

農林水産省委託事業

平成30年度食育活動の全国展開委託事業
(食育に関する効果的な情報提供)
食育の効果的な情報提供方法を検討するための調査
WEBアンケート調査 報告書

2019年3月8日

目次

1. 調査概要・対象者プロフィール	2
2. 調査結果	9
3. 結果サマリー	49

<別紙> 調査票

1. 調査概要・対象者プロフィール

1-1. 調査概要

調査目的

全国の国民(一般消費者)の興味関心や情報接触、食育に対する意識や意向について把握し、今後の効果的な情報提供方法の検討の参考とする。

【調査の基本方針】

- ・特に食育に関する意識が低いとされる、男性20代、30代、女性20代などへの訴求を実施するにあって、若年層に多いスマートフォンからの情報収集などを含めた、他の世代との情報接触状況の違い、低関心層の興味関心、行動特性等を他の層との比較を通じ把握し、効果的な情報提供方法の検討材料を得る。

調査手法

Webアンケート

調査対象者

全国20歳以上の男女

対象者数

3000サンプル

【サンプルの割付】

- ・「20～39歳」「40～64歳」「65歳以上」の各世代は各1000サンプルの均等割り付けとし、(A) 地方別・性年代別人口構成比(10歳刻み)、(B)市部/郡部別人口構成比(全国比率)を踏まえて割付数を設定。

*具体的なサンプル割付については次ページ参照

調査実施期間

2019年2月13日(水)～2月18日(月)

調査実施機関

三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)

1-1. 調査概要

対象者数

3000

【サンプルの割付】

- ・割付:84(12性年代区分×7エリア)
- ・上記の84割付で回収後、下記市部/郡部の割付を、問22の回答をもとに回収完了後割り付け、納品サンプルを調整(各84割付内を市部/郡部に分けるのではなく、全体で下記割合(サンプル数)になるよう調整)

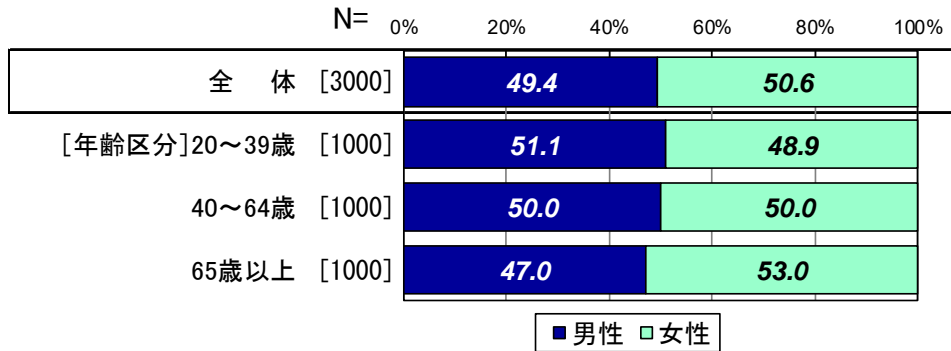
市部:91.4%(2742s)、郡部:8.6%(258s)

年齢区分	性別	全国	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国・四国	九州・沖縄
20代/30代	男性20代	235	9	14	90	41	38	19	24
	男性30代	276	11	18	104	50	42	22	29
	女性20代	221	8	13	83	38	38	17	24
	女性30代	268	11	17	99	47	43	21	30
	小計	1,000	39	62	376	176	161	79	107
40～64歳	男性40代	225	9	14	84	42	36	18	22
	男性50～64歳	275	12	22	94	50	43	23	31
	女性40代	219	9	14	79	39	37	18	23
	女性50～64歳	281	13	22	93	49	46	25	33
	小計	1,000	43	72	350	180	162	84	109
65～79歳以上	男性65～69歳	197	9	15	62	37	32	19	23
	男性70代以上	273	12	19	90	52	46	26	28
	女性65～69歳	209	10	16	66	38	34	20	25
	女性70代以上	321	15	23	104	59	55	30	35
	小計	1,000	46	73	322	186	167	95	111
合計		3,000	128	207	1,048	542	490	258	327

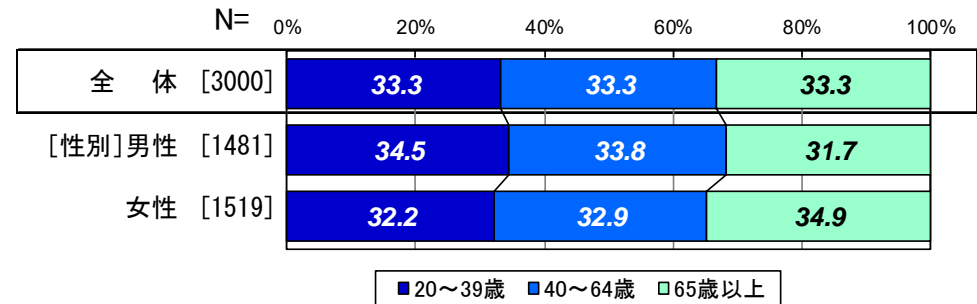
1-2. 回答者プロフィール(基本属性)

対象者プロフィール(基本属性)

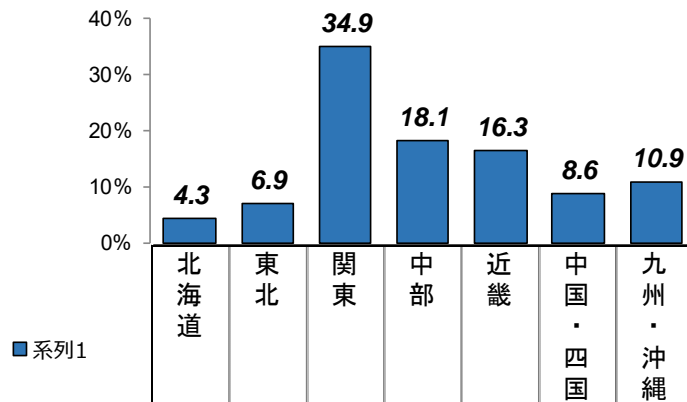
■性別



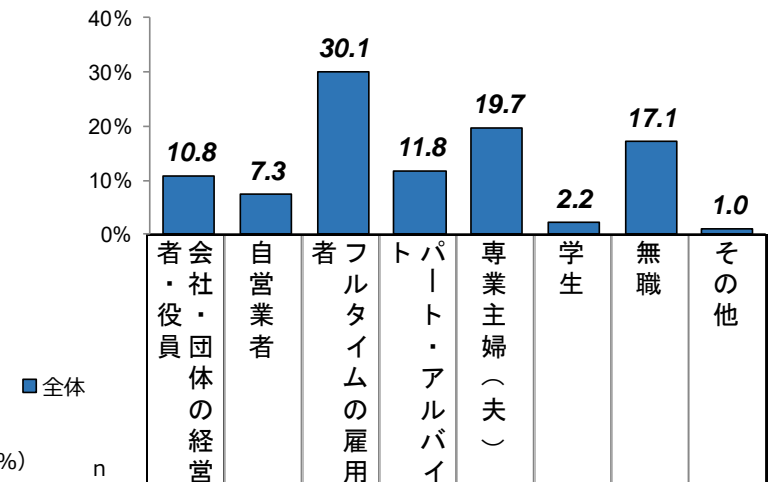
■年齢別



■居住地



■職業



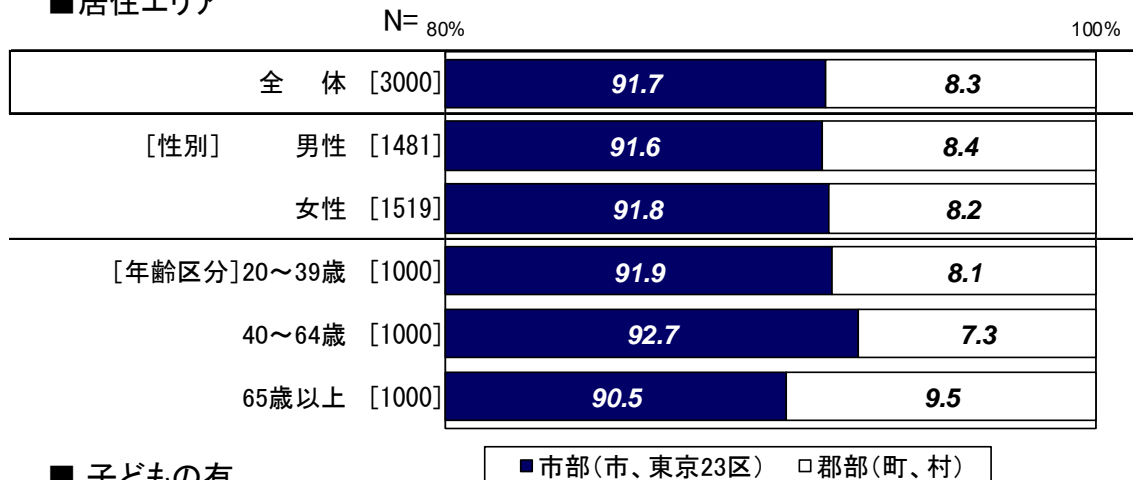
		全体	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国・四国	九州・沖縄
全体		[3000]	4.3	6.9	34.9	18.1	16.3	8.6	10.9
性別	男性	[1481]	4.2	6.9	35.4	18.4	16.0	8.6	10.6
	女性	[1519]	4.3	6.9	34.5	17.8	16.7	8.6	11.2
年齢区分	20~39歳	[1000]	3.9	6.2	37.6	17.6	16.1	7.9	10.7
	40~64歳	[1000]	4.3	7.2	35.0	18.0	16.2	8.4	10.9
	65歳以上	[1000]	4.6	7.3	32.2	18.6	16.7	9.5	11.1

		全体	会社・団体の役員	自営業者	フルタイムの雇用者	パート・アルバイト	専業主婦(夫)	学生	無職	その他
全体		[3000]	10.8	7.3	30.1	11.8	19.7	2.2	17.1	1.0
性別	男性	[1481]	15.6	9.8	39.9	6.5	1.5	2.6	23.0	1.1
	女性	[1519]	6.1	4.9	20.5	17.1	37.4	1.8	11.3	0.9
年齢区分	20~39歳	[1000]	17.3	4.3	43.6	9.4	13.4	6.7	4.3	1.0
	40~64歳	[1000]	11.2	10.5	42.4	15.6	14.1	-	5.2	1.0
	65歳以上	[1000]	3.8	7.2	4.3	10.5	31.5	-	41.7	1.0

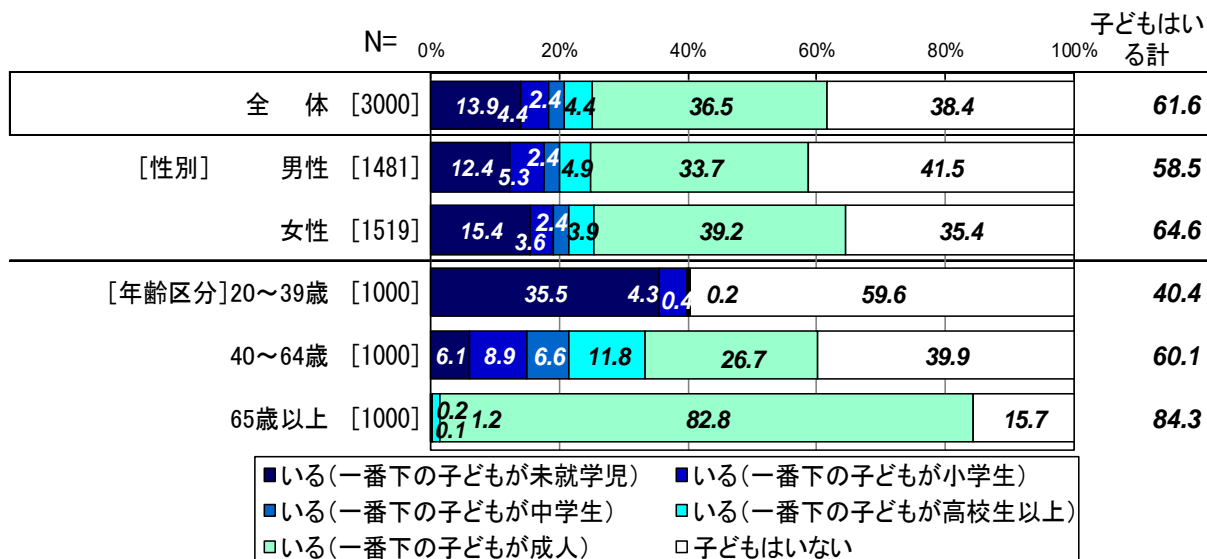
1-2. 回答者プロフィール(基本属性)

対象者プロフィール(基本属性)

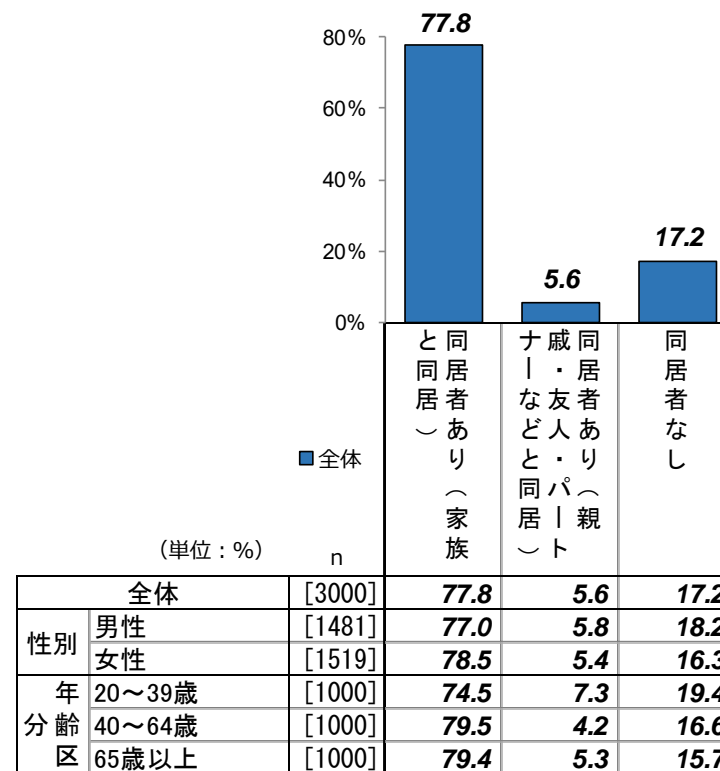
■ 居住エリア



■ 子どもの有無



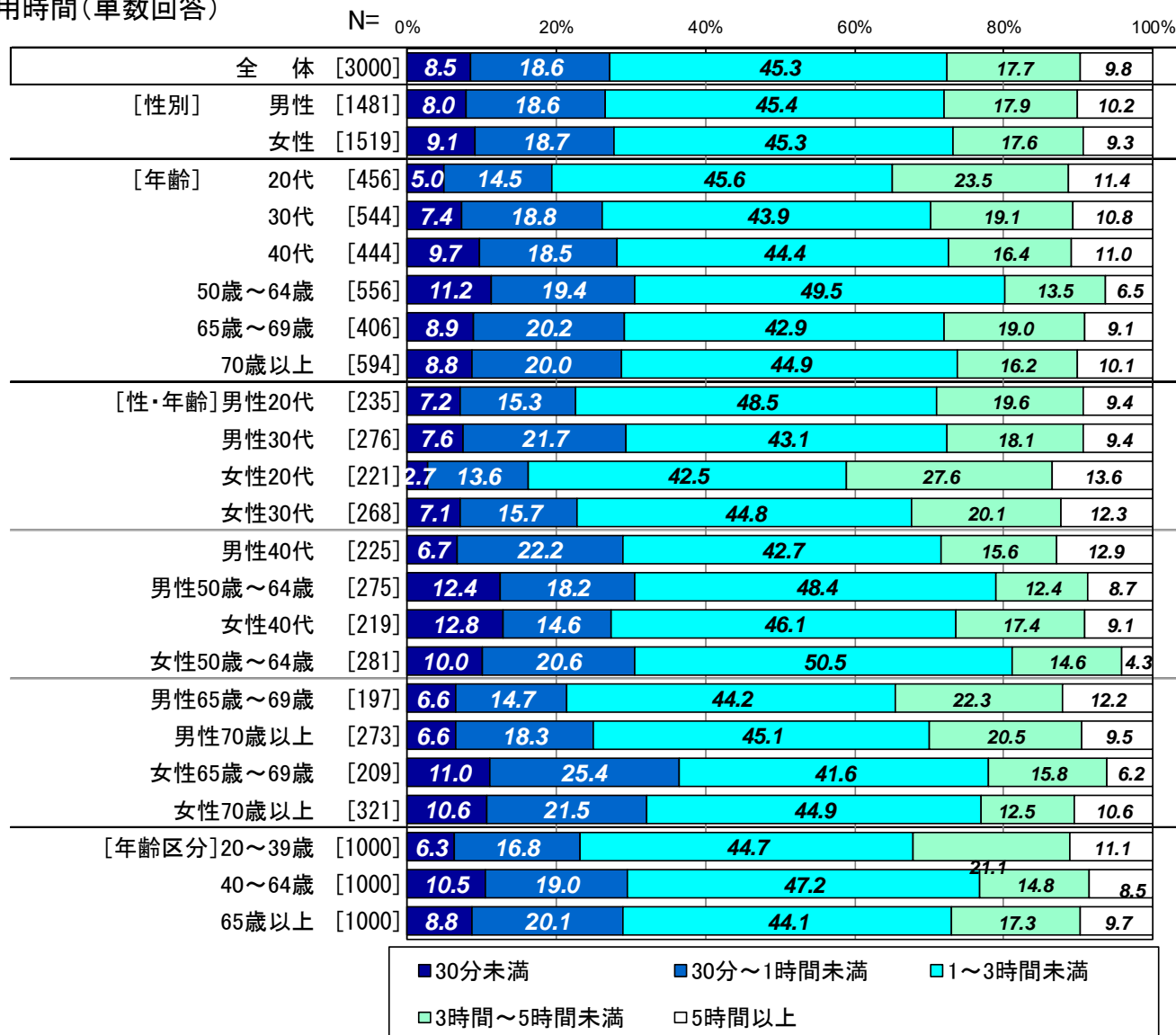
■ 現在の同居状況



1-2. 回答者プロフィール(インターネット利用時間)

対象者プロフィール(基本属性)

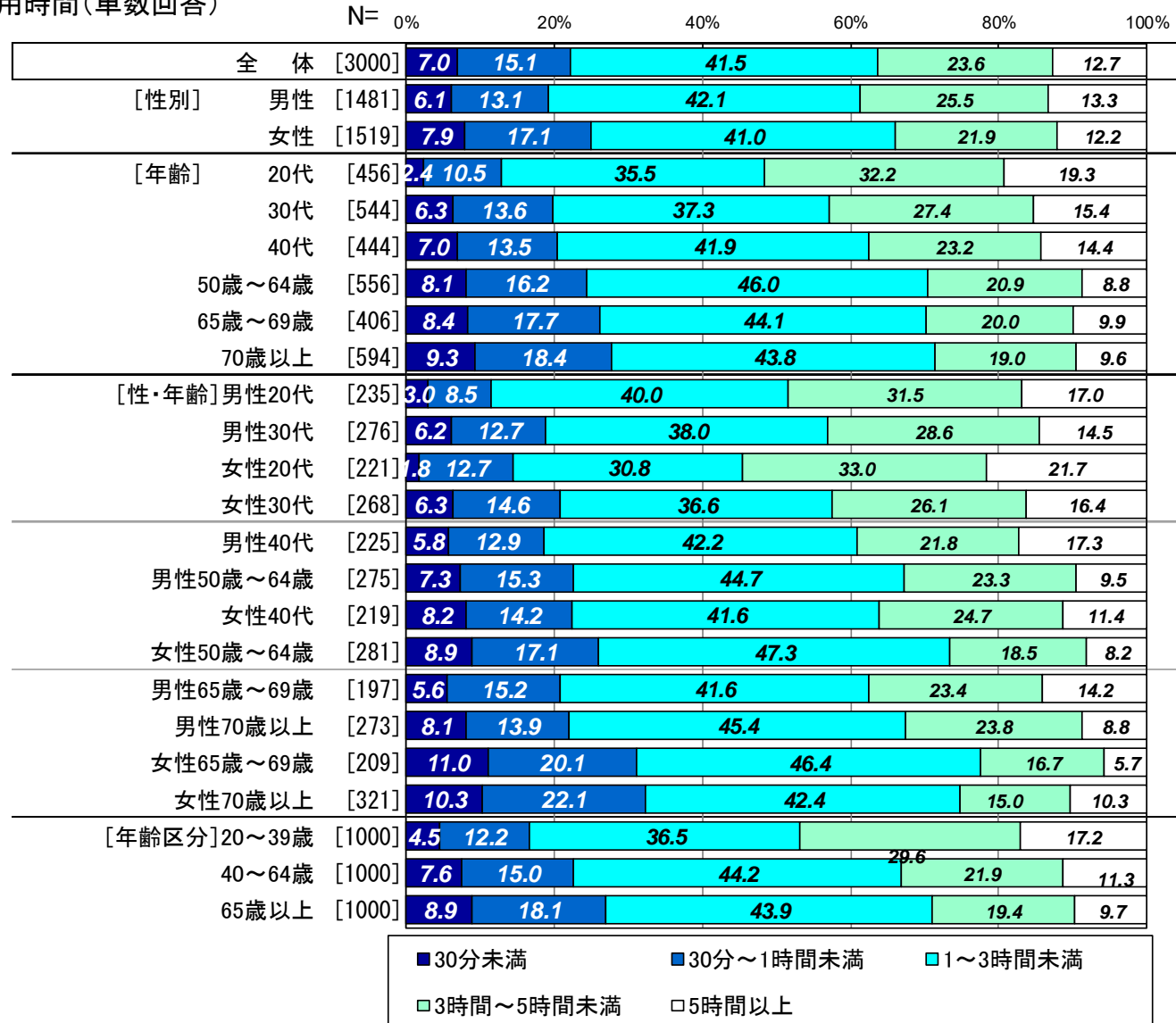
■ 平日のインターネット利用時間(単数回答)



1-2. 回答者プロフィール(インターネット利用時間)

対象者プロフィール(基本属性)

■ 休日のインターネット利用時間(単数回答)



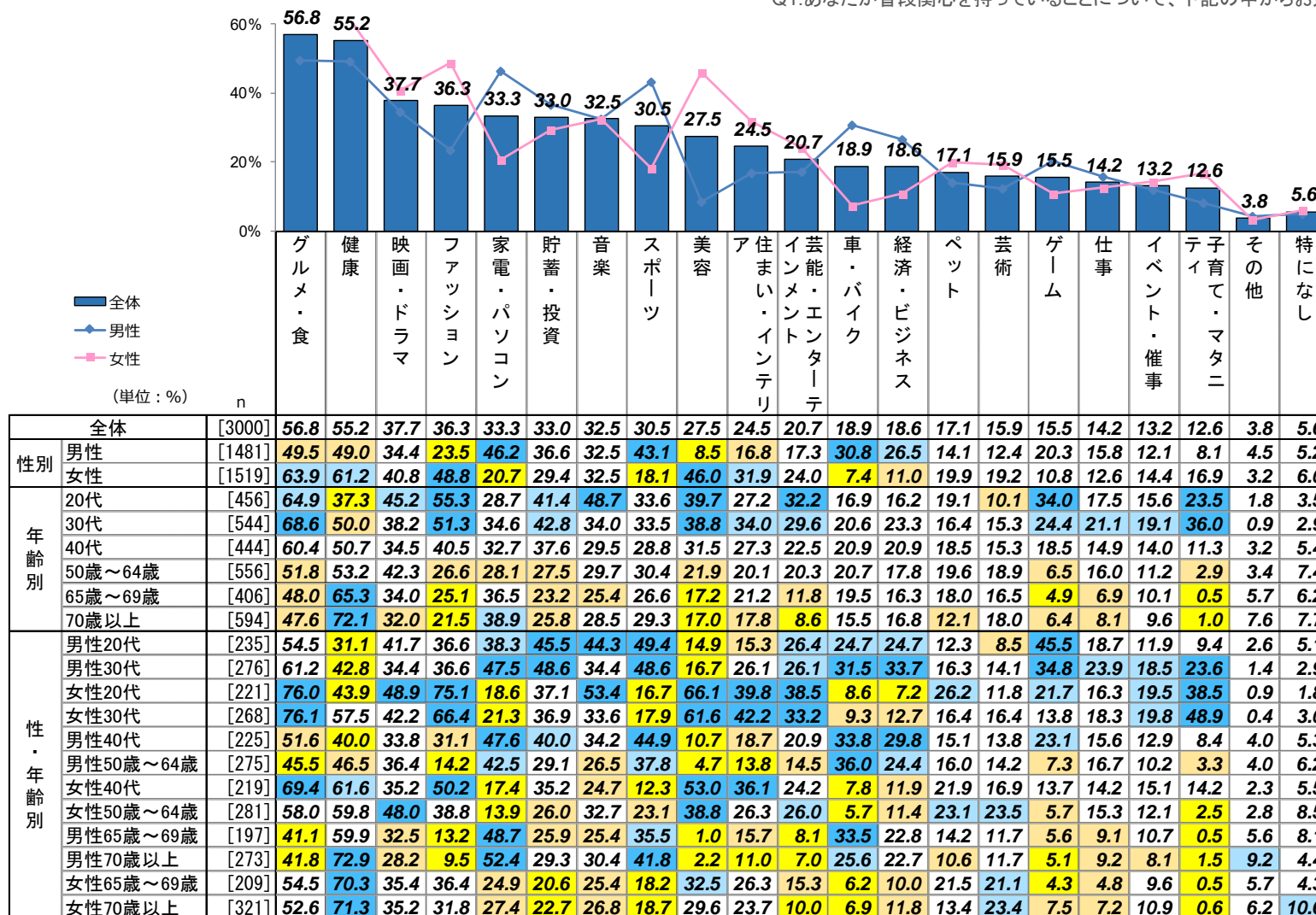
2. 調査結果

2-1. 普段関心を持っていること

- 「グルメ・食」56.8%、「健康」55.2%が普段の関心事のトップ2で、いずれも5割を超える。次いで、「映画・ドラマ」「ファッション」が3割台後半で続く。
- 「グルメ・食」「ファッション」は、20～30代の特に女性、「貯蓄・投資」は20～30代の特に男性で関心が高い。他に、男性20～30代では、「家電・パソコン」「スポーツ」「ゲーム」、女性20～30代では「美容」「住まい・インテリア」「芸能・エンターテインメント」「子育て・マタニティ」が比較的高い関心事。

普段関心を持っていること(複数回答)

Q1.あなたが普段関心を持っていることについて、下記の中からお選びください。(いくつでも)



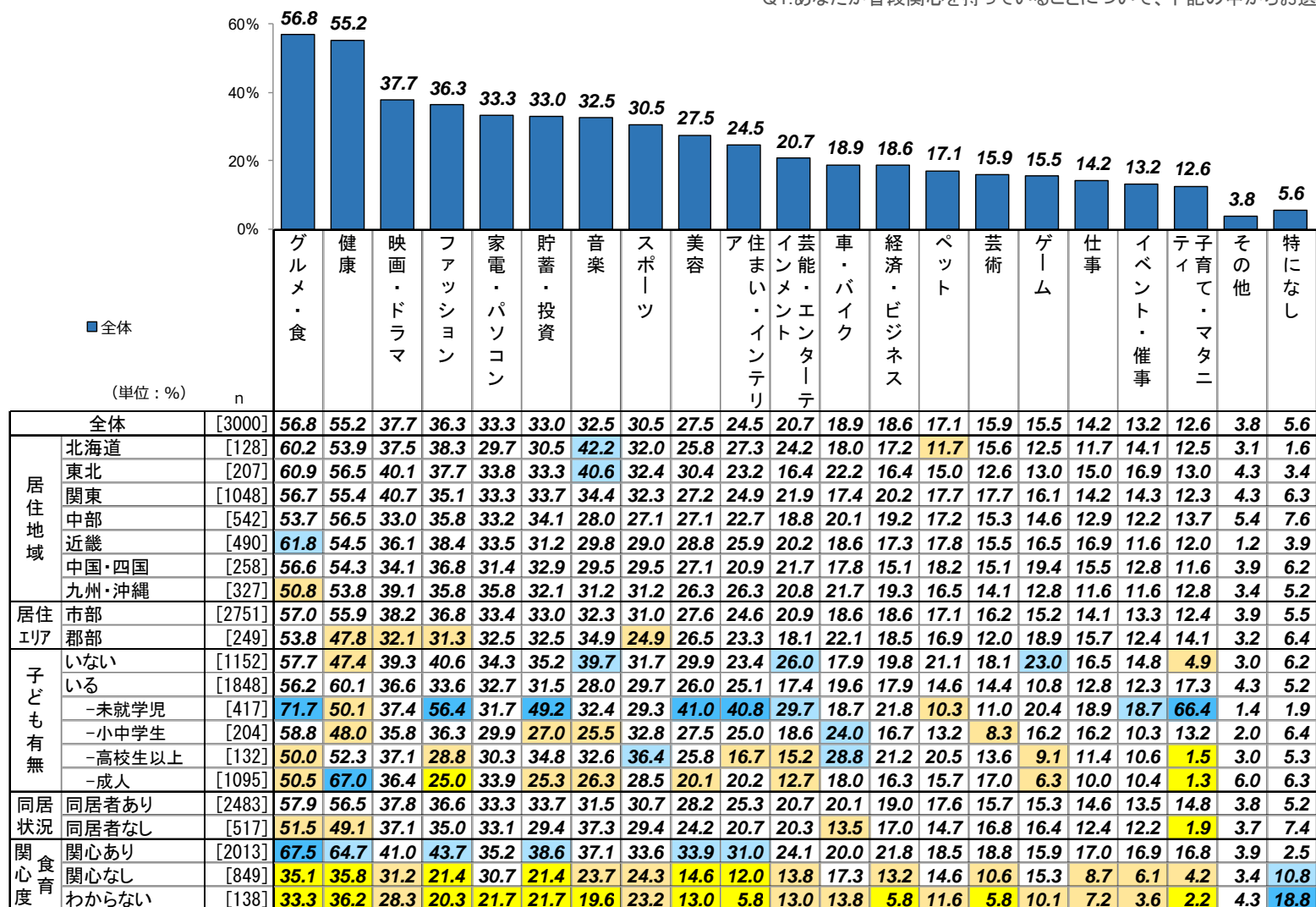
※ ■: 全体+10ポイント以上 ■: 全体+5ポイント以上 ■: 全体-5ポイント以下 ■: 全体-10ポイント以下

2-1. 普段関心を持っていること

- 居住地域別では、「音楽」が北海道、東北で比較的高め。
- 市部に比べ、郡部では、「健康」「映画・ドラマ」「ファッション」がやや低い傾向。
- 未就学児のいる層では、「グルメ・食」「ファッション」「貯蓄・投資」「美容」「住まい・インテリア」「子育て・マタニティ」の関心が高い。

普段関心を持っていること(複数回答)

Q1.あなたが普段関心を持っていることについて、下記の中からお選びください。(いくつでも)



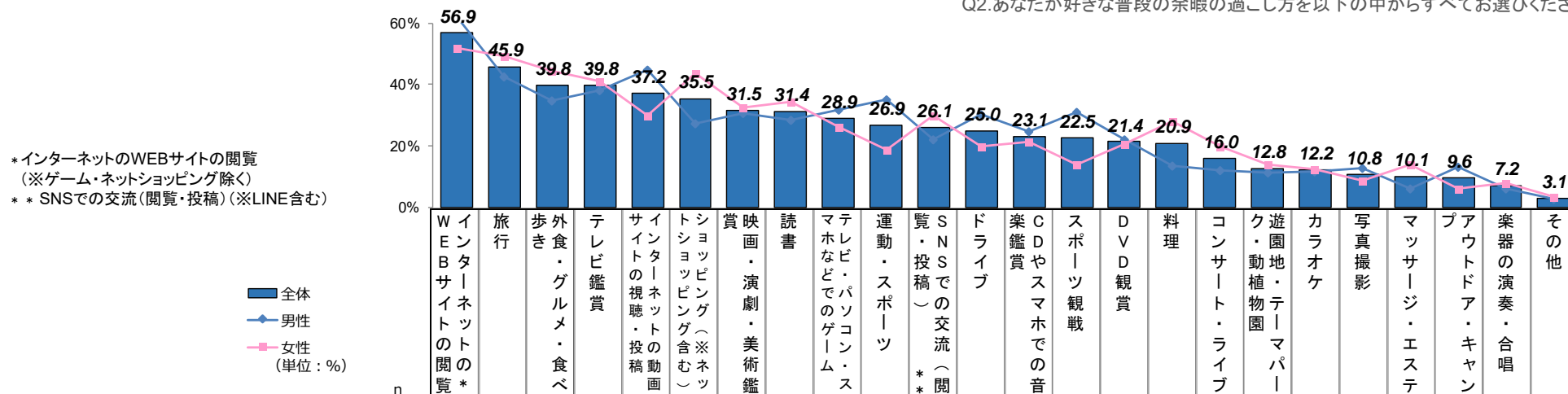
※ ■:全体+10ポイント以上 ■:全体+5ポイント以上 ■:全体-5ポイント以下 ■:全体-10ポイント以下

2-2. 普段の好きな余暇の過ごし方

- 「インターネットのWEBサイトの閲覧」が56.9%でトップ、次いで、「旅行」45.9%、「外食・グルメ・食べ歩き」「テレビ鑑賞」39.8%。
- 20～30代では他の年齢層に比べて全般的に回答率の高い項目が多い。「旅行」は傾向が異なり、65歳～70歳以上でより高くなる。
- 女性20～30代では、「外食・グルメ・食べ歩き」「ショッピング」「テレビ・パソコン・スマホなどでのゲーム」「SNSでの交流(閲覧・投稿)」が特に高い。

普段の好きな余暇の過ごし方(複数回答)

Q2.あなたが好きな普段の余暇の過ごし方を以下の中からすべてお選びください。(いくつでも)



* インターネットのWEBサイトの閲覧
(※ゲーム・ネットショッピング除く)
** SNSでの交流(閲覧・投稿)(※LINE含む)

		n	56.9	45.9	39.8	39.8	37.2	35.5	31.5	31.4	28.9	26.9	26.1	25.0	23.1	22.5	21.4	20.9	16.0	12.8	12.2	10.8	10.1	9.6	7.2	3.1			
			インターネットの閲覧*	旅行	歩き外食・グルメ・食べ	テレビ鑑賞	インターネットの視聴・投稿	ショッピング(※ネット含む)	映画・演劇・美術鑑賞	読書	テレビ・パソコン・スマホなどでのゲーム	運動・スポーツ	SNSでの交流(閲覧・投稿)*	SNSでの交流(閲覧・投稿)*	ドライブ	音楽鑑賞	CDやスマホでの音	スポーツ観戦	DVD観賞	料理	コンサート・ライブ	公園・動物園	遊園地・テーマパーク	カラオケ	写真撮影	マッサージ・エステ	アウトドア・キャン	楽器の演奏・合唱	その他
性別	全体	[3000]	56.9	45.9	39.8	39.8	37.2	35.5	31.5	31.4	28.9	26.9	26.1	25.0	23.1	22.5	21.4	20.9	16.0	12.8	12.2	10.8	10.1	9.6	7.2	3.1			
	男性	[1481]	62.0	42.4	34.8	38.3	44.8	27.2	30.5	28.4	31.8	35.2	22.3	30.2	24.9	31.2	22.1	13.4	12.2	11.5	11.8	13.0	6.0	13.1	6.3	2.8			
	女性	[1519]	52.0	49.4	44.6	41.2	29.8	43.6	32.5	34.4	26.1	18.9	29.9	19.8	21.4	14.0	20.7	28.2	19.8	14.0	12.6	8.6	14.0	6.2	8.0	3.4			
年齢別	20代	[456]	70.4	43.9	50.2	38.4	66.0	44.1	35.5	27.0	51.5	30.3	57.2	25.9	38.8	24.3	30.3	23.9	24.6	21.5	27.0	12.9	12.5	13.8	6.8	1.3			
	30代	[544]	67.1	41.9	46.3	40.3	48.9	42.8	28.1	27.4	39.9	28.5	39.5	30.3	29.8	25.2	26.7	23.7	15.1	23.0	14.3	11.6	14.5	12.3	7.5	1.3			
	40代	[444]	55.9	37.8	44.6	35.4	34.9	39.0	30.6	32.2	32.4	22.5	23.4	27.0	22.5	19.1	23.0	18.5	14.6	13.1	8.1	7.2	14.0	10.6	5.4	2.7			
	50歳～64歳	[556]	49.3	42.3	37.8	40.8	31.7	32.7	34.5	30.9	19.8	24.1	17.6	22.8	19.1	21.8	20.0	16.2	14.9	7.2	8.1	7.7	8.5	8.6	6.8	3.4			
	65歳～69歳	[406]	50.7	53.0	30.8	40.4	24.1	28.3	29.6	34.0	14.5	25.4	14.3	22.7	17.0	20.2	13.5	19.0	14.3	4.9	7.6	10.6	3.9	6.4	6.7	4.2			
	70歳以上	[594]	49.5	55.9	30.1	42.3	20.0	27.3	30.5	36.7	17.2	30.0	8.1	21.4	13.5	23.4	15.2	23.6	13.6	7.1	9.1	14.1	6.9	6.2	9.1	5.4			
性・年齢別	男性20代	[235]	68.9	38.7	40.9	38.7	72.8	31.1	37.0	29.4	58.3	39.1	42.6	25.1	36.2	33.6	26.8	17.0	19.6	16.6	20.9	10.6	2.6	17.9	6.8	1.7			
	男性30代	[276]	69.6	38.4	39.1	34.4	59.8	31.5	26.1	25.7	43.1	40.6	31.9	34.1	30.4	34.8	25.0	18.1	10.9	19.6	15.2	13.0	9.8	14.1	7.6	1.4			
	女性20代	[221]	71.9	49.3	60.2	38.0	58.8	57.9	33.9	24.4	44.3	20.8	72.9	26.7	41.6	14.5	33.9	31.2	29.9	26.7	33.5	15.4	23.1	9.5	6.8	0.9			
	女性30代	[268]	64.6	45.5	53.7	46.3	37.7	54.5	30.2	29.1	36.6	16.0	47.4	26.5	29.1	15.3	28.4	29.5	19.4	26.5	13.4	10.1	19.4	10.4	7.5	1.1			
	男性40代	[225]	59.6	39.1	39.1	34.2	42.7	32.4	33.8	30.7	34.7	34.2	23.6	30.2	26.7	28.0	28.0	14.2	13.3	14.7	7.6	8.4	10.7	15.6	5.8	1.8			
	男性50歳～64歳	[275]	54.2	39.3	35.6	38.2	39.6	25.5	29.8	26.5	20.7	31.3	15.6	29.8	20.4	27.6	20.0	9.8	9.1	6.5	7.6	10.5	5.1	13.8	7.6	3.3			
	女性40代	[219]	52.1	36.5	50.2	36.5	26.9	45.7	27.4	33.8	30.1	10.5	23.3	23.7	18.3	10.0	17.8	22.8	16.0	11.4	8.7	5.9	17.4	5.5	5.0	3.7			
	女性50歳～64歳	[281]	44.5	45.2	39.9	43.4	23.8	39.9	39.1	35.2	18.9	17.1	19.6	16.0	17.8	16.0	19.9	22.4	20.6	7.8	8.5	5.0	11.7	3.6	6.0	3.6			
	男性65歳～69歳	[197]	59.9	50.3	27.4	40.1	28.4	19.3	33.5	27.4	17.8	31.0	14.2	32.0	20.8	26.9	15.7	8.6	10.7	4.6	9.6	15.2	3.0	9.6	5.6	2.5			
	男性70歳以上	[273]	59.7	49.8	26.4	44.0	24.2	22.7	24.9	30.8	16.5	34.1	6.6	30.0	15.8	34.8	16.8	12.1	10.3	6.2	9.9	19.8	4.4	7.7	4.4	5.5			
	女性65歳～69歳	[209]	42.1	55.5	34.0	40.7	20.1	36.8	25.8	40.2	11.5	20.1	14.4	13.9	13.4	13.9	11.5	28.7	17.7	5.3	5.7	6.2	4.8	3.3	7.7	5.7			
	女性70歳以上	[321]	40.8	61.1	33.3	40.8	16.5	31.2	35.2	41.7	17.8	26.5	9.3	14.0	11.5	13.7	13.7	33.3	16.5	7.8	8.4	9.3	9.0	5.0	13.1	5.3			

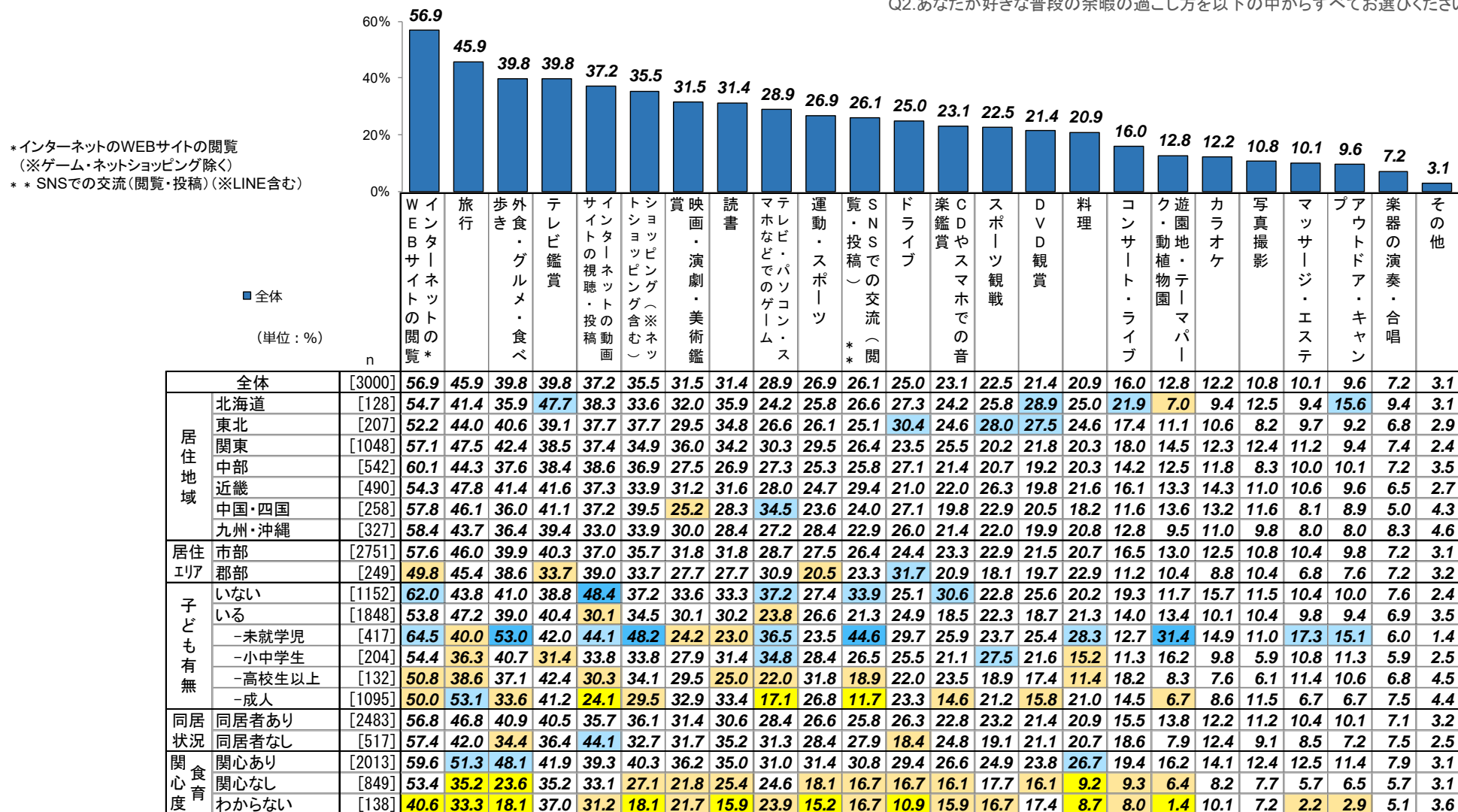
※ ■:全体+10ポイント以上 ■:全体+5ポイント以上 ■:全体-5ポイント以下 ■:全体-10ポイント以下

2-2. 普段の好きな余暇の過ごし方

- 市部に比べて郡部では「WEBサイトの閲覧」「テレビ鑑賞」「運動・スポーツ」が低い。食育の高関心層では「旅行」「外食・グルメ・食べ歩き」が高い。
- 未就学児のいる層では、「WEBサイトの閲覧」「外食・グルメ・食べ歩き」「インターネットの動画サイトの視聴・投稿」「ショッピング」「テレビ・パソコン・スマホなどでのゲーム」「SNSでの交流(閲覧・投稿)」「遊園地・テーマパーク・動植物園」が比較的高い。

普段の好きな余暇の過ごし方(複数回答)

Q2.あなたが好きな普段の余暇の過ごし方を以下の中からすべてお選びください。(いくつでも)



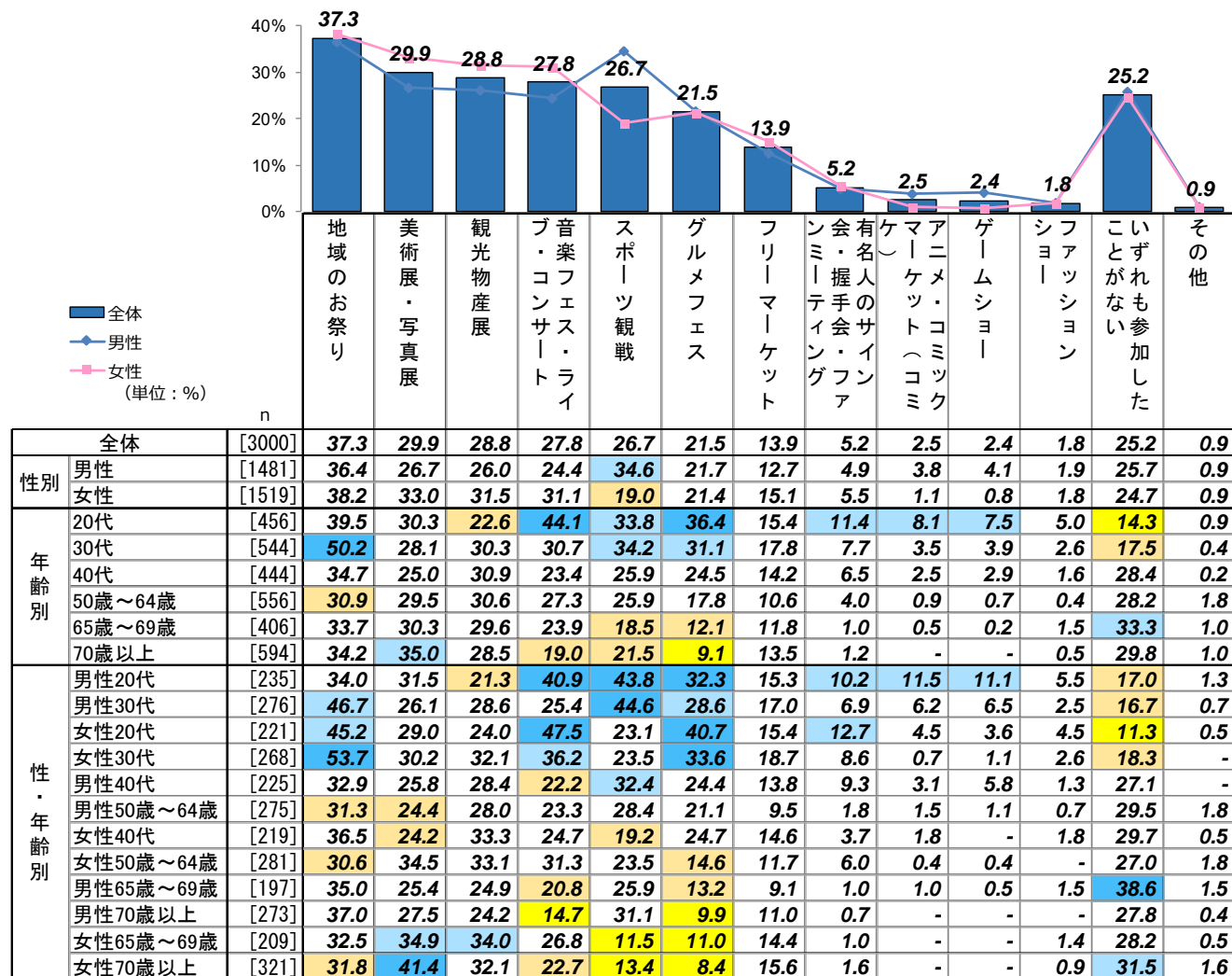
※ ■:全体+10ポイント以上 ■:全体+5ポイント以上 ■:全体-5ポイント以下 ■:全体-10ポイント以下

2-3. 近年、参加したことがあるイベント・催し物

- トップは「地域のお祭り」37.3%、以下、「美術展・写真展」「観光物産展」「音楽フェス・ライブ・コンサート」「スポーツ観戦」「グルメフェス」が2割台で続く。
- 30代は「地域のお祭り」、20代は「音楽フェス・ライブ・コンサート」、20～30代は「スポーツ観戦」「グルメフェス」の参加率が高め。
- 比率は低いが、「有名人のサイン会・握手会・ファンミーティング」は男女の20代で、「アニメ・コミックマーケット」「ゲームショー」は男性20代でも目立つ。

近年、参加したことがあるイベント・催し物(複数回答)

Q3.この2～3年程度であなたが参加したことがあるイベント・催し物を以下の中からすべてお選びください。(いくつでも)



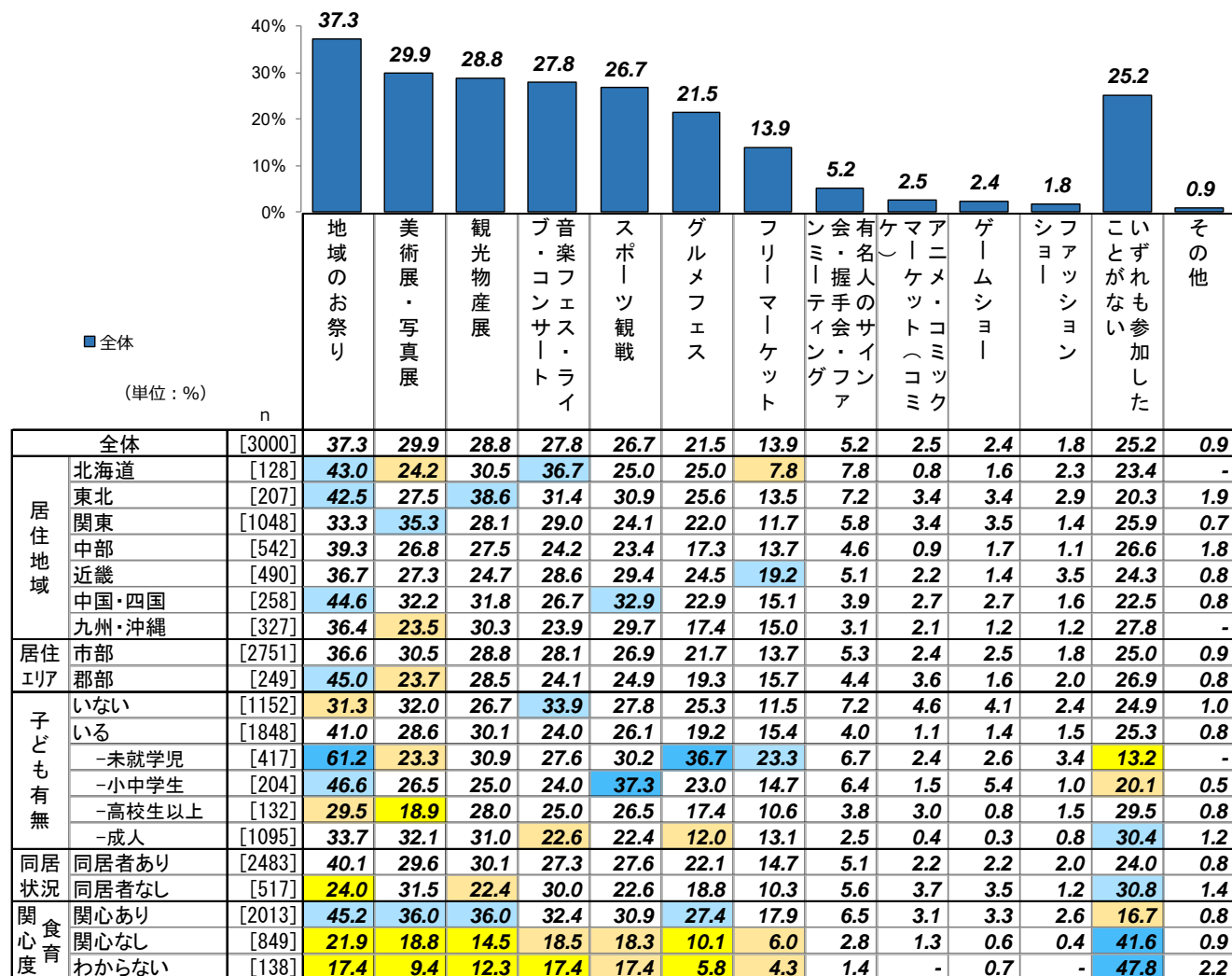
※ ■:全体+10ポイント以上 ■:全体+5ポイント以上 ■:全体-5ポイント以下 ■:全体-10ポイント以下

2-3. 近年、参加したことのあるイベント・催し物

- 食育の非関心層は、参加経験なしの率が高い傾向(相関がある可能性)。居住地別では、「地域のお祭り」は北海道、東北、中国・四国、「美術展・写真展」は関東、「観光物産展」は東北、「音楽フェス・ライブ・コンサート」は北海道で、それぞれ高め。
- 未就学児のいる層で比較的高い参加率なのは、「地域のお祭り」「グルメフェス」「フリーマーケット」、小中学生のいる層では「スポーツ観戦」。

近年、参加したことのあるイベント・催し物(複数回答)

Q3.この2～3年程度であなたが参加したことのあるイベント・催し物を以下の中からすべてお選びください。(いくつでも)



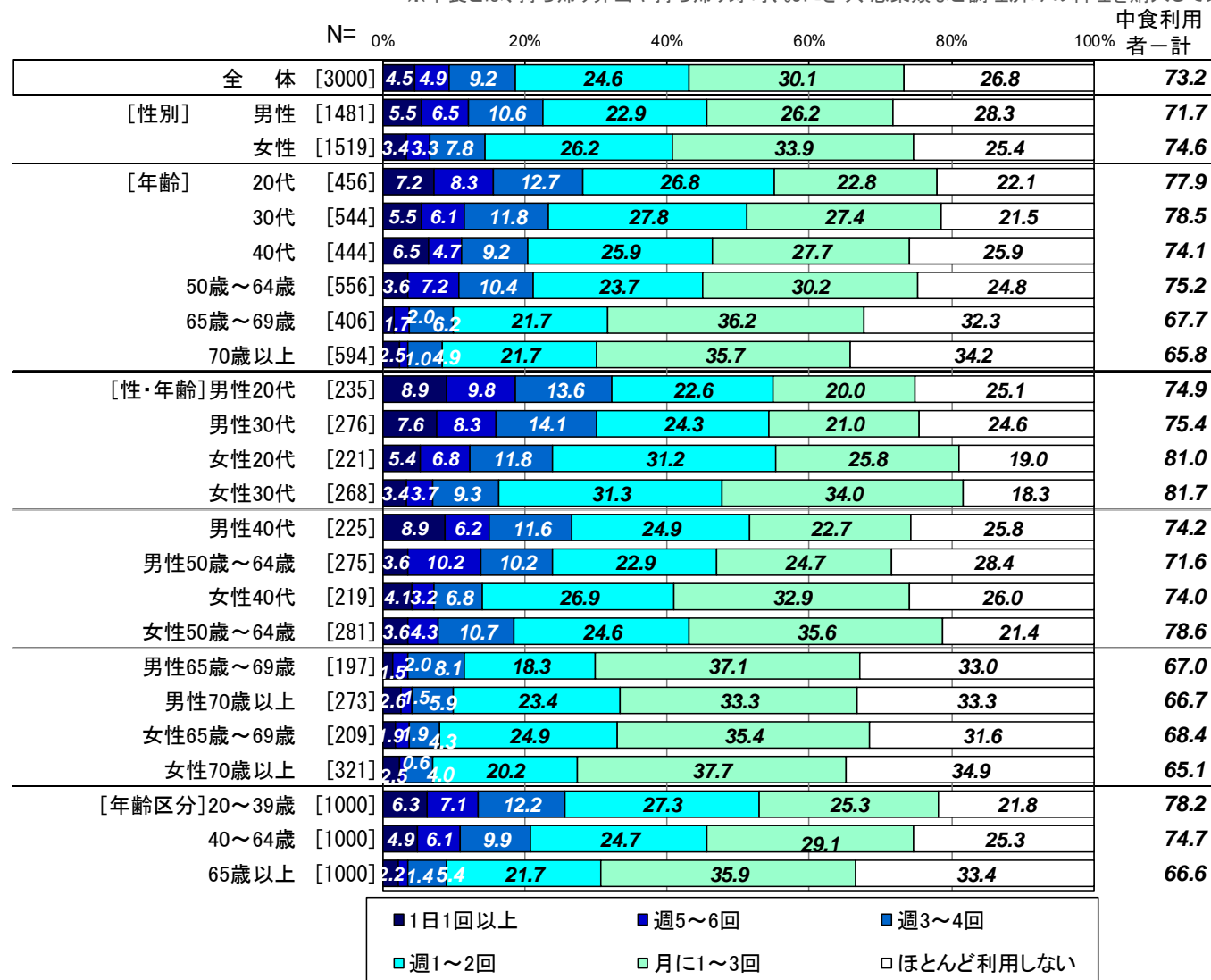
※ ■:全体+10ポイント以上 ■:全体+5ポイント以上 ■:全体-5ポイント以下 ■:全体-10ポイント以下

2-4. 普段の中食／外食の状況-1)中食の利用程度

- 中食利用者は全体の73.2%。若年齢層ほど中食利用率は高く、20～30代で78.2%。
- 20～30代では、男性(75%前後)より女性(81%前後)で中食利用率はより高い。ただし、利用の高頻度層の比率は男性のほうが高くなる傾向。
- 40代～64歳でも、利用の高頻度層の比率は男性のほうが高い。

普段の中食の利用程度(単数回答)

Q4.あなたは普段、中食※や外食をどのくらい利用していますか。中食、外食それぞれについてあてはまるものをお選びください。
※中食とは、持ち帰り弁当や持ち帰り寿司、おにぎり、惣菜類など調理済みの料理を購入して家や職場などで食べる食事のこと。

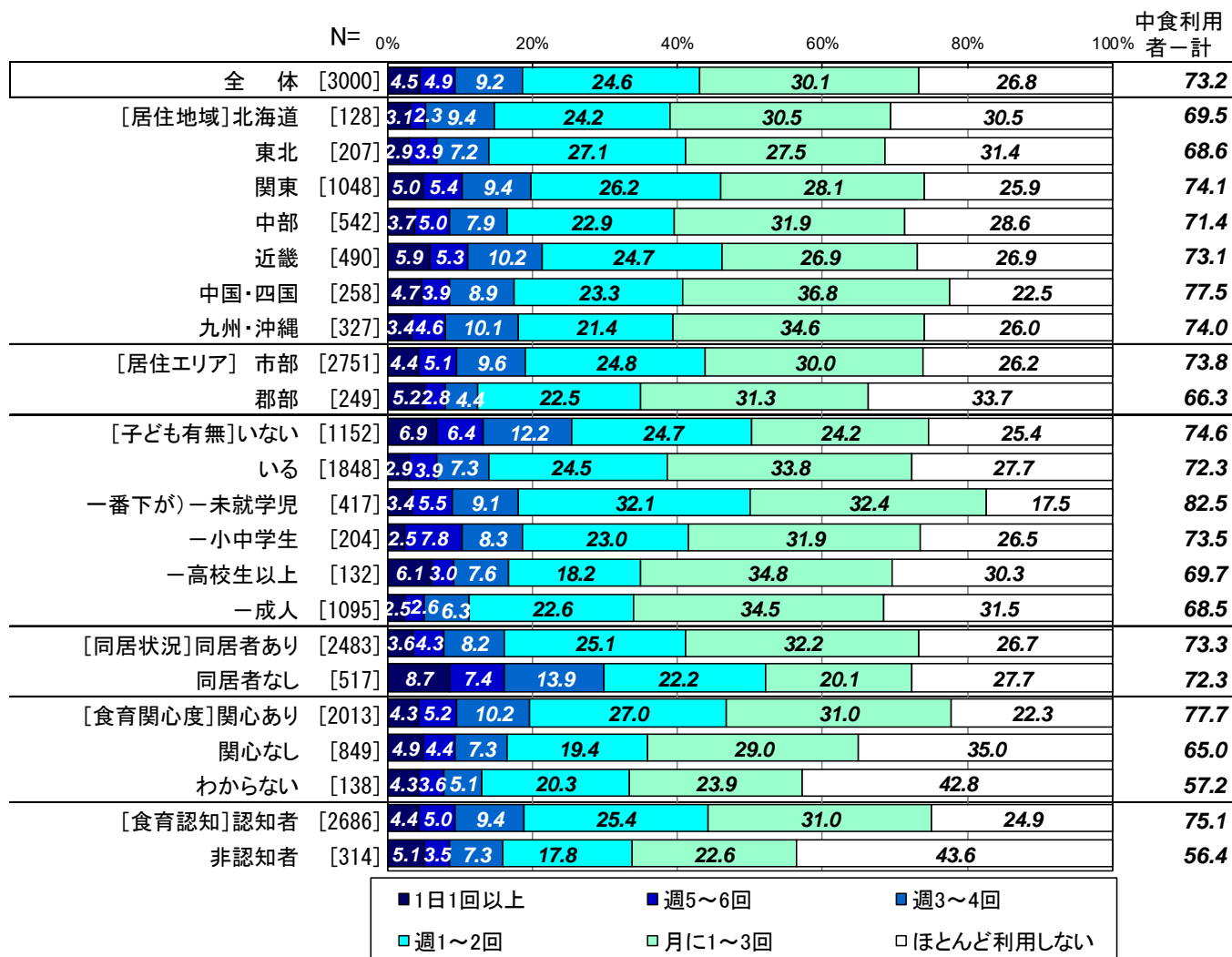


2-4. 普段の中食／外食の状況-1)中食の利用程度

- 中食利用率は中国・四国で77.5%と比較的高い。また、郡部に比べて市部のほうが利用率は高く、利用の高頻度利用層も多くなる。
- 子どものいない層では、いる層に比べて、利用の高頻度利用層が多くなる。子どものいる層の中では、未就学児のいる層で、中食利用率が比較的高い。
- 食育関心度が高い層ほど、また、食育認知者のほうが非認知者に比べて、中食利用率は高くなる。

普段の中食の利用程度(単数回答)

Q4.あなたは普段、中食※や外食をどのくらい利用していますか。中食、外食それぞれについてあてはまるものをお選びください。
※中食とは、持ち帰り弁当や持ち帰り寿司、おにぎり、惣菜類など調理済みの料理を購入して家や職場などで食べる食事のこと。

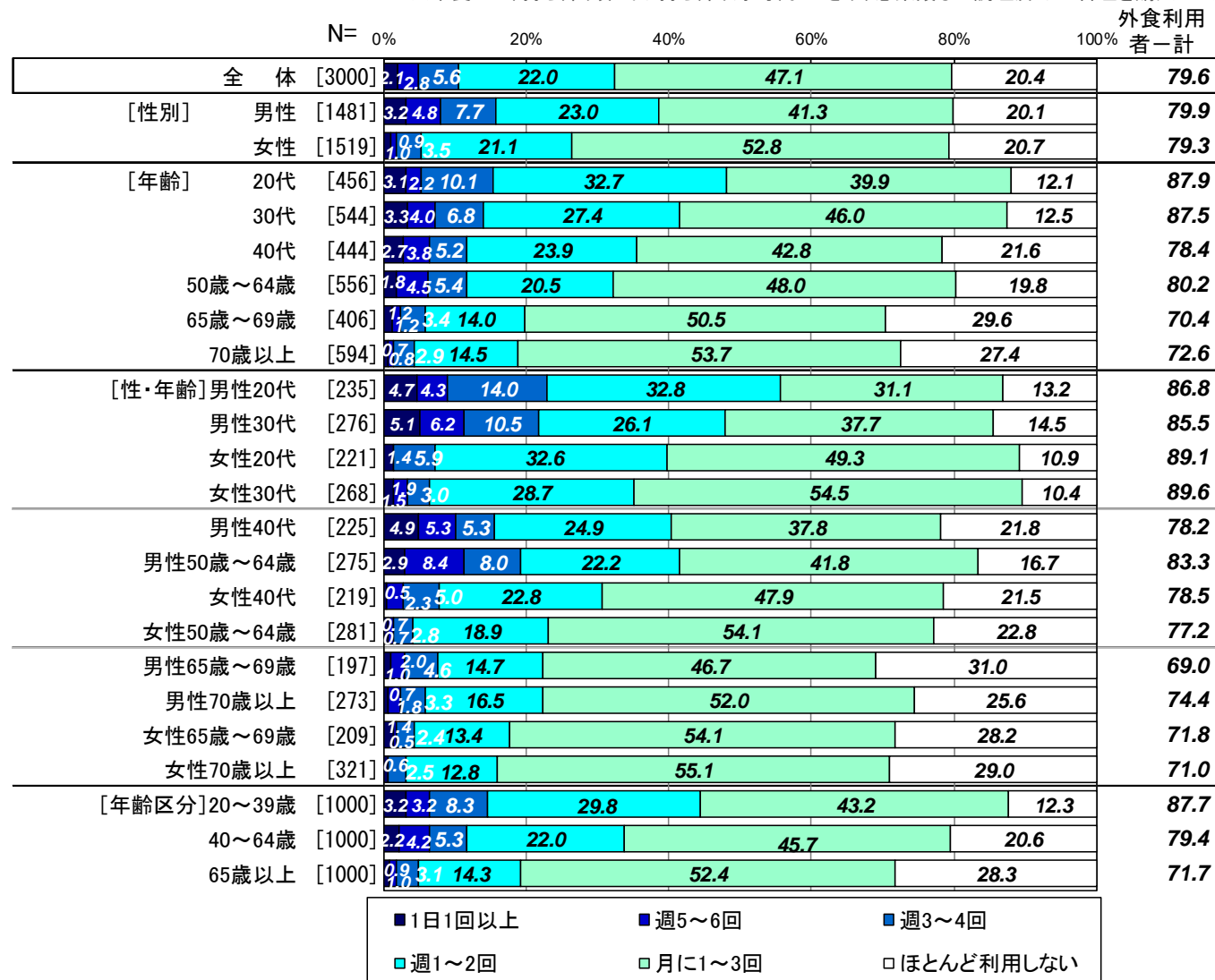


2-4. 普段の中食／外食の状況-2)外食の利用程度

- 外食利用者は全体の79.6%。若年齢層ほど外食利用率は高く、20～30代で87.7%。
- 20～30代では、男性(86%前後)より女性(89%前後)で外食利用率はやや高い。ただし、利用の高頻度層の比率は男性のほうがかなり上回る。
- 40代～64歳でも、利用の高頻度層の比率は男性が女性を上回る。

普段の外食の利用程度(単数回答)

Q4.あなたは普段、中食※や外食をどのくらい利用していますか。中食、外食それぞれについてあてはまるものをお選びください。
 ※中食とは、持ち帰り弁当や持ち帰り寿司、おにぎり、惣菜類など調理済みの料理を購入して家や職場などで食べる食事のこと。

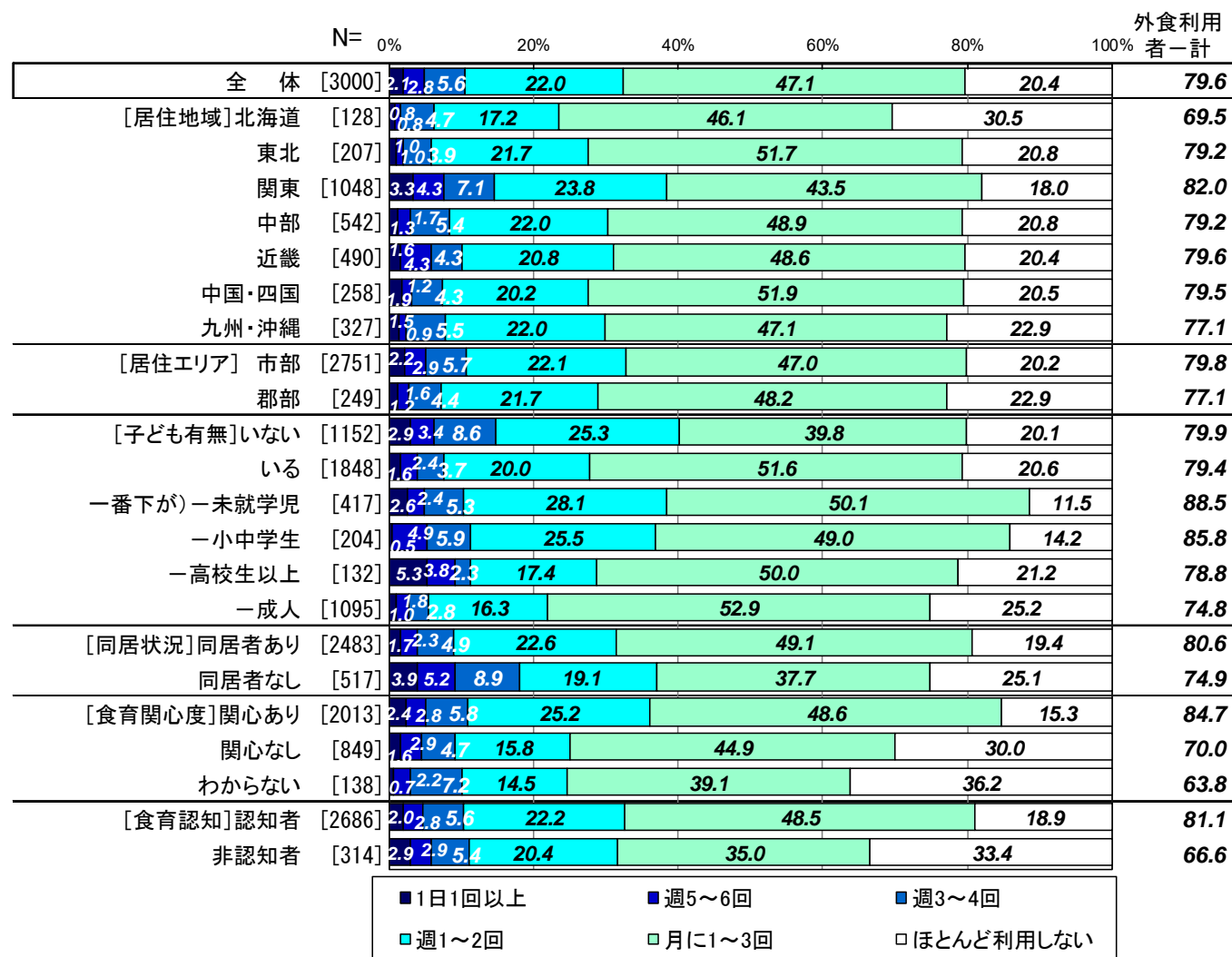


2-4. 普段の中食／外食の状況-2)外食の利用程度

- 外食利用率は、中食利用率に比べると、居住地域、郡部と市部とで、それぞれの差は大きくない。
- 子どものいない層では、いる層に比べて、利用の高頻度利用層が多い。子どものいる層の中では、未就学児、小中学生のいる層で、他層より外食利用率は高い。なお、中食利用率と同様に、食育関心度が高い層ほど、また、食育認知者のほうが非認知者に比べて、外食利用率は高くなる。

普段の外食の利用程度(単数回答)

Q4.あなたは普段、中食※や外食をどのくらい利用していますか。中食、外食それぞれについてあてはまるものをお選びください。
※中食とは、持ち帰り弁当や持ち帰り寿司、おにぎり、惣菜類など調理済みの料理を購入して家や職場などで食べる食事のこと。



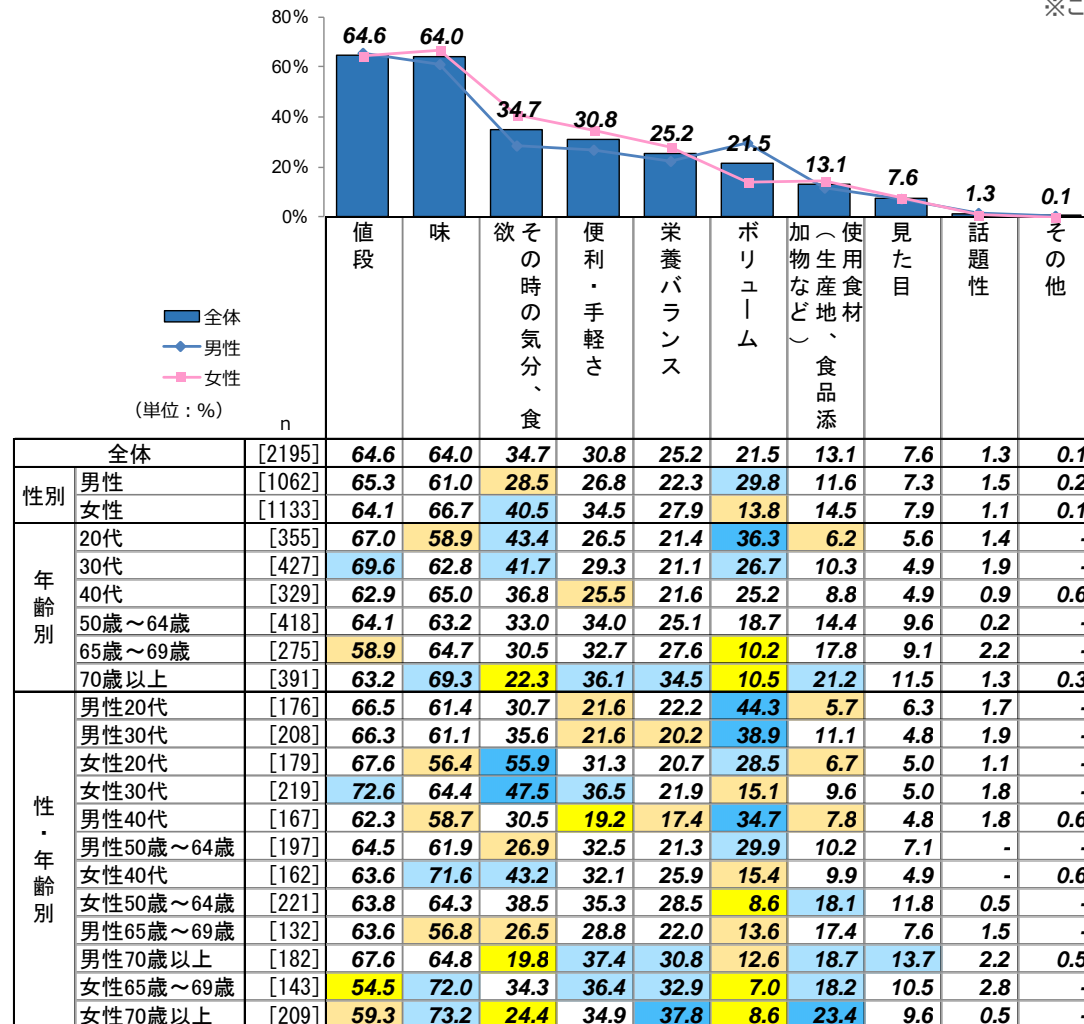
2-5. 中食／外食利用時の考慮ポイント-1)中食利用時に重視していること

- 中食利用者では、「値段」「味」が64%台で考慮ポイントのトップ2。次いで、「その時の気分、食欲」「便利・手軽さ」が3割台、「栄養バランス」「ボリューム」が2割台で続く。
- 20～30代では、「味」より「値段」、また、「その時の気分、食欲」「ボリューム」を重視。「その時の気分、食欲」は特に同女性、「ボリューム」は特に同男性。

中食利用時に重視していること(複数回答->3つまで)

Q5.あなたは中食や外食を利用するとき、どのようなことを考慮して選んでいますか。
以下の中から、重視していることを中食、外食それぞれ3つ以内でお答えください。
※この設問は、それぞれ縦方向(↓)にお答えください。

N=Q4.1で「中食利用者」回答者



※ ■:全体+10ポイント以上 ■:全体+5ポイント以上 ■:全体-5ポイント以下 ■:全体-10ポイント以下

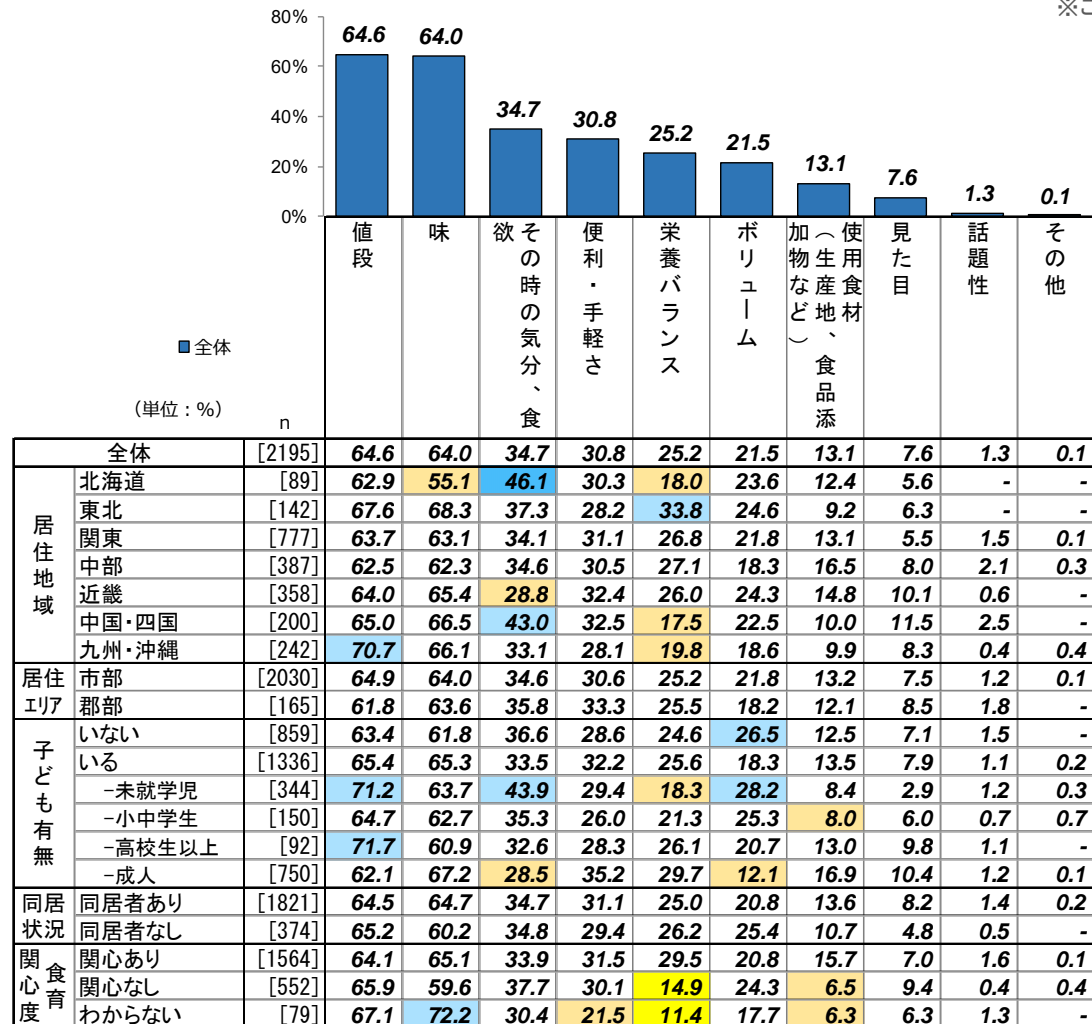
2-5. 中食／外食利用時の考慮ポイント-1)中食利用時に重視していること

- 「値段」は九州・沖縄、「その時の気分、食欲」は北海道、中国・四国、「栄養バランス」は東北で、それぞれ目立つ。
- 子どものいない層では、「ボリューム」重視、未就学児のいる層では、「値段」「その時の気分、食欲」「ボリューム」重視の傾向。

中食利用時に重視していること(複数回答->3つまで)

Q5.あなたは中食や外食を利用するとき、どのようなことを考慮して選んでいますか。
 以下の中から、重視していることを中食、外食それぞれ3つ以内でお答えください。
 ※この設問は、それぞれ縦方向(↓)にお答えください。

N=Q4.1で「中食利用者」回答者



※ ■:全体+10ポイント以上 ■:全体+5ポイント以上 ■:全体-5ポイント以下 ■:全体-10ポイント以下

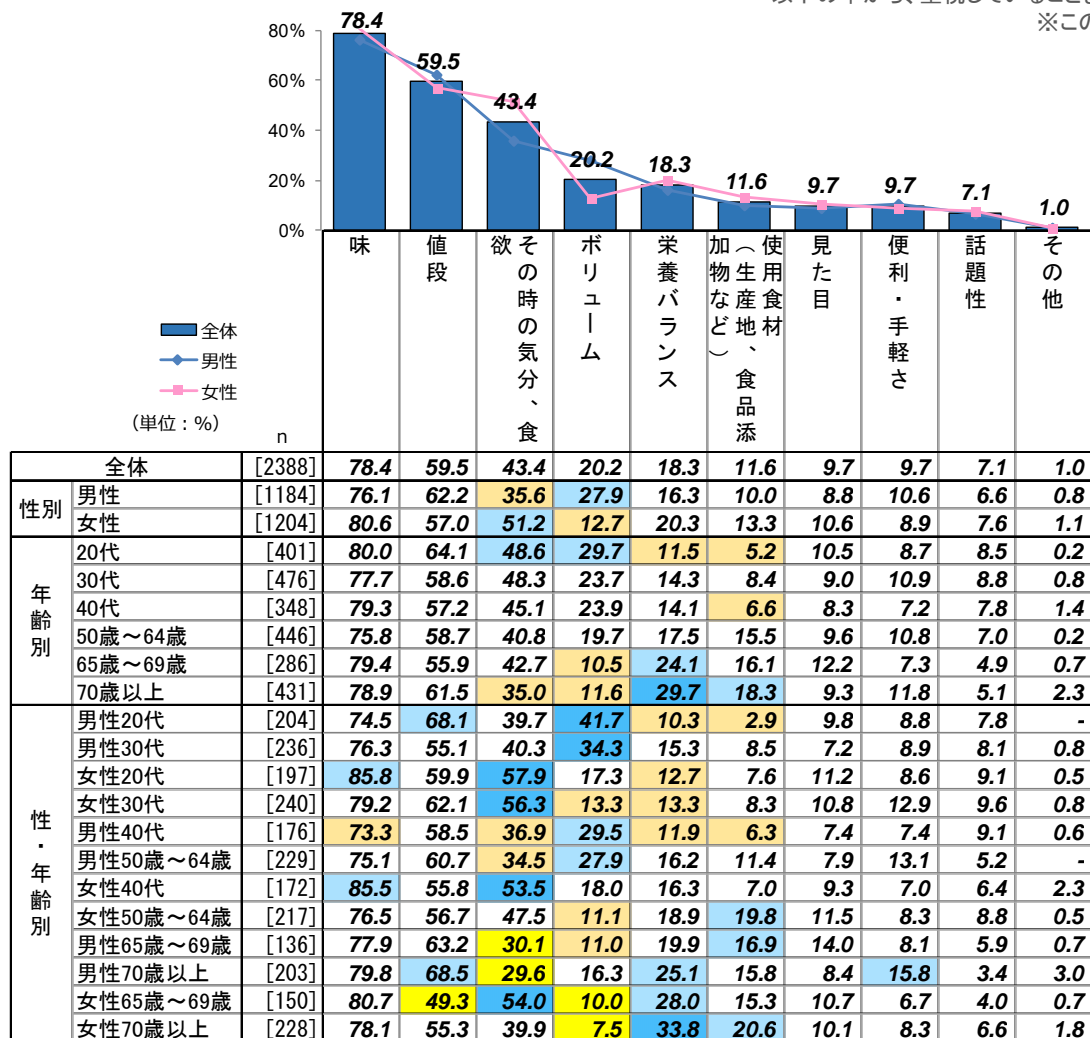
2-5. 中食／外食利用時の考慮ポイント-2)外食利用時に重視していること

- 外食利用者では、「味」が78.4%でトップ、次いで「値段」59.5%、「その時の気分、食欲」43.4%。以下、「ボリューム」「栄養バランス」「使用食材」と続く。
- 「その時の気分、食欲」重視は20代、20代～30代の女性で、「ボリューム」重視は20代、20代～30代の男性で、より強い。一方、65歳以上は「栄養バランス」重視。

外食利用時に重視していること(複数回答->3つまで)

N=Q4.2で「外食利用者」回答者

Q5.あなたは中食や外食を利用するとき、どのようなことを考慮して選んでいますか。
以下の中から、重視していることを中食、外食それぞれ3つ以内でお答えください。
※この設問は、それぞれ縦方向(↓)にお答えください。



※ ■:全体+10ポイント以上 ■:全体+5ポイント以上 ■:全体-5ポイント以下 ■:全体-10ポイント以下

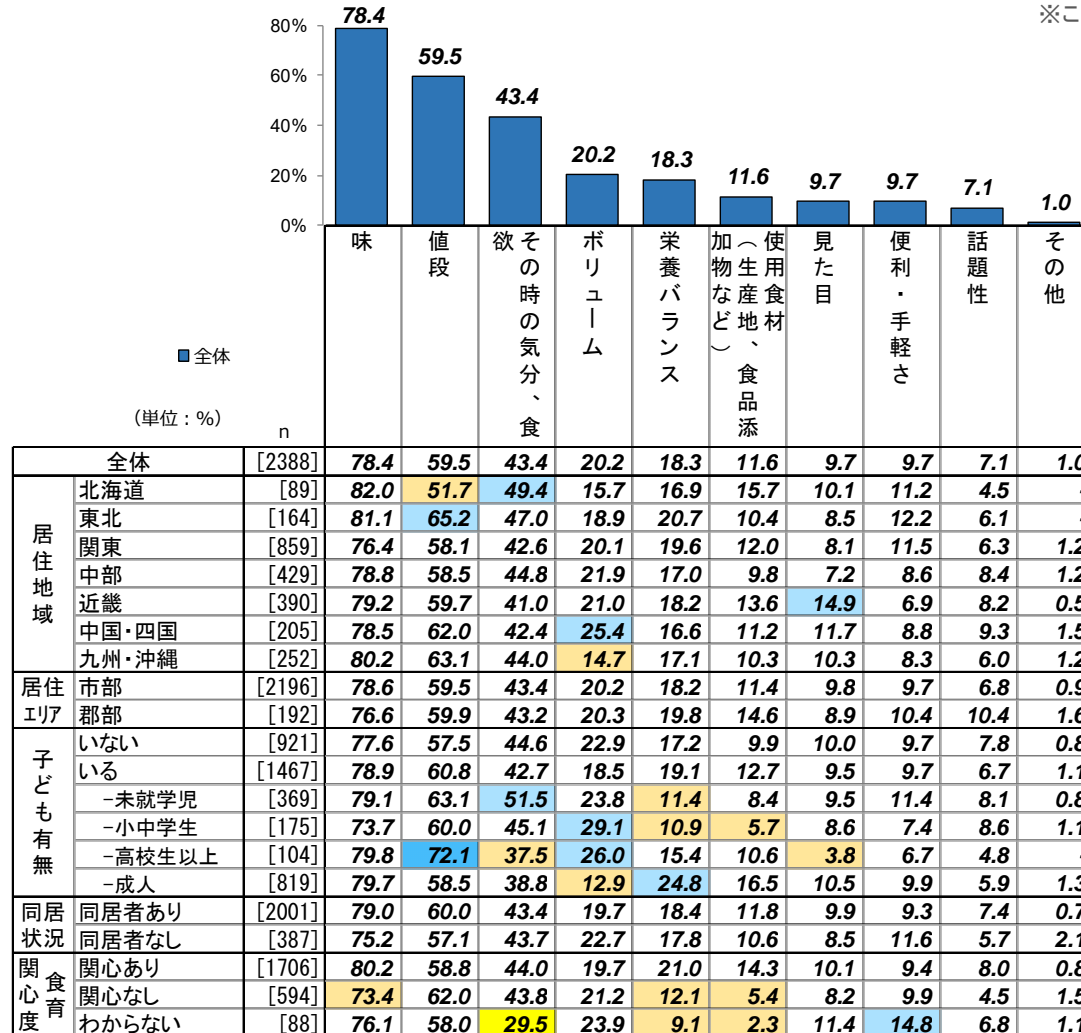
2-5. 中食／外食利用時の考慮ポイント-2)外食利用時に重視していること

- 「値段」は東北、「その時の気分、食欲」は北海道は、「ボリューム」は中国・四国、「見た目」は近畿で、それぞれ目立つ。
- 「値段」は高校生以上のいる層、「ボリューム」は小中学生～高校生以上のいる層で重視されている。

外食利用時に重視していること(複数回答->3つまで)

Q5.あなたは中食や外食を利用するとき、どのようなことを考慮して選んでいますか。
 以下の中から、重視していることを中食、外食それぞれ3つ以内でお答えください。
 ※この設問は、それぞれ縦方向(↓)にお答えください。

N=Q4.2で「外食利用者」回答者



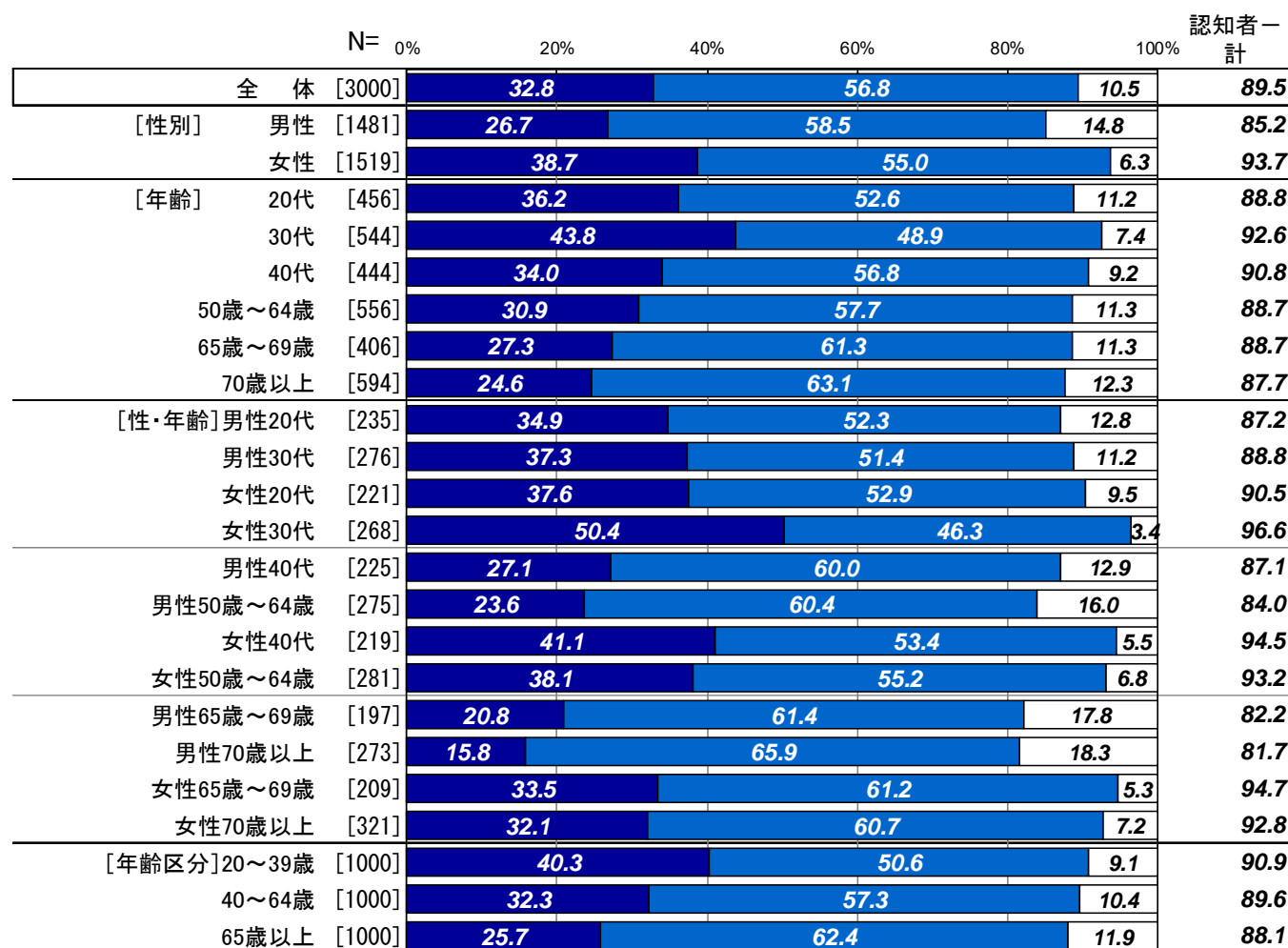
※ ■:全体+10ポイント以上 ■:全体+5ポイント以上 ■:全体-5ポイント以下 ■:全体-10ポイント以下

2-6. 「食育」の認知度

- 「内容を含めて知っている」は32.8%、「言葉は聞いたことがある」は56.8%で、合わせて89.5%は認知者といえる。
- 内容認知率は30代(43.8%)で最も高くなり、特に女性30代では50.4%と高い。全体的に女性の認知度が男性を上回る傾向。
- 20代の内容認知率も36.2%を占め、50歳以上の高年齢層(最高で50歳～64歳の30.9%)よりも高い認知率を示す。

「食育」の認知度(単数回答)

Q6.あなたは「食育」についてご存知ですか。



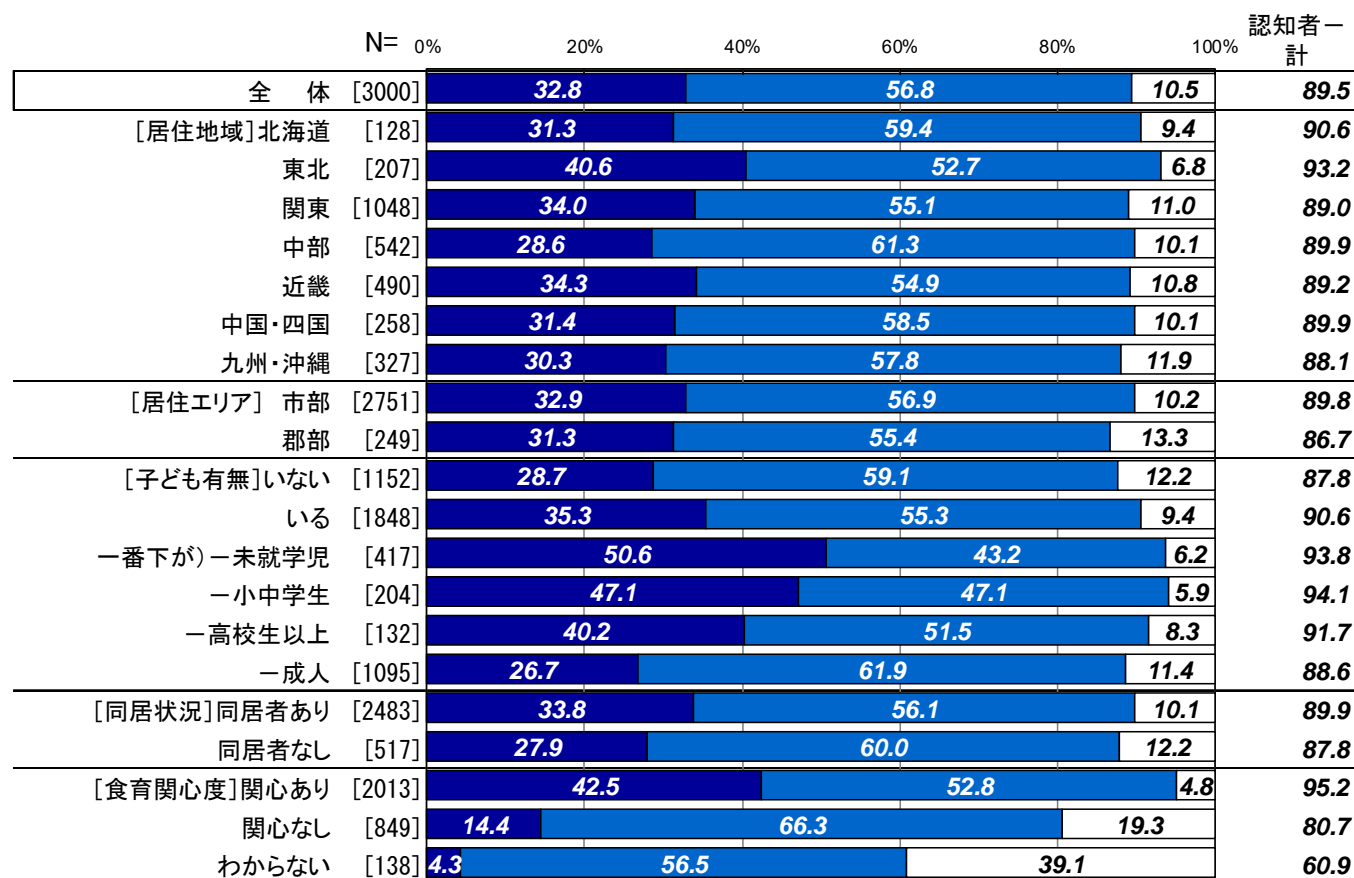
■ 内容を含めて知っている ■ 言葉は聞いたことがある □ 知らなかった

2-6. 「食育」の認知度

- 居住地域別で特に認知率が高いのは、東北の93.2%。
- 内容認知率は、子どものいない層に比べて、いる層で、また、子どもの年齢が低い層ほど高い傾向。未就学児のいる層では50.6%を示す。

「食育」の認知度(単数回答)

Q6.あなたは「食育」についてご存知ですか。



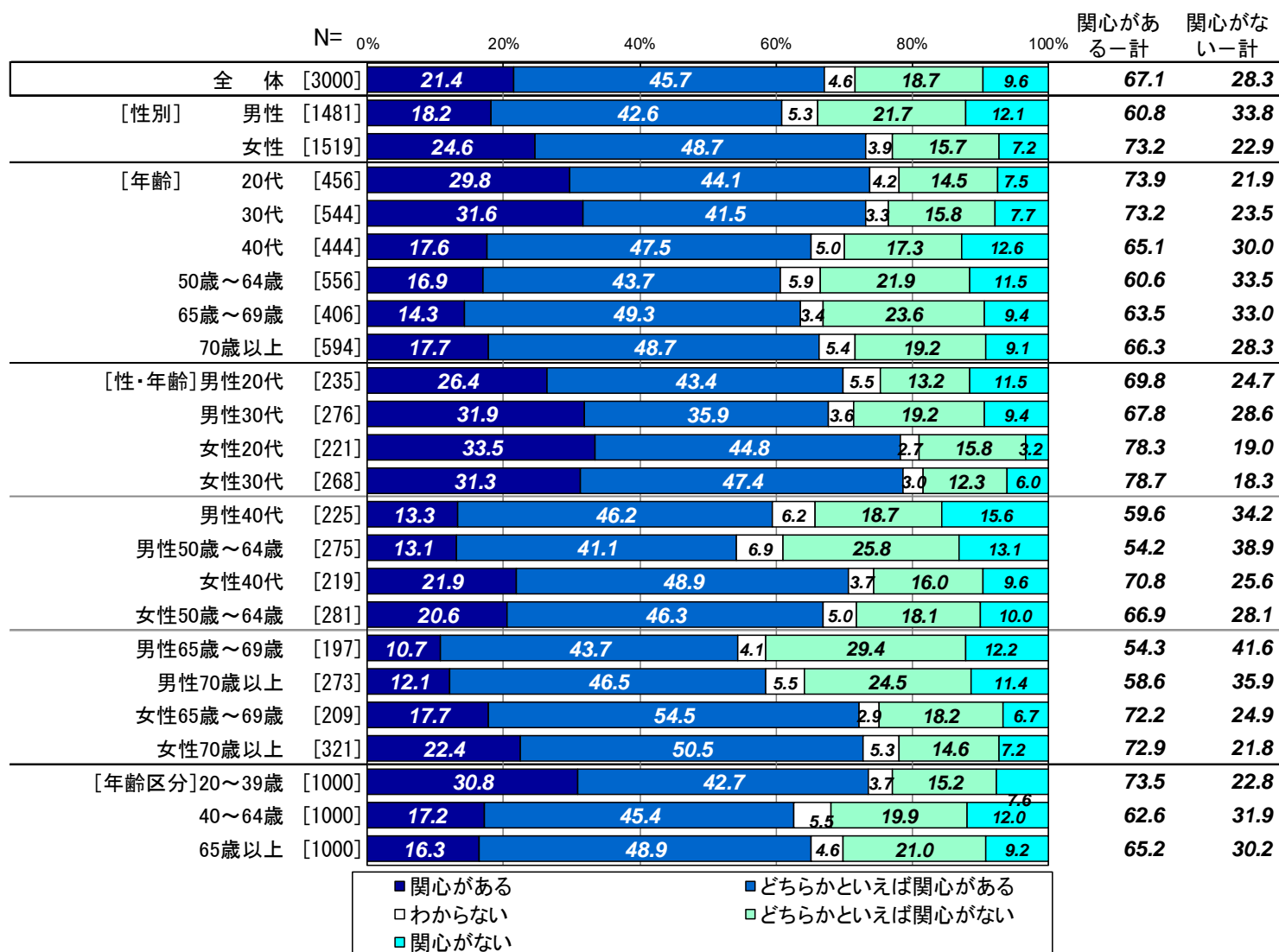
■ 内容を含めて知っている ■ 言葉は聞いたことがある □ 知らなかった

2-7. 「食育」の関心度

- “食育”の説明を文章でした上で、「関心がある」21.4%、「どちらかといえば関心がある」45.7%を合わせて67.1%の関心率。
- 関心率は男性(60.8%)より女性(73.2%)でより高く、年齢区分では20～30代で73.5%と最も高くなる。
- 特に女性20～30代では78%前後の高率。

「食育」の関心度(単数回答)

Q7.あなたは食育に関心がありますか。

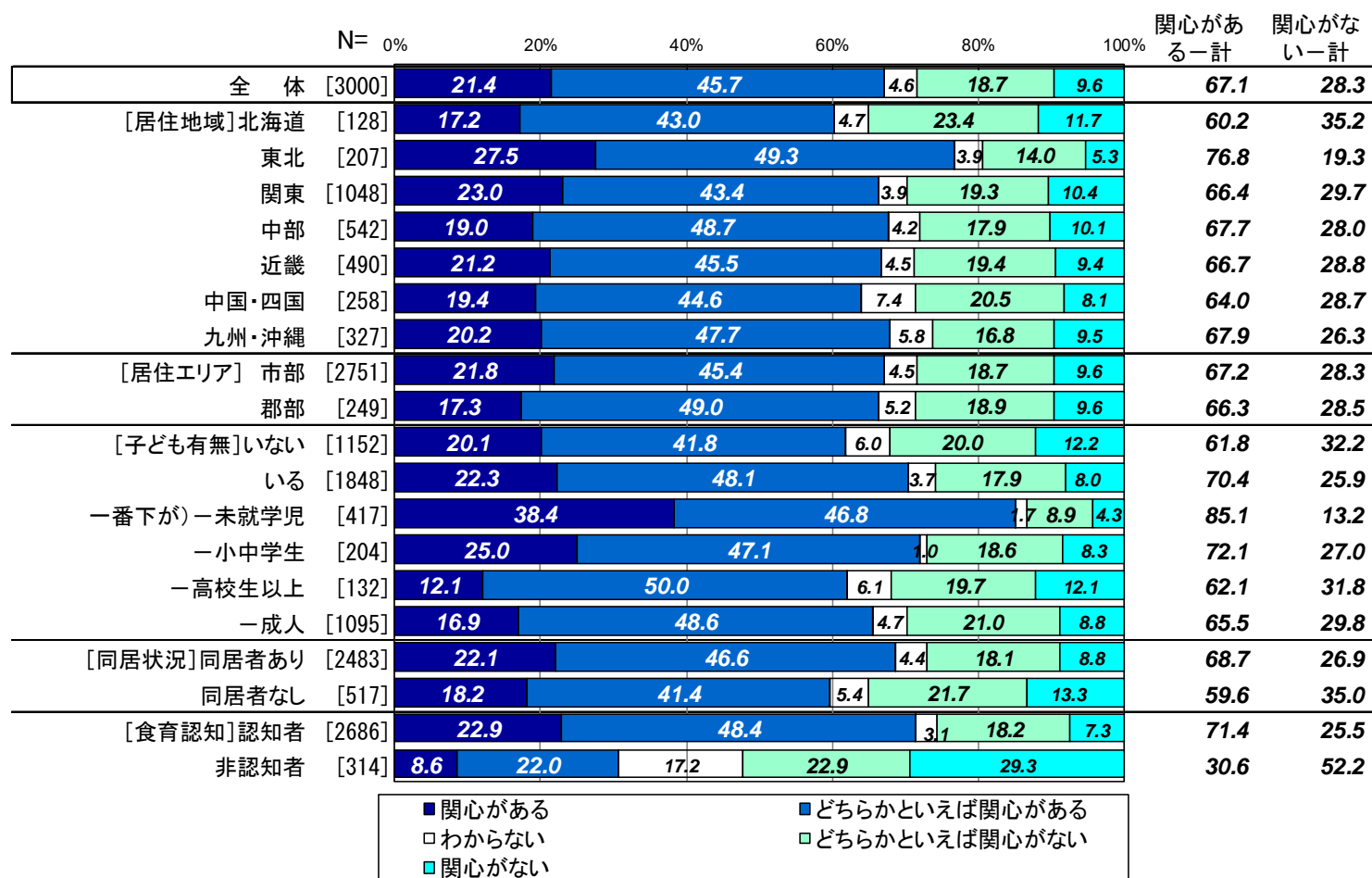


2-7. 「食育」の関心度

- 関心率が高いのは、東北の76.8%。
- 子どものいない層に比べて、いる層で関心率はより高く、また、概ね子どもの年齢が低い層ほど高い傾向。未就学児のいる層では85.1%を示す。

「食育」の関心度(単数回答)

Q7.あなたは食育に関心がありますか。



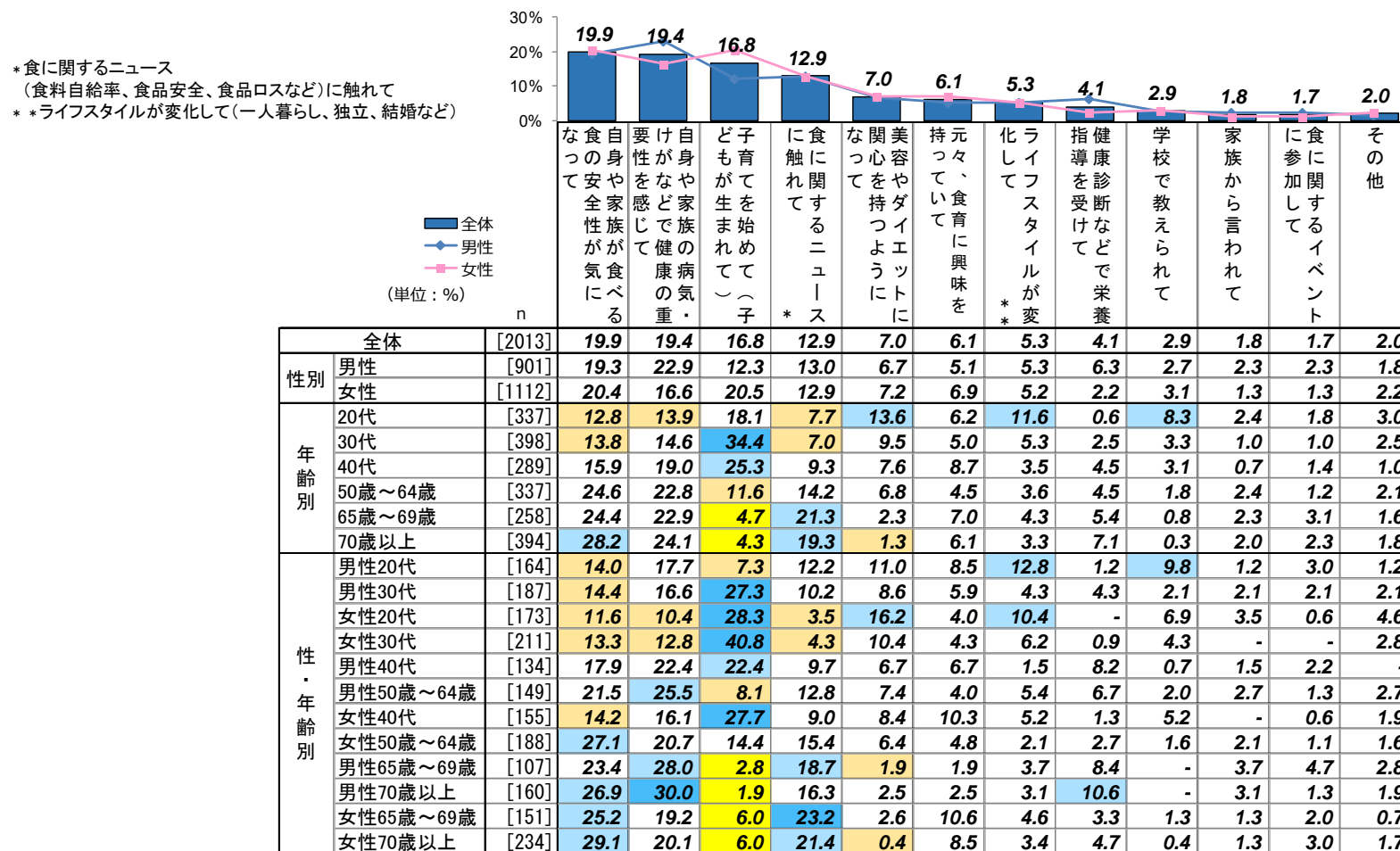
2-8. 食育に関心を持つようになった最も大きいきっかけ

- 19%台の「自身や家族が食べる食の安全性が気になって」「自身や家族の病気・けがなどで健康の重要性を感じて」をトップ2に、以下、「子育てを始め（子どもが生まれて）」16.8%、「食に関するニュースに触れて」12.9%と続く。「学校で教えられて」「食に関するイベントに参加して」はいずれも3%未満。
- 男性30代と女性20～30代で他の年代より高いのは「子育て」、また、男性20代では「ライフスタイルが変化して」「学校で教えられて」が目立つ。

食育に関心を持つようになった最も大きいきっかけ(単数回答)

Q8.あなたが食育に対する関心を持つようになったきっかけを教えてください。最も影響が大きいと思うものをお選びください。

N=Q7で「食育に関心がある」回答者



※ ■:全体+10ポイント以上 ■:全体+5ポイント以上 ■:全体-5ポイント以下 ■:全体-10ポイント以下

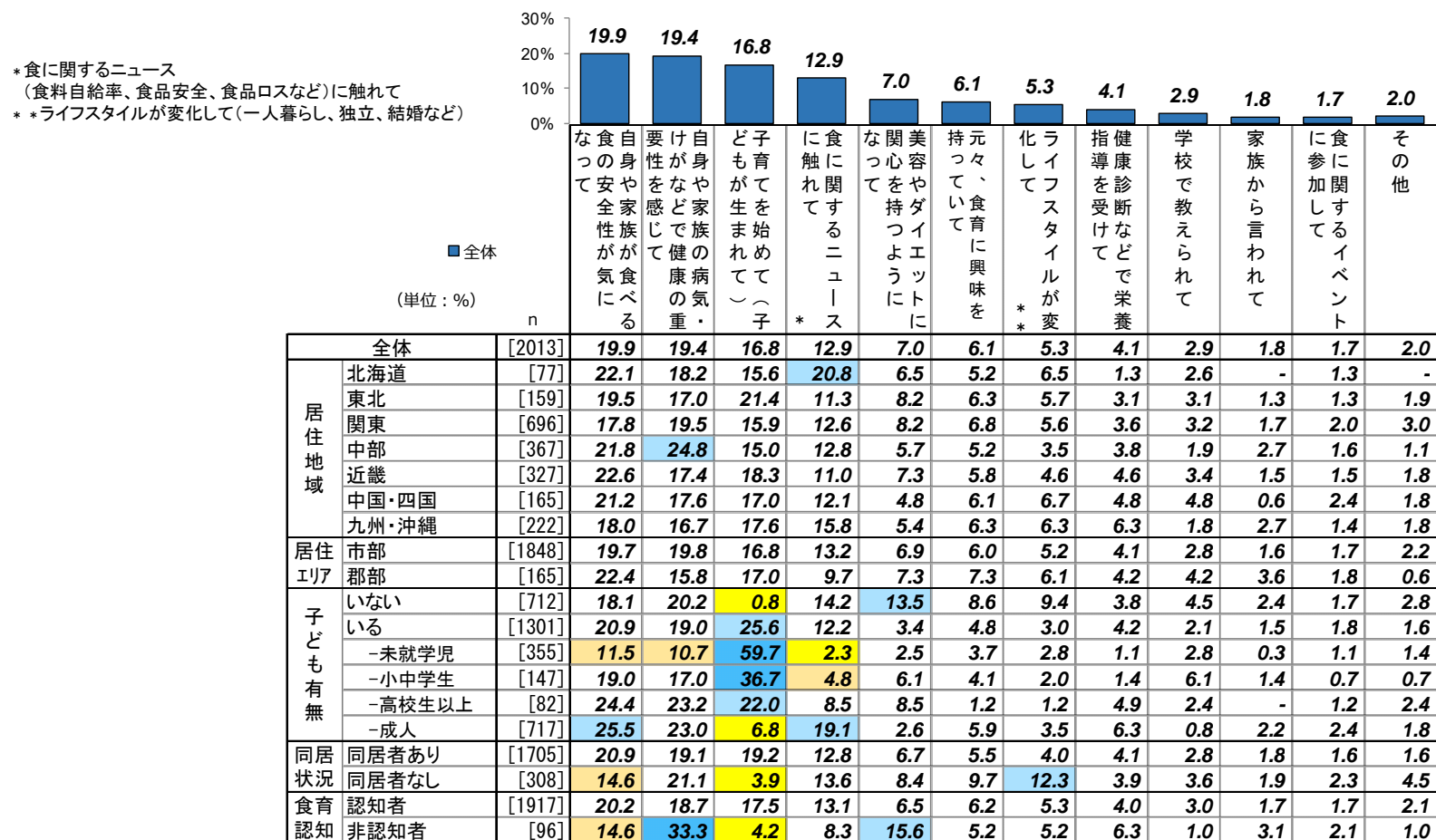
2-8. 食育に関心を持つようになった最も大きいきっかけ

- 「自身や家族の病気・けがなどで健康の重要性を感じて」は中部、「食に関するニュースに触れて」は北海道で、それぞれ高め。
- 未就学児のいる層、小中学生のいる層では、「子育て」きっかけが目立つ。

食育に関心を持つようになった最も大きいきっかけ(単数回答)

Q8.あなたが食育に対する関心を持つようになったきっかけを教えてください。最も影響が大きいと思うものをお選びください。

N=Q7で「食育に関心がある」回答者



※ ■: 全体+10ポイント以上 ■: 全体+5ポイント以上 ■: 全体-5ポイント以下 ■: 全体-10ポイント以下

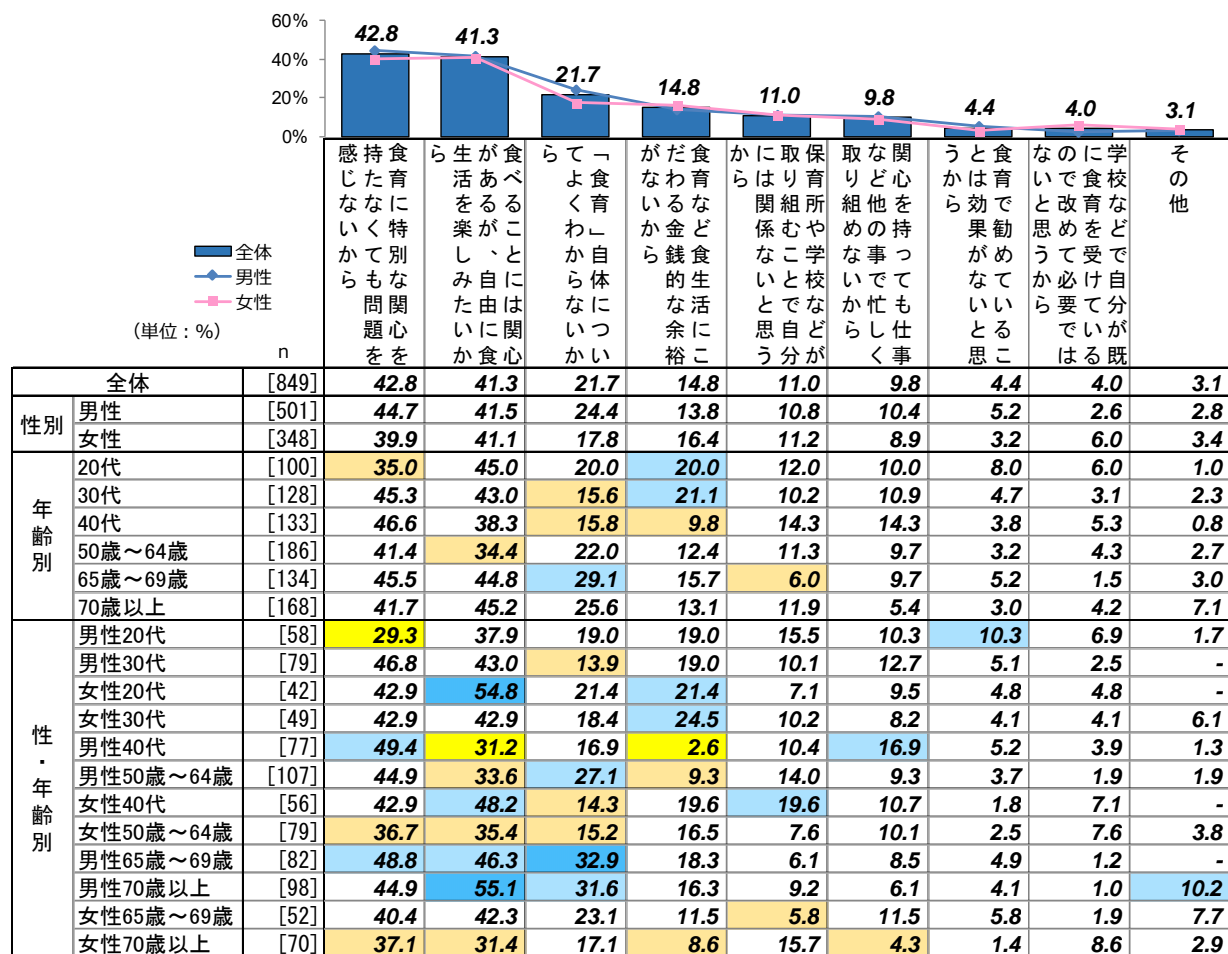
2-9. 食育に関心がない理由

- 「食育に特別な関心を持たなくても問題を感じないから」「食べることに興味があるが、自由に食生活を楽しみたいから」が4割超でトップ2。以下、差があって、「食育など食生活にこだわる金銭的な余裕がないから」「食育など食生活にこだわる金銭的な余裕がないから」。
- 20～30代では、「食育など食生活にこだわる金銭的な余裕がないから」が他の年代より高い傾向、特に女性20代が目立つ。

食育に関心がない理由(複数回答->3つまで)

Q9.あなたが食育にあまり関心を持たないのは主にどのような理由からでしょうか。最も近いと思うものを3つ以内でお選びください。(3つまで)

N=7で「食育に関心がない」回答者



※ ■:全体+10ポイント以上 ■:全体+5ポイント以上 ■:全体-5ポイント以下 ■:全体-10ポイント以下

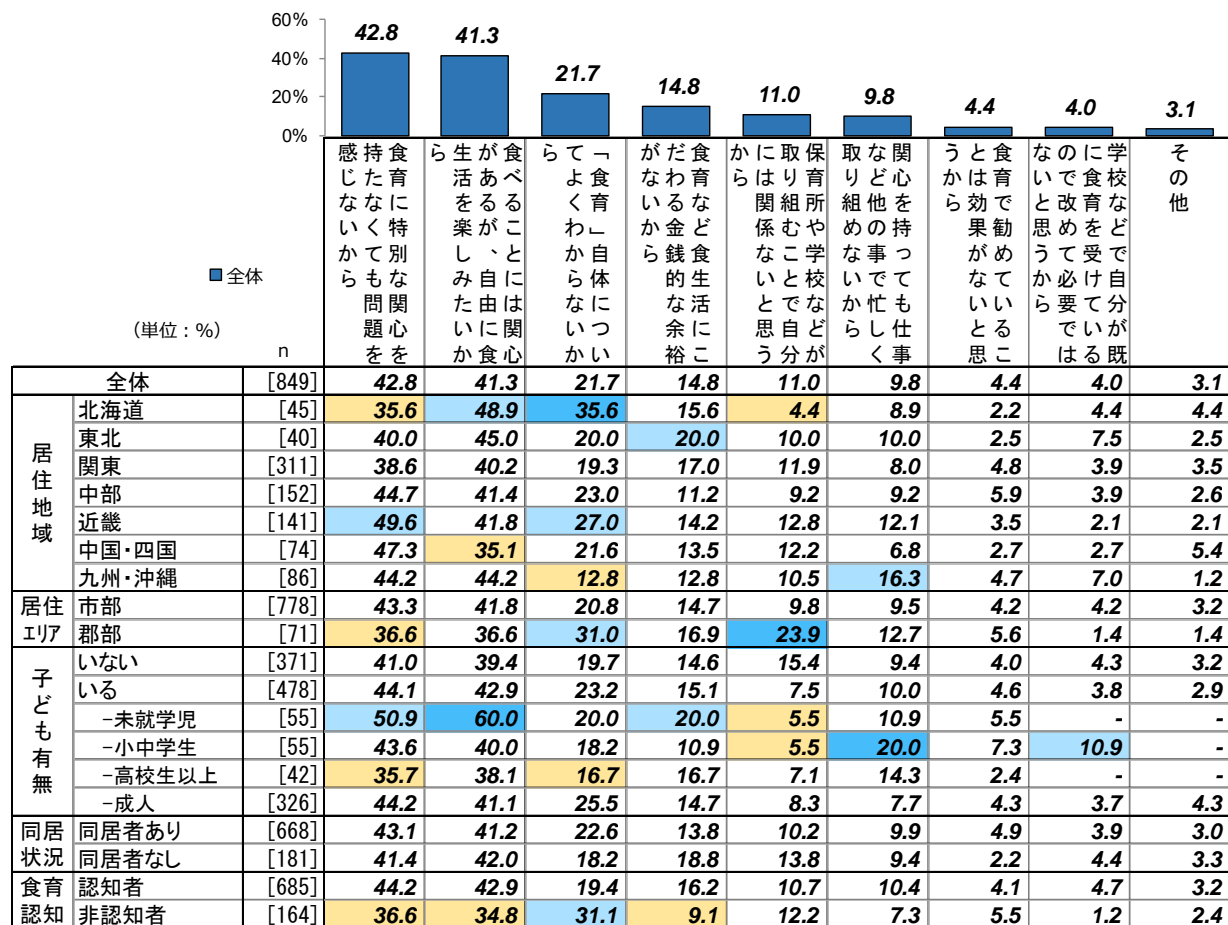
2-9. 食育に関心がない理由

- 「食育など食生活にこだわる金銭的な余裕がないから」は北海道、近畿、「食育など食生活にこだわる金銭的な余裕がないから」は東北で、目立つ。
- 市部に比べて郡部では、「よくわからない」と「保育所や学校などが取り組むことで自分には関係ないと思うから」が高い傾向。
- 未就学児のいる層では、「食べることに興味があるが、自由に食生活を楽しみたいから」が6割、また、「金銭的な余裕なし」も他より高い。

食育に関心がない理由(複数回答->3つまで)

Q9.あなたが食育にあまり関心を持たないのは主にどのような理由からでしょうか。最も近いと思うものを3つ以内でお選びください。(3つまで)

N=Q7で「食育に関心がない」回答者



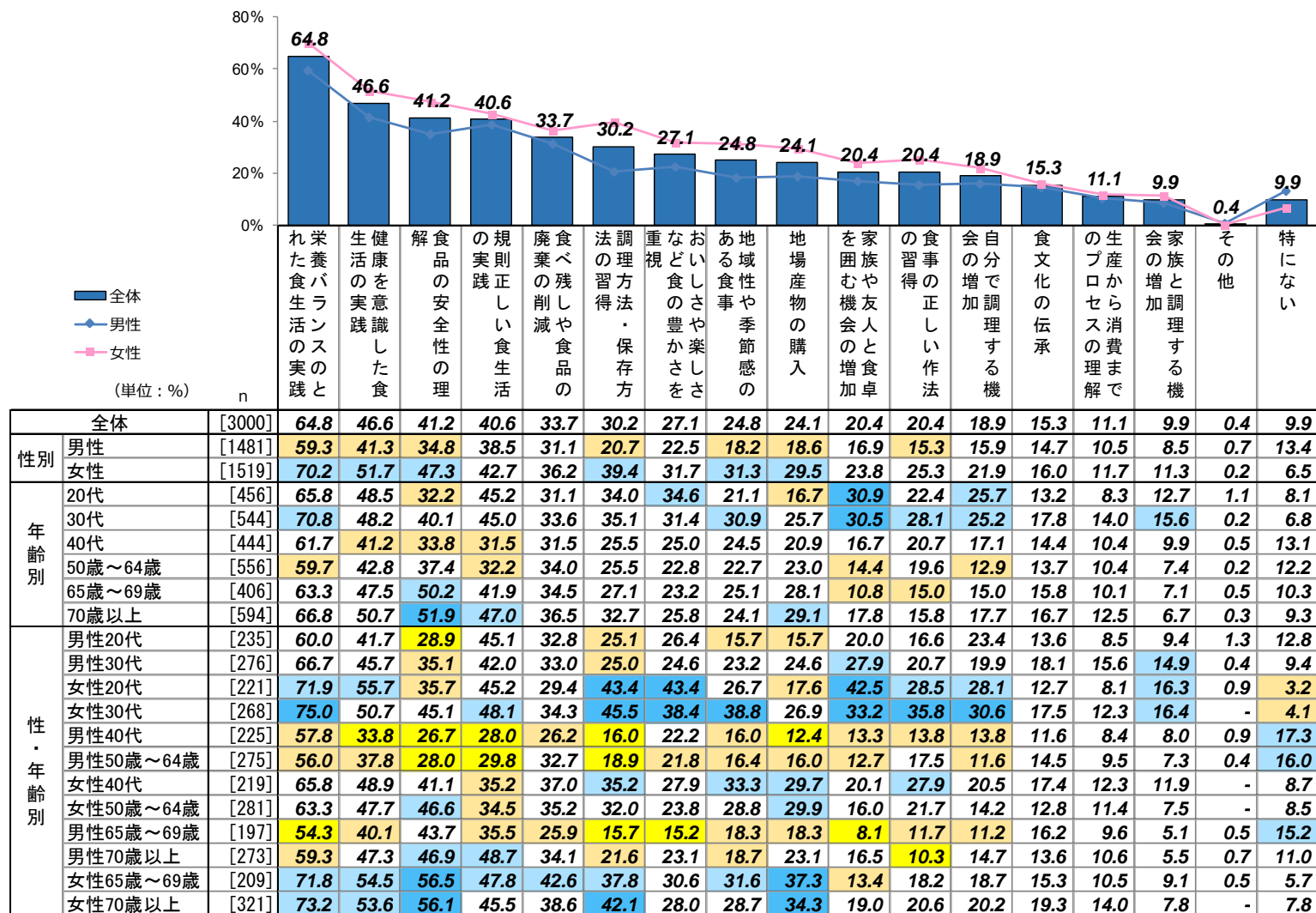
※ ■:全体+10ポイント以上 ■:全体+5ポイント以上 ■:全体-5ポイント以下 ■:全体-10ポイント以下

2-10. 関心を持つ食育に関する取組

- 「栄養バランスのとれた食生活の実践」64.8%がトップ、以下、4割台で「健康を意識した食生活の実践」「食品の安全性の理解」「規則正しい食生活の実践」、3割台で「食べ残しや食品の廃棄の削減」「調理方法・保存方法の習得」が続く。
- 20～30代で関心が比較的高いのは「家族や友人と食卓を囲む機会の増加」「自分で調理する機会の増加」。30代では「地域性や季節感のある食事」も。

関心を持つ食育に関する取組（複数回答）

Q10. 以下のような食育に関する取組のうち、関心のあるものをお選びください。（いくつでも）



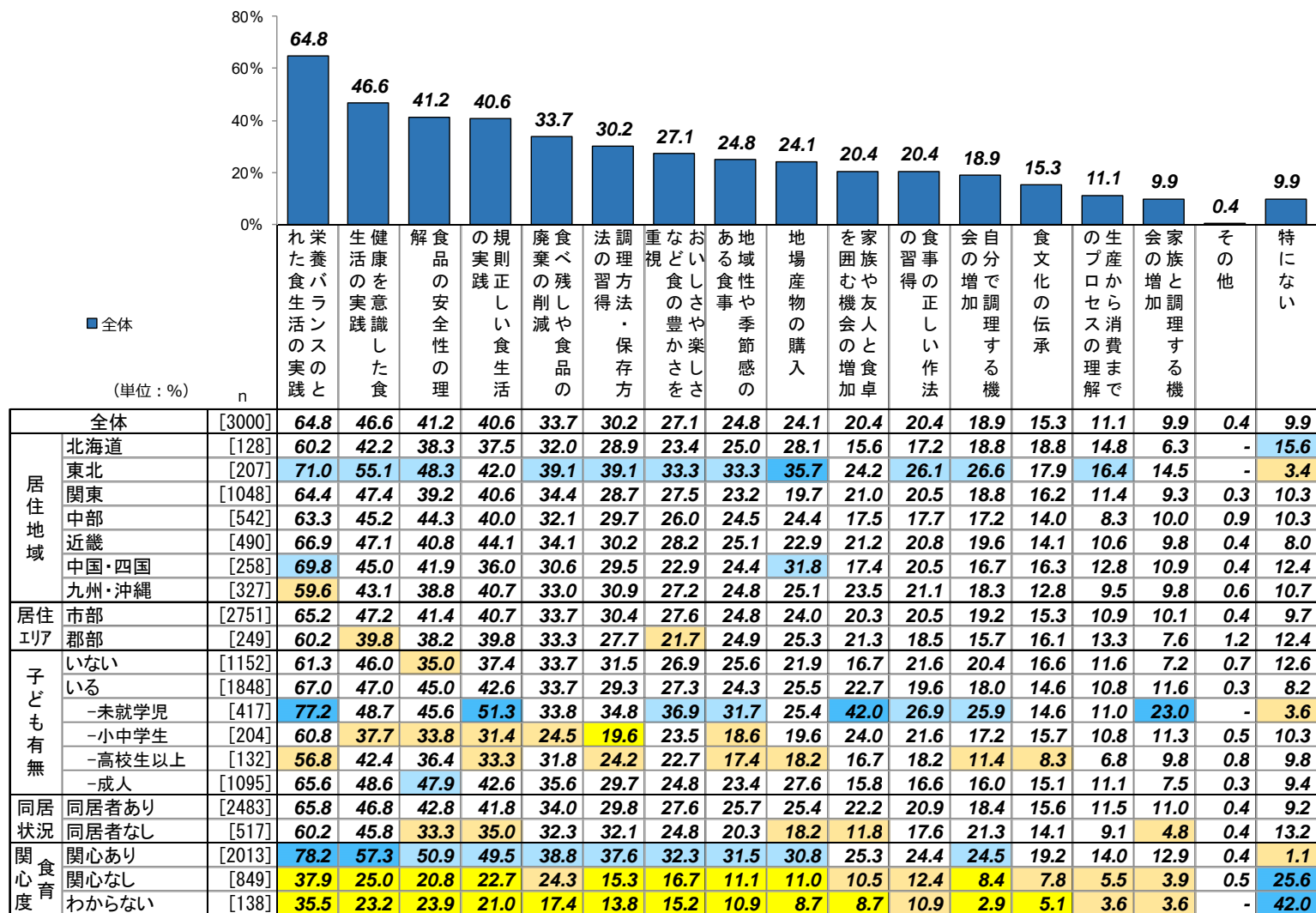
※ ■: 全体+10ポイント以上 ■: 全体+5ポイント以上 ■: 全体-5ポイント以下 ■: 全体-10ポイント以下

2-10. 関心を持つ食育に関する取組

- 東北では、他の居住地域に比べて、多くの取り組みに対する関心度が高い傾向。
- 未就学児のいる層で比較的高いのは、「規則正しい食生活の実践」「地域性や季節感のある食事」「家族や友人と食卓を囲む機会の増加」「食事の正しい作法の習得」「自分で調理する機会の増加」「家族と調理する機会の増加」など、食生活の“規範”と手作りや団らんの“機会の創出”といえそう。

関心を持つ食育に関する取組（複数回答）

Q10. 以下のような食育に関する取組のうち、関心のあるものをお選びください。（いくつでも）



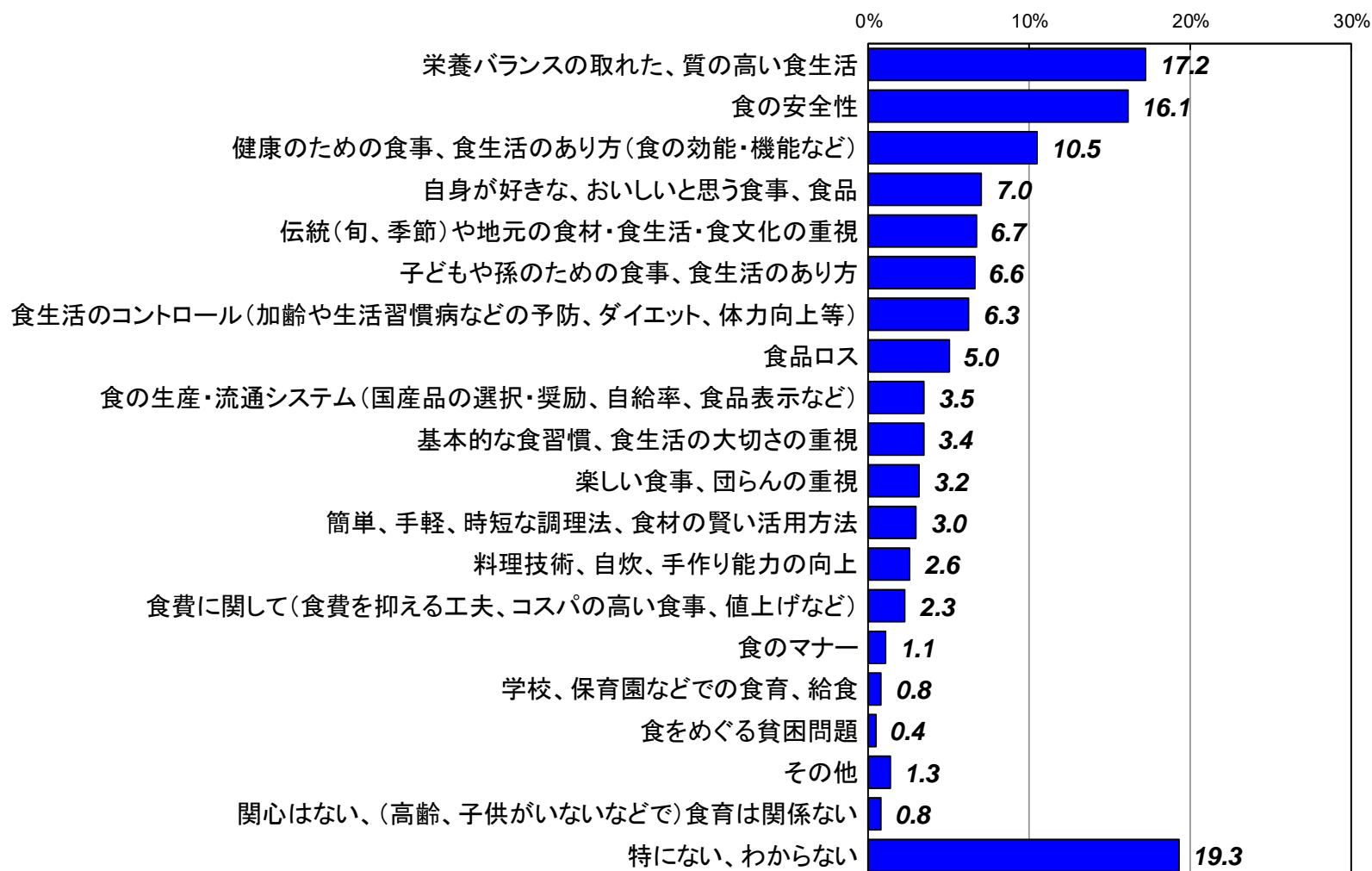
※ ■:全体+10ポイント以上 ■:全体+5ポイント以上 ■:全体-5ポイント以下 ■:全体-10ポイント以下

2-11. 食や食育について、現在関心を持つ事柄

- 関心事としては、「栄養バランスの取れた、質の高い食生活」「食の安全性」「健康のための食事、食生活のあり方(食の効能・機能など)」が上位。
- 「伝統(旬、季節)や地元の食材・食生活・食文化の重視」に関する関心も上位に。
また、社会的な食の関心事として、「食品ロス」「食の生産・流通システム」も。

食や食育について、現在関心を持つ事柄 (自由回答⇒複数回答)

Q11. 食や食育について、あなたが今一番関心のあることは何ですか。(ご自由にお書きください)



2-11. 食や食育について、現在関心を持つ事柄

■ 自由回答の例は以下の通り。

食や食育について、現在関心を持つ事柄（自由回答⇒複数回答）

● 栄養バランスの取れた、質の高い食生活

- 主人が単身赴任なので、外食中心で食生活にかたよりのあるのが心配。
- 健康に気を配ったバランスの良い食事を、家族と楽しんで取る事。
- 食品の効能や効果などとても興味があり、バランスの良い食事を心がけている。
- 栄養のバランスがよい食生活を現代の忙しいライフスタイルにおいて如何にして実践・維持をしていくのか。
- 最近の食事ではカロリーばかりで他の栄養素が足りないという記事が多く感じるため。

● 食の安全性

- 子どもたちの食の安全とファーストフードの増加。
- 安全、安心な食品で家族の健康を守ることで、地域の生産者に貢献したい。
- 最近の食物の安全性が疑問があるものが多く、良く説明などを見てから食材を購入する様にしている。
- 安全な素材、添加物の有無、農薬不使用。種子法の影響で日本のお米が汚染されないか不安。F1の野菜、肉は食べたくない。

● 健康のための食事、食生活のあり方(食の効能・機能など)

- 個人の体の特徴に合わせた食生活の在り方。特に、個人の遺伝子レベルでの特徴に合わせた、オーダーメイド食生活のサービス。
- 食べ物による子供の成長に関する統計などが知りたい。
- 毎日作っている食事が栄養面や健康面でどのような作用があるのかが知りたい。

Q11. 食や食育について、あなたが今一番関心のあることは何ですか。(ご自由にお書きください)

● 伝統(旬、季節)や地元の食材・食生活・食文化の重視

- 地方によって、美味しいものがたくさんあるのでそれらに出会い、食べて感動すること！
- 日本の四季の旬を通じ、日本の食の意義と楽しみ方を理解し、そして感謝の念を抱きたい。
- 世代が代わっても伝統、食文化、を残してゆきたい。
- なるべく地元の物や旬の食材を食べるようにしている。

● 食品ロス

- 食品ロスをできるだけしないこと。バイキングでの食べ残しはNG。孫たちにも外食や自宅でも「自分が食べられる分だけ」を言い聞かせてます。
- 食料にかかわる人々への感謝や食べ物自体の大切さ、無駄にはいけないということについて関心が強いと思う。
- 食品の廃棄が世界でも上位になっている現実と国内消費が輸入に頼らなければ成り立たない現実のギャップを幼児教育から勤めるべき時期ではないか。
- クリスマスケーキや恵方巻などの、食品の大量製造、大量廃棄。

● 食の生産・流通システム(国産品の選択・奨励、自給率、食品表示など)

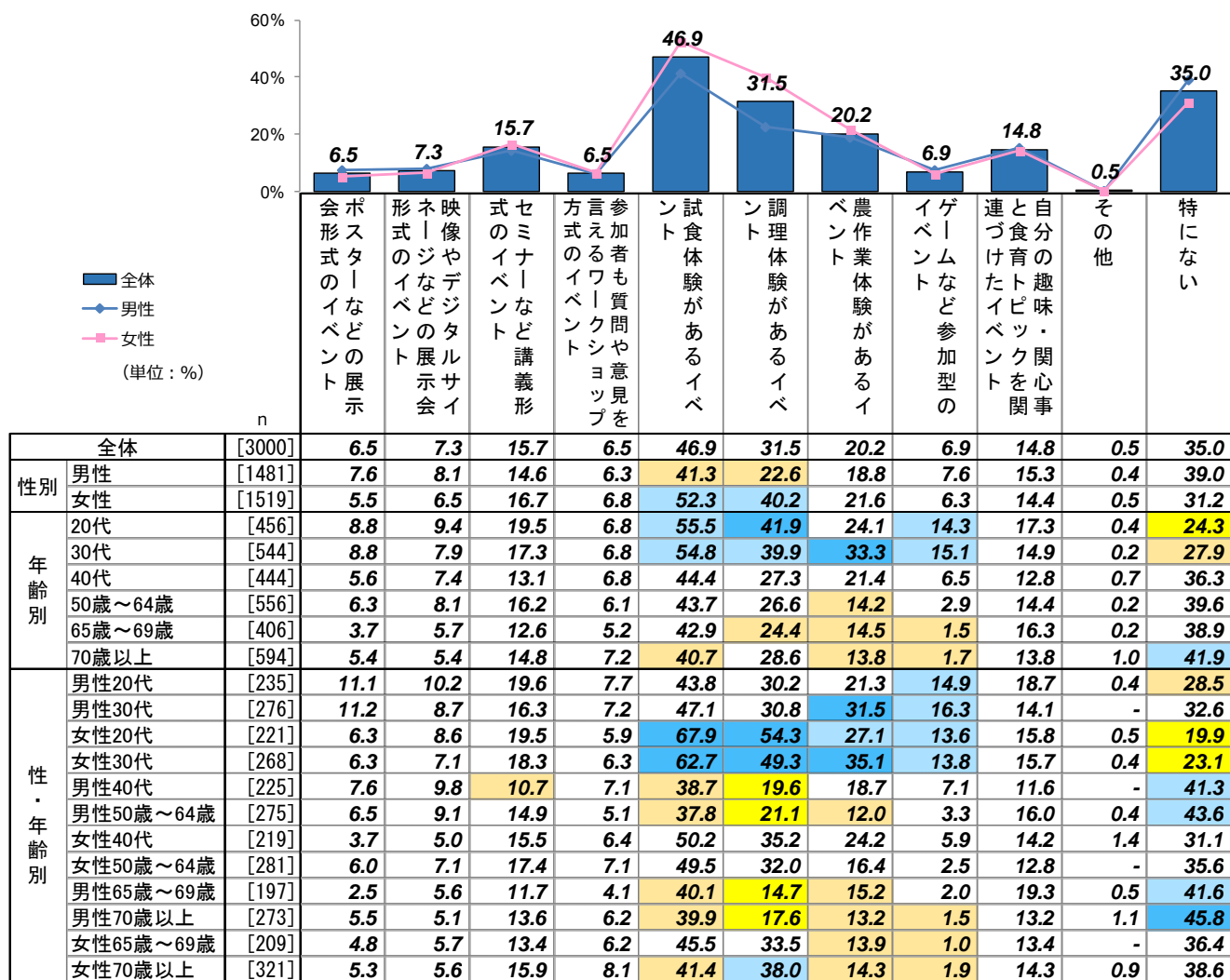
- 国内生産された農産物や、居住地域で作られた農産物を積極的に消費すること。
- 食品生産が工場生産化されて手作りの食べ物を食べる機会が少しずつ失われてきている気がする。また食を軽んじる人が多く、食に携わる仕事をしている方々の社会的評価がとても低いことが悲しいです。
- 自給率の向上(輸入品に頼らないで国産品で自給できるようにすること)

2-12. 参加してみたい食育に関するイベント

- 【展示】【講義】形式よりも、【体験】型イベントが高評価(「試食体験」46.9%、「調理体験」31.5%、「農業体験」20.2%)。
- 「自分の趣味・関心事と食育トピックを関連づけたイベント」は14.8%にとどまる。
- 【体験】型イベントの支持は、20~30代、特に女性20~30代で高い。「ゲームなど参加型のイベント」もこれらの世代で支持されている。

参加してみたい食育に関するイベント(複数回答)

Q12.あなたが参加してみたいと思う食育に関するイベントを以下の中からお選びください。(いくつでも)



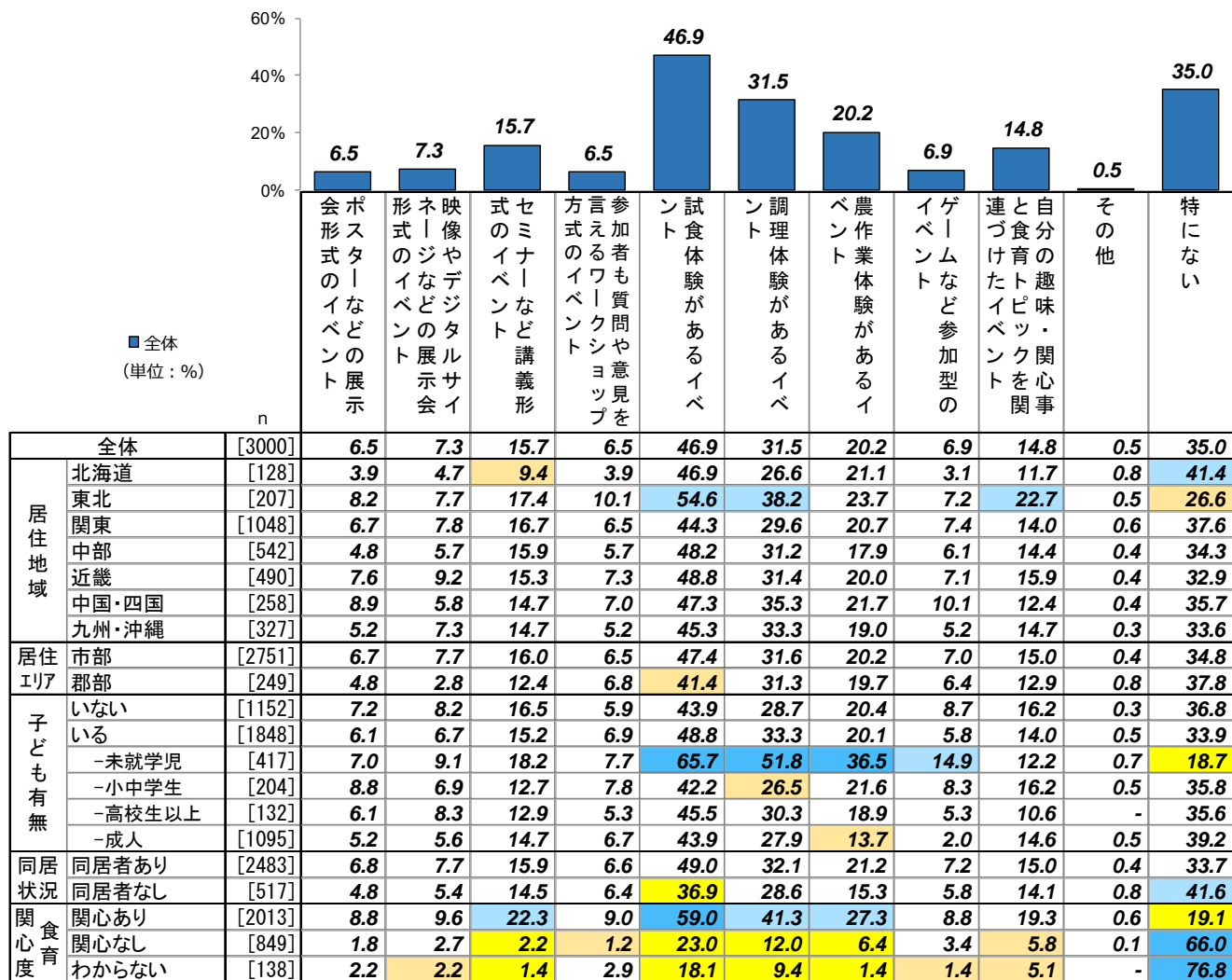
※ ■:全体+10ポイント以上 ■:全体+5ポイント以上 ■:全体-5ポイント以下 ■:全体-10ポイント以下

2-12. 参加してみたい食育に関するイベント

- 未就学児のいる層では、【体験】型イベントと「ゲームなど参加型のイベント」が高評価。
- 【体験】型イベントは、東北でも比較的高い。

参加してみたい食育に関するイベント(複数回答)

Q12.あなたが参加してみたいと思う食育に関するイベントを以下の中からお選びください。(いくつでも)



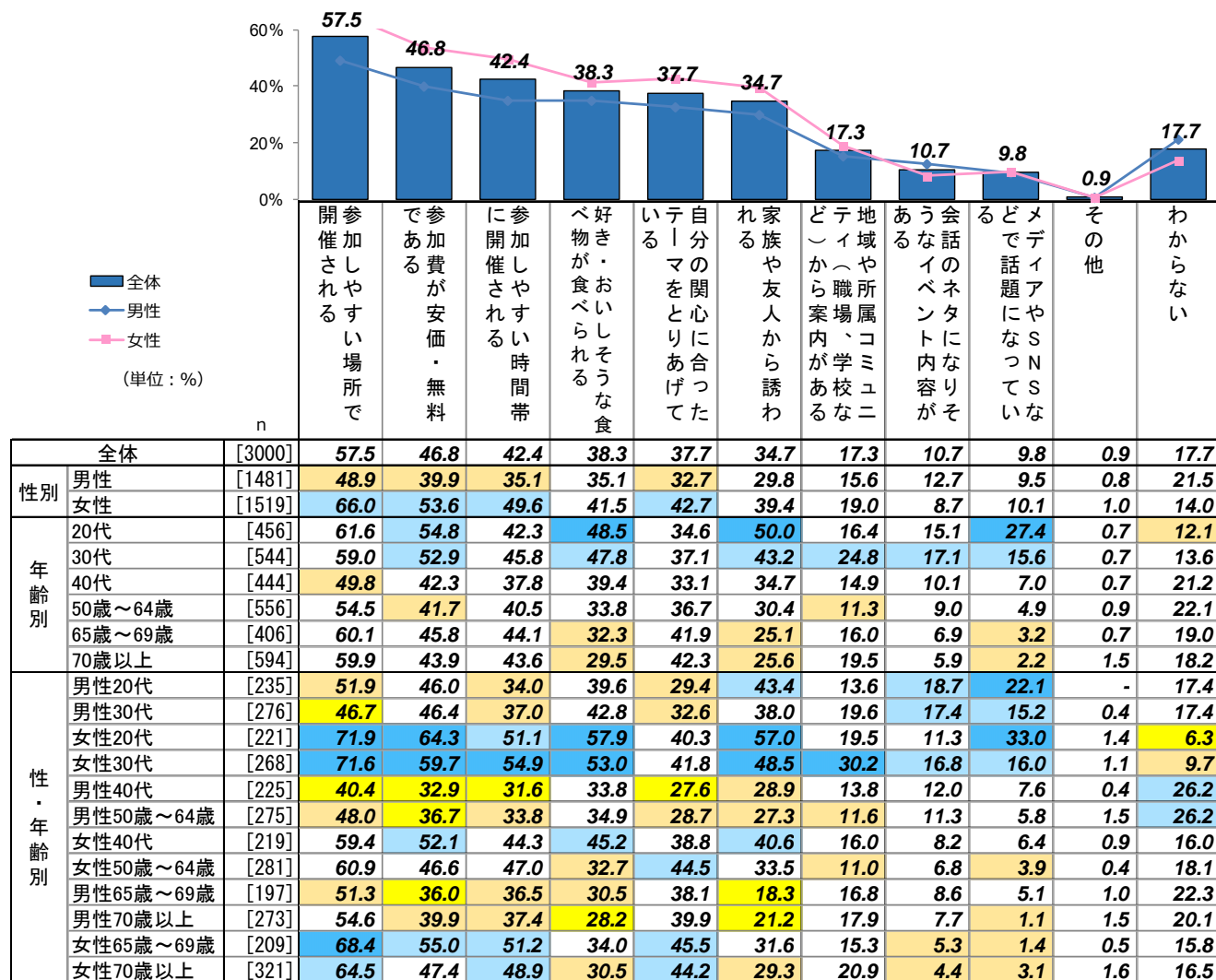
※ ■:全体+10ポイント以上 ■:全体+5ポイント以上 ■:全体-5ポイント以下 ■:全体-10ポイント以下

2-13. 食育イベントに参加する気持ちを持つ条件

- 「参加しやすい場所で開催」が57.5%で最も多く、「参加費が安価・無料」「参加しやすい時間帯に開催」が4割台で続く。「好き・おいしそうな食べ物が食べられる」は38.3%、「自分の関心に合ったテーマをとりあげている」は37.7%と4割弱。「メディアやSNSなどで話題」は9.8%にとどまる。
- 20～30代で比較的高い条件は、「参加費が安価・無料」「好き・おいしそうな食べ物が食べられる」「家族・友人からの誘い」「メディアやSNSなどで話題」。

食育イベントに参加する気持ちを持つ条件(複数回答)

Q13. 前問のような食育に関するイベントに参加する気持ちになるとしたら、どのような条件が満たされた場合ですか。以下よりお選びください。(いくつでも)



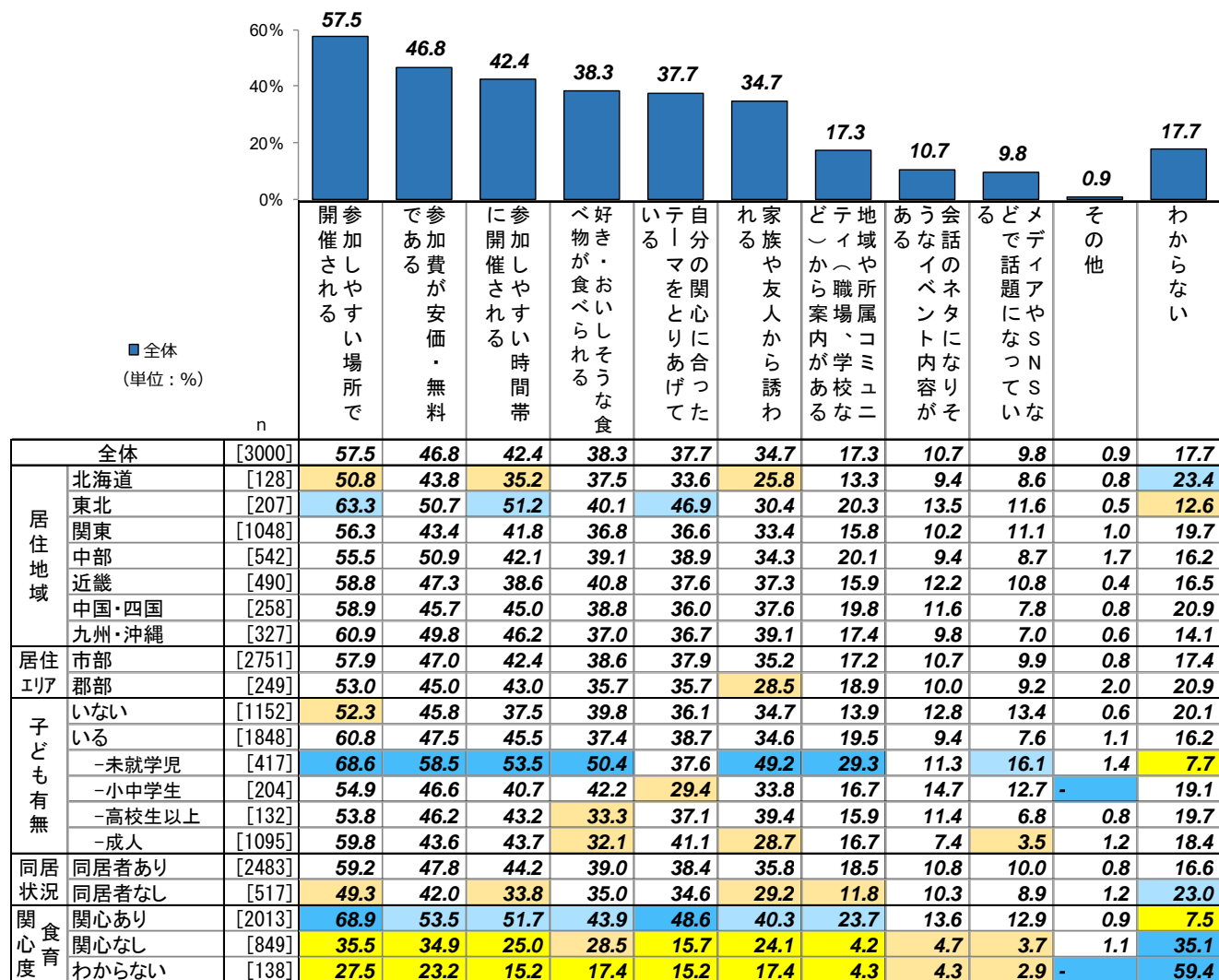
※ ■: 全体+10ポイント以上 ■: 全体+5ポイント以上 ■: 全体-5ポイント以下 ■: 全体-10ポイント以下

2-13. 食育イベントに参加する気持ちを持つ条件

- 未就学児のいる層で比較的高い条件は、「参加しやすい場所」「参加費が安価・無料」「参加しやすい時間帯」「好き・おいしそうな食べ物が食べられる」「家族・友人からの誘い」「地域や所属コミュニティ(職場、学校など)から案内」。

食育イベントに参加する気持ちを持つ条件(複数回答)

Q13. 前問のような食育に関するイベントに参加する気持ちになるとしたら、どのような条件が満たされた場合ですか。以下よりお選びください。(いくつでも)



※ ■: 全体+10ポイント以上 ■: 全体+5ポイント以上 ■: 全体-5ポイント以下 ■: 全体-10ポイント以下

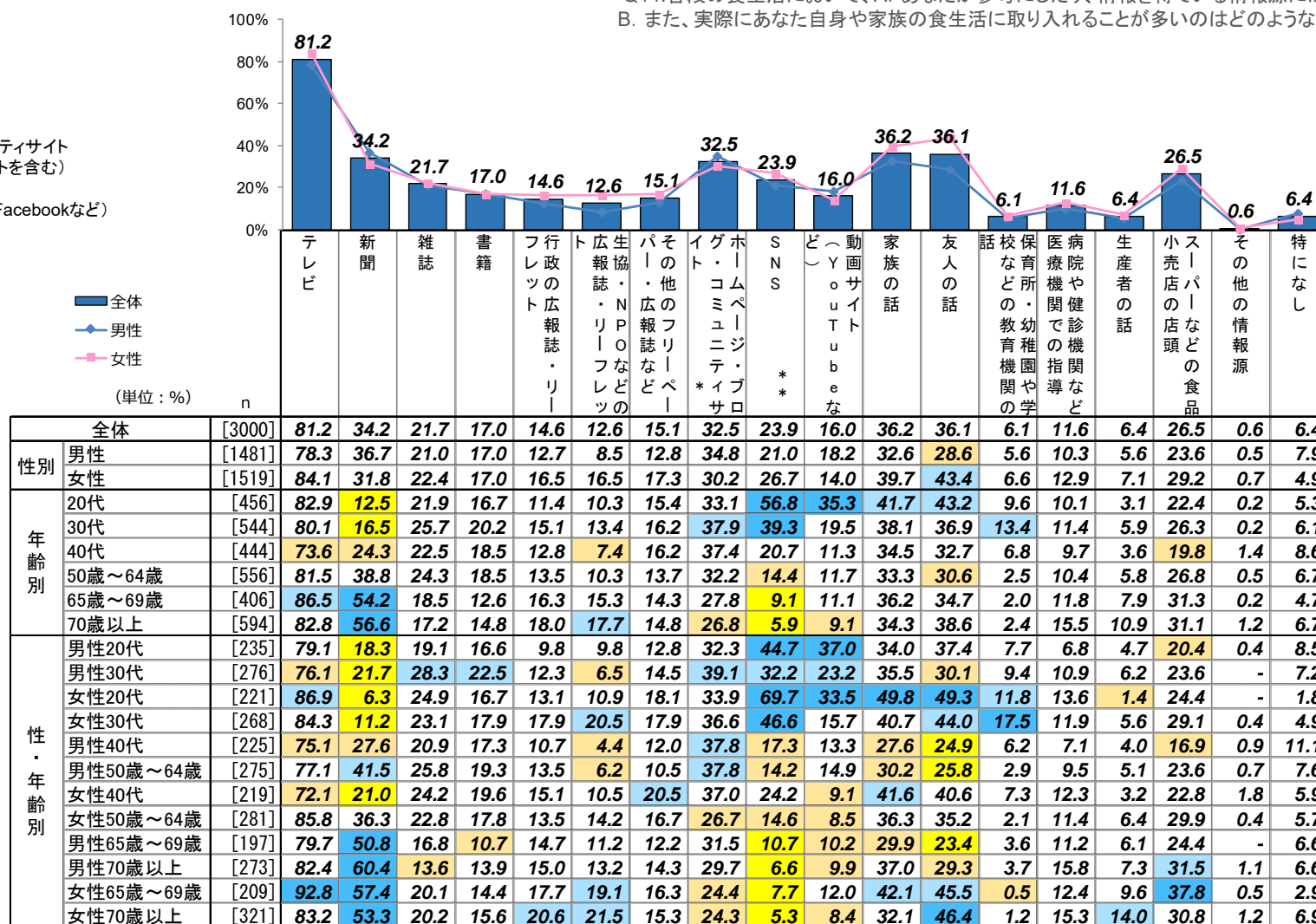
2-14. 食生活における情報源-1) 普段よく見聞きするもの

- 「テレビ」81.2%が圧倒的で、次いで「家族」「友人」の話が36%台、「新聞」34.2%、「ホームページ・ブログ・コミュニティサイト」が32.5%。
- 20～30代では、「テレビ」を除くと「SNS」が強力な情報源であり、また、20代、男性20～30代では「動画サイト」も上位に。女性20～30代では、口コミ（「家族」「友人」の話）と「保育所・幼稚園や学校などの教育機関の話」も高い。

普段よく見聞きする食生活における情報源（複数回答）

Q14. 普段の食生活において、A. あなたが参考にしたり、情報を得ている情報源にはどんなものがありますか。
B. また、実際にあなた自身や家族の食生活に取り入れることが多いのはどのような情報源からの情報ですか。

* ホームページ・ブログ・コミュニティサイト
(各種口コミサイト、レシピサイトを含む)
※ 発信主体を問わない
* * SNS (Twitter, Instagram, Facebookなど)



※ ■: 全体+10ポイント以上 ■: 全体+5ポイント以上 ■: 全体-5ポイント以下 ■: 全体-10ポイント以下

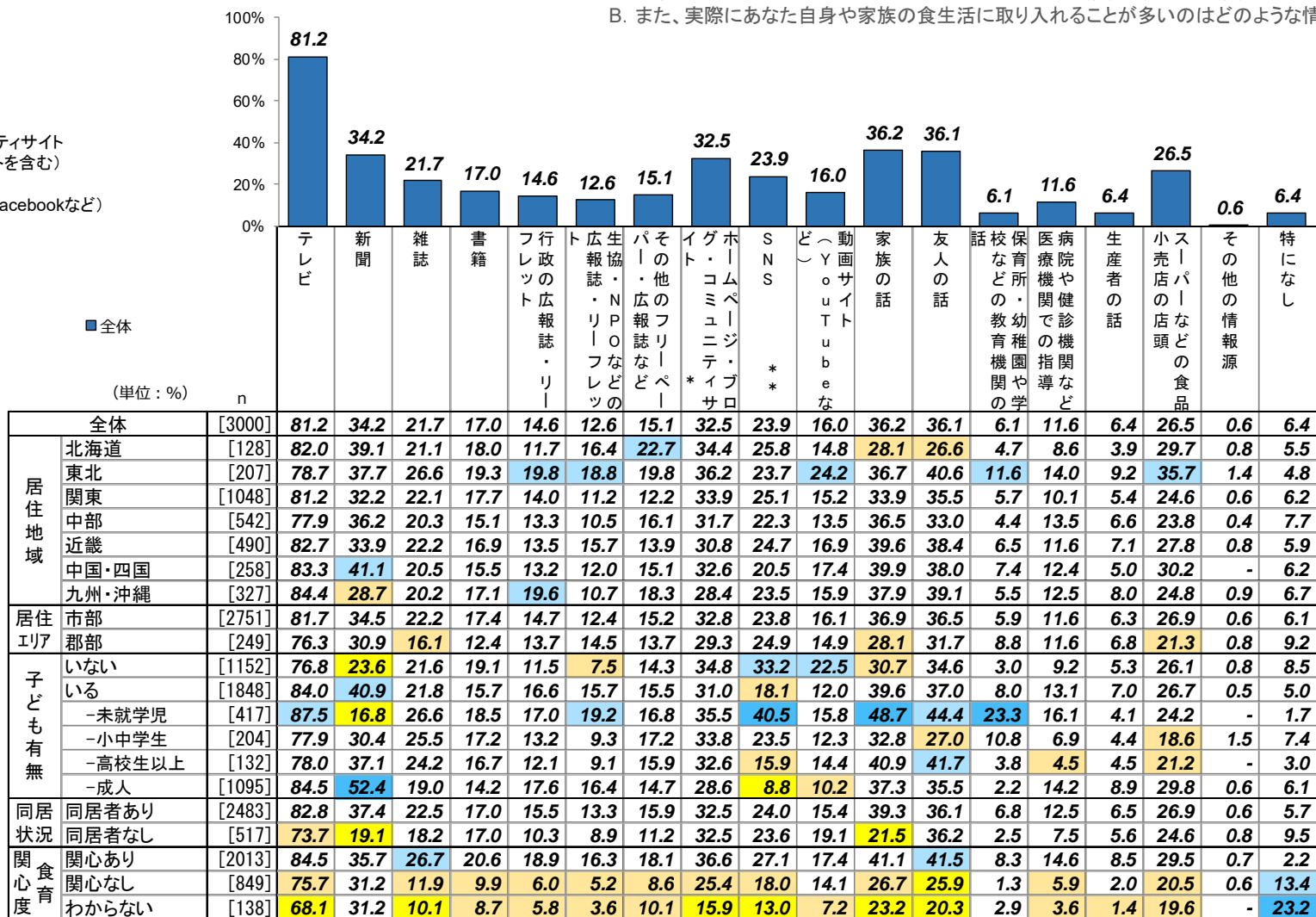
2-14. 食生活における情報源-1) 普段よく見聞きするもの

- 未就学児のいる層では、「SNS」、口コミ（「家族」「友人」の話）と「保育所・幼稚園や学校などの教育機関の話」、さらに「生協・NPOなどの広報誌・リーフレット」なども高い。

普段よく見聞きする食生活における情報源（複数回答）

Q14. 普段の食生活において、A. あなたが参考にしたり、情報を得ている情報源にはどんなものがありますか。
B. また、実際にあなた自身や家族の食生活に取り入れることが多いのはどのような情報源からの情報ですか。

■ ホームページ・ブログ・コミュニティサイト
（各種口コミサイト、レシピサイトを含む）
※ 発信主体を問わない
* * SNS (Twitter、Instagram、Facebookなど)



※ ■: 全体+10ポイント以上 ■: 全体+5ポイント以上 ■: 全体-5ポイント以下 ■: 全体-10ポイント以下

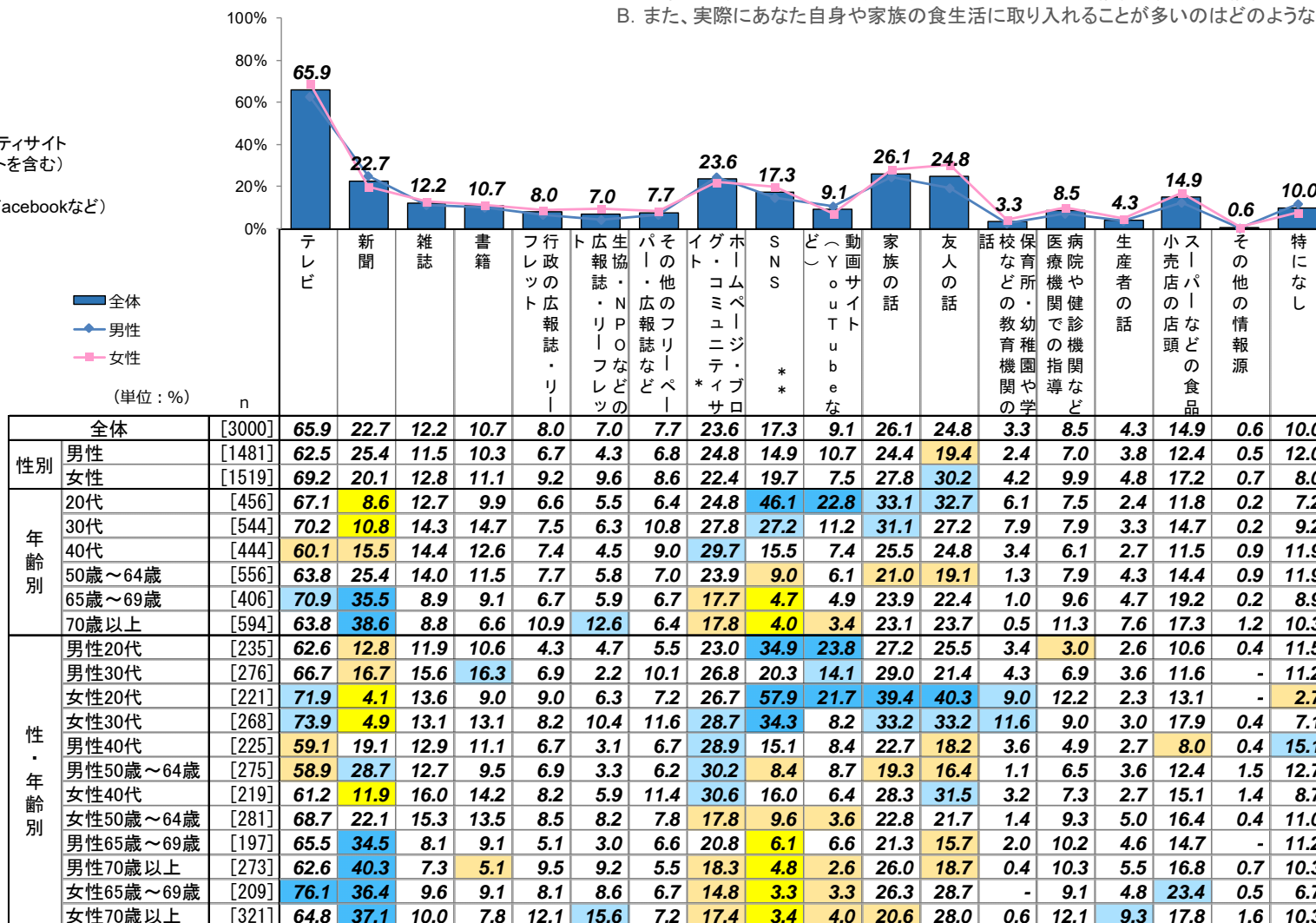
2-14. 食生活における情報源-2)実際に取り入れているもの

- 実際に取り入れている情報源も「テレビ」65.9%がトップで、以下、「ホームページ・ブログ・コミュニティサイト」「家族」「友人」の話、「新聞」が2割台。
- 20～30代では、「SNS」と「家族の話」が、他の年代に比べて高い。また、20代、男性20～30代では「動画サイト」、女性20～30代では、「友人」の話と「保育所・幼稚園や学校などの教育機関の話」も高い。

実際に取り入れている食生活における情報源(複数回答)

Q14. 普段の食生活において、A. あなたが参考にした、情報を得ている情報源にはどんなものがありますか。
B. また、実際にあなた自身や家族の食生活に取り入れることが多いのはどのような情報源からの情報ですか。

* ホームページ・ブログ・コミュニティサイト
(各種口コミサイト、レシピサイトを含む)
※ 発信主体を問わない
* * SNS (Twitter, Instagram, Facebook など)



※ ■: 全体+10ポイント以上 ■: 全体+5ポイント以上 ■: 全体-5ポイント以下 ■: 全体-10ポイント以下

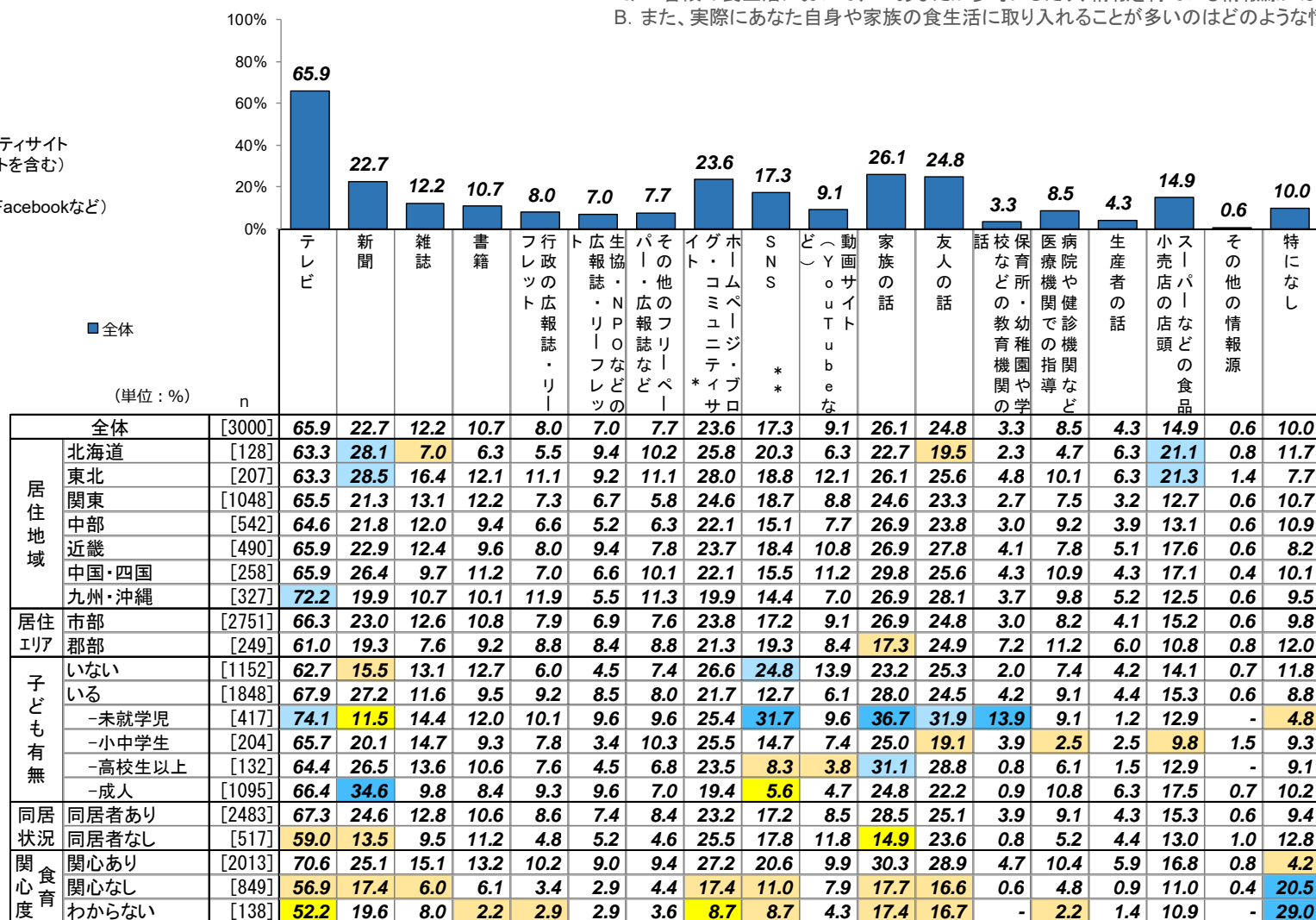
2-14. 食生活における情報源-2)実際に取り入れているもの

■ 未就学児のいる層では、「SNS」、口コミ(「家族」「友人」の話)と「保育所・幼稚園や学校などの教育機関の話」が高い。

実際に取り入れている食生活における情報源(複数回答)

Q14. 普段の食生活において、A. あなたが参考にしたり、情報を得ている情報源にはどんなものがありますか。
B. また、実際にあなた自身や家族の食生活に取り入れることが多いのはどのような情報源からの情報ですか。

* ホームページ・ブログ・コミュニティサイト
(各種口コミサイト、レシピサイトを含む)
※ 発信主体を問わない
* * SNS (Twitter、Instagram、Facebookなど)



※ ■: 全体+10ポイント以上 ■: 全体+5ポイント以上 ■: 全体-5ポイント以下 ■: 全体-10ポイント以下

2-15. 食に関する情報収集で参考に使っているホームページ・ブログ・SNS

- ホームページ・ブログ・SNS閲覧者では「レシピサイト」「グルメサイト」がそれぞれ55.6%、46.3%と群を抜いている。
- 「インフルエンサー」(11.4%)、「著名人」(9.1%)、「個人」(12.0%)のSNSの参考は全体ではいずれも1割前後だが、20代ではこれらが2割強と参考度が高い。同SNSは、女性30代、また、「人気ブロガー」は女性20～30代でも高い傾向。一方、男性20～30代では「グルメサイト」が比較的高い。

食に関する情報収集で参考に使っているホームページ・ブログ・SNS (複数回答)

Q15.食に関する情報収集において参考に使っているホームページ・ブログ・SNSの種類をお知らせください。(いくつでも)

N=Q14.1で
「ホームページ・ブログ・SNSを
普段よく見聞きする」回答者

* その他/コミュニティサイト・ポータルサイト
** インフルエンサー(フォロワー数の多い人)のSNS



性別	n	レシピサイト	グルメサイト	企業のHP	行政や自治体などのHP	国や自治体などのHP	生協のHP	医療機関のHP	その他*	人気ブロガー	著名人	その他個人	インフルエンサー**	著名人	その他の個人	企業	行政	その他	特定に決まらない
全体	[1322]	55.6	46.3	23.4	13.8	10.4	8.2	10.4	9.0	6.6	10.0	11.4	9.1	12.0	6.7	3.9	0.4	17.7	
男性	[647]	40.5	48.2	26.3	17.2	9.4	9.3	12.7	5.4	6.0	10.0	7.7	7.3	11.0	8.7	5.7	0.2	21.6	
女性	[675]	70.1	44.4	20.6	10.5	11.4	7.3	8.3	12.4	7.1	9.9	15.0	10.8	12.9	4.7	2.1	0.6	13.9	
年齢別																			
20代	[299]	59.9	51.5	15.4	8.4	7.4	7.7	9.0	12.7	9.7	9.7	27.4	20.4	20.4	6.4	3.3	1.0	14.7	
30代	[307]	66.8	55.7	22.8	14.3	12.7	9.4	11.7	13.7	8.5	12.1	14.0	12.1	15.6	7.8	5.2	-	10.4	
40代	[201]	45.8	43.8	24.9	12.4	7.5	5.5	14.4	10.4	7.0	11.9	7.5	3.5	10.0	6.0	3.0	0.5	22.2	
50歳～64歳	[216]	49.1	44.9	27.8	14.8	7.9	6.9	11.1	4.6	5.6	8.8	2.8	3.2	3.7	6.0	3.7	-	22.2	
65歳～69歳	[128]	46.9	33.6	26.6	18.0	8.6	7.8	8.6	3.9	3.1	7.8	0.8	3.1	10.2	5.5	3.1	-	22.7	
70歳以上	[171]	54.4	34.5	28.7	19.3	19.9	12.3	6.4	1.8	1.2	7.6	2.3	2.3	4.7	7.6	4.1	0.6	20.5	
性・年齢別																			
男性20代	[129]	45.7	58.1	21.7	11.6	7.0	10.1	11.6	9.3	9.3	12.4	16.3	18.6	20.2	9.3	6.2	0.8	18.6	
男性30代	[142]	48.6	56.3	25.4	19.7	12.7	10.6	14.8	6.3	7.0	10.6	9.2	7.7	13.4	9.2	9.2	-	16.2	
女性20代	[170]	70.6	46.5	10.6	5.9	7.6	5.9	7.1	15.3	10.0	7.6	35.9	21.8	20.6	4.1	1.2	1.2	11.8	
女性30代	[165]	82.4	55.2	20.6	9.7	12.7	8.5	9.1	20.0	9.7	13.3	18.2	15.8	17.6	6.7	1.8	-	5.5	
男性40代	[98]	33.7	48.0	32.7	15.3	7.1	7.1	17.3	5.1	6.1	12.2	8.2	3.1	9.2	8.2	3.1	-	20.4	
男性50歳～64歳	[119]	34.5	44.5	29.4	19.3	7.6	7.6	10.9	5.0	6.7	11.8	4.2	4.2	5.0	6.7	5.9	-	25.2	
女性40代	[103]	57.3	39.8	17.5	9.7	7.8	3.9	11.7	15.5	7.8	11.7	6.8	3.9	10.7	3.9	2.9	1.0	25.2	
女性50歳～64歳	[97]	67.0	45.4	25.8	9.3	8.2	6.2	11.3	4.1	4.1	5.2	1.0	2.1	2.1	5.2	1.0	-	18.6	
男性65歳～69歳	[70]	34.3	35.7	24.3	24.3	7.1	8.6	12.9	2.9	2.9	7.1	1.4	4.3	10.0	8.6	4.3	-	22.9	
男性70歳以上	[89]	40.4	36.0	24.7	14.6	14.6	11.2	7.9	1.1	1.1	3.4	2.2	1.1	4.5	10.1	3.4	-	30.3	
女性65歳～69歳	[58]	62.1	31.0	29.3	10.3	10.3	6.9	3.4	5.2	3.4	8.6	-	1.7	10.3	1.7	1.7	-	22.4	
女性70歳以上	[82]	69.5	32.9	32.9	24.4	25.6	13.4	4.9	2.4	1.2	12.2	2.4	3.7	4.9	4.9	4.9	1.2	9.8	

※ ■:全体+10ポイント以上 ■:全体+5ポイント以上 ■:全体-5ポイント以下 ■:全体-10ポイント以下

2-15. 食に関する情報収集で参考に行っているホームページ・ブログ・SNS

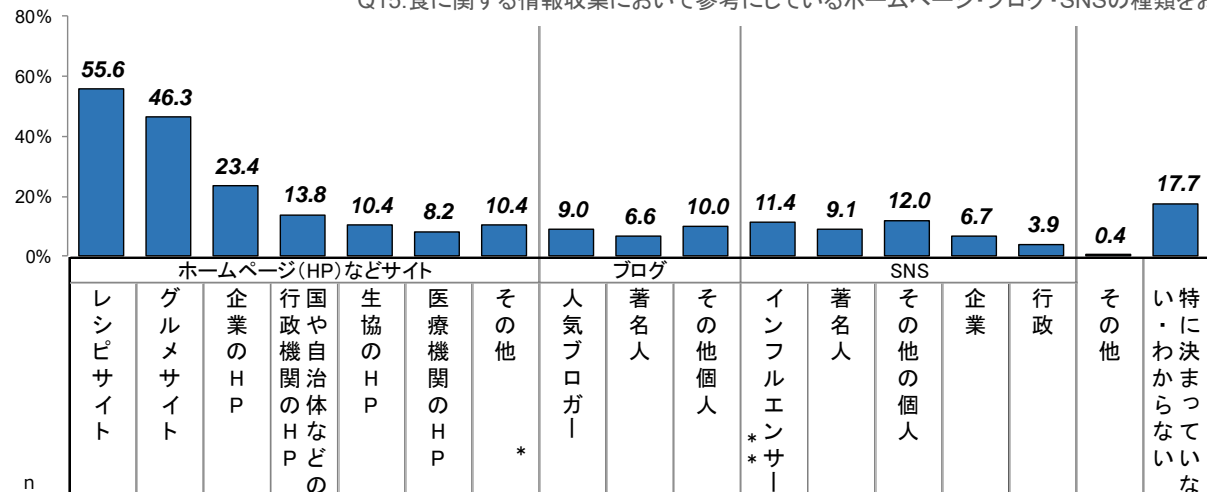
- 「インフルエンサー」のSNSが比較的目立つのは、近畿、「人気ブロガー」は北海道、近畿。
- 未就学児のいる層では、「レシピサイト」とともに、「人気ブロガー」や「インフルエンサー」のSNSの参考も目立つ。

食に関する情報収集で参考に行っているホームページ・ブログ・SNS（複数回答）

Q15.食に関する情報収集において参考に行っているホームページ・ブログ・SNSの種類をお知らせください。(いくつでも)

N=Q14.1で
「ホームページ・ブログ・SNSを
普段よく見聞きする」回答者

* その他/コミュニティサイト・ポータルサイト
** インフルエンサー(フォロワー数の多い人)のSNS



		n	レシピサイト	グルメサイト	企業のHP	国や自治体のHPなどの	生協のHP	医療機関のHP	その他*	人気ブロガー	著名人	その他個人	インフルエンサー**	著名人	その他の個人	企業	行政	その他	特に決まらない
全体		[1322]	55.6	46.3	23.4	13.8	10.4	8.2	10.4	9.0	6.6	10.0	11.4	9.1	12.0	6.7	3.9	0.4	17.7
居住地	北海道	[63]	50.8	49.2	17.5	14.3	11.1	9.5	11.1	15.9	7.9	6.3	12.7	9.5	17.5	3.2	4.8	1.6	12.7
	東北	[97]	51.5	49.5	25.8	21.6	15.5	12.4	10.3	9.3	6.2	8.2	13.4	6.2	13.4	5.2	6.2	-	16.5
	関東	[468]	54.7	48.1	23.7	13.5	10.5	8.1	10.3	5.6	6.0	9.8	10.9	9.6	11.8	6.4	4.3	0.4	18.6
	中部	[240]	58.8	42.1	21.3	10.4	8.3	9.6	7.5	7.5	6.3	10.8	8.8	6.3	7.9	6.3	2.1	-	19.6
	近畿	[210]	56.7	50.5	25.7	11.9	14.3	7.6	12.4	14.3	9.0	12.4	17.1	13.3	15.2	8.1	3.8	-	14.8
	中国・四国	[108]	59.3	42.6	26.9	22.2	9.3	11.1	12.0	10.2	4.6	12.0	8.3	10.2	12.0	9.3	6.5	0.9	18.5
	九州・沖縄	[136]	53.7	40.4	20.6	11.0	5.1	1.5	11.8	11.0	6.6	6.6	9.6	6.6	11.0	6.6	1.5	0.7	18.4
居住エリア	市部	[1215]	55.6	46.4	24.0	13.8	10.1	8.5	10.5	9.1	6.4	10.3	11.7	9.0	12.3	6.7	3.8	0.4	17.6
	郡部	[107]	56.1	44.9	16.8	13.1	14.0	5.6	10.3	7.5	8.4	6.5	8.4	10.3	8.4	5.6	4.7	-	18.7
子ども有無	いない	[586]	53.2	48.8	21.2	12.8	5.5	7.3	11.1	8.7	8.2	11.6	13.8	11.9	15.9	7.0	3.2	0.7	19.3
	いる	[736]	57.5	44.3	25.1	14.5	14.4	9.0	9.9	9.2	5.3	8.7	9.5	6.8	8.8	6.4	4.3	0.1	16.4
	-未就学児	[243]	67.5	50.6	20.2	11.9	14.8	7.0	9.9	15.6	7.8	9.5	21.0	12.8	12.8	5.8	4.1	0.4	9.1
	-小中学生	[94]	50.0	53.2	23.4	13.8	13.8	9.6	19.1	16.0	7.4	11.7	9.6	6.4	9.6	8.5	5.3	-	18.1
	-高校生以上	[50]	46.0	36.0	28.0	10.0	10.0	4.0	12.0	4.0	4.0	8.0	4.0	4.0	10.0	6.0	8.0	-	22.0
-成人	[349]	54.2	38.7	28.7	17.2	14.9	10.9	7.2	3.7	3.2	7.4	2.3	3.2	5.7	6.3	3.7	-	20.3	
同居状況	同居者あり	[1098]	56.5	46.5	24.3	14.2	11.7	8.7	10.3	9.2	6.6	10.1	11.6	9.0	12.0	7.3	4.2	0.5	17.2
	同居者なし	[224]	51.3	45.1	18.8	11.6	4.5	5.8	11.2	8.0	6.3	9.4	10.7	9.4	11.6	3.6	2.2	-	20.1
関心度	関心あり	[993]	62.4	51.1	27.0	16.9	13.2	10.1	12.5	10.4	7.9	11.4	12.7	10.8	12.3	8.4	4.4	0.5	11.4
	関心なし	[298]	34.2	32.2	12.4	3.4	2.0	3.0	4.4	4.7	2.7	5.4	7.7	3.4	11.4	1.3	2.0	-	35.9
	わからない	[31]	41.9	29.0	12.9	12.9	3.2	-	3.2	6.5	3.2	9.7	6.5	9.7	6.5	3.2	3.2	-	45.2

※ ■:全体+10ポイント以上 ■:全体+5ポイント以上 ■:全体-5ポイント以下 ■:全体-10ポイント以下

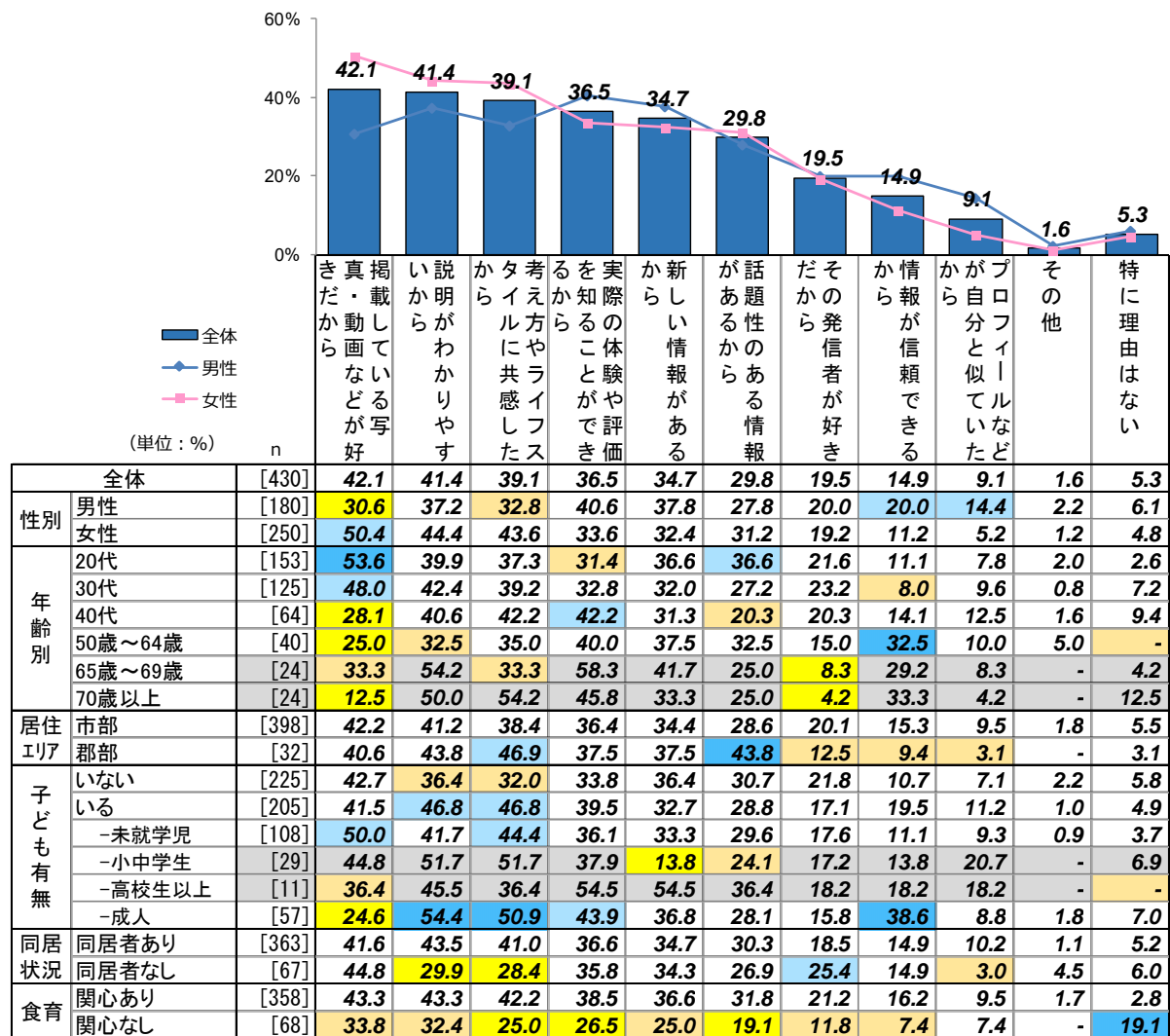
2-16. 著名人・インフルエンサー・その他の個人のブログ・SNS の参考理由

- (行政・企業以外の“個人”の)ブログ・SNSを参考にしてしている理由としては、「掲載している写真・動画などが好き」「説明がわかりやすい」「考え方やライフスタイルに共感した」が4割前後。以下、「実際の体験や評価を知ることができる」「新しい情報がある」までが3割台。
- 20～30代ではトップの「掲載している写真・動画などが好き」がより高い。また、20代では「話題性のある情報があるから」も目立つ。

著名人・インフルエンサー・その他の個人のブログ・SNS の参考理由(複数回答)

Q16. 前問で選んだ著名人・インフルエンサー・その他の個人のブログ・SNSを参考にしてしている理由は何ですか。(いくつでも)

N=Q15で
「著名人・インフルエンサー
・その他の個人のブログ・SNSを
参考にしてしている」回答者



※ ■: 全体+10ポイント以上 ■: 全体+5ポイント以上 ■: 全体-5ポイント以下 ■: 全体-10ポイント以下
※ nが30未満はサンプル数が少ないため、参考値

2-17. 食についてよく視聴する動画サイト

- 動画サイト閲覧者では、「料理の作り方(レシピ)を紹介する動画」55.5%がトップ、「グルメ・有名店・食べ歩き・ランキングなどの動画」42.4%が第2位で続き、以下は差があって、「食べているところを見せる動画」「食品の情報(新商品など)の動画」「話題が盛り上がっている食に関する動画」と続く。
- 20~30代がより視聴しているのは「食べているところを見せる動画」。30代では「グルメ・有名店・食べ歩き・ランキング」も。

食についてよく視聴する動画サイト(複数回答)

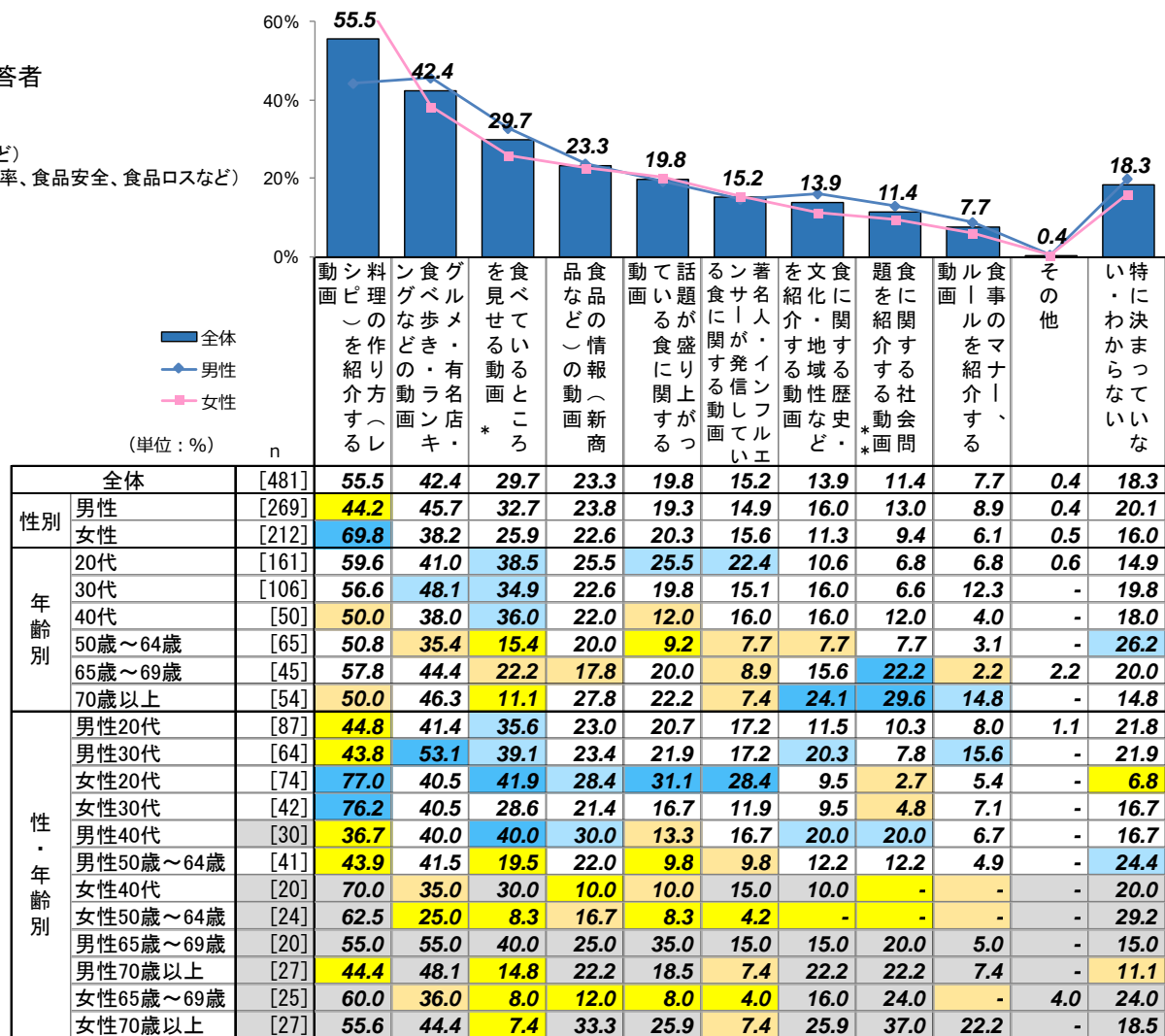
Q17.食についてよく視聴する動画サイトの種類をお知らせください。(いくつでも)

N=Q14.1で

「動画サイトを普段よく見聞きする」回答者

* 食べているところを見せる動画(食レポ、大食いなど)

** 食に関する社会問題を紹介する動画(食料自給率、食品安全、食品ロスなど)



※ ■: 全体+10ポイント以上 ■: 全体+5ポイント以上 ■: 全体-5ポイント以下 ■: 全体-10ポイント以下
 ※ nが30未満はサンプル数が少ないため、参考値

2-17. 食についてよく視聴する動画サイト

- 未就学児のいる層では、「料理の作り方(レシピ)を紹介する動画」「グルメ・有名店・食べ歩き・ランキングなどの動画」「食品の情報(新商品など)の動画」が他に比べて高く、「食に関する歴史・文化・地域性などを紹介する動画」も高め。

食についてよく視聴する動画サイト(複数回答)

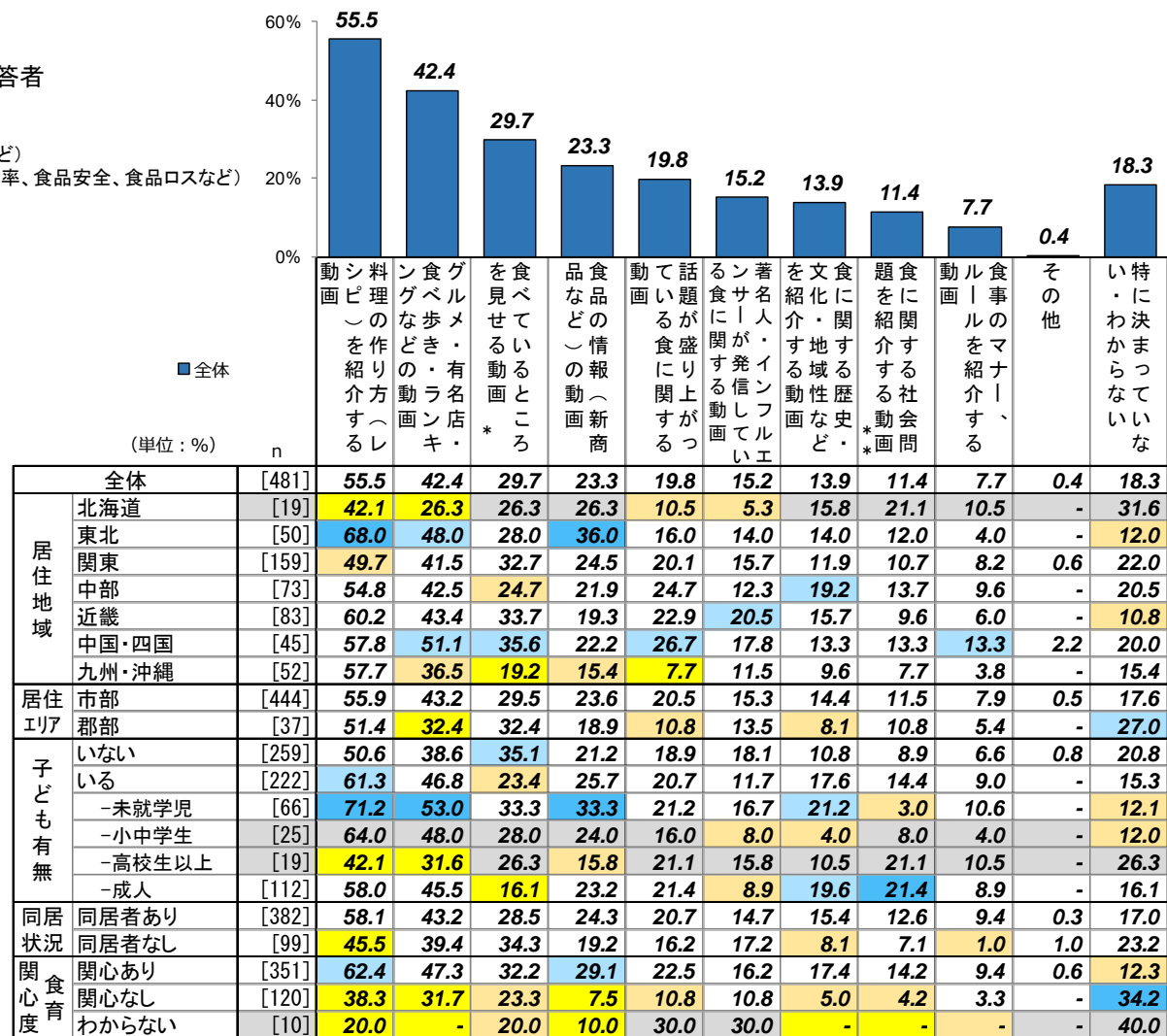
Q17.食についてよく視聴する動画サイトの種類をお知らせください。(いくつでも)

N=Q14.1で

「動画サイトを普段よく見聞きする」回答者

* 食べているところを見せる動画(食レポ、大食いなど)

** 食に関する社会問題を紹介する動画(食料自給率、食品安全、食品ロスなど)



※ ■: 全体+10ポイント以上 ■: 全体+5ポイント以上 ■: 全体-5ポイント以下 ■: 全体-10ポイント以下
 ※ nが30未満はサンプル数が少ないため、参考値

3. 結果サマリー

- 普段の関心事では「グルメ・食」「健康」「ファッション」、余暇の過ごし方では「インターネット」「旅行」「外食・グルメ・食べ歩き」が上位。
- 主要ターゲットの20～30代では、「健康」「旅行」よりも、「グルメ・食」「ファッション」「外食・グルメ・食べ歩き」に関心か。男性20～30代、未就学児のいる層では、「貯蓄・投資」も。
 - ・ 「グルメ・食」56.8%、「健康」55.2%が普段の関心事のトップ2。「グルメ・食」「ファッション」は、20～30代女性、「貯蓄・投資」は20～30代男性で高め。
 - ・ 未就学児のいる層では、「グルメ・食」「ファッション」「貯蓄・投資」「美容」「住まい・インテリア」「子育て・マタニティ」の関心が高い。
 - ・ 余暇の過ごし方のトップは「インターネットのWEBサイトの閲覧」56.9%、次いで、「旅行」45.9%、「外食・グルメ・食べ歩き」「テレビ鑑賞」39.8%。
 - ・ 20～30代では他の年齢層に比べて全般的に回答率の高い項目が多い。「旅行」は傾向が異なり、65歳～70歳以上でより高くなる。
- 参加経験のあるイベント・催し物は、30代では「地域のお祭り」、20代は「音楽フェス・ライブ・コンサート」。
20～30代の参加率は「スポーツ観戦」「グルメフェス」も高め。なお、食育の非関心層は、参加経験なしの率が高い。
 - ・ トップは「地域のお祭り」37.3%、以下、「美術展・写真展」「観光物産展」「音楽フェス・ライブ・コンサート」「スポーツ観戦」「グルメフェス」。
 - ・ 30代は「地域のお祭り」、20代は「音楽フェス・ライブ・コンサート」、20～30代は「スポーツ観戦」「グルメフェス」の参加率が高め。
 - ・ 食育の非関心層は、参加経験なしの率が高い傾向。
- 中食／外食の利用率が高いのは、20～30代（若年齢層ほど高率の傾向）、未就学児のいる層。高頻度利用は男性。
- 20～30代では、中食／外食で（味よりも）「値段」、また、「その時の気分、食欲」（女性）、「ボリューム」（男性）を重視。
 - ・ 中食利用者は73.2%、外食利用者は79.6%、若年齢層ほど利用率は高い（20～30代の中食：78.2%、外食：87.7%）。
 - ・ 利用の高頻度層の比率は男性のほうが高くなる傾向（20～30代、40代～64歳）。
 - ・ 未就学児のいる層で、利用率は比較的高く、食育関心度が高い層ほど、また、食育認知者のほうが非認知者に比べて利用率は高い。
 - ・ 中食利用者では、「値段」「味」（64%台）が考慮ポイントトップ2。「その時の気分、食欲」「便利・手軽さ」が3割台、「栄養バランス」「ボリューム」が2割台。
 - ・ 外食利用者では、「味」が78.4%でトップ、次いで「値段」59.5%、「その時の気分、食欲」43.4%、「ボリューム」「栄養バランス」「使用食材」。
 - ・ 20～30代では、「味」より「値段」、また、「その時の気分、食欲」「ボリューム」を重視。「その時の気分、食欲」は特に同女性、「ボリューム」は特に同男性。
 - ・ 「その時の気分、食欲」重視は20代、20代～30代の女性、「ボリューム」重視は20代、20代～30代の男性で、より強い。
- 「食育」の認知度は89.5%、「食育」に関心があるは67.1%。認知度、関心度ともに、20～30代、未就学児のいる層でより高い。
 - ・ 「内容を含めて知っている」32.8%、「聞いたことがある」56.8%を合わせて89.5%。
 - ・ 内容認知率は30代（43.8%）で最も高く、20代（36.2%）とともに、若年齢層でより高率（特に女性30代で50.4%、未就学児のいる層で50.6%と高い）。
 - ・ 「関心がある」21.4%、「どちらかといえば関心がある」45.7%を合わせて67.1%。
 - ・ 関心率は20～30代で73.5%と最も高くなる（女性20～30代では78%前後、未就学児のいる層で85.1%と高い）。

3. 結果サマリー

- 自由回答としても関心事として、「質の高い食生活」「食の安全性」「健康のための食事、食生活のあり方」のほか、「旬や季節、地元や伝統の食材・食生活・食文化」、社会的な食の関心事として、「食品ロス」「食の生産・流通システム」も比較的上位に。
- 20～30代の食育に関心を持つきっかけは「子育て」、関心を持たない理由は「食生活にこだわる金銭的な余裕がない」が、他年代より高い。
 - ・ 「食育に関心がある」人の最大のきっかけは、「自身や家族が食べる食の安全性」「自身や家族の病気・けがなどで健康の重要性を感じて」「子育てを始めて(子どもが生まれて)」が2割弱でトップ3。
 - ・ 男性30代と女性20～30代で他の年代より高いのは「子育て」、また、男性20代では「ライフスタイルが変化して」「学校で教えられて」が目立つ。
 - ・ 「食育に関心がない」人の理由は、「食育に特別な関心を持たなくても問題を感じないから」「食べることには関心があるが、自由に食生活を楽しみたいから」が4割超でトップ2。以下、「食育など食生活にこだわる金銭的な余裕がないから」「食育など食生活にこだわる金銭的な余裕がないから」。
 - ・ 20～30代では、「食育など食生活にこだわる金銭的な余裕がないから」が他の年代より高い傾向、特に女性20代が目立つ。
 - ・ 未就学児のいる層では、「食べることには関心があるが、自由に食生活を楽しみたいから」が6割、また、「金銭的な余裕なし」も他より高い。
- 未就学児のいる層の関心を持つ食育は、食生活の“規範”と手作りや団らんのできる“食機会の創出”といえそう。20～30代も準じるか。
 - ・ 「栄養バランスのとれた食生活の実践」64.8%がトップ、以下、4割台で「健康を意識した食生活の実践」「食品の安全性の理解」「規則正しい食生活の実践」、3割台で「食べ残しや食品の廃棄の削減」「調理方法・保存方法の習得」が続く。
 - ・ 20～30代で関心が比較的高いのは「家族や友人と食卓を囲む機会の増加」「自分で調理する機会の増加」。30代では「地域性や季節感のある食事」も。
 - ・ 未就学児のいる層で比較的高いのは、「規則正しい食生活の実践」「地域性や季節感のある食事」「家族や友人と食卓を囲む機会の増加」「食事の正しい作法の習得」「自分で調理する機会の増加」「家族と調理する機会の増加」など、食生活の“規範”と手作りや団らんの“機会の創出”といえそう。
- 参加してみたい食育に関するイベントは、試食、調理、農業などの【体験型】が、20～30代からも高い支持。
 - ・ 【展示】【講義】形式よりも、【体験】型イベントが高評価(「試食体験」46.9%、「調理体験」31.5%、「農業体験」20.2%)。
 - ・ 「自分の趣味・関心事と食育トピックを関連づけたイベント」は14.8%にとどまる。
 - ・ 【体験】型イベントの指示は、20～30代、特に女性20～30代で高い。「ゲームなど参加型のイベント」もこれらの世代で支持されている。
- 食育イベント参加の条件は、20～30代では特に、「安価・無料」「好きなものが食べられる」「親しい人からの誘い」と「SNSなどで話題」。
- 未就学児のいる層では、「地域や所属コミュニティ(職場、学校など)から案内」も重視されている。
 - ・ 「参加しやすい場所で開催」が57.5%で最も多く、「参加費が安価・無料」「参加しやすい時間帯に開催」が4割台で続く。「好き・おいしそうな食べ物が食べられる」は38.3%、「自分の関心に合ったテーマをとりあげている」は37.7%と4割弱。「メディアやSNSなどで話題」は9.8%にとどまる。
 - ・ 20～30代で比較的高い条件は、「参加費が安価・無料」「好き・おいしそうな食べ物が食べられる」「家族・友人からの誘い」「メディアやSNSなどで話題」。
 - ・ 未就学児のいる層で比較的高い条件は、「参加しやすい場所」「参加費が安価・無料」「参加しやすい時間帯」「好き・おいしそうな食べ物が食べられる」「家族・友人からの誘い」「地域や所属コミュニティ(職場、学校など)から案内」。

3. 結果サマリー

- 食に関する情報源は、20～30代の特徴として「SNS」「動画サイト」が重視。一方、口コミと教育機関の話なども存在感。
 - 普段の情報源としては、「テレビ」81.2%が圧倒的、次いで「家族」「友人」の話が36%台、「新聞」34.2%、「ホームページ・ブログ・コミュニティサイト」32.5%。
 - 20～30代では、「テレビ」を除くと「SNS」が強力な情報源であり、また、20代、男性20～30代では「動画サイト」も上位に。女性20～30代では、口コミ（「家族」「友人」の話）と「保育所・幼稚園や学校などの教育機関の話」も高い。
 - 未就学児のいる層では、「SNS」、口コミ（「家族」「友人」の話）と「保育所・幼稚園や学校などの教育機関の話」、さらに「生協・NPOなどの広報誌・リーフレット」なども高い。
 - 実際に取り入れている情報源も「テレビ」65.9%がトップで、以下、「ホームページ・ブログ・コミュニティサイト」「家族」「友人」の話、「新聞」が2割台。
 - 20～30代では、「SNS」と「家族の話」が、他の年代に比べて高い。また、20代、男性20～30代では「動画サイト」、女性20～30代では、「友人」の話と「保育所・幼稚園や学校などの教育機関の話」も高い。
 - 未就学児のいる層では、「SNS」、口コミ（「家族」「友人」の話）と「保育所・幼稚園や学校などの教育機関の話」が高い。
- 食に関する情報収集で参考にしているホームページ・ブログ・SNS は「レシピ/グルメサイト」が主要だが、20～30代では（インフルエンサーなど）個人のSNSの参考が2割強と存在感を示す。
- 食についてよく視聴する動画サイトは「料理のレシピ紹介動画」と「グルメ・有名店・食べ歩き・ランキングなどの動画」がトップ2。20～30代では「食べ歩き」とともに、「食べているところを見せる動画」といったライブ系動画も閲覧されている。
 - ホームページ・ブログ・SNS閲覧者では「レシピサイト」「グルメサイト」がそれぞれ55.6%、46.3%と群を抜いている。
 - 「インフルエンサー」(11.4%)、「著名人」(9.1%)、「個人」(12.0%)のSNSの参考は全体では1割前後だが、20代ではこれらが2割強と参考度が高い。
 - 未就学児のいる層では、「レシピサイト」とともに、「人気ブロガー」や「インフルエンサー」のSNSの参考も目立つ。
 - (行政・企業以外の“個人”の) ブログ・SNSの参考理由は、「掲載している写真・動画などが好き」「説明がわかりやすい」「考え方やライフスタイルに共感した」が4割前後。20～30代ではトップの「掲載している写真・動画などが好き」がより高い。また、20代では「話題性のある情報があるから」も目立つ。
 - 食についてよく視聴する動画サイトは、「料理のレシピを紹介する動画」55.5%がトップ、「グルメ・有名店・食べ歩き・ランキングなどの動画」42.4%が第2位で続く。以下、差があって、「食べているところを見せる動画」「食品の情報(新商品など)の動画」「話題が盛り上がっている食に関する動画」。
 - 20～30代がより視聴しているのは「食べているところを見せる動画」。30代では「グルメ・有名店・食べ歩き・ランキング」も。
 - 未就学児のいる層では、「料理の作り方(レシピ)を紹介する動画」「グルメ・有名店・食べ歩き・ランキングなどの動画」「食品の情報(新商品など)の動画」が他に比べて高く、「食に関する歴史・文化・地域性などを紹介する動画」も高め。