

2007年3月22日

「食育」に関する生活者の意識調査

約9割の子育てママが「食育」に関心。

「食育」に積極的に取り組んでいる企業に対して「印象がよくなる」と答えた生活者は7割。
各企業に取り組んで欲しい「食育」領域は、「安全・安心な食選びの推進」。

博報堂研究開発局では、常時生活者について様々な調査・研究を実施しておりますが、この度「食育に関する生活者の意識」について、末子が3歳～高校生となる子供の母親を対象に調査いたしましたので、ご紹介いたします。

今回の調査では、子育て中の女性の約9割が「食育」に対して関心を持っている事が分かりました。また、「実践している『食育』行動」と「今後実施したい『食育』行動」のトップは、「一日三食を規則正しく摂ること」でした。平成17年6月「食育基本法」が成立して以来、健全な食生活をおくることに対する生活者の意識は高まっているようです。

さらに、積極的に「食育」に対して取り組んでいる企業についても、全体の71.2%が「その企業の印象が良くなる」と評価し、半数近くの生活者（47.7%）が「その企業の商品を買いたくなる・サービスを利用したくなる」と答えました。また、『食育』に関して情報を得る事が多いメディアは、「新聞記事：58.0%」、「テレビ番組：50.5%」、「子供の学校からの印刷物：45.0%」でした。

教育機関をはじめとして様々な機関が「食育」についての取り組みを活発化させていますが、その中でも食関連企業が「取り組んでいると思う『食育』の領域」は、「栄養バランスのよい食事の促進（27.5%）」、一方で「取り組んでほしい『食育』の領域」は、「安全・安心な食選びの促進（47.3%）」が最も多いという結果がでました。その他、各機関（国・地方自治体、NPO・NGO、学校・保育所、家庭の中）の「取り組んでいると思う『食育』領域」と「取り組んで欲しい『食育』領域」や「今後実践したいが、普段実践できていない項目」などについても調べました。今後、博報堂では、これらの研究を活用し、得意先に食育コミュニケーションの提案を行って参ります。

<調査結果トピックス>

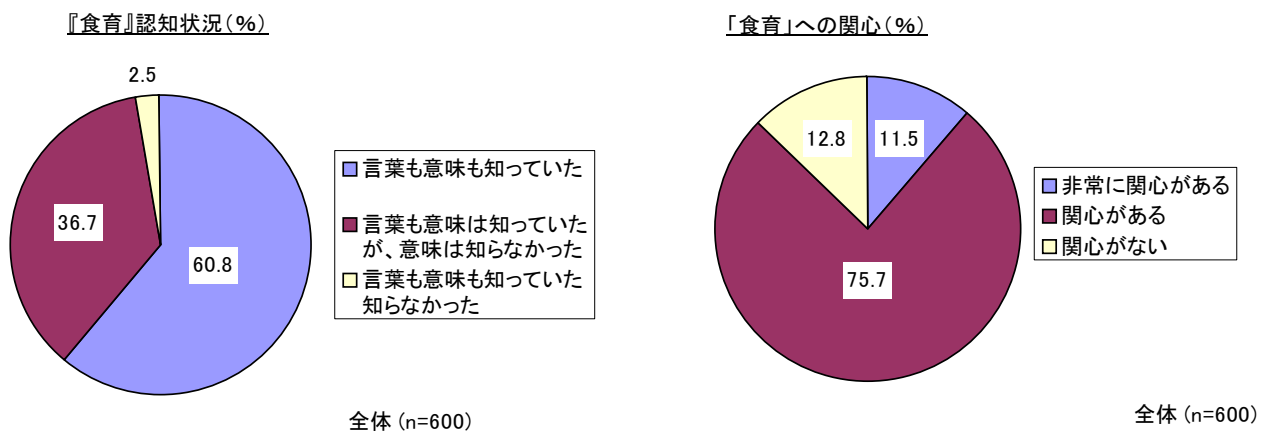
- ◇ 子育て中の女性の約9割が食育に関心を持っている。「言葉と意味を認知している」も60.8%。
- ◇ 実践している「食育」行動と今後実施したい「食育」行動のトップは、「一日三食を規則正しく摂ること」。
- ◇ 積極的に「食育」に取り組んでいる企業に対して、約7割の生活者が「企業の印象がよくなる」と評価し、約5割の生活者が「その企業の商品を買いたくなる・サービスを利用したくなる」と回答。
- ◇ 『食育』に関して情報を得る事が多いメディアは「新聞記事：58.0%」「テレビ番組 50.5%」「子供の学校からの印刷物：45.0%」。
- ◇ 食関連の企業が取り組んでいると思う『食育』領域のトップは、「栄養バランスのよい食事の推進（27.5%）」各企業に取り組んで欲しい「食育」領域は、「安全・安心な食選びの推進（47.3%）」。
- ◇ 「今後実践したいが、普段実践できていない項目」トップは、子供に食にまつわる「社会問題」を知らせる教育。

添付資料：調査データ

調査概要 調査時期：2006年12月
 調査地域：全国
 調査対象：末子が3才～高校生となる子どもと同居する、
 既婚女性600名（有効回収）
 調査方法：web調査
 ※ 弊社の協力会社の保有モニターを対象とした調査

◇ 子育て中の女性の約9割が食育に関心を持っている。「言葉と意味を認知している」も60.8%。

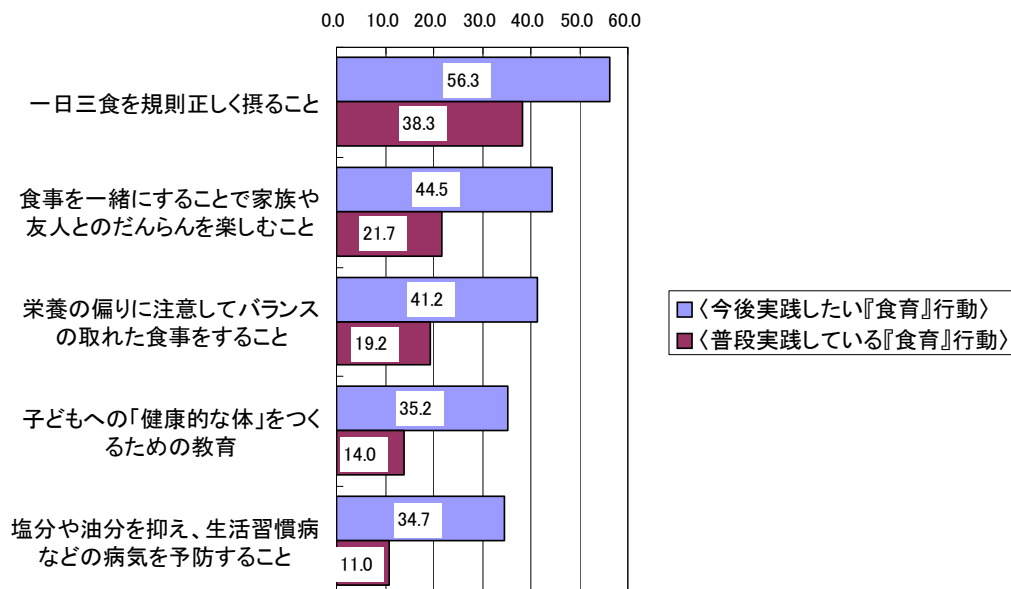
「『食育』という言葉を知っていますか？」と子育て中の女性に聞いたところ、97.5%が「言葉を知っている」と答え、約6割が「言葉と意味を知っている」（60.8%）という結果がでました。また、「食育」に関心がある層も、全体の87.2%いることが分かりました。



◇ 「今後実践したい『食育』行動」と「普段実践している食育行動」のトップは、「一日三食正しく摂ること」。

「今後実践したい『食育』行動」と「普段実践している『食育』行動」は共に、「一日三食を規則正しく摂ること」でした。これに加えて、「食事を一緒にすることで家族と友人とのだんらんを楽しむこと」、「栄養の偏りに注意してバランスの取れた食事をすること」が上位3項目となりました。

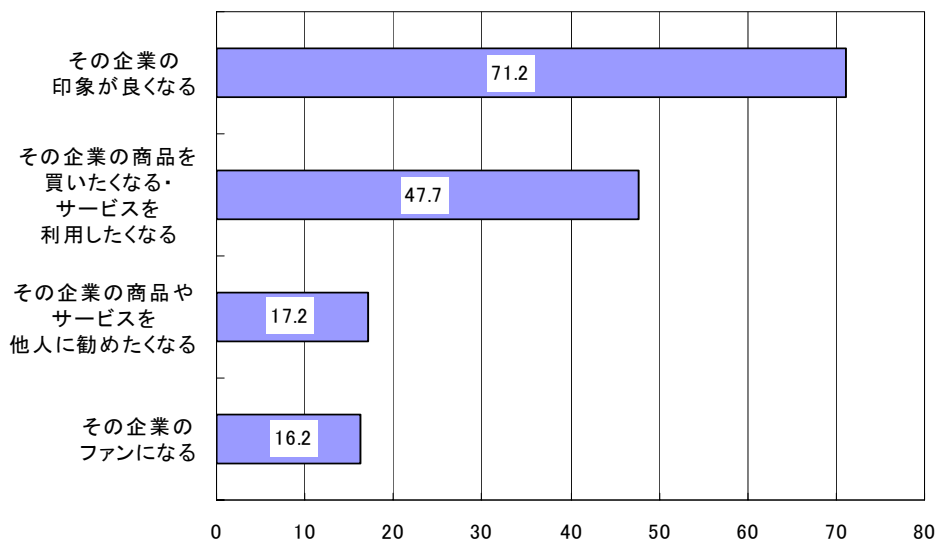
今後実践したい「食育」行動&普段実践している食育行動(%)



- ◇ 積極的に「食育」に取り組んでいる企業に対して約7割が「企業の印象がよくなる」と評価。約5割が「その企業の商品を買いたくなる・サービスを利用したくなる」と回答。

「食育」に積極的に取り組んでいる企業について聞いてみたところ、対象者の71.2%が「その企業の印象が良くなる」と回答し、全体の約5割が「その企業の商品を買いたくなる・サービスを利用したくなる」と答えました。今後、企業にとって「食育」は重要なテーマとなりそうです。

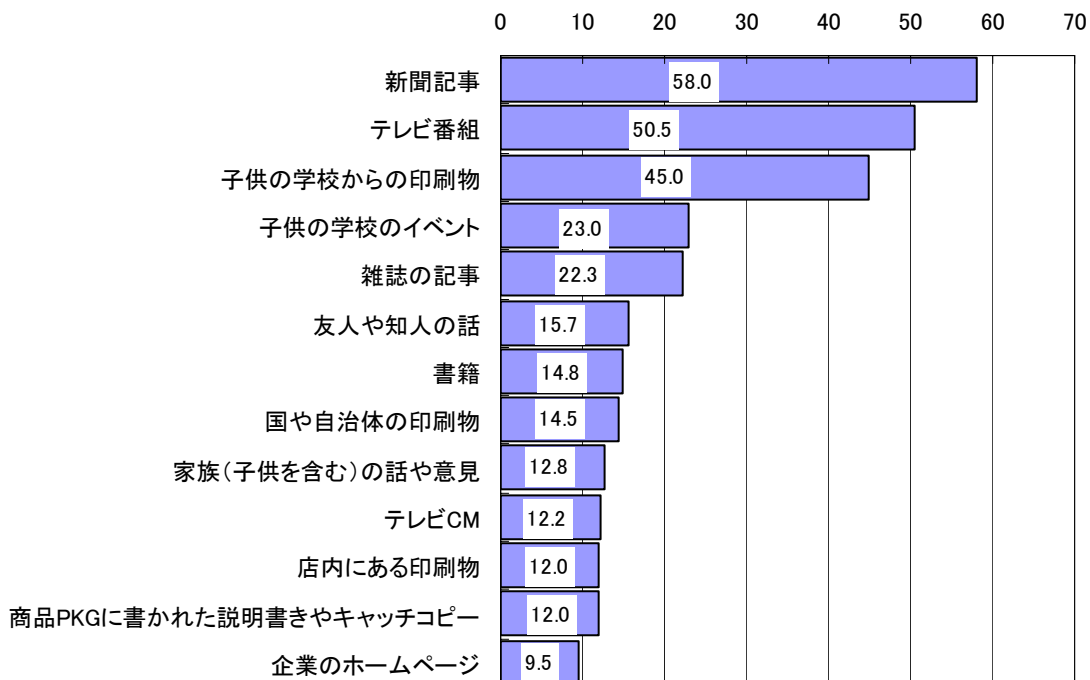
積極的に「食育」に取り組んでいる企業に対して(%)



- ◇ 『食育』に関して情報を得る事が多いメディアは、「新聞記事：58.0%」、「テレビ番組：50.5%」、「子供の学校からの印刷物：45.0%」。

『食育』に関して情報を得るために、参考にするメディアについて聞いたところ、「新聞記事(58.0%)」、「テレビ番組(50.5%)」、「子供の学校からの印刷物(45.0%)」。それに続き、情報をえるメディアは「子供の学校のイベント(23.0%)」と「雑誌の記事(22.3%)」となり、メディアと学校が食育の重要な情報源となっています。

「食育」に関する情報接触メディア(%)



- ◇ 食関連企業が取り組んでいると思う『食育』領域のトップは、「栄養バランスのよい食事の推進（27.5%）」で、取り組んで欲しい「食育」領域のトップは、「安全・安心な食選びの推進（47.3%）」。

食育関連企業が「取り組んでいる」と思われる領域と「取り組んでほしい」と思われる領域共に、「安全・安心な食選びの促進」、「栄養・バランスのよい食事の促進」と「調理に関する知識や技法を広めること」が上げられていました。

食関連の企業

	〈取り組んでいると思う〉	(%)
1	栄養バランスのよい食事の促進	27.5
2	安全・安心な食選びの促進	26.7
3	調理に関する知識や技法を広めること	22.0
4	食を通じたコミュニケーションの促進	18.3
5	日本や地域の食文化の継承	12.5

	〈取り組んでほしい〉	(%)
1	安全・安心な食選びの促進	47.3
2	栄養バランスのよい食事の促進	35.5
3	調理に関する知識や技法を広めること	31.5
4	食料廃棄などの環境問題	30.7
5	日本や地域の食文化の継承	26.8

国・地方自治体

	〈取り組んでいると思う〉	(%)
1	食料廃棄などの環境問題	22.3
2	飢餓などの食糧問題	20.8
3	日本や地域の食文化の継承	20.5
4	栄養バランスのよい食事の促進	17.7
5	安全・安心な食選びの促進	14.5

	〈取り組んでほしい〉	(%)
1	食料廃棄などの環境問題	52.0
2	飢餓などの食糧問題	46.0
3	安全・安心な食選びの促進	38.8
4	日本や地域の食文化の継承	37.7
5	子どもに食にまつわる「社会問題」を知らせる教育	37.3

NPO・NGO

	〈取り組んでいると思う〉	(%)
1	飢餓などの食糧問題	36.7
2	食料廃棄などの環境問題	27.7
3	安全・安心な食選びの促進	15.8
4	栄養バランスのよい食事の促進	14.0
5	子どもに食にまつわる「社会問題」を知らせる教育	14.0

	〈取り組んでほしい〉	(%)
1	飢餓などの食糧問題	42.7
2	食料廃棄などの環境問題	41.2
3	子どもに食にまつわる「社会問題」を知らせる教育	27.2
4	安全・安心な食選びの促進	26.5
5	日本や地域の食文化の継承	25.5

学校・保育所

	〈取り組んでいると思う〉	(%)
1	栄養バランスのよい食事の促進	54.5
2	子どもへの「健康的な体」をつくるための教育	46.3
3	子どもへの「食文化」を伝える教育	31.7
4	食に対する感謝の心を育てること	27.8
5	正しい食習慣の奨励・提案	27.3

	〈取り組んでほしい〉	(%)
1	子どもへの「健康的な体」をつくるための教育	56.3
2	栄養バランスのよい食事の促進	54.3
3	正しい食事マナーの奨励・提案	49.0
4	子どもへの「食文化」を伝える教育	47.8
5	食に対する感謝の心を育てること	47.3

◇ 子育て女性の「普段実践していないが、今後実践したい項目」のトップは、「子供に食にまつわる食問題を伝える教育」。

「普段実践していないが、今後実践したい項目」の「非常に興味がある+興味がある」にあがった項目を見たところ、トップ3に「子供に食の『社会問題』教育」(45.6%)、「子供へ『食文化』教育」(41.0%)や、「食材の無駄を少なくする」(40.6%)などがあがりました。子育てママを中心に認知や関心も高まっている食育ですが、様々な機関が手を差し伸べるべき領域は食文化や食の社会問題などを中心にまだまだありそうです。

普段実践していないが、今後実践したい項目(%)

