

議題2

消費者を対象とするWeb調査結果について

東京農業大学総合研究所 石見佳子

厚生労働科研費補助金 FA-3 循環器疾患・糖尿病等生活習慣病対策総合研究事業
栄養素及び食品の適切な摂取のための行動変容につながる日本版栄養プロフィールモデル試案の策定に
向けた基礎的研究(19FA2001) 研究代表者:石見 佳子

健康的な食行動の実践を支援するための日本版栄養 プロフィールモデル試案の実行可能性調査: 食習慣改善意欲の有無による横断的検討

多田 由紀¹, 吉崎 貴大², 横山 友里³, 竹林 純⁴, 岡田 恵美子⁴, 瀧本 秀美⁴, 石見 佳子⁵

¹東京農業大学応用生物科学部栄養科学科, ²東洋大学食環境科学部食環境科学科,

³地方独立行政法人東京都健康長寿医療センター研究所,

⁴国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所, ⁵東京農業大学総合研究所

栄養学雑誌 Vol.81 No.5 246~259(2023)

消費者3000名を対象としたWeb調査の実施

目的: 食習慣改善への意欲の有無などによる, 日本版栄養プロフィールモデル試案に基づく包装前面栄養表示や活用資料へのニーズを把握する.

対象: 年齢は18~79歳

国勢調査の性別, 年代, 地域の分布を考慮

食習慣改善意欲の分布に偏りが生じないように, 令和元年国民健康・栄養調査における回答と同程度の割合を各年代で確保.

方法: 回答者は活用資料を読み, 日本版栄養プロフィールモデル試案に基づく包装前面栄養表示や活用可能性などを回答. 食習慣改善に対する現在の気持の回答結果から, 改善意欲なし群($n=1187$), 改善意欲あり群($n=1465$), 自分の食習慣に問題はない群($n=348$)の3群に分類し, 回答状況を比較.

活用資料の一部

健康に良いとされる機能性成分が含まれていても、熱量や脂質、食塩が多く含まれている商品もあります。

☹️マークがついていたら、摂取目安量以上に食べないことや、利用頻度に注意しましょう。



※事業者による自主的な表示例(イメージ)

機能性表示食品

事務的作業による、一時的・心理的なストレスを低減する
GABA
(γ-アミノ酪酸)
を配合

栄養成分表示+栄養プロフィールモデル

	熱量	たんぱく質	脂質	炭水化物	食塩相当量
1袋(50g) 当たり	290kcal ☹️	3.5g	18.6g ☹️	27.1g	0.2g 😊
一日の摂取目安に対する割合	14.3%	6.2%	32.9%	8.9%	4.3%

%は「日本人の食事摂取基準(2020年版)」18歳以上の性・年代別推定エネルギー必要量等の平均値から算出

食事は主食・主菜・副菜のバランスが大切です。たとえば、食塩の多い主菜を選んだら、主食や副菜は食塩の少ない調理法にする(調味料を減らす)など、食事全体で調節しましょう。一日全体の量や、習慣として食べる量も意識することが大切です。

適正体重や一日に必要なエネルギー量などの詳細は厚生労働省のホームページへ。

<https://www.smartlife.mhlw.go.jp/event/disease/nutrition/>



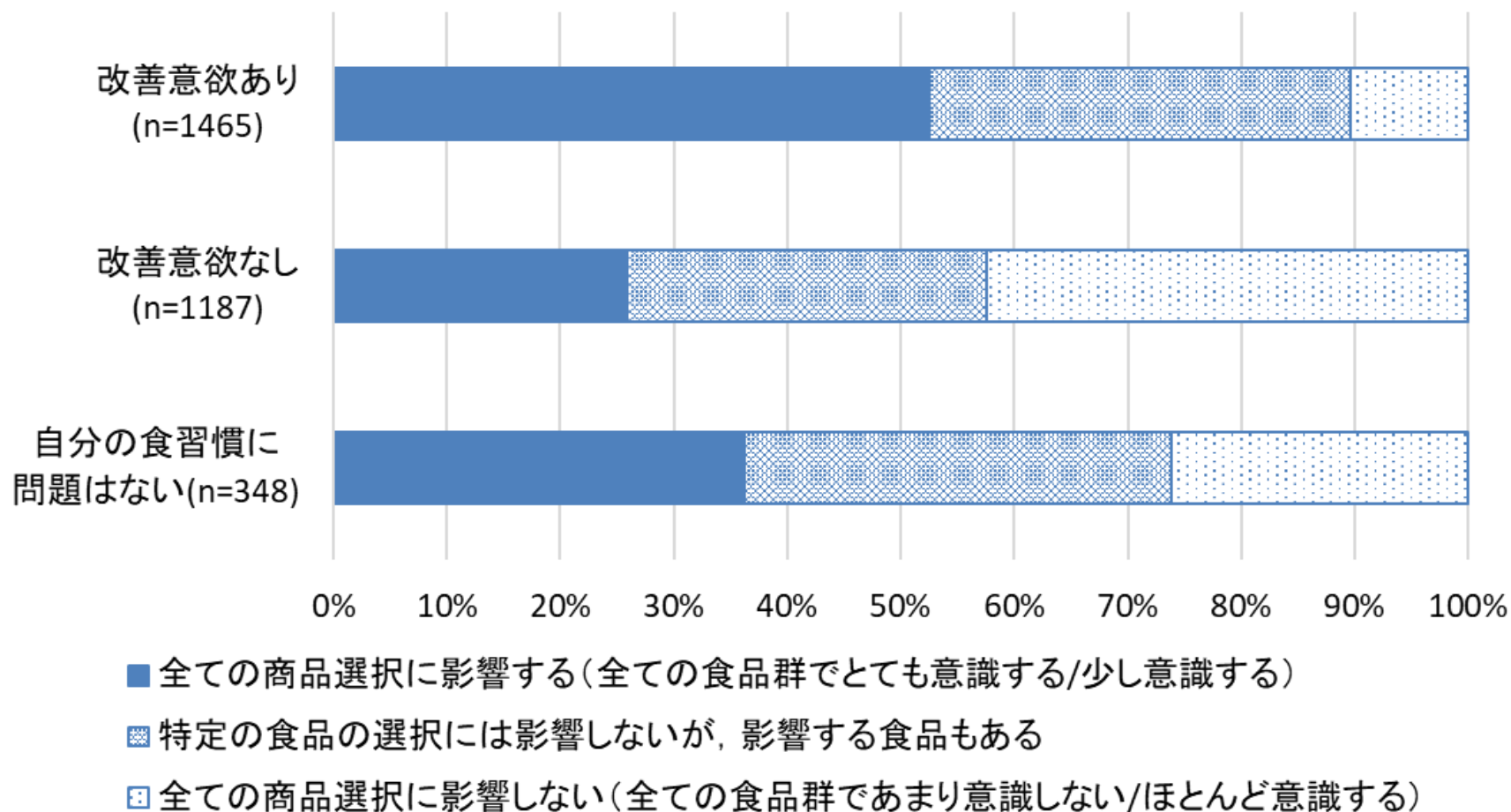
参加者特性

		改善意欲 なし群 (<i>n</i> = 1, 187)	改善意欲 あり群 (<i>n</i> = 1, 465)	自身の食習慣に 問題はない認識の群 (<i>n</i> = 348)	<i>p</i>
性別	男性	668 (56.3) ^a	650 (44.4) ^b	168 (48.3)	<0.001
	女性	519 (43.7) ^b	815 (55.6) ^a	180 (51.7)	
年代3区分	18～39歳	357 (30.1)	453 (30.9)	69 (19.8) ^b	<0.001
	40～64歳	578 (48.7) ^a	666 (45.5)	135 (38.8) ^b	
	65歳以上	252 (21.2) ^b	346 (23.6)	144 (41.4) ^a	
婚姻状況	未婚	438 (36.9) ^a	482 (32.9)	72 (20.7) ^b	<0.001
	既婚	652 (54.9) ^b	869 (59.3)	244 (70.1) ^a	
	離死別	97 (8.2)	114 (7.8)	32 (9.2)	
職業	有職（会社員、公務員等）	688 (58.0)	848 (57.9)	173 (49.7) ^b	<0.001
	専業主婦・主夫	213 (17.9) ^b	345 (23.5) ^a	96 (27.6) ^a	
	学生・家事手伝い・無職	286 (24.1) ^a	272 (18.6) ^b	79 (22.7)	
最終学歴	学士・修士・博士	509 (42.9) ^b	723 (49.4) ^a	167 (48.0)	0.003
	その他	678 (57.1) ^a	742 (50.6) ^b	181 (52.0)	
同居者	なし	239 (20.1)	278 (19.0)	43 (12.4) ^b	0.004
	あり	948 (79.9)	1,187 (81.0)	305 (87.6) ^a	
調理担当者	本人	434 (45.8) ^b	719 (60.6) ^a	155 (50.8)	<0.001
	その他	514 (54.2) ^a	468 (39.4) ^b	150 (49.2)	

n = 3,000, 表中の値は人数 (%)

χ^2 検定 (有意だった場合, 残差分析を行った (a, 有意に多い項目; b, 有意に少ない項目))

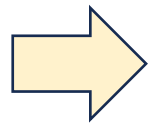
日本版栄養プロフィールモデル試案に基づく包装 前面栄養表示が自身の商品選択に及ぼす影響



χ^2 検定の結果, 3群間で有意差あり ($p < 0.001$)

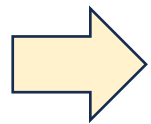
まとめ

食習慣の改善意欲がある者は、栄養成分表示の参考頻度が高かったが、同時に、より理解しやすい栄養成分表示へのニーズも高かった。



日本版 NP モデル試案に基づく包装前面栄養表示は、食習慣の改善意欲がある者に広く受け入れられ、健康的な食行動の実践に良い影響を及ぼす可能性が示された。

食習慣の改善意欲がない者は、栄養成分表示へのニーズが低く、日本版 NP モデル試案に基づく包装前面栄養表示の活用は限定的であることが示唆された。



無関心層の食行動を効果的に改善するためには、包装前面表示に加えて、食品関連事業者に健康的な食品の開発を促すといった他方面からの検討が課題である。