

令和 7 年度第 1 回青森県食育推進会議（書面会議）

第 5 次計画骨子案等についての御意見に対する県コメント

項目	委員名	御意見等	県コメント
基本方向 1 - ②	葛西裕美委員	<ul style="list-style-type: none"> ・ホームページや SNS を活用した現在の情報発信の状況と今後の取組方針をお知らせください。 	<p><食ブランド・流通推進課></p> <ul style="list-style-type: none"> ・青森県庁HP「あおりの『食育』」において、食育に関する県内の各団体や県の取組を広く紹介しているほか、青森県農林水産部の公式 YouTube チャンネル「あおもの！ー青森のものすごい農林水産業ー」において、食育や学校給食について楽しく学べる動画を配信しており、今後もこれらを活用し情報発信していく予定です。 <p><高齢福祉保険課></p> <ol style="list-style-type: none"> 現在の情報発信の状況について <ul style="list-style-type: none"> ○県HP「フレイル予防のために」 https://www.pref.aomori.lg.jp/soshiki/kenko/koreihoken/fureile.html ○YouTube「フレイルクイズ」 https://www.youtube.com/@青森県健康福祉部高齢 現時点では新たな情報発信の取組予定はありません。 <p><地域生活文化課></p> <ul style="list-style-type: none"> ・エシカル消費の取組においては、今年度ホームページをリニューアルし、「てまえどり」、「地産地消」を含むエシカル消費の行動例について、文章表現のほか視覚的にも伝わりやす

			<p>くなりました。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・また、この「てまえどり」、「地産地消」については啓発動画を作成し、同 HP のほか、青森県消費生活センターの HP と YouTube チャンネルで公開しています。 ・Instagram も運用しており、今後もこれまでと同様にこれらを活用した取組を行う予定です。
	葛西裕美委員	<ul style="list-style-type: none"> ・「健康的な」⇒健康だけでなく「おいしい」ことも発信できればいいと思います。 	<p><食ブランド・流通推進課></p> <ul style="list-style-type: none"> ・「おいしい」の判断は個人差があることから、「おいしさ」に代わる表現として、「新鮮さ」、「旨み」、「栄養特性」等を情報発信していきたいと思います。
基本方向 2 - ①②	葛西裕美委員	<ul style="list-style-type: none"> ・食育体験講座「あおり旬めぐり」の実施状況はいかがでしょうか。体験といえば子ども向けが多い中で、大人も参加できるいい企画だと思いました。 	<p><食ブランド・流通推進課></p> <ul style="list-style-type: none"> ・今年度の食農体験講座は、全 10 回開催予定のうちこれまで 8 回実施し、参加者からは、「生産者の苦勞が感じられたので、食べ物を大切にいただきたい」、「生産者との交流により食材の選び方が変わると感じた」等、好評をいただいています。改善すべき点を踏まえて今後も実施していく予定です。
		<ul style="list-style-type: none"> ・公民館等の調理室の活用状況が近年低いようですが、青森県の実態は如何に。 ・騒音やゴミの問題もありますが、みんなで作って食べることを推進できる方策はないでしょうか。 	<p><食ブランド・流通推進課></p> <ul style="list-style-type: none"> ・県としては情報を持ち合わせていませんが、上記の「あおり旬めぐり」等の当課の調理講座において、公民館の調理室を利用して食育活動を実施しています。
食育の課題や推進方向	齋藤長徳委員	<ul style="list-style-type: none"> ・食育の課題や推進方向などが、論点が絞られていて良いと思います。 	

基本方向 2	齋藤長徳委員	<ul style="list-style-type: none"> ・また、基本方向 2 について特出しされたことは、とても良いと思います。大筋賛成します。 	
第 2 章の 2・3・4		<ul style="list-style-type: none"> ・ちょっと気になるのは、第 2 章の 2・3・4 において、結果はわかりますが、考えられる要因の記載が不十分な気がします。 ・また、2 食生活と健康の○の 4・5・6 の結果は、令和 6 年の国民栄養調査等が反映されているか、(別紙、数値目標は R4 でよいのか) 少し疑問の残るところです。 	<p><がん・生活習慣病対策課></p> <ul style="list-style-type: none"> ・公表されている最新値は令和 4 年調査のもので、本計画においても同じ数値を用いています。
大人に対する食育	永井温子委員	<ul style="list-style-type: none"> ・ライフスタイルに合った効果的な手法で行動変容を促す食育が必要とあるが、「大学等による若い世代への食育の推進」であるとか「高齢者」など、大人に対する食育についてターゲットが具体的でない基本方向が示されていると感じる。 	<p><食ブランド・流通推進課></p> <ul style="list-style-type: none"> ・現行の第 4 次計画では、対象を「若い世代・働き盛り世代・高齢者」等ライフステージごとに設定してきましたが、次期計画においては啓発機会となりうる場面を想定しつつ、それぞれができるところから取り組めるよう、対象を「大人」としています。

大人に対する食育	永井温子委員	<ul style="list-style-type: none"> ・「県民一人ひとりが、主体的に継続して取り組むことが重要」との趣旨が計画骨子の冒頭で示されているが、具体的に取り組むべきターゲットを「主体性の度合い」で示すことが必要なのではないかと感じる。 ・例えば「第4次青森県食育推進計画」の8ページの「健康寿命」で示されているが、男性が全国平均を下回っている一方、女性は全国平均を上回っており、年齢で戦略を策定するのは不十分であると思う。 	<ul style="list-style-type: none"> ・県民それぞれができるところから取り組むことが重要と考え、次期計画では対象を「大人」「子ども」と大括りとし、主体的に取り組める人を広く啓発していくこととしています。 ・「第三次青森県健康増進計画」において、「健康寿命の延伸」を目標としていることを踏まえ、次期計画においても健康増進計画の目標に沿った内容としています。
大人に対する食育	永井温子委員	<ul style="list-style-type: none"> ・また、16ページの「食育」の実践度についても、世代のみのセグメントでは状況把握としては不十分であり、より詳しい数値があるのであれば公開し、その上で計画を策定すべきであると感じた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・第4次計画策定時は、「食育に関する意識調査」（農林水産省）や「国民健康・栄養調査」（厚生労働省）においても、20歳～30歳代が他の年代に比べ課題が見られたことから、若者世代を対象とした食育に力を入れて取り組んできた結果、令和6年調査で本県の20歳～30歳代の栄養バランスへの配慮は全国値よりも高くなりました。 ・より詳しい数値は持ち合わせておりませんので、国で実施している調査結果を参考に策定しています。

<p>地産地消の推進と食文化の継承</p>	<p>永井温子委員</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・野菜と果物の摂取量が少ないことについては、いちりんご生産者としては非常に残念に感じているが、一方で難しさも感じている。 ・青森県では「生産者の所得向上」を掲げており、生産の現場でもできる限り生産物を高く販売したいという機運が高まっている。輸出等も増え、県民へりんごを安く提供することが困難である中で地産地消を推し進めていくという必要があるというのは、目標同士に矛盾が生じているような印象を受ける。 ・「第4次青森県食育推進計画」の16ページの「食育をしていない理由」にあるように「食費を安くすること」を優先したい層が多い中、情報発信や地産地消フェアの開催や販売、講座や授業などで地産地消が推進されるとはあまり考えにくいと感じた。 	<p><食ブランド・流通推進課></p> <ul style="list-style-type: none"> ・地産地消は、輸送コストを抑えられるメリットはあるものの、安く手頃なものを提供し消費することを推奨するのではなく、価格だけではない、地元で生産されたものであることや、地域の産業を守ることに価値を認め、その価値に見合う価格で消費することを目指すものです。また、域内消費の拡大を通じて、生産者の所得向上や、地域の持続可能な生産活動を支えることにつながることから、地産地消の推進と生産者の所得向上とは矛盾しないと考えます。 <p><食ブランド・流通推進課></p> <ul style="list-style-type: none"> ・普段は食費を安くすることを優先する層においても、情報に触れ、農業体験や講座等に参加することを通じて地域の作り手や、作る苦勞などを知ること、価格だけではない価値への気づきにつながるものと考えています。 <p><地域生活文化課></p> <ul style="list-style-type: none"> ・地産地消は地元生産者の収入増加につながる取組であることから、価格が比較的高くても、鮮度や希少さなどの付加価値をアピールし、地元のものを選んでもらえるよう、「地域全体が潤う」地産地消のメリットを発信し続けることが重要だと考えます。
-----------------------	---------------	---	--

環境に配慮した食育の推進	永井温子委員	<ul style="list-style-type: none"> ・「無農薬栽培」や「無添加」表記など、優良誤認を防ぐ取り組みが必要であると感じる。耕地面積が全国4位の生産県に住む青森県民にとって、農薬や加工製品の添加物等に関する正しい理解と知識は必要不可欠であると思う。 	<p><食ブランド・流通推進課></p> <ul style="list-style-type: none"> ・「食に関する正しい知識を身に付けること」が食育のねらいの一つなので、農薬や添加物等に関する普及啓発について検討していきたいと思います。
計画について	若松清巳委員	<ul style="list-style-type: none"> ・特に異議などはございません。5次計画は今後、本県が食育に関する各種施策を推進するための指針として捉えており、4次までの計画から大きく変更はされていないものと理解しています。国が示した5次計画推進案との兼ね合いもあり、妥当と考えています。 	
		<ul style="list-style-type: none"> ・その上で、国、県の5次計画は、若い世代の農林漁業教育に力を入れた内容となっている印象を強く受けました。米価高騰や気象変動に伴う1次製品の価格上昇などに端を発した、生産者と消費者の乖離が問題視されている現況下、その距離を詰める食育教育は非常に重要と考えています。1次産業を主産業とし、食糧供給県である本県としても、消費者の目線で生産現場を身近に感じられる具体的で画期的な食育施策の展開を強く望みます。 	
		<ul style="list-style-type: none"> ・併せて生産者と消費者をつなぐ物流の現状についても目配りできるような施策にも検討してみたいか。2024年問題を過去のものとして片付けるのは時期尚早と思っています。 	<p><食ブランド・流通推進課></p> <ul style="list-style-type: none"> ・農産物の集出荷作業の効率化について補助しており、次年度も継続する方向で検討しています。

<p>大人に対する 食育</p>	<p>熊谷紀子委員</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ホームページやSNS等を活用した情報の発信の必要性を強化していただきたいと思います。若い世代は、SNSが中心でTVはリアルタイムでは、ほぼ視聴せず、配信で見たい部分のみ見ているとのこと。せっかくCM等を流しても情報が届いていないと思われます。 ・様々なイベント、情報をSNSで発信して常にリツイートしていくことで、若い世代も目につき、食に対する意識が向上すると思います。 ・また、シニア世代もSNS利用率が高いため、有効的であると感じます。 	<p><地域生活文化課></p> <ul style="list-style-type: none"> ・今年度刷新したHPやInstagramを活用し、今後もこれまでと同様に情報発信に努めていきます。
----------------------	---------------	---	--