

農林水産省委託
平成30年度食育活動の全国展開委託事業
(食育に関する効果的な情報提供)

食育イベント開催の手引きと事例

～食育に関心が低い層に対する
効率的・効果的な情報提供のために～

平成31年3月

この「手引きと事例」について

第3次食育推進基本計画では、限られた予算を最大限効果的に利用する観点から、施策について選択と集中の強化を図ることとされており、今後、第4次食育推進基本計画の作成(平成32年度予定)に向けて、食育に対し関心の低い世代を中心に、より多くの国民に対して効率的に食育に関する情報提供を行っていくことが求められております。

この「手引きと事例」は、地方自治体が食育イベントを開催する際に、その厳しい財政状況等を考慮し、より効率的・効果的に若い世代や食育に関心の低い層に対して情報提供を行えるよう、食育イベントの企画や開催運営について参考にしていただくために作成したものです。

イベント企画や開催運営の基本的な手順や、特に食育に関心の低い層に対して効率的・効果的に情報提供を行ううえでのポイントや留意点、参考事例をお示ししています。また、この手引きに示した考え方と手順にしたがって実施したイベント「V-action～食で勝利をつかめ～第1弾イベントヴァンフォーレ甲府の選手と楽しむ体幹アップゲーム＆Vごはんランチタイム」(第14回食育推進全国大会inやまなしのプレイベント)の事前準備資料や実施報告を掲載しており、開催準備に際しての参考事例としてご活用いただくことができます。

食育に対する関心の低い層を含む幅広い方々へ効果的な食育イベントを開催する際の一助となれば幸いです。

平成31年3月

謝辞

この「手引きと事例」を作成するにあたり、全国20歳以上の方々にアンケートにご協力いただくほか、食育に取り組んでいる企業・自治体・大学・団体や広報・コミュニケーションの専門家の方々にヒアリングにご協力いただいた。また、「V-action～食で勝利をつかめ～第1弾」の開催にあたっては、山梨学院短期大学食物栄養科の関戸元恵 助教、山梨県、甲府市、一般社団法人ヴァンフォーレススポーツクラブにご協力いただいた。この場を借りて深く感謝申し上げたい。

なお、これら多くの皆様のご意見、ご助言を参考に、この「手引きと事例」を作成しているが、あくまでも内容は農林水産省委託事業受託者である三菱UFJリサーチ&コンサルティング株の責任で取りまとめたものである。

・はじめに	1～2
・食育イベント企画の進め方	4
・効率的・効果的な食育イベント企画	5
・食育イベント企画のための参考データ	6～8
・効率的・効果的な食育イベントの事例	9～13
・イベント実施制作の流れ	14
・イベント企画内容の具体化	15
・広報活動・参加者募集の手順	16～17
・イベント制作・開催運営の手順	18～20
・効果測定と実施後のフォローアップの手順	21

フォーマット事例資料

「第14回食育推進全国大会inやまなし」＆ヴァンフォーレ甲府連携キャンペーン
V-action～食で勝利をつかめ～第1弾イベントヴァンフォーレ甲府の選手と楽しむ体幹アップゲーム＆
Vごはんランチタイム

・事前準備資料（告知物・通知メール文・運営マニュアル）	別冊
・実施報告書	別冊

【食育イベント企画の進め方のポイント】

- ◆ まずイベントのねらいをよく考え、ゴールを設定します。
- ◆ イベントのねらいに合わせて、ターゲット（参加層）を明確にします。
- ◆ そのターゲットに対して、一番何を伝えたいのか（キーメッセージ）を明確にします。
- ◆ 以上をもとに、イベント企画の内容を具体化します。

イベントのねらい、
ゴールの設定

ターゲットの
明確化

一番伝えたい
ことの明確化

イベント企画内
容の具体化

（食育に関心が低い層に対するイベント企画時の留意点）

- 食育に関心が低い層には、パンフレット、リーフレット、Webサイトなどの文字媒体よりも、実際にイベントで気づきを持ってもらうアプローチが有効です。映像やアニメなどの動画も効果的ですが、独自で制作するにはコストがかかります。また、イベントを開催しながら、これを動画コンテンツにして発信していくことも考えられます。
- イベントの成否は、まずイベントのねらい、ゴールを見定めて、それに合わせていかにターゲットに応じた企画を作り込んでいけるかにかかっています。開催スケジュールの余裕をみて、規模に応じ半年前から1年前には、食育関連施策の中での位置付けや、誰に何を知らしてもらいどんな行動を起こしてもらいたいのかをよく検討しておくことが肝要です。
- 食育に関心が低い層をターゲットとする場合には、伝えたいことをあまり詰め込まず、極力シンプルで簡単なものにすることを心がける必要があります。基本的には、まず食育に関して気づきや、興味関心の芽生えを持ってもらうことがポイントです。
- 参加者に一番伝えたいこと（キーメッセージ）や、イベント企画内容の具体化に際して、必ずしも「食育」という言葉にこだわらないようにすることが効果的であることもあります。「食育」という言葉には、固いイメージも持たれており、そもそも食育に関心が低い層には響きません。一方、食育のことをあまり意識していなくても、自分の健康、地域の食、食べ残しといった個々のテーマについては関心がある人もいます。あくまで企画しようとするイベントで取り上げようとするテーマに主眼を置いて検討することが肝要です。

【効率的・効果的なイベント企画の工夫のポイント】

- ◆ なにより参加者がイベントそのものを楽しめる企画にします。
- ◆ 「ターゲットの関心テーマ」×「食育」をミックスさせ、ターゲットの関心からアプローチして食育への気づきや興味関心を促すのも効果的です。
- ◆ ターゲットに合わせて、できるだけ参加・体験型の要素（試食、調理、健康チェック、etc.）を取り入れます。
- ◆ 参加・体験型の中にゲーム感覚で楽しめるプログラムを取り入れるのも興味関心を喚起し、イベントを盛り上げる効果があります。
- ◆ ターゲットを意識しながら、地域で食育活動を実践している主体や、社会貢献に意欲的な主体とコラボし、役割分担しながら企画・準備します。

「ターゲットの関心
テーマ」×「食育」
のミックス

参加・体験型
ゲーム感覚

学校、企業、スポーツ
クラブ、NPO、著名人
等とのコラボ

（食育に関心が低い層に対するイベント企画時の留意点）

- 食育関心度に関わらず、参加者にとって魅力のある、楽しんでもらえるイベントを企画することが重要です。特に食育に関心が低い層にとっては、イベント自体が楽しそうでなければ参加してもらうことも望めません。
- 食育に関心が低い層には、一見食育とは関係がなさそうな、ターゲットの関心テーマ（例えば、スポーツ、音楽、文学など）を一つの切り口とし、食育と関連づけたイベント内容にすることも効果的です。関心テーマへの興味から参加してもらい食育の情報を受け取ってもらえるほか、関心テーマからアプローチすることで、自ら食育への気づき、興味関心の芽生えを持ってもらうことが期待できます。この手法は、低関心層に限らず、組み合わせるテーマの設定によって、例えば食育関心層に別の切り口から食育を考え直してもらう、といった使い方もできます。
- 専門家や特定の関心層をターゲットにする場合でない限り、基本的には参加・体験型の要素や、ゲーム感覚で楽しめるプログラムを取り入れることもポイントです。イベントを楽しんでもらうというだけでなく、実際の経験によって食育への関心や理解を深めてもらうことが期待できます。ターゲットに合った内容でないと集客や満足度に影響しますので内容を十分吟味する必要があります。食育に関心の低い層の場合、例えば試食や健康チェックなど気軽に取り組める内容が合っていると言えます。
- 自治体だけで上記のような企画を具体化し、準備するには人手や資材にも限りがあります。地域で食育活動を実践している大学、小中高校の教育現場、食育プログラムを提供又は社会貢献に意欲的な企業、スポーツクラブ、NPOなどと積極的にコラボし、協力しあいながら企画の具体化や開催準備を進めていくことが効率的であり、その後の波及効果も期待できます。また、そのようなコラボを進める中で、ターゲットに影響力のある地元出身の著名人やスポーツチーム/選手、アーティスト等の協力を得ることができれば、より高い訴求効果が期待できます（なお、一般に芸能人等を事務所を介してキャスティングするには費用やスケジュール面の留意が必要です）。

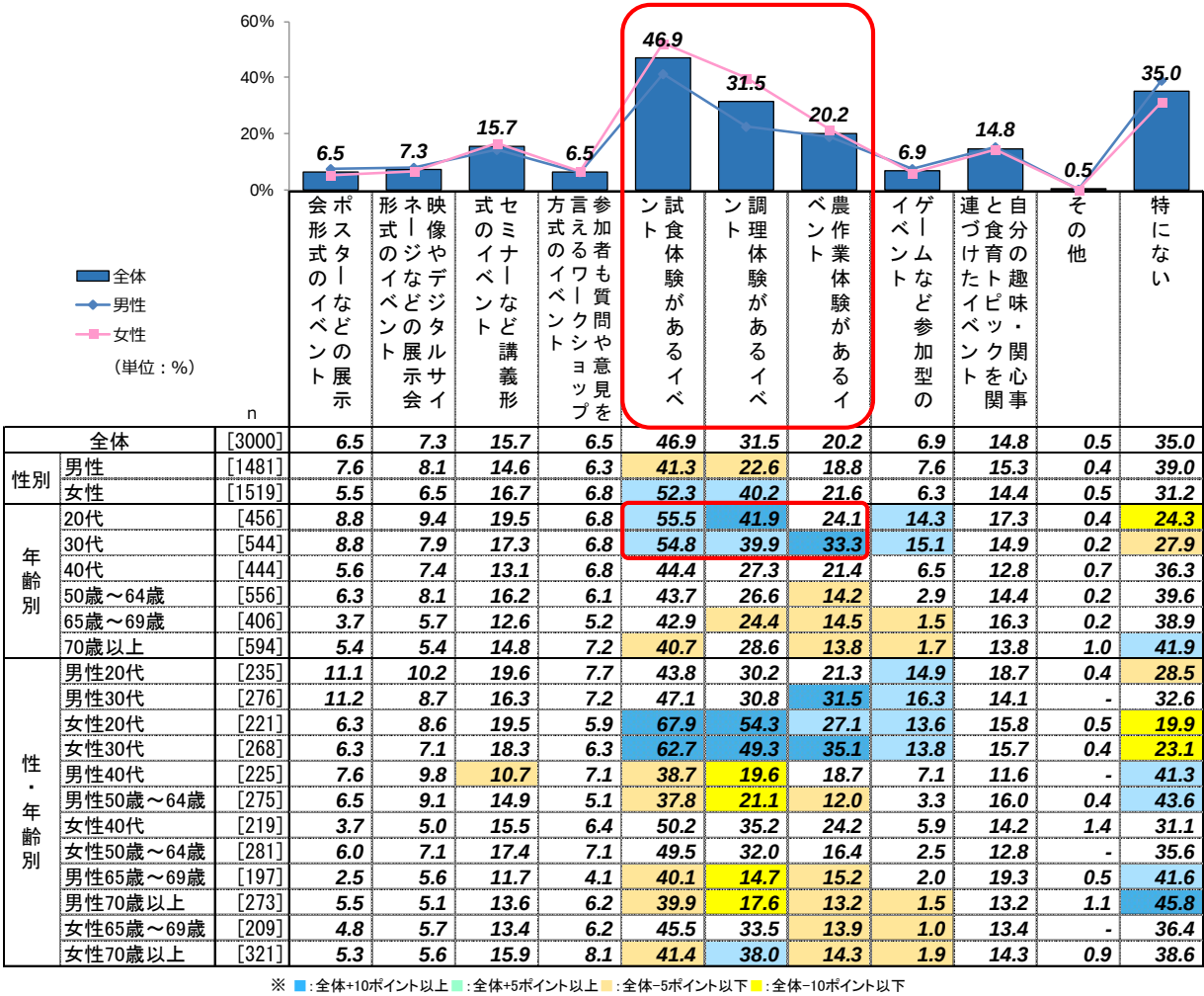
【農林水産省委託調査(平成30年度)調査概要】

- ・調査方法: Webアンケート
- ・調査対象: 全国20歳以上男女
- ・回収サンプル: 3000ss
- ・調査期間: 2019年2月13日～2月18日
- ・実施: 三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)

体験型イベントへの参加意向が高い。
若年層は特に顕著。

参加してみたい食育に関するイベント（複数回答）

Q12.あなたが参加してみたいと思う食育に関するイベントを以下の中からお選びください。（いくつでも）

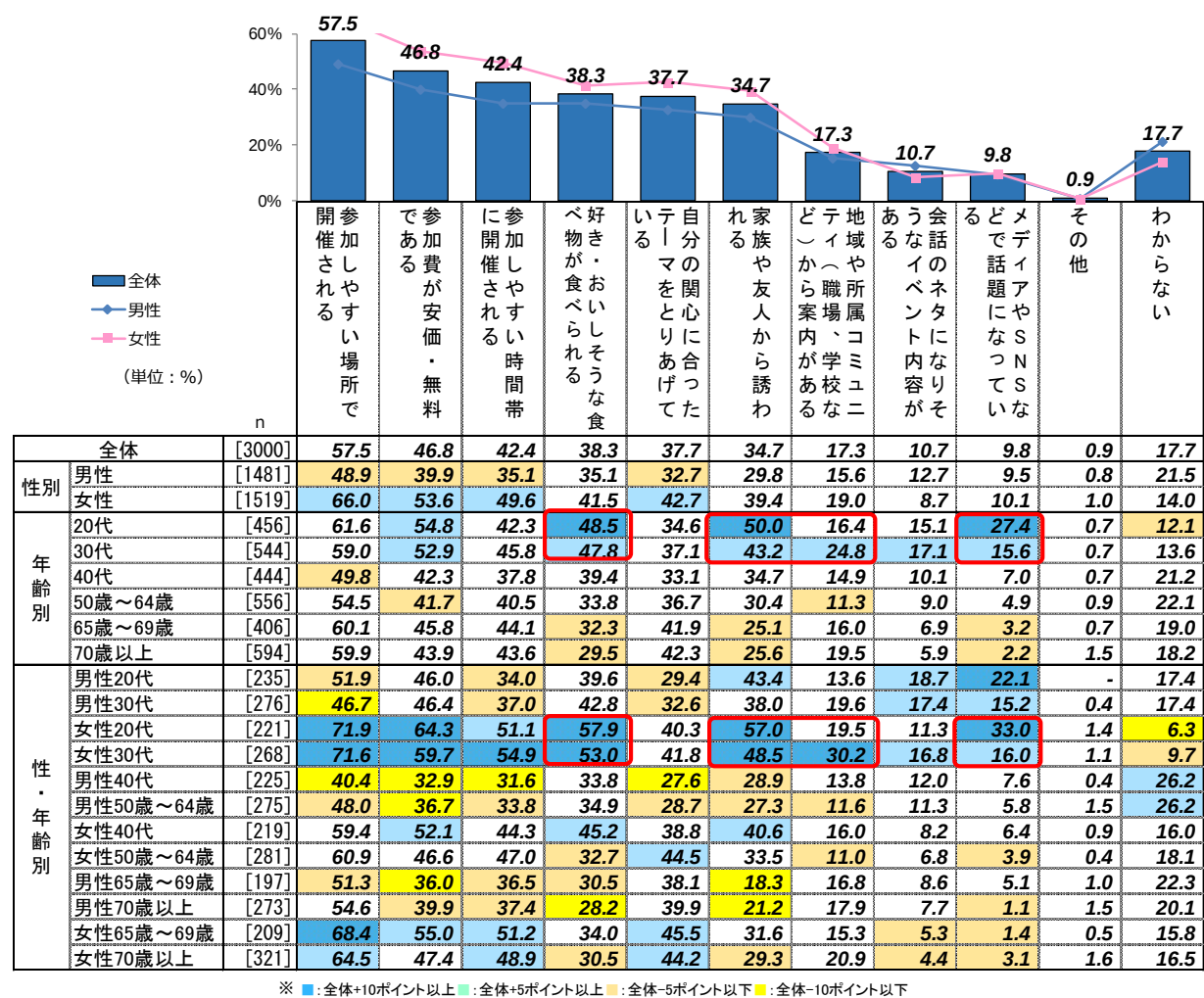


【農林水産省委託調査(平成30年度)調査概要】
・調査方法: Webアンケート
・調査対象: 全国20歳以上男女
・回収サンプル: 3000ss
・調査期間: 2019年2月13日～2月18日
・実施: 三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)

若年層は、「試食できる」「口コミ・誘い」「メディア・SNSでの話題性」が参加を後押し。特に20～30代女性に顕著。

食育イベントに参加する気持ちを持つ条件（複数回答）

Q13.前問のような食育に関するイベントに参加する気持ちになるとしたら、どのような条件が満たされた場合ですか。以下よりお選びください。（いくつでも）



- ・調査方法: Webアンケート
- ・調査対象: 全国20歳以上男女
- ・回収サンプル: 3000ss
- ・調査期間: 2019年2月13日～2月18日
- ・実施: 三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)

・子育て世代である若年男女ともに「子育て・マタニティ」

※ ■:全体+10ポイント以上 ■:全体+5ポイント以上 ■:全体-5ポイント以下 ■:全体-10ポイント以下