

平成 26 年度
フードチェーン食育活動推進事業
報告書

平成 27 年 3 月

一般社団法人
J C 総 研

もくじ

1. 事業の目的と概要	1
事業の目的	
事業の概要	
2. 地域住民の食と農に関する意識の把握（事前調査）	5
アンケート調査の実施方法	
食と農に関する意識調査（事前調査）	
3. 食育プログラムの実施	16
店舗の概要	
主な店舗での食育活動	
情報誌による食育の実践	
4. 地域住民の食と農に関する意識の把握（事後調査）	45
食と農に関する意識調査（事後調査）	
食に関する意識調査	
食事日誌調査	
5. 本事業の成果と課題	62
報告会の開催	
成果と課題	

1. 事業の目的と概要

J C総研では、生産から流通、加工、消費のフードチェーンによる食育活動を推進し、消費者の地域農業と地場食材に関する理解を深めるための食育活動のあり方について調査・検討した。

事業の目的

現在の食育は農業体験、食材の調理や保存方法、栄養面と健康に関する食育活動が別々のものになっており、消費者に体系的な情報や体験の場を提供しているとはいいがたい状況にある。断片的な食育を生産から消費まで一連のつながりの中で提供し、効果的で効率的なビジネスモデルを検討することが必要である。

農産物直売所で行われている食育活動は、地域農業や生産者、食材の旬や調理・保存方法、食文化を伝えるものであり、国産農産物の活用を促進し、野菜、果物の摂取量の増加、丁寧な食づくりなど、消費者の行動変容につながっている（平成 25 年度農林水産省補助事業を活用）。さらに効果的な食育活動を実践するためにも、フードチェーンによる生産から消費までを意識した食育を行うことが求められている。

そこで、農産物直売所の特徴である生産者と消費者の交流する場を活かし、農業・農村から消費、食文化すべてを伝える食育プログラムを企画し実施した。さらに、地域農業に新たな価値を創造し、地域の活力に結びつける食育の可能を検証した。

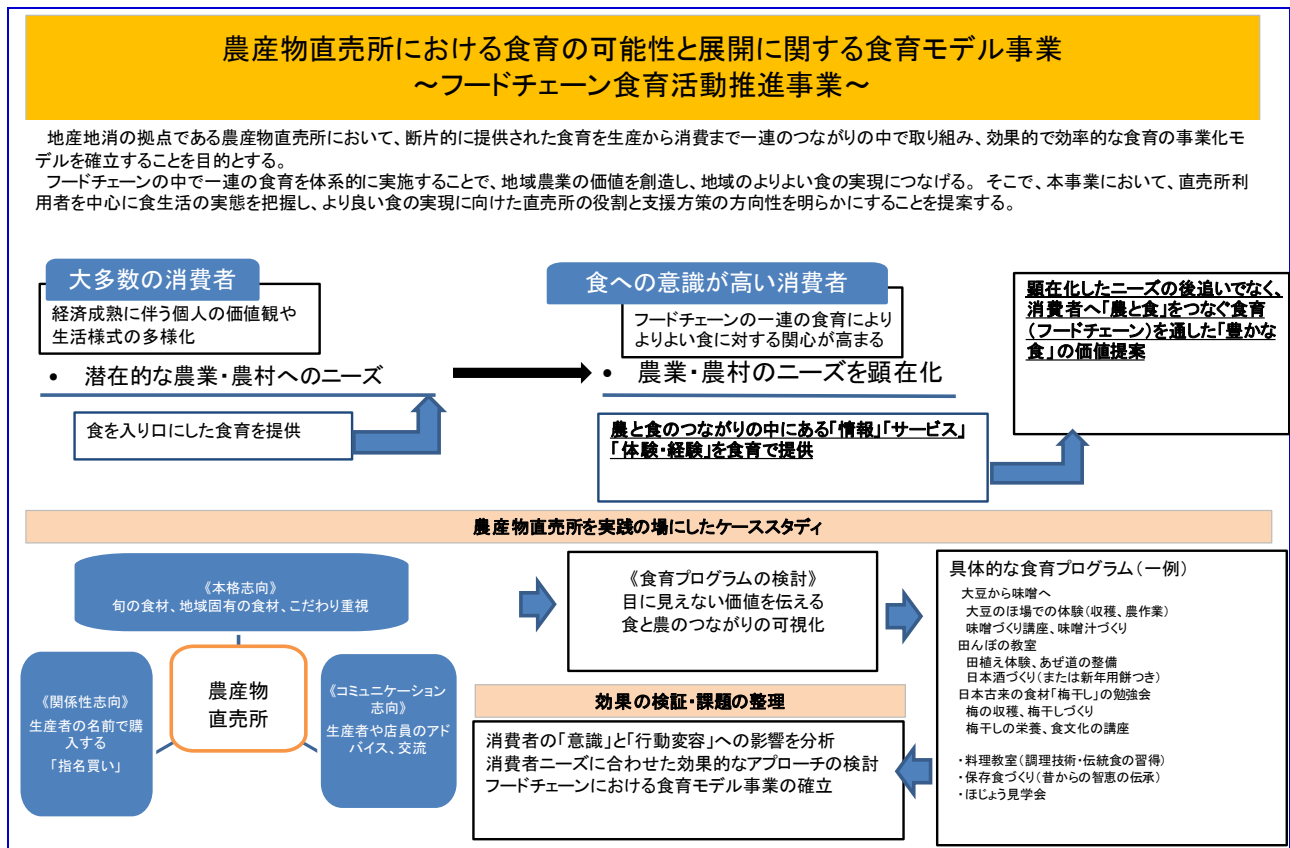
事業の概要

農産物直売所 6 店舗にて生産から流通、消費までの一連の流れを伝える食育プログラムを実施した。さらに、食育プログラムによる消費者への効果を検証するため、食と農に関する意識調査を事前、事後に実施した。また、本事業を進めるにあたり有識者等を委員とした推進会議を開催し、農産物直売所で実践する効果的な食育活動のあり方について検討した。

食育プログラム実施店舗名

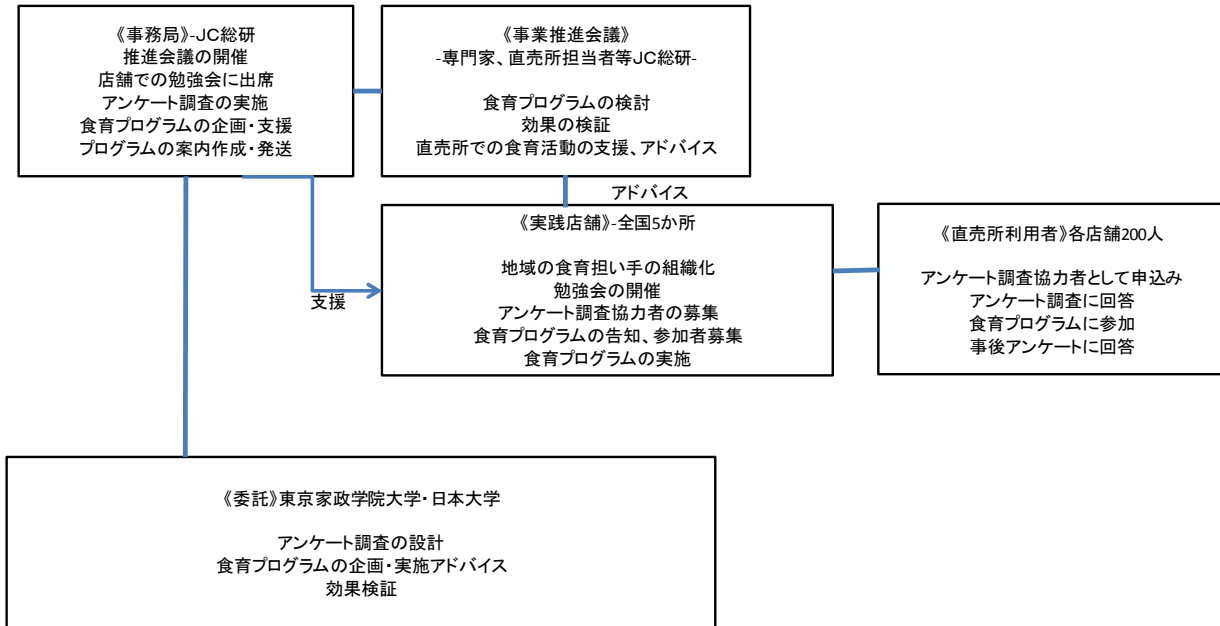
店舗名	所在地
J A伊達みらい んめ〜べ	福島県伊達市
J A千葉みらい しょいか〜ご千葉店	千葉県千葉市
J A千葉みらい しょいか〜ご習志野店	千葉県習志野市
J A静岡市 茶業センター	静岡県静岡市
J Aあいち中央 でんまあと	愛知県安城市
J Aおきなわ ちゃんぷる〜市場	沖縄県沖縄市

事業全体のフロー



実施体制

(実施体制図)



推進会議の開催

■ 推進会議 委員名簿 (五十音順 敬称略)

所属	氏名
J A 静岡市	浅場 貞文
J A 千葉みらい	石井 信宏
東京家政学院大学	酒井 治子
J A おきなわ	新城 悟
J A 千葉みらい	高浦 浩一
J A 伊達みらい	高橋 弘
日本大学	久保田 裕美
J A あいち中央	野村 照司
F M 総研(株)	山本 雅之

■実施時期と内容

会議名	開催日時・場所	内容
第一回推進会議	平成 26 年 7 月 8 日 東京（飯田橋レインボービル）	事業概要の説明 今後の進め方 アンケート調査の内容について
第二回推進会議	平成 27 年 1 月 22 日 東京（飯田橋レインボービル）	アンケート調査の結果報告 事後アンケート調査の内容 食育プログラムの実施状況 食育担当者との意見交換
第三回推進会議 （食育活動報告会）	平成 27 年 3 月 13 日 東京（飯田橋レインボービル）	本事業のまとめ方 フードチェーン食育活動に関する課題と効果の整理 （食育活動報告会と併せて実施）



2. 地域住民の食と農に関する意識の把握（事前調査）

生産現場と近く、生産者とも交流機会のある農産物直売所を利用する消費者の意識は、比較的、農や食に関しては高いと推測される。そこで、実際はどうかを農業理解や地域の食文化の知識、和食の実践度合いなどを中心に調査した。

アンケート調査の実施方法

モニター募集：各店舗にてリクルート

モニターのカテゴリー：

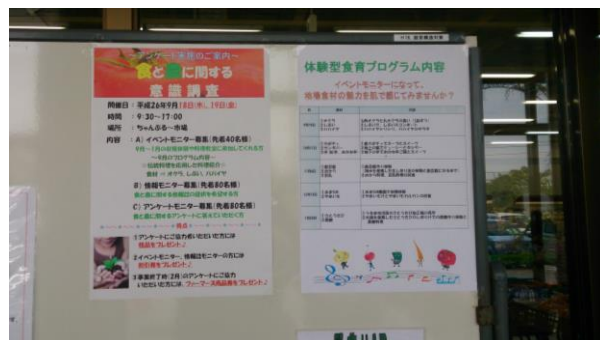
- (A) 店舗で実施する食育プログラムに参加し、かつ食育情報誌を受け取り、アンケート調査（事前・事後）にも協力するモニター（40人）
- (B) 情報誌を受け取り、アンケート調査（事前・事後）に協力するモニター（80人）
- (C) アンケート調査（事前・事後）のみ協力するモニター（80人）

※情報の介入度合により行動変容、意識変化を分析

* 農産物直売所 食育モニター参加申込書 *

下記の欄にご記入下さい。 記入日：2014 年 月 日

ふりがな お名前	
ご住所 (調査票・情報誌 等お届け先)	〒
電話番号	()
希望参加区分 ※A～Cのうち、 1つにチェック してください。	<input type="checkbox"/> A. イベントモニター(先着 40名) 食育イベント参加(全3～5回程度) 食育情報誌のお届け(毎月1回) アンケート(全2回)への協力 <input type="checkbox"/> B. 情報モニター(先着 80名) 食育情報誌のお届け(毎月1回) アンケートへの協力(全2回) <input type="checkbox"/> C. アンケートモニター(先着 80名) アンケートへの協力(全2回)
※事務局記入欄 モニター番号	



----- ✂ ----- きりとり ----- ✂ -----



農産物直売所 食育モニター参加申込者控え

- ・モニター期間終了まで(2015年2月末)、保管してください。
- ・問い合わせ等の際に、モニター番号が必要となります。

モニター番号	食育モニター区分 <input type="checkbox"/> A. イベントモニター <input type="checkbox"/> B. 情報モニター <input type="checkbox"/> C. アンケートモニター
--------	---

JA名	募集店舗名	日時
JA伊達みらい	んめ～べ	8/29,30
JA千葉みらい	しよいか～ご	8/23,24
JA静岡市	南部じまん市	8/21,22
JAあいち中央	でんまあと	8/17,19
JAおきなわ	ちゃんぶる～市場	8/25,26

事業の流れ

	アンケート協力者			各店舗・JC総研(事務局)
	Aイベントモニター(40人)	B情報誌モニター(80人)	Cアンケートモニター(80人)	
8月	【調査協力者の登録】 <ul style="list-style-type: none"> 各店舗にて登録カードにご記入ください 協力できるタイプ(上記3つ)を選んでください 調査票等を受け取ってください 			【調査協力者のリクルート】 全国5JAにて実施
9月 5 1月	【事前アンケート調査に回答】 <ul style="list-style-type: none"> 返信用封筒にて調査票を返信ください(回収・集計 JC総研まで) 期限は9月11日です 			 【食育情報誌の発送】 <ul style="list-style-type: none"> 毎月1回 【食育プログラムの実施】 3~5回を予定
	【情報誌の受取】 <ul style="list-style-type: none"> 毎月、各店舗の食育情報誌が届きます 自宅で食や農を学べます 農産加工品等の引換券がついています 			
	【食育プログラムに参加】 <ul style="list-style-type: none"> 各店舗で実施します 参加申し込みをお願いします 詳細は毎月発行の情報誌にてご案内します 			
2月	【事後アンケートに回答】 <ul style="list-style-type: none"> 登録した住所にアンケート調査が送られてきます 返信用封筒にて調査票を返信ください(回収・集計 JC総研) 期限:2月11日 			
3月	【御礼の引き換え】 引き換え方法や内容、引き換え期間などは後日ご連絡します。 2回のアンケート調査に回答いただいた方が対象となります。			

食と農に関する意識調査（事前調査）

調査日：平成 26 年 8 月

対象店舗：んめ〜べ（福島県）

しよいか〜ご千葉店・習志野店（千葉県）

南部じまん市（静岡県）

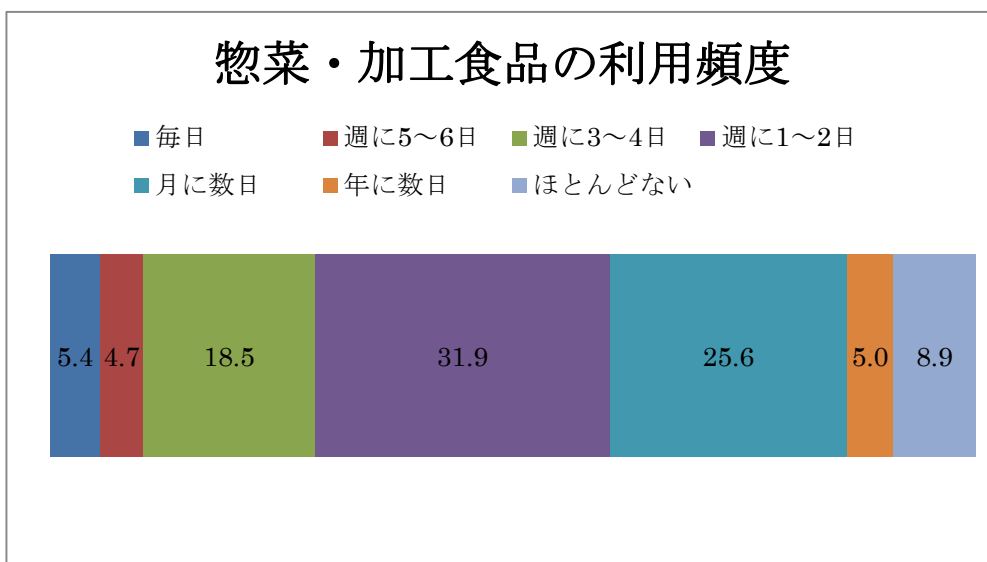
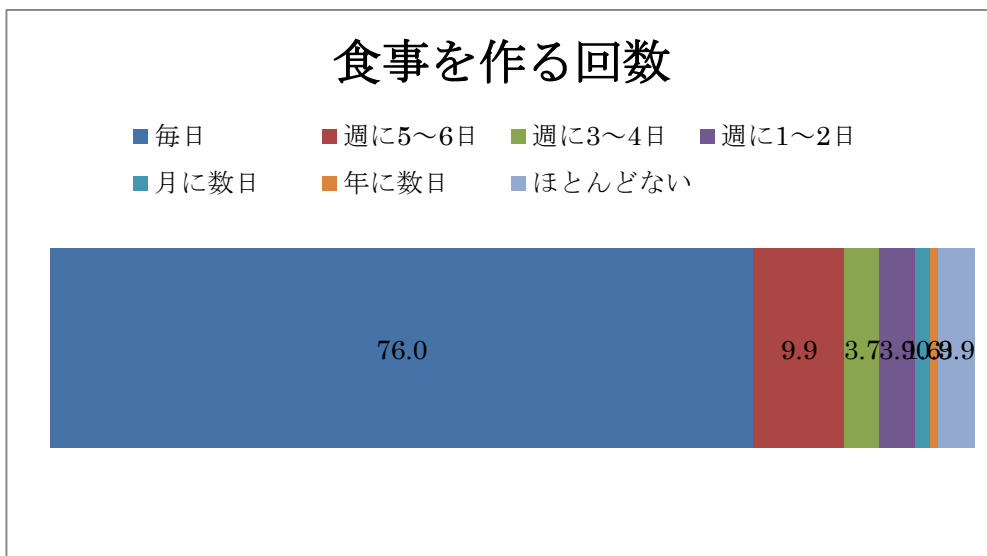
でんまあと（愛知県）

ちゃんぷる〜市場（沖縄県）

調査対象者：店舗利用者各 200 人

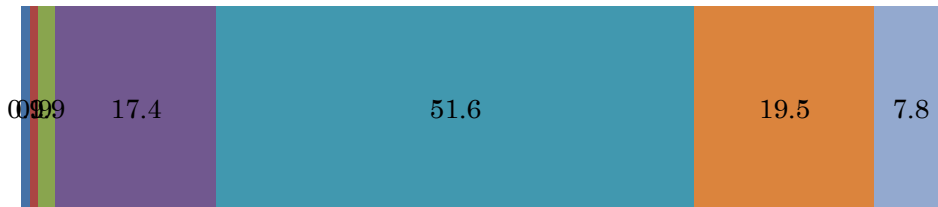
回収数：678 人

普段の食生活環境について

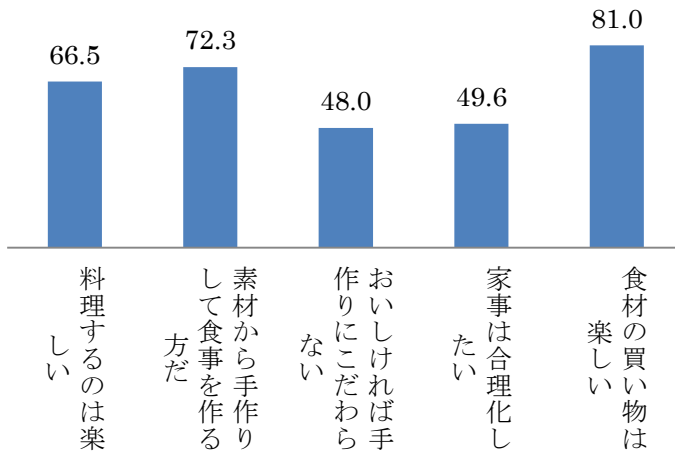


外食の利用頻度

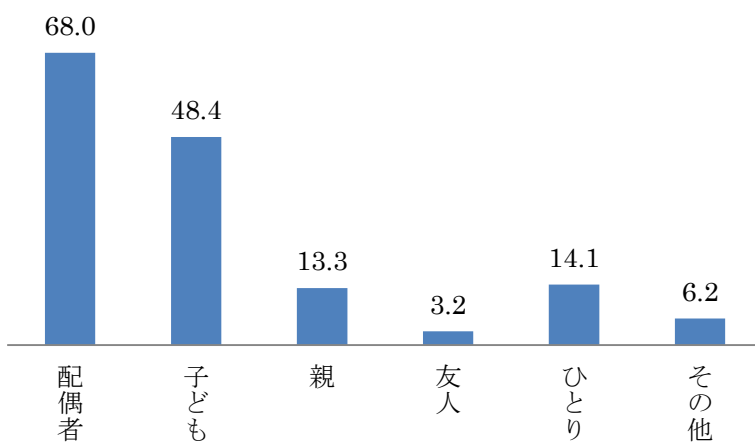
■ 毎日 ■ 週に5~6日 ■ 週に3~4日 ■ 週に1~2日
 ■ 月に数日 ■ 年に数日 ■ ほとんどない



食生活について



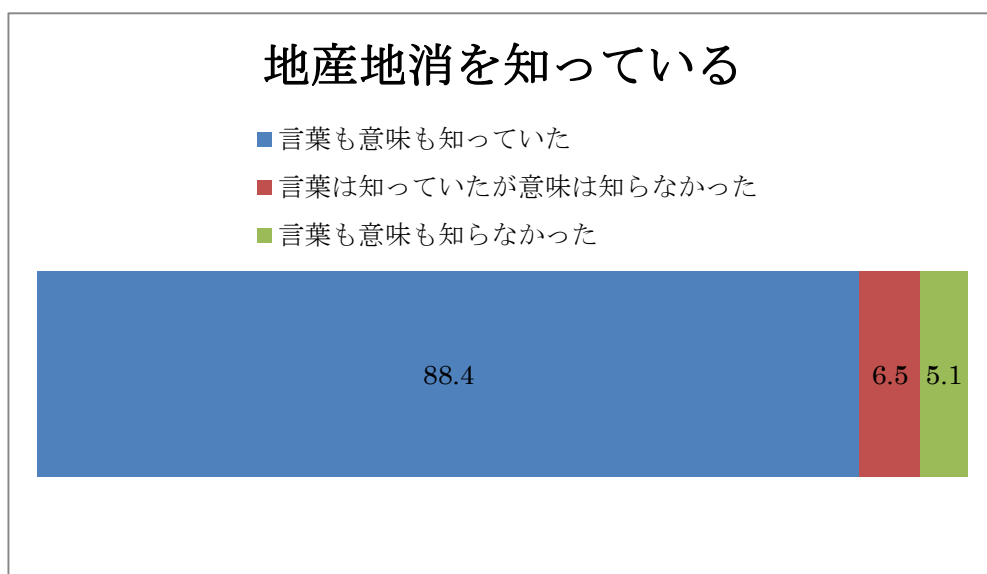
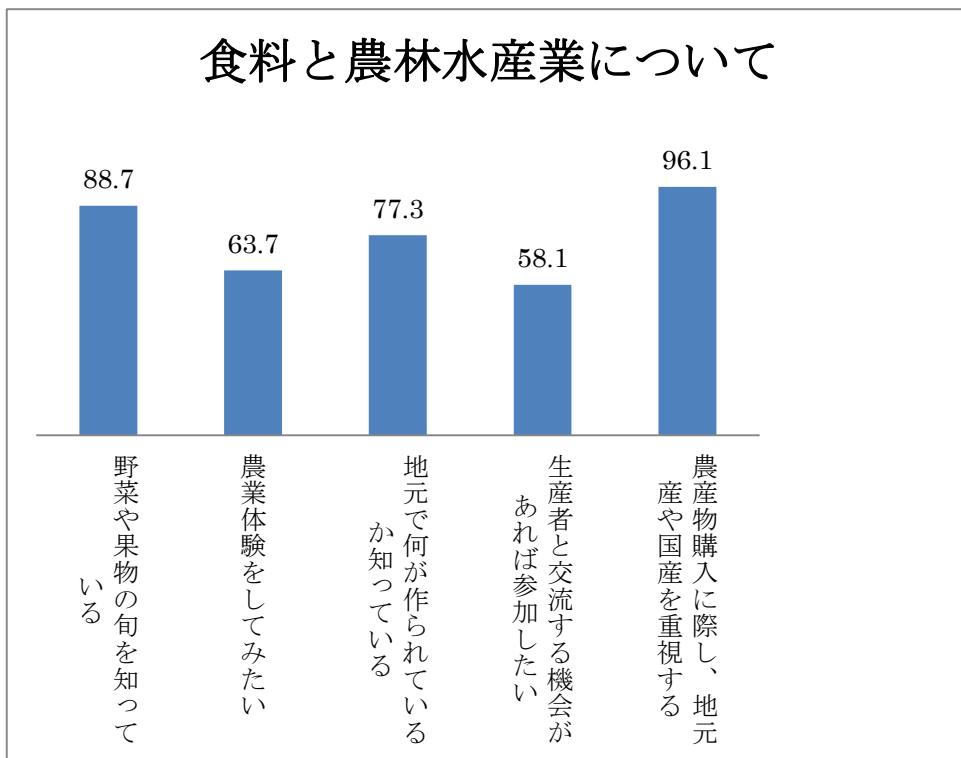
夕食を誰と食べるか

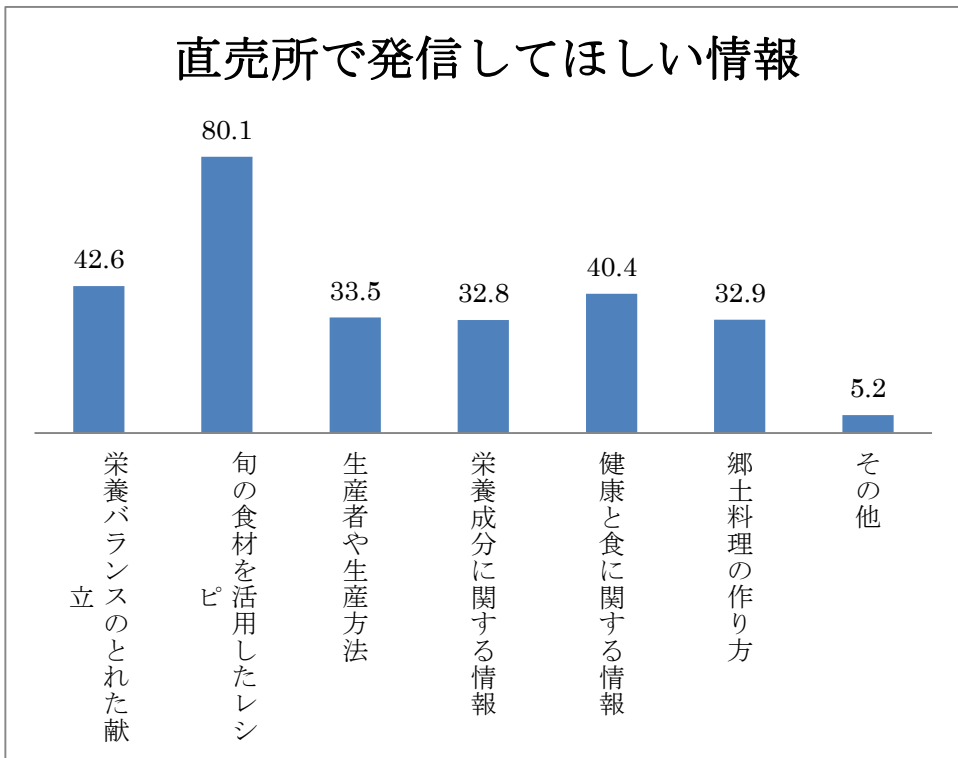


食事をつくる回数を見てみると「毎日」という回答が約8割を占めている。平成25年度の食育白書によると「毎日」は約5割であることから、直売所利用者は自分で食事を作る頻度が高いことがわかる。一方、惣菜や加工食品、外食の利用頻度を見てみると、週に1～2回惣菜や加工品を利用している人が最も多く約3割、外食は月数回が最も多く過半数を占めていた。

食生活を聞いてみたところ、「食材の買い物が楽しい」と感じている人が多く約8割を占めている。さらに、「素材から調理して食事を作る」との回答が約7割を占めていて、直売所利用者は素材選びから始まり調理を楽しみ食事する様子が見えてくる。

食料と農林水産業

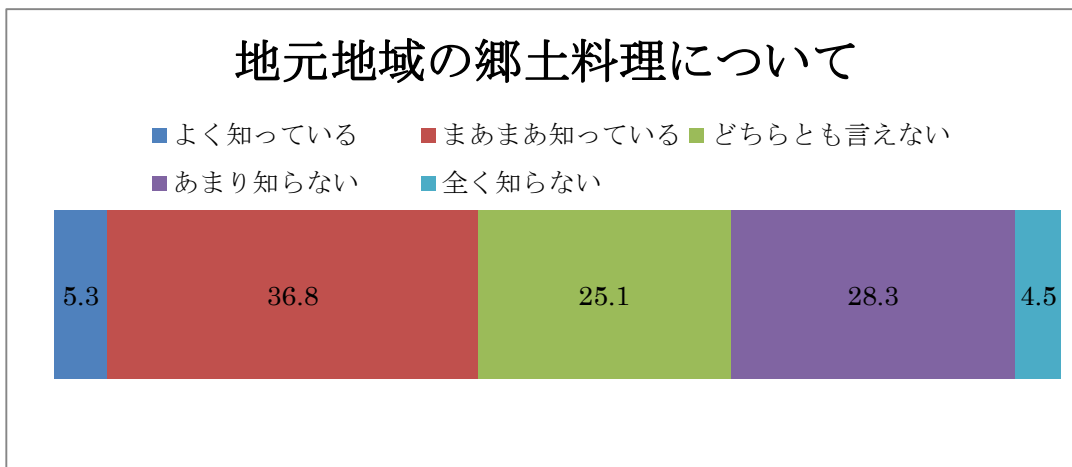




食料と農林水産業について聞いたところ、農産物の購入に際し地元産や国産を意識している人がほとんどであることが分かった。こうした地場食材志向の人は旬の時期や何が作られているかも理解が深い。

さらに直売所でどういった情報を入手したいかを聞いたところ、最も多かった回答が「旬の食材を活用したレシピ」約8割であった。食べ方の提案をすることは、地域農業の理解や食材活用を進めることにつながる。

和食や地域の食文化



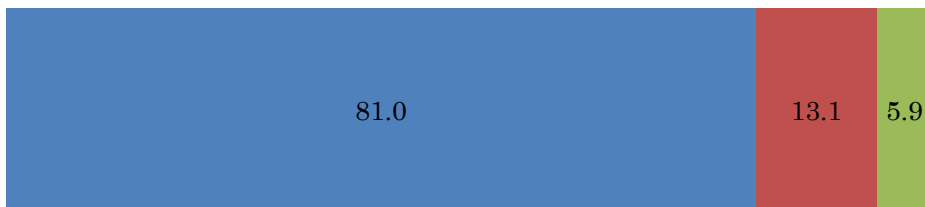
主食・主菜・副菜をそろえて食べる

- よく意識している
- 時々意識している
- どちらとも言えない
- あまり意識しない
- まったく意識しない



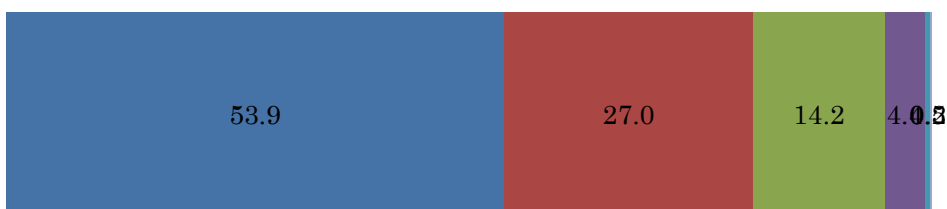
一汁三菜という言葉を知っている

- 言葉も意味も知っていた
- 言葉は知っていたが意味は知らなかった
- 言葉も意味も知らなかった



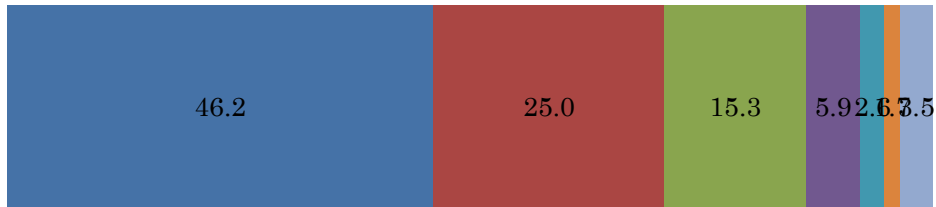
和食を食べる頻度

- 毎日
- 週に5~6日
- 週に3~4日
- 週に1~2日
- 月に数日
- 年に数日
- ほとんどない



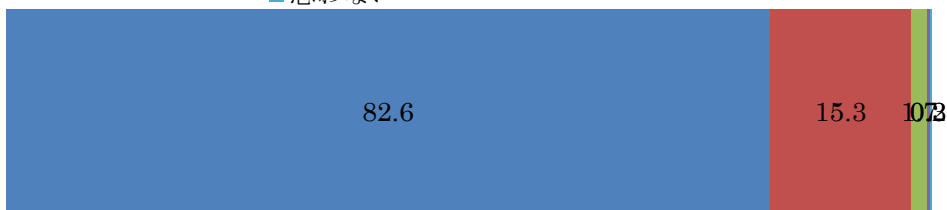
和食の調理頻度

- 毎日
- 週に5～6日
- 週に3～4日
- 週に1～2日
- 月に数日
- 年に数日
- ほとんどない



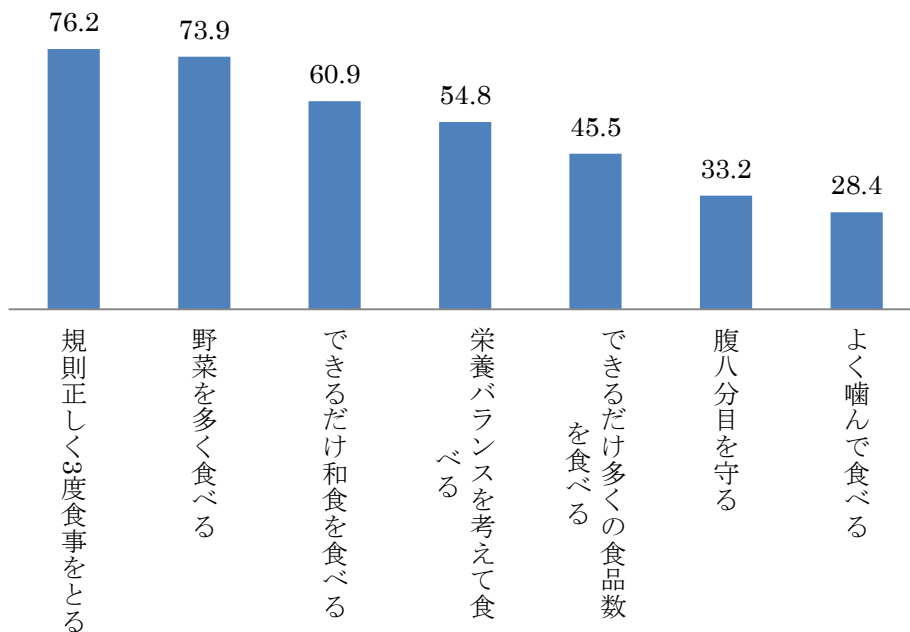
旬の食材を活用して料理したい、食べたい

- 思う
- どちらかといえばそう思う
- どちらでもない
- どちらかといえばそう思わない
- 思わない



バランスの良い食事の目安でもある「主食、主菜、副菜のそろった食事」を意識してる人は約9割であった。「一汁三菜」の言葉も約8割が言葉も意味も知っていたと回答している。旬の食材を活用した料理への関心も高い。

普段の食と健康について



普段の食生活で最も気をつけていることとして「規則正しく3度食事をする」「野菜を多く食べる」という回答であった。欠食しないよう心掛けると共に、食事の質も野菜を多く摂取するよう気を配っている様子が見えてくる。

回答者属性

年齢層

■ 20代 ■ 30代 ■ 40代 ■ 50代 ■ 60代 ■ 70代 ■ 80代以上



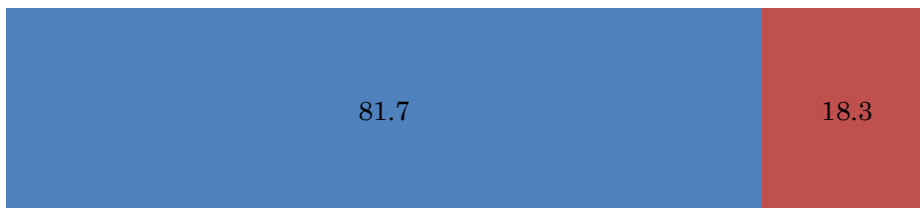
就業状況

■ 学生 ■ 主婦 ■ 会社員 ■ 自営業 ■ パート・アルバイト ■ その他



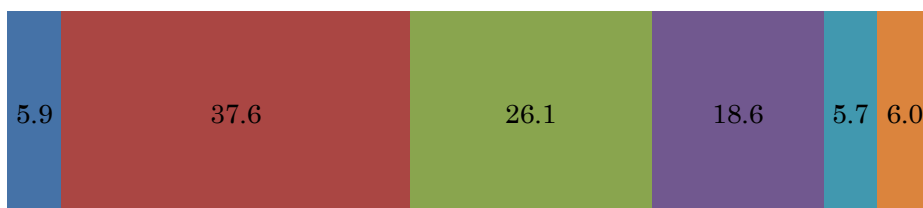
配偶者の有無

■ 有 ■ 無



同居人数

■ ひとり暮らし ■ 2人 ■ 3人 ■ 4人 ■ 5人 ■ 6人以上



同居の子（一番小さなお子さん）

■未就学児 ■小学生 ■中学生 ■高校生 ■大学生 ■成人

