

「うちのお店も健康づくり応援団の店」 を活用した地域ぐるみの食育推進

○上村浩子(大阪府茨木保健所)、渡邊東穂、
柴田雅子、西本香代子、江上ひとみ、中村清美
、田中悦子(府保健所)、金山有希、大西智美、
撫井 賀代(府健康づくり課)、多門隆子(相愛
大学)、佐藤真一(千葉県立衛生研究所、大阪
府立大学公衆栄養実践研究センター)

【目的】平成23年度から夕食時の介入による知識・意識・行動レベルの変化を企図して行っている「野菜バリバリヘルシー居酒屋推進事業」の効果的な事業展開方法を探ることを目的に、居酒屋店利用者および店主・従業員を対象に質問紙を用いた調査を行った。

ヘルシー居酒屋の定義

- ・野菜たっぷりメニューを提供する
(一品で野菜70g以上)
- ・野菜たっぷりメニューの栄養成分表示および食事バランスガイドによる表示を行う
- ・卓上メモやメッセージバナーなどによる健康栄養情報提供を行う

【方法】平成23年4月から平成25年3月の間に、事業実施43店舗の利用者と店主・店員を対象に、自記式質問紙調査を実施し、集計解析した。

【結果】

①対象者の属性

利用者272人(男141人, 女124人, 無回答7人)、

店主・店員111人(男64人, 女45人, 無回答2人)

から回答を得た。

表1 対象者の年齢階級のうちわけ

	利用者 (n=272)	店主・店員 (n=111)
20歳代以下	63 (23.2)	31 (27.9)
30歳代	47 (17.3)	26 (23.4)
40歳代	47 (17.3)	29 (26.1)
50歳代	62 (22.8)	12 (10.6)
60歳以上	43 (15.9)	12 (10.6)
無回答	10 (3.7)	1 (0.9)

表2 利用者の職種区分のうちわけ

利用者 (n=272)	
会社員	122 (44.9)
自営業	33 (12.2)
学生	26 (9.6)
その他	65 (23.9)
無回答	26 (9.6)

表3 利用者の外食の頻度のうちわけ

利用者 (n=272)	
ほぼ毎日	21 (7.7)
週3~4回	35 (12.9)
週1~2回	86 (31.6)
月2~3回	61 (22.4)
ほとんどしない	65 (23.9)
無回答	4 (1.5)

() は%

②アンケート結果

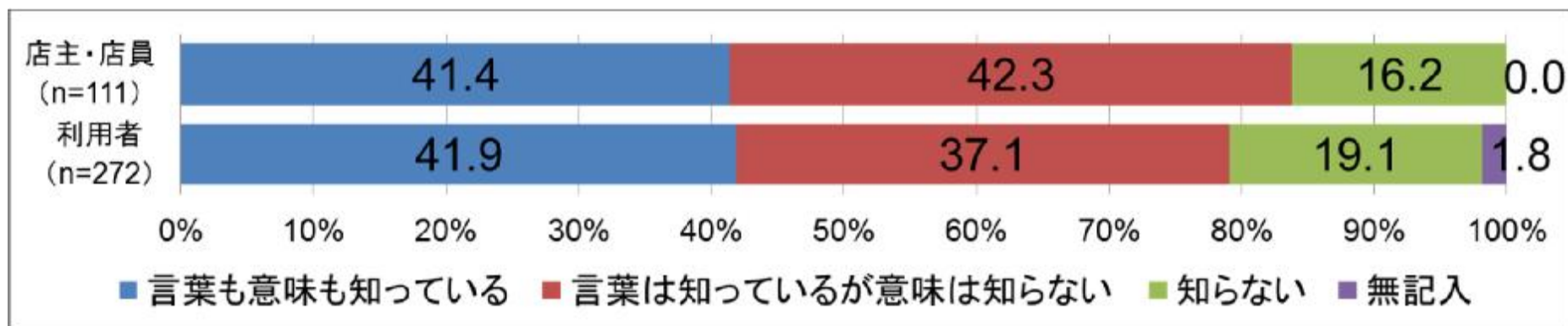


図1 店主および利用者別にみた「食育」の認知度について

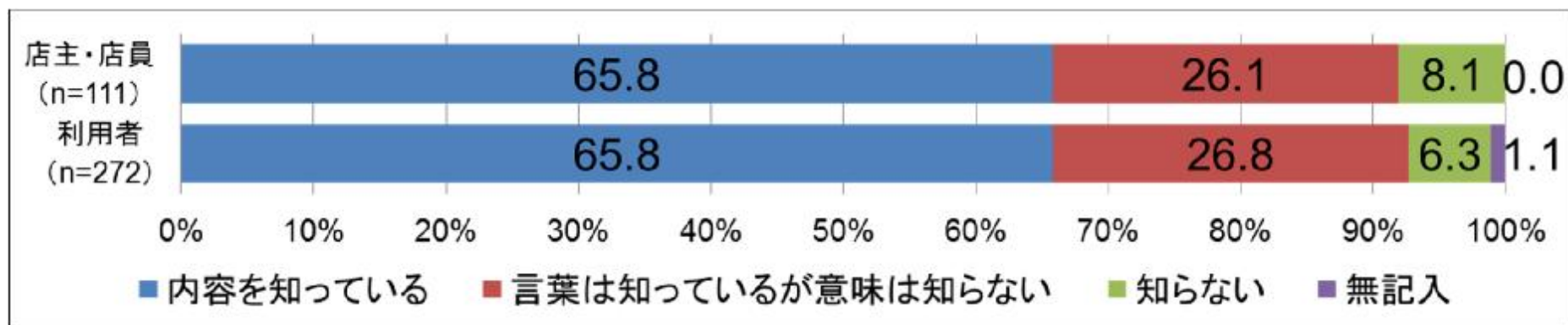


図2 店主および利用者別にみた「メタボリックシンドローム」の認知度について

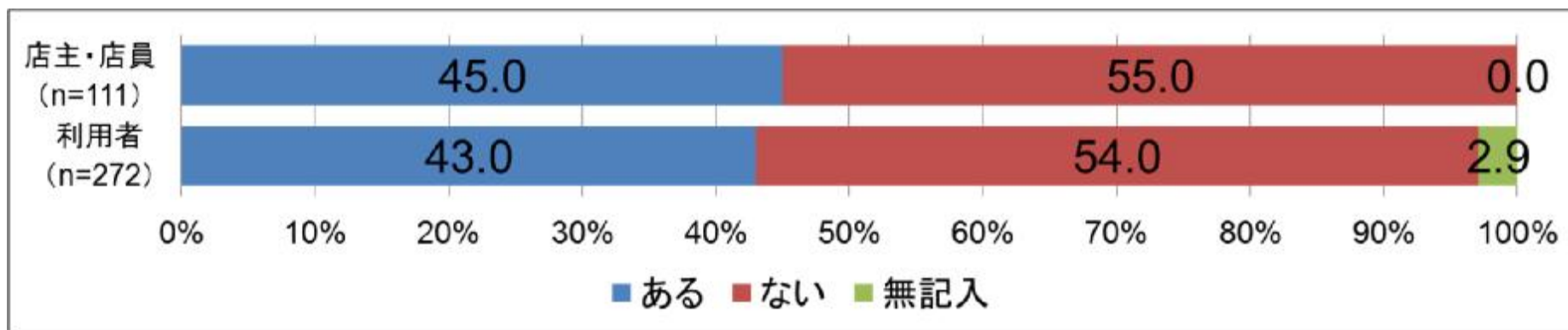


図3 店主および利用者別にみた「食事バランスガイド」の認知度について

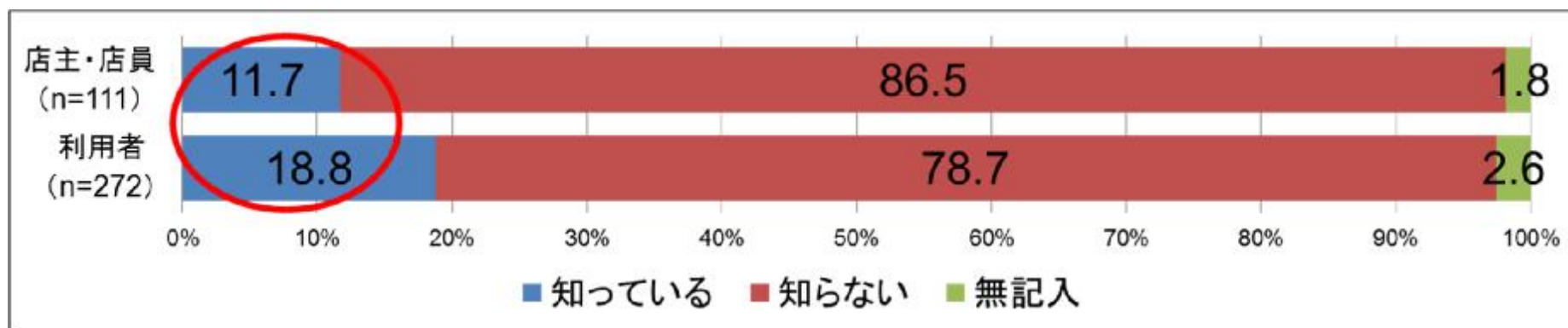


図4 店主および利用者別にみた「1日の野菜の摂取目標量」の認知度について

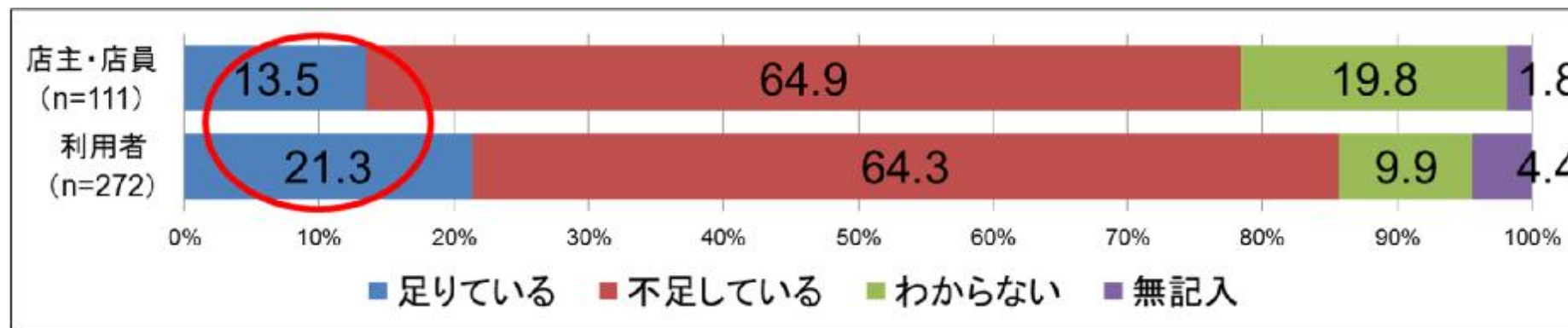


図5 店主および利用者別にみた野菜の充足率の認知について

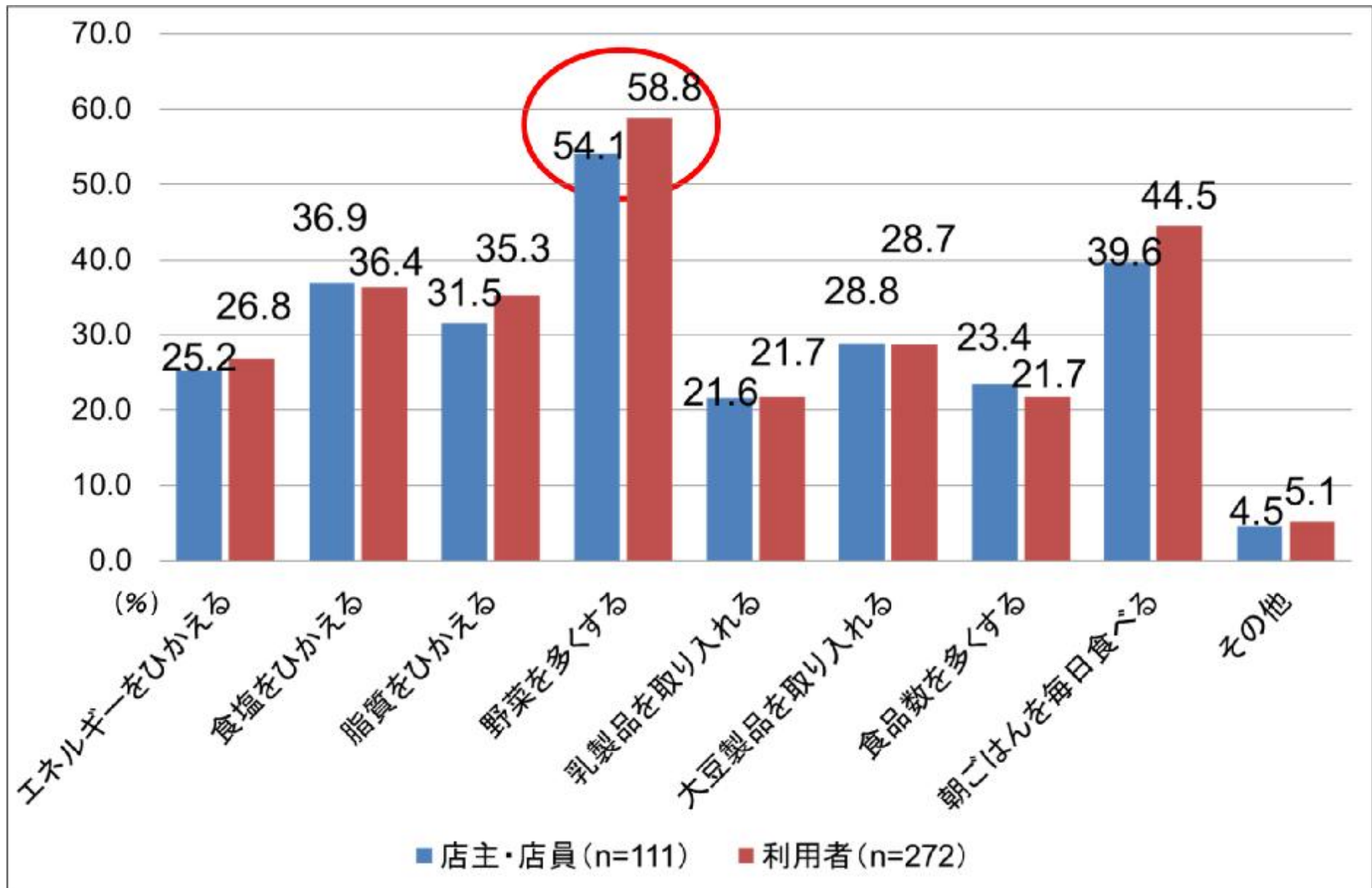


図6 店主、利用者別にみた普段食生活に気をつけていることの頻度の割合

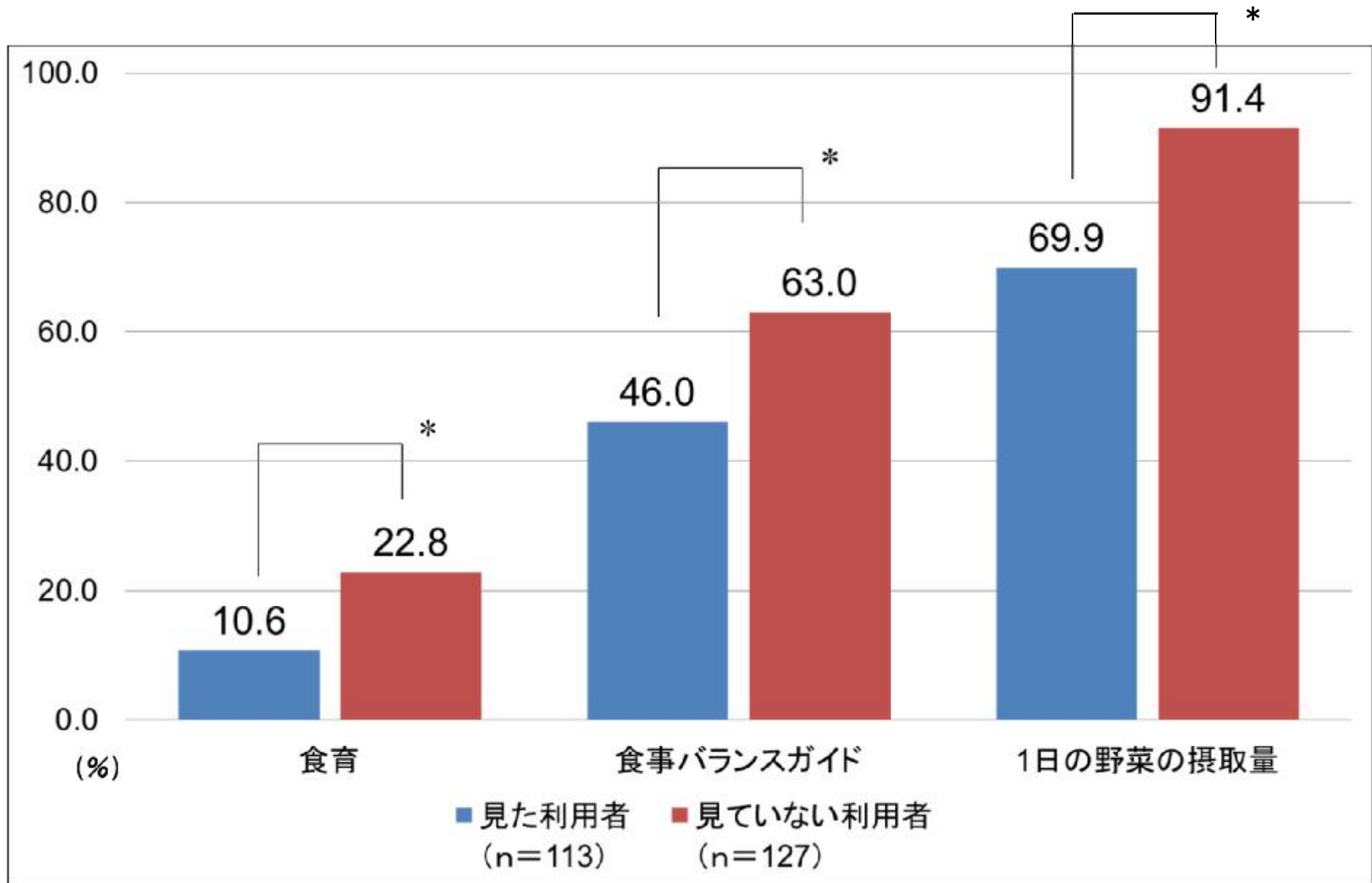


図7 利用者における栄養関係情報の関心別にみた食に関する知識について「知らない」と答えた者の割合

*2群の比率の差の検定 $P < 0.05$

事業実施店主の意見

- お客様にもよいことだし売り上げにもつながった。
- 働いているスタッフの意識が高まって、それがよかった。
- お客様にこういうことを心掛けてくださいと伝えられるものがあればよい。
- 各店舗にあわせてPOP・PRを組んでもらうと助かる。小さめの方がよい。

【考察】店主・店員の野菜摂取に対する知識・意識レベルを上げることが、利用者にわかりやすい健康栄養情報の提供方法、売れる野菜メニューの開発につながり、利用者にも有効な対策になると考える。今後、店主の知識・意識の向上をはかるとともに、店主側からの要望や提案が増えるように引き続き支援する。