

3. 消費者ニーズ調査の実施と結果

本事業では、様々な食や農に関する五感を使った体験や、農業者などとの交流を通じての食育活動の実施によって、日本型食生活を基本とする健全な食意識の高揚及び食料を生み出す農林水産業に対する理解促進につながることを期待する。その事業としての評価を図るため、食育体験ツアー、食育講座、食育啓発イベントでの参加者に対して、事後アンケートを実施。体験前後で食育への意識がどのように変化したかを調査した

(1) 調査回答者

食育体験ツアー参加者 447 名

食育講座参加者 949 名

食育啓発イベント 2,000 名 計 3,396 名

(2) 調査方法

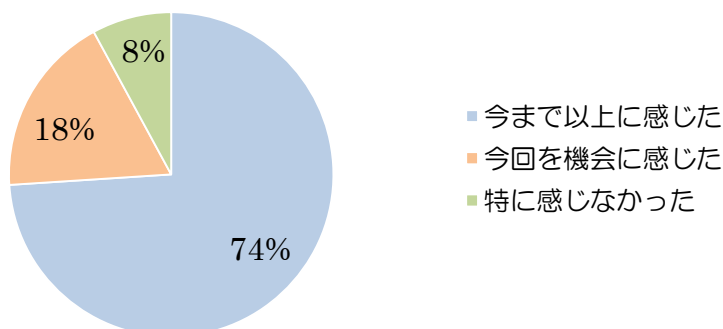
活動毎に調査表を配布、記入またはヒアリングにて回収

(3) 調査内容・結果

Q1：今回の食育イベント（食育体験ツアー）を通じて、食と食を育む農業の重要性を感じる
ことができましたか？（N=3,396）

回答項目	人数（名）	割合（％）
今まで以上に感じた	2,512	74.0
今回を機会に感じた	615	18.1
特に感じなかった	269	7.9

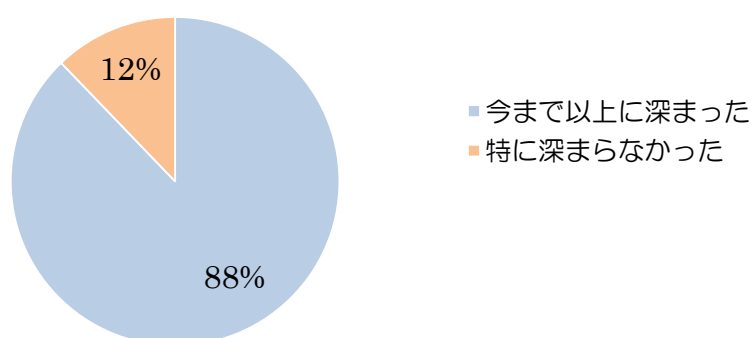
Q1：今回の食育イベント（食育体験ツアー）を通じて、食
と食を育む農業の重要性を感じることはできましたか？



Q2：今回の食育イベント（食育体験ツアー）を通じて、和食や地域の食文化に関する理解が深まりましたか？（N=3,396）

回答項目	人数（名）	割合（％）
今まで以上に深まった	2,982	87.8
特に深まらなかった	414	12.2

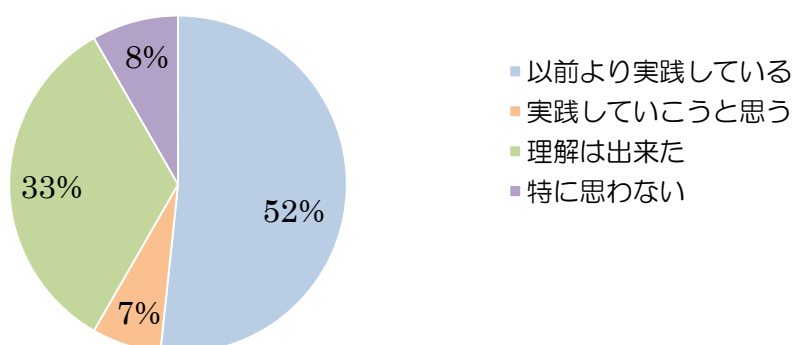
Q2：今回の食育イベント（食育体験ツアー）を通じて、和食や地域の食文化に関する理解が深まりましたか？



Q3：バランスのとれた、日本型食生活の良さを理解し、日常の食生活に出来るだけ取り入れていこうと思いますか？（N=3,396）

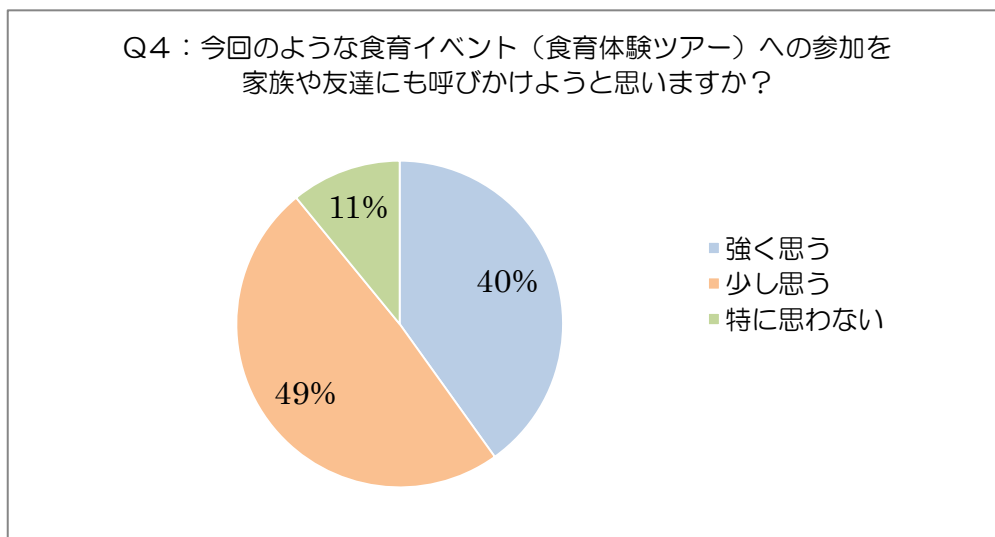
回答項目	人数（名）	割合（％）
以前より実践している	1,755	51.7
実践していこうと思う	225	6.6
理解は出来た	1,134	33.4
特に思わない	282	8.3

Q3：バランスのとれた、日本型食生活の良さを理解し、日常の食生活に出来るだけ取り入れていこうと思いますか？



Q4：今回のような食育イベント（食育体験ツアー）への参加を家族や友達にも呼びかけようと思いますか？（N=3,396）

回答項目	人数（名）	割合（％）
強く思う	1,362	40.1
少し思う	1,663	49.0
特に思わない	371	10.9



（４）まとめ・分析

食育体験前後で食育への意識がどのように変化したかを上記の４つの問いで調査・評価を行った。（N=3,396）

Q1「食と食を育む農業の重要性を感じたか」については、「今まで以上に感じた」と回答した者が2,512名（74.0%）、「今回を機会に感じた」と回答した者が615名（18.1%）である。これは、参加者の74.0%は、以前より食育や農業、農業体験に関心があり今回の体験への参加動機となっており食育事業の参加によって食育に関心を持っている者の割合が新たに18.1%増加し、参加者全体で92.1%になったと分析できる。

Q2「和食や地域の食文化に関する理解が深まったか」については「今まで以上に深まった」は2,982名（87.8%）であり、食育体験に参加することで、確実に和食や、地域の食文化に関する興味・関心が喚起されており、食育事業として十分な成果を得られている。

Q3「日本型食生活の良さを理解し、日常の食生活に出来るだけ取り入れていく」については、「以前より実践している」が1,755名（51.7%）、「実践していこうと思う」が225名（6.6%）、「理解は出来た」が1,134名（33.4%）であった。これは、今回の食育体験をきっかけに参加者の日常に「日本型食生活」を取り入れ、実践する者が6.6%増加し、計58.3%となったと分析。また、実践までには至らないが、「日本型食生活」への気づきの場となった者が33.4%あり、確実に認知度は向上している。

Q4「家族や友達にも呼びかけようと思うか」については、「強く思う」が1,362名(40.1%)、「少し思う」が1,663名(49.0%)である。本事業による食育体験を参加者だけに留まらず、参加者自身が発信者となり、自身の体験を伝え、広げる事は、食や農林漁業への理解度が深まっているからであると推測できる。よって、本問より全体の40.1%が食や農林漁業への理解が深まったと分析する。

以上より、本事業で求められている事業の成果目標に対する結果は次のとおりである。

事業の成果目標	結果
「日本型食生活」の認知度の向上	33.4%増
「日本型食生活」を実践している者の割合	6.6%増
食や農林漁業への理解度が深まった者の割合	40.1%
食育に関心を持っている者の割合	18.1%増
和食・地域の食文化に関する理解が深まった者の割合	87.8%

《 調査実績 》

Q1：今回の食育イベント（食育体験ツアー）を通じて、食と食を育む農業の重要性を感じることができましたか？			
	今で以上に感 じた	今回を機会に 感じた	特に感じな かった
あら川の桃と夏野菜収穫体験ツアー（7月19日）	29	10	2
みのりとみのる つくり手を訪ねるツアー（7月20日）	18	17	2
梨の王様“幸水”と夏野菜収穫体験ツアー（8月8日）	34	9	0
秋の大収穫祭 稲刈り＆芋掘り体験ツアー（10月4日）	58	34	0
紀の川市で「食と農」の体験ツアー ～辻調理師専門学校～（11月9日・10日）	85	22	12
紀の川市で「食と農」の体験ツアー ～武庫川女子大学～（11月16日）	20	0	0
親子みかん収穫体験ツアー ～JR西日本本社～（11月21日）	6	11	2
子育てママの食育教室 ～見て・触れて・食べて 実感！～（11月22日）	15	10	4
旬の食材と料理を満喫する旅 女子会ツアー（12月19日）	3	8	0
紀の川市で「食と農」の体験ツアー ～ホスピタリティツクリズム専門学校～（1月31日）	7	15	0
旬のやさい 取って取って美味しくたべちゃうEnjoy体験ツアー（2月20日）	4	10	0
昔ながらの手植えによる「田植え体験」（6月30日）	139	75	11
紀の里ぶるぶるコーン 「とうもろこし祭り」（7月5日）	223	93	19
インバウンド体験モニター（8月1日）	5	0	0
れんげDEウォーキング（10月24日）	53	20	0
玉ねぎオーナー園（11月7日）	211	52	0
フードトレイン ～JA紀の里×JR西日本～（11月28日）	15	10	2
新生活応援料理教室（2月4日）	11	5	5
つなぐ 広げる 和食の文化2015 ～地産地消「めっ家」でおもてなし～（12月6日）	785	78	135
めっ家DEよい食フェスタ（2月28日）	791	136	75
	2512	615	269
	74.0%	18.1%	7.9%

Q2：今回の食育イベント（食育体験ツアー）を通じて、和食や地域の食文化に関する理解が深まりましたか？		
	今まで以上に深 まった	特に深まらなかつ た
あら川の桃と夏野菜収穫体験ツアー（7月19日）	38	3
みのりとみのる つくり手を訪ねるツアー（7月20日）	36	1
梨の王様“幸水”と夏野菜収穫体験ツアー（8月8日）	40	3
秋の大収穫祭 稲刈り＆芋掘り体験ツアー（10月4日）	88	4
紀の川市で「食と農」の体験ツアー ～辻調理師専門学校～（11月9日・10日）	116	3
紀の川市で「食と農」の体験ツアー ～武庫川女子大学～（11月16日）	20	0
親子みかん収穫体験ツアー ～JR西日本本社～（11月21日）	19	0
子育てママの食育教室 ～見て・触れて・食べて 実感！～（11月22日）	27	2
旬の食材と料理を満喫する旅 女子会ツアー（12月19日）	11	0
紀の川市で「食と農」の体験ツアー ～ホスピタリティツクリズム専門学校～（1月31日）	22	0
旬のやさい 取って取って美味しくたべちゃうEnjoy体験ツアー（2月20日）	14	0
昔ながらの手植えによる「田植え体験」（6月30日）	209	16
紀の里ぶるぶるコーン 「とうもろこし祭り」（7月5日）	310	25
インバウンド体験モニター（8月1日）	5	0
れんげDEウォーキング（10月24日）	73	0
玉ねぎオーナー園（11月7日）	259	4
フードトレイン ～JA紀の里×JR西日本～（11月28日）	27	0
新生活応援料理教室（2月4日）	21	0
つなぐ 広げる 和食の文化2015 ～地産地消「めっ家」でおもてなし～（12月6日）	835	163
めっ家DEよい食フェスタ（2月28日）	812	190
	2982	414
	87.8%	12.2%

Q3. バランスのとれた、日本型食生活の良さを理解し、日常の食生活に出来るだけ取り入れていこうと思いますか？				
	以前より 実践してい	実践してい こうと思	理解は出 来た	特に思わ ない
あら川の桃と夏野菜収穫体験ツアー（7月19日）	15	10	14	2
みのりとみのる つくり手を訪ねるツアー（7月20日）	8	11	15	3
梨の王様“幸水”と夏野菜収穫体験ツアー（8月8日）	23	8	11	1
秋の大収穫祭 稲刈り＆芋掘り体験ツアー（10月4日）	35	8	42	7
紀の川市で「食と農」の体験ツアー ～辻調理師専門学校～（11月9日・10日）	36	15	58	10
紀の川市で「食と農」の体験ツアー ～武庫川女子大学～（11月16日）	11	9	0	0
親子みかん収穫体験ツアー ～JR西日本本社～（11月21日）	6	8	4	1
子育てママの食育教室 ～見て・触れて・食べて 実感！～（11月22日）	4	8	12	5
旬の食材と料理を満喫する旅 女子会ツアー（12月19日）	6	3	1	1
紀の川市で「食と農」の体験ツアー ～ホスピタリティツクリズム専門学校～（1月31日）	11	4	5	2
旬のやさい 取って取って美味しくたべちゃうEnjoy体験ツアー（2月20日）	3	5	3	3
昔ながらの手植えによる「田植え体験」（6月30日）	45	13	148	19
紀の里ぶるぶるコーン 「とうもろこし祭り」（7月5日）	156	29	112	38
インバウンド体験モニター（8月1日）	1	0	4	0
れんげDEウォーキング（10月24日）	33	15	18	7
玉ねぎオーナー園（11月7日）	123	36	68	36
フードトレイン ～JA紀の里×JR西日本～（11月28日）	11	5	11	0
新生活応援料理教室（2月4日）	5	5	8	3
つなぐ 広げる 和食の文化2015 ～地産地消「めっ家」でおもてなし～（12月6日）	641	18	271	68
めっ家DEよい食フェスタ（2月28日）	582	15	329	76
	1755	225	1134	282
	51.7%	6.6%	33.4%	8.3%

Q4. 今回のような食育イベント（食育体験ツアー）への参加を家族や友達にも呼びかけようと思いますか？			
	強く思う	少し思う	特に思わない
あら川の桃と夏野菜収穫体験ツアー（7月19日）	23	15	3
みのりとみのる つくり手を訪ねるツアー（7月20日）	22	8	7
梨の王様“幸水”と夏野菜収穫体験ツアー（8月8日）	15	22	6
秋の大収穫祭 稲刈り＆芋掘り体験ツアー（10月4日）	65	22	5
紀の川市で「食と農」の体験ツアー ～辻調理師専門学校～（11月9日・10日）	89	25	5
紀の川市で「食と農」の体験ツアー ～武庫川女子大学～（11月16日）	18	2	0
親子みかん収穫体験ツアー ～JR西日本本社～（11月21日）	15	4	0
子育てママの食育教室 ～見て・触れて・食べて 実感！～（11月22日）	15	14	0
旬の食材と料理を満喫する旅 女子会ツアー（12月19日）	6	5	0
紀の川市で「食と農」の体験ツアー ～ホスピタリティツクリズム専門学校～（1月31日）	11	8	3
旬のやさい 取って取って美味しくたべちゃうEnjoy体験ツアー（2月20日）	11	3	0
昔ながらの手植えによる「田植え体験」（6月30日）	22	193	10
紀の里ぶるぶるコーン 「とうもろこし祭り」（7月5日）	255	77	3
インバウンド体験モニター（8月1日）	5	0	0
れんげDEウォーキング（10月24日）	63	9	1
玉ねぎオーナー園（11月7日）	197	48	18
フードトレイン ～JA紀の里×JR西日本～（11月28日）	25	2	0
新生活応援料理教室（2月4日）	10	5	6
つなぐ 広げる 和食の文化2015 ～地産地消「めっ家」でおもてなし～（12月6日）	204	676	118
めっ家DEよい食フェスタ（2月28日）	291	525	186
	1,362	1,663	371
	40.1%	49.0%	10.9%

第3章 事業成果の検証と課題

JA 紀の里における食育事業の取組みの特徴は、果物を中心に一年を通じ栽培される多彩な農産物を素材に、そこに関わる地域の魅力、作り手の想いを融合させ、消費者にダイレクトに伝える手法である。その中心的な役割を果たすのが、大型農産物直売所「めっけもん広場」であり、都市と農村の交流拠点としての役割を存分に発揮している。

本事業では、その交流拠点である「めっけもん広場」を舞台に、地域の素材を活かした収穫体験や加工体験を組み入れた都市部からのバスツアー、農産物のもぎ取り体験や健康意識の高揚、一見食育とは関係のない素材を融合させた食育講座、都市部消費者や地域住民に向け食育の啓発やよい食への気づきの場を提供した食育啓発イベントなど、延べ 19,569 名の消費者との交流を行った。

本事業を推進するにあたり、特に意識し取り組んだことは、主体である「JA」だけに留まらず、協同組合間連携や様々な企業、大学等教育機関などと積極的に連携を図り、取り組みをすすめてきたことである。それぞれが持つ素晴らしい特徴を組み合わせることで、単体では成し遂げられない事業成果、食育の効果、これまでにない「消費者」と「生産者」の交流を生むことができ、新たな食育事業の展開方策に確かな手応えを感じた。併せて企画段階から密接に関わることで、各団体が持ちうる広報媒体を戦略的に活用し、情報を発信し、広く活動を周知することが出来た。

今年度、食育活動とあわせ実施した意識調査の結果を概観すると、訴求対象別特性として、シニア層及びファミリー層は、食育への関心度が比較的高く、自発的に「よい食」への気づきの場に参加している。一方、10代後半～30代の若年層は活動への参加行動へと繋がる機会に乏しい。しかし、ひと度体験活動に参加すれば、着実に食育意識の高まりは見られ、また自ら積極的にインターネット等SNSを活用し情報発信者と成り得る。今後は、訴求対象者別のニーズに応じた多角的な食育活動の継続的な展開、とりわけ若年層に対しては「食育」×○○（例：若年層の関心の高い美容・ダイエット・趣味）など多彩な要素を盛り込んだアプローチによって、農業体験や食育活動への参加機会の創出を図ることが課題である。

食と農を伝える JA として、また都市と農村の交流拠点であるめっけもん広場として、新たな企画にも果敢に挑戦し、引き続き、地域農業の重要性和日本食の魅力を伝える取り組みを積極的に展開していきたい。