

食育の重点課題の解決に向けた主な取組み

(重点ターゲット層：若い世代・働き盛り世代（次世代育成世代）)

これまで（第三次計画）の取組

- 行政をはじめ、食育関係団体や保育所や学校等、食品関連事業者等多様な主体が食育の取組みを実施
- 食育の講座など開催会場を設置しての取組が中心（関心層への情報提供）
- 新型コロナウイルス感染症拡大の影響
 - ・調理実習や試食を伴う講座の中止又は縮小
 - ・黙食の推奨や職場等での会食の自粛による共食の場の減少

現状と課題

- 一部の指標が悪化
 - ・40歳代男性の肥満の増加
 - ・朝食をほとんど食べない者が全国より多い
 - ・30歳代の約9割が野菜の摂取が足りないと感じている。また、20代男性の摂取量は目標量の約半分
- 食の関心が低い（無関心層の増加）
 - ・40歳代男性の約3割、50歳代男性の4割が食育に関心がない
 - ・食塩摂取目標量の認知度が低い
 - ・栄養成分表示を確認して食品を選択している者の割合が低い
- 食の外部化の進行
- 孤食の増加
- 健全な食生活の妨げは、めんどうくさい、忙しくて時間がない

社会の変化

世帯構造の変化、女性の社会進出、物価高騰、デジタル化等

多様な生活習慣に対応した食育無関心層を含めた誰一人取り残さない取組み

【主な取組み】

◆食環境・社会環境の整備

- ・【強化】きたきゅう健康づくり応援店⇒応援店項目を追加
- ・【継続】食品取扱事業者等と連携した食環境整備

◆機運の醸成、ヘルスリテラシーの向上

- ・【継続】高血圧に関する学習の実施（高血圧プロジェクト）

◆個人の特性を重視した支援

- ・【継続】健診結果に基づく保健指導
- ・【継続】大学と連携した食育の推進
- ・【強化】減塩普及の取組、プラス野菜一皿運動（「塩分チェック」や野菜摂取量記録）などによる個人の食習慣の見える化とインセンティブ付与による取組み支援）

◆SNSやアプリなどデジタル端末を用いた情報発信（いつでも・どこでも）

- ・【強化】SNSやアプリなどデジタル端末を用いた情報発信
- ・【新規】食育学習の場の整備による普及啓発「ちょこっと学習」の取組