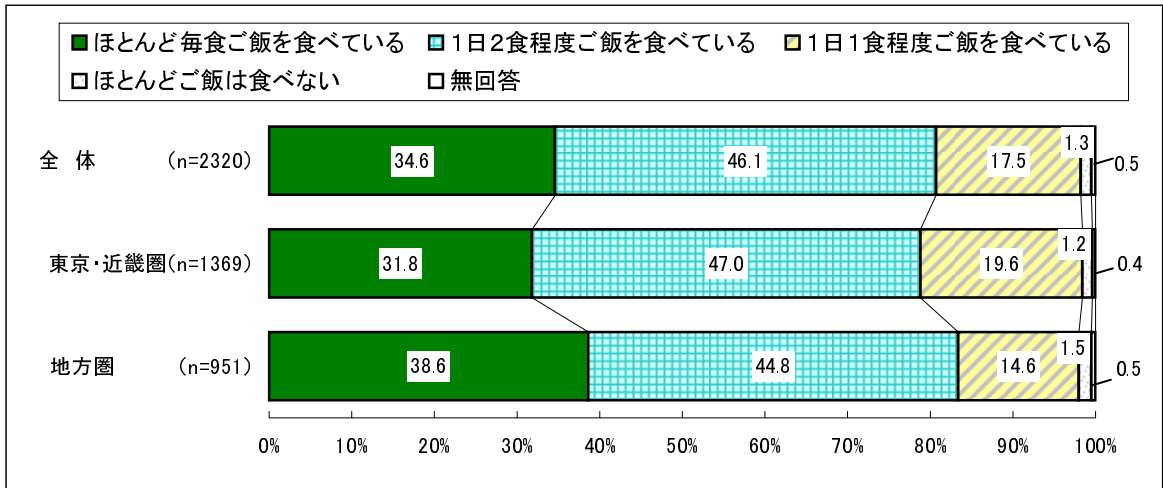
5. 普段の食事について ~調査結果の詳細

ご飯を食べる頻度

ご飯を食べる頻度は、「ほとんど毎食」が全体で34.6%（東京・近畿圏：31.8%、地方圏：38.6%）であった。

「1日2食程度」と「1日1食程度」を加えると、全体で98.2%（東京・近畿圏：98.4%、地方圏：98.0%）となり、ほとんどの人が1日に1食以上ご飯を食べている。

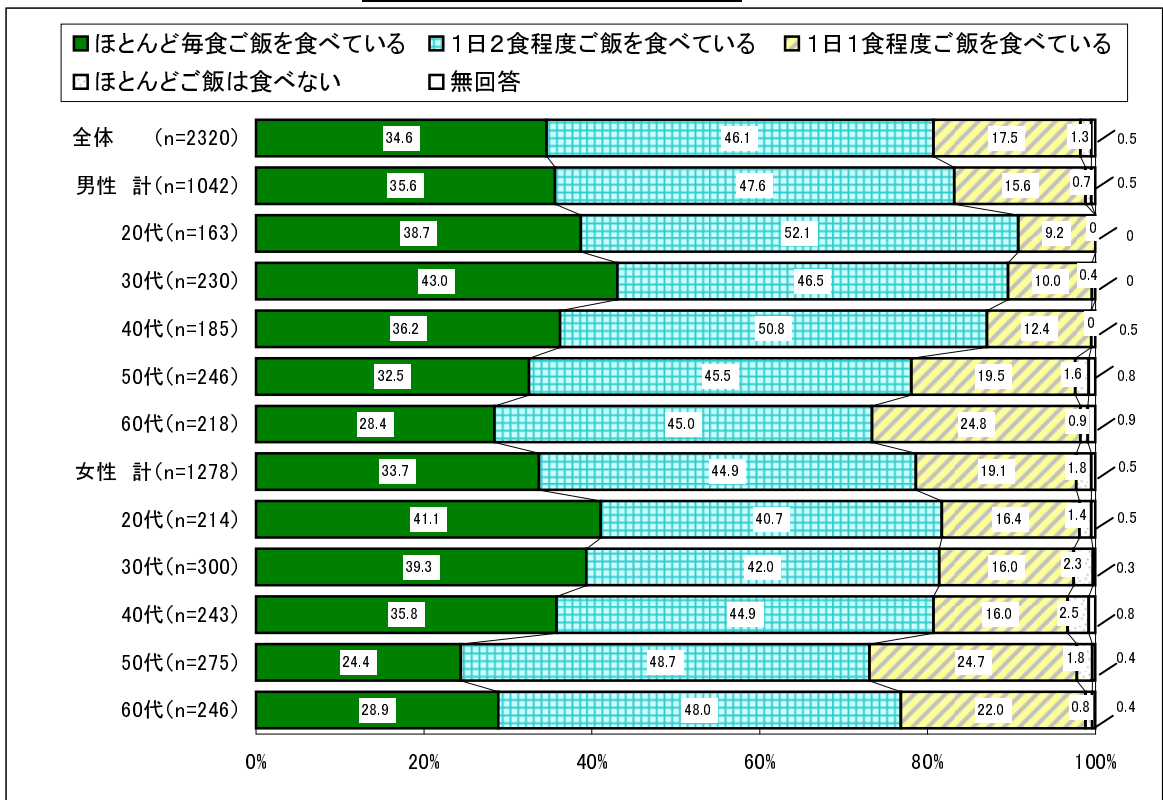
問7. ご飯を食べる頻度(全体ベース)



男女別にみると、男性の方が女性に比べてご飯を食べる頻度がやや高い。

「ほとんど毎食」の回答者を年代別にみると、男性は30代をピークとして年代が上がるごとに頻度が低くなり、女性の場合は、20代から年を追うごとに下がる傾向にある。

問7. ご飯を食べる頻度(全体ベース)





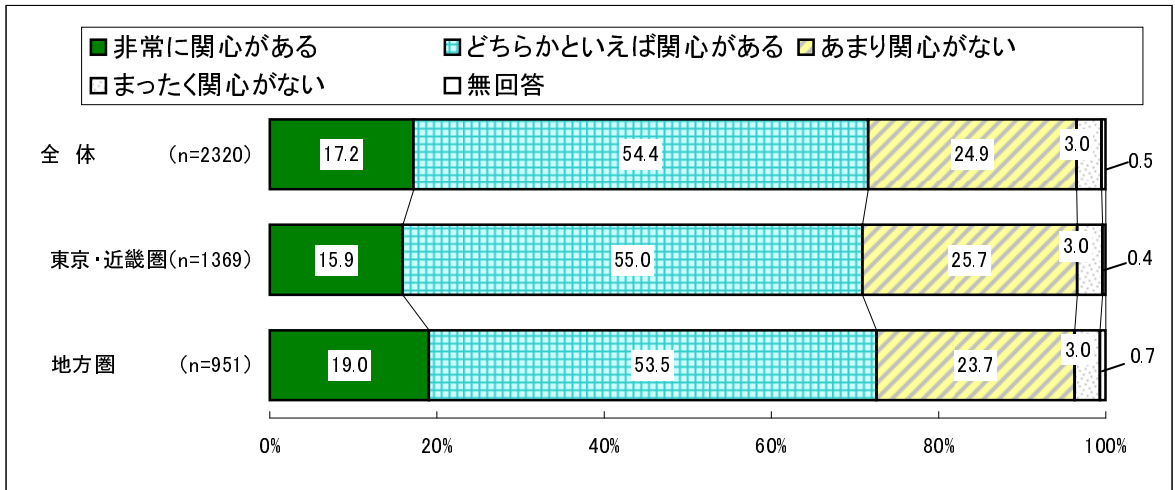
6. 食育について ～調査結果の詳細

(1) 食育への関心度

食育への関心を確認したところ、「非常に興味がある」が全体で17.2%（東京・近畿圏：15.9%、地方圏：19.0%）であった。

「どちらかといえば興味がある」を加えると、全体で71.6%（東京・近畿圏：70.9%、地方圏：72.5%）となり、7割以上が食育に関心があると回答した。

問8. 食育への関心度(全体ベース)

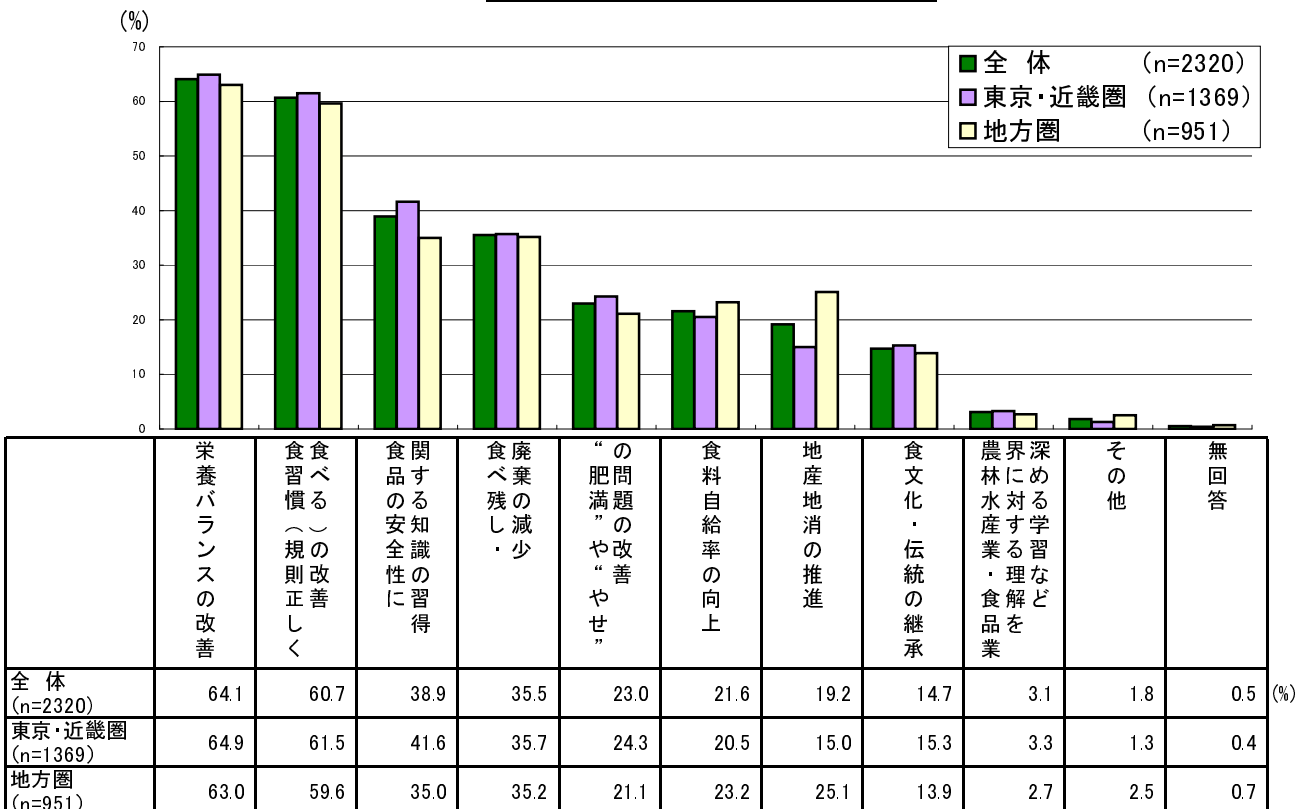


(2) 食育での大切な取り組み

食育での大切な取り組みの中で、最も多かったのは、「栄養バランスの改善」(全体で64.1%)である。

「食習慣(規則正しく食べる)の改善」(60.7%)、「食品の安全性に関する知識の習得」(38.9%)が続く。

問9. 食育での大切な取り組み(全体ベース)

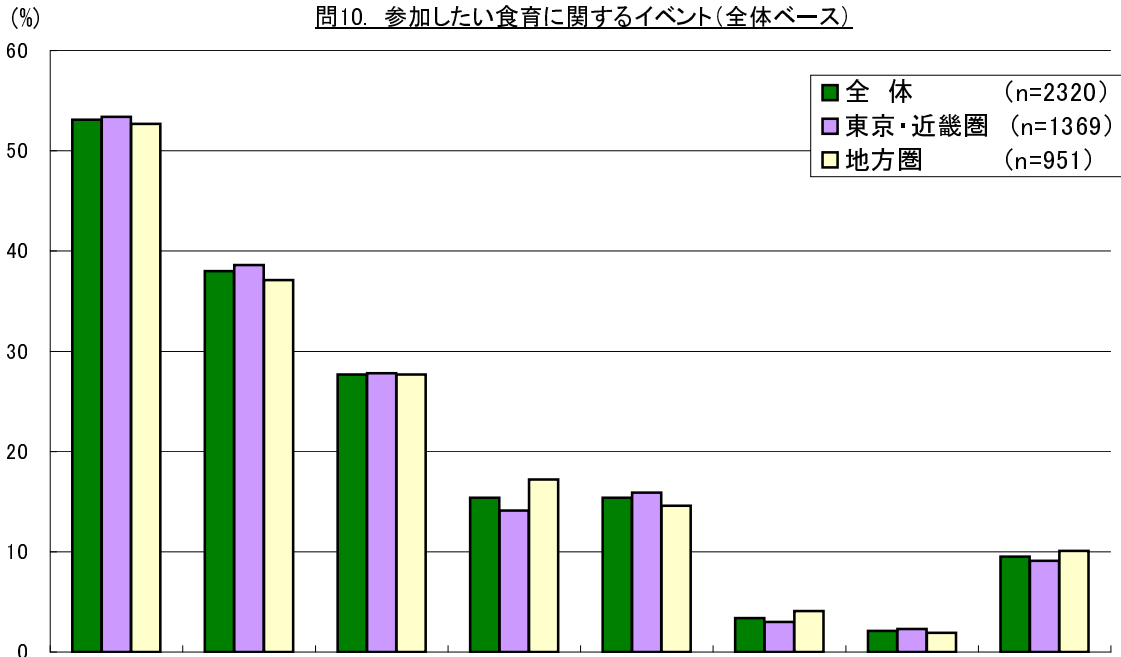




(3) 参加したい食育に関するイベント

食育に関するイベントの中で、最も参加したいと回答されたのは、「料理教室・料理講習会」(53.1%)である。

「食品製造・流通施設の見学」(38.0%)、「健康・栄養相談会」(27.7%)が続く。
地域間では大きな差はみられない。



	料理教室・料理講習会	食品製造・流通施設の見学	健康・栄養相談会	講演会・シンポジウム	農林漁業体験	フォーラム、活動発表会	その他	無回答
全体 (n=2320)	53.1	38.0	27.7	15.4	15.4	3.4	2.1	9.5 (%)
東京・近畿圏 (n=1369)	53.4	38.6	27.8	14.1	15.9	3.0	2.3	9.1
地方圏 (n=951)	52.7	37.1	27.7	17.2	14.6	4.1	1.9	10.1

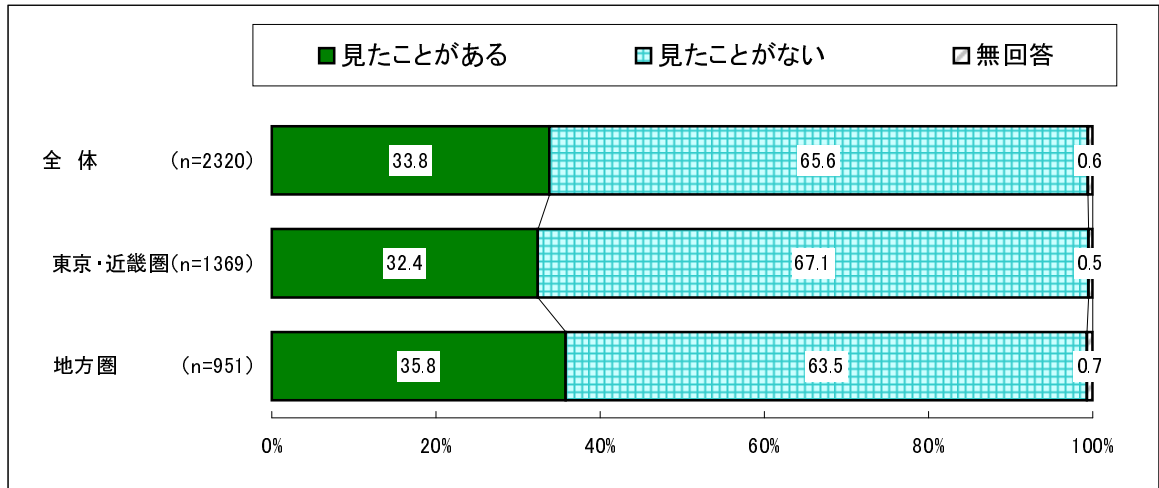


(1) 普及啓発ポスターの認知度

ポスターを見たことがある人は、全体で**33.8%**(東京・近畿圏:**32.4%**、地方圏:**35.8%**)である。

地域別では、地方圏の方が東京・近畿圏と比べて、**3%**程度認知率が高い。

問11-1. 普及啓発ポスターの認知度(全体ベース)

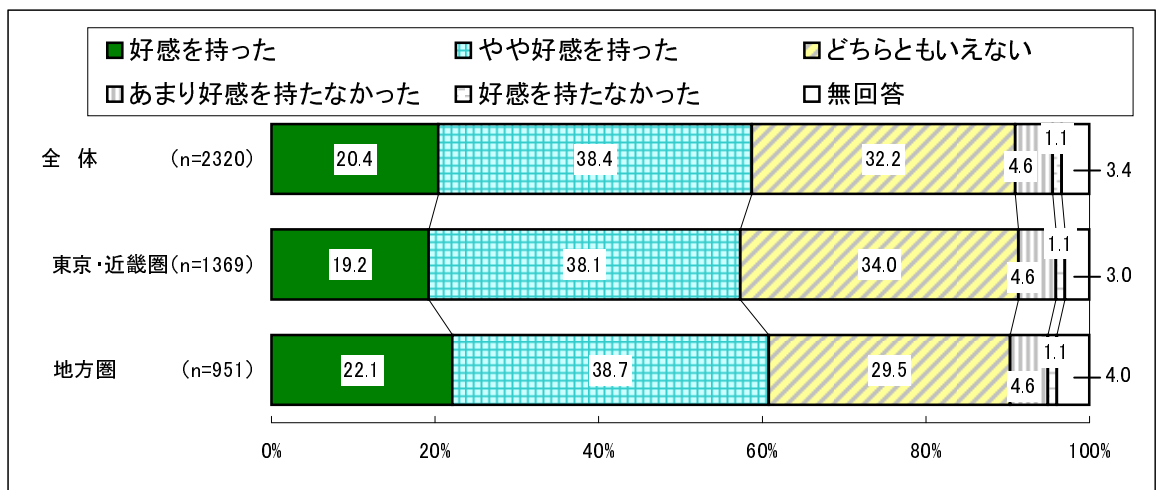


(2) 普及啓発ポスターの好感度

ポスターに「好感を持った」人が全体で**20.4%**(東京・近畿圏:**19.2%**、地方圏:**22.1%**)となった。

さらに「やや好感を持った」を加えると、全体で**58.8%**(東京・近畿圏:**57.3%**、地方圏:**60.8%**)となり、半数以上の人が好感を持ったと回答した。

問11-2. 普及啓発ポスターの好感度(全体ベース)

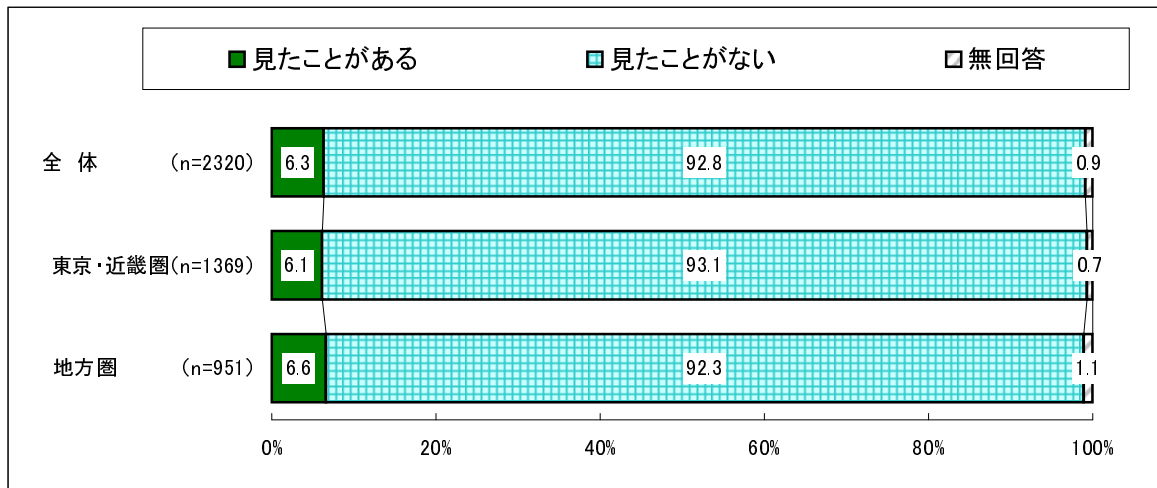




(1) ホームページサイトの認知度

ホームページを知っている人は、全体で6.3%（東京・近畿圏：6.1%、地方圏：6.6%）と1割に達していない。
地域間別に見ても、その差はほとんど見られない。

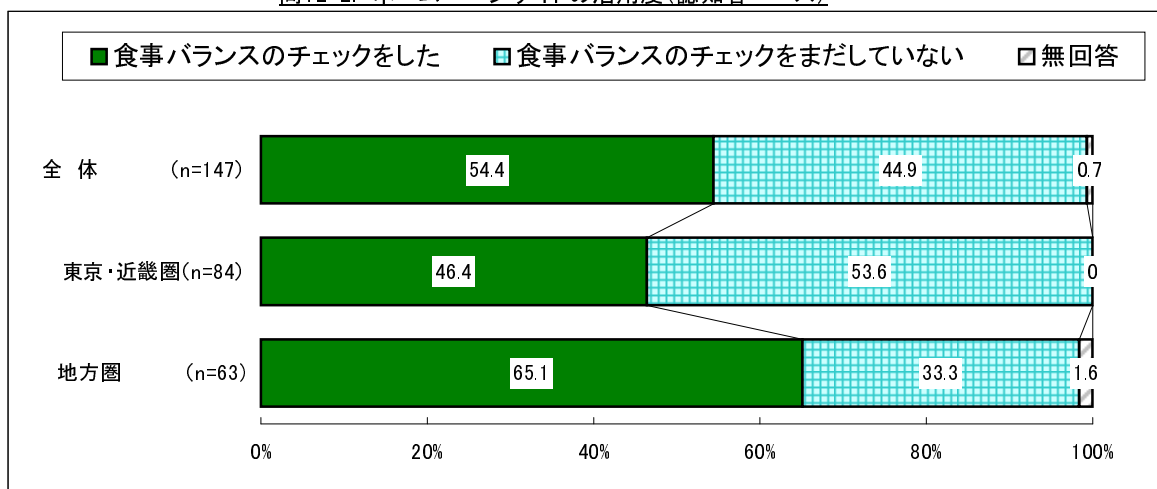
問12-1. ホームページサイトの認知度(全体ベース)



(2) ホームページサイトの活用度

ホームページを閲覧したことのある人の中で、食事バランスのチェックをした人は、全体で54.4%（東京・近畿圏：46.4%、地方圏：65.1%）である。東京・近畿圏よりも地方圏で多く活用されている。

問12-2. ホームページサイトの活用度(認知者ベース)



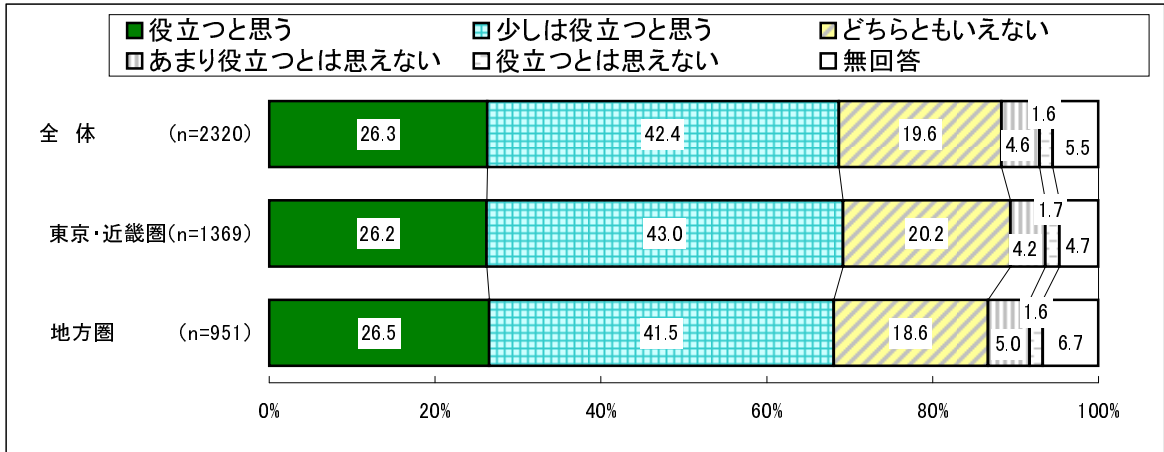


(3) ホームページサイトの役立ち度

ホームページサイトの役立ち度を確認したところ、「役に立つと思う」が全体で**26.3%**(東京・近畿圏:**26.2%**、地方圏:**26.5%**)であった。

「少しは役に立つと思う」を加えると、全体で**68.7%**(東京・近畿圏:**69.2%**、地方圏:**68.0%**)が、「役に立つ」と回答している。

問12-3. ホームページサイトの役立ち度(全体ベース)



ホームページサイトの認知者ベースでは、「役に立つと思う」が全体で**45.6%**(東京・近畿圏:**41.7%**、地方圏:**50.8%**)と全体ベースに比べて高い。

さらに「少しは役に立つと思う」を加えると、全体で**87.1%**(東京・近畿圏:**84.6%**、地方圏:**90.5%**)である。ホームページサイトの認知者の9割近くの人が「役に立つ」と回答した。

問12-3. ホームページサイトの役立ち度(認知者ベース)

