

数値目標の現状値調査方法等の変更について

消費者庁
農林水産省

【目標 11】 農林漁業体験を経験した国民を増やす

(新規追加 **継続** 変更 削除)

目標設定の必要性

国民の食生活が自然の恩恵の上に成り立っていることや食に関わる人々の様々な活動によって支えられていることについて理解を深める等、食に関する関心や理解の増進を図るためには、農林水産物の生産に関する体験活動の機会を提供することが重要である。

具体的な目標値

⑮ 農林漁業体験を経験した国民（世帯）の割合 **継続**

現状値 36.2%（平成 27 年度） **目標値** 40%以上

データソース

「食生活及び農林漁業体験に関する調査」（農林水産省） **継続**

調査項目

本人または家族の中で農林漁業体験に参加した人がいる国民（世帯）の割合
 〈設問〉これまで、あなた又はあなたの家族の中で農林漁業体験に参加したことのある人はいますか。

- 1. いる
- 2. いない

〈集計〉「本人または家族の中で農林漁業体験に参加した人がいる」という回答の割合を実績値とする

調査項目設定の考え方

第 2 次食育推進基本計画では、教育ファーム、子ども農山漁村交流プロジェクトといった子供を始めとした農林漁業体験活動を促進し、その体験を家族の中において共有化することにより、食に関する関心や理解の増進を図るため、「農林漁業体験参加者を有する世帯」を「農林漁業体験を経験した国民の割合」として農業体験の促進状況を把握してきた。

第 2 次食育推進基本計画の目標（計画期間中に 30%以上）は既に達成されているが、国民の更なる食や農林水産業への理解増進を図る観点から、子供も含めて幅広い世代に対する農林漁業体験の機会の提供を拡大していくことが必要となっている。

このため、引き続き、教育ファーム、子ども農山漁村交流プロジェクト等の取組により、幅広い世代に対して教育ファーム等の農林漁業体験活動を促

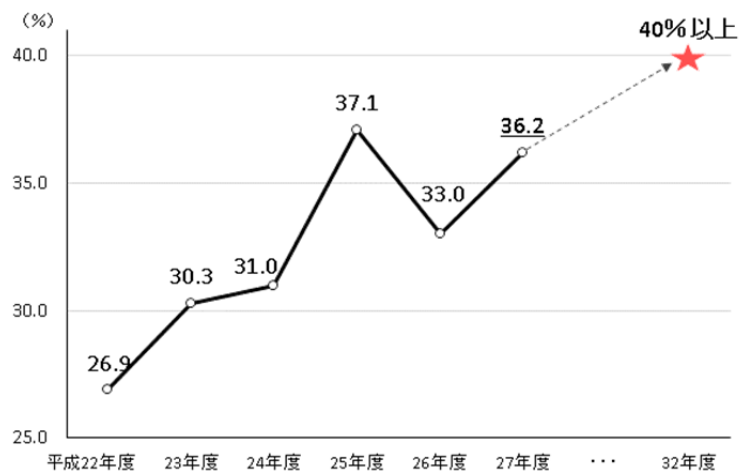
進することにより、「農林漁業体験を経験した国民を増やす」ことを目指す

目標設定の考え方

第 2 次食育推進基本計画においては、教育ファーム、子ども農山漁村交流プロジェクト等の取組により食育を推進する広範な関係者等の協力を得ながら教育ファーム等農林漁業に関する多様な体験の機会を積極的に提供することを通じて、農林漁業体験を有する世帯数を、平成 22 年度時点の 1400 万世帯から平成 27 年度までに 160 万世帯増加させる。そのことにより、農林漁業体験を有する世帯率を平成 22 年度時点 27%から平成 27 年度までに 30%以上とすると目標を設定したところ。

目標は達成されたが、第 3 次食育推進基本計画においては、第 2 次食育推進基本計画と同様の取組により、平成 27 年度の 1900 万世帯から平成 32 年度までに 190 万世帯増加させることにより、農林漁業体験を有する世帯率を、平成 27 年度時点 36.2%から平成 32 年度までに約 4 ポイント増やし、40%以上とする。

【第 2 次食育推進基本計画の指標と結果推移】



出典：「食生活及び農林漁業体験に関する調査」（農林水産省）

なお、現状値はアンケート結果によることとするが、同データは年次毎のばらつきも見られるため、第3次基本計画の目標に対する達成状況をはかるにあたっては、同データ（H22～直近値）から得られる近似直線による推計値を参考にする。

関係省庁

農林水産省、内閣府、文部科学省、環境省

【目標 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 (<u>新規追加</u> 継続 変更 削除)			
目標設定の必要性			
まだ食べられるのに廃棄されている食品ロスについては、年間 642 万トン（平成 24 年度推計）発生しているが、その削減を進めるためには、国民一人一人が食品ロスの現状やその削減の必要性についての認識を深め、自ら主体的に取り組むことが不可欠である。			
具体的な目標値			
⑯ 食品ロス削減のために何らかの行動をしている国民の割合 <u>新規追加</u>			
現状値	67.4%（平成 26 年度）	目標値	80%以上
データソース			
<u>消費者の意識に関する基本調査「消費者の意識に関する調査（テーマ別インターネット調査＜食品ロス問題等に関する調査＞）」</u> （消費者庁） <u>新規追加</u>			
調査項目			
「食品ロス」に関する消費者庁チラシを示した上で質問する。 〈設問 1〉あなたは、 こうした 「食品ロス」というの問題を知っていますか。 <u>当てはまるものをお選びください。（お答えは 1 つ）</u> 1. よく知っている 2. ある程度知っている 3. あまり知らない 4. ほとんど 全く知らない 〈設問 2〉あなたは食品ロスを <u>軽減する発生させない（食品を無駄にしない）</u> ために取り組んでいることは <u>ありますかのうち、あなたの行動に当てはまるもの項目を全てを</u> お選びください。 1. <u>料理を作り過ぎない小分け商品、少量パック商品、バラ売り等、食べきれぬ量を購入する</u> 2. 残さず食べる <u>冷凍保存を活用する</u> 3. <u>残った料理を別の料理に作り替える（リメイクする）料理を作り過ぎない</u> 4. <u>冷凍保存を活用する飲食店等で注文し過ぎない</u> 5. 日頃から冷蔵庫等の食材の種類・量・期限表示を確認する 6. <u>「賞味期限」を過ぎてもすぐに捨てるのではなく、自分で食べられるか判断する</u>			

7. <u>小分け商品、少量パック商品、バラ売り等、食べきれぬ量を購入する「賞味期限」を過ぎてもすぐに捨てるのではなく、自分で食べられるか判断する</u>
8. <u>飲食店等で注文し過ぎないその他</u>
9. <u>その他</u>
10. <u>取り組んでいることはない</u>
〈集計〉〈設問 1〉において「1. よく知っている」、「2. ある程度知っている」と答えたもののうち、〈設問 2〉で「9. 取り組んでいることはない」、「無回答」以外の回答者をクロス集計
調査項目設定の考え方
食品ロスの削減を進めるためには、具体的な取組を行う国民を増やすことが重要であることから、食品ロス削減のために何らかの行動をしている国民の割合の増加を調査項目とする。
目標設定の考え方
消費者の行動としておおむねの国民が食品ロス削減のために何らかの行動をしていると言える水準として、80%以上を目標とする。 （参考） 平成 26 年度の調査結果では、「食品ロス」という問題を知っていると答えた割合は 68.6%（「よく知っている」14.3%、「ある程度知っている」54.4%）であり、何らかの食品ロス削減の取組を行っている割合は、全体の 67.4%である※ ¹ 。 ※ ¹ 「平成 26 年度消費者意識基本調査」（消費者庁）
関係省庁
食品ロス削減関係省庁等連絡会議府省庁 （消費者庁、内閣府、文部科学省、農林水産省、経済産業省、環境省）

変更理由
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していくために必要な情報を得るため、「消費者の意識に関する基本調査」で設定していた質問に他の設問を追加する必要が生じたことと、調査の継続性をより確保するため、設問の追加により融通が利き、継続性の確保がより確実である「消費者の意識に関する調査（テーマ別インターネット調査＜食品ロス問題に関する調査＞）」へデータソースを移行したい。標本数の減少（10,000 人→3,000 人）、調査方法の変更（訪問留置・訪問回収法→モニターに対するインターネット経由での回答）は生じるが、調査対象の比率を性別、年代、地域を国勢調査（2015 年）に準拠する等の配慮は変わらないので、データソースの変更により値の大きな変動はあまり無いものと想定している。