

第3章 第4次藤沢市食育推進計画の方向性

1 計画改定の基本的な考え方

本計画の策定にあたっては、大目標は第3次計画から継続しつつ、近年の環境課題への関心の高まり等も踏まえて、重点目標を「健康的な食生活」と「持続可能な食事・食生活」の2つにまとめ、さらに新たな視点を取り入れながら施策展開を図ることとしました。

また、市民の取組を支援できるよう、各関係機関・団体等と連携し、各世代の特性と課題に応じた取組を行い、施策展開を図ります。

(1) 大目標

食育は、様々な経験を通じて「食」に関する知識と「食」を選択する力を習得し、健全な食生活を実践することができる人間を育てることです。本市では、市民一人ひとりが生涯を通じて自らの食のあり方について考え、健全な食生活を実践する力を身につけられるよう、ライフステージに応じた中断のない食育を推進することにより、健康でいきいきとした生活が送れるよう取り組みます。

**市民一人ひとりが生涯健康であるために、
自分に適した食生活を送る力を育む**

(2) 重点目標

重点目標1 生涯を通じた心身の健康を支える食育の推進

市民一人ひとりが健やかで心豊かに生活できるようにするためには、生活習慣の中でも健全な食生活の実践がとても重要です。ライフステージやライフスタイル、多様な暮らしに対応し、切れ目のない生涯を通じた食育を推進します。

重点目標2 持続可能な食を支える食育の推進

健全な食生活を送るためには、その基盤となる持続可能な環境が不可欠です。和食文化の継承や地産地消、食品ロス削減等の取組は、地域活性化や環境負荷低減に寄与することが期待されます。食に対する感謝や食べ物を大切にする気持ちを育むことにより、環境に配慮した食生活を実践できるような食育を推進します。

(3) 目標達成に向けた新たな視点

新たな視点 デジタル技術やナッジ理論の活用

重点目標1及び2の達成に向けた取組の実施にあたり、仕事や子育て、介護等で忙しく、健全な食生活を実践しにくい世代や、健康に関心が向きにくい人も無理なく実践できるよう、デジタル技術やナッジ理論(人々がより良い選択を自発的にとれるように手助けする手法)を取り入れた食育を推進します(P35参照)。

2 指標項目及び目標値

指標項目	対象者	現状値	目標値	重点目標	
		(令和5年度)	(令和12年度)	1	2
① 食育に関心を持っている人の割合	20～39歳	81.9%	90%	○	○
	40～64歳	76.7%			
	65歳以上	80.1%			
② 朝食を食べている人の割合	3歳6か月児	97.8%	100%に近づける	○	
	小学校6年生	92.4%			
	中学校2年生	91.8%			
	20～39歳	80.5%	85%		
	40～64歳	84.5%	90%		
	65歳以上	92.9%	100%に近づける		
③ 主食・主菜・副菜のそろった食事を1日2食以上食べている人の割合*	3歳6か月児	81.4%	85%	○	
	小学校6年生	80.9%			
	中学校2年生	77.2%	80%		
	20～39歳	57.2%	65%		
	40～64歳	72.6%	80%		
	65歳以上	89.1%	90%		
④ 野菜料理を1日3皿以上食べている人の割合(※1)*	20歳以上	21.8%	30%	○	
⑤ 塩分を控えている人の割合*	20～39歳	25.6%	30%	○	
	40～64歳	36.9%	45%		
	65歳以上	63.0%	65%		
⑥ ゆっくりよく噛んで食べている人の割合*	小学校6年生	70.7%	75%	○	
	中学校2年生	67.5%			
	20～39歳	36.8%	50%		
	40～64歳	39.4%			
	65歳以上	59.6%	65%		
⑦ 生活習慣病予防のために普段から気をつけた食生活を実践している人の割合*	20～39歳	42.3%	50%	○	
	40～64歳	52.2%	60%		
	65歳以上	70.1%	75%		

指標項目	対象者	現状値 (令和5年度)	目標値 (令和12年度)	重点目標	
				1	2
⑧ 食品の安全性について基礎的な知識を持っている人の割合	20～39歳	52.1%	60%	○	
	40～64歳	60.4%	65%		
	65歳以上	70.8%	75%		
⑨ 栄養成分の表示をしている特定給食施設等の割合(※2)		91.5%	100%に近づける	○	
⑩ 利用者に合わせた食事提供をしている特定給食施設等(事業所)の割合(※2)☆ **		61.1%	70%	○	
⑪ 健康づくり応援団協力店数(※3)☆ **		57店舗	70店舗	○	
⑫ 保育園及び学校での藤沢産農水産物等の利用促進 (ふじさわランチの回数)(※4)	保育園	21回/年	24回/年		○
	小学校	11回/年	維持		
	中学校	8回/年	維持		
⑬ 栄養教諭・学校栄養職員による地場産物に係る食に関する指導の平均取組回数(※5)☆	小学校	なし	12回/月		○
⑭ 藤沢産利用推進店数(※6)		95店舗	増加		○
⑮ 市民が農水産業を気軽に体験できる機会(※7)		60回/年	維持		○
⑯ なるべく地場産品を購入している人の割合	20～39歳	9.8%	増加		○
	40～64歳	21.5%			
	65歳以上	21.7%			
⑰ 産地や生産者を意識して農林水産物・食品を選んでいる人の割合 ☆	20歳以上	61.1%	増加		○
⑱ 環境に配慮した農林水産物・食品を選んでいる人の割合 ☆	20歳以上	57.7%	増加		○
⑲ 食品ロス削減を実践している人の割合	20歳以上	81.2%	85%		○
⑳ 伝統的な料理や行事食を地域や家庭で作ったり食べたりする機会がある人の割合	20歳以上	32.9%	40%		○
㉑ 食事を家族や友人と食べている人の割合	3歳6か月児	85.1%	90%	○	○
	小学校6年生	71.2%	75%		
	中学校2年生	69.1%			
	20～39歳	74.9%	80%		
	40～64歳	75.6%			
	65歳以上	72.2%			
㉒ 食育の推進に関するボランティア数(※8)		94人	100人	○	○

- (※1) 野菜は生の状態で計量し、1皿の目安量は70g。
(厚生労働省では、成人1人1日当たりの野菜摂取目標量を350g以上としています。)
- (※2) 特定給食施設等とは、健康増進法に基づく「特定給食施設」と藤沢市小規模特定給食施設の栄養改善に関する条例に基づく「小規模特定給食施設」をいう(P73参照)。
- (※3) 健康づくり応援団協力店とは、本市とともに健康づくりを進める飲食店等をいう(P73参照)。
- (※4) 公立保育園・小学校(白浜養護学校含む)・中学校での提供回数。
ふじさわランチとは藤沢産の食材を取り入れた給食献立をいう(P44コラム)。
- (※5) 公立小学校(白浜養護学校含む)での実施回数。
栄養教諭・学校栄養職員について(P28用語解説)。
- (※6) 藤沢産利用推進店とは、藤沢産の農水産物やその加工品等を積極的に利用する飲食店等として認定されている店をいう(P66コラム)。
- (※7) 農業水産課主催・共催の開催回数。
- (※8) ボランティアとは、本市で養成している藤沢市食生活改善推進員と健康づくり応援団「食サポーター」をいう(P73参照)。

☆ 新たに設定した指標項目

- ⑩⑪ 健康的な食生活の実践(特に生活習慣病予防等)に向けた食環境整備のため設定
- ⑬⑰⑱ 国・県の指標項目として設定されており、本市においても持続可能な食育を推進するため設定

* 藤沢市健康増進計画(第3次)の「栄養・食生活」分野の指標項目(P90参照)

** 藤沢市健康増進計画(第3次)の「社会環境の質の向上」分野の指標項目(P91参照)

出典

①②③④⑤⑥⑦⑧⑬⑰⑱⑲⑳㉑

藤沢市健康増進計画及び藤沢市食育推進計画アンケート調査

⑨⑩ 地域保健課調べ

⑪⑫ 健康づくり課調べ

⑫ 保育課・学校給食課調べ

⑬ 学校給食課調べ

⑭⑮ 農業水産課調べ

新たな視点を取り入れた食育の推進について

〈デジタル技術の有効活用〉

農林水産省では、デジタル技術を活用した食育(オンラインイベントや食育動画、SNSやアプリの活用等)に取り組むためのヒントをまとめたデジタル食育ガイドブックを作成しています。本市においても、デジタル技術を取り入れた食育の推進を行います。

参考：農林水産省ホームページ
デジタル食育に興味のある方必見！

◆本市の取組例

- ・食育講演会等の開催

オンライン開催や会場開催等を組み合わせ、誰もが参加しやすい手法で開催します。

※ 若い世代は、オンライン参加や土日祝日の昼間の開催にニーズが高く、高齢世代は、会場参加や平日昼間の開催にニーズが高いため、対象者に合わせた設定が必要です。

- ・SNS等を活用した食育の推進

学校給食の内容・目的・工夫・食育活動の様子、市内で生産される農水産物や直売所の情報、旬の農水産物のレシピ等を紹介しています。

- ・動画作成による食育の推進

食育の推進やレシピ等の動画配信を行っています。



〈ナッジ理論を取り入れた食育の推進〉

ナッジ理論の活用が健康分野で大きく注目されています。ナッジとは「人々がより良い選択を自発的にとれるように手助けする手法」のことで、「ひじで軽くつく」「知らず知らず」「そっと後押し」等の意味もあります。健全な食生活を実践できない人やそもそも健康に関心が低い人も含め、自然と行動変容ができるようになることが期待されています。

参考：ナッジ・フォー・ヘルスホームページ
ナッジを応用した健康づくりガイドブック 食行動食生活支援編

◆本市の取組例

健康に配慮した食生活の実践に向け、行動変容につながる取組を進めます。

- ・飲食店と連携した食環境整備
- ・スーパーマーケットやコンビニエンスストアと連携した食環境整備



◆食生活の分野で取り入れやすいナッジについて

- ・便利

体に良い料理や商品が手にとりやすい、注文しやすい、食べやすい、調理が簡単
例) 健康的な料理の販売や並べ方、スムージーやカット野菜(果物)の販売 等

- ・魅力的

名前、見た目、価格(お得感)、健康に良さそう(期待感)

例) 五感に訴えるネーミング(野菜料理に「野菜たっぷり」、減塩料理に「だし香る」)、
産地や鮮度を記載する 等

- ・日常的・当たり前

すでに決まっている、皆がそうしている、いつもそうになっている

例) うす味を基本とする、適量(主食量)を提供する、料理にサラダがセットでつく 等