

I 特集(1) 「あいち食育いきいきプラン2025」の 最終年度を迎えて

- 「あいち食育いきいきプラン2025」(第4次愛知県食育推進計画)は、食育基本法に基づき、愛知県食育推進会議がこれまでに作成した愛知県食育推進計画の基本理念や成果を継承しつつ、更に食育を推進するために2021年3月に作成したものです。

1 目指すべき姿と基本コンセプト

- このプランでは、「健康な体」「豊かな心」「環境に優しい暮らし」「食育を支える」を食育の取組の柱に据え、健康で活力ある社会の実現を目指しています。
- これまでの取組を継承するとともに、多様な主体同士の連携や新しい生活様式の実践、SDGs 達成への貢献などを踏まえ、取組を“SHIN化”(新化・進化・深化・伸化)させ、食育の実践力を高めていきます。

“SHIN化” って?

「新化」...時代に合わせた変化
「進化」...多様な発展
「深化」...質の向上
「伸化」...横展開のつながり

「S」...Sustainable(持続可能な)
「H」...Healthy(健康な)
「I」...Interesting(興味深い)
「N」...Network(連携)

食育の実践による健康で活力ある社会の実現



2 県や関係団体等の取組

- 食育の推進について、県や関係団体等は、あいちの食育が目指す四つの取組に即して、ライフステージと生活場面に応じ、それぞれの役割と特性を生かしつつ連携・協力して、継続的に情報提供や実践促進活動を行っています。

保幼 保育所・幼稚園・認定こども園
 学校 小学校～大学
 職場 勤務先
 地域 その他の場所

※「保幼」「学校」には特別支援学校を含む

■取組の体系

食を通じて健康な体をつくる取組	ライフスタイルに即した バランスのとれた 食生活の実践	ア 乳幼児期における基本的な食習慣の確立 イ 学校における小中学生への食に関する指導の充実 ウ 小中学生の食育のための家庭への支援 エ 高校における食育の充実 オ 青年期以降の若い世代を中心とした食育の推進 カ 働く世代に対する食育の推進 キ 妊産婦や乳幼児を持つ親への食育の推進 ク 高齢期における食による健康維持の推進	ア 子どもの肥満予防等の推進 イ 歯の大切さについて子どもへの啓発活動の推進 ウ 思春期からの適正体重の維持の推進 エ 職場における従業員等の健康に配慮した食育の推進 オ 地域における健康寿命延伸につながる食育の推進 カ 野菜摂取量増加の取組の拡充	ア 食品表示の適正化の推進 イ 食の安全・安心に関する情報提供と理解促進 ウ 安全に関する自主管理と情報開示の促進 エ 学校給食等における食物アレルギーへの対応	保幼	学校	職場	地域
食を通じて豊かな心を育む取組	食を楽しむゆとりの積極的な確保	ア 給食や弁当を通じた豊かな人間性の育成 イ 家族や友人と食事をとるための環境整備 ウ 子どもや高齢者等の「『こ』食」への対応	ア 乳幼児期における食とふれあう機会の確保 イ 少年期から青年期を中心とした食に関する体験等の充実 ウ 幅広い層に向けた体験・交流の機会の提供 エ 国際的な食文化に対する理解の促進	ア 子どもに対する食事作法の習得 イ 給食等における地場産物や郷土料理等の導入促進 ウ 日本型食生活 [※] の推進、郷土料理等地域の食文化の継承	●	●	●	●
	体験や交流を通じた豊かな人間性の育成と食の理解促進				●	●	●	●
	日本の食文化や郷土料理等の理解と継承				●	●	●	●
食を通じて環境に優しい暮らしを築く取組	食生活における環境への配慮の徹底	ア 持続可能な暮らしのための環境学習の推進 イ 環境に配慮した食料品等の購入やリサイクル等の実践 ウ 環境に配慮した食生活の実践	ア 農林水産業への関心と理解を深める取組の推進 イ 給食等による子どもに対する地産地消の理解と利用の促進 ウ 青年期以降における地産地消の実践 エ 直売所における生産者と消費者の交流促進	ア 農林水産業における環境への配慮 イ 食品関連事業者における食品廃棄物等の削減 ウ 未利用食品の有効活用の普及啓発	●	●	●	●
	農林水産業への理解と地産地消 [※] の推進				●	●	●	●
	農林水産業や食品関連産業における環境への配慮の徹底				●	●	●	●
食育を支える取組	食育にかかる人材の育成と活動の充実	ア 保育・教育機関における推進体制の充実 イ 社会人を対象とした推進体制の充実 ウ 愛知県食育推進ボランティア [※] の育成と活動の充実 エ 食育を担う多様な人材の育成と活動の促進	ア 活動主体同士の情報共有と連携のさらなる強化 イ ネットワークを活用した関係者間の情報共有 ウ 食育に関する情報発信の充実	ア 運動の定着促進 イ 協働活動の充実 ウ 積極的な情報発信による県産農林水産物の利用拡大	●	●	●	●
	多様な関係者による役割分担とネットワークの活用				●	●	●	●
	いいともあいち運動 [※] の推進と充実				●	●	●	●

3 これまでの取組の評価と今後の展開

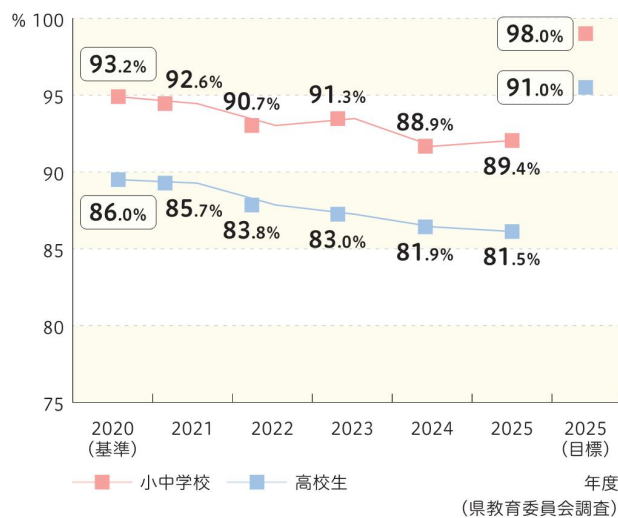
(1) 「体」の視点 ア 取組の評価



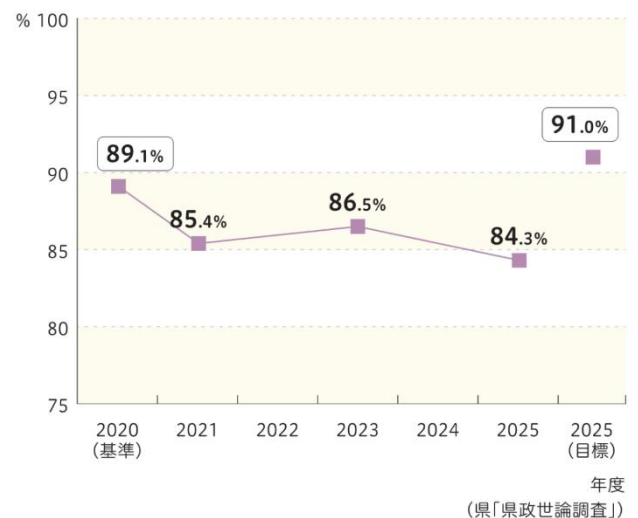
(ア) ライフスタイルに即したバランスのとれた食生活の実践

- バランスのとれた規則正しい食生活を実践するため、「早寝早起き朝ごはん」運動などにより啓発をしていますが、「朝食を毎日食べる習慣がある小中学生、高校生の割合」は減少傾向です。また、若い世代（18歳から39歳）も同様に減少傾向です。

★ 朝食を毎日食べる習慣がある小中学生・高校生の割合



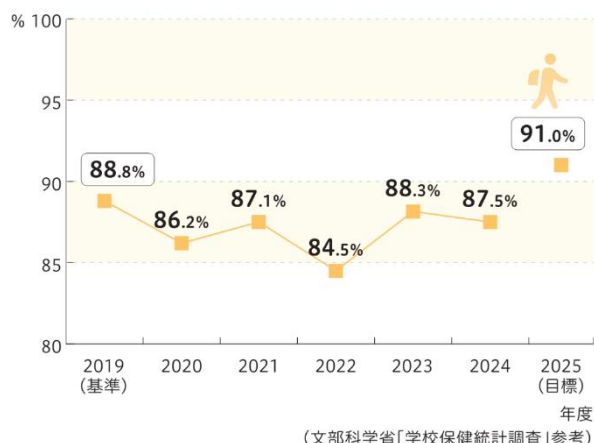
★ 朝食を欠食しない若い世代の割合



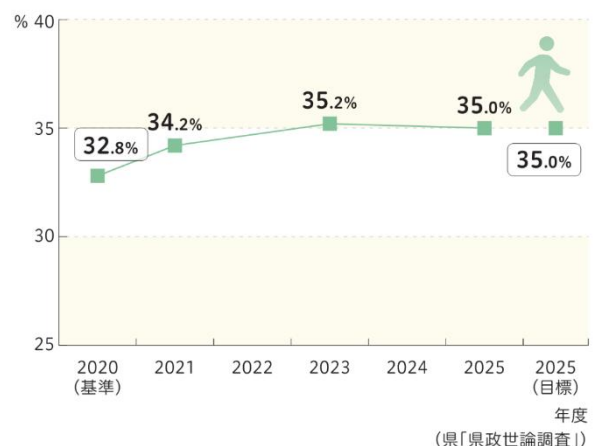
(イ) 生活習慣病予防や適正体重維持の推進

- 学校での健康診断等の結果を踏まえて、養護教諭が担任や栄養教諭と連携し、肥満・やせの予防、改善等の指導を行っていますが、「適正体重の小学生の割合」については、横ばいとなりました。
- 生活習慣病の予防のため、メタボリックシンドロームや若い女性を中心とした「やせ」などのリスクについて正しい知識の普及啓発を行ってきました。「自分の適正体重を認識し、体重のコントロールを実践している人の割合」は増加傾向で、目標を達成しました。
- しかしながら、40～60歳代の男性における肥満者の割合が3割を超えているなど、肥満・やせの人は依然として多いため、引き続き、適正体重や体形に対する正しい理解と適切な食行動について普及・啓発が必要です。

★ 適正体重の小学生の割合



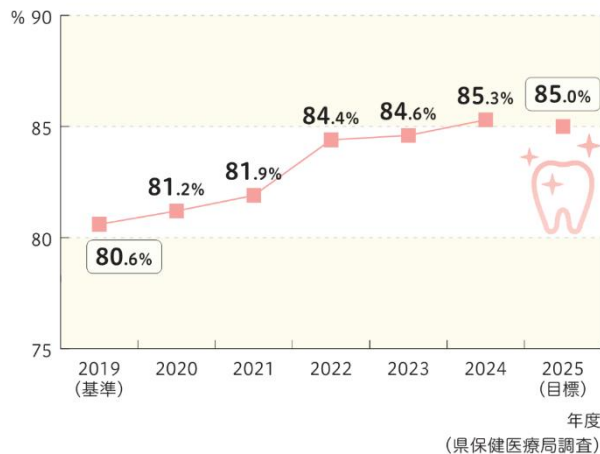
★ 適正体重を認識し、体重コントロールを実践している人の割合



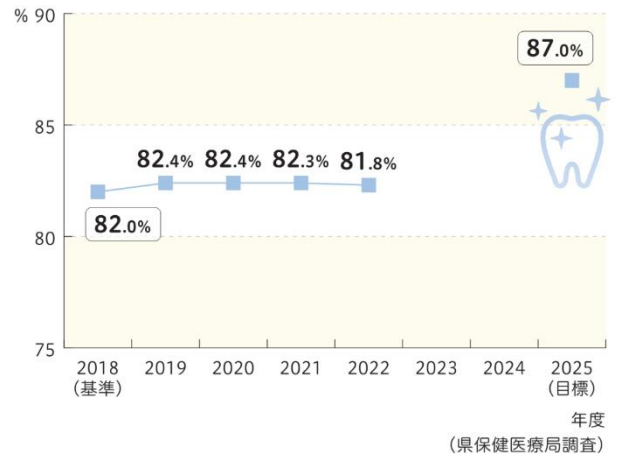
- 食を通じて健康寿命を延伸するためには、乳幼児期から高齢期に至るまで、歯や口の健康が重要であることから、歯の大切さについて等の啓発を行ってきました。

「永久歯にむし歯のない中学生の割合」については、増加傾向ですが、「何でも噛んで食べることができる成人の割合」については、横ばいの傾向で、目標に達していないため、さらなる取組が必要です。

★ 永久歯にむし歯のない中学生の割合



★ 何でも噛んで食べることができる成人の割合



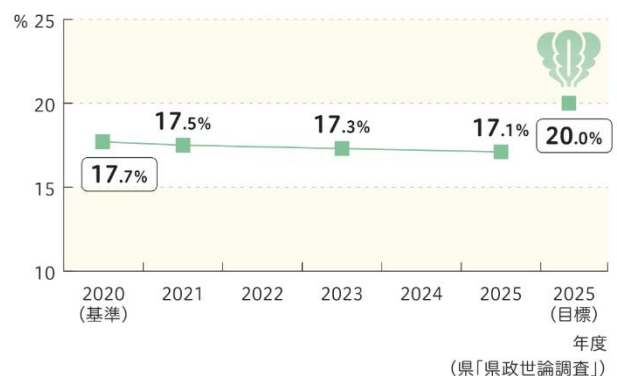
- 野菜は各種ビタミンやミネラルを含み、健康づくりに大切な食品であることから、成長期である小中学生がバランスのとれた食生活を送るために、朝食に野菜を食べるよう、児童生徒や保護者に対して啓発を行っていますが、「時間がない」、「朝食が用意されていない」等の理由で、朝食での野菜摂取は進んでいません。

- 外食等の機会における野菜摂取も含めた、バランスのとれた食事を選択できる環境づくりを推進していますが、「毎日3回以上野菜を食べる成人の割合」は横ばいの状況にあります。

★ 朝食に野菜を食べている小中学生の割合



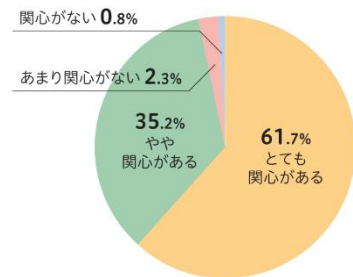
★ 毎日3回以上野菜を食べる成人の割合



(ウ) 食の安全・安心に関する信頼の構築

- 食品表示の適正化の推進や食の安全・安心に関する知識と理解が深められるよう、情報の提供を行ってきました。食の安全に対する取組への関心について尋ねたところ、「とても関心がある」が約6割となり、食の安全に対する関心の高さがうかがえます。

■ 食の安全に対する取組への関心度



(2025年度 県「消費生活モニターアンケート調査」)

イ 今後の展開

◆生涯を通じた望ましい食生活の実践

- 不規則な生活習慣等により、食生活の乱れが課題になっていることから、それぞれのライフスタイルに即した、生涯を通じた望ましい「食」と健康的な生活習慣の実践について啓発し、普及を図ります。
- 若い世代や働く世代への食育は、健康管理や生活習慣病予防の点から重要であり、望ましい食生活の実践について、大学や職場等へ支援を行います。
- 子どもの頃からバランスのとれた規則正しい食習慣を身に付け、自立した生活を始めるまでに、「食」の知識や調理技術を身に付ける取組を進めます。
また、子どもの食習慣は親の影響を深く受けることから、親世代に向けた啓発にも取り組みます。
- 高齢者においては、自分の食事を自分で整えることができるよう啓発するとともに、食事づくりの実践に向けた支援を行います。

◆健康寿命の延伸につながる生活習慣づくり

- 生活の多忙化等により、「食」に時間をかけられなくても、バランスを意識した「食」を選ぶ習慣を身に付けられるよう、啓発を行います。
- 適正体重の維持を心がけた食生活を実践することは、生活習慣病の予防や改善につながるため、肥満・やせの正しい知識を持ち、実践できるよう、子どもの頃から啓発を行います。
- 歯みがきや定期的な歯科健診などの習慣を身に付け、むし歯・歯周病を予防するとともに、乳児期から高齢期までの口腔機能の健全な育成・維持に向けて、ライフステージに応じた啓発と実践の取組を進めます。
- 主食・主菜・副菜がそろった食事は生活習慣病の予防に重要です。外食等においても野菜摂取を含めたバランスのとれた食事ができる食環境づくりを推進します。
- 食生活に関する知識について、関係機関・団体等と連携し、普及を図ります。

◆食の安全・安心に関する理解促進

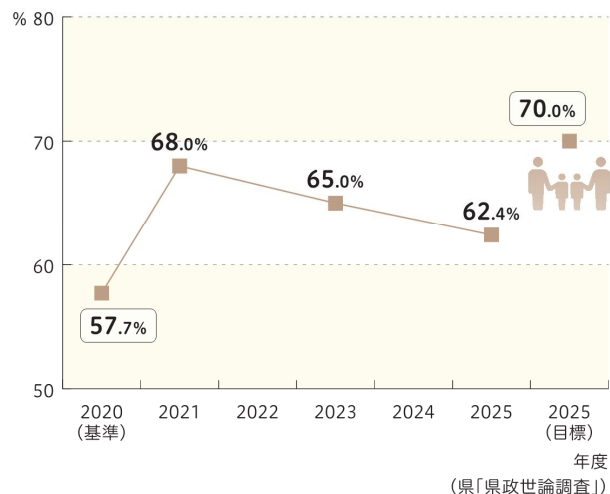
- 研修会の実施等により、引き続き、食品表示を始めとした食の安全・安心に関する正しい知識の普及を図ります。
- 学校給食での食物アレルギーについては、基本方針に基づき、今後も安全性を最優先した対応を進めます。

(2) 「心」の視点 ア 取組の評価

(ア) 食を楽しむゆとりの積極的な確保

- 毎月19日を「おうちでごはんの日」とし、街頭活動などで啓発等を行ってきましたが、「家族や友人と一緒に楽しく食事をする人の割合」については、2021年度に増加した以降、減少傾向にあり、企業・団体等と連携するなどにより、さらなる啓発が必要です。

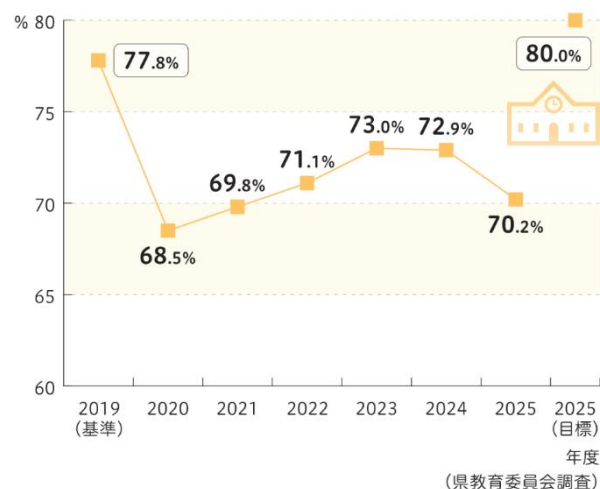
★ 1日最低1食、家族や友人と一緒に楽しく食事をする人の割合



(イ) 体験や交流を通じた豊かな人間性の育成と食の理解促進

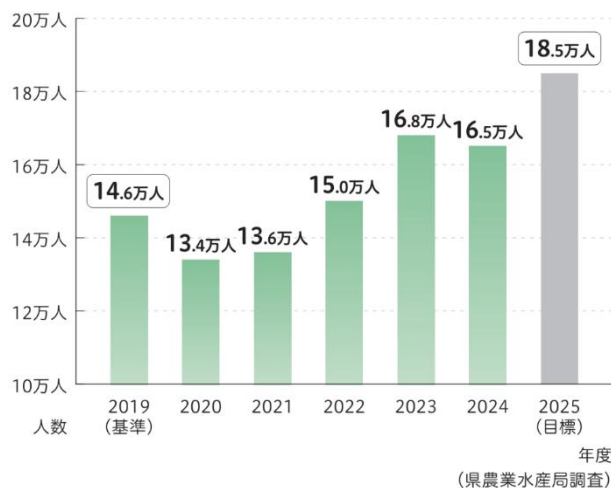
- 「農林漁業体験学習に取り組む小学校の割合」については、コロナ禍で大きく落ち込んだ後、増加傾向にあります。基準年の水準まで回復していません。体験活動の授業時間数減少等の状況の中、さらなる実施を進めるためには、各学校の工夫だけでなくPTA、地域などの協力・連携を模索・検討することも必要です。

★ 農林漁業体験学習に取り組む小学校の割合



- 農林漁業体験学習以外にも、市町村・農協等による農業塾や農林漁業体験イベントが実施されており、「県等が実施するイベントや農林漁業体験の参加者数」は、コロナ禍で一時的に落ち込んだ後増加傾向にあります。猛暑等天候の影響もあり、目標に達していません。

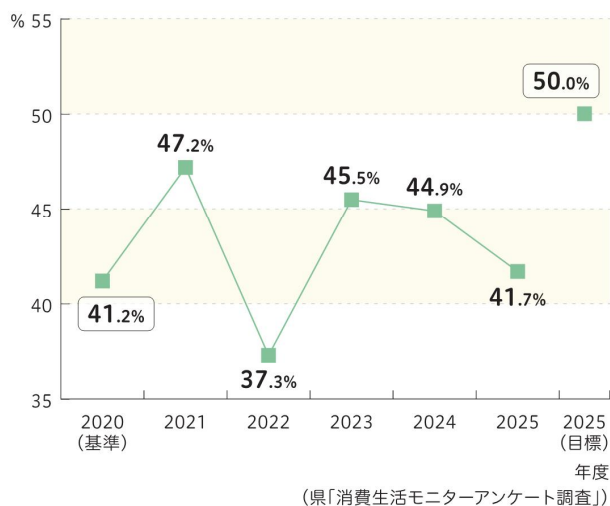
★ 県等が実施するイベントや農林漁業体験の参加者数



(ウ) 日本の食文化や郷土料理等の理解と継承

- 食文化は、その地域の自然環境との関わりの中で培われてきたかけがえのない財産です。この食文化への理解を促進し、次世代に向けた保護・継承を進めています。
- 本県特有の発酵食文化のPRなど団体・企業が取組が進んできましたが、地域社会の活力低下などにより、各地域に古くから伝わる料理や食文化等の継承が難しくなっており、「郷土料理等の食文化を家庭や地域で次世代に伝えている人の割合」は横ばい傾向で、目標に達していません。

★ 郷土料理等の食文化を家庭や地域で
次世代に伝えている人の割合



毎月**19**日は、おうちでごはんの日

イ 今後の展開

◆食を楽しむ時間や機会の確保

- 家族や友人などと一緒に食事を楽しむ時間や機会を持つことは、豊かな心を育むことにつながります。

共働き世帯の増加やライフスタイルの多様化によって、食を楽しむゆとりを確保することが難しくなっているため、ワーク・ライフ・バランスを推進するとともに、食を楽しむ時間や機会を確保することの大切さを啓発します。

- 近年、一人で食事をする「孤食」の他、複数で食卓を囲んでいても食べる物が違う「個食」、必要以上に食事量を制限する「小食」、同じ物ばかり食べる「固食」、濃い味付けの物ばかり好む「濃食」、パンや麺類など粉から作られた物ばかり食べる「粉食」などが問題となっています。

誰かと食事をすることは、心が豊かになるだけでなく、食事作法や食文化を学んだり、健康に配慮した食事を摂取したりする機会としても期待できるため、子ども食堂など、地域での共食の場づくりを促進するとともに、「おうちでごはんの日」等を活用し、家族や友人と楽しく食事をする「共食」の大切さを啓発していきます。

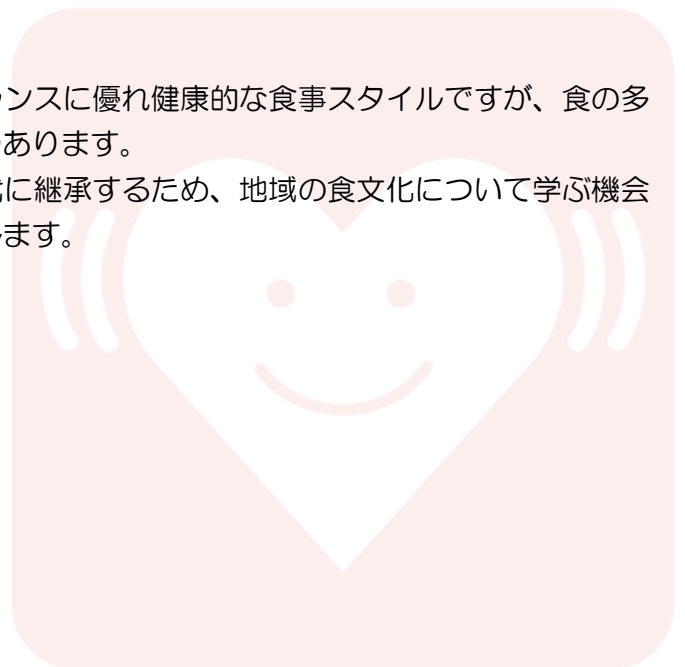
◆体験や交流を通じた食の理解促進

- 農林漁業体験は、いのちの大切さや自然の恩恵、食にかかわる人々の活動に支えられていることへの理解を深めるとともに、食に対する感謝の心を育むことにもつながるため、農林漁業体験の機会を充実させるとともに、その指導者の育成を図ります。
- 学校等における食に関する体験や交流の機会を確保するため、生産者等外部人材の活用を一層進めます。
- 消費者と生産者が相互理解を深め、信頼関係を構築できるよう、消費者と生産者がつながる機会を一層充実させます。また、食品の流通加工や食事づくりについて学ぶ機会の創出を進めます。

◆食文化や郷土料理の理解と継承

- 日本の伝統的な食文化である和食は、栄養バランスに優れ健康的な食事スタイルですが、食の多様化や継承する機会の減少等により、失われつつあります。

そのため、郷土料理等の地域の食文化を次世代に継承するため、地域の食文化について学ぶ機会の充実を図るとともに、その継承について啓発します。



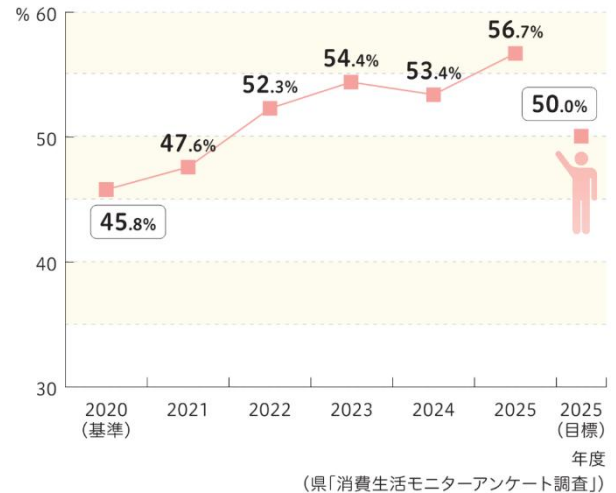
(3) 「環境」の視点 ア 目標に対する評価



(ア) 食生活における環境への配慮の徹底

- 県では、食品ロス問題について広く周知するイベントの開催やWebページでの情報発信等を通じて「無駄な買い物をしない」など、家庭でできる食品ロス削減術の啓発等を行ってきました。「無駄や廃棄の少ない食事づくりを積極的に行っている人の割合」は増加傾向であることから、意識の高まりが行動に表れています。

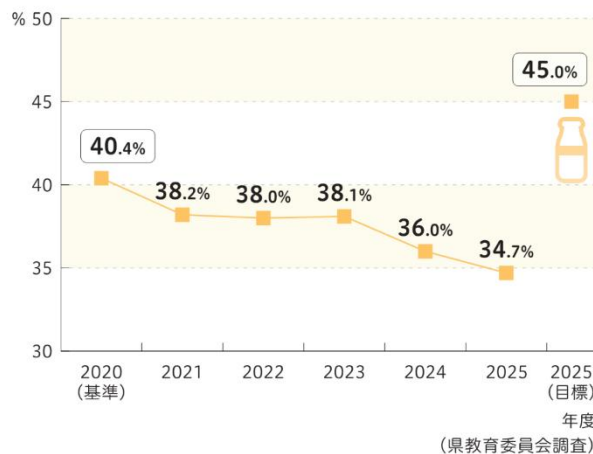
★ 無駄や廃棄の少ない食事づくりを積極的に行っている人の割合



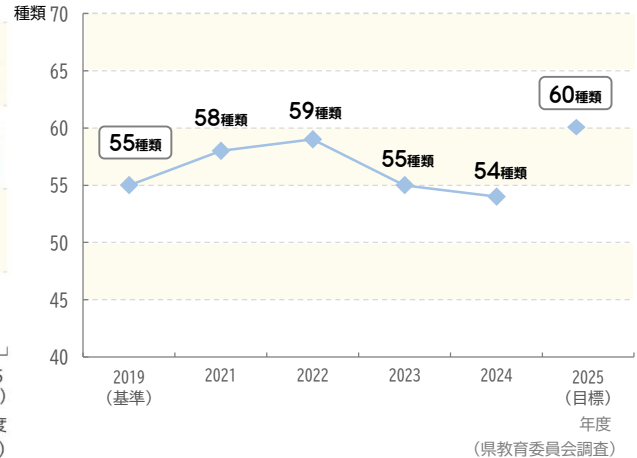
(イ) 農林水産業への理解と地産地消の推進

- 「愛知を食べる学校給食の日」の実施や学校給食県産農産物使用促進に関する各市町村の担当との意見交換会の開催を通して、学校給食における県産食品利用を進めました。しかしながら、調理場の集約化による食材規格の厳格化や物価高騰により、給食等における地域の農林水産物の利用は、進んでいません。

★ 学校給食において全食品数に占める県産食品数の割合

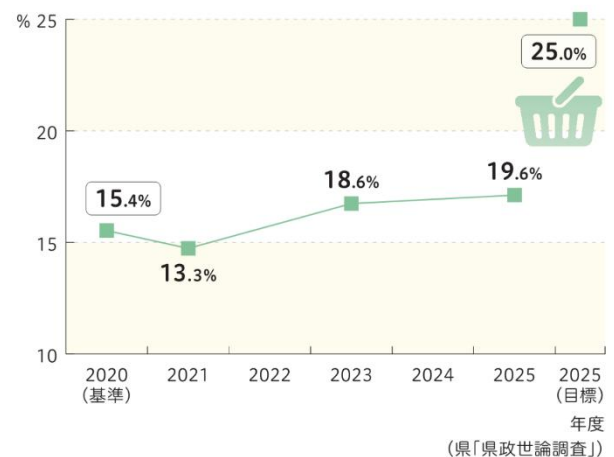


★ 学校給食において年間に使用した県産食品の種類



- 「県産農林水産物を優先して購入する県民の割合」は増加傾向ですが、物価高騰が続く中で、産地より価格を優先する傾向にあるため、目標に達していません。

★ 県産農林水産物を優先して購入する県民の割合



(ウ) 農林水産業や食品関連産業における環境への配慮の徹底

- 県では、環境保全に加え、環境に優しい農業活動の認定制度などにより、環境への負荷を軽減する取組を進めています。また、企業・団体等における食品ロス削減の取組を促進するとともに、その取組を広く周知し、県民の意識の啓発・高揚を図っています。
- 一方、農林水産省が実施した「食育に関する意識調査」（2025年3月公表）によると、「環境に配慮した農林水産物や食品を選んでいるか」について、36.4%の方が『選んでいない』と回答しています。その理由を確認したところ、「どれが環境に配慮した農林水産物・食品か判断する情報がない」と答えた方が最も多い結果となっているため、さらなる取組が必要です。

イ 今後の展開

◆地産地消の推進と農林水産業への理解促進

- 消費者が食卓において、農業の生産現場を想像できるような取組として、行政、学校や関係団体等による農林水産物の生産に関する体験活動があります。この活動を通じて、農林水産業についての意識や理解を深めるなど、消費者と生産者の交流を促進します。
- 学校給食や社員食堂等での県産農林水産物の活用等を通して、県民への地産地消の理解を促進します。
- さらに、生物多様性保全や多面的機能の維持など農林水産業が果たす役割への理解や地域での共同活動を推進します。

◆家庭における環境への配慮

- 毎日の食生活において、環境に配慮した取組の実践を進めるため、食品ロス削減イベントの開催などを通じて、無駄や廃棄の少ない食事づくりなど、環境に配慮することの必要性を伝えます。
- そして、食品ロス削減の取組やエシカル消費を意識した行動を促進するとともに、SDGsを意識した環境学習を推進します。

◆産業における環境への配慮

- 農林水産業や食品関連事業者等においては、引き続き、環境への配慮を促すとともに、フードバンク活動の企業等への紹介、未利用食品の活用に関する理解促進などにより、食べ物の生産・提供から生じる環境への負荷を軽減します。
- これらの産業における環境への配慮の取組について、社会的な理解が進むよう啓発します。

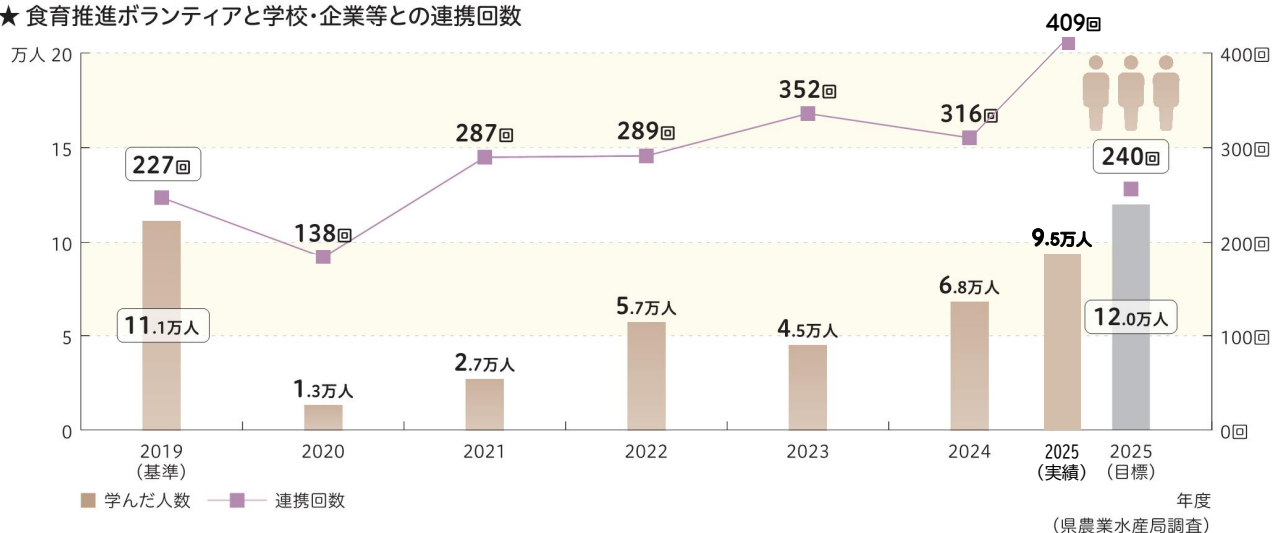
(4) 食育を「支える」視点 ア 目標に対する評価



(ア) 食育にかかる人材の育成と活動の充実

- 県では、地域で食を学ぶ機会が拡大するよう、地域で食育活動に取り組む方々に対し「愛知県食育推進ボランティア」として登録いただき、その活動を支援してきました。また、食育推進ボランティアの交流や研修の場を提供してきました。
- 食育推進ボランティアの活動はコロナ禍により活動が縮小しましたが、その後活動が回復したことにより、「食育推進ボランティアから食育を学んだ人数」は、増加傾向にあります。食育推進ボランティアの高齢化が進んでいるため、対策が必要です。

- ★ 食育推進ボランティアから食育を学んだ人数
- ★ 食育推進ボランティアと学校・企業等との連携回数



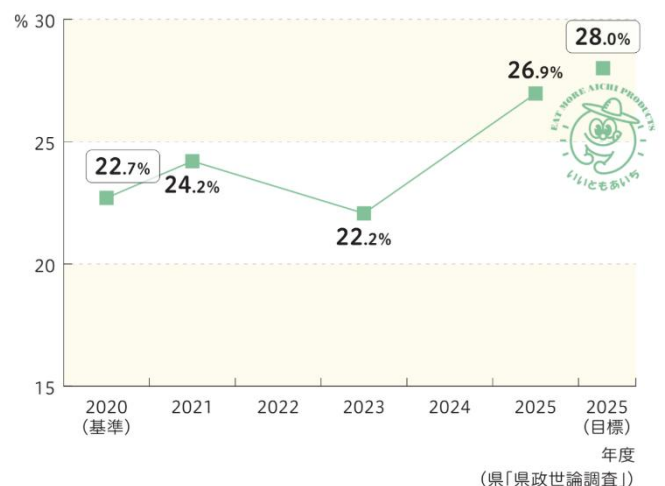
(イ) 多様な関係者による役割分担とネットワークの活用

- 「食育推進ボランティアと学校・企業等との連携回数」については、行政や、各種団体等の連携した食育活動が定着してきたことにより、増加しています。
- 食育を実践している方々は、連携が図られるなど取組が深化し、積極的に食育活動をしている方がいる一方、食育への関心が低い層もみられるため、食育への興味・関心が二極化している傾向にあります。

(ウ) いいともあいち運動の推進と充実

- 「いいともあいち運動」は、県内の消費者と生産者が相互理解や交流を深めたり、地産地消を進めることで、県民みんなで県の農林水産業を盛り上げていく取組です。
- これまで、運動のシンボルマーク（あいまる）の活用促進やPR活動を行ってきた結果、「いいともあいち運動を知っている人の割合」は増加傾向ですが、目標の水準には達していません。「いいともあいち運動」のさらなる浸透を図るためには、SNSを活用するなど、効果的な情報発信や共有を行う必要があります。

★「いいともあいち運動」を知っている人の割合



イ 今後の展開

◆食育にかかる人材の育成

- 食育への関心が薄い層にも食の大切さを届け、県民一人一人が食育について関心を持ち、自らの理想の食生活について考えるためには、地域で食育活動を推進する方々から「気づき」を得ることが効果的です。
- また、生涯を通じて食育を学ぶことは重要であり、大人の食生活において食育を学び直し、食への関心の向上や生産や製造の現場を知る機会の増加につながるよう、社会人を対象とした大人への食育推進体制の充実や食育推進ボランティアの新規確保と活動の充実を図ります。

◆多様な関係者による連携の強化

- 活動の場があれば活動したいと考えている食育推進ボランティア向けに、活動主体同士の情報共有を図るとともに、新規ボランティアの確保に向けた働きかけを行います。
- また、食育への関心が高まるように、デジタル技術を活用した食育に関する情報発信など充実を図ります。

◆いいともあいち運動の推進と充実

- いいともあいち運動の推進に向けて、生産者団体、流通関係者、消費者団体等の相互の情報の共有化を図り、つながりを一層充実させていく必要があります。このため、各団体の取組についてSNS等を活用して情報の発信と共有化を図ります。
- また、消費者が農林水産業に触れる機会である体験イベントに関する情報を集約して発信することで、生産者と消費者がつながる機会の創出とあわせ、地産地消の推進を図っていきます。



4 「あいち食育いきいきプラン2025」における食育の目標と達成状況

(1) 食を通じて健康な「体」をつくるための目標

	項 目	基準年
①	朝食を毎日食べる習慣がある小中学生の割合	93.2% (2020)
②	朝食を毎日食べる習慣がある高校生の割合	86.0% (2020)
③	朝食を欠食しない若い世代の割合	89.1% (2020)
④	適正体重の小中学生の割合	88.8% (2019)
⑤	自分の適正体重を認識し、体重コントロールを実践している成人の割合	32.8% (2020)
⑥	永久歯にむし歯のない中学生の割合	80.6% (2019)
⑦	何でも噛んで食べることができる成人の割合	82.0% (2018)
⑧	朝食に野菜を食べている小中学生の割合	55.9% (2020)
⑨	毎日3回以上野菜を食べる成人の割合	17.7% (2020)

(2) 食を通じて豊かな「心」を育むための目標

	項 目	基準年
⑩	1日最低1食、家族や友人と一緒に楽しく食事をする人の割合	57.7% (2020)
⑪	農林漁業体験学習に取り組む小学校の割合（名古屋市を除く）	77.8% (2019)
⑫	県等が実施するイベントや農林漁業体験の参加者数	14.6万人 (2019)
⑬	郷土料理等の食文化を家庭や地域で次世代に伝えている人の割合	41.2% (2020)

(3) 食を通じて「環境」に優しい暮らしを築くための目標

	項 目	基準年
⑭	無駄や廃棄の少ない食事づくりを積極的に行っている人の割合	45.8% (2020)
⑮	学校給食において全食品数に占める県産食品数の割合	40.4% (2020)
⑯	学校給食において年間に使用した県産食品の種類	55種類 (2019)
⑰	県産農林水産物を優先して購入する県民の割合	15.4% (2020)

(4) 食育を「支える」ための目標

	項 目	基準年
⑱	食育推進ボランティアから食育を学んだ人数	11.1万人 (2019)
⑲	食育推進ボランティアと学校・企業等との連携回数	227回 (2019)
⑳	「いいともあいち運動」を知っている人の割合	22.7% (2020)

(状況...◎：達成 ○：改善 △：改善見られず 2026.5月末の状況 ◎：4 ○：5 △：11)

	2021	2022	2023	2024	2025	最終値	状況	目標(2025)
①	92.6%	90.7%	91.3%	88.9%	89.4%	89.4%(2025)	△	98%以上
②	85.7%	83.8%	83.0%	81.9%	81.5%	81.5%(2025)	△	91%以上
③	85.4%	-	86.5%	-	84.3%	84.3%(2025)	△	91%以上
④	87.1%	84.5%	88.3%	87.5%	86.9%	86.9%(2025)	△	91%以上
⑤	34.2%	-	35.2%	-	35.0%	35.0%(2025)	◎	35%以上
⑥	81.9%	84.4%	84.6%	85.3%	-	85.3%(2024)	◎	85%以上
⑦	82.3%	81.8%	-	-	-	81.8%(2022)	△	87%以上
⑧	61.9%	61.5%	60.7%	57.9%	58.1%	58.1%(2025)	○	80%以上
⑨	17.5%	-	17.3%	-	17.1%	17.1%(2025)	△	20%以上

	2021	2022	2023	2024	2025	最終値	状況	目標(2025)
⑩	68.0%	-	65.0%	-	62.4%	62.4%(2025)	○	70%以上
⑪	69.8%	71.1%	73.0%	72.9%	70.2%	70.2%(2025)	△	80%以上
⑫	13.6万人	15.0万人	16.8万人	16.5万人	14.2万人 (推定値)	14.2万(2025) (推定値)	△	18.5万人以上
⑬	47.2%	37.3%	45.5%	44.9%	41.7%	41.7%(2025)	○	50%以上

	2021	2022	2023	2024	2025	最終値	状況	目標(2025)
⑭	47.6%	52.3%	54.4%	53.4%	56.7%	56.7%(2025)	◎	50%以上
⑮	38.2%	38.0%	38.1%	36.0%	34.7%	34.7%(2025)	△	45%以上
⑯	58種類	59種類	55種類	54種類	-	54種類(2024)	△	60種類以上
⑰	13.3%	-	18.6%	-	19.6%	19.6%(2025)	○	25%以上

	2021	2022	2023	2024	2025	最終値	状況	目標(2025)
⑱	2.7万人	5.7万人	4.5万人	6.8万人	9.5万人	9.5万人(2025)	△	12万人以上
⑲	287回	289回	352回	316回	409回	409回(2025)	◎	240回以上
⑳	24.2%	-	22.2%	-	26.9%	26.9%(2025)	○	28%以上