

食料自給率の認知と食料安全保障に対する意識

- 『食料自給率』、『食料自給力』、『食料国産率』それぞれの説明を呈示しての認知度は、「詳しい内容を知っている」がいずれも5%前後であった。「おおよその内容は知っている」は『食料自給率』（34.5%）、『食料自給力』（29.0%）、『食料国産率』（18.8%）の順で高く、『食料国産率』については「聞いたことがない」と「よくわからない」を合わせた割合が半数近くと認知度は最も低かった。
- 2021年度から傾向に大きな変化は見られない。

Q22. あなたは「食料自給率」について、どの程度知っていますか。以下の説明をお読みになりお答えください。（SA）

Q23. あなたは「食料自給力」について、どの程度知っていますか。以下の説明をお読みになりお答えください。（SA）

Q24. あなたは「食料国産率」について、どの程度知っていますか。以下の説明をお読みになりお答えください。（SA）

【食料自給率の説明】

食料自給率とは、国内で消費されている食料がどのくらい国内生産でまかなわれているかを示す指標です。
食料安全保障の観点から熱量（カロリー）に換算して示すカロリーベースと、経済活動を評価する観点から金額に換算して示す生産額ベースがあります。

【食料自給力の説明】

食料自給力とは、我が国の農林水産業の潜在的な生産能力のことです。
我が国の農地等の農業資源、農業者、農業技術をフル活用した場合に、どれだけの食料（カロリー）が供給できるかを食料自給力指標として毎年公表しています。

【食料国産率の説明】

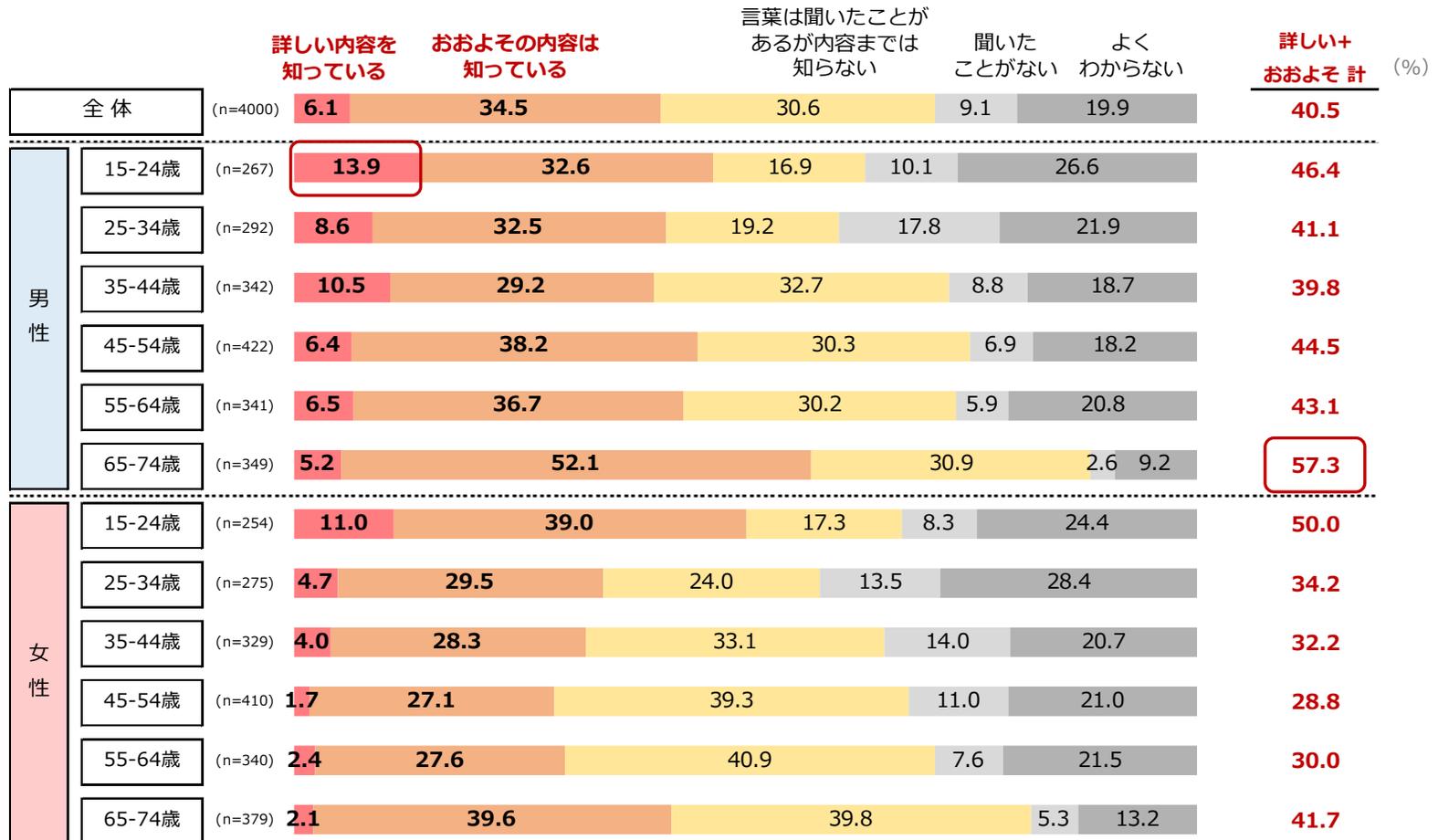
食料国産率は、飼料が国産か輸入かにかかわらず、畜産業の活動を反映し、国内生産の状況を評価する指標です。
食料自給率では、輸入飼料による畜産物の生産分を国内生産として扱わず、飼料も含めた自給の程度を評価していますが、食料国産率では、飼料が国産か輸入かにかかわらず、国内の畜産農家によって生産された畜産物を国内生産として扱います。

対象者：全体（n=4,000）

		言葉は聞いたことがあるが内容までは知らない					詳しい+ おおよそ計 (%)
		詳しい内容を 知っている	おおよその内容は 知っている	聞いた ことがない	よく わからない		
2023年度	食料自給率 (Q22)	6.1	34.5	30.6	9.1	19.9	40.5
	食料自給力 (Q23)	4.7	29.0	30.7	16.1	19.5	33.7
	食料国産率 (Q24)	4.4	18.8	27.3	29.2	20.4	23.2
2022年度	食料自給率 (Q22)	6.0	34.4	30.9	9.0	19.7	40.4
	食料自給力 (Q23)	4.4	27.4	31.5	18.3	18.5	31.8
	食料国産率 (Q24)	3.8	19.5	26.3	30.9	19.6	23.2
2021年度	食料自給率 (Q22)	6.2	36.6	32.1	8.3	16.9	42.8
	食料自給力 (Q23)	5.2	28.6	33.6	16.5	16.1	33.8
	食料国産率 (Q24)	4.1	20.4	29.0	29.6	17.0	24.5

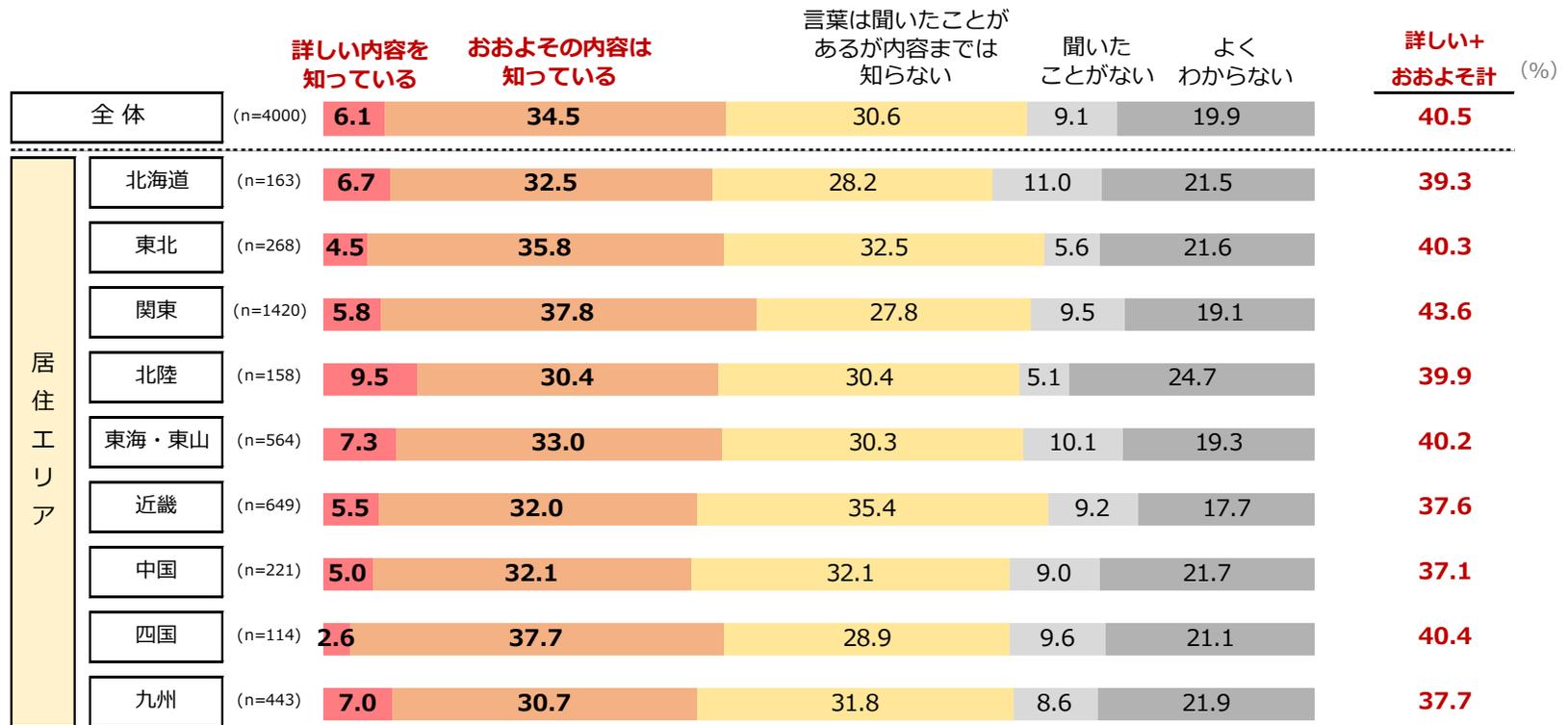
- 「詳しい内容を知っている」は男女とも15-24歳で高く、若年層の認知度が高いが、「よくわからない」も他の年代と比べて高かった。
- 男性の65-74歳は「詳しい内容を知っている+おおよその内容は知っている」は6割と最も高い。

Q22. あなたは「食料自給率」について、どの程度知っていますか。以下の説明をお読みになりお答えください。(SA)



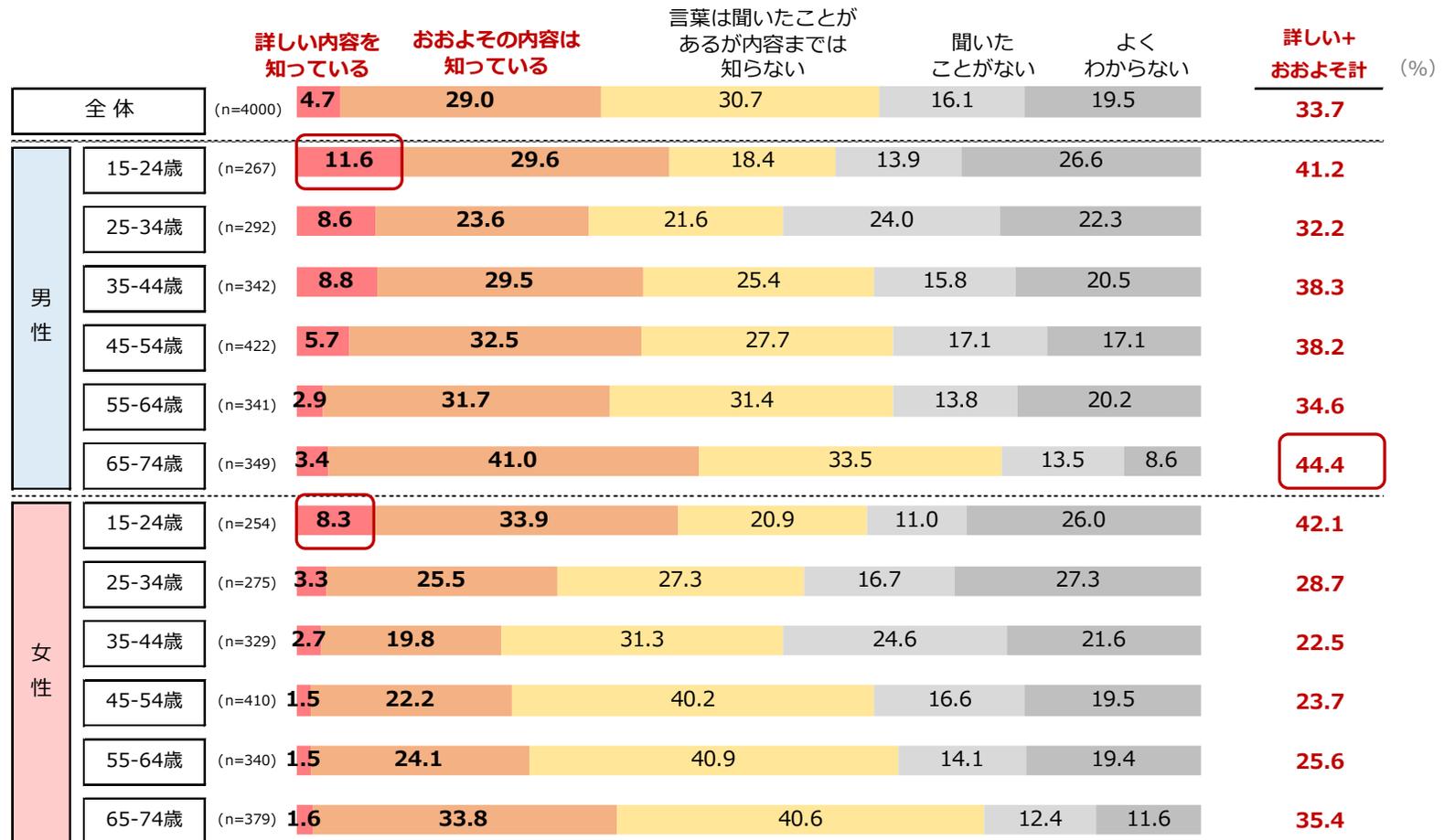
■ 居住エリア別は大きな差は見られなかった。

Q22. あなたは「食料自給率」について、どの程度知っていますか。以下の説明をお読みになりお答えください。（SA）



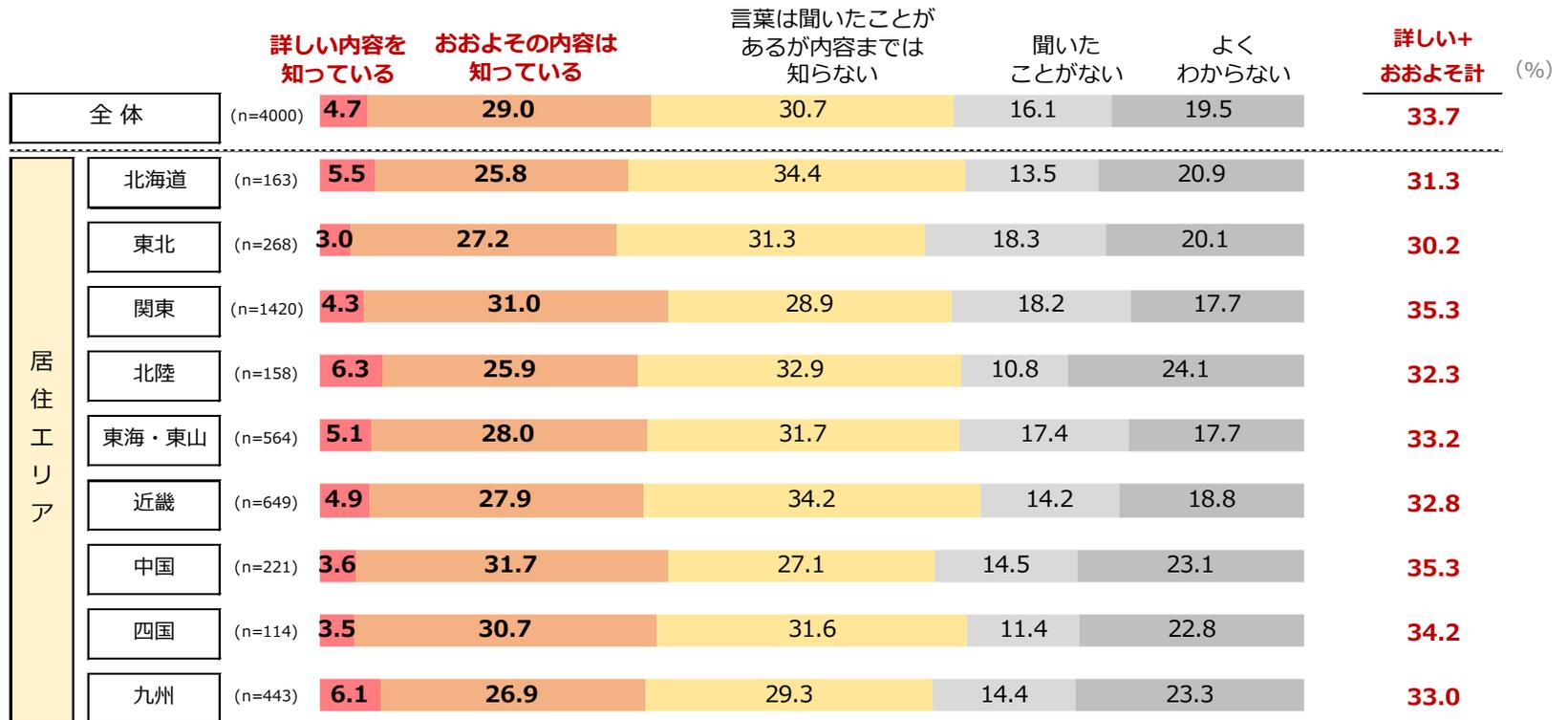
- 『食料自給力』の「詳しい内容を知っている」は、男女とも15-24歳が最も高かった。
- 男性の65-74歳は「詳しい内容を知っている」が低いものの、「詳しい内容を知っている+おおよその内容は知っている」は4割強と最も高い。

Q23. あなたは「食料自給力」について、どの程度知っていますか。以下の説明をお読みになりお答えください。(SA)



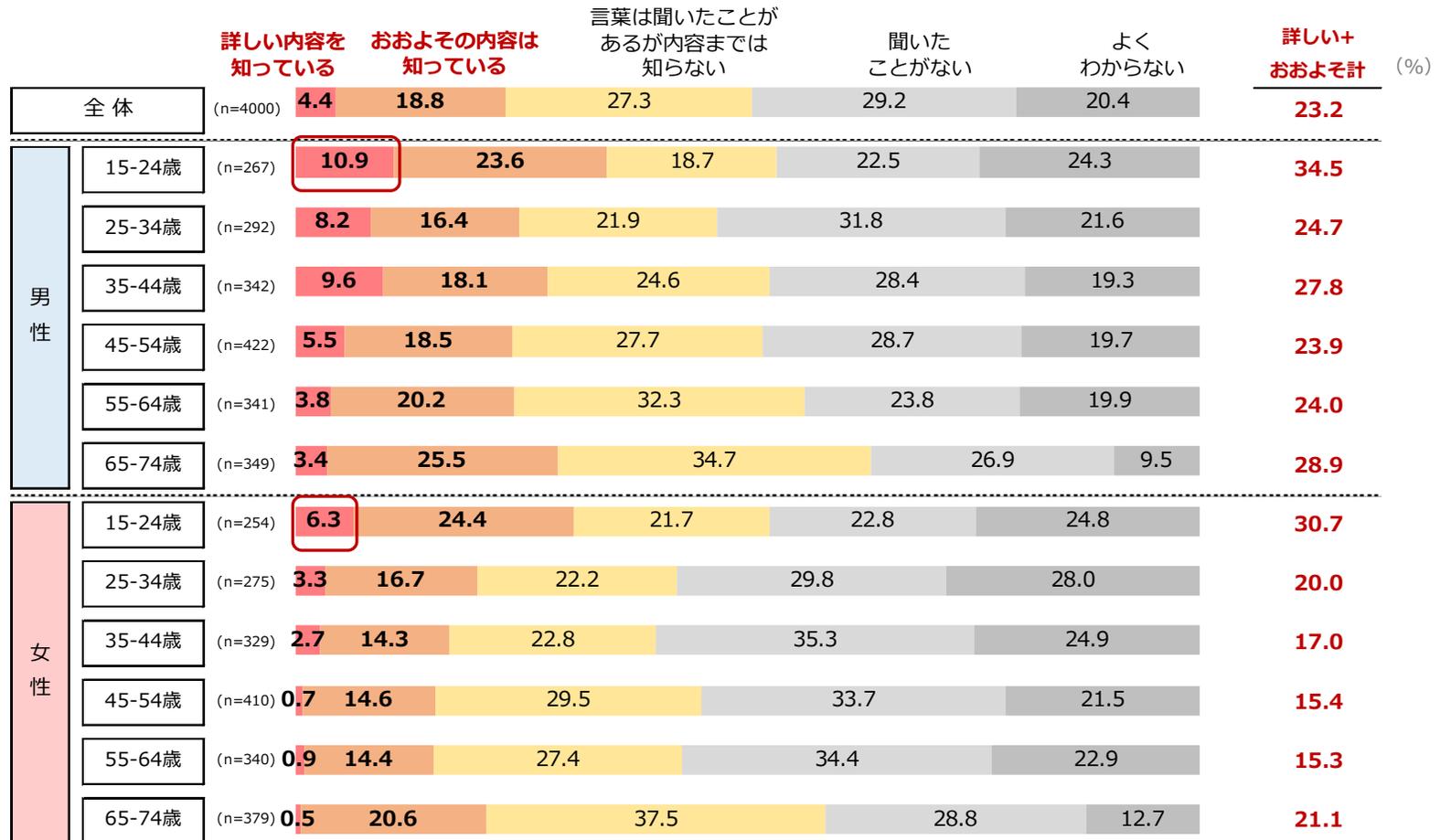
■ 居住エリア別は大きな差は見られなかった。

Q23. あなたは「食料自給力」について、どの程度知っていますか。以下の説明をお読みになりお答えください。（SA）



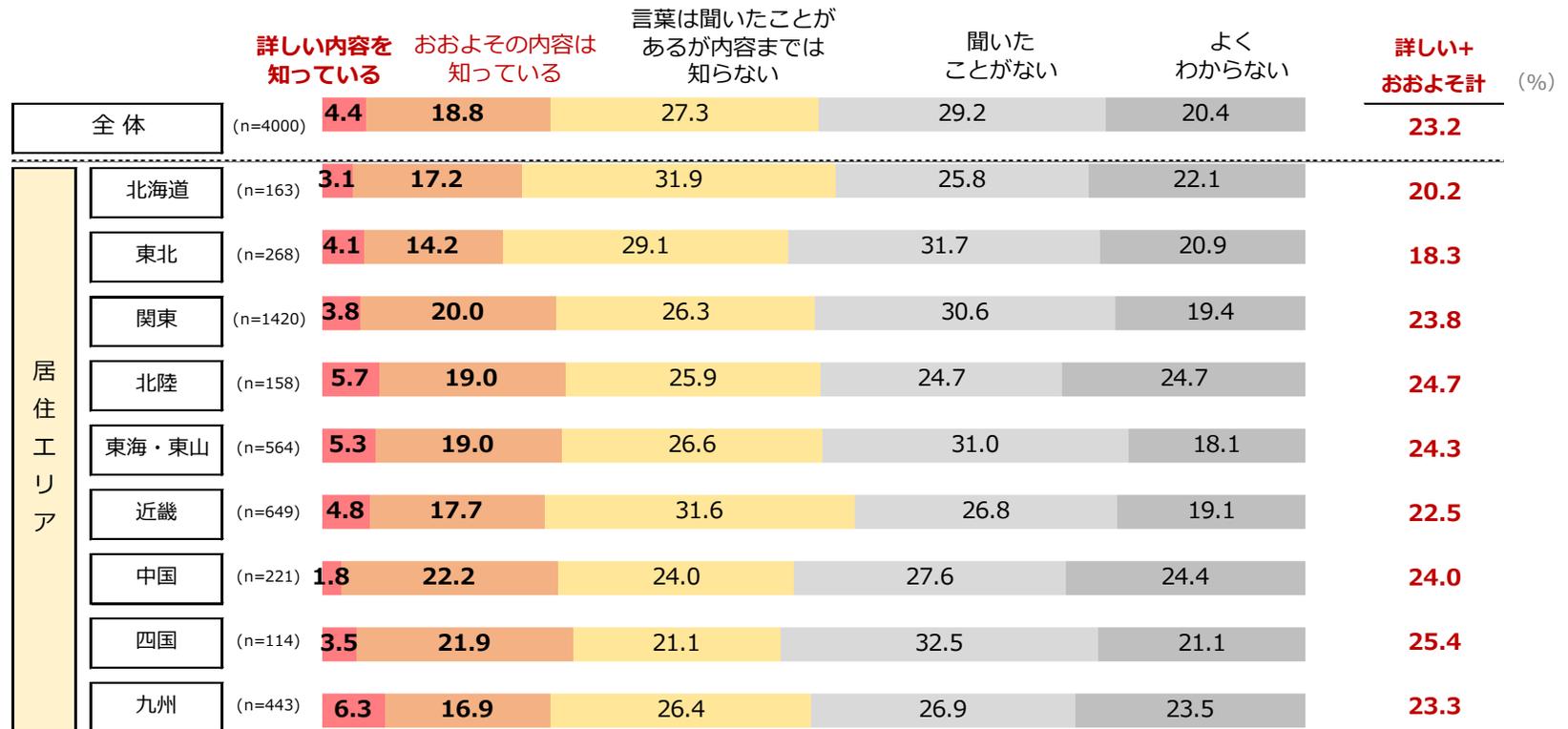
- 『食料国産率』についても、「詳しい内容を知っている」は男女とも15-24歳が他の年代よりもやや高かった。

Q24. あなたは「食料国産率」について、どの程度知っていますか。以下の説明をお読みになりお答えください。(SA)



■ 居住エリア別は大きな差は見られなかった。

Q24. あなたは「食料国産率」について、どの程度知っていますか。以下の説明をお読みになりお答えください。（SA）



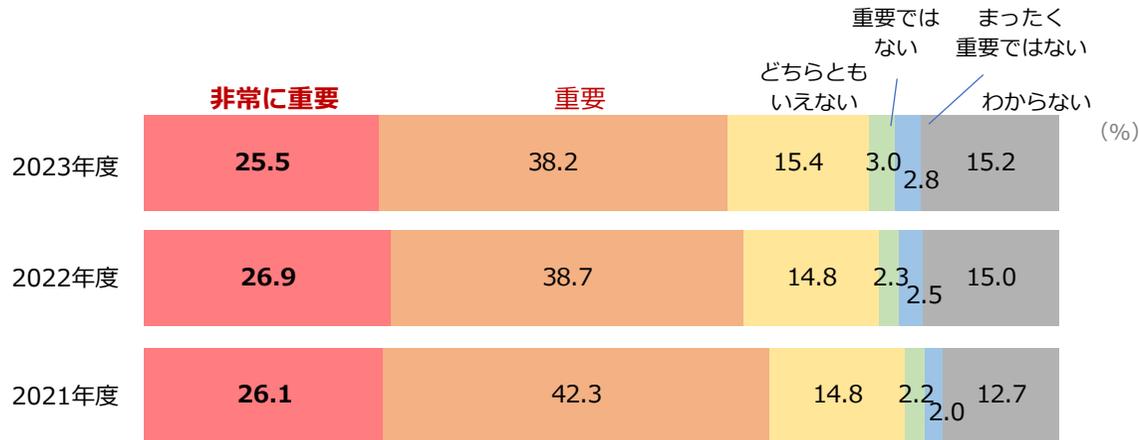
- 現在の世界の食料事情と食料自給率の重要性の説明を呈示しての『食料自給率を高めることの重要度』は、全体で「非常に重要」は25.5%、「重要」は38.2%で、合わせると63.7%であった。
- 「わからない」は1割強いたが、「重要ではない」と考える割合は1割未満と少なかった。
- 2021年度から傾向に大きな変化は見られない。

Q25. この説明をお読みになり、食料自給率を高めることがどの程度重要だと思いますか。(SA)

世界の人口増加や経済発展により、世界全体の食料需要の増加が見込まれています。また、気候変動や大規模自然災害など、中長期的に我が国の食料供給に影響を及ぼす可能性のあるリスクも多様化しています。このため、我が国は、国内の農業生産の増大を基本とし、これと輸入及び備蓄を適切に組み合わせることにより食料の安定供給を確保することとしています。現在は食料の安定供給に懸念はないものの、将来にわたって食料を安定的に供給するためには、国内で生産できるものは、できる限り国内で生産する必要があり、食料自給率を高めることが重要だと考えています。

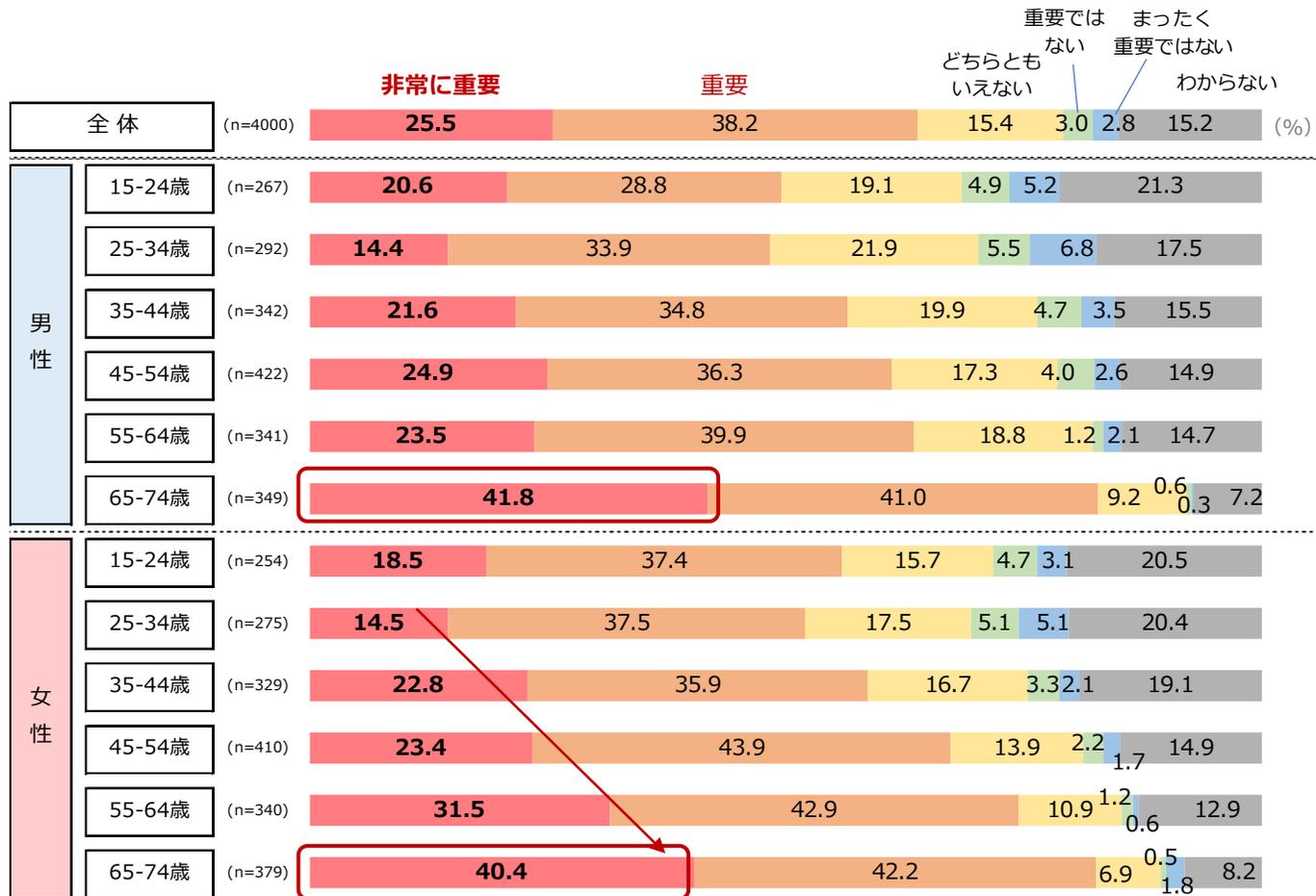
(注)近年、食料安全保障のリスクを考えさせられる事象が立て続けに起こり、「現在は食料の安定供給に懸念はない」と断言できる状況にはないと考えていますが、調査の継続性を担保するため、2021年の調査開始時と同様の説明としています。

対象者：全体 (n=4,000)



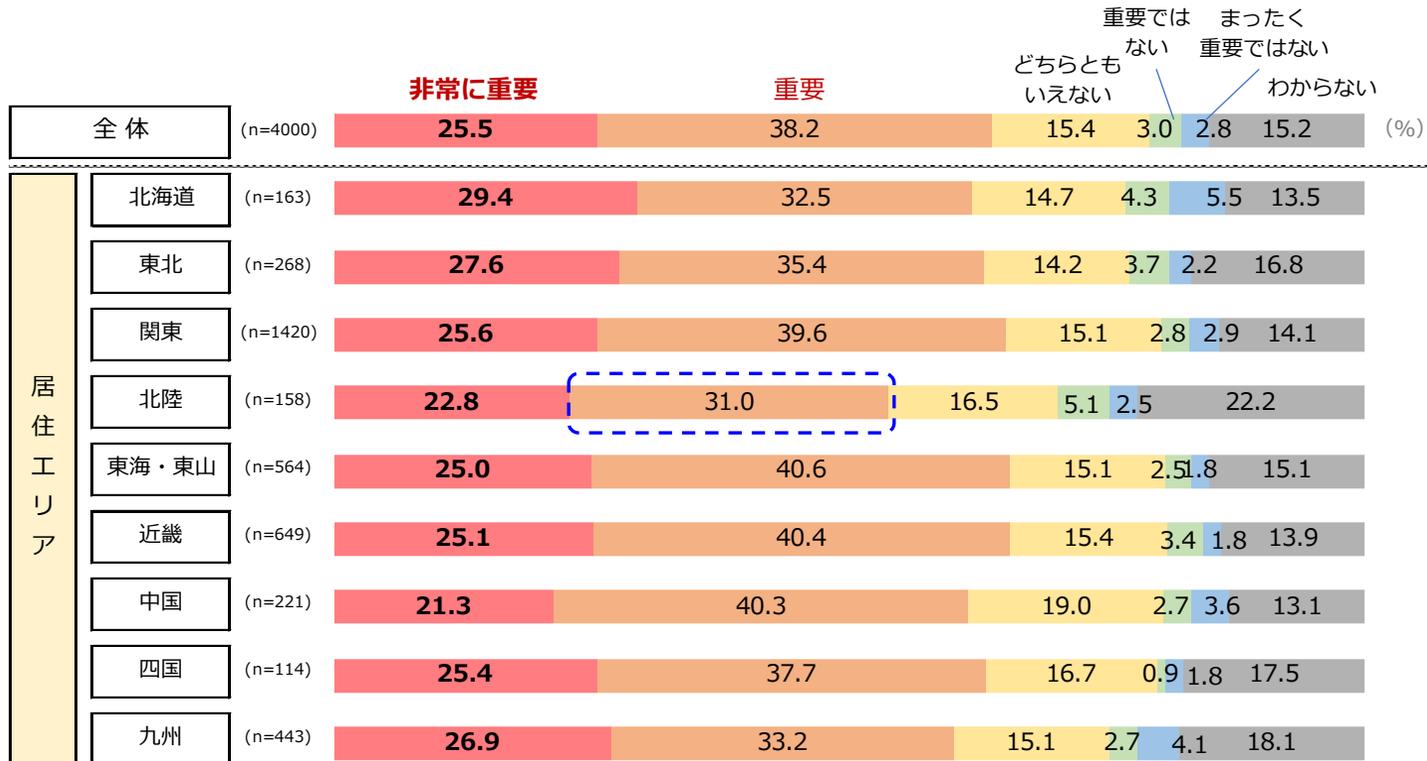
- 女性は年代の高まりとともに、食料自給率を高めることが重要と考える割合は高い傾向が見られ、男女ともに「非常に重要」と考える割合は他の年代よりも高く、男性65-74歳が41.8%、女性65-74歳が40.4%であった。

Q25. この説明をお読みになり、食料自給率を高めることがどの程度重要だと思いますか。(SA)



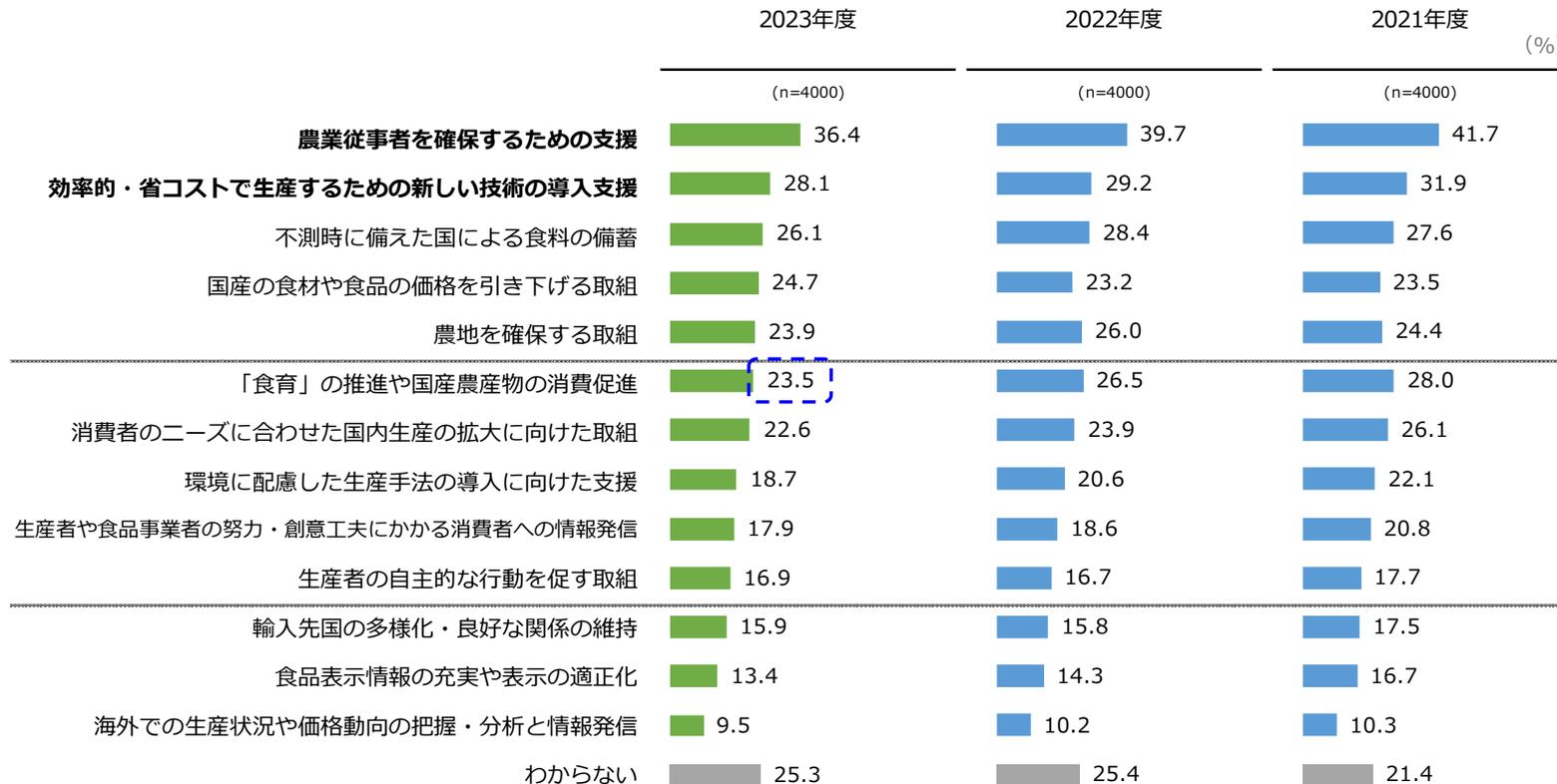
■ 居住エリア別は「重要」が『北陸エリア』で他のエリアよりも低く、「わからない」が最も高かった。

Q25. この説明をお読みになり、食料自給率を高めることがどの程度重要だと思いますか。(SA)



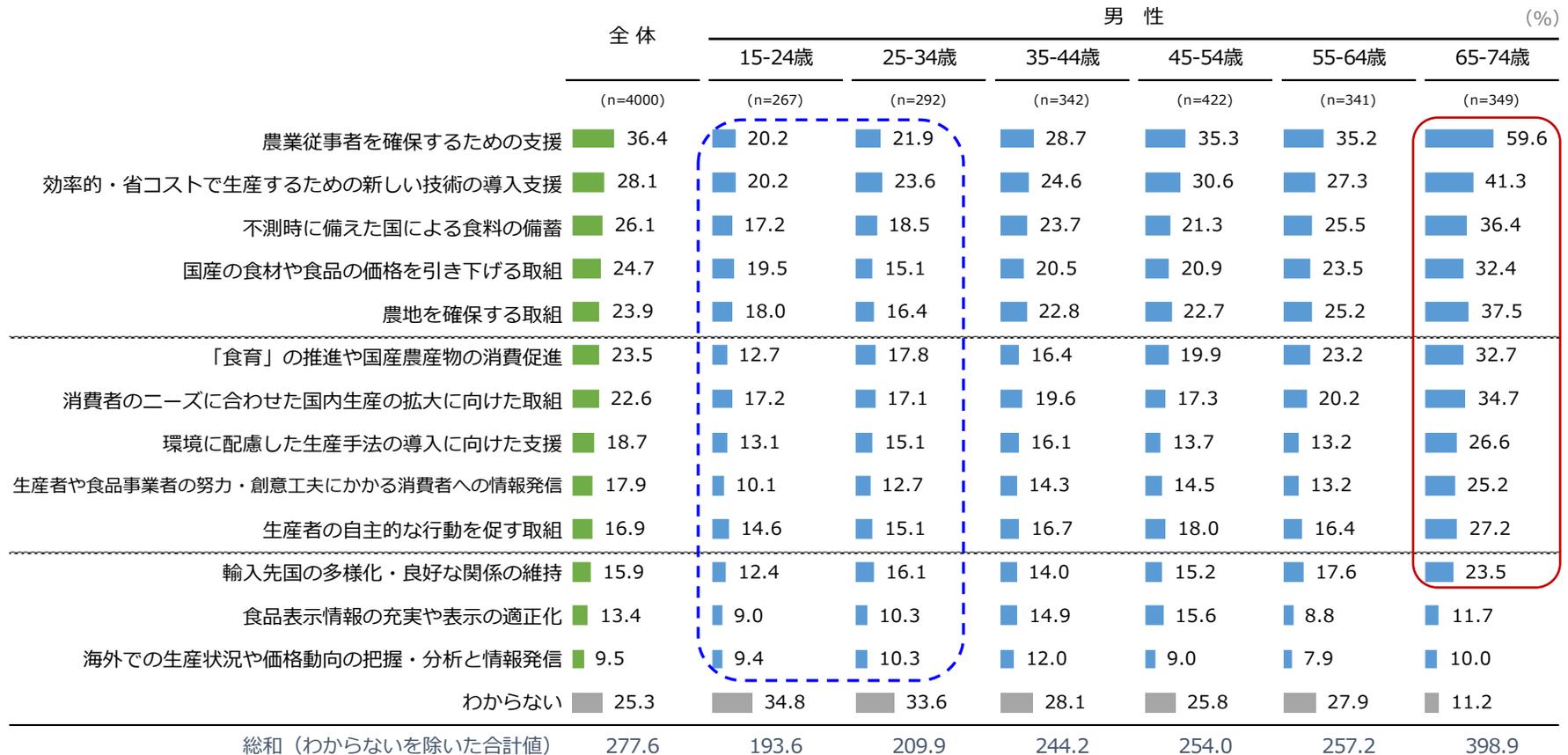
- 「農業従事者を確保するための支援」が全体の4割弱で最も高く、次いで「効率的・省コストで生産するための新しい技術の導入支援」、「不測時に備えた国による食料の備蓄」、「国産の食材や食品の価格を引き下げる取組」、「農地を確保する取組」などの割合が高い結果となった。
- 2021年度から全体的に選択数の減少傾向があるものの、特に「食育の推進や国産農産物の消費促進」が低くなっている。

Q26. あなたは、日本の食の未来を確かなものにするために、国に対して今後どのようなことを期待しますか。(MA)



- 男性は年代の差が大きく、若い世代では国に期待することは全体的に低く、15-24歳はいずれも2割以下であった。特に65-74歳は多くの項目で最も高く、他の年代との差が大きかった。

Q26. あなたは、日本の食の未来を確かなものにするために、国に対して今後どのようなことを期待しますか。(MA)



■ 女性も男性と同様に年代による差があり、年代が高まるとともに国に期待することは高かった。

Q26. あなたは、日本の食の未来を確かなものにするために、国に対して今後どのようなことを期待しますか。(MA)

	全体 (n=4000)	女性 (%)					
		15-24歳 (n=254)	25-34歳 (n=275)	35-44歳 (n=329)	45-54歳 (n=410)	55-64歳 (n=340)	65-74歳 (n=379)
		農業従事者を確保するための支援	36.4	26.0	25.1	34.3	35.6
効率的・省コストで生産するための新しい技術の導入支援	28.1	16.9	19.6	28.3	24.6	29.4	42.0
不測時に備えた国による食料の備蓄	26.1	18.5	16.4	28.9	28.0	30.6	39.8
国産の食材や食品の価格を引き下げる取組	24.7	23.2	22.9	28.0	23.2	30.9	33.8
農地を確保する取組	23.9	16.5	17.5	22.8	22.9	24.1	33.2
「食育」の推進や国産農産物の消費促進	23.5	16.5	18.5	27.4	22.9	28.2	38.8
消費者のニーズに合わせた国内生産の拡大に向けた取組	22.6	20.5	15.6	19.5	24.4	25.3	34.8
環境に配慮した生産手法の導入に向けた支援	18.7	15.4	13.1	17.3	21.0	23.2	32.2
生産者や食品事業者の努力・創意工夫にかかる消費者への情報発信	17.9	10.2	17.8	19.1	20.0	22.6	29.6
生産者の自主的な行動を促す取組	16.9	14.2	11.6	14.0	13.9	16.2	22.2
輸入先国の多様化・良好な関係の維持	15.9	14.6	13.8	16.1	16.3	13.5	16.4
食品表示情報の充実や表示の適正化	13.4	13.0	12.0	16.7	13.9	16.2	16.4
海外での生産状況や価格動向の把握・分析と情報発信	9.5	12.2	10.9	8.2	9.3	8.5	7.7
わからない	25.3	33.5	34.9	25.8	25.1	18.2	13.7
総和（わからないを除いた合計値）	277.6	217.7	214.9	280.5	276.1	316.2	401.8

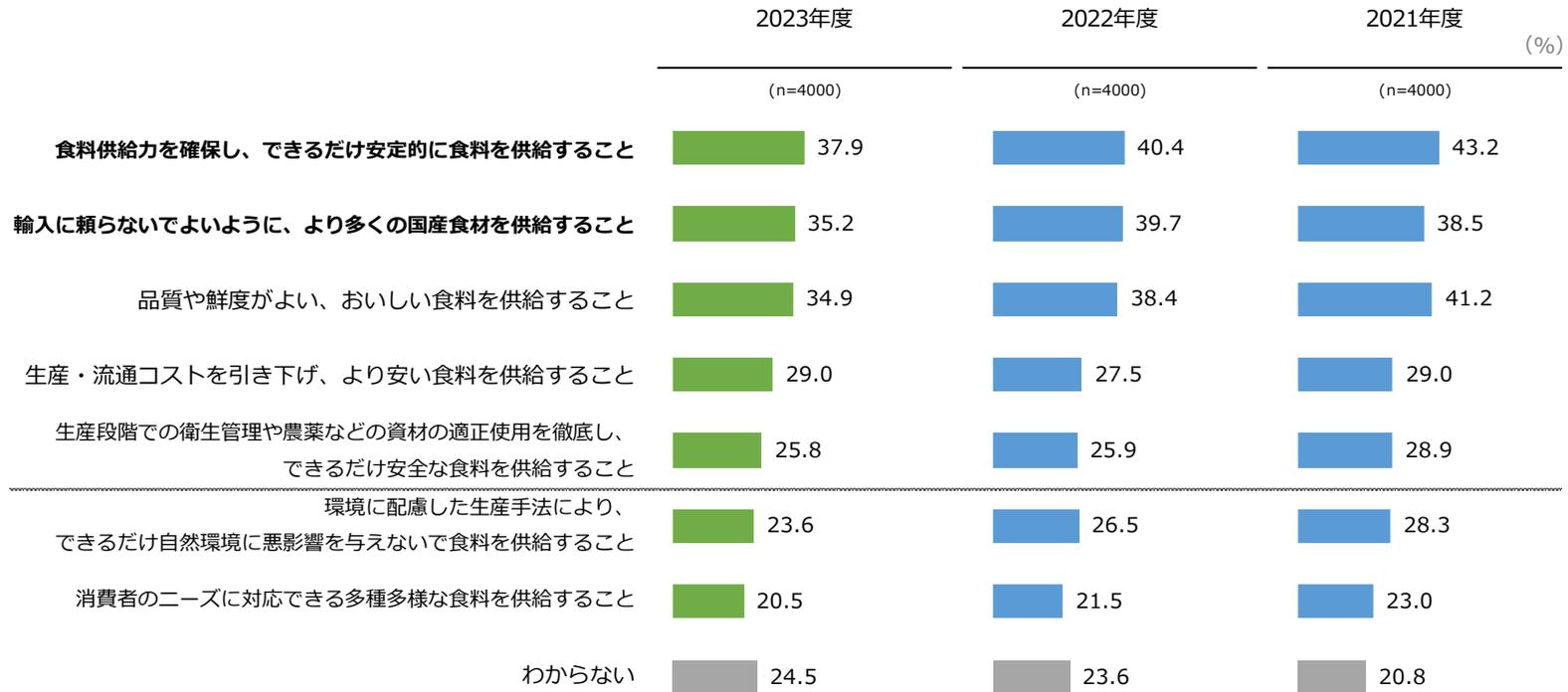
■ 居住エリア別は、『北陸エリア』で「不足時に備えた国による食料の備蓄」が他のエリアより低かった。

Q26. あなたは、日本の食の未来を確かなものにするために、国に対して今後どのようなことを期待しますか。(MA)

	全体 (n=4000)	居住エリア (%)								
		北海道 (n=163)	東北 (n=268)	関東 (n=1420)	北陸 (n=158)	東海・東山 (n=564)	近畿 (n=649)	中国 (n=221)	四国 (n=114)	九州 (n=443)
農業従事者を確保するための支援	36.4	33.7	41.4	35.8	31.6	35.8	39.6	35.3	39.5	34.1
効率的・省コストで生産するための新しい技術の導入支援	28.1	32.5	29.9	30.3	27.2	25.7	26.7	25.3	30.7	24.4
不足時に備えた国による食料の備蓄	26.1	24.5	27.6	28.2	17.7	23.0	28.2	22.6	28.9	23.5
国産の食材や食品の価格を引き下げる取組	24.7	19.0	26.1	25.2	25.9	23.6	25.9	27.6	21.1	23.3
農地を確保する取組	23.9	19.6	26.1	25.1	20.9	23.4	24.5	21.3	19.3	23.0
「食育」の推進や国産農産物の消費促進	23.5	18.4	23.1	23.8	15.8	24.3	24.2	23.5	22.8	25.3
消費者のニーズに合わせた国内生産の拡大に向けた取組	22.6	27.0	23.1	21.8	20.9	21.5	22.7	24.0	21.1	24.8
環境に配慮した生産手法の導入に向けた支援	18.7	20.9	16.4	19.2	15.8	19.0	18.8	19.0	15.8	19.2
生産者や食品事業者の努力・創意工夫にかかる消費者への情報発信	17.9	17.8	16.0	18.3	23.4	16.8	16.3	19.5	19.3	18.3
生産者の自主的な行動を促す取組	16.9	12.3	15.7	18.2	16.5	17.4	15.6	16.3	14.0	18.1
輸入先国の多様化・良好な関係の維持	15.9	16.0	18.7	16.1	11.4	13.8	17.3	13.1	12.3	18.3
食品表示情報の充実や表示の適正化	13.4	14.7	10.1	14.6	11.4	14.4	12.0	12.7	15.8	12.6
海外での生産状況や価格動向の把握・分析と情報発信	9.5	11.0	6.7	10.4	6.3	9.4	10.0	10.0	6.1	8.8
わからない	25.3	25.8	28.0	23.9	30.4	25.5	22.3	27.6	25.4	29.3
総和(わからないを除いた合計値)	277.6	267.5	281.0	286.9	244.9	268.1	281.7	270.1	266.7	273.6

- 全体で「食料供給力を確保し、できるだけ安定的に食料を供給すること」、「輸入に頼らないでよいように、より多くの国産食材を供給すること」、「品質や鮮度がよい、おいしい食料を供給すること」の3つの割合が高かった。
- 2021年度から上位3つは減少傾向が伺える。

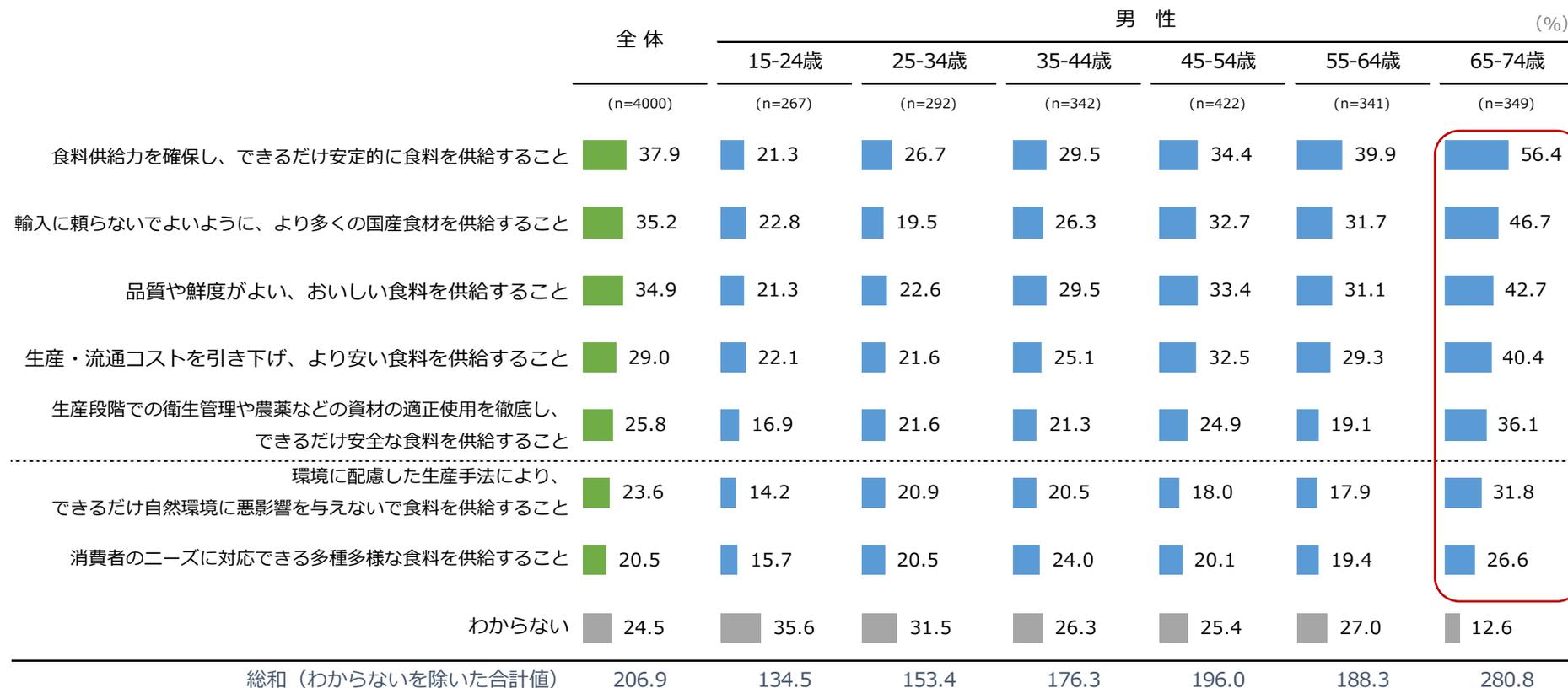
Q27. あなたは、日本の食の未来を確かなものにするために、生産者・食品関連事業者に対して、今後どのようなことを期待しますか。（MA）



日本の食の未来を確かなものにするために、 『生産者・食品関連事業者』に期待すること【男性：年代別】

- 男性は65-74歳でいずれの項目に対しても期待は高く、55-64歳以下との差が大きかった。

Q27. あなたは、日本の食の未来を確かなものにするために、生産者・食品関連事業者に対して、今後どのようなことを期待しますか。（MA）



日本の食の未来を確かなものにするために、 『生産者・食品関連事業者』に期待すること【女性：年代別】

■ 男性と同様に女性もほとんどの項目への期待は65-74歳で最も高かった。

Q27. あなたは、日本の食の未来を確かなものにするために、生産者・食品関連事業者に対して、今後どのようなことを期待しますか。（MA）

	全体 (n=4000)	女 性 (%)					
		15-24歳 (n=254)	25-34歳 (n=275)	35-44歳 (n=329)	45-54歳 (n=410)	55-64歳 (n=340)	65-74歳 (n=379)
食料供給力を確保し、できるだけ安定的に食料を供給すること	37.9	26.8	28.0	38.0	38.3	43.2	60.4
輸入に頼らないでよいように、より多くの国産食材を供給すること	35.2	25.2	26.2	37.4	39.8	47.6	54.6
品質や鮮度がよい、おいしい食料を供給すること	34.9	30.3	25.8	34.3	37.8	43.5	55.4
生産・流通コストを引き下げ、より安い食料を供給すること	29.0	23.6	25.5	28.0	25.6	33.8	35.1
生産段階での衛生管理や農薬などの資材の適正使用を徹底し、 できるだけ安全な食料を供給すること	25.8	20.1	19.3	25.8	27.6	30.3	39.8
環境に配慮した生産手法により、 できるだけ自然環境に悪影響を与えないで食料を供給すること	23.6	18.9	19.3	24.6	25.4	27.6	38.5
消費者のニーズに対応できる多種多様な食料を供給すること	20.5	18.9	14.9	17.6	21.7	18.8	24.3
わからない	24.5	28.7	33.8	24.9	23.4	19.1	12.9
総和（わからないを除いた合計値）	163.8	163.8	158.9	205.8	216.1	245.0	308.2

日本の食の未来を確かなものにするために、 『生産者・食品関連事業者』に期待すること【居住エリア別】

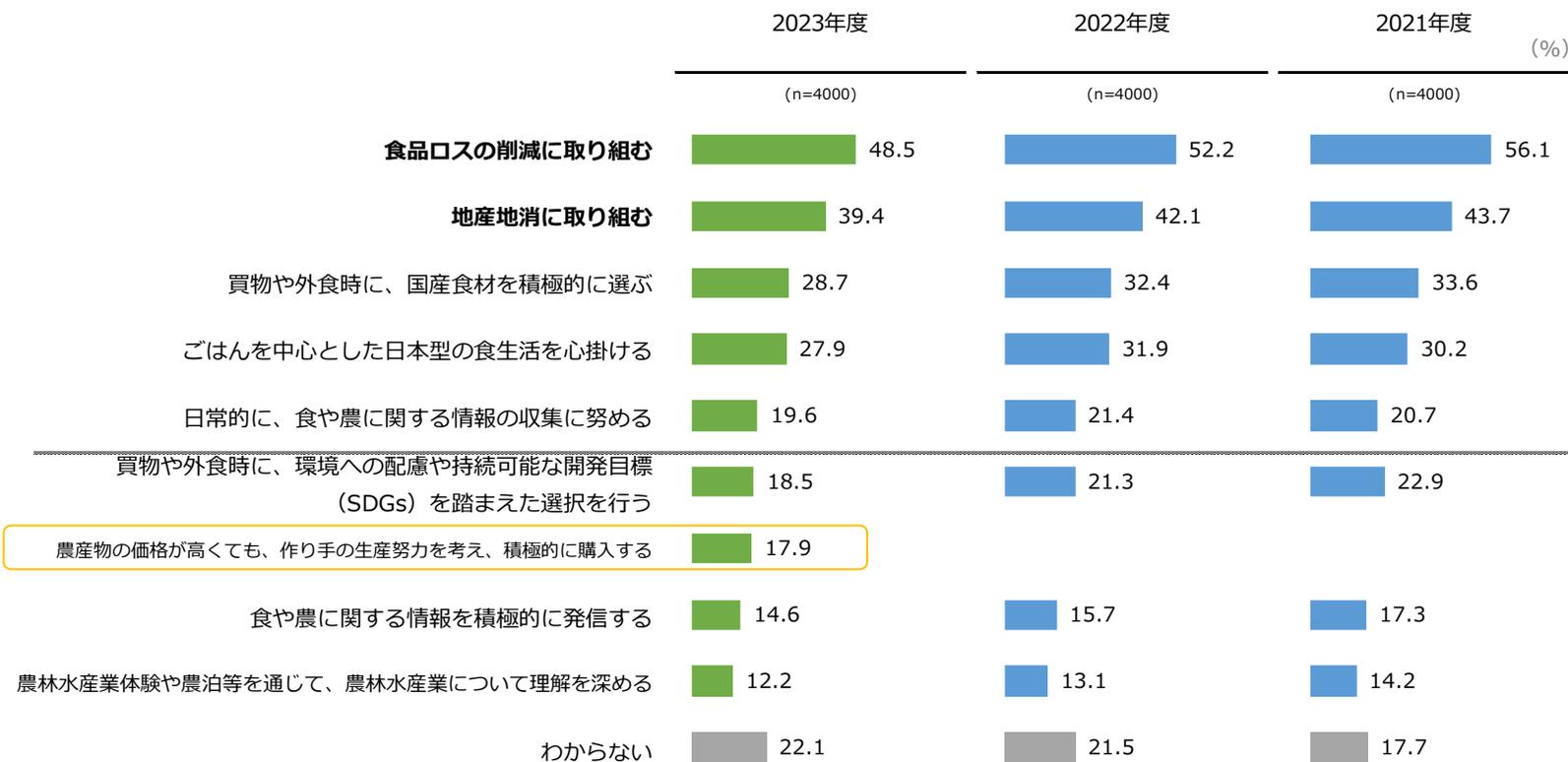
■ 居住エリア別は大きな差は見られなかった。

Q27. あなたは、日本の食の未来を確かなものにするために、生産者・食品関連事業者に対して、今後どのようなことを期待しますか。（MA）

	全体 (n=4000)	居住エリア (%)								
		北海道 (n=163)	東北 (n=268)	関東 (n=1420)	北陸 (n=158)	東海・東山 (n=564)	近畿 (n=649)	中国 (n=221)	四国 (n=114)	九州 (n=443)
食料供給力を確保し、できるだけ安定的に食料を供給すること	37.9	39.9	39.9	38.1	32.9	37.1	38.4	40.3	40.4	35.9
輸入に頼らないでよいように、より多くの国産食材を供給すること	35.2	38.0	34.3	35.1	34.8	31.6	37.1	40.7	32.5	34.8
品質や鮮度がよい、おいしい食料を供給すること	34.9	27.6	36.9	35.1	36.7	34.4	37.1	33.5	29.8	33.9
生産・流通コストを引き下げ、より安い食料を供給すること	29.0	26.4	29.1	30.2	24.1	29.3	29.9	33.9	26.3	24.6
生産段階での衛生管理や農薬などの資材の適正使用を徹底し、 できるだけ安全な食料を供給すること	25.8	25.8	23.1	27.0	21.5	24.3	27.4	26.2	28.1	24.2
環境に配慮した生産手法により、 できるだけ自然環境に悪影響を与えないで食料を供給すること	23.6	22.7	20.9	24.6	19.6	21.6	23.7	24.9	24.6	24.8
消費者のニーズに対応できる多種多様な食料を供給すること	20.5	17.2	17.9	21.5	17.7	20.2	21.3	24.0	16.7	19.4
わからない	24.5	25.8	27.2	23.2	28.5	24.6	22.0	25.3	25.4	27.5
総和（わからないを除いた合計値）	206.9	197.5	202.2	211.8	187.3	198.4	214.9	223.5	198.2	197.5

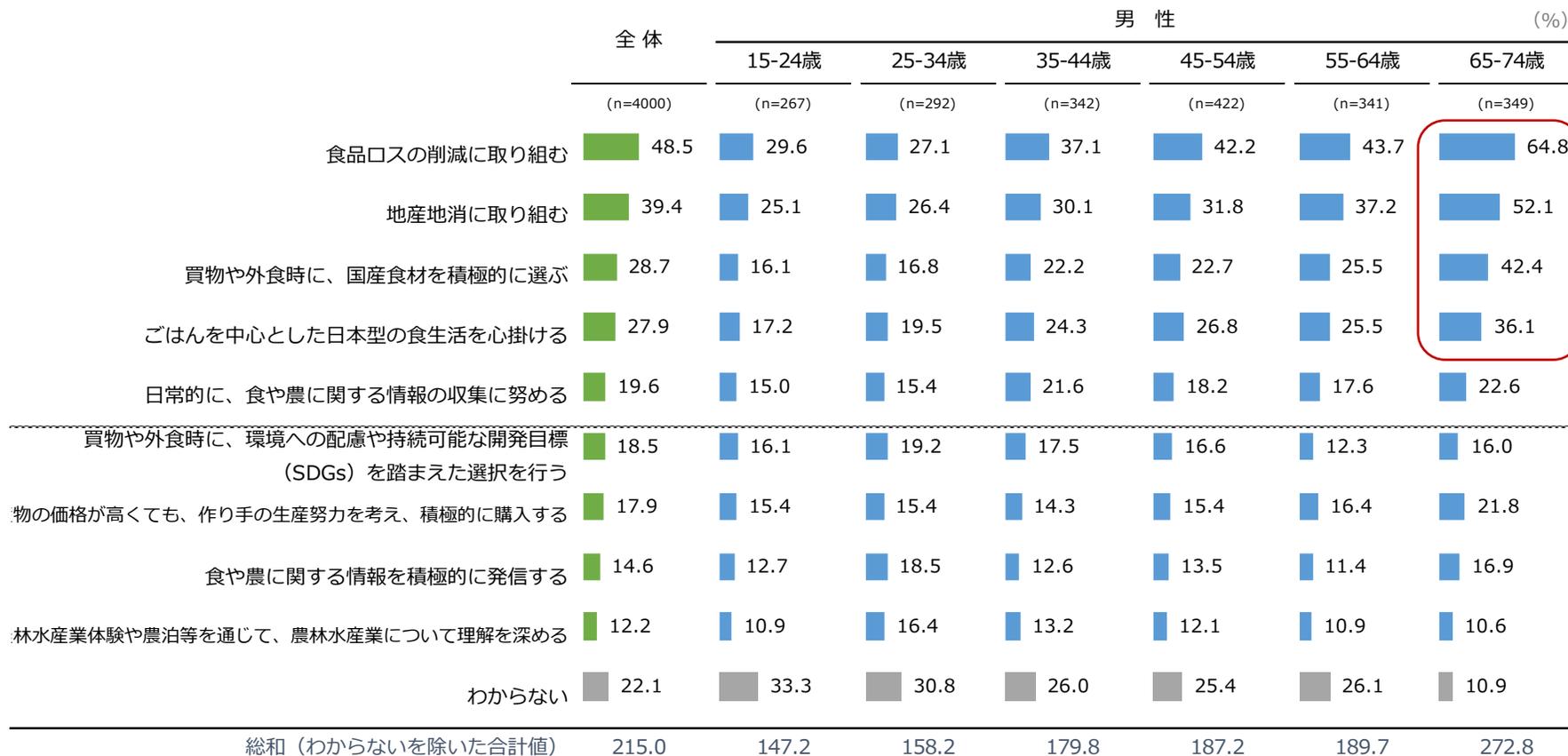
- 日本の食の未来を確かなものにするための『消費者』の取組は、「食品ロスの削減に取り組む」が約5割で最も高く、次いで「地産地消に取り組む」であった。「買物や外食時に、国産食材を積極的に選ぶ」と「ごはんを中心とした日本型の食生活を心掛ける」はともに約3割程度であった。
- 2021年度から傾向に大きな変化は見られない。

Q28. あなたは、日本の食の未来を確かなものにするために、消費者のどのような行動が必要だと思いますか。(MA)



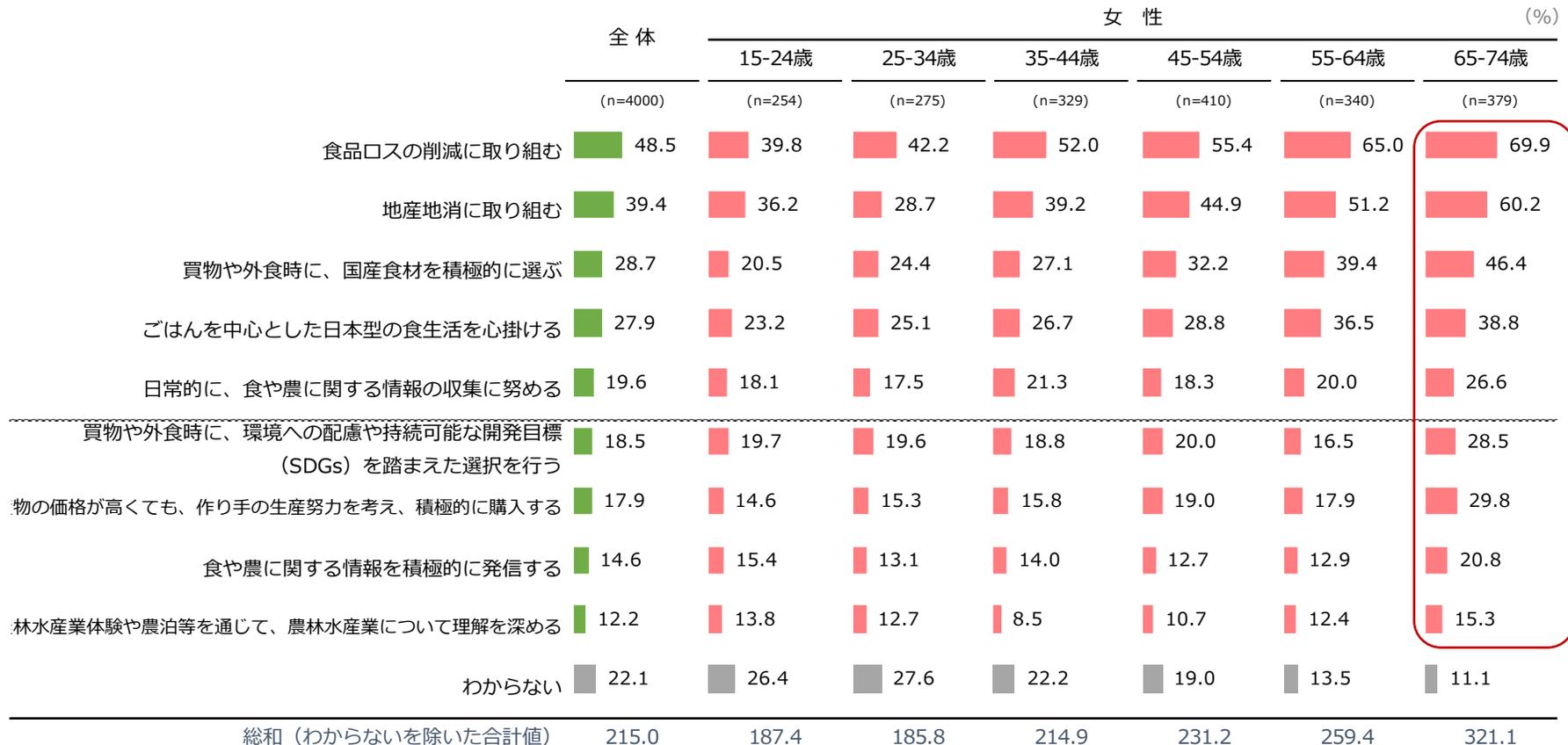
- 全体で割合が高かった「食品ロスの削減に取り組む」、「地産地消に取り組む」、「買物や外出時に、国産食材を積極的に選ぶ」、「ごはんを中心とした日本型の食生活を心掛ける」はいずれも65-74歳の割合が高かった。

Q28. あなたは、日本の食の未来を確かなものにするために、消費者のどのような行動が必要だと思いますか。(MA)



- 男性と同様に女性も「食品ロスの削減に取り組む」、「地産地消に取り組む」、「買物や外出時に、国産食材を積極的に選ぶ」、「ごはんを中心とした日本型の食生活を心掛ける」はいずれも65-74歳の割合が高かった。また、全体を通して男性よりも女性の方が割合が高い傾向が伺える。

Q28. あなたは、日本の食の未来を確かなものにするために、消費者のどのような行動が必要だと思いますか。(MA)



■ 居住エリア別は大きな差は見られなかった。

Q28. あなたは、日本の食の未来を確かなものにするために、消費者のどのような行動が必要だと思いますか。(MA)

