

家庭で食育が進まない本当の理由は、親の「知識不足」(73.8%)にあった？！

母親の9割が「食育が必要だと思う」も、6割が「実践できていない」現状に、
“親子で共に学ぶ”ことの重要性が浮き彫りに！

～ ご当地食材を親子で学べる食育ゲームコンテンツ「ベジスタアイランド」オープン！～

株式会社近鉄百貨店は、ご当地食材を親子で学べるすごろくゲーム「ベジコロ」の開発にあたり、10歳以下の子どもを持つ20～40代の母親600名を対象に「食育に関する意識調査」を実施しました。食育をめぐる環境や実態を把握するうえで示唆的な調査結果が得られましたので、ここに公表いたします。

■子どもだけでなく母親にも食育が必要！？

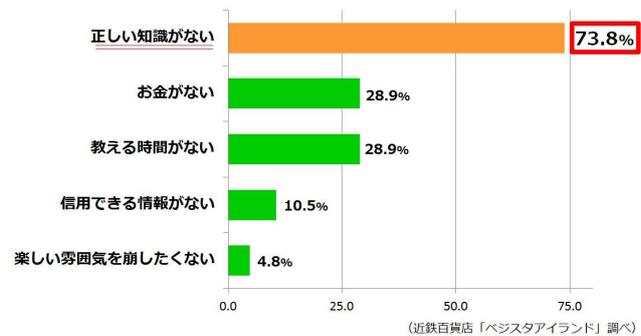
調査結果からは、母親の9割が「家庭での食育が必要」と認識しているながらも、母親の6割は食育を実践できておらず、その主な原因が、時間やお金の無さよりも、母親の知識不足にあることが浮き彫りになりました。その一端を表す結果として、食材の「特産地」を「自信を持って回答できる」母親がわずか17.5%しかいないことが明らかになり、母親に対しても食育が必要と言えるような状況が判明しました。

【食育に関する意識調査】

調査対象：10歳以下の子どもを持つ20～40代の母親600人
 実施期間：2013年1月23日～27日
 実施方法：インターネットを利用したアンケート調査

q. あなたが、食育を実践することが難しい理由は、どのようなものですか？

(食育を実践できていないと回答した母親332名/トップ5)



==【調査結果トピックス】==

① 母親の9割の「食育が必要だと思う」も、6割が「実践できていない」

② 食育が困難な理由、母親に「正しい知識がない(73.8%)」がトップに！

③ 食材の特産地「自信を持って回答できる」母親はわずか17.5%

④ ご当地食材の宝庫はやっぱり北海道！1位「かに」2位「いくら」

美味しかった・食べてみたいご当地食材、約4人に1人が北海道の食材を回答

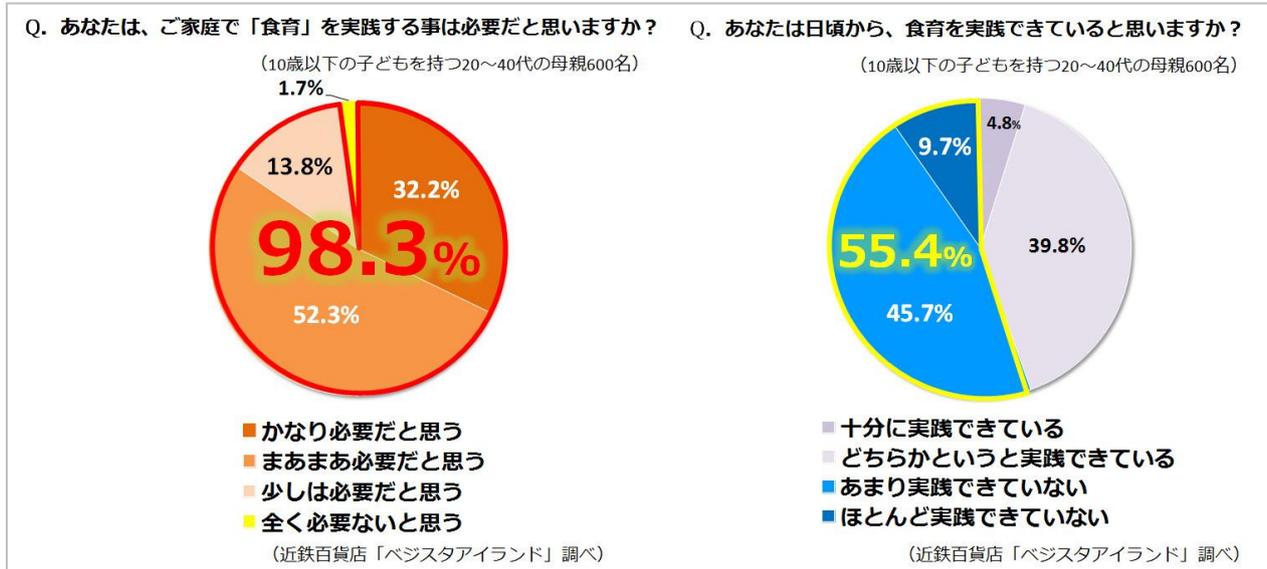
⑤ 食材選びは年代とともに慎重になる傾向に

20代と40代で、食材の「旬」「安全性」「生産地」は10ポイント以上の差

<トピックス①> 母親の9割が「食育が必要だと思う」も、6割が「実践できていない」

本調査において、「あなたは、ご家庭で『食育』を実践する事は必要だと思いますか」と聞いたところ、**98.3%**（「かなり必要」32.2%、「まあまあ必要」52.3%、「少しは必要」13.8%）の母親が、家庭での食育の必要性を認識していることが分かります。

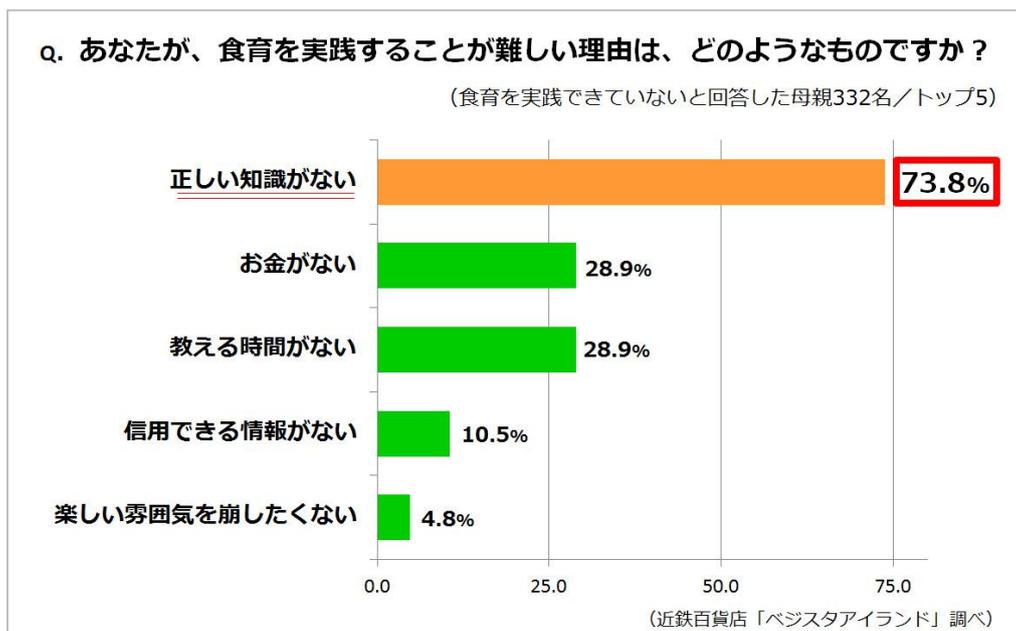
一方で、日頃から食育を実践できているか聞いたところ、55.4%（「あまり実践できていないと思う」45.7%、「ほとんど実践できていないと思う」9.7%）の母親が実践できていないと答えており、必要性に反して行動が伴っていない様子がうかがえます。



<トピックス②> 家庭での食育が困難な理由、母親に「正しい知識がない(73.8%)」がトップに！

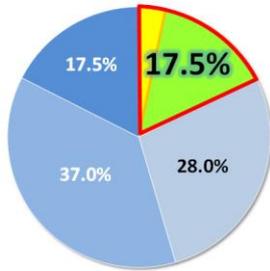
食育を実践できていないと答えた 332 名に対し、実践しがたい理由について聞いたところ、「**正しい知識がない**」**73.8%**が突出して多く、以下「お金がない」、「教える時間がない」がともに 28.9%、「信用できる情報がない」10.5%と続きました。

時間やお金の無さよりも、母親の知識不足が、食育の実践を阻害する主な要因になっていることが明らかになりました。



<トピックス③> 食材の特産地「自信を持って回答できる」母親はわずか 17.5%

Q. あなたは、様々な食材の「特産地」について、
お子様に尋ねられたら「特産地名」を答えられますか？
(10歳以下の子どもを持つ20～40代の母親600名)



- ほぼ全て答えられる
- 多くは答えられる
- 半分くらい答えられる
- 少しは答えられる
- ほぼ全て答えられない

(近鉄百貨店「ベジスタアイランド」調べ)

母親の知識不足を表す顕著な結果も得られました。本調査対象者全員に「あなたは、様々な食材の特産地について、お子様に尋ねられたら特産地名を答えられますか」と聞いたところ、「ほぼ全て答えられる」3.3%、「多くは答えられる」14.2%となり、**特産地の多くに自信を持って回答できる母親はわずか 17.5%**にとどまりました。

「半分くらい答えられる」28.0%、「少しは答えられる」37.0%、「ほぼ全て答えられない」17.5%と、計 82.5%は回答に自信が持てない様子がうかがえます。

**<トピックス④> ご当地食材の宝庫はやっぱり北海道！1位「かに」2位「いくら」
美味しかった・食べてみたいご当地食材、約4人に1人が北海道の食材を回答**

「特産地に行って食べてみたいと思う」、あるいは
「過去に食べて気に入った」日本のご当地食材

(有効回答 n = 483)

順位	食材名(都道府県名)	票数	%
1	かに(北海道)	39	8.1%
2	いくら(北海道)	28	5.8%
3	牡蠣(広島県)	16	3.3%
4	じゃがいも(北海道)	14	2.9%
5	うに(北海道)	12	2.5%

(近鉄百貨店「ベジスタアイランド」調べ)

母親 600 名に、「特産地に行って食べてみたいと思う」、あるいは「過去に食べて気に入った」日本のご当地食材について聞いたところ、有効回答数 483 票のうち、**約 4 人に 1 人が「北海道」の食材を回答し**、「かに」が合計 39 票 (8.1%)を集めて 1 位に輝きました。

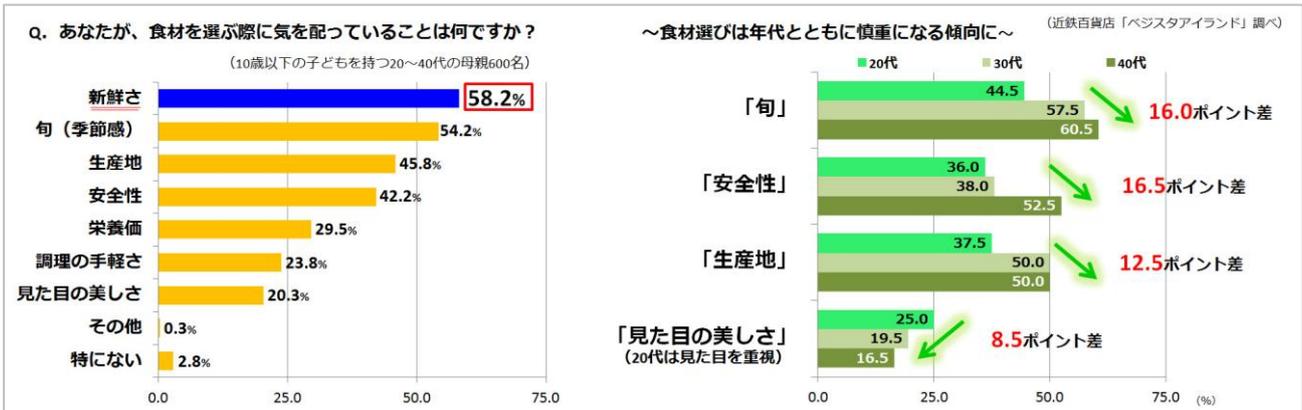
さらに、2 位も北海道の「いくら」が 28 票 (5.8%)を集め、3 位には、広島県の「牡蠣」が 16 票 (3.3%)でランクインしたものの、4 位、5 位には再び北海道の食材が挙げられ、ご当地食材の宝庫として北海道ブランドが定着し、多くの好感や期待が寄せられていることがうかがえる結果となりました。

高い人気を誇る北海道のご当地食材は、実際にご当地食材を親子で学べるすごろくゲーム「ベジコロ」内において、それぞれの出現地域における「ご当地食材」アイテムとして反映いたしました。

「ベジコロ」に反映した北海道の「ご当地食材」

食材名	以下地域の「ご当地食材」に反映
かに	札幌(北海道)／長万部(北海道)
いくら	根室(北海道)
じゃがいも	函館(北海道)／浜松(静岡県)
うに	函館(北海道)／いわき(福島県)／北九州(福岡県)

**<トピックス⑤> 食材選びは年代とともに慎重になる傾向に
20代と40代で、食材の「旬」「安全性」「生産地」は10ポイント以上の差**



「あなたが、食材を選ぶ際に気を配っていることは何ですか」と聞いたところ、値段 (82.5%) 以外では「新鮮さ」58.2%が最も重視する点に選ばれ、以下、「旬 (季節感)」54.2%、「生産地」45.8%等が続きました。

さらに、年代が上がるとともに食材選びに慎重になる傾向がみられました。特に、食材の「旬 (季節感)」、「安全性」、「生産地」に関しては、20代と40代を比較すると、40代の方が10ポイント以上も高くなる結果となりました。

一方で、「見た目の美しさ」は若年層ほどこだわるといふ逆転現象もみられ、若い母親ほど食の安全や旬に対する意識が薄く、見た目に気をとられがちであると言えます。

まとめ

母親は家庭での「食育」を進めたいと思いつつも、母親自身の「知識不足」により実践できず、親子で共に学ぶことの重要性が認識されました。

近鉄百貨店は、『ベジスタアイランド』をはじめ、食文化の継承に向けた親子の取り組みを応援します

■ご当地食材を親子で学べる食育ゲームコンテンツ「ベジスタアイランド」がオープン！スマートフォンにも対応



「ベジスタアイランド」PC版トップページ

「ベジスタアイランド」WEB サイト URL: <http://www.vegesta-island.com/>

近鉄百貨店は、食材をモチーフにしたキャラクターや食に関するクイズ・ゲーム等のコンテンツ体験を通じて、食の知識や習慣を親子で一緒に、より楽しく学べるすごろくゲーム「ベジコロ」をメインとした食育ゲームコンテンツ「ベジスタアイランド」を開設しました。

「ベジスタアイランド」では、トマトをモチーフにしたキャラクター「リコピン」をはじめとした様々な可愛いキャラクターたちが、全国各地の「ご当地食材」をクイズ形式にして出題する「ベジQ」や「ベジスタ物語」、テーマソングビデオを閲覧できる「ベジスタTV」など、お子様はもちろん大人も食の知識を楽しく身につけることができるコンテンツを豊富に設けており、親子のコミュニケーションツールの一つとしても、手軽に活用頂けます。

取材等お問い合わせ：株式会社近鉄百貨店 秘書広報部(広報担当)

TEL：06-6634-7192 FAX：06-6634-7682

■6月13日(木)、近鉄百貨店阿倍野店は「街のような場」に生まれ変わります

「近鉄百貨店 阿倍野店」は6月13日(木)、高さ日本一 300mの超高層複合ビル「あべのハルカス」の中核施設として、「あべのハルカス近鉄本店」に名称を変更し、タワー館を先行オープンいたします。

来春のグランドオープン時には、10万平方メートルという日本最大の営業面積を活かし、モノ・コト・ヒトとの出会いが暮らしを彩る「街のような場」を実現します。日本最大級のレストラン街や屋上貸し菜園など、お買物目的がなくても、いつでも誰とでも気軽に立ち寄っていただける店づくりを目指します。

「あべのハルカス 近鉄本店」WEB サイト

URL: <http://www.d-kintetsu.co.jp/harukas/page01.html>



「あべのハルカス」外観

【調査概要】

調査名: 食育に関する意識調査

調査期間: 2013年1月23日～1月27日

調査対象者: 10歳以下の子どもを持つ20～40代の母親 600人

調査方法: インターネットを利用したアンケート調査

===対象者:属性詳細=====

[性別] 女性(n=600)100.0%

[年代] 20代(n=200)33.4%, 30代(n=200)33.3%, 40代(n=200)33.3%

[世帯構成] 二世帯(n=520)86.7%, 三世帯(n=72)12.0%, 四世帯(n=8)1.3%

=====

【会社概要】

会社名: 株式会社近鉄百貨店

設立年月日: 1934年9月

事業内容: 小売業

本社・本店: 大阪府大阪市阿倍野区阿倍野筋 1-1-43

URL: <http://www.d-kintetsu.co.jp/>

(以 上)