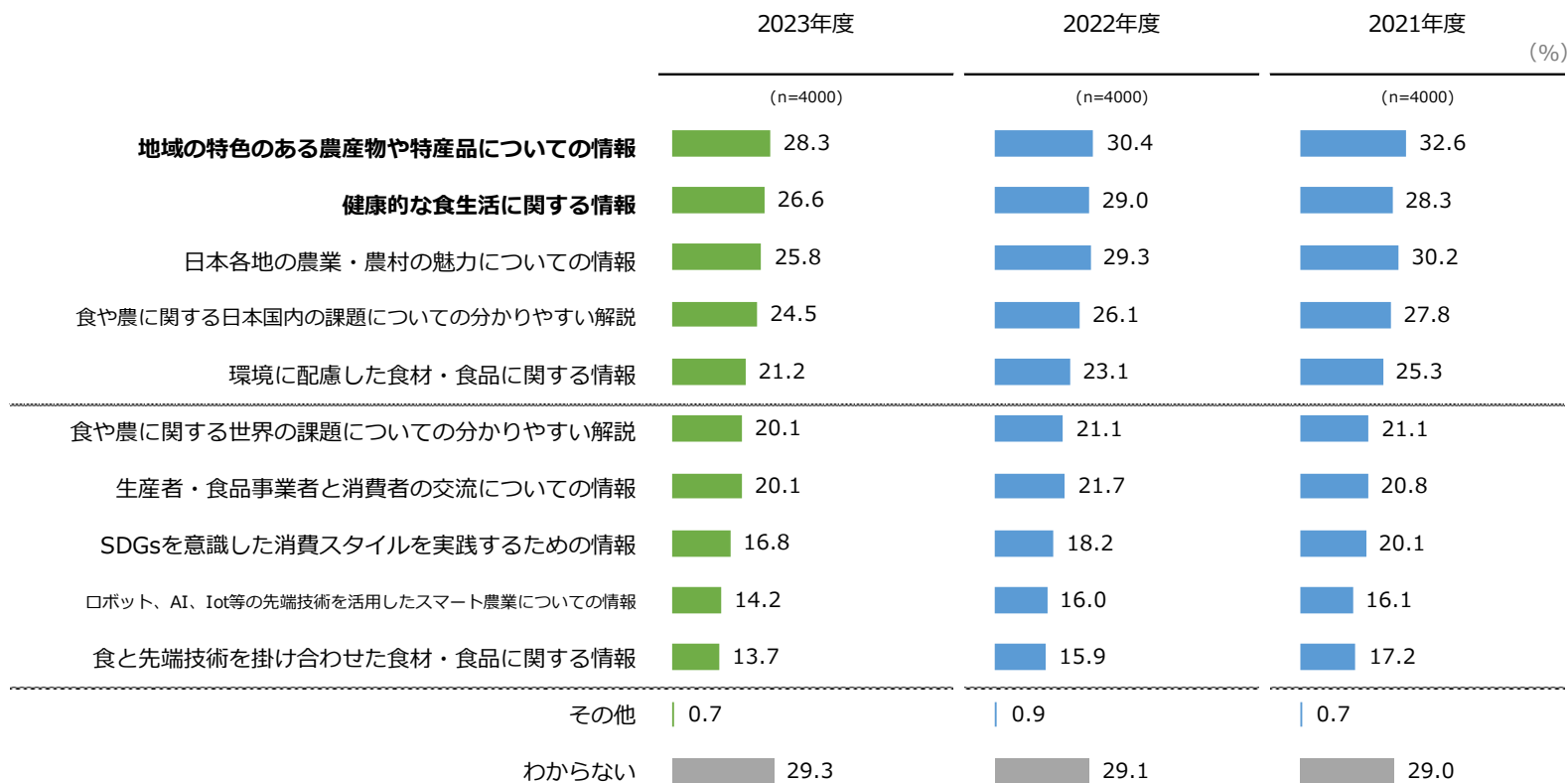


農業・農村をより身近に感じる情報と  
ニッポンフードシフトの認知、理解、関心・共感

---

- 全体で「地域の特色のある農産物や特産品についての情報」、「健康的な食生活に関する情報」、「日本各地の農業・農村の魅力についての情報」、「食や農に関する日本国内の課題についての分かりやすい解説」の割合が高い結果となった。
- 2021年度から全体の選択数は減少傾向ではあるものの、特に「日本各地の農業・農村の魅力についての情報」が減少している

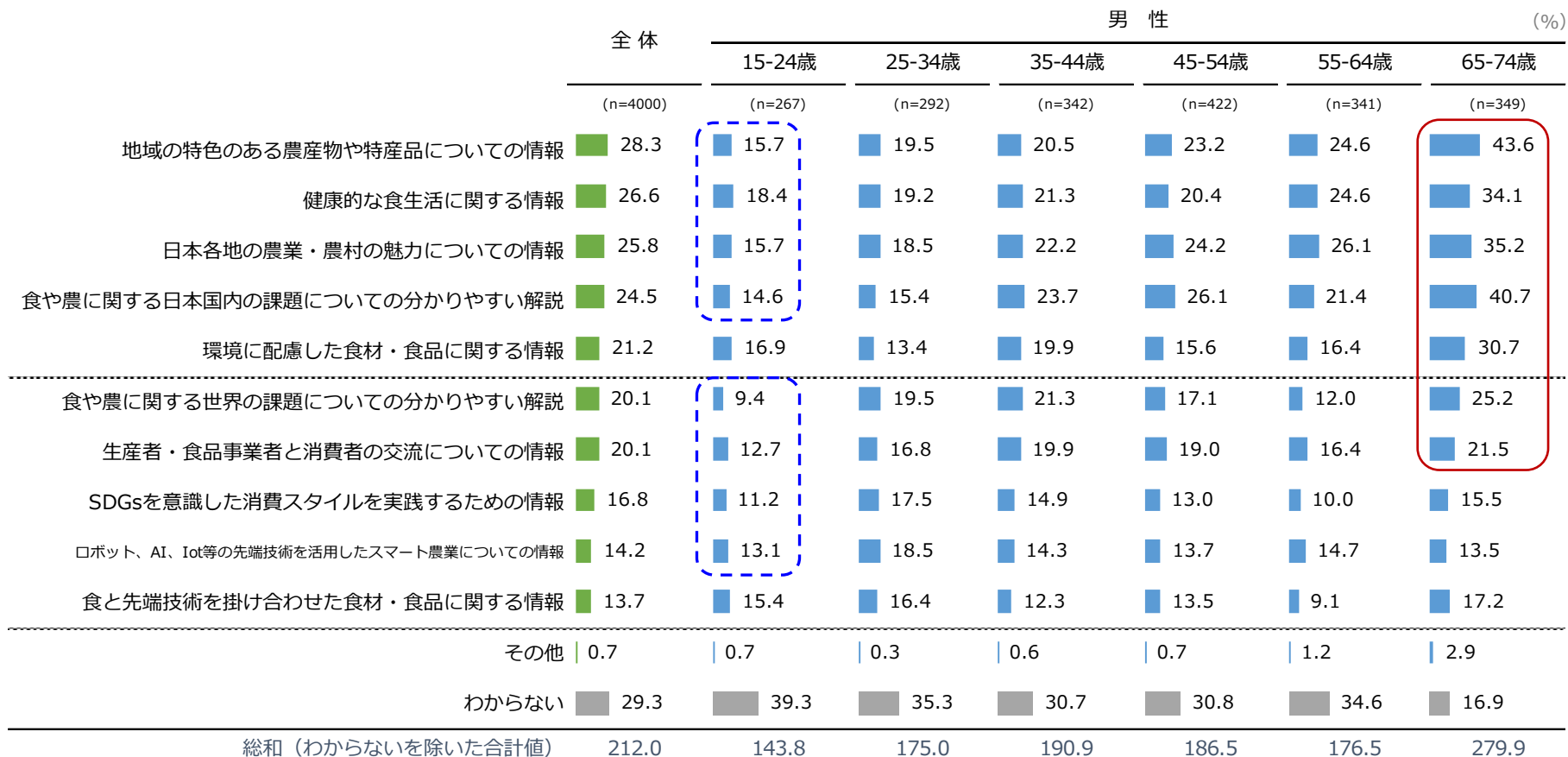
Q29. 農村人口が減少し、都市化が進むとともに、食品の加工・流通が高度化してきた中で、食と農の距離が拡大し、消費者が日々の生活の中で農業を身近に感じることが少なくなってきています。日本の食の未来を確かなものにするために、我が国の食と環境を支える農業・農村について、より多くの方が現状・課題を理解し、一人ひとりが考え、行動していくことが重要となっています。  
あなたは、どのような情報があれば、農業・農村をより身近に感じることができると思いますか。(MA)



- 多くの項目で男性は65-74歳の割合が高く、一方で15-24歳は他の年代と比べて最も低い項目が多い。

Q29. 農村人口が減少し、都市化が進むとともに、食品の加工・流通が高度化してきた中で、食と農の距離が拡大し、消費者が日々の生活の中で農業を身近に感じることが少なくなってきています。日本の食の未来を確かなものにするために、我が国の食と環境を支える農業・農村について、より多くの方が現状・課題を理解し、一人ひとりが考え、行動していくことが重要となっています。

あなたは、どのような情報があれば、農業・農村をより身近に感じることができると思いますか。(MA)



■ 女性は男性と同様に、多くの項目で65-74歳は最も割合が高かった。

Q29. 農村人口が減少し、都市化が進むとともに、食品の加工・流通が高度化してきた中で、食と農の距離が拡大し、消費者が日々の生活の中で農業を身近に感じることが少なくなってきました。日本の食の未来を確かなものにするために、我が国の食と環境を支える農業・農村について、より多くの方が現状・課題を理解し、一人ひとりが考え、行動していくことが重要となっています。

あなたは、どのような情報があれば、農業・農村をより身近に感じることができると思いますか。(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)
地域の特色のある農産物や特産品についての情報	28.3	20.9	19.3	24.9	29.5	37.9	50.7
健康的な食生活に関する情報	26.6	22.8	22.5	26.1	28.3	34.7	41.4
日本各地の農業・農村の魅力についての情報	25.8	16.9	18.2	22.5	27.6	29.7	43.3
食や農に関する日本国内の課題についての分かりやすい解説	24.5	16.9	18.9	24.6	21.5	24.4	38.0
環境に配慮した食材・食品に関する情報	21.2	21.7	15.3	17.3	22.0	27.4	34.3
食や農に関する世界の課題についての分かりやすい解説	20.1	14.6	15.3	20.4	22.9	24.4	33.0
生産者・食品事業者と消費者の交流についての情報	20.1	16.1	15.3	21.0	22.9	27.6	26.9
SDGsを意識した消費スタイルを実践するための情報	16.8	22.0	14.9	17.6	20.7	19.7	23.5
ロボット、AI、IoT等の先端技術を活用したスマート農業についての情報	14.2	17.7	13.1	11.9	11.7	12.4	17.4
食と先端技術を掛け合わせた食材・食品に関する情報	13.7	13.4	14.2	13.7	11.7	13.5	14.5
その他	0.7	-	-	0.3	0.5	0.3	0.3
わからない	29.3	33.9	38.9	32.8	27.8	21.5	16.6
総和 (わからないを除いた合計値)	212.0	183.1	166.9	200.3	219.3	252.1	323.2

■ 居住エリア別の大きな差は見られなかった。

Q29. 農村人口が減少し、都市化が進むとともに、食品の加工・流通が高度化してきた中で、食と農の距離が拡大し、消費者が日々の生活の中で農業を身近に感じることが少なくなってきています。日本の食の未来を確かなものにするために、我が国の食と環境を支える農業・農村について、より多くの方が現状・課題を理解し、一人ひとりが考え、行動していくことが重要となっています。

あなたは、どのような情報があれば、農業・農村をより身近に感じることができると思いますか。(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)
地域の特色のある農産物や特産品についての情報	28.3	27.0	30.2	27.8	27.8	30.3	28.4	27.6	27.2	27.5
健康的な食生活に関する情報	26.6	22.1	28.4	26.3	26.6	26.4	27.9	24.9	28.1	26.9
日本各地の農業・農村の魅力についての情報	25.8	29.4	26.1	26.8	25.9	24.8	26.5	22.6	22.8	23.5
食や農に関する日本国内の課題についての分かりやすい解説	24.5	22.1	24.6	25.4	16.5	24.1	26.0	25.3	23.7	23.5
環境に配慮した食材・食品に関する情報	21.2	23.3	20.5	21.1	18.4	21.5	19.9	25.3	23.7	21.0
食や農に関する世界の課題についての分かりやすい解説	20.1	22.7	16.8	22.4	13.3	16.8	20.2	20.8	14.0	21.4
生産者・食品事業者と消費者の交流についての情報	20.1	19.6	24.6	20.3	17.1	21.3	19.6	19.0	16.7	18.7
SDGsを意識した消費スタイルを実践するための情報	16.8	14.1	17.2	17.8	11.4	17.0	17.4	18.1	12.3	15.3
ロボット、AI、IoT等の先端技術を活用したスマート農業についての情報	14.2	16.0	8.6	16.3	15.2	13.1	13.3	12.2	16.7	13.3
食と先端技術を掛け合わせた食材・食品に関する情報	13.7	12.3	10.4	14.4	10.8	11.3	14.0	15.4	11.4	16.9
その他	0.7	-	0.7	0.5	1.3	0.7	0.6	-	0.9	1.6
わからない	29.3	29.4	34.0	27.5	32.9	28.9	27.6	32.1	28.9	32.5
総和(わからないを除いた合計値)	212.0	208.6	208.2	219.1	184.2	207.4	213.7	211.3	197.4	209.7

- 『ニッポンフードシフト』の説明とロゴマークを呈示しての認知度は、全体で「知っていた」は7.0%、「名前を聞いたことがある程度」は15.2%、「知らなかった」は77.9%であった。
- 2021年度から傾向に大きな変化は見られない。

Q30. 以下の「ニッポンフードシフト」についての説明をお読みください。あなたはこの運動についてどの程度知っていましたか。（SA）

### 「ニッポンフードシフト」についての説明

「食」は人を育み、生きる力を与え、そして社会を動かす原動力となるもの。いうまでもなくすべての人は「食」と無関係で生きることはできません。

日本社会が大きな変化に直面している今、これからの「食」はどうあるべきか。

食料自給率、環境との調和、新しい生活様式、健康への配慮、食育、サプライチェーンの状況など、私たちが真摯に向き合わなければならないテーマは少なくありません。

「食」について考えることは、これからの社会を考えること、人の生き方を考えること。

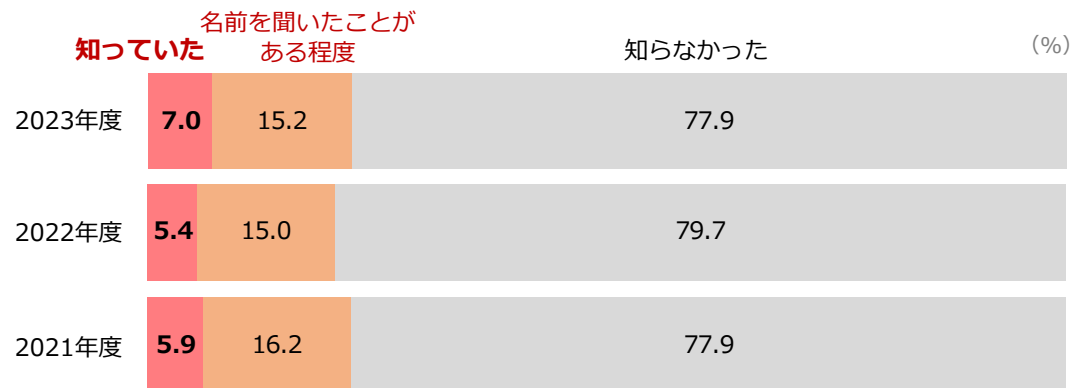
今こそ、変えるべきは変え、守るべきは守り、新しい挑戦を応援しながら、この時代にふさわしい日本の「食」のあり方を考える機会ではないでしょうか。

消費者、生産者、食品関連事業者、日本の「食」を支えるあらゆる人々と行政が一体となって、考え、議論し、行動する国民運動、それが「ニッポンフードシフト」です。

### 呈示したロゴマーク

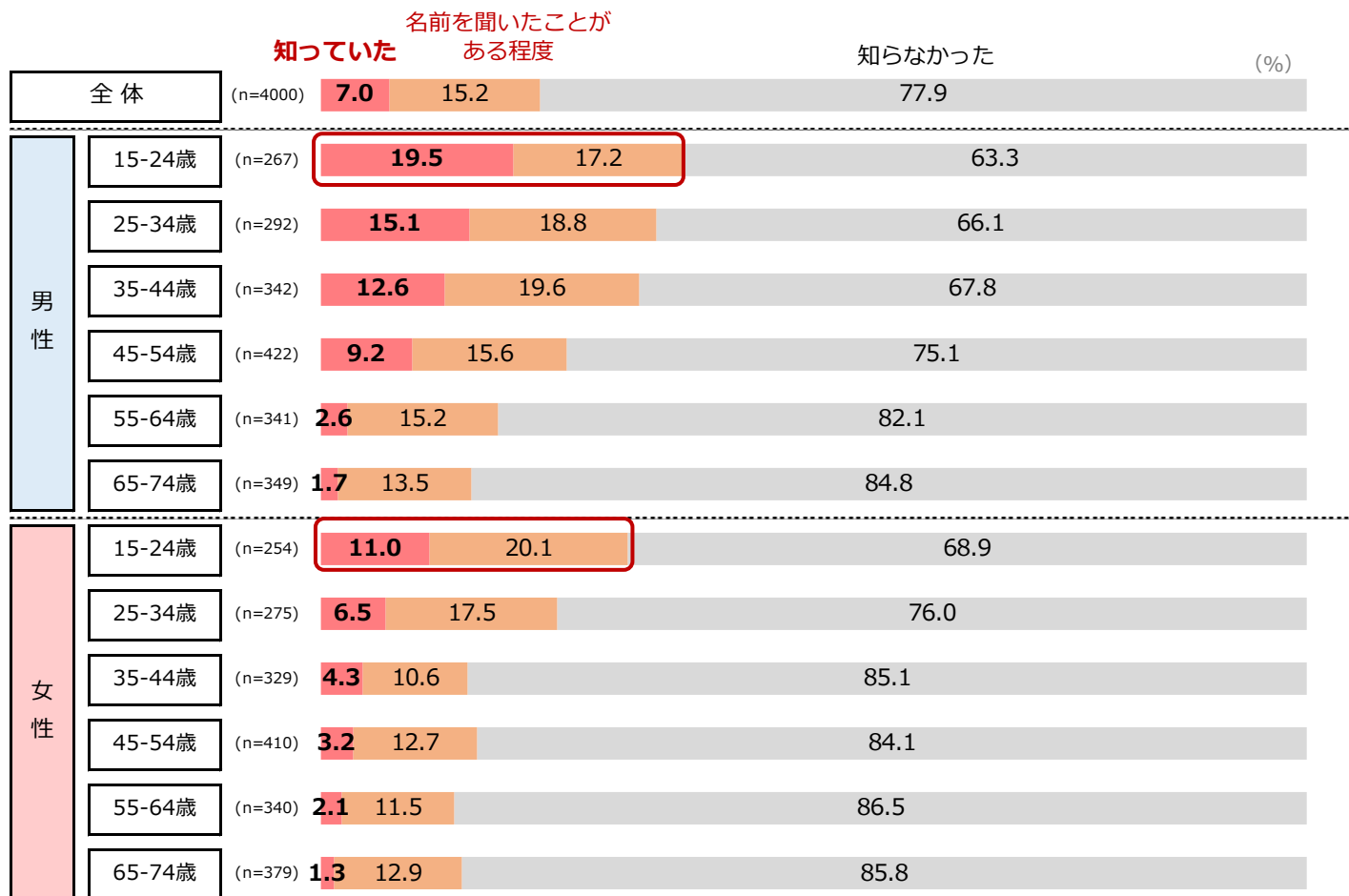


対象者：全体（n=4,000）



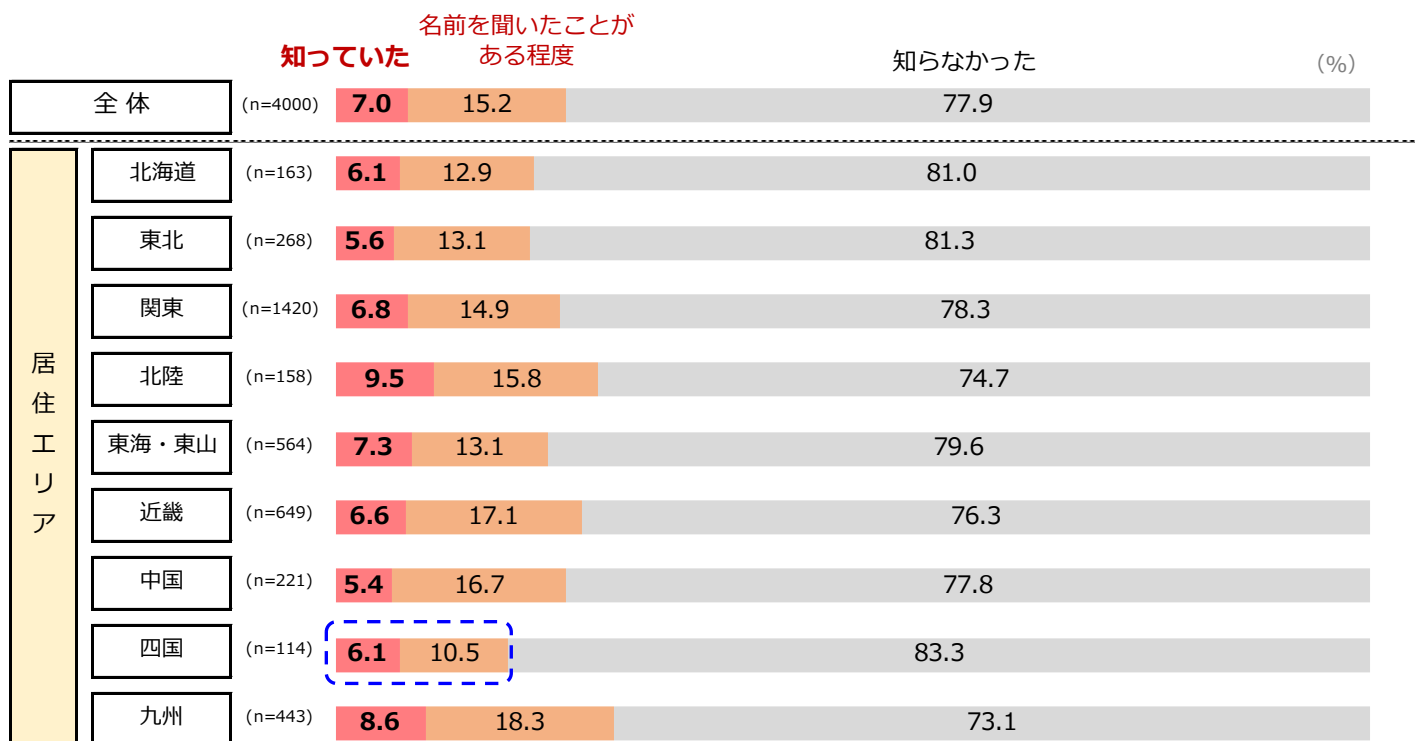
- 年代別に比較すると、男女とも15-24歳の認知度は高く、特に男性の方が認知度が高かった。

Q30. 以下の「ニッポンフードシフト」についての説明をお読みください。あなたはこの運動についてどの程度知っていましたか。（SA）



- 居住エリア別は、『四国エリア』で他のエリアよりも認知度が低かった。

Q30. 以下の「ニッポンフードシフト」についての説明をお読みください。あなたはこの運動についてどの程度知っていましたか。（SA）





- 『ニッポンフードシフト』の理解は、全体で「よく理解している」は35.3%、「やや理解している」は51.4%であった。

Q31. 「ニッポンフードシフト」を「知っていた」と回答された方にうかがいます。  
「ニッポンフードシフト」の説明について、あなたの理解はいかがですか。（SA）

「ニッポンフードシフト」についての説明

「食」は人を育み、生きる力を与え、そして社会を動かす原動力となるもの。いうまでもなくすべての人は「食」と無関係で生きることはできません。

日本社会が大きな変化に直面している今、これからの「食」はどうあるべきか。

食料自給率、環境との調和、新しい生活様式、健康への配慮、食育、サプライチェーンの状況など、私たちが真摯に向き合わなければならないテーマは少なくありません。

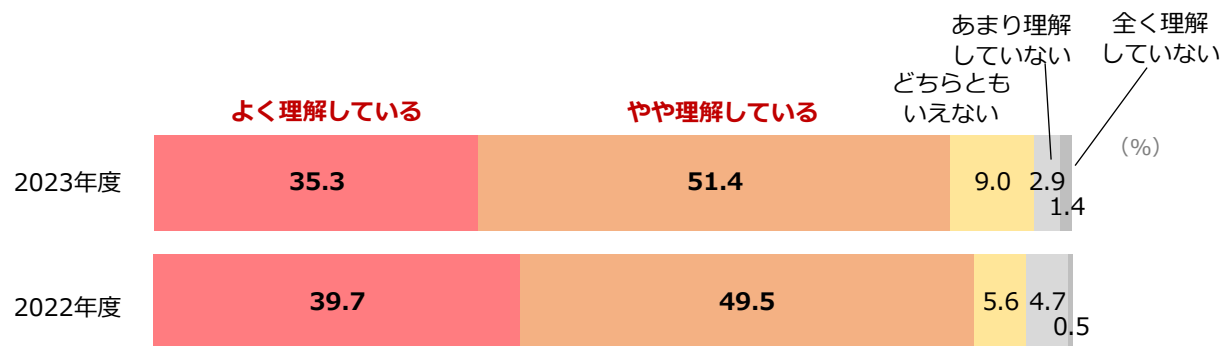
「食」について考えることは、これからの社会を考えること、人の生き方を考えること。

今こそ、変えるべきは変え、守るべきは守り、新しい挑戦を応援しながら、この時代にふさわしい日本の「食」のあり方を考える機会ではないでしょうか。

消費者、生産者、食品関連事業者、日本の「食」を支えるあらゆる人々と行政が一体となって、考え、議論し、行動する国民運動、それが「ニッポンフードシフト」です。

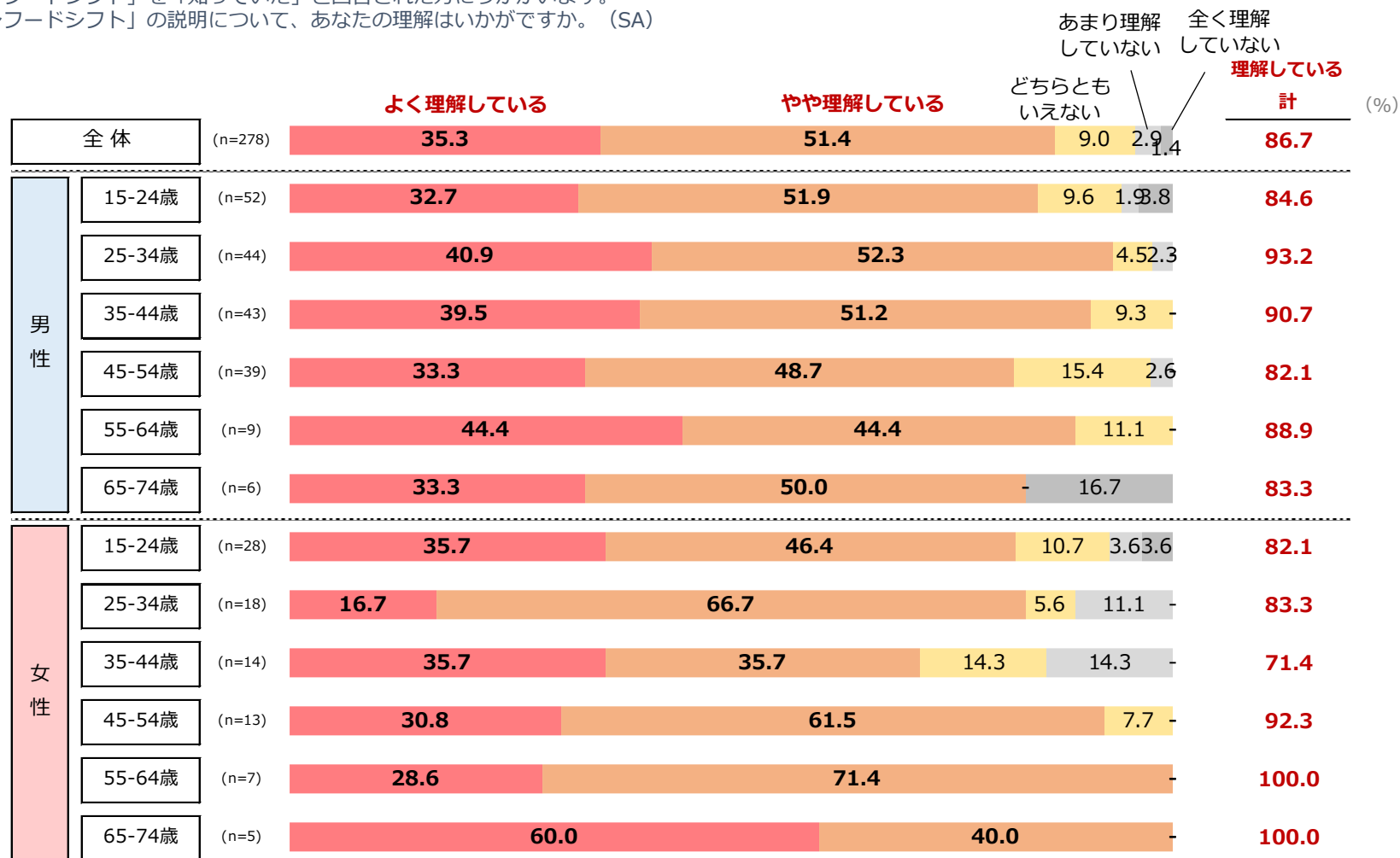
対象者：全体（2023年度 n=278）

全体（2022年度 n=214）



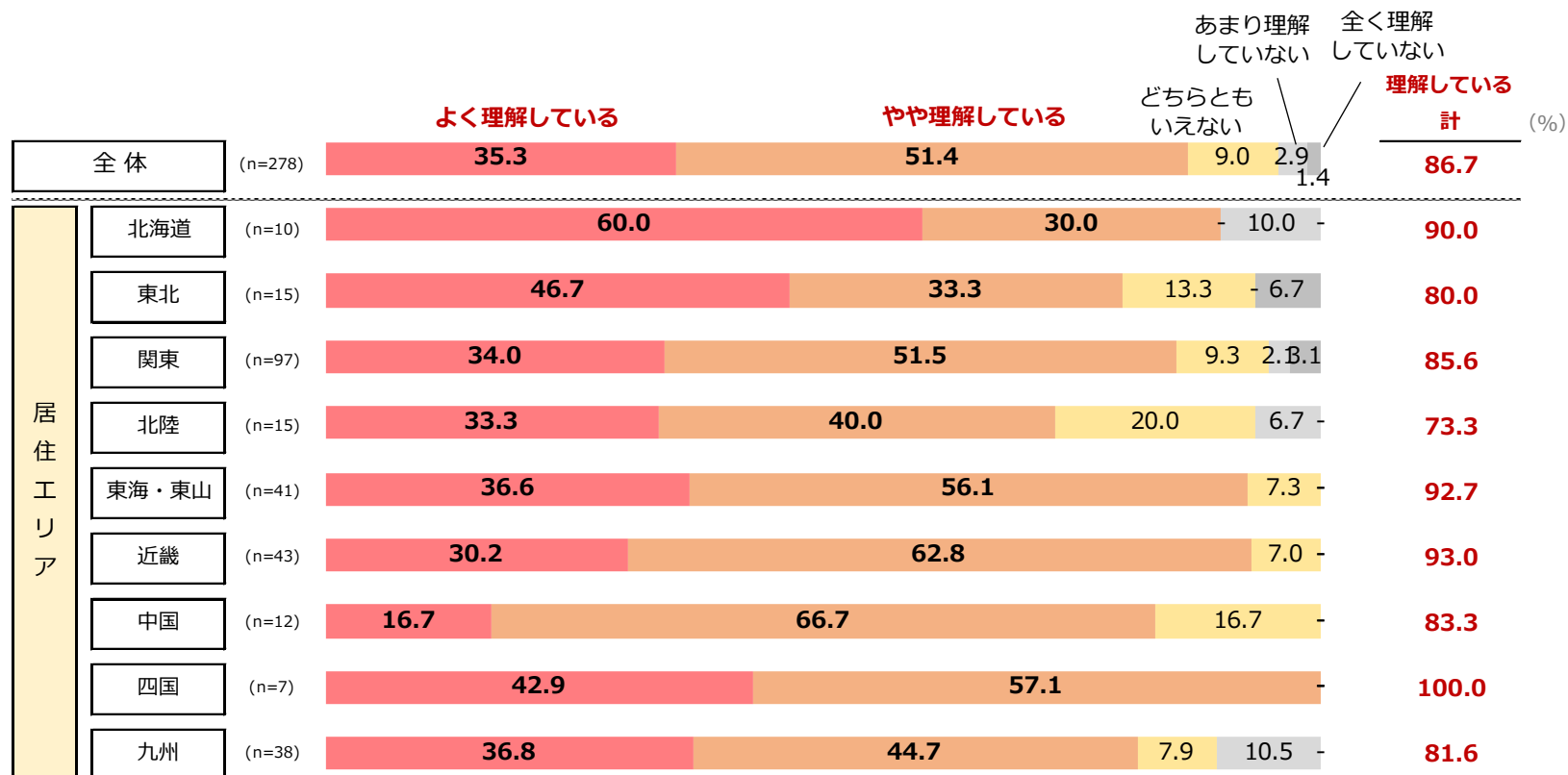
※n=30未満があるため、数値は参考値。

Q31. 「ニッポンフードシフト」を「知っていた」と回答された方にうかがいます。  
「ニッポンフードシフト」の説明について、あなたの理解はいかがですか。(SA)



※n=30未満があるため、数値は参考値。

Q31. 「ニッポンフードシフト」を「知っていた」と回答された方にうかがいます。  
「ニッポンフードシフト」の説明について、あなたの理解はいかがですか。(SA)



- 『ニッポンフードシフト』への関心・共感は、「非常に関心・共感をもった」は11.5%、「やや関心・共感をもった」は38.6%であった。
- 2022年度との大きな差は見られない。

Q32.あなたは、「ニッポンフードシフト」の説明をお読みになって、関心や共感もちましたか。(SA)

「ニッポンフードシフト」についての説明

「食」は人を育み、生きる力を与え、そして社会を動かす原動力となるもの。いうまでもなくすべての人は「食」と無関係で生きることはできません。

日本社会が大きな変化に直面している今、これからの「食」はどうあるべきか。

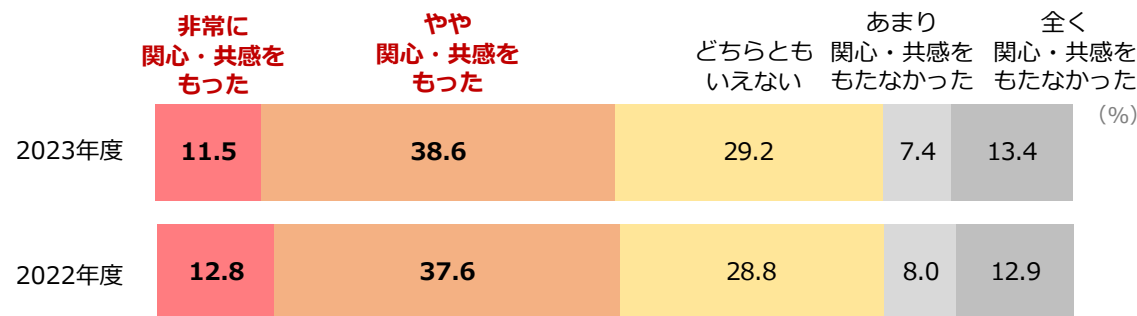
食料自給率、環境との調和、新しい生活様式、健康への配慮、食育、サプライチェーンの状況など、私たちが真摯に向き合わなければならないテーマは少なくありません。

「食」について考えることは、これからの社会を考えること、人の生き方を考えること。

今こそ、変えるべきは変え、守るべきは守り、新しい挑戦を応援しながら、この時代にふさわしい日本の「食」のあり方を考える機会ではないでしょうか。

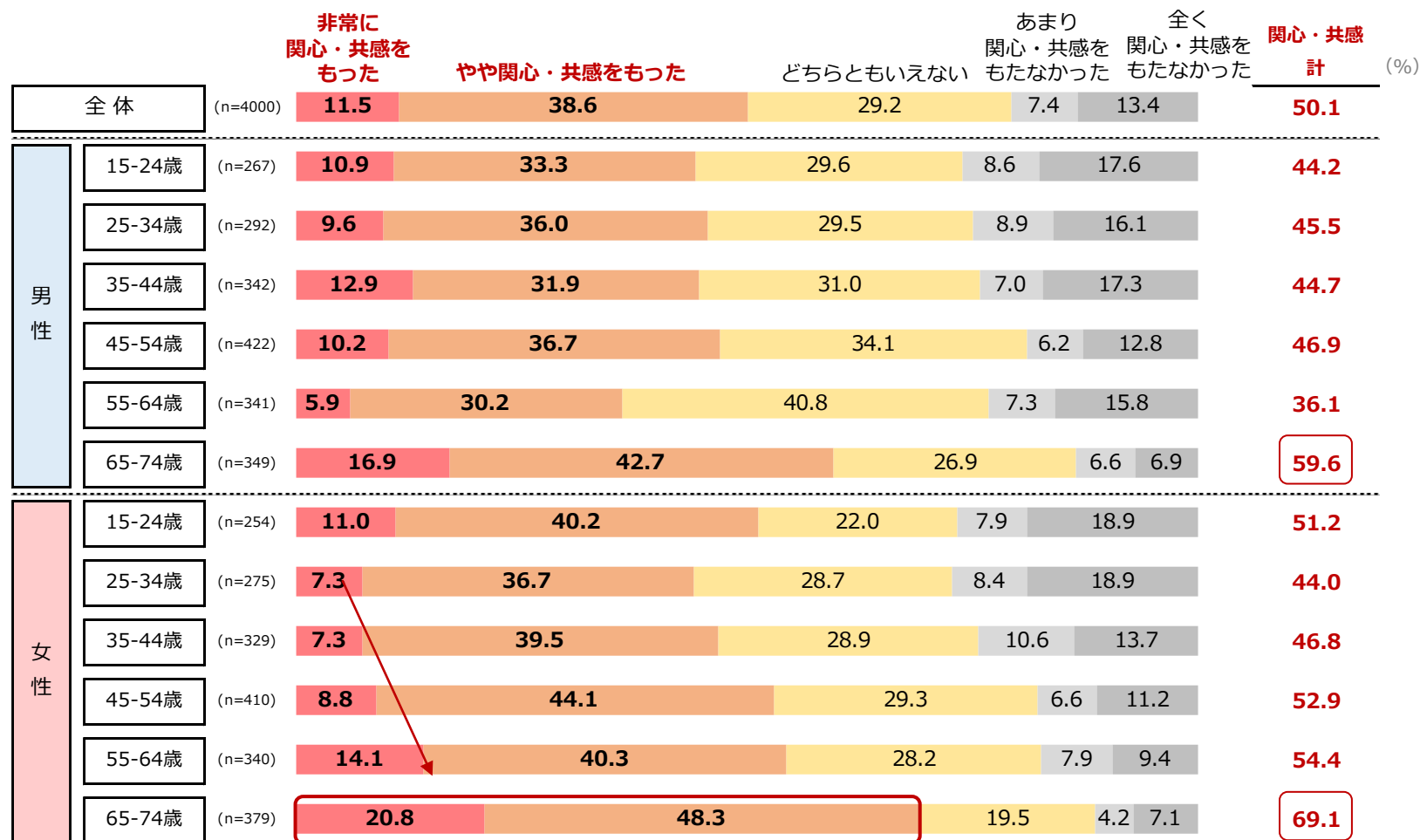
消費者、生産者、食品関連事業者、日本の「食」を支えるあらゆる人々と行政が一体となって、考え、議論し、行動する国民運動、それが「ニッポンフードシフト」です。

対象者：全体 (n=4,000)



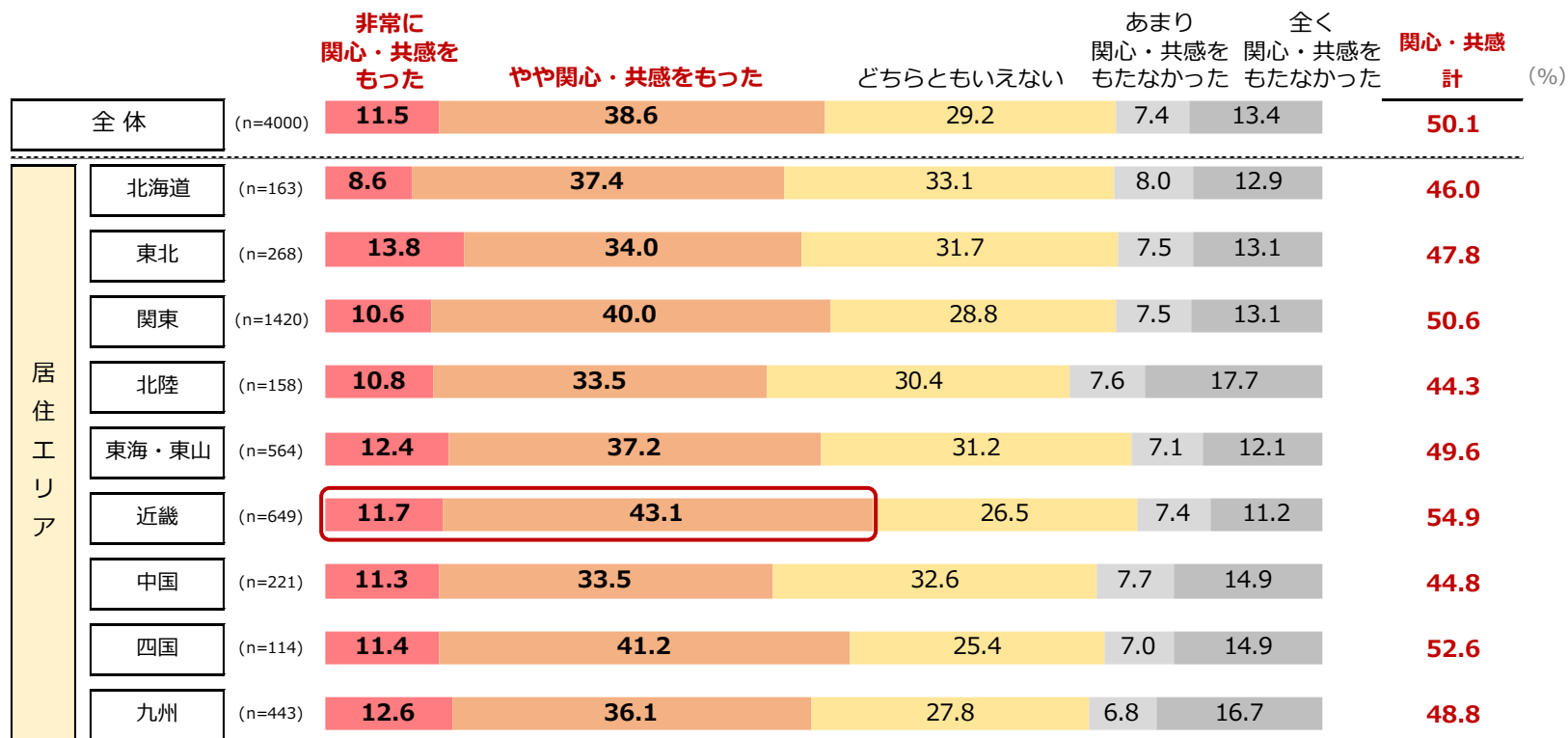
■ 男女ともに65-74歳の関心・共感が最も高く、女性25歳以上は年代が高まるにつれて関心・共感の割合が高い。

Q32.あなたは、「ニッポンフードシフト」の説明をお読みになって、関心や共感もちましたか。(SA)



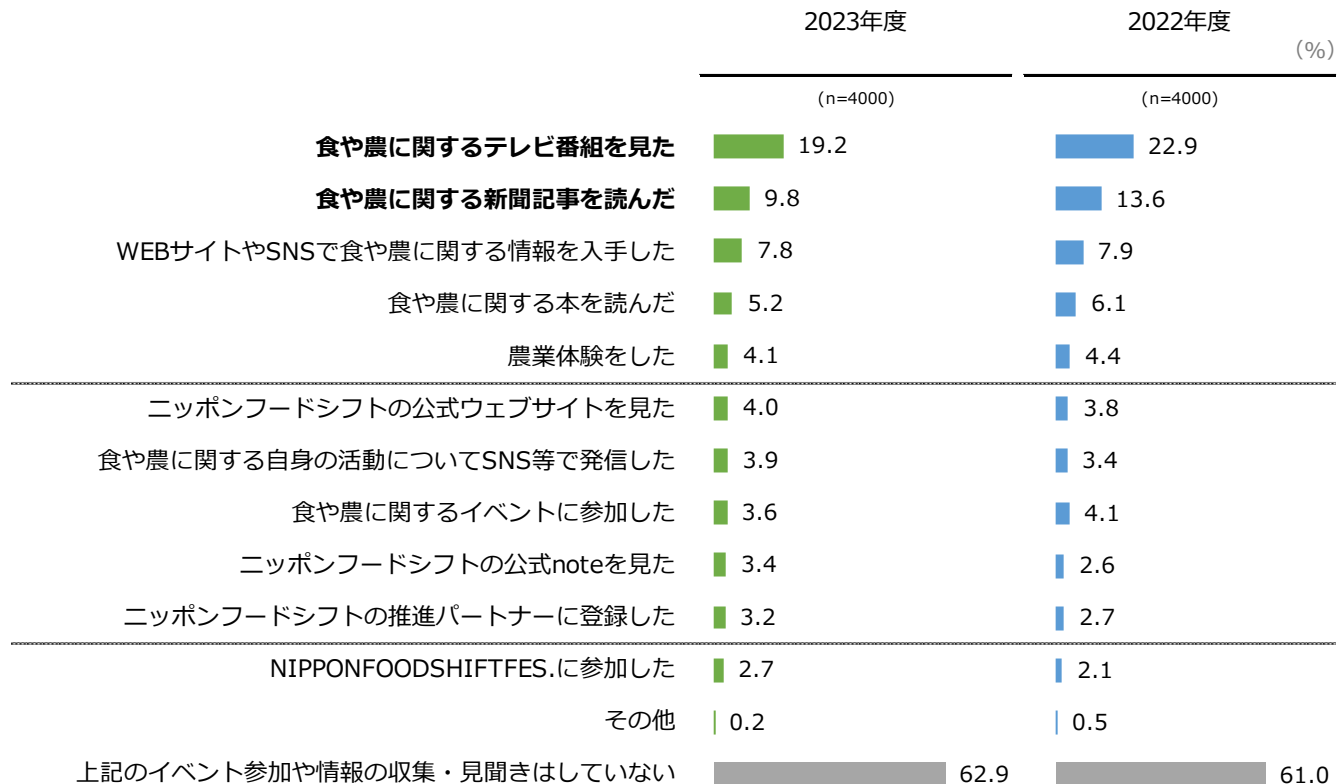
■ 居住エリア別は、『近畿エリア』で関心・共感が他のエリアよりも高かった。

Q32.あなたは、「ニッポンフードシフト」の説明をお読みになって、関心や共感をもちましたか。(SA)



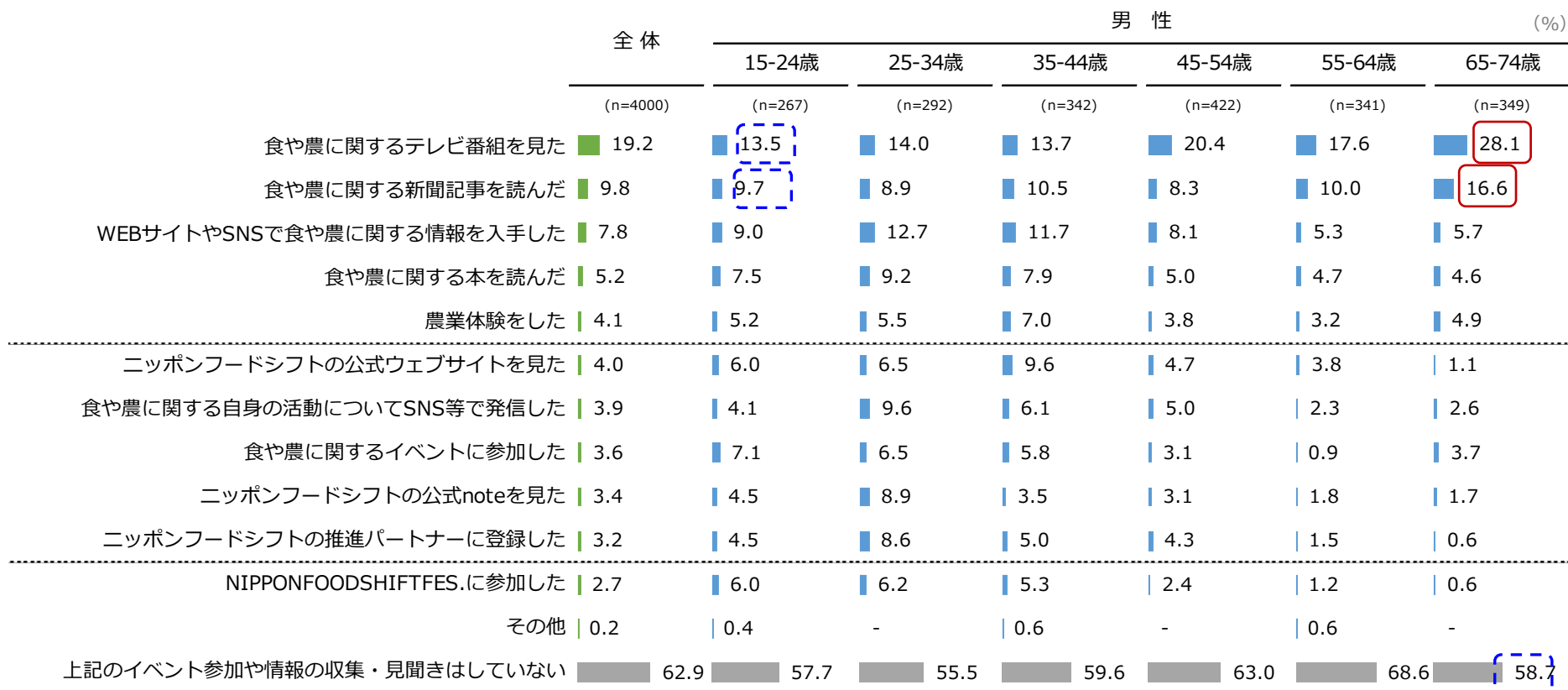
- 全体で「食や農に関するテレビ番組を見た」が19.2%で最も高く、「食や農に関する新聞記事を読んだ」、「WEBサイトやSNSで食や農に関する情報を入手した」の順番で割合が高い結果となった。
- 2022年度との大きな差は見られない。

Q33.あなたは、この1年間で、食や農に関するイベントへの参加や、食や農に関する情報を収集したり見聞きしたりしましたか。(MA)



■ 男性は65-74歳は他の年代と比べて「食や農に関するテレビ番組を見た」、「食や農に関する新聞記事を読んだ」の割合が高かった。

Q33.あなたは、この1年間で、食や農に関するイベントへの参加や、食や農に関する情報を収集したり見聞きしたりしましたか。(MA)





- 女性も男性と同様に65-74歳は他の年代と比べて「食や農に関するテレビ番組を見た」、「食や農に関する新聞記事を読んだ」の割合が高かった。  
25-34歳では全体の上位2項目は他の年代と比べて最も低かった。

Q33.あなたは、この1年間で、食や農に関するイベントへの参加や、食や農に関する情報を収集したり見聞きしたりしましたか。(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)
食や農に関するテレビ番組を見た	19.2	20.1	10.9	16.1	19.5	19.1	31.7
食や農に関する新聞記事を読んだ	9.8	9.4	4.0	6.7	7.8	7.9	15.8
WEBサイトやSNSで食や農に関する情報を入手した	7.8	9.1	8.4	6.7	7.1	6.2	5.8
食や農に関する本を読んだ	5.2	8.3	6.5	2.4	3.7	1.5	4.0
農業体験をした	4.1	6.3	4.4	3.0	2.0	1.5	3.4
ニッポンフードシフトの公式ウェブサイトを見た	4.0	4.7	5.1	2.7	2.9	0.9	1.3
食や農に関する自身の活動についてSNS等で発信した	3.9	5.9	6.5	0.6	2.2	2.4	1.8
食や農に関するイベントに参加した	3.6	3.9	5.1	2.1	2.2	2.6	2.4
ニッポンフードシフトの公式noteを見た	3.4	5.9	5.5	1.5	2.9	1.8	2.1
ニッポンフードシフトの推進パートナーに登録した	3.2	4.3	4.4	1.5	2.4	0.9	1.6
NIPPONFOODSHIFTFES.に参加した	2.7	4.3	2.9	2.1	1.7	0.9	1.3
その他	0.2	-	-	0.3	0.2	0.3	0.3
上記のイベント参加や情報の収集・見聞きはしていない	62.9	56.7	66.5	69.3	67.1	70.9	58.3

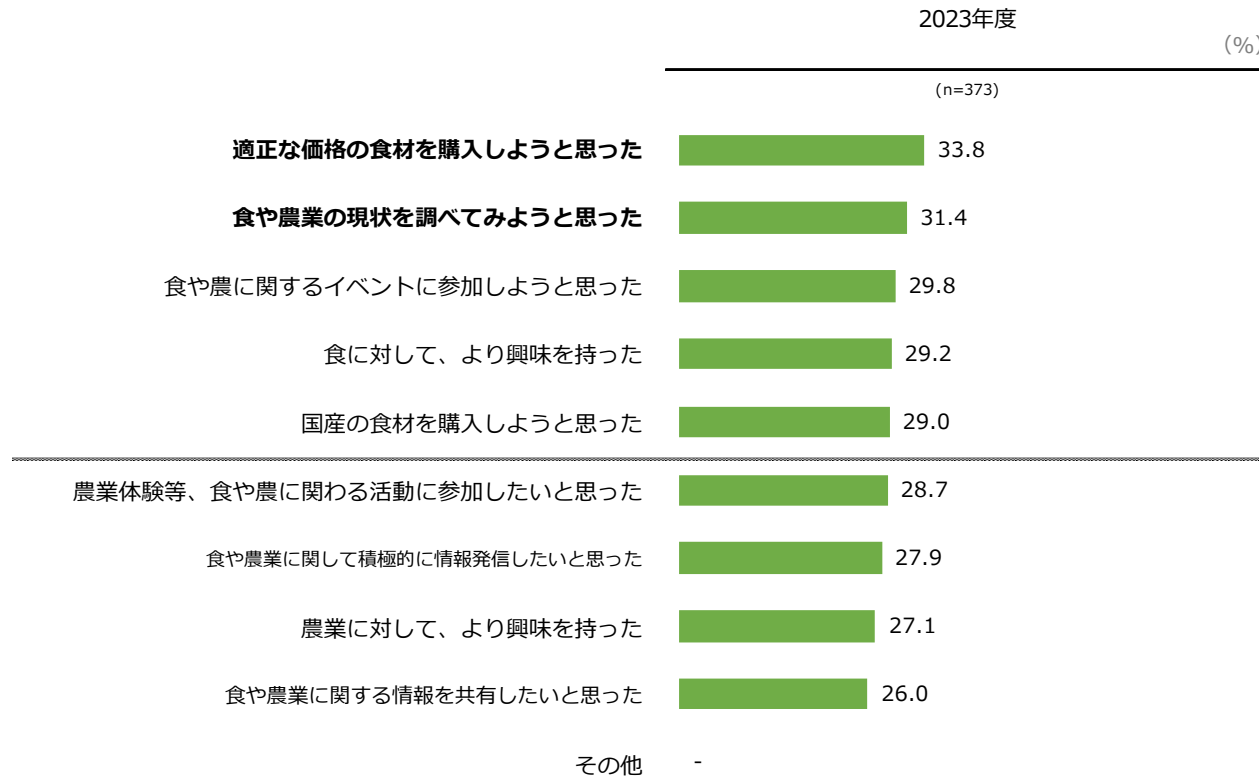
■ 居住エリア別に大きな差は見られなかった。

Q33.あなたは、この1年間で、食や農に関するイベントへの参加や、食や農に関する情報を収集したり見聞きしたりしましたか。(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)
食や農に関するテレビ番組を見た	19.2	20.2	19.4	18.6	22.2	20.4	17.9	20.4	21.1	18.7
食や農に関する新聞記事を読んだ	9.8	7.4	9.7	9.7	13.3	10.6	8.2	16.3	10.5	7.4
WEBサイトやSNSで食や農に関する情報を入手した	7.8	9.8	7.1	8.0	6.3	6.6	8.6	9.0	6.1	7.9
食や農に関する本を読んだ	5.2	5.5	4.1	5.3	5.1	6.2	5.5	5.9	5.3	3.6
農業体験をした	4.1	7.4	3.4	2.7	3.2	3.9	4.8	1.4	3.5	8.4
ニッポンフードシフトの公式ウェブサイトを見た	4.0	2.5	2.2	3.9	3.2	4.4	4.0	5.0	2.6	5.4
食や農に関する自身の活動についてSNS等で発信した	3.9	4.9	3.4	3.9	2.5	3.5	5.1	2.7	1.8	4.3
食や農に関するイベントに参加した	3.6	1.8	3.4	3.5	7.0	3.5	3.4	1.8	3.5	5.2
ニッポンフードシフトの公式noteを見た	3.4	1.8	1.5	3.8	3.2	3.7	3.9	1.8	3.5	3.6
ニッポンフードシフトの推進パートナーに登録した	3.2	3.1	2.6	2.4	5.1	4.3	3.2	3.2	-	4.5
NIPPONFOODSHIFTFES.に参加した	2.7	0.6	2.6	2.3	2.5	3.2	3.2	1.8	3.5	3.8
その他	0.2	-	-	0.2	-	0.4	-	-	0.9	0.7
上記のイベント参加や情報の収集・見聞きはしていない	62.9	59.5	66.4	63.5	57.6	63.3	63.3	60.6	63.2	62.1

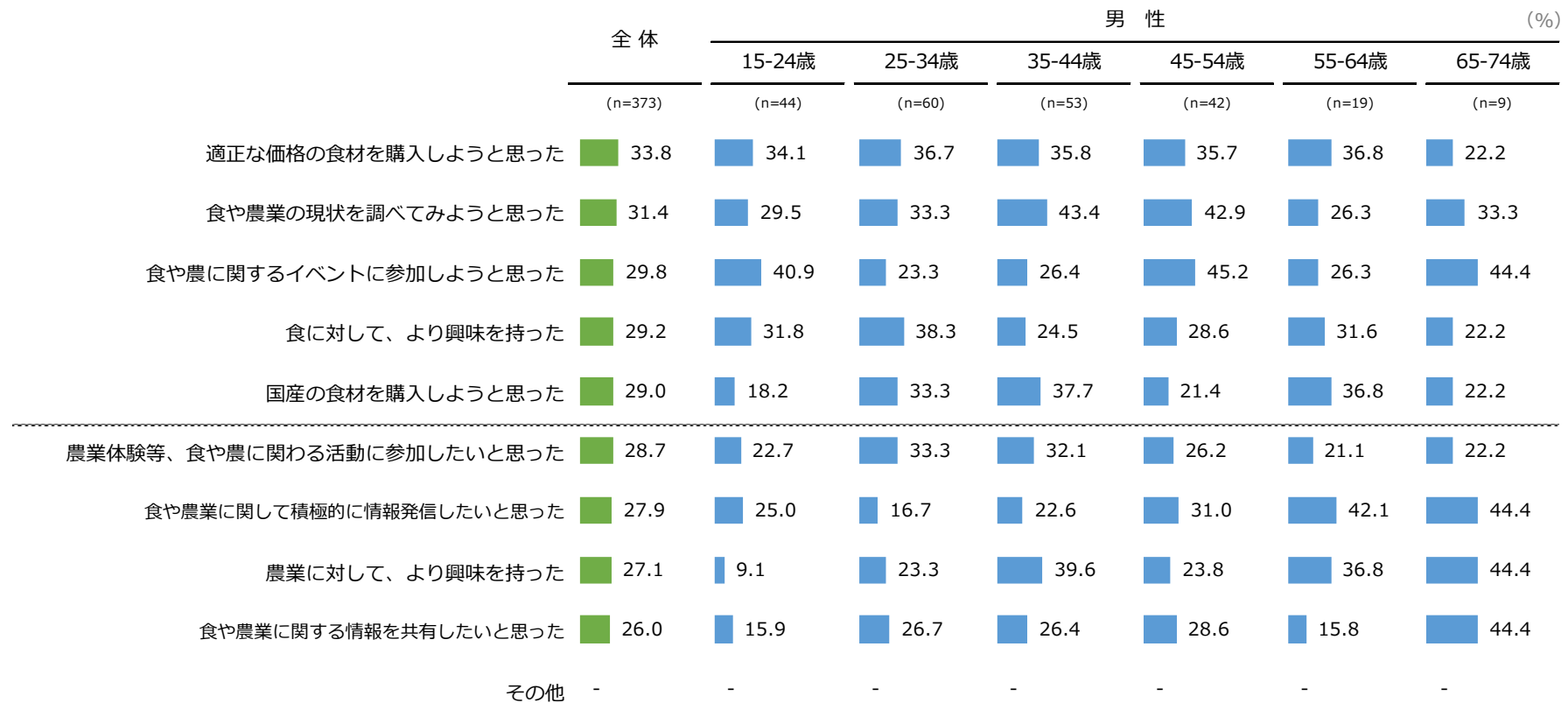
- 全体で「適正な価格の食材を購入しようと思った」が33.8%で最も高く、「食や農業の現状を調べてみようと思った」、「食や農に関するイベントに参加しようと思った」の順番で割合が高い結果となった。

Q34. 「ニッポンフードシフト」に関するイベントへの参加や情報を見聞きしたことで、あなたの食や農業に対する意識はどのように変化しましたか。 (MA)



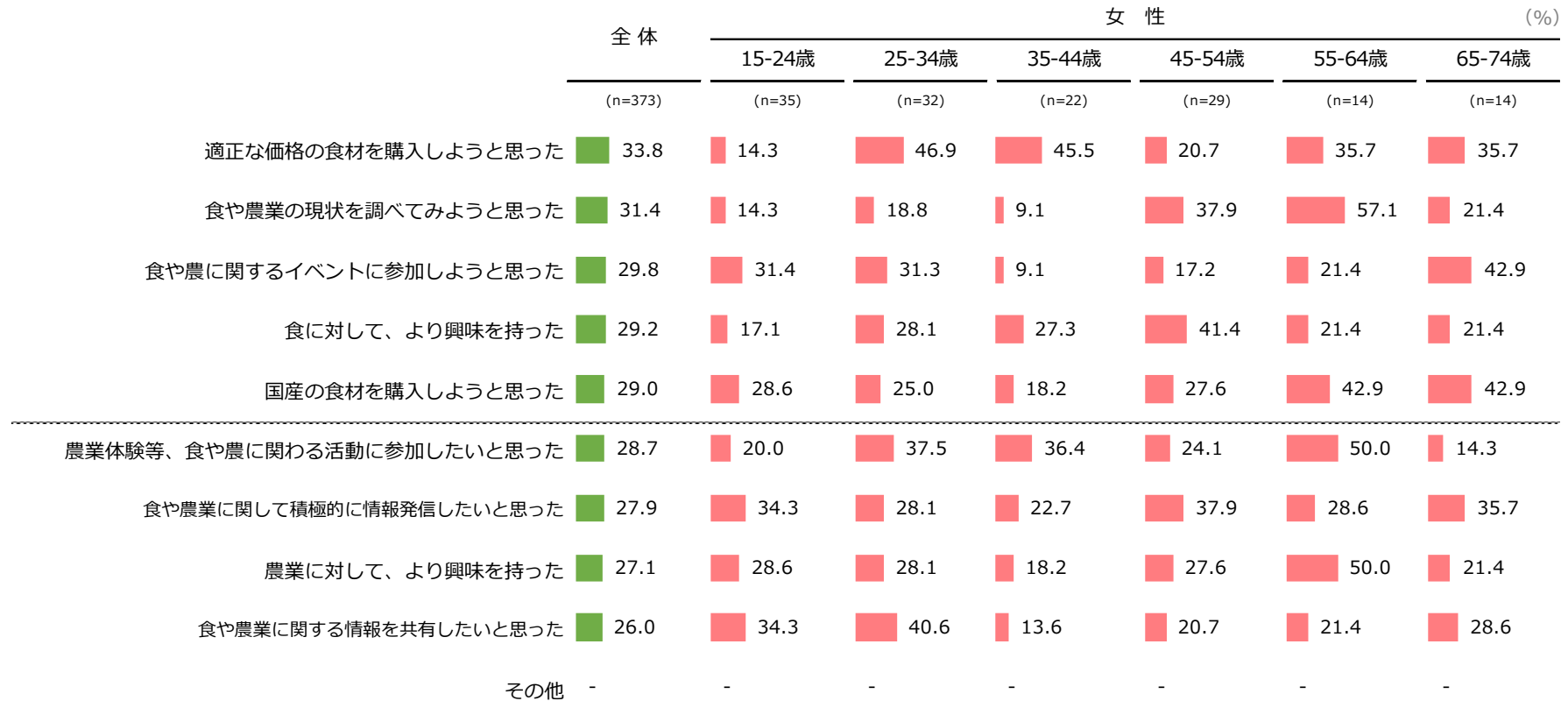
※n=30未満があるため、数値は参考値。

Q34. 「ニッポンフードシフト」に関するイベントへの参加や情報を見聞きしたことで、あなたの食や農業に対する意識はどのように変化しましたか。 (MA)



※n=30未満があるため、数値は参考値。

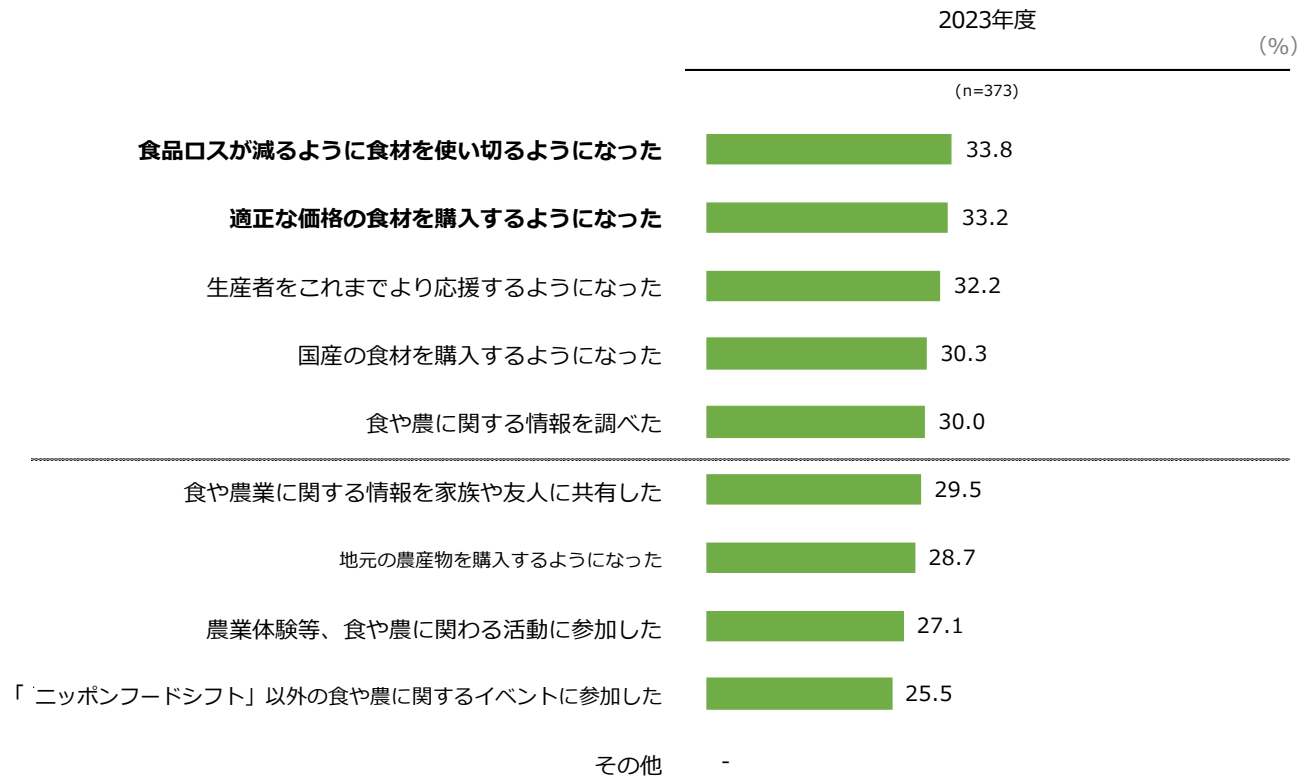
Q34. 「ニッポンフードシフト」に関するイベントへの参加や情報を見聞きしたことで、あなたの食や農業に対する意識はどのように変化しましたか。 (MA)





- 全体で「食品ロスが減るように食材を使い切るようになった」が33.8%で最も高く、「適正な価格の食材を購入するようになった」、「生産者をこれまでより応援するようになった」の順番で割合が高い結果となった。

Q35. 「ニッポンフードシフト」に関するイベントへの参加や情報を見聞きしたことで、あなたの行動はどのように変化しましたか。(MA)



※n=30未満があるため、数値は参考値。

Q35. 「ニッポンフードシフト」に関するイベントへの参加や情報を見聞きしたことで、あなたの行動はどのように変化しましたか。(MA)

	全体 (n=373)	男 性 (%)					
		15-24歳 (n=44)	25-34歳 (n=60)	35-44歳 (n=53)	45-54歳 (n=42)	55-64歳 (n=19)	65-74歳 (n=9)
食品ロスが減るように食材を使い切るようになった	33.8	22.7	30.0	47.2	33.3	31.6	22.2
適正な価格の食材を購入するようになった	33.2	27.3	33.3	26.4	38.1	31.6	33.3
生産者をこれまでより応援するようになった	32.2	20.5	33.3	32.1	42.9	47.4	33.3
国産の食材を購入するようになった	30.3	27.3	30.0	30.2	35.7	21.1	55.6
食や農に関する情報を調べた	30.0	40.9	23.3	34.0	26.2	47.4	44.4
食や農業に関する情報を家族や友人に共有した	29.5	22.7	30.0	28.3	31.0	36.8	22.2
地元の農産物を購入するようになった	28.7	18.2	30.0	34.0	23.8	36.8	33.3
農業体験等、食や農に関わる活動に参加した	27.1	20.5	33.3	35.8	28.6	31.6	33.3
「ニッポンフードシフト」以外の食や農に関するイベントに参加した	25.5	29.5	35.0	22.6	14.3	21.1	22.2
その他	-	-	-	-	-	-	-



※n=30未満があるため、数値は参考値。

Q35. 「ニッポンフードシフト」に関するイベントへの参加や情報を見聞きしたことで、あなたの行動はどのように変化しましたか。(MA)

	全 体 (n=373)	女 性 (%)					
		15-24歳 (n=35)	25-34歳 (n=32)	35-44歳 (n=22)	45-54歳 (n=29)	55-64歳 (n=14)	65-74歳 (n=14)
食品ロスが減るように食材を使い切るようになった	33.8	22.9	46.9	13.6	37.9	57.1	42.9
適正な価格の食材を購入するようになった	33.2	34.3	40.6	27.3	37.9	50.0	28.6
生産者をこれまでより応援するようになった	32.2	34.3	34.4	36.4	20.7	28.6	21.4
国産の食材を購入するようになった	30.3	31.4	34.4	27.3	27.6	21.4	28.6
食や農に関する情報を調べた	30.0	20.0	28.1	22.7	20.7	35.7	42.9
食や農業に関する情報を家族や友人に共有した	29.5	25.7	40.6	18.2	24.1	64.3	21.4
地元の農産物を購入するようになった	28.7	25.7	18.8	27.3	31.0	42.9	50.0
農業体験等、食や農に関わる活動に参加した	27.1	20.0	28.1	18.2	17.2	28.6	21.4
「ニッポンフードシフト」以外の食や農に関するイベントに参加した	25.5	25.7	25.0	22.7	17.2	42.9	28.6
その他	-	-	-	-	-	-	-

