

たこのしく食べて 楽しく知る

音更町第3次食育・地産地消促進計画



おとふけ 食の大使
音更大豆振大豆 キャラクター

おおそぞくん

令和3年12月

音更町



第1章 計画の基本的な考え方

- 1 計画の趣旨と概要 P 1
- 2 計画の位置付け P 1
- 3 計画の期間 P 2

第2章 音更町の「食」をめぐる現状と課題

- 1 第2次食育・地産地消促進計画の検証 P 3
- 2 音更町の「食」をめぐる現状と課題 P 6
 - (1) 「食」に関するアンケート調査の実施 P 6
 - (2) 調査結果「食育編」 P 7
 - (3) 調査結果「食品ロス編」 P20
 - (4) 調査結果「地産地消編」 P24
 - (5) 第3次食育・地産地消促進計画の方向性 P33

第3章 基本理念と基本目標

- 1 基本理念 P34
- 2 基本目標 P34

第4章 計画体系と施策の展開

- 1 計画体系 P35
- 2 施策の推進 P36

第5章 計画の推進

- 1 推進体制 P44
- 2 家庭や地域等の役割 P45



【資料編】

第1章 音更町の概要

- 1 音更町の概要 P49
- 2 音更町の農業の概要 P50

第2章 第2次食育・地産地消促進計画の取組

- 1 音更町の関係各課の取組 P52
第2次食育・地産地消促進計画(平成29年度～令和3年12月)事業・活動実績
第3次食育・地産地消促進計画(令和4年1月～令和7年度)事業・活動目標
- 2 町内関係機関の取組 P75
- 3 音更町食のモデル地域実行協議会の取組 P78

第3章 その他

- 1 音更町の学校給食と地場産物を活用した取組について P80
- 2 音更町第3次食育・地産地消促進計画(素案)に関するパブリックコメントの結果について P84
- 3 用語解説 P85

第1章 計画の基本的な考え方

1 計画の趣旨と概要

「食」は、私たちの生命の根源をなすものです。

しかし近年、食生活の乱れや食そのものへの関心の低下が全国的に問題となっています。

音更町では、健全な食生活を通して心身の健康と豊かな人間性を育むとともに、地産地消による地域の活性化を目指し、平成24年度に「音更町第1次食育・地産地消促進計画」を、平成28年度に「音更町第2次食育・地産地消促進計画」を策定し、「たのしく食べて 楽しく知る」を基本理念に町民の皆さんと連携して、食育・地産地消の各種取組を行っています。

また、平成25年度には町や関係機関で構成する「音更町食のモデル地域実行協議会」を設立し、第1次及び第2次の食育・地産地消促進計画に沿った事業の実施を積極的に推進してきたところです。

これまでの取組の結果、町内では様々な主体による食の活動が広がりをみせ、食の安心・安全に対する町民の関心がますます高まってきております。

このため、食を巡る情勢の変化等を踏まえ、改めて食の意義・大切さを考え、引き続き本取組を持続して更なる推進を図るため、「音更町第3次食育・地産地消促進計画」を策定します。

2 計画の位置付け

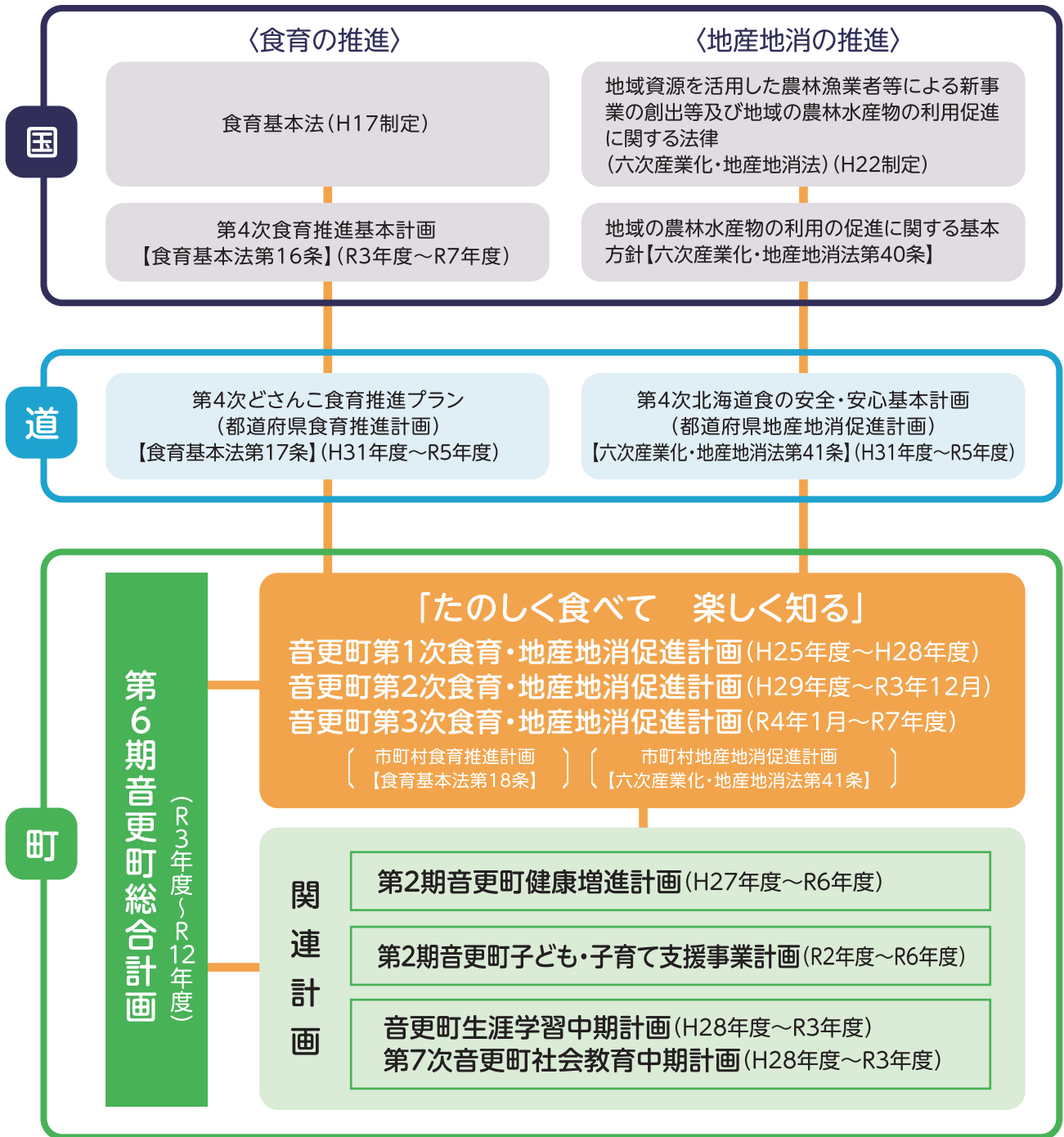


《SDGsの目標12》
持続可能な生産消費形態を確保する。

この計画は、平成17年制定の「食育基本法第18条第1項」に基づく「市町村食育推進計画」に位置付けるとともに、平成22年制定の「地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律(六次産業化・地産地消法)第41条第1項」に基づく「市町村地産地消促進計画」に位置付けるものとし、その他の関連する計画と相互に連携し、計画の推進を図ります。

また、この計画は本町における食育及び地産地消を具体的に推進するための総合的な指針とし、「持続可能な開発目標(SDGs)」の達成に資するものです。

計画の位置付けと主な関連計画との関係



3 計画の期間

この計画の期間は、令和4年1月から令和8年3月までとします。

計画期間は、国の第4次食育推進基本計画や第6期音更町総合計画の計画期間(前期)と整合を図ることとします。

なお、社会経済情勢の変化などによって、計画の変更が必要になった場合には、随時、計画の見直しを行います。

第2章 音更町の「食」をめぐる現状と課題

1 第2次食育・地産地消促進計画の検証

音更町では、第1次計画策定時(平成24年度)に実施した「食」に対する実態調査から、特に「食」に関する関心度や達成度が低かった項目について、6つの項目で数値目標を定め、その向上に努めてきました。

今回、第3次計画策定に当たり、数値目標を定めた項目を含めたアンケート調査を前回(平成28年度)に引き続き、今回(令和2年度)行い、その達成状況について検証いたしました。

なお、音更町の関係各課が取組を行った各事業の活動結果と評価等については、資料編に詳しく掲載しています。

※次ページ以降に各指標の達成状況について記載しています。

【記号の説明】

※「前回実績との比較」欄

↑:改善している ↗:やや改善している →:変化なし ↘:やや後退している ↓:後退している

※「達成状況」欄

◎:目標を達成している ○:目標に向かって推移している △:変化なし ×:目標から遠ざかっている

(1) 食育に関心がある人の割合

食育に関心がある人(「関心がある」と「どちらかといえば関心がある」を合わせたもの)の割合については、前回実績と比較して若干減少しており、目標には近づけていない状況であります。また、「関心がある」についての割合は増加しているため、引き続き食の大切さなど食育への関心を高める取り組みを進める必要があります。

前回実績(H28)	今回実績(R2)	目標値	前回実績との比較	目標達成状況
80.5%	77.8%	100%	↘	△

※前回実績数値は平成28年度実施「食」に関する実態調査結果
 ※今回実績数値は令和2年度実施「食」に関するアンケート調査結果

(2) 毎日朝食を食べる人の割合

毎日朝食を食べる人の割合は、保育園等及び小学生では前回実績と比較して、若干の増加の傾向にありますが、中学生及び高校生についてはやや減少してしまいました。保育園等から小学生、中学生、高校生と世代が上がるにつれ、割合が減少していく傾向にありますので、子どもたちの基本的な生活習慣の確立や生活リズムの向上につながる「早寝、早起き、朝ごはん」運動の積極的な推進に努める必要があります。

	前回実績(H28)	今回実績(R2)	目標値	前回実績との比較	目標達成状況
保育園等	95.6%	96.5%	100%	↗	○
小学生	91.6%	91.8%	100%	→	○
中学生	91.1%	86.6%	95%	↘	×
高校生	73.8%	69.4%	80%	↘	×

※前回実績数値は平成28年度実施「食」に関する実態調査結果
 ※今回実績数値は令和2年度実施「食」に関するアンケート調査結果

(3) 日本を代表するにんじんの産地の認知度

平成18年に国内最大級のにんじん洗浄選別予冷施設ができたことから、町内で本格的に生産が増え、日本を代表するにんじんの産地の認知度については、学校給食での活用や、ふれあい農園での農作業体験などを通じて啓発に努めたこともあり、小学生から一般までの各世代にわたって増加し、目標値に向かっていきます。

	前回実績(H28)	今回実績(R2)	目標値	前回実績との比較	目標達成状況
小学生	29.8%	34.6%	60%	↑	○
中学生	32.8%	47.0%	60%	↑	○
高校生	18.3%	25.7%	60%	↑	○
一般	35.5%	43.9%	60%	↑	○

※前回実績数値は平成28年度実施「食」に関する実態調査結果
 ※今回実績数値は令和2年度実施「食」に関するアンケート調査結果

(4) ふれあい交流館の利用者数

食育・地産地消の推進を担う施設であるふれあい交流館は、町や平成25年に設立された「食のモデル地域実行協議会」が主催する町民参加型行事の実施などにより、年々利用者数が増加していましたが、平成29年度の13,150名をピークに減少傾向にあります。

前回実績(H27)	今回実績(R1)	目標値	前回実績との比較	目標達成状況
12,211名	10,508名	12,800名	↓	×

※前回実績数値は平成27年度実績値
※今回実績数値は令和元年度実績値

(5) ふれあい農園の利用者数

ふれあい交流館に隣接するふれあい農園の利用は、保育園等や小学校などの農作業体験への意識の高まりもあり、年々増加しています。

前回実績(H28)	今回実績(R1)	目標値	前回実績との比較	目標達成状況
870名	1,281名	1,000名	↑	◎

※前回実績数値は平成28年度実績値
※今回実績数値は令和元年度実績値

(6) 三角食べのできる子どもの割合

町立保育園等で実施している三角食べのできる子どもの割合は、前回を下回っており、主食・主菜・副菜(汁物等)を組み合わせた栄養バランスに配慮した食生活を進め、目標値に向かう必要があります。

前回実績(H28)	今回実績(R2)	目標値	前回実績との比較	目標達成状況
52.1%	31.2%	60%	↓	×

※前回実績数値は平成28年度子ども福祉課調べ
※今回実績数値は令和2年度子ども福祉課調べ

2 音更町の「食」をめぐる現状と課題

(1) 「食」に関するアンケート調査の実施

食育に対する意識や地場産品の購買状況などについて、次のとおりアンケート調査を実施しました。

① 調査名	「食」に関するアンケート調査		
② 調査対象	音更町民		
③ 配布者数	6,194人	(以下内訳)	
		保育園等	857人
		小学生 (うち5～6年生)	2,517人 (914人)
		中学生	1,374人
		高校生	343人
		短大生	103人
		一般	1,000人
④ 回答数	4,784人(77.24%)		
⑤ 配布先	保育園児等(3歳～5歳児)、全小中学校(全学年)、音更高校(全学年) 大谷短大(希望者)、一般		
⑥ 調査期間	令和2年10月29日～11月27日		

※園児及び児童・生徒・学生については、保育園等や学校を通じて配布。
一般については、10歳代から80歳代までの1,000名(男女各500名)に郵送。

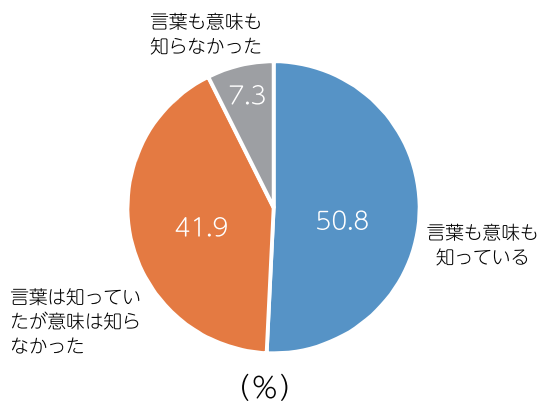
上記アンケートで得た結果について、第1次計画及び第2次計画の監修者である札幌保健医療大学の荒川義人教授及び金高有里准教授に分析を依頼しました。

(2) 調査結果「食育編」

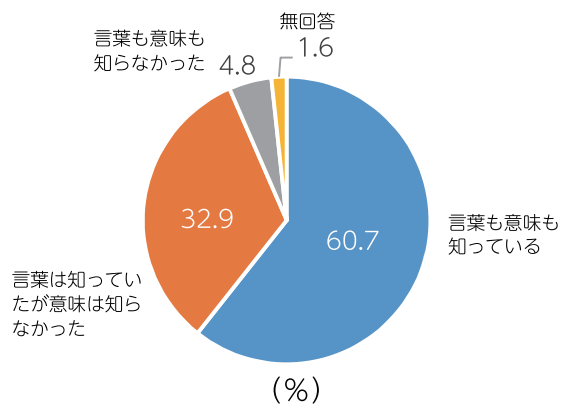
ア 食育に対する意識

■食育を知っていますか

前回

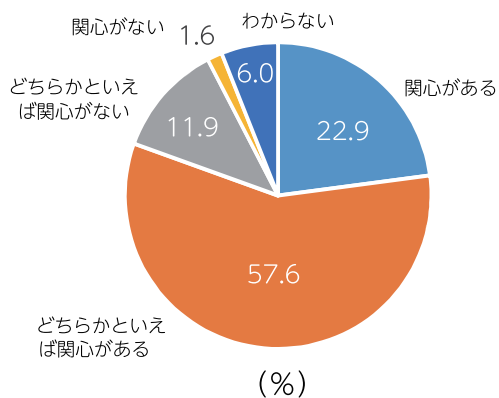


今回

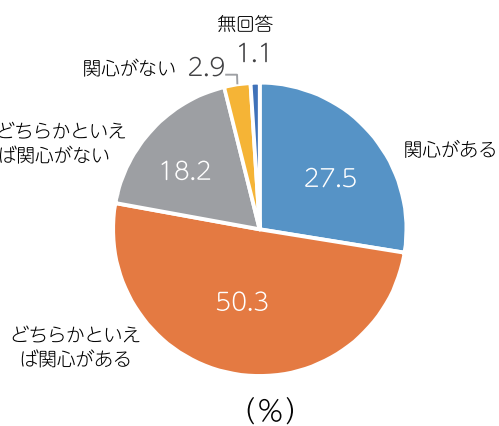


■食育に関心がありますか

前回



今回

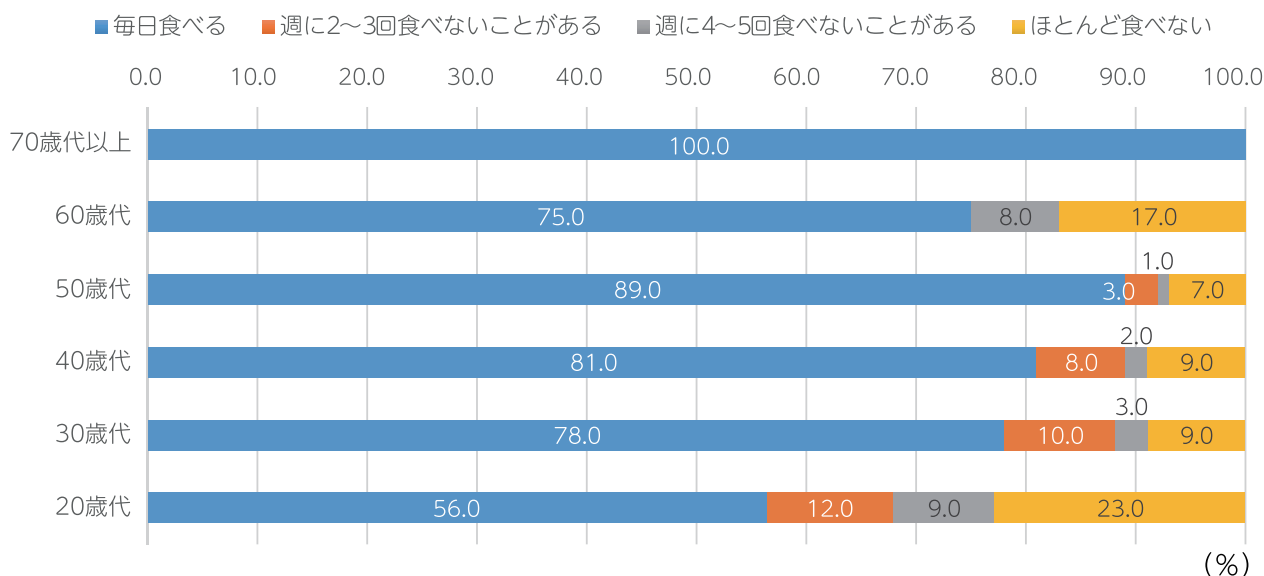


前回の調査結果と比較して、食育について「言葉も意味も知っている」人(60.7%)は9.9ポイント増加し、「言葉は知っていたが意味は知らなかった」人(32.9%)は9.0ポイント低下し、周知が進んでいる可能性が示唆されます。「関心がある」人(27.5%)と「どちらかといえば関心がある」人(50.3%)を合わせた割合(77.8%)は、前回調査結果(80.5%)より2.7ポイント低下したことから、関心の高まりに向けて更なる改善が必要です。

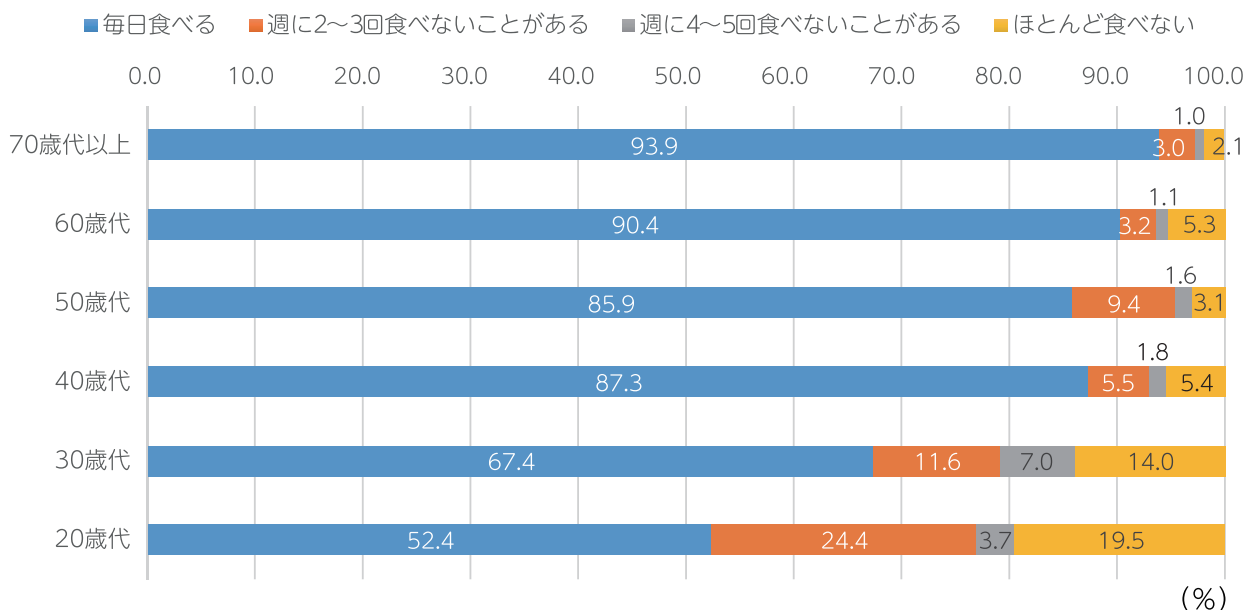
イ 朝食の欠食状況

■年代別：朝食の欠食率

前回



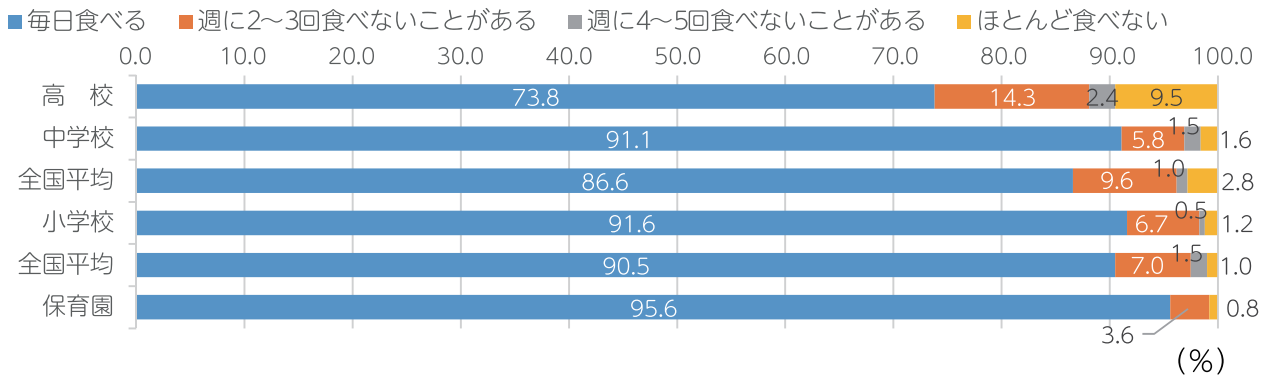
今回



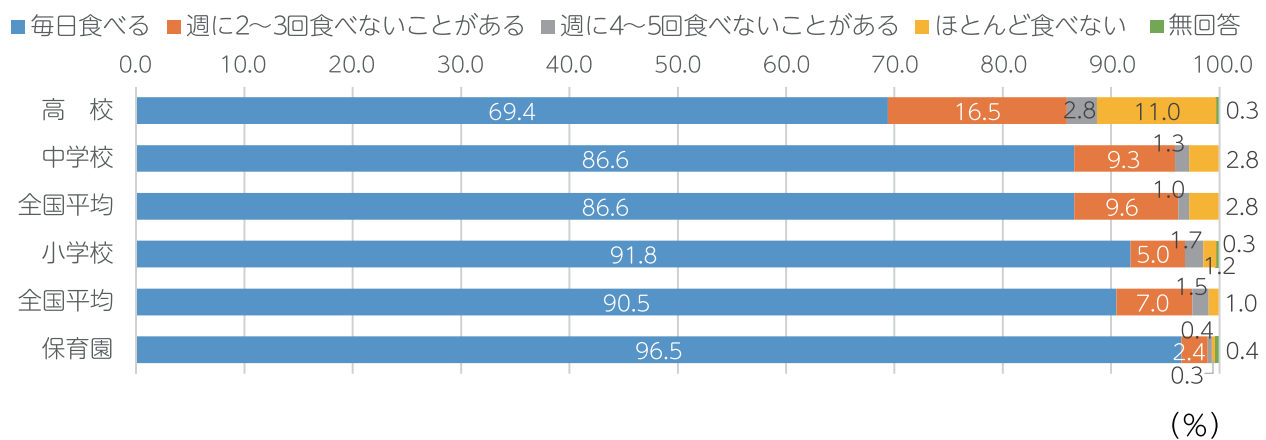
前回の調査結果と比較して、成人40歳代(87.3%)、60歳代(90.4%)では「毎日食べる」人の割合がそれぞれ6.3ポイント、15.4ポイント増加し改善傾向が確認されましたが、20歳代(52.4%)、50歳代(85.9%)ではほとんど変化がなく、30歳代(67.4%)、70歳代以上(93.9%)ではそれぞれ10.6ポイント、6.1ポイント減少しました。調査母数が少ないため一人の影響が大きく反映した結果ではありますが、改善すべき課題と考えられます。保育園から高校生までの朝食の欠食状況では、「毎日食べる」人の割合は保育園(96.5%)で0.9ポイント、小学生(91.8%)で0.2ポイント微増したのに対し、高校生(69.4%)で4.4ポイント、中学生(86.6%)で4.5ポイント減少しました。この世代は、将来の欠食習慣予防の上でも「毎日食べる」人の割合100%を目指すことが大切です。

■児童・生徒：朝食の欠食率

前回

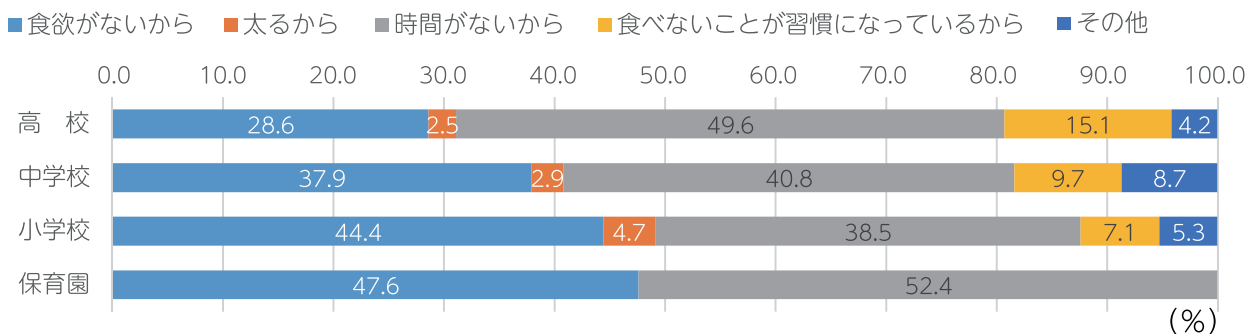


今回

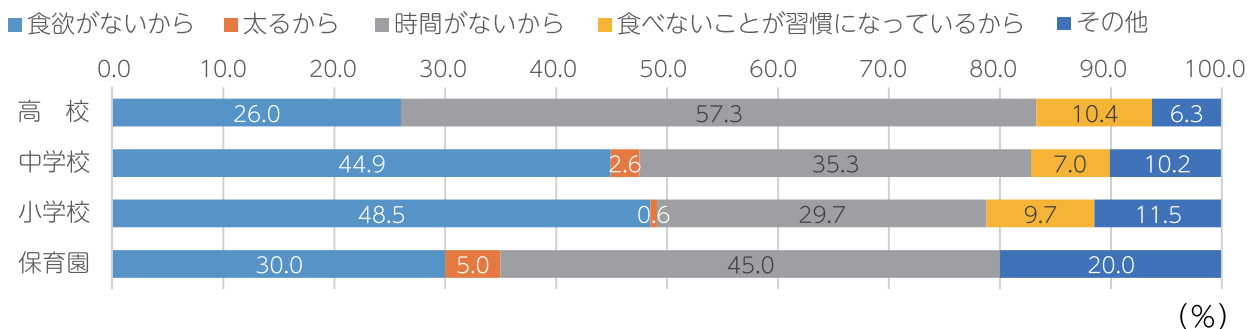


■児童・生徒：朝食の欠食理由

前回



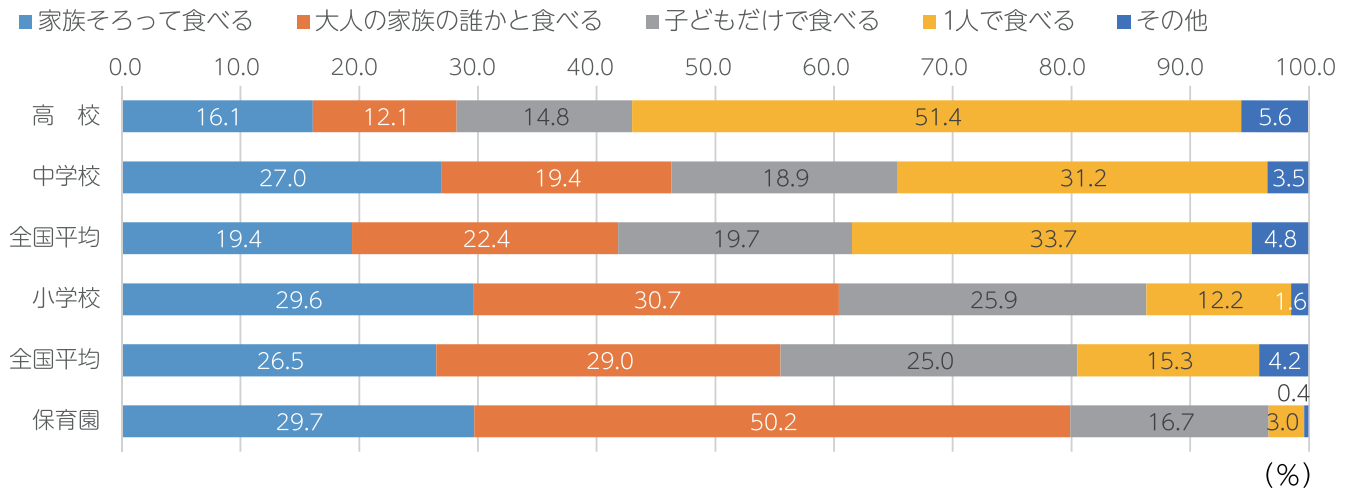
今回



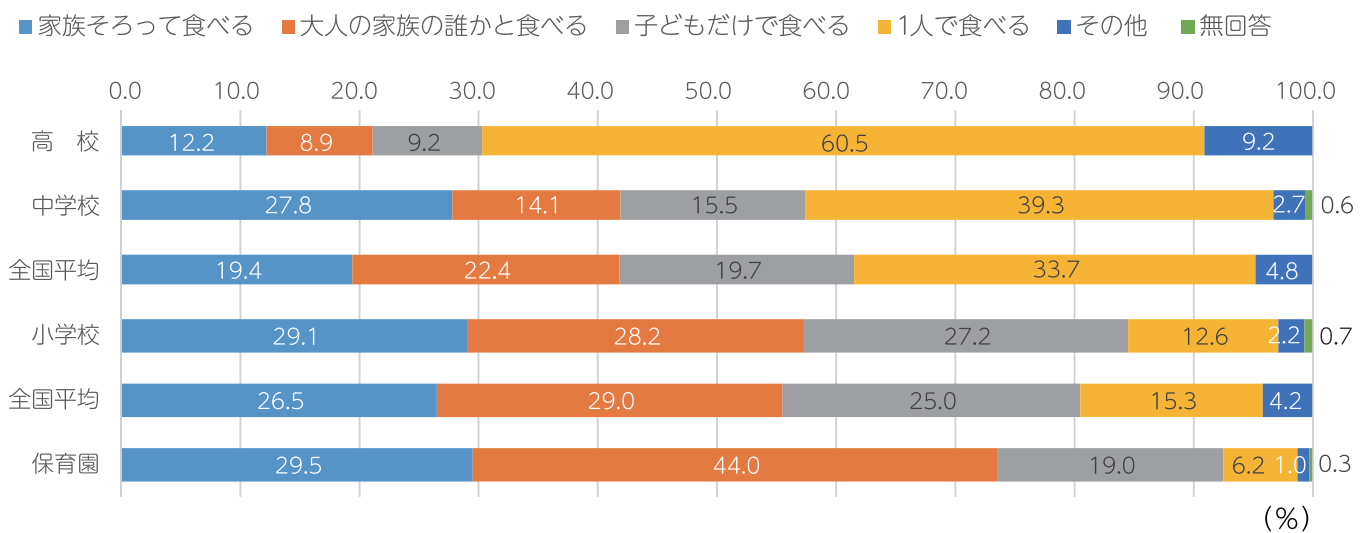
ウ 朝食・夕食の共食状況

■朝食の共食状況

前回



今回

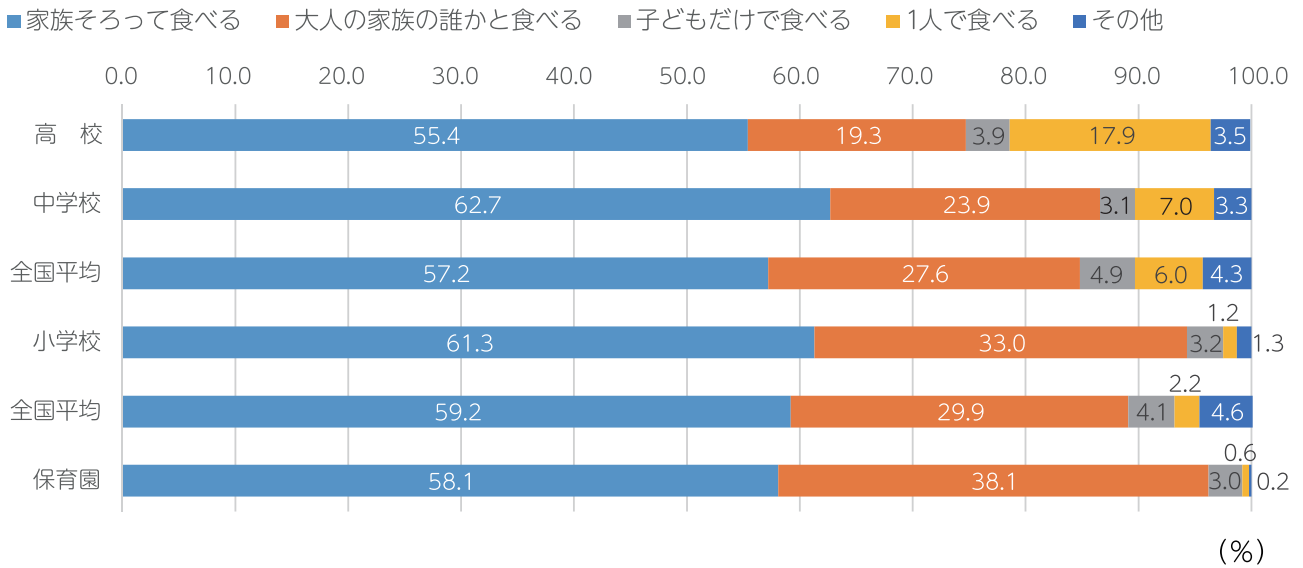


前回調査結果と比較して、朝食を「家族そろって食べる」人は、中学生で27.8%と0.8ポイント増加したものの、高校生は12.2%、小学生は29.1%、保育園園児は29.5%と、それぞれ3.9ポイント、0.5ポイント、0.2ポイント減少しています。さらに、「大人の家族の誰かと食べる」人が高校生で8.9%、中学生で14.1%、小学生で28.2%、保育園園児が44.0%となり、それぞれ3.2ポイント、5.3ポイント、2.5ポイント、6.2ポイント減少していることから、家族や大人の家族の誰かと子どもがそろって食べる環境を維持することが難しい状態が広がっていることが推察されます。

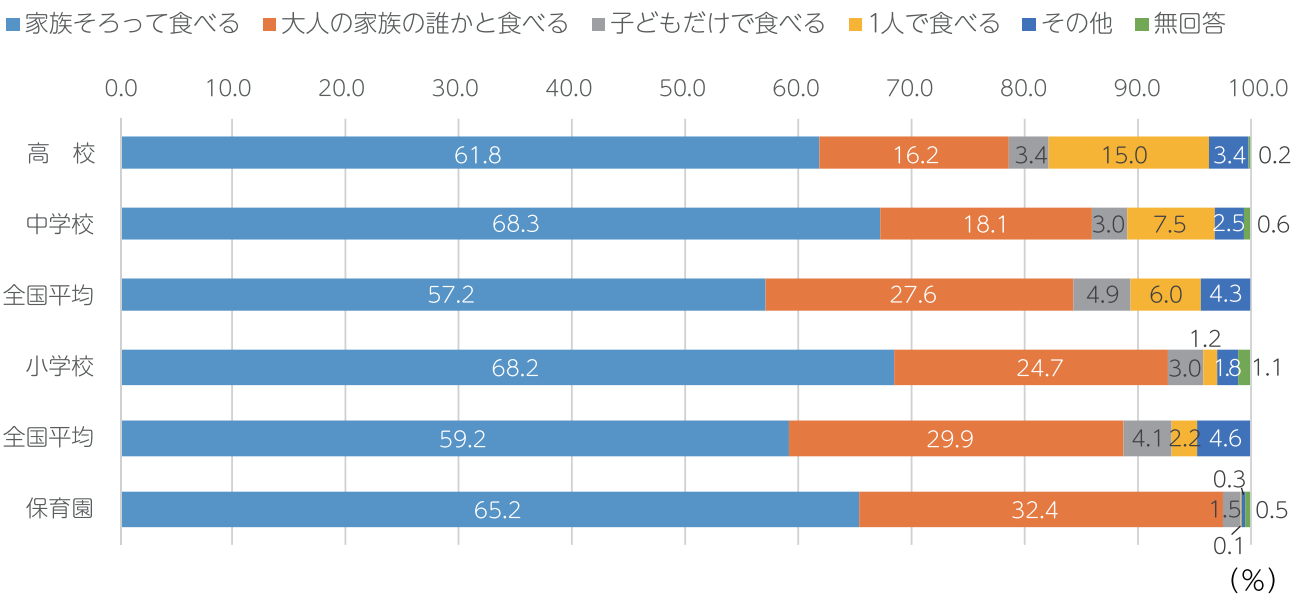
夕食を「家族そろって食べる」人は、高校生で61.8%、中学生で68.3%、小学生で68.2%、保育園園児で65.2%となり、それぞれ6.4ポイント、5.6ポイント、6.9ポイント、7.1ポイント増加し改善傾向にあります。一方、「大人の家族の誰かと食べる」人は、高校生で16.2%、中学生で18.1%、小学生で24.7%、保育園で32.4%となり、それぞれ3.1ポイント、5.8ポイント、8.3ポイント、5.7ポイント減少しており、共食の在り方については引き続き注視する必要があります。コミュニケーションをとる大切な場面としての食事の役割を伝えていくことが大切です。

■夕食の共食状況

前回



今回



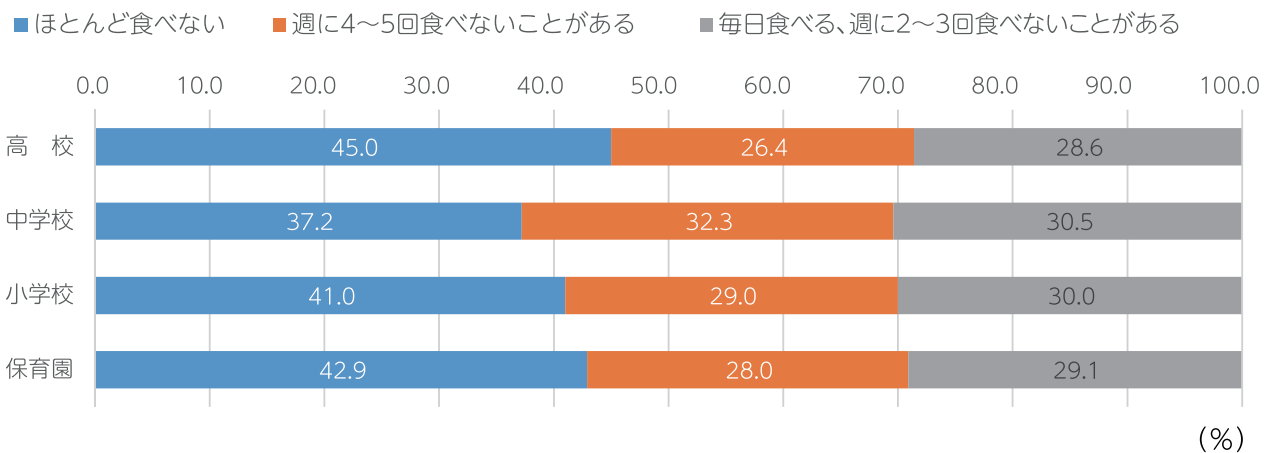
※全国平均データ比較参考

「児童生徒の食生活等実態調査」独立行政法人日本スポーツ振興センター平成22年度の調べ

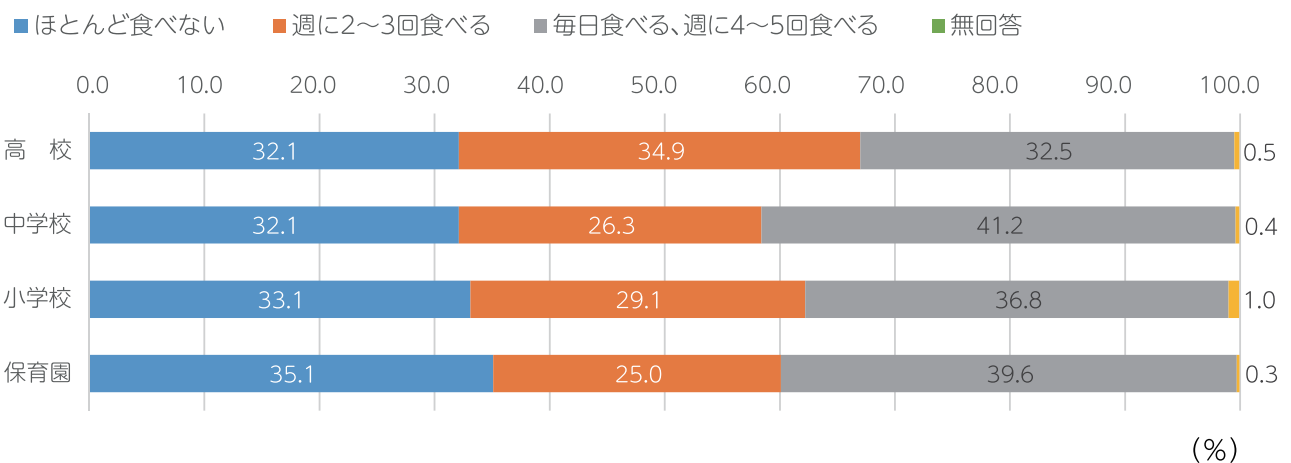
Ⅰ 夜食の頻度・内容

■夜食の頻度

前回



今回

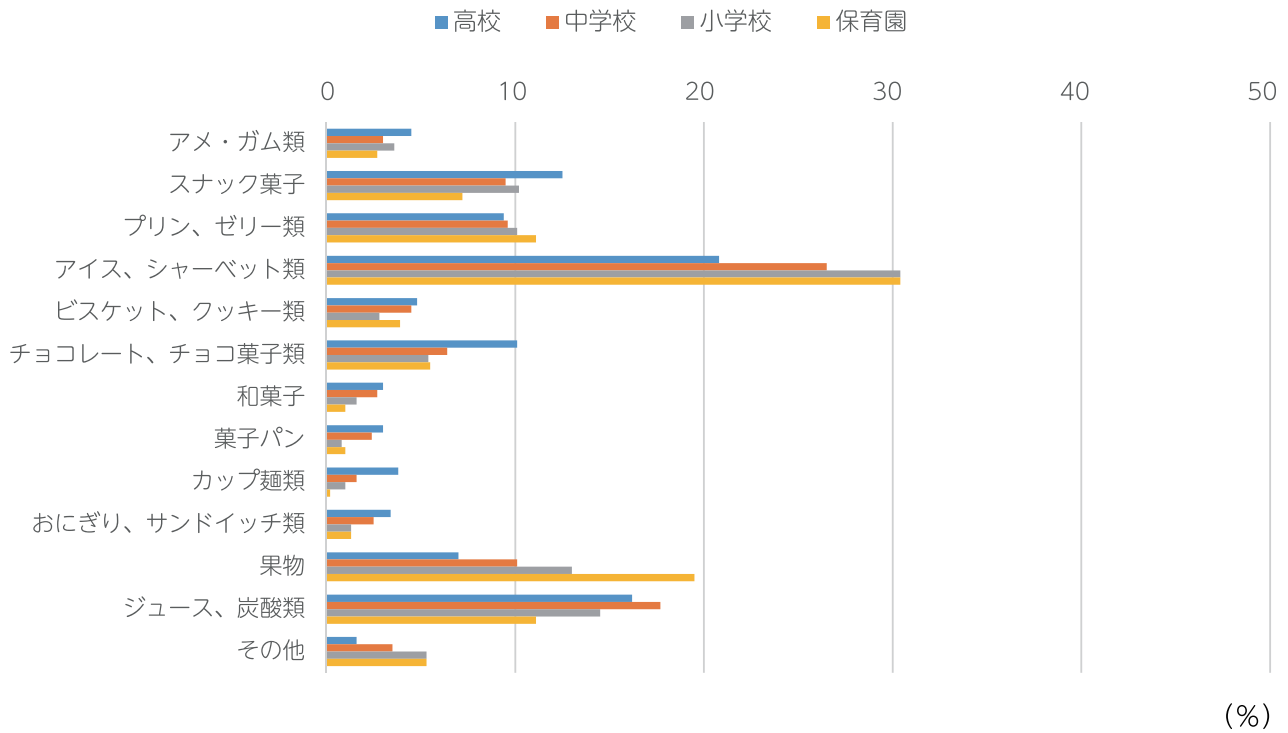


質問の仕方は異なりますが、前回の調査結果の「毎日食べる、あるいは週に2～3回食べないことがある」人と比較して、今回の「毎日食べる、あるいは週に4～5回食べる」と回答した人は、高校生で32.5%、中学生で41.2%、小学生で36.8%、保育園園児で39.6%となり、それぞれ3.9ポイント、10.7ポイント、6.8ポイント、10.5ポイント増加しています。

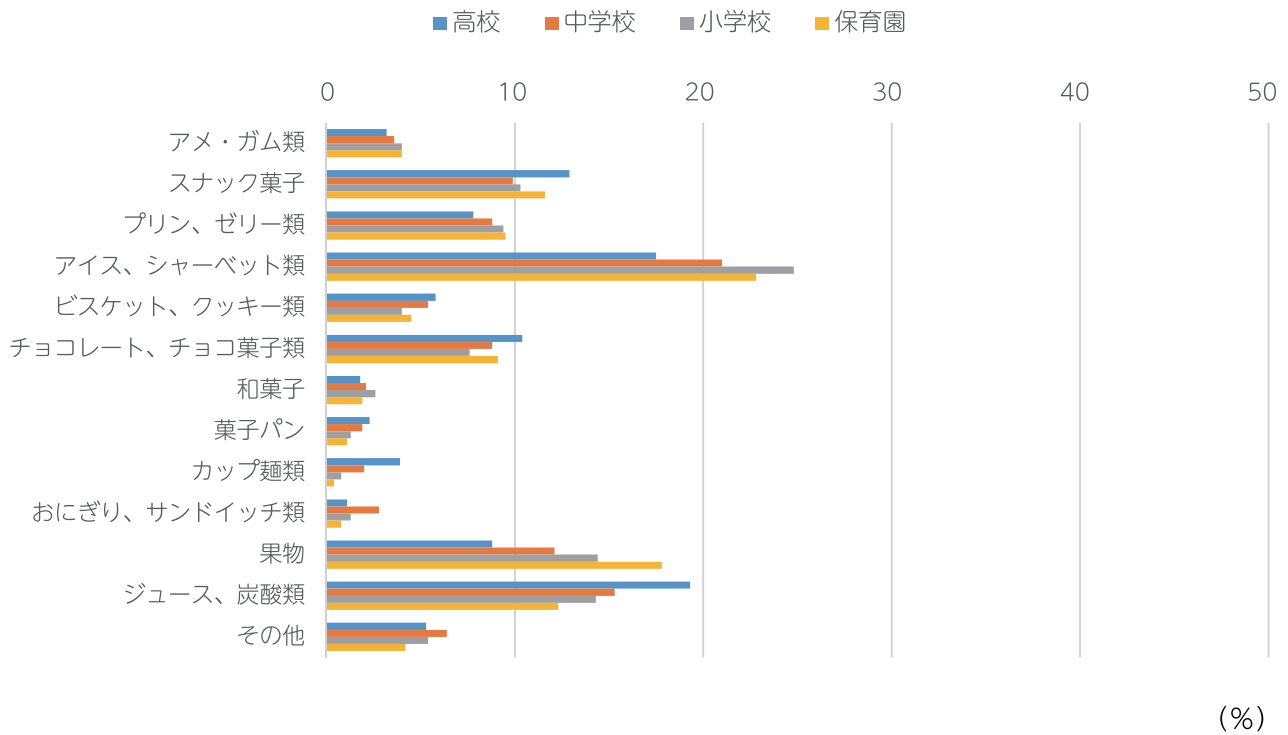
夜食を食べる頻度が高いと生活習慣が乱れ、結果的に肥満などにつながる可能性がありますので、改善の必要があります。一方、夜食の内容では、アイス、炭酸飲料などが多く、糖分の過剰摂取を防ぎ、栄養面でのバランスに配慮する工夫を今後も意識する必要があります。

■夜食の内容

前回



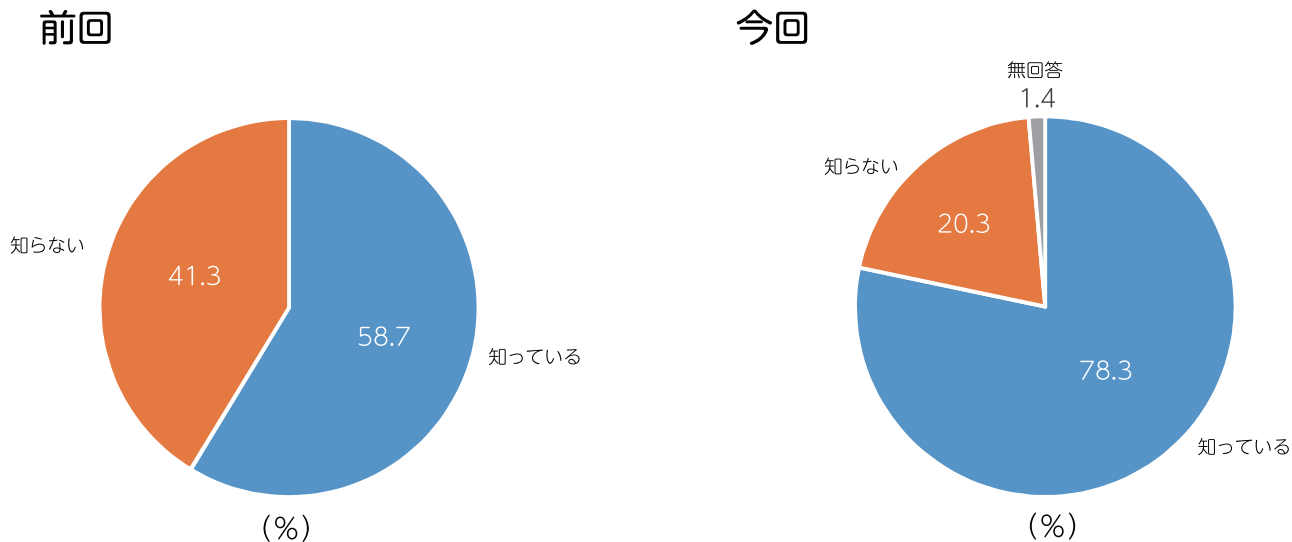
今回



オ 農畜産物に対する意識

【成人】

■音更町が日本を代表する小麦の産地



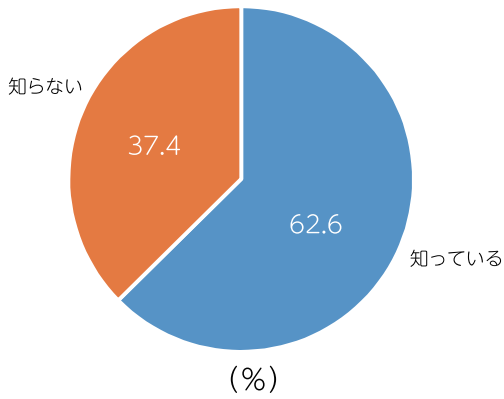
前回の調査結果と比較して、音更町の特産品について、「日本を代表する小麦の産地」であることを知っている人の割合は成人で78.3%となり、19.6ポイント増加しました。同様に成人で、「日本を代表する小豆の産地」を知っている人の割合は78.1%で15.5ポイント増加、「日本を代表するにんじんの産地」を知っている人の割合は43.9%で8.4ポイント増加しました。地産地消推進活動の着実な成果と評価できます。一方、小麦、小豆の認識に対して、にんじんの認識のポイントが低い点は、地産地消推進体制の更なる強化のため、流通の現状を含めた検証が必要です。

小学生(5,6年対象)、中学生、高校生では、とくに中学生で小麦、小豆が日本を代表する産地であることを知っている人の割合が著しく増加し、小麦で79.0%、小豆で86.5%となりました。第1次および第2次食育・地産地消促進計画に基づき小学校や中学校の教育現場と連携した活動の成果と評価できます。高校生では「日本を代表する小麦の産地」であることを知っている人の割合は前回の調査結果とほぼ同値の56.3%で、また、「日本を代表するにんじんの産地」であることを知っている人は中学生で47.0%、高校生で25.7%といずれも前回の調査結果より増加傾向にあります。小学生(5,6年対象)で43.5%と僅かに減少していました。さらに、小麦や小豆に比べると低いポイントになっています。流通等多様な問題が反映した可能性はありますが、地元の貴重な特産物を偏りなく伝えていく工夫、努力が大切です。

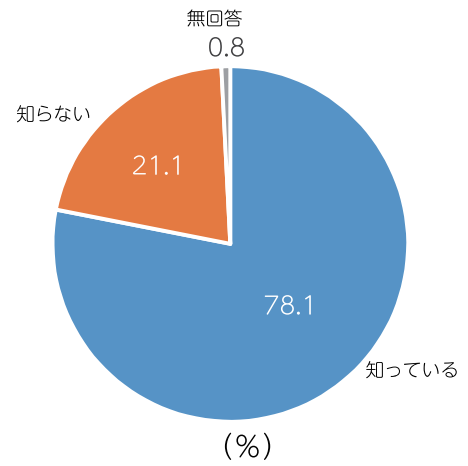
音更町の地域ブランドともいえる「音更大袖振大豆」を知っている人の割合は、小学生(5,6年対象)で58.4%となり3.2ポイント減りましたが、中学生で61.8%、高校生で36.7%となり、それぞれ12.7ポイント、10.1ポイント増えました。中学生や高校生では増加傾向にあるものの、小学生(5,6年対象)では減少傾向にあることから、今後、食育・地産地消促進計画が継続される中で、地域の特産物として広く周知、活用を図り、地元での積極的な流通体制構築を検討することも大切です。

■音更町が日本を代表する小豆の産地

前回

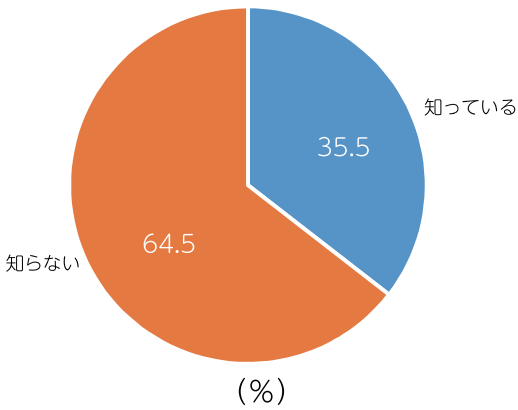


今回

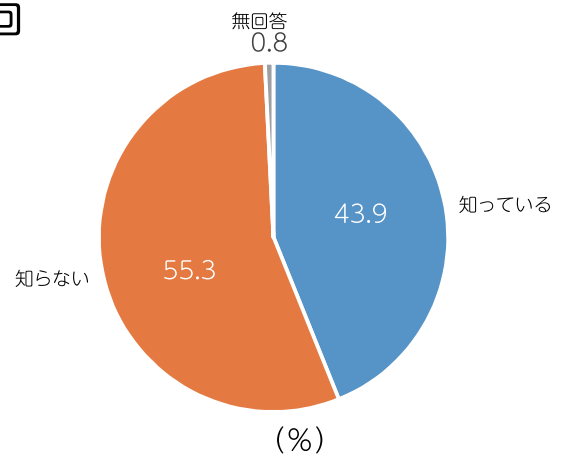


■音更町が日本を代表するにんじんの産地

前回

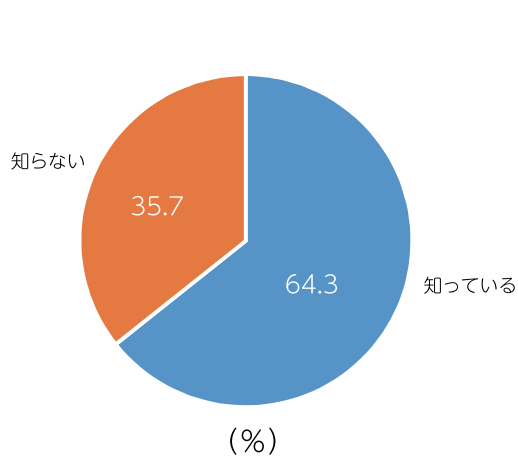


今回

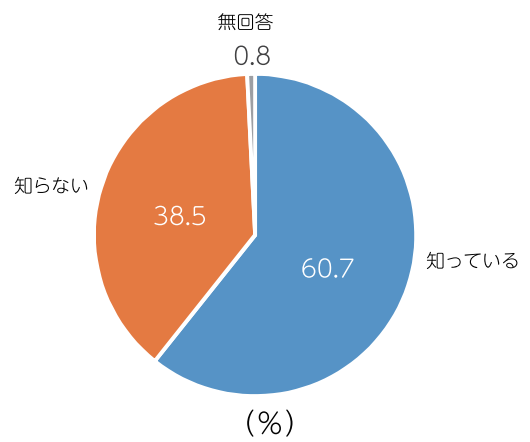


■音更大袖振大豆

前回



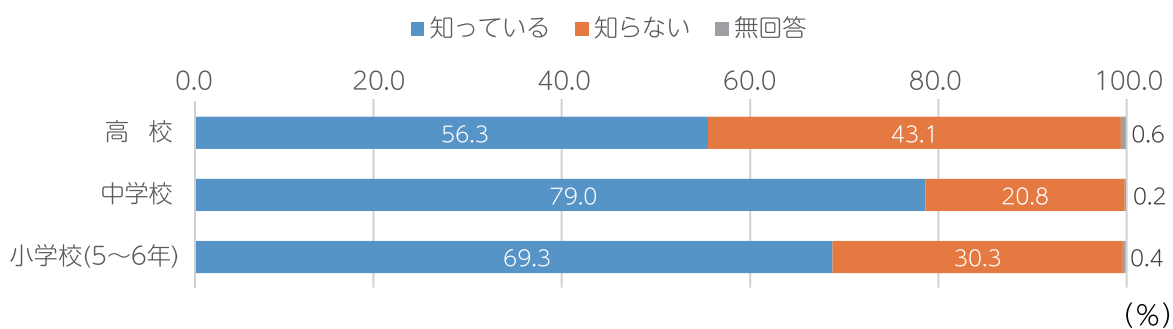
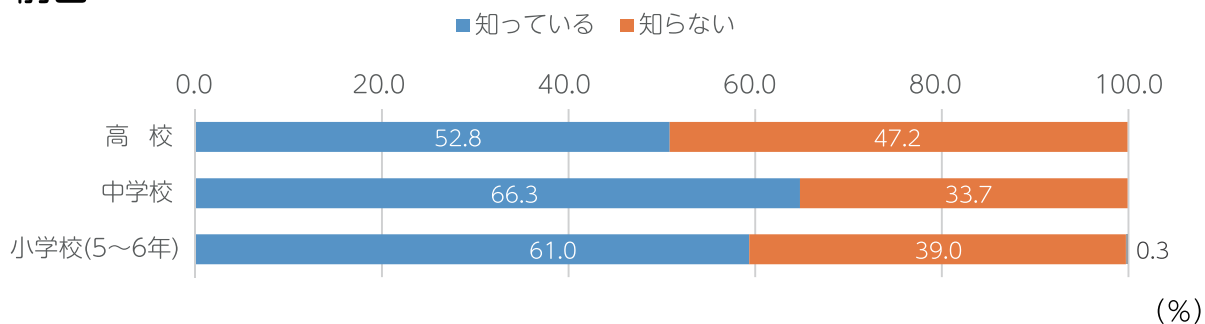
今回



【小学生・中学生・高校生】

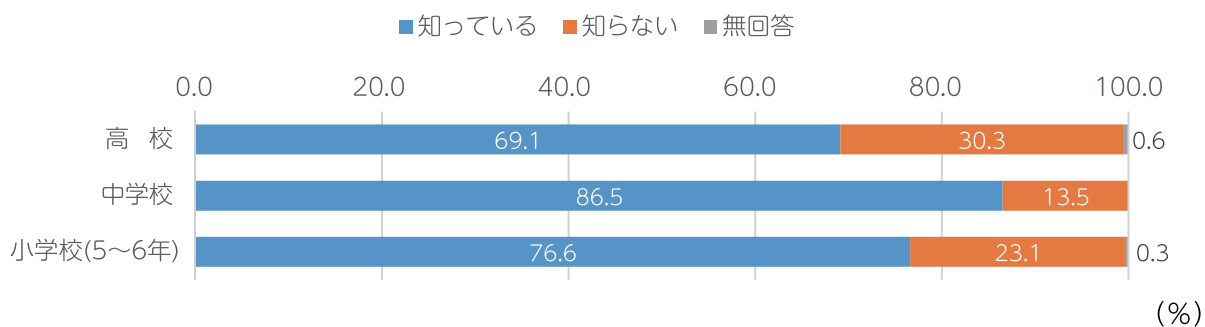
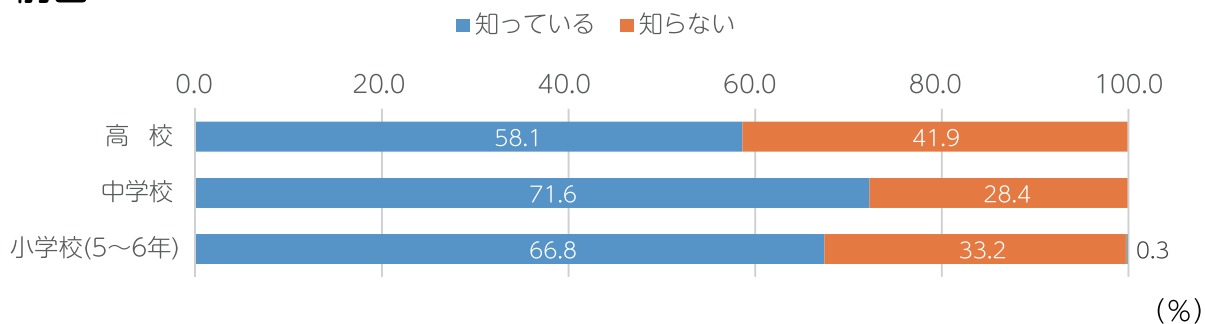
■音更町が日本を代表する小麦の産地

前回



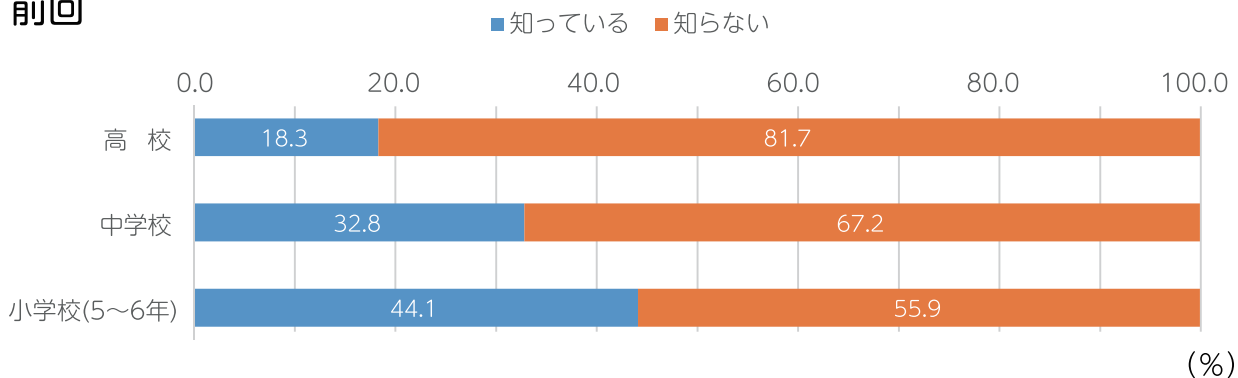
■音更町が日本を代表する小豆の産地

前回

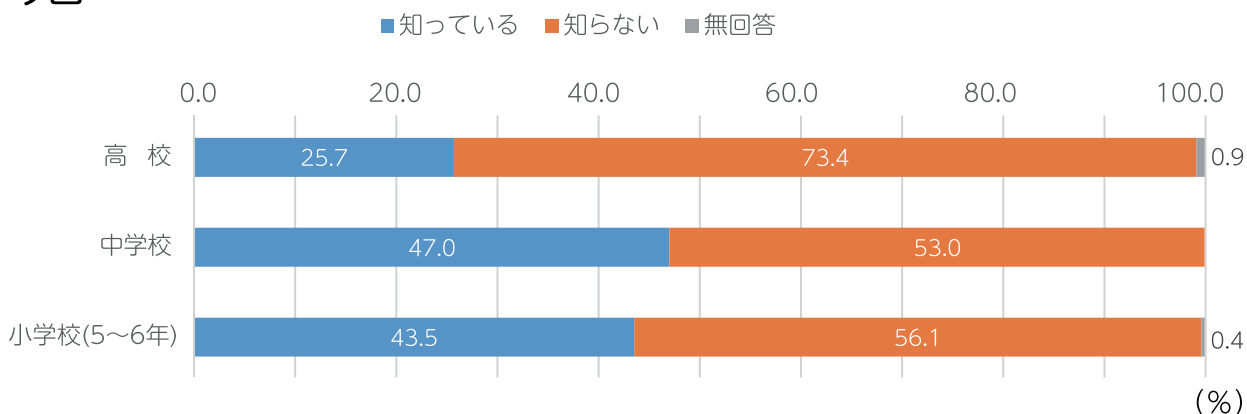


■音更町が日本を代表するにんじんの産地

前回

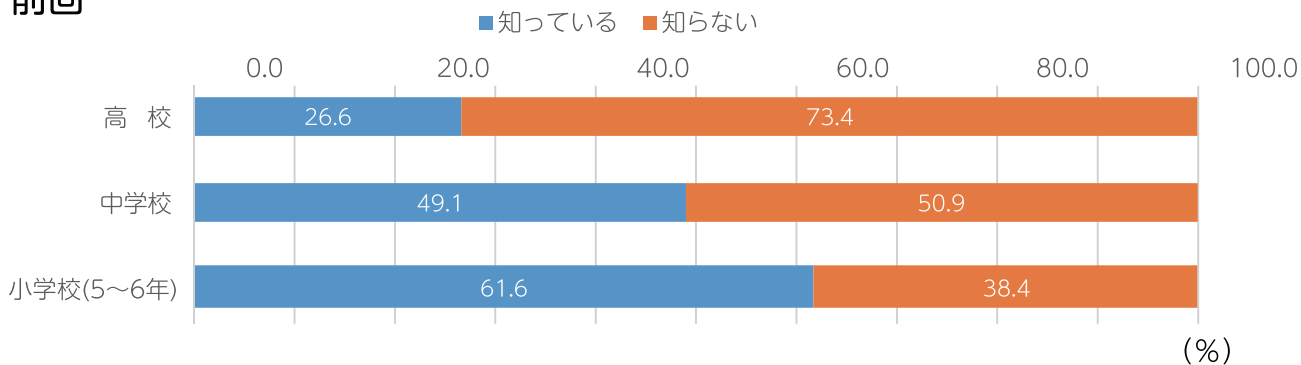


今回

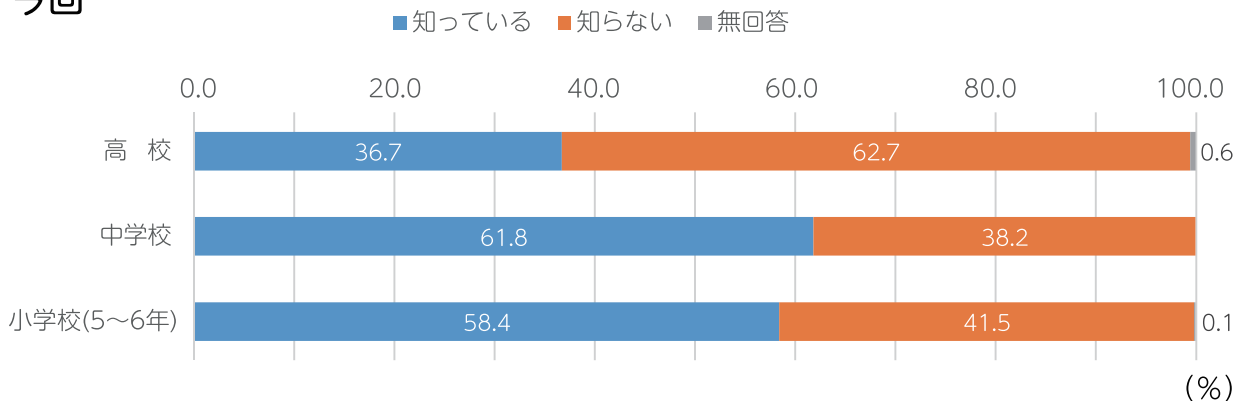


■音更大袖振大豆

前回



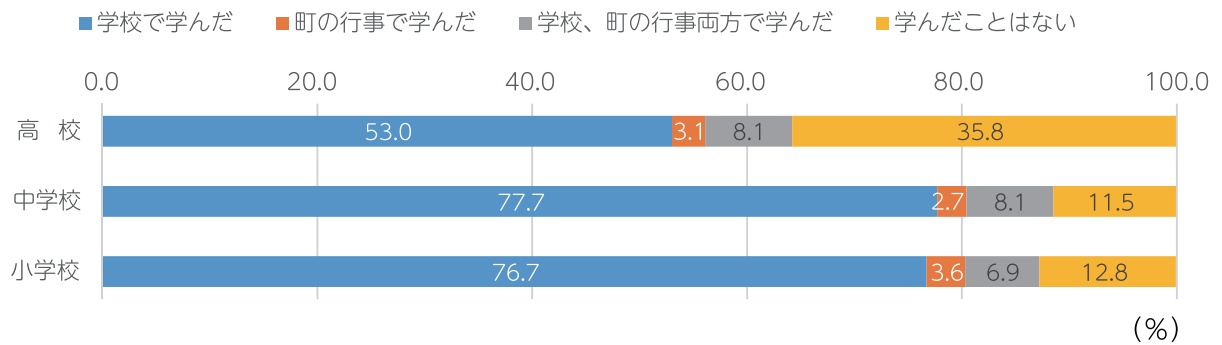
今回



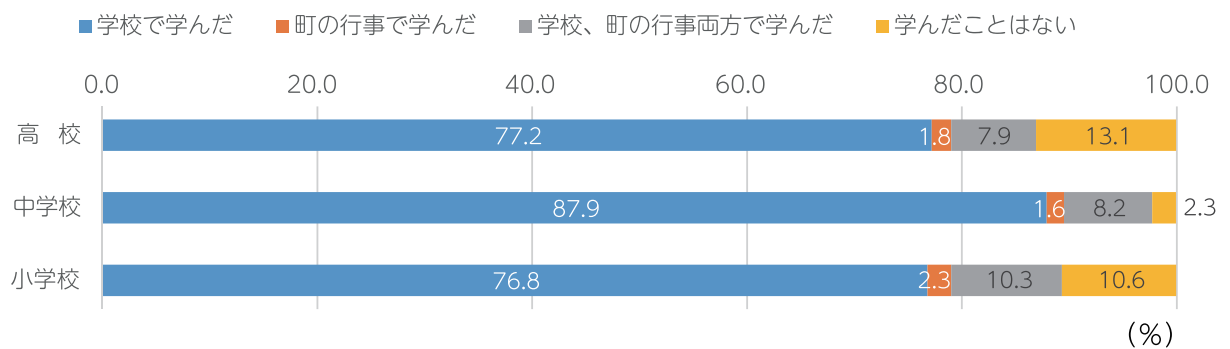
カ その他の関連事項

■音更町の農業や農畜産物について学んだことがあるか

前回



今回

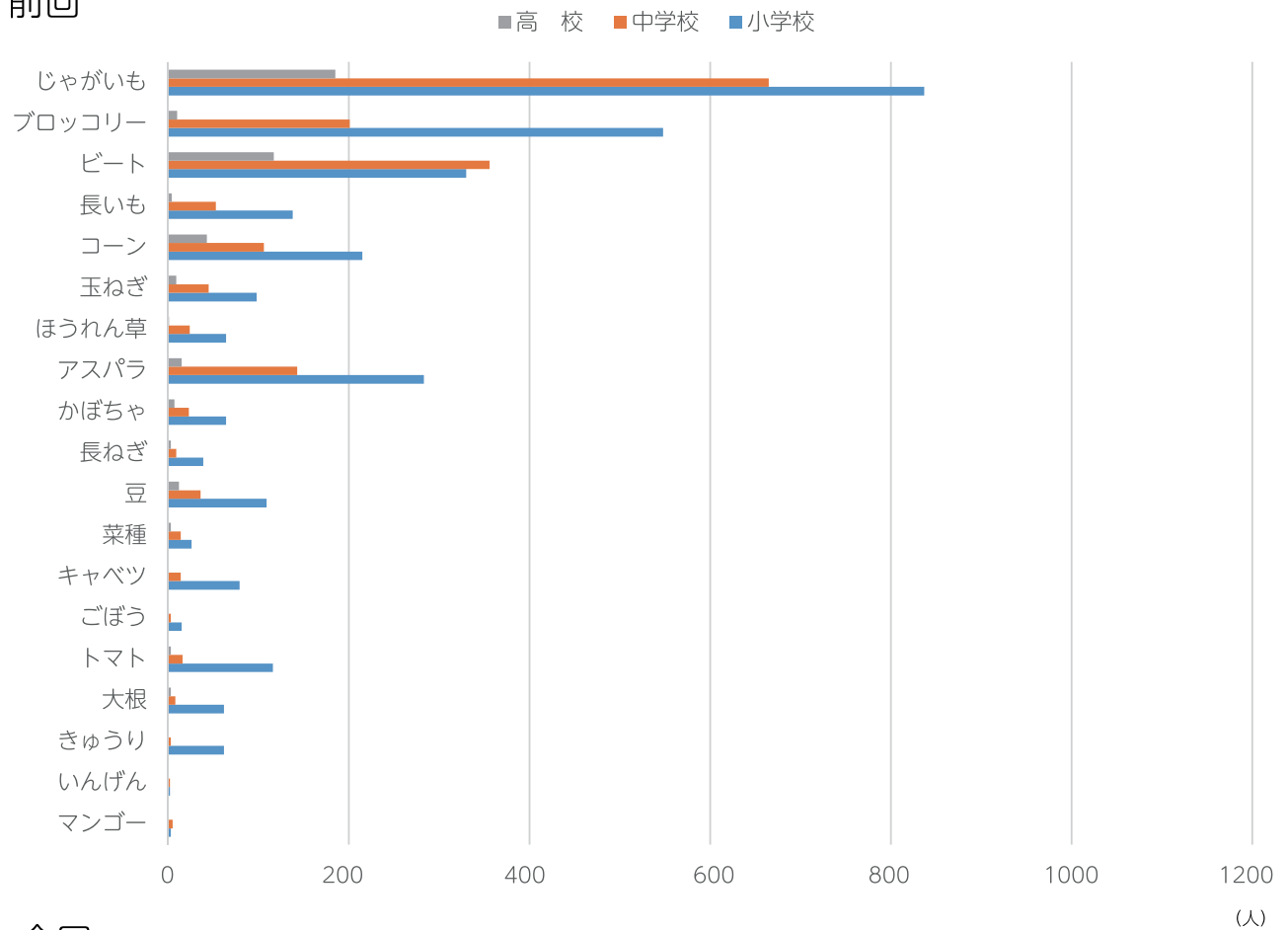


(ア) 「音更町の農業や農産物について学んだことがある」人の割合は、小学生では顕著な変化はありませんが、中学生、高校生で顕著に増加しました。特に、学校で学んだ割合が増えていることは、教育機関において、地域の農業や農産物について学ぶためのカリキュラムが以前よりも充実したことを示しています。

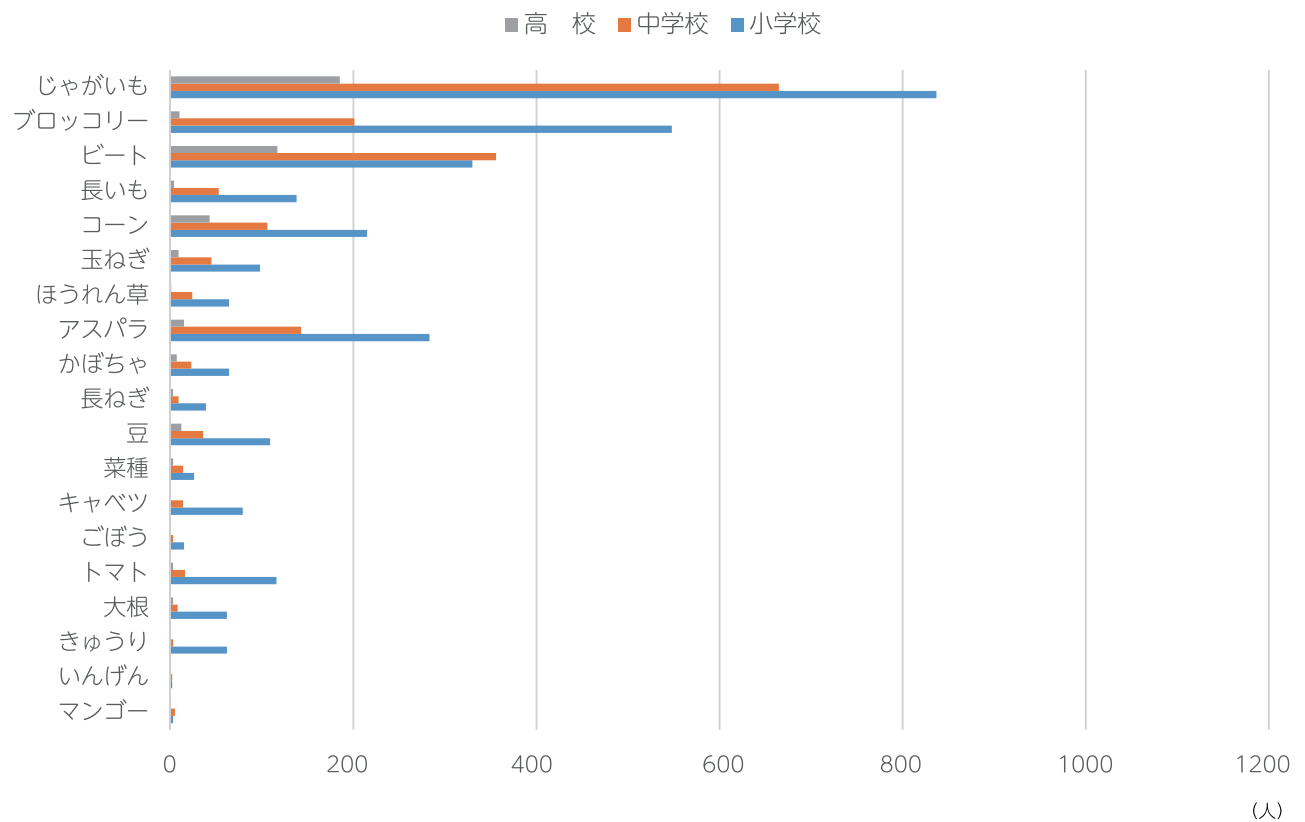
(イ) 今回の調査で明らかになった「思い浮かぶ音更町の農産物」では、じゃがいもが圧倒的に多く、とくに小学生、中学生では、じゃがいも、ブロッコリーが増えています。さらに、小学生、中学生では牛乳、ビート、牛肉、コーンなどが比較的多く挙げられています。

■その他思い浮かぶ音更の農産物

前回



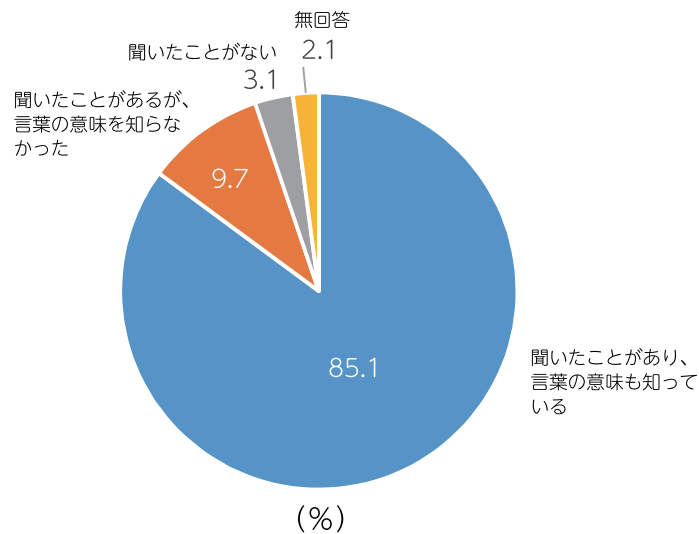
今回



(3) 調査結果「食品ロス編」

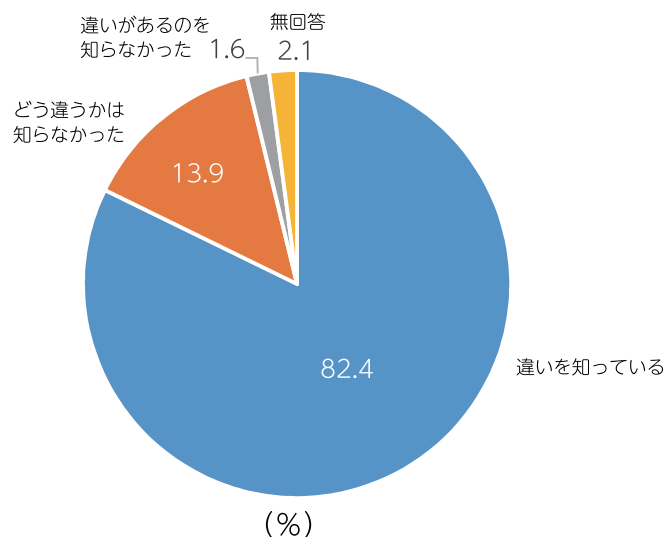
ア 食品ロスに対する意識

■食品ロスという言葉を知っていますか



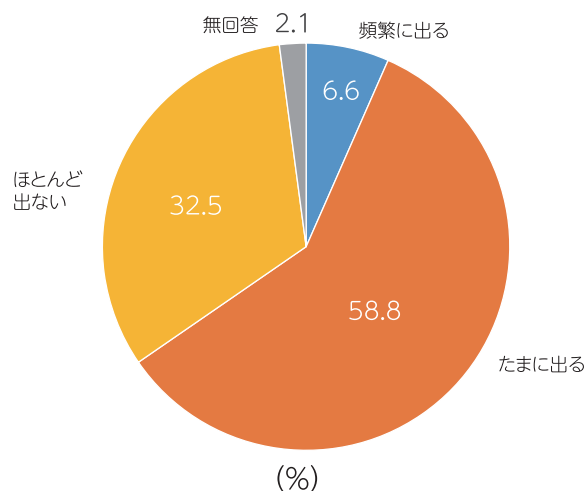
「食品ロスという言葉について聞いたことがあるか」の質問に、「聞いたことがあり、言葉の意味も知っている」(85.1%)が最も高い割合となり、既に社会問題として認識されていることが推察されます。「聞いたことがあるが、意味を知らなかった」(9.7%)と合計すると「聞いたことがある」の割合は94.8%に達していますので、食品ロスについては周知する段階から、実践・行動を促す段階にあることが分かります。

■「消費期限」と「賞味期限」の違い



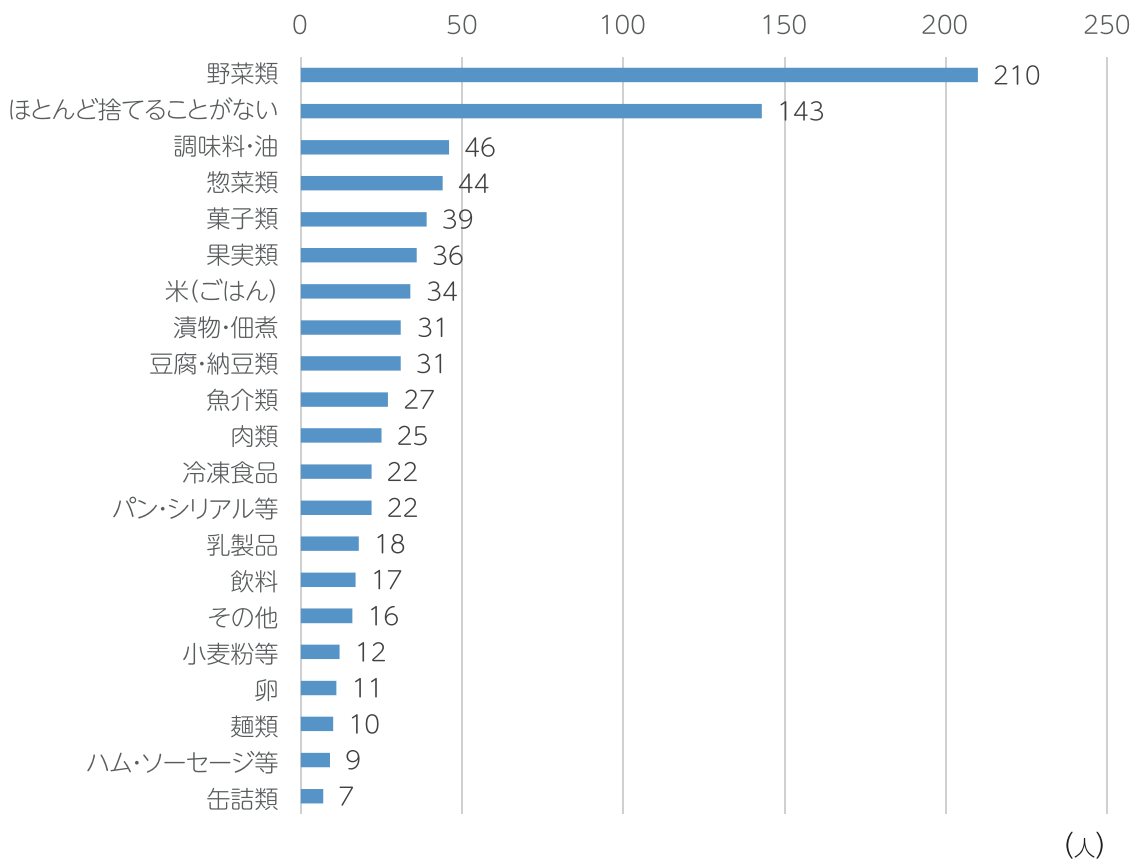
「消費期限と賞味期限の違い」について、「違いを知っている」(82.4%)が最も高い割合となり、期限表示の正しい理解が不足しているために食品ロスが生じる可能性は低く、食品ロスが生じる要因としては、食べ残し、調理や保存等の影響が大きいと推察されます。

■食品ロスは、どれくらいの頻度で出ますか

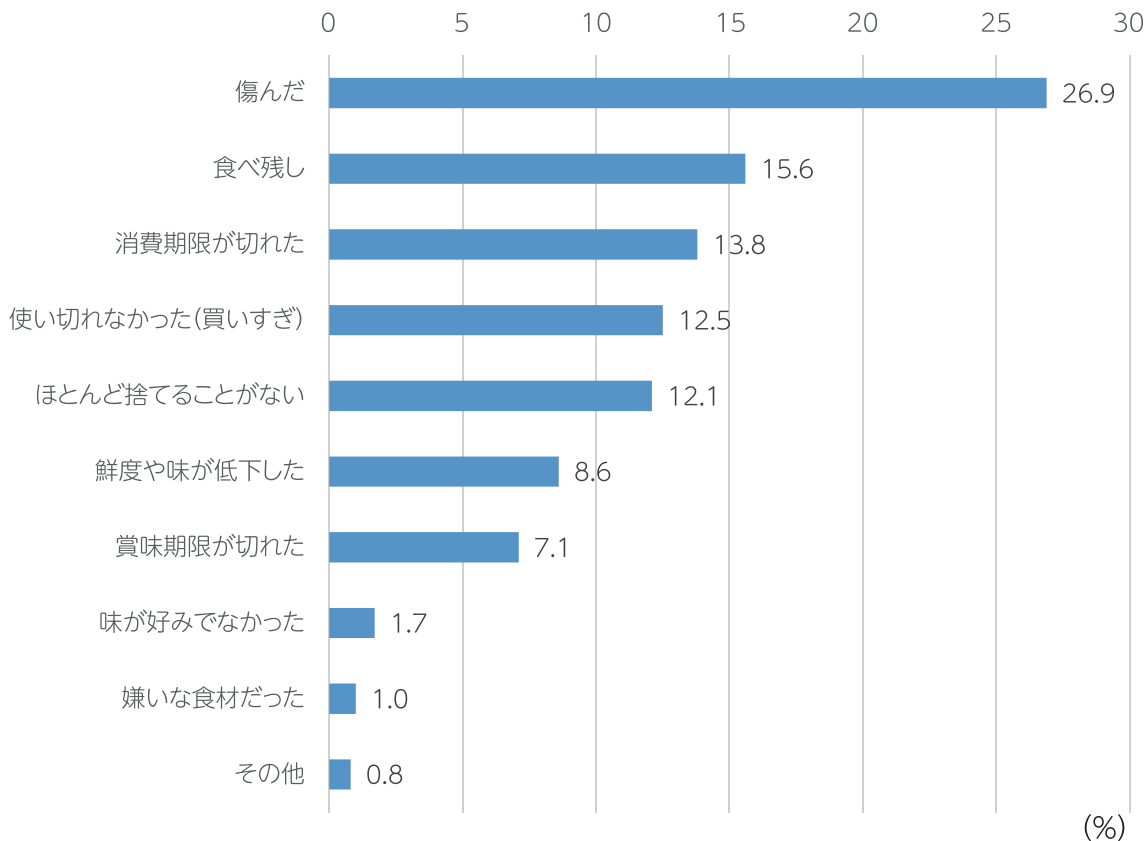


「食品ロスが出る頻度」では、「たまに出る」(58.8%)が最も高い割合で、「頻繁に出る」(6.6%)はそれほど高い割合ではありませんが、両者を合わせると「食品ロスが出る」回答は65.4%に達します。食べ残し、調理、保存などの過程ごとに食品ロスの発生状況を分析し、改善策を検討することが大切です。

■捨ててしまいがちな食品・食材

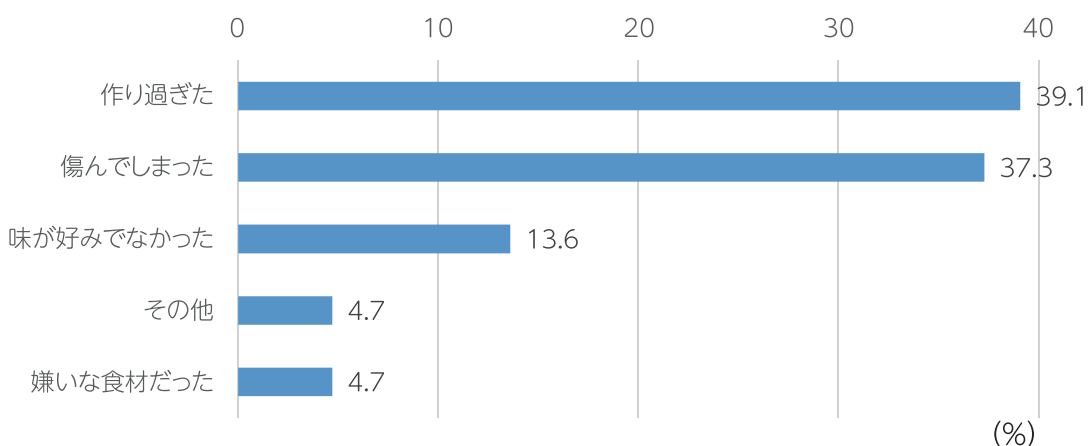


■食品・食材を捨ててしまう理由



「食品・食材を捨ててしまう理由」では、「傷んだ」(26.9%)、「食べ残し」(15.6%)、「消費期限が切れた」(13.8%)、「使いきれなかった(買いすぎ)」(12.5%)が比較的高い割合で挙げられました。いずれも入手する(つくる)量と消費する(食べる)量のバランスが取れていないことに起因すると考えることができます。セミナーの開催、情報誌の刊行等の啓蒙活動を継続することが必要です。

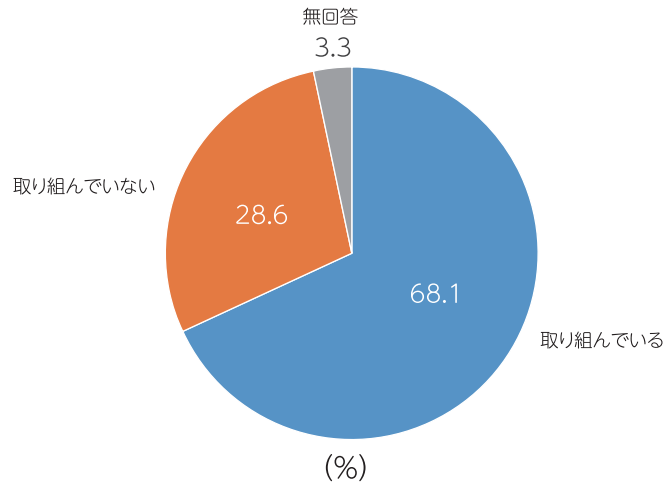
■食べ残しを捨ててしまう理由



「食べ残しを捨ててしまう理由」では、「作り過ぎた」(39.1%)、「傷んでしまった」(37.3%)がほぼ同程度の高い割合となりました。作りすぎなければ、傷むこともないでしょうから、前項の対策と同様、セミナーの開催、情報誌の刊行等で改善に向けた活動を継続することが必要です。

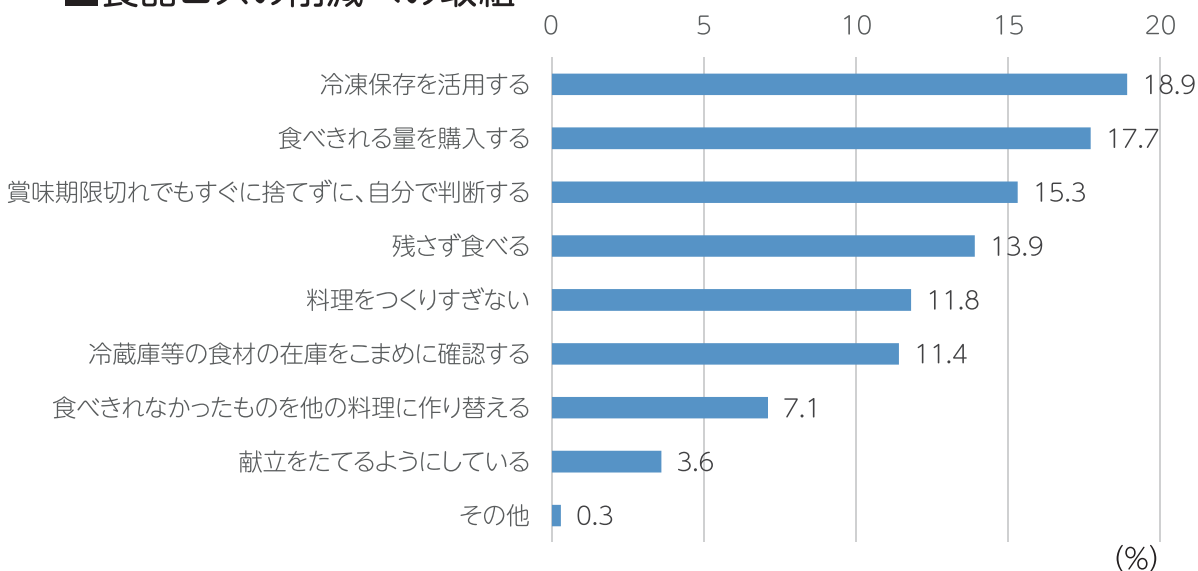
イ 食品ロスの削減に対する取組状況

■食品ロスの削減に取り組んでいますか



「食品ロスの削減に取り組んでいますか」では、「取り組んでいる」(68.1%)が最も高い割合でした。一方で、「取り組んでいない」(28.6%)との回答も少なくないので、まずは食品ロスを削減することの意義を町民全員が共有し、「取り組んでいる」人の割合をほぼ100%に達するように努めることが大切です。

■食品ロスの削減への取組



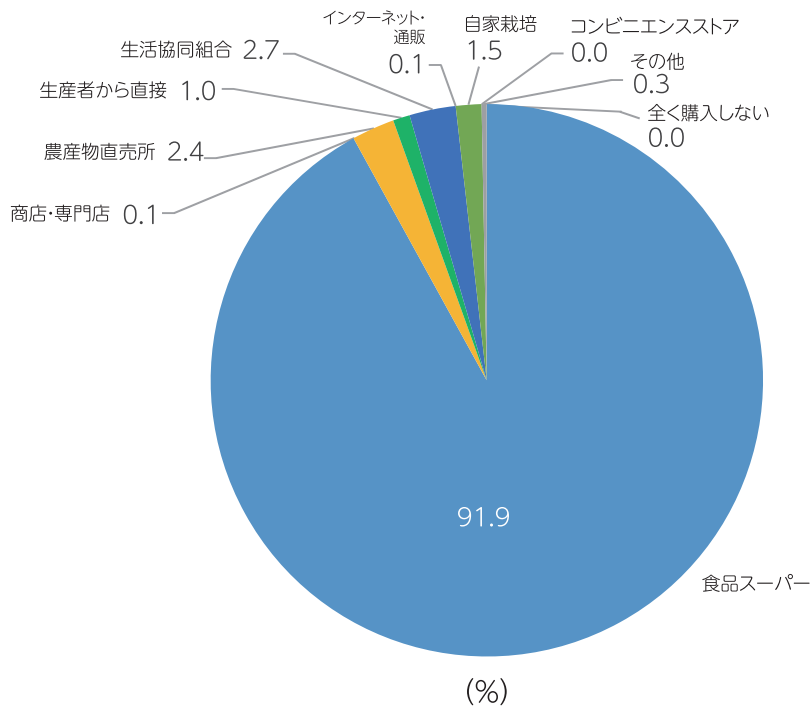
「食品ロスの削減への取組」では、「冷凍保存を活用する」(18.9%)、「食べきれぬ量を購入する」(17.7%)など、模範的な回答が挙げられていますが、一方で冷凍保存に依存し過ぎることが食品ロスに繋がることもありますので、まずは「買い過ぎない、作りすぎない」を最優先させて、その上で、家庭で実践できることを多くの町民が共有し、実践していくような社会環境の町を目指すことが理想です。

(4) 調査結果「地産地消編」

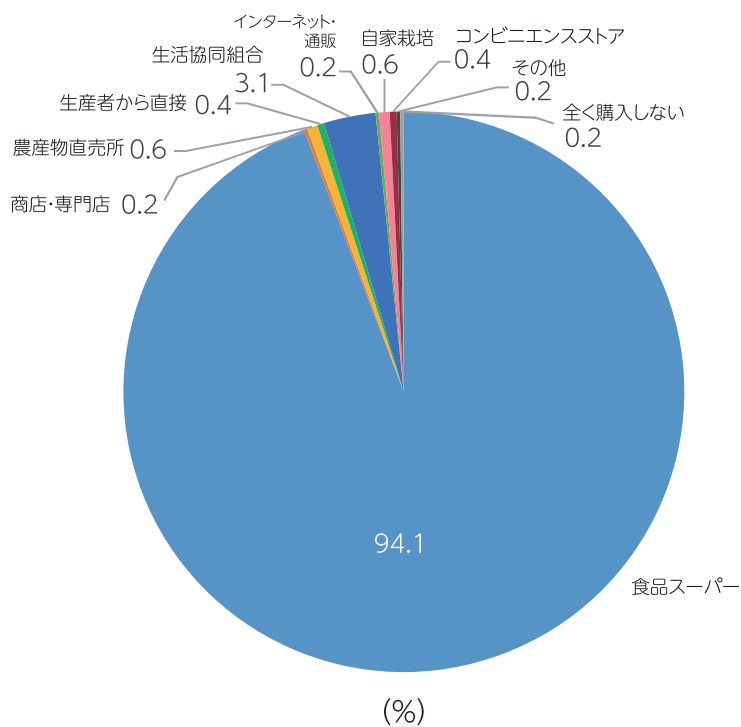
ア 農畜産物の購入状況について

■ 食料品の購入先について

前回

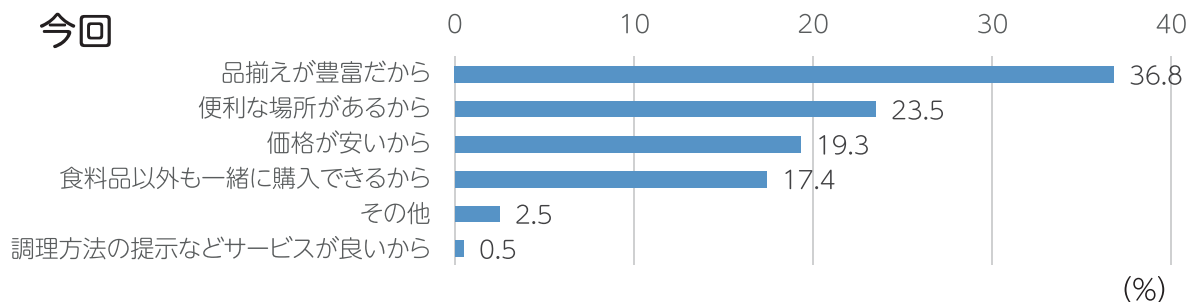
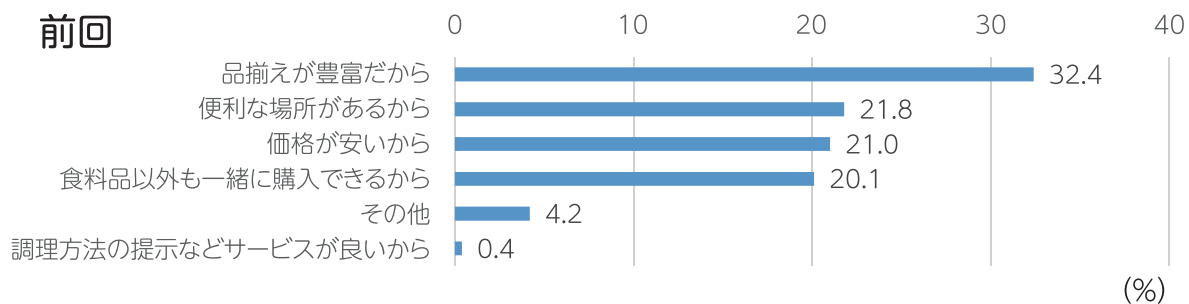


今回

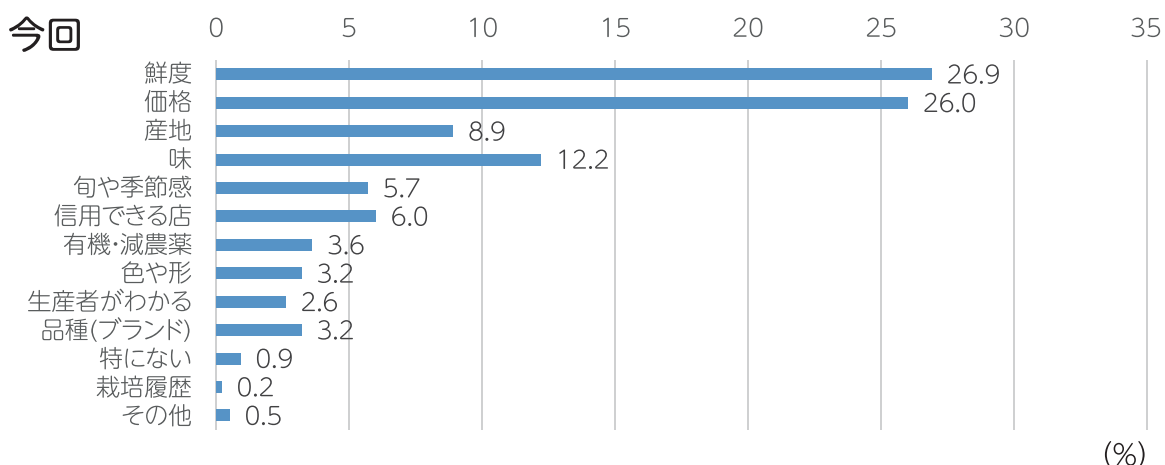
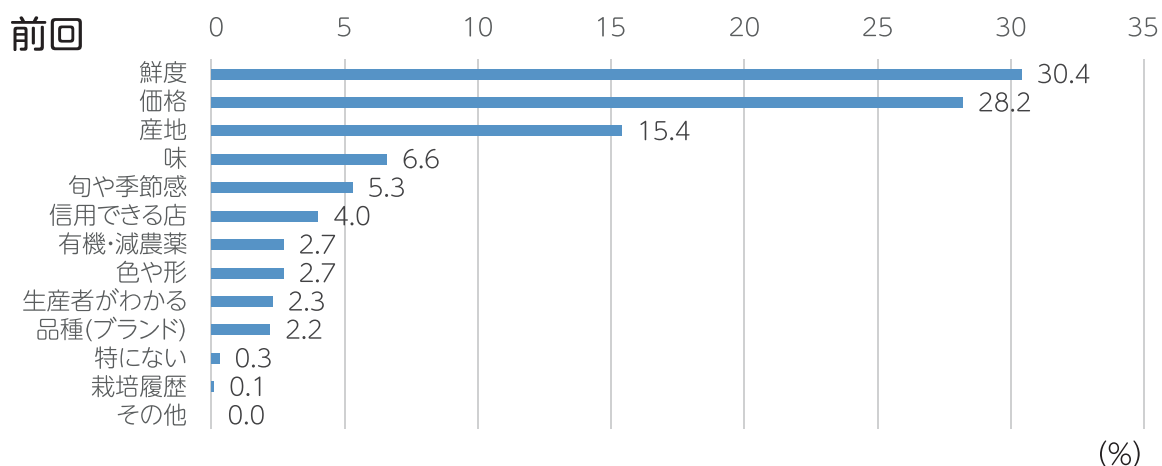


前回の調査結果と比較して、「食品スーパー」での購入で94.1%と2.2ポイント増加しています。

■購入先の選定理由



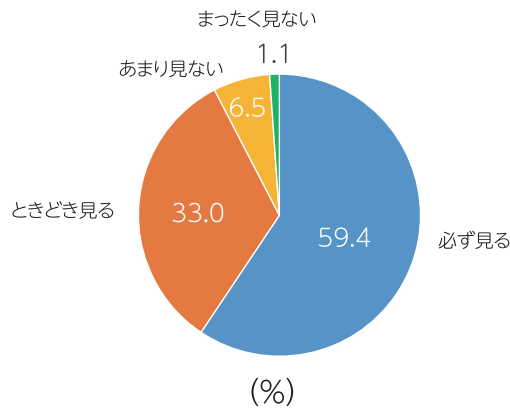
■農畜産物を購入する際に重視する点



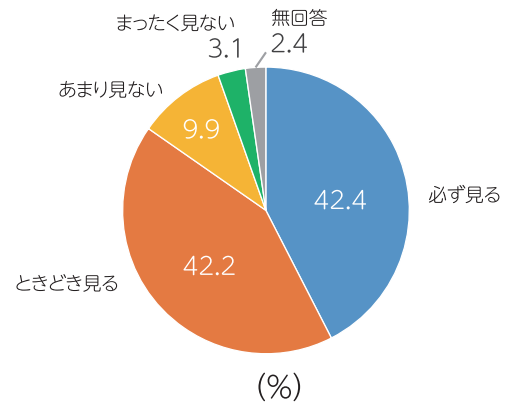
前回の調査結果と比較して、「鮮度」(26.9%)、「価格」(26.0%)、「産地」(8.9%)で、それぞれ3.5ポイント、2.2ポイント、6.5ポイント減少し、「味」(12.2%)、「信用できる店」(6.0%)では増加傾向となりました。地産地消との関連では、「生産者がわかる」(2.6%)で0.3ポイントの微増ではありますが、注目に値すると考えられます。

■産地の確認

前回

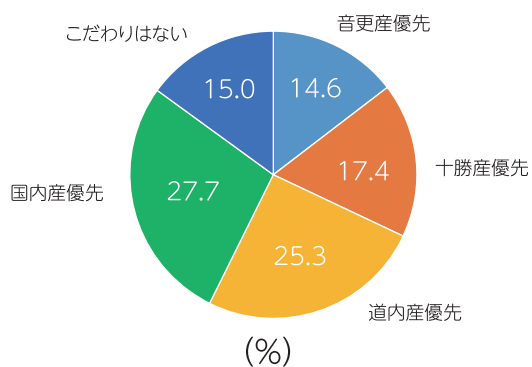


今回

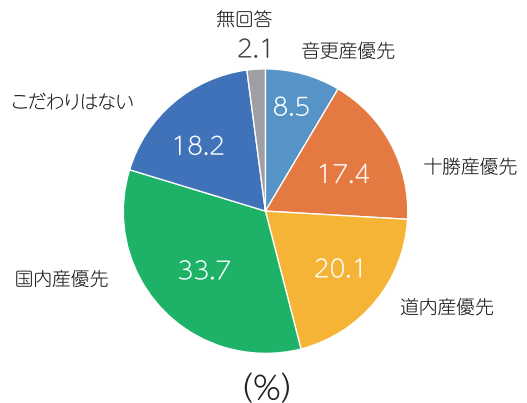


■産地へのこだわり

前回



今回

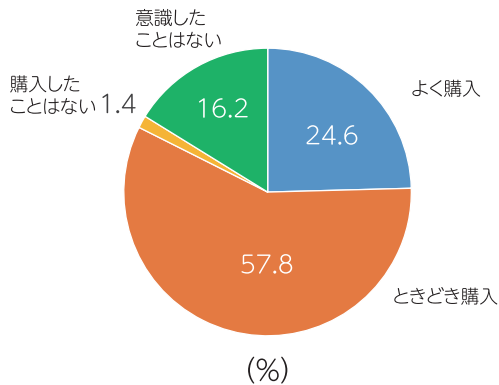


産地の確認については、前回の調査結果と比較して「必ず見る」(42.4%)が17.0ポイント減少し、「ときどき見る」(42.2%)が9.2ポイント、「あまり見ない」(9.9%)が3.4ポイント、「まったく見ない」(3.1%)が2.0ポイントと増加傾向を示していました。

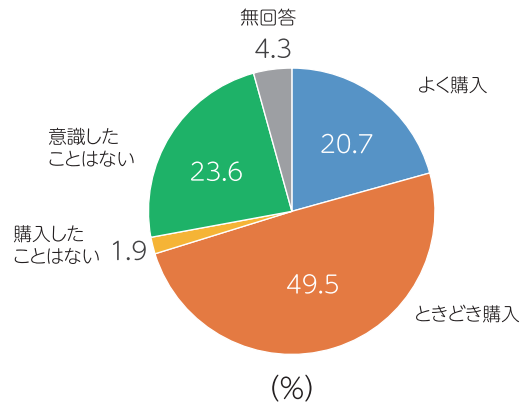
産地へのこだわりについては、前回同様に国内産と道内産を合わせて50%を超えています。十勝産を優先する(17.4%)が横ばい、音更産を優先する(8.5%)は、前回と比較して6.1ポイント減少しています。また、「こだわりはない」との回答(18.2%)が3.2ポイント増加しているため、音更産購入への意識を高める工夫も必要です。

■音更産の農畜産物購入状況

前回

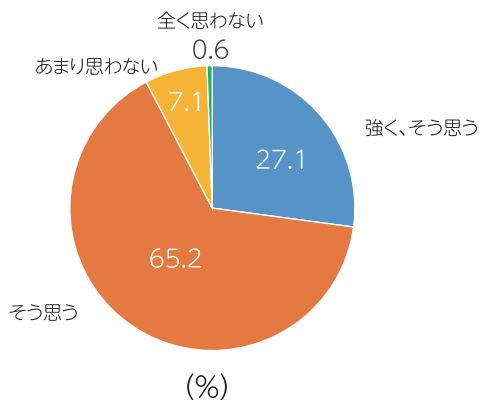


今回

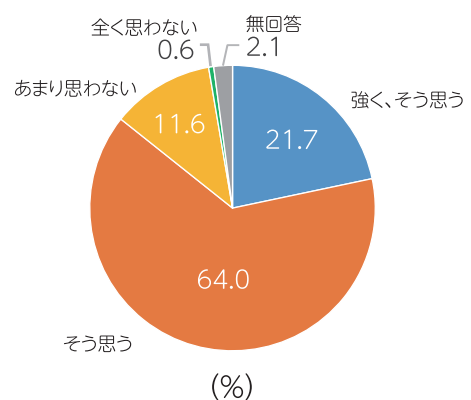


■音更産の農畜産物購入意思

前回



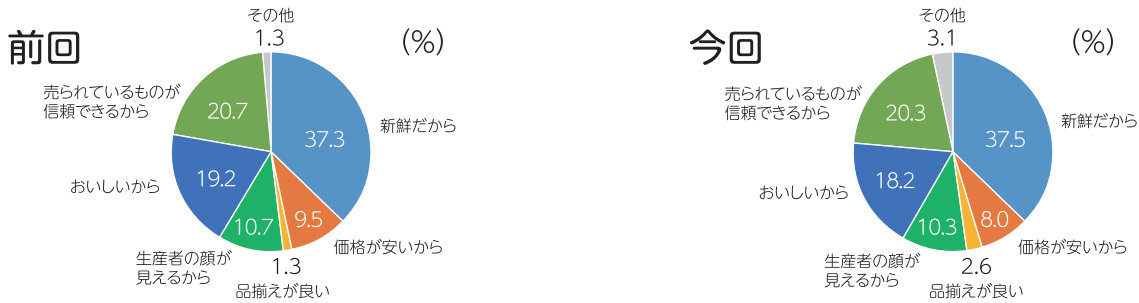
今回



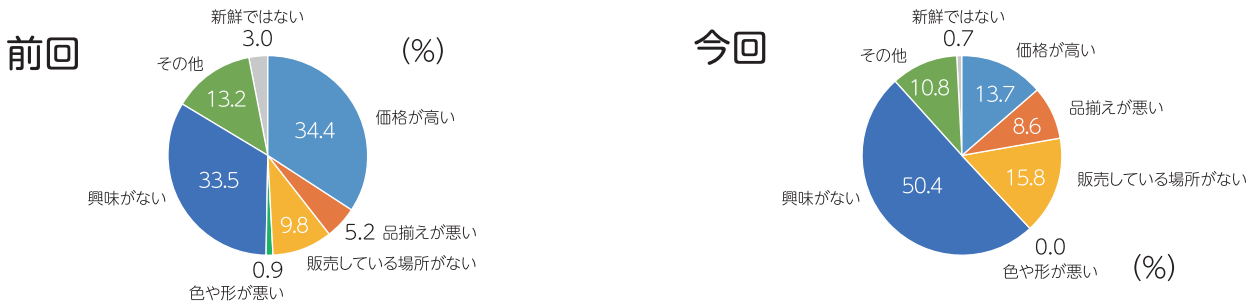
音更産農畜産物の購入については、前回と比較して「よく購入する」(20.7%)、「ときどき購入」(49.5%)でそれぞれ3.9ポイント、8.3ポイント減っており、「購入したことはない」(1.9%)、「意識したことはない」(23.6%)が0.5ポイント、7.4ポイント増加傾向にありました。

さらに、音更産の農畜産物の購入意思については、前回と比較して「強く、そう思う」(21.7%)で5.4ポイント減少し、「あまり思わない」(11.6%)で4.5ポイント増えてしまいましたが、「強く、そう思う」(21.7%)、「そう思う」(64.0%)の両者を合わせると85.7%が購入意思を示し、音更産農畜産物の購入意欲は高いと判断されます。

■音更産の農畜産物を購入する理由



■音更産の農畜産物を購入しない理由



前回の調査結果と比較して、購入する理由については、「新鮮だから」「信頼できるから」「おいしいから」「生産者の顔が見えるから」という項目は同列の順位でした。他方、購入しない理由については、前回と同様に「興味がない」(50.4%)、「販売している場所がない」(15.8%)、「価格が高い」(13.7%)が上位でした。具体的な変化としては、「興味がない」「販売している場所がない」でそれぞれ16.9ポイント、6.0ポイント増え、「価格が高い」で20.7ポイント減っていました。

イ 地産地消に対する意識

■地産地消という言葉の認知度



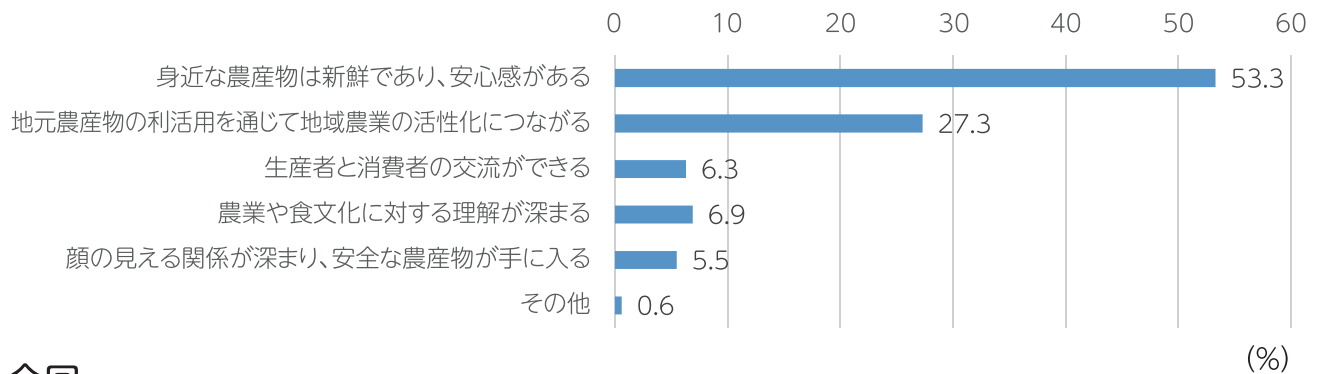
■地産地消への関心・興味



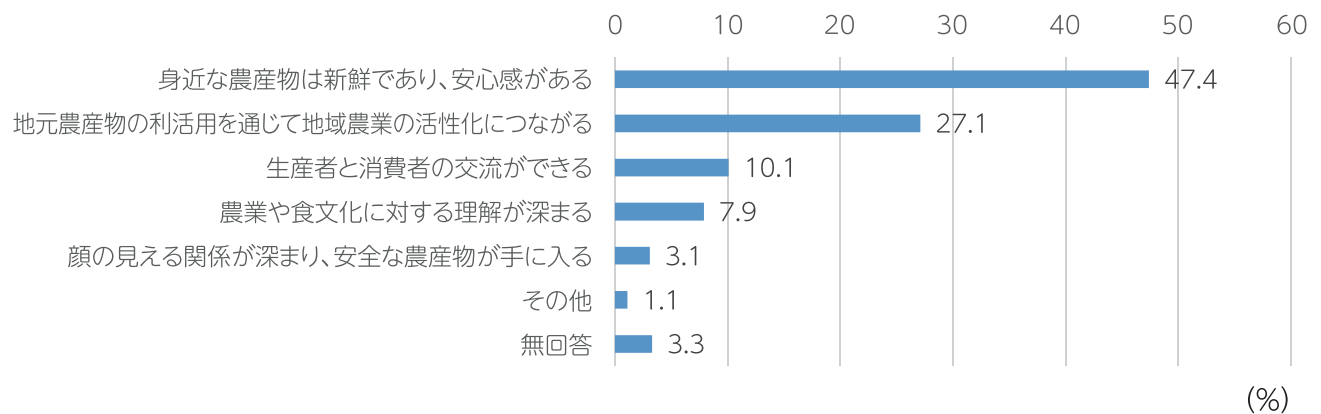
「地産地消という言葉の認知度」については、前回の結果と比較して「内容をきめ知っている」(81.8%)が19.8ポイント増加し、「知らなかった」(7.0%)は8.4ポイント減少していました。地産地消への興味・関心については、「興味がある」(71.8%)、「わからない」(17.8%)、「興味がない」(7.2%)の順でした。前回の調査結果と比較して「興味がある」という回答比率は6.9ポイント増え、「興味がない」で0.9ポイント減少しています。地産地消への興味・関心は浸透していると考えます。

■地産地消の魅力

前回



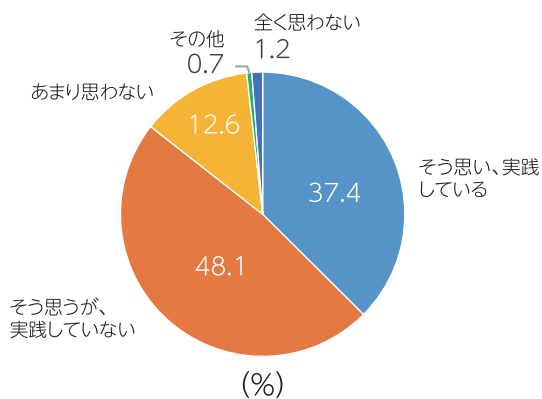
今回



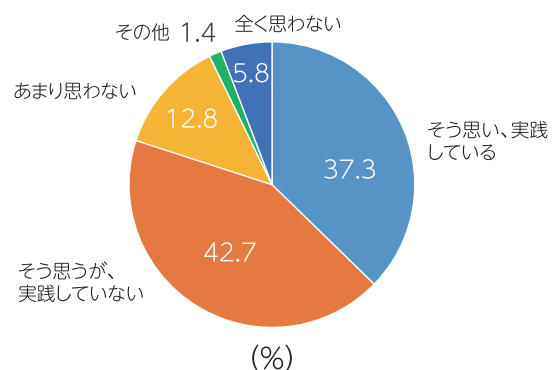
前回の調査結果と比較して、「農業や食文化に対する理解が深まる」と「生産者と消費者との交流ができる」という項目の割合が高くなっており、地産地消に対する町民の意識や展開意義は多様であると推察されます。

■地産地消の実践意思

前回



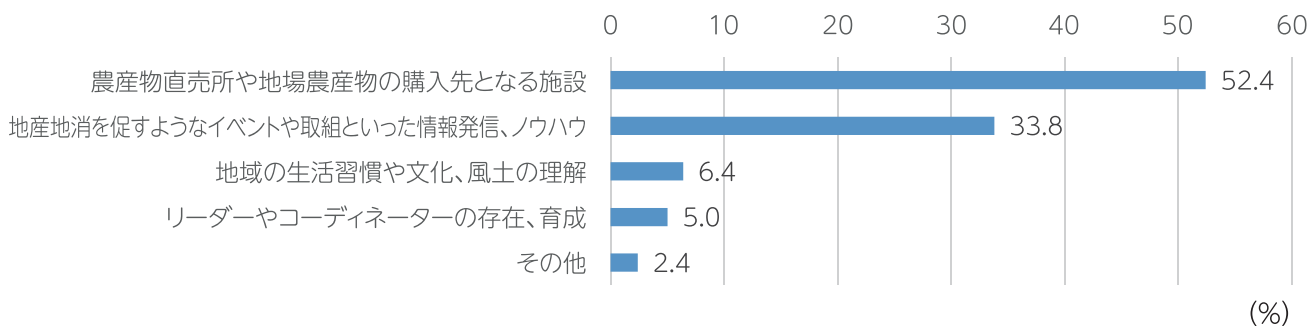
今回



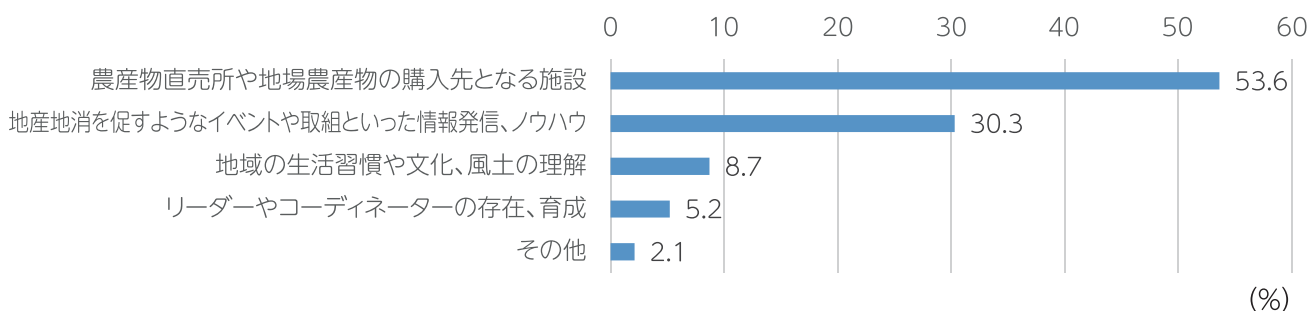
「地産地消の実践意思」について、「そう思うが、実践していない」(42.7%)が最も多く、次いで「そう思い、実践している」(37.3%)の結果が得られました。「地産地消」への思いが広く浸透していることが確認できますが、実践に繋がっていない割合が高い点を改善するために、さらなる多角的な検討と工夫が必要です。

■地産地消の実践にとって重要な事

前回



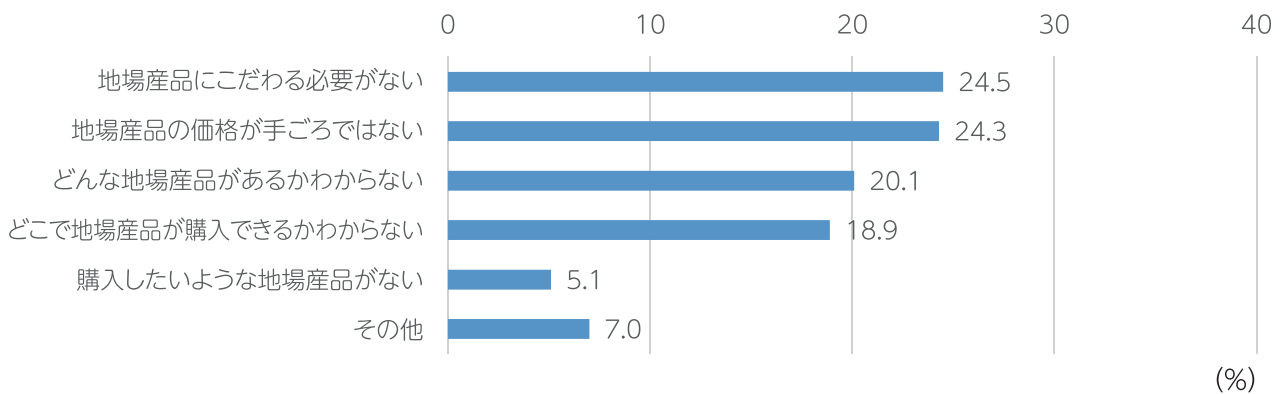
今回



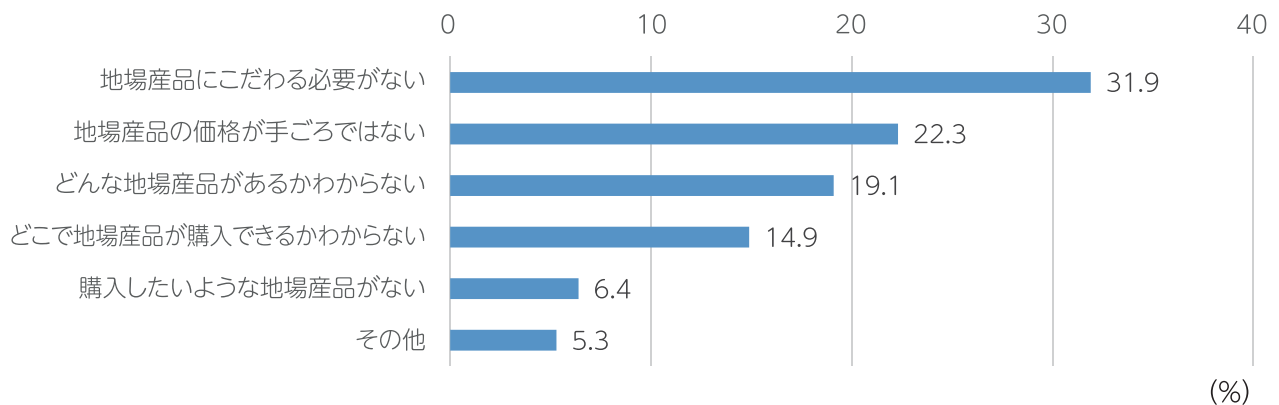
「地産地消の実践にとって重要なこと」に、「農産物直売所や地場産農産物の購入先となる施設」(53.6%)、「地産地消を促すようなイベントや取組といった情報発信、ノウハウ」(30.3%)が挙げられています。今後、地産地消の実践を促し、継続的に展開するには、これらの事項に焦点を当てた積極的な取組が重要と考えられます。

■地産地消を実践しようと思わない理由

前回



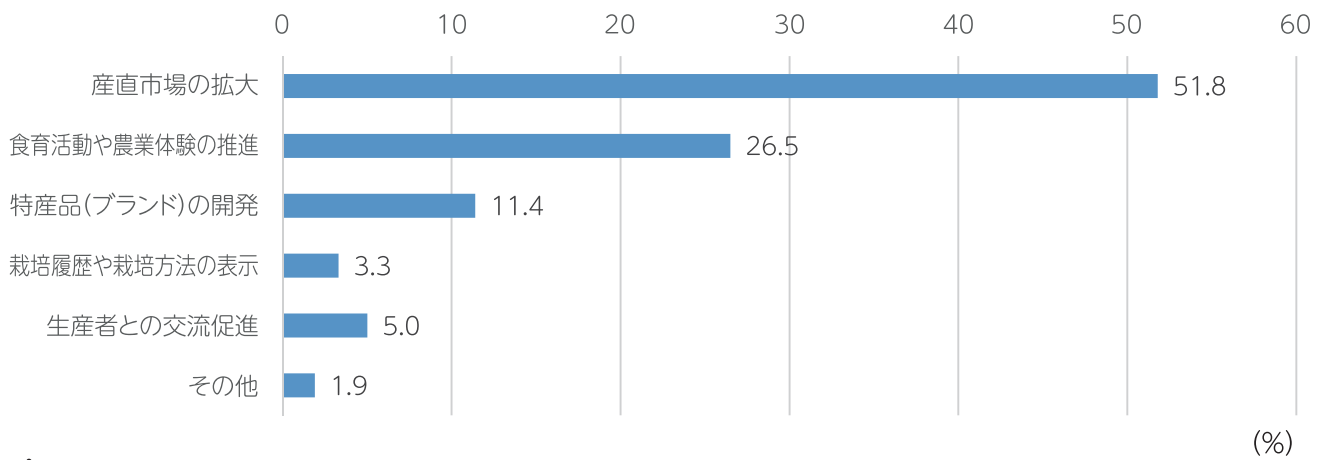
今回



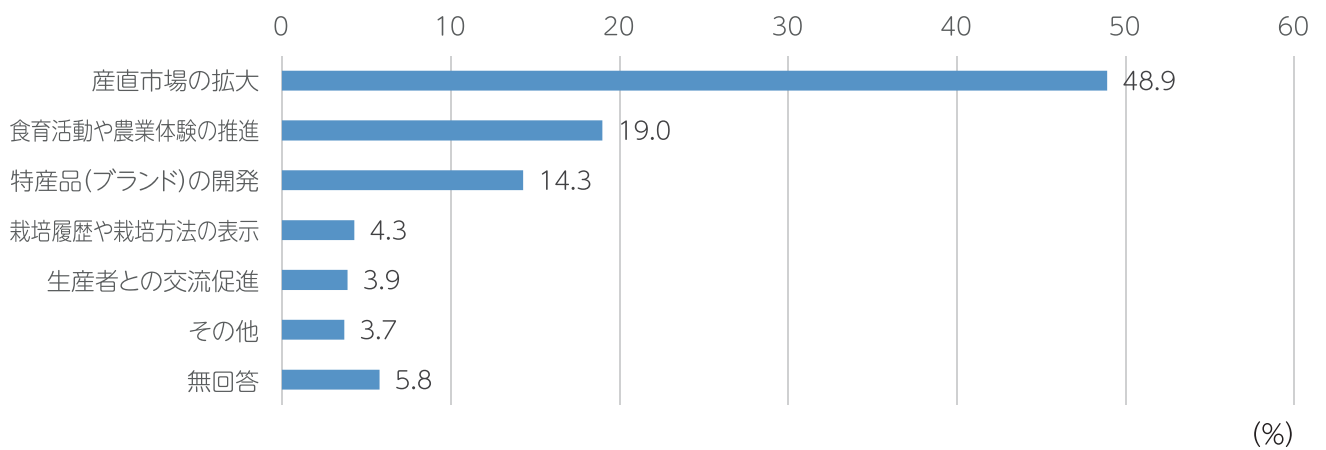
「地産地消を実践しようと思わない理由」に、「こだわる必要がない」(31.9%)、「価格が手ごろでない」(22.3%)、「どんな地場産品があるかわからない」(19.1%)、「どこで購入できるかわからない」(14.9%)などが高い割合で挙げられています。地産地消を実践する意義、地場産品の品質特性などに関わる啓蒙活動とともに、地場産品の流通に関する課題解決に向けた積極的な取組が必要です。

■食や農への関心を抱くために必要なこと

前回



今回



「食や農への関心を抱くために必要なこと」では、「産直市場の拡大」(48.9%) が最も高い割合となり、次いで「食育活動や農業体験の推進」(19.0%)となりました。地産地消の象徴的な事業である「産直」と食育が一体化した活動の効果が大きいと推察されます。

(5) 第3次食育・地産地消促進計画の方向性

第2次計画における指標の達成状況については、「食育に関心のある人」の割合が前回実績より下回っています。

食は命の源であり、食育は生きる上での基本であるため、生涯を通じた心身の健康を支える食育を推進するには、より多くの町民に食育に関心を持ってもらう必要があります。

このため、幼少期から朝食や夕食を家族が食卓を囲んで共に食事をとりながらコミュニケーションを図ることは、食育の原点であり、共食を通じて食や生活に関する基礎を学び、子どもが生涯にわたって健全な心身と豊かな人間性を育んでいく重要な機会です。

朝食を毎日食べることは、栄養バランスに配慮した食生活や基本的な生活習慣を身に付ける観点からも非常に重要であり、世代が上がっていく毎に朝食欠食の割合が増加していくことから、次世代に食育をつなぐ大切な担い手となる20歳代及び30歳代の若い世代ほど、朝食欠食を減らすことが大切です。

第2次計画の指標には盛り込んでいませんでしたが、今回のアンケート調査で食品ロスに関する項目を追加したところ、「食品ロスという言葉を知っている人」の割合が約85パーセント、「家庭で食品ロスの削減に取り組んでいる人」の割合が約68パーセントとなっています。国の推計によると、平成30年度の食品ロス量は約600万トンで、そのうち、ほぼ半分の約276万トンが食べ残しなどで家庭から発生しています。

食品ロスを削減するには、生産から消費までの一連の食の循環を意識しつつ、町民がそれぞれの立場で自発的に取り組んでいけるよう、環境と調和のとれた食糧生産とその消費にも配慮した食育を推進することが必要になります。

また、健全な食生活を送るには、持続可能な環境が不可欠であり、食生活が自然の恩恵の上に成り立つことを意識し、地産地消の推進や食の循環が環境へ与える影響に配慮して、SDGsの目標12「つくる責任・つかう責任」へのコミットが求められています。

食料の生産から消費等に至るまでの食の循環は、多くの人々の様々な活動に支えられていますが、一方で核家族化の進展や地域社会の弱体化、ライフスタイル等の変化により、和食の存在感と活力は失われつつある状況であります。和食文化を守り、伝えることは、地域の多様な食文化を保存・継承していくことであり、地域活性化や食料自給率の向上につながるなど持続可能な食に貢献することが期待されます。

このため、次世代を担う子どもや子育て世代をターゲットとした取組の充実が必要であり、ICT等のデジタル技術を有効活用し、効果的な情報発信を行うなど、新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止も考慮した「新しい生活様式」に対応し、食に関する意識の向上を図ることが重要となります。

第3次計画では、これらの課題を踏まえ、町民が生涯にわたって健全な心身を培い、豊かな人間性を育み、次世代へ食文化や食に関する知識や経験を伝えるよう取組を進めていきます。

課題

- 家庭における食育の推進
- 生産から消費までの環境と調和のとれた食育の推進
- 食文化の継承のための活動

第3次計画における取組の方向性

- ▶ 乳幼児期から食育を推進し、生涯にわたって「食べる力」＝「生きる力」を育みます。
- ▶ “もったいない”の心を育み、一人ひとりが食品ロスの削減を実践します。
- ▶ SDGsの考え方を踏まえ、持続可能な食を支える食育を推進します。