

図22 2) 重要性-主食・野菜・野菜をそろえること

男性	非常に重要		まあ重要		どちらともいえない		あまり重要ではない		無記入	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	94	53.71	72	41.14	8	4.57	1	0.57	0	0
介入群 介入後	65	46.1	6	5.67	9	2.13	0	0	0	0
対照群 介入前	187	46.26	172	47.65	18	4.99	4	1.11	0	0
介入群 介入後	117	42.86	131	47.99	18	6.59	5	1.83	0	0

図23 2) 重要性-主食・野菜・野菜をそろえること

女性	非常に重要		まあ重要		どちらともいえない		あまり重要ではない		無記入	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	184	66.91	85	30.91	6	2.18	0	0	0	0
介入群 介入後	129	61.72	79	37.8	1	0.46	0	0	0	0
対照群 介入前	384	66.67	175	30.38	14	2.43	2	0.35	1	0.17
介入群 介入後	237	59.1	147	36.88	9	2.24	7	1.75	0	0

図23 3) 重要性-副菜を1日2回以上食べること

男性	非常に重要		まあ重要		どちらともいえない		あまり重要ではない		無記入	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	65	37.14	80	45.71	25	14.29	4	2.29	1	0.57
介入群 介入後	61	36.17	63	44.68	22	15.8	4	2.84	1	0.71
対照群 介入前	114	31.58	168	46.54	68	18.84	10	2.77	1	0.28
介入群 介入後	86	31.5	133	46.72	42	15.39	11	4.03	1	0.37

図23 3) 重要性-副菜を1日2回以上食べること

女性	非常に重要		まあ重要		どちらともいえない		あまり重要ではない		無記入	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	142	51.64	103	37.45	28	9.45	4	1.45	0	0
介入群 介入後	95	45.45	84	44.98	19	9.09	1	0.48	0	0
対照群 介入前	307	53.3	210	36.46	55	8.55	4	0.69	0	0
介入群 介入後	190	47.38	175	43.64	29	7.23	5	1.25	0	0

図23 4) 重要性-脂肪を取り過ぎないようにする

男性	非常に重要		まあ重要		どちらともいえない		あまり重要ではない		無記入	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	92	52.57	67	38.29	12	6.86	3	1.71	1	0.57
介入群 介入後	68	48.94	58	39.72	13	9.22	2	1.42	1	0.71
対照群 介入前	171	47.37	154	42.86	26	7.2	7	1.94	2	0.55
介入群 介入後	129	47.25	119	43.59	16	5.86	5	1.83	3	1.1

図23 4) 重要性-脂肪を取り過ぎないようにする

女性	非常に重要		まあ重要		どちらともいえない		あまり重要ではない		無記入	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	171	62.18	95	34.55	8	2.91	1	0.38	0	0
介入群 介入後	105	50.24	93	44.5	11	5.26	0	0	0	0
対照群 介入前	347	80.24	209	38.28	12	2.08	5	0.87	2	0.35
介入群 介入後	220	54.88	170	42.39	10	2.49	0	0	0	0

図24 1) 自體-栄養のバランスを考えると

男性	かなりできる		少しかできる		どちらともいえない		あまりできない		まったくできない		無記入	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	37	21.14	67	38.29	41	23.43	25	14.29	6	2.86	0	0
介入群 介入後	21	14.69	61	43.28	31	21.99	24	17.02	3	2.13	1	0.71
対照群 介入前	51	14.13	148	41	83	22.99	68	18.84	10	2.77	1	0.28
介入群 介入後	34	12.45	121	44.32	68	24.18	46	16.85	5	1.83	1	0.37

図24 1) 自體-栄養のバランスを考えると

女性	かなりできる		少しかできる		どちらともいえない		あまりできない		まったくできない		無記入	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	87	31.64	134	48.73	38	13.09	17	6.18	1	0.38	0	0
介入群 介入後	65	31.1	95	45.45	27	12.92	19	9.09	2	0.96	1	0.48
対照群 介入前	164	28.47	289	50.17	71	12.33	45	7.81	6	1.04	1	0.17
介入群 介入後	99	24.69	213	53.12	50	12.47	32	7.88	5	1.25	2	0.5

図24 2) 自體-主食・野菜・野菜をそろえること

男性	かなりできる		少しかできる		どちらともいえない		あまりできない		まったくできない		無記入	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	55	31.43	56	32	31	17.71	25	14.29	8	4.57	0	0
介入群 介入後	41	28.08	52	36.88	22	15.6	22	15.8	4	2.84	0	0
対照群 介入前	83	22.99	135	37.4	60	22.16	57	15.79	5	1.39	1	0.28
介入群 介入後	58	20.51	120	43.98	58	21.25	32	11.72	6	2.2	1	0.37

問24 2) 自費・主食・副菜をそろえること

女性	かなりできる		少しかできる		どちらともいえ		あまりできない		まったくできない		無記入	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	107	38.91	103	37.45	43	15.64	18	6.55	4	1.45	0	0
介入後	82	39.23	82	39.23	27	12.92	16	7.66	2	0.96	0	0
対照群 介入前	237	41.15	198	34.38	79	13.72	53	9.2	7	1.22	2	0.35
介入後	130	32.42	167	41.65	55	13.72	44	10.97	4	1	1	0.25

問24 3) 自費・副菜を1日に2回以上食べること

女性	かなりできる		少しかできる		どちらともいえ		あまりできない		まったくできない		無記入	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	46	28.29	58	33.14	30	17.14	33	18.68	7	4	1	0.57
介入後	41	29.08	47	33.33	28	19.88	22	15.6	3	2.13	0	0
対照群 介入前	70	19.39	143	39.61	82	22.71	58	16.07	6	2.32	0	0
介入後	49	17.95	116	42.12	82	22.71	41	15.02	4	1.47	2	0.73

問24 3) 自費・副菜を1日に2回以上食べること

女性	かなりできる		少しかできる		どちらともいえ		あまりできない		まったくできない		無記入	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	113	41.09	97	35.27	43	15.64	18	6.55	3	1.09	1	0.38
介入後	85	40.87	80	39.28	28	12.44	16	7.66	2	0.96	0	0
対照群 介入前	225	39.06	212	36.81	86	14.93	46	7.91	7	1.22	1	0.17
介入後	131	32.87	165	41.15	57	14.21	40	9.98	5	1.25	3	0.75

問24 4) 自費・副菜を取り過ぎないようにする

女性	かなりできる		少しかできる		どちらともいえ		あまりできない		まったくできない		無記入	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	52	28.71	74	42.28	29	16.57	15	8.57	4	2.28	1	0.57
介入後	27	19.15	76	53.9	20	14.18	13	9.22	4	2.94	1	0.71
対照群 介入前	78	21.61	158	43.77	75	20.78	49	13.57	1	0.28	0	0
介入後	59	21.61	133	48.72	48	18.85	31	11.36	3	1.1	1	0.37

問24 4) 自費・副菜を取り過ぎないようにする

女性	かなりできる		少しかできる		どちらともいえ		あまりできない		まったくできない		無記入	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	120	43.84	108	39.27	30	10.91	13	4.73	4	1.45	0	0
介入後	78	37.8	102	48.8	23	11	4	1.91	0	0	1	0.48
対照群 介入前	210	38.46	290	50.35	57	9.9	18	2.78	1	0.17	2	0.35
介入後	139	34.66	205	51.12	39	9.73	15	3.74	2	0.5	1	0.25

問25 食に対する知識

男性	十分に知る		まあまあある		あまりない		まったくない		無記入	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	17	9.71	75	42.86	72	41.14	11	6.29	0	0
介入後	13	9.22	82	43.97	55	30.01	11	7.8	0	0
対照群 介入前	38	10.53	132	36.57	158	43.77	32	8.88	1	0.28
介入後	28	10.28	118	43.22	102	37.38	25	9.18	0	0

問25 食に対する知識

女性	十分に知る		まあまあある		あまりない		まったくない		無記入	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	50	18.18	173	62.91	46	16.73	6	2.18	0	0
介入後	32	15.31	129	61.72	43	20.57	5	2.39	0	0
対照群 介入前	86	14.93	371	64.41	113	18.62	6	1.04	0	0
介入後	61	15.21	257	64.09	78	19.45	4	1	1	0.25

問26 食環境について

男性	十分に整っている		まあまあ整っている		あまり整っていない		まったく整っていない		無記入	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	8	4.57	67	38.29	89	50.86	8	4.57	3	1.71
介入後	4	2.84	82	43.97	70	49.85	5	3.55	0	0
対照群 介入前	9	2.49	141	39.06	179	49.58	31	8.59	1	0.28
介入後	4	1.47	110	40.29	141	51.65	15	5.49	3	1.1

問26 食環境について

女性	十分に整っている		まあまあ整っている		あまり整っていない		まったく整っていない		無記入	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	13	4.73	117	42.55	134	48.73	8	2.91	3	1.09
介入後	10	4.78	104	49.76	86	41.15	7	3.35	2	0.96
対照群 介入前	16	2.78	298	51.74	250	43.4	8	1.39	4	0.69
介入後	13	3.24	225	56.11	152	37.91	9	2.24	2	0.5

図27 食に対する判断力

女性	かなりできる		少しできる		どちらともいえない		あまりできない		まったくできない		無記入	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	29	16.57	68	38.86	49	28	24	13.71	5	2.66	0	0
介入群 介入後	17	12.08	65	46.1	33	23.4	23	16.31	3	2.13	0	0
対照群 介入前	49	13.57	123	34.07	105	29.09	72	19.94	11	3.05	1	0.23
介入群 介入後	34	12.45	109	39.83	73	26.74	49	17.95	8	2.93	3	1.1

図27 食に対する判断力

女性	かなりできる		少しできる		どちらともいえない		あまりできない		まったくできない		無記入	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	72	28.18	125	45.45	57	20.73	19	6.91	2	0.73	0	0
介入群 介入後	45	21.53	105	50.24	41	19.62	17	8.13	1	0.48	0	0
対照群 介入前	115	19.97	280	48.61	134	23.26	41	7.12	5	0.87	1	0.17
介入群 介入後	82	20.45	195	48.83	95	23.69	24	5.99	4	1	1	0.25

図28 周囲に流されずに食すること

女性	かなりできる		少しできる		どちらともいえない		あまりできない		まったくできない		無記入	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	14	8	45	25.71	52	29.71	34	30.86	10	5.71	0	0
介入群 介入後	14	9.93	35	24.82	53	37.59	28	19.86	11	7.8	0	0
対照群 介入前	19	5.26	80	22.18	124	34.35	113	31.3	24	6.65	1	0.27
介入群 介入後	18	6.59	58	21.25	92	33.7	63	30.4	21	7.69	1	0.25

図28 周囲に流されずに食すること

女性	かなりできる		少しできる		どちらともいえない		あまりできない		まったくできない		無記入	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	23	8.36	92	33.45	98	35.64	63	19.27	9	3.27	0	0
介入群 介入後	23	11	64	30.82	80	36.28	58	18.16	4	1.91	0	0
対照群 介入前	68	11.81	165	28.65	213	36.98	106	18.4	23	3.99	1	0.17
介入群 介入後	48	11.47	123	30.67	151	37.66	73	18.2	7	1.75	1	0.25

図29 食生活に対する家族の協力度

女性	非常に協力的		まあまあ協力的		あまり協力的でない		協力的でない		無記入			
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)		
介入群 介入前	65	37.14	78	44.67	13	7.43	1	0.57	7	4	11	6.29
介入群 介入後	41	29.08	71	50.35	9	6.38	3	2.13	15	10.64	2	1.42
対照群 介入前	99	27.42	184	50.97	28	7.76	7	1.94	36	9.97	7	1.94
介入群 介入後	66	31.5	126	46.15	23	8.42	5	1.83	28	10.28	5	1.83

図29 食生活に対する家族の協力度

女性	非常に協力的		まあまあ協力的		あまり協力的でない		協力的でない		無記入			
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)		
介入群 介入前	68	24	157	57.09	24	8.73	3	1.09	21	7.84	4	1.45
介入群 介入後	41	19.82	124	59.33	23	11	8	2.87	14	6.7	1	0.48
対照群 介入前	117	20.31	337	60.51	49	8.51	13	2.28	47	8.16	13	2.28
介入群 介入後	77	19.2	235	58.6	41	10.22	4	1	34	8.49	10	2.49

図30 食生活に対する家族の期待

女性	非常に期待している		少しは期待している		あまり期待していない		まったく期待していない		無記入			
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)		
介入群 介入前	84	48	63	36	8	4.57	3	1.71	6	3.43	11	6.29
介入群 介入後	53	37.59	67	47.52	5	3.55	1	0.71	12	8.51	3	2.13
対照群 介入前	148	40.44	145	40.17	28	7.76	3	0.83	33	8.14	6	1.66
介入群 介入後	113	41.39	103	37.73	25	8.16	2	0.73	24	8.79	6	2.2

図30 食生活に対する家族の期待

女性	非常に期待している		少しは期待している		あまり期待していない		まったく期待していない		無記入			
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)		
介入群 介入前	87	31.64	139	50.55	23	8.36	1	0.36	20	7.27	5	1.82
介入群 介入後	55	26.32	109	52.15	20	9.57	2	0.96	21	10.05	2	0.98
対照群 介入前	187	29.99	270	48.88	61	10.59	6	1.04	56	9.72	18	2.78
介入群 介入後	119	29.68	191	47.63	42	10.47	3	0.75	36	8.98	10	2.49

図31 健康的な食生活が家族にとって重要か

女性	非常に重要		まあまあ重要		どちらともいえない		あまり重要でない		重要ではない		無記入	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	103	58.86	40	22.86	18	10.29	3	1.71	0	0	11	6.29
介入群 介入後	73	51.77	41	29.08	20	14.18	2	1.42	1	0.71	4	2.84
対照群 介入前	180	49.88	108	29.36	61	16.9	5	1.39	1	0.28	8	2.22
介入群 介入後	143	52.38	68	24.91	47	17.22	8	2.93	2	0.73	5	1.83

図31 健康的な食生活が家族にとって重要か

女性	非常に重要		まあまあ重要		どちらともいえない		あまり重要でない		重要ではない		無記入	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	170	61.82	72	26.18	27	9.82	1	0.36	1	0.36	4	1.45
介入群 介入後	107	51.2	75	35.89	19	9.09	2	0.96	2	0.96	4	1.91
対照群 介入前	326	56.8	159	27.6	72	12.5	5	0.87	1	0.17	13	2.28
介入群 介入後	209	50.62	117	29.18	65	16.21	3	0.75	0	0	13	3.24

問32 精肉の入手方法

男性	地区内スーパー-地区外スーパー-コンビニ											
	肉屋		N (%)		N (%)		N (%)		N (%)		N (%)	
介入群	介入前	11	6.29	138	77.71	7	4	1	0.57			
	介入後	6	4.26	98	69.5	7	4.96	1	0.71			
対照群	介入前	40	11.08	249	68.98	27	7.48	2	0.55			
	介入後	27	8.89	144	52.75	16	5.88	1	0.37			
生協												
	介入前	0	0	2	1.14	10	5.71	0	0	8	4.57	
	介入後	0	0	2	1.42	3	2.13	0	0	24	17.02	
対照群	介入前	0	0	5	1.39	18	4.99	0	0	20	5.54	
	介入後	1	0.37	3	1.1	19	6.96	0	0	63	23.08	
直売店												
	介入前	0	0	2	1.14	10	5.71	0	0	8	4.57	
	介入後	0	0	2	1.42	3	2.13	0	0	24	17.02	
対照群	介入前	0	0	5	1.39	18	4.99	0	0	20	5.54	
	介入後	1	0.37	3	1.1	19	6.96	0	0	63	23.08	
産直・通販												
	介入前	0	0	2	1.14	10	5.71	0	0	8	4.57	
	介入後	0	0	2	1.42	3	2.13	0	0	24	17.02	
対照群	介入前	0	0	5	1.39	18	4.99	0	0	20	5.54	
	介入後	1	0.37	3	1.1	19	6.96	0	0	63	23.08	
その他												
	介入前	0	0	2	1.14	10	5.71	0	0	8	4.57	
	介入後	0	0	2	1.42	3	2.13	0	0	24	17.02	
対照群	介入前	0	0	5	1.39	18	4.99	0	0	20	5.54	
	介入後	1	0.37	3	1.1	19	6.96	0	0	63	23.08	

問32 精肉の入手方法

女性	2地区内スーパー-3地区外スーパー-5生協											
	1肉屋		N (%)		N (%)		N (%)		N (%)		N (%)	
介入群	介入前	23	8.36	188	72	13	4.73	0	0			
	介入後	19	9.09	137	65.55	7	3.35	1	0.48			
対照群	介入前	74	12.85	377	65.45	38	6.6	1	0.17			
	介入後	50	12.47	204	50.87	33	8.23	0	0			
6直売店												
	介入前	9	3.27	27	9.82	0	0	5	1.82			
	介入後	2	0.98	26	12.44	0	0	17	8.13			
対照群	介入前	9	1.56	63	10.94	0	0	14	2.43			
	介入後	3	0.75	45	11.22	0	0	66	18.46			
7産直・通販												
	介入前	9	3.27	27	9.82	0	0	5	1.82			
	介入後	2	0.98	26	12.44	0	0	17	8.13			
対照群	介入前	9	1.56	63	10.94	0	0	14	2.43			
	介入後	3	0.75	45	11.22	0	0	66	18.46			
8その他												
	介入前	9	3.27	27	9.82	0	0	5	1.82			
	介入後	2	0.98	26	12.44	0	0	17	8.13			
対照群	介入前	9	1.56	63	10.94	0	0	14	2.43			
	介入後	3	0.75	45	11.22	0	0	66	18.46			

問32 野菜の入手方法

男性	地区内スーパー-地区外スーパー-コンビニ											
	八百屋		N (%)		N (%)		N (%)		N (%)		N (%)	
介入群	介入前	23	13.14	122	69.71	6	3.43	2	1.14			
	介入後	12	8.51	82	65.25	3	2.13	2	1.42			
対照群	介入前	47	13.02	231	63.99	18	4.99	3	0.83			
	介入後	50	18.32	126	46.15	11	4.03	0	0			
生協												
	介入前	11	6.29	1	0.57	1	0.57	2	1.14	7	4	
	介入後	4	2.84	1	0.71	1	0.71	1	0.71	25	17.73	
対照群	介入前	33	9.14	3	0.83	5	1.39	3	0.83	18	4.99	
	介入後	22	8.06	0	0	4	1.47	0	0	60	21.98	
直売店												
	介入前	11	6.29	1	0.57	1	0.57	2	1.14	7	4	
	介入後	4	2.84	1	0.71	1	0.71	1	0.71	25	17.73	
対照群	介入前	33	9.14	3	0.83	5	1.39	3	0.83	18	4.99	
	介入後	22	8.06	0	0	4	1.47	0	0	60	21.98	
産直・通販												
	介入前	11	6.29	1	0.57	1	0.57	2	1.14	7	4	
	介入後	4	2.84	1	0.71	1	0.71	1	0.71	25	17.73	
対照群	介入前	33	9.14	3	0.83	5	1.39	3	0.83	18	4.99	
	介入後	22	8.06	0	0	4	1.47	0	0	60	21.98	
その他												
	介入前	11	6.29	1	0.57	1	0.57	2	1.14	7	4	
	介入後	4	2.84	1	0.71	1	0.71	1	0.71	25	17.73	
対照群	介入前	33	9.14	3	0.83	5	1.39	3	0.83	18	4.99	
	介入後	22	8.06	0	0	4	1.47	0	0	60	21.98	

問32 野菜の入手方法

女性	地区内スーパー-地区外スーパー-生協											
	八百屋		N (%)		N (%)		N (%)		N (%)		N (%)	
介入群	介入前	33	12	183	66.55	7	2.55	34	12.36			
	介入後	41	19.82	125	59.81	2	0.96	19	9.09			
対照群	介入前	106	18.4	328	56.94	25	4.34	89	15.45			
	介入後	82	20.45	179	44.64	24	5.99	46	11.47			
6直売店												
	介入前	1	0.36	10	3.64	2	0.73	5	1.82			
	介入後	1	0.48	3	1.44	3	1.44	15	7.18			
対照群	介入前	4	0.69	4	0.69	6	1.04	14	2.43			
	介入後	0	0	2	0.5	4	1	64	15.96			
7産直・通販												
	介入前	1	0.36	10	3.64	2	0.73	5	1.82			
	介入後	1	0.48	3	1.44	3	1.44	15	7.18			
対照群	介入前	4	0.69	4	0.69	6	1.04	14	2.43			
	介入後	0	0	2	0.5	4	1	64	15.96			
8その他												
	介入前	1	0.36	10	3.64	2	0.73	5	1.82			
	介入後	1	0.48	3	1.44	3	1.44	15	7.18			
対照群	介入前	4	0.69	4	0.69	6	1.04	14	2.43			
	介入後	0	0	2	0.5	4	1	64	15.96			

問32 鮮魚入手場所

男性	地区内スーパー-地区外スーパー-コンビニ									
	魚屋		N (%)		N (%)		N (%)		N (%)	
介入群 介入前	17	9.71	134	76.57	8	3.43	1	0.57		
介入群 介入後	8	6.38	85	67.38	8	5.67	3	2.13		
対照群 介入前	49	13.57	246	68.14	28	7.2	1	0.28		
介入群 介入後	29	10.82	142	52.01	14	5.13	1	0.37		
生協										
介入群 介入前	0	0	0	0	9	5.14	0	0	8	4.57
介入群 介入後	0	0	1	0.71	2	1.42	0	0	23	16.31
対照群 介入前	0	0	3	0.83	19	5.28	0	0	16	4.43
介入群 介入後	1	0.37	2	0.73	19	6.96	0	0	66	24.18
産直・通販										
介入群 介入前										
介入群 介入後										
対照群 介入前										
介入群 介入後										
その他										
介入群 介入前										
介入群 介入後										
対照群 介入前										
介入群 介入後										

問32 鮮魚の入手方法

女性	地区内スーパー-3地区外スーパー-5生協									
	1肉屋		N (%)		N (%)		N (%)		N (%)	
介入群 介入前	23	8.36	199	72.36	12	4.36	0	0		
介入群 介入後	20	9.57	145	69.38	9	4.31	0	0		
対照群 介入前	94	16.32	349	60.59	47	8.18	0	0		
介入群 介入後	39	9.73	209	52.12	33	8.23	1	0.25		
6直売店										
介入群 介入前	8	2.18	29	10.55	0	0	6	2.18		
介入群 介入後	3	1.44	15	7.18	0	0	17	8.13		
対照群 介入前	9	1.56	61	10.59	0	0	15	2.6		
介入群 介入後	4	1	47	11.72	0	0	68	18.96		
8その他										
介入群 介入前										
介入群 介入後										
対照群 介入前										
介入群 介入後										

問32 米入手方法

男性	地区内スーパー-地区外スーパー-コンビニ									
	米		N (%)		N (%)		N (%)		N (%)	
介入群 介入前	18	10.29	95	54.29	7	4	1	0.57		
介入群 介入後	16	11.35	62	43.97	7	4.96	3	2.13		
対照群 介入前	59	16.34	165	45.71	14	3.88	4	1.11		
介入群 介入後	40	14.65	87	31.87	9	3.3	1	0.37		
生協										
介入群 介入前	1	0.57	16	9.14	28	16	0	0	9	5.14
介入群 介入後	2	1.42	9	6.38	17	12.06	0	0	25	17.73
対照群 介入前	5	1.39	37	10.25	57	15.79	0	0	20	5.54
介入群 介入後	1	0.37	32	11.72	40	14.85	0	0	63	23.08
産直・通販										
介入群 介入前										
介入群 介入後										
対照群 介入前										
介入群 介入後										
その他										
介入群 介入前										
介入群 介入後										
対照群 介入前										
介入群 介入後										

問32 米の入手方法

女性	2地区内スーパー-3地区外スーパー-4コンビニ									
	1肉屋		N (%)		N (%)		N (%)		N (%)	
介入群 介入前	20	7.27	144	52.38	6	2.18	0	0		
介入群 介入後	21	10.05	105	50.24	6	2.87	0	0		
対照群 介入前	96	16.67	237	41.15	15	2.6	2	0.35		
介入群 介入後	42	10.47	144	35.91	16	3.99	1	0.25		
5生協										
介入群 介入前	1	0.36	39	14.18	60	21.82	0	0	5	1.82
介入群 介入後	4	1.91	21	10.05	32	15.31	0	0	20	9.57
対照群 介入前	10	1.74	73	12.67	128	21.88	0	0	17	2.95
介入群 介入後	3	0.75	41	10.22	89	22.19	0	0	85	16.21
6直売店										
介入群 介入前										
介入群 介入後										
対照群 介入前										
介入群 介入後										
7産直・通販										
介入群 介入前										
介入群 介入後										
対照群 介入前										
介入群 介入後										
8その他										
介入群 介入前										
介入群 介入後										
対照群 介入前										
介入群 介入後										

問32 加工・冷凍食品入手場所

男性	地区内スーパー						地区外スーパー						コンビニ		生協
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	
介入群	105	60	33	18.86	2	1.14	16	9.14							
介入後	84	59.57	17	12.06	3	2.13	6	4.26							
対照群	205	56.79	56	15.51	4	1.11	34	9.42							
介入後	121	44.32	27	9.89	6	2.2	30	10.99							
産直・通販															
その他															
買わない															
無回答															
介入群	1	0.57	2	1.14	4	2.29	12	6.86							
介入後	2	1.42	0	0	4	2.84	25	17.73							
対照群	8	2.22	3	0.83	12	3.32	39	10.8							
介入後	6	2.2	0	0	10	3.68	73	26.74							

問32 加工・冷凍食品入手場所

女性	地区内スーパー						地区外スーパー						コンビニ		生協
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	
介入群	157	57.09	38	13.82	1	0.36	44	16							
介入後	117	55.98	19	9.09	0	0	32	15.31							
対照群	300	52.08	88	15.28	5	0.87	89	15.45							
介入後	186	48.38	45	11.22	4	1	57	14.21							
産直・通販															
その他															
買わない															
無回答															
介入群	5	1.82	3	1.09	12	4.36	15	5.45							
介入後	6	2.87	3	1.44	6	2.87	26	12.44							
対照群	12	2.08	5	0.87	21	3.65	56	9.72							
介入後	11	2.74	5	1.25	15	3.74	78	19.45							

問32 惣菜入手場所

男性	惣菜屋						地区内スーパー						地区外スーパー						コンビニ	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)		
介入群	13	7.43	107	61.14	7	4	3	1.71												
介入後	13	9.22	68	48.23	7	4.96	4	2.84												
対照群	42	11.63	198	54.85	18	4.99	10	2.77												
介入後	26	9.52	104	38.1	17	6.23	4	1.47												
生協																				
その他																				
買わない																				
無回答																				
介入群	2	1.14	6	3.43	14	8	23	13.14												
介入後	0	0	5	3.55	9	6.38	35	24.82												
対照群	13	3.6	10	2.77	21	5.82	49	13.57												
介入後	13	4.76	6	2.2	21	7.69	82	30.04												

問32 惣菜入手場所

女性	惣菜屋						地区内スーパー						地区外スーパー						コンビニ	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)		
介入群	39	14.18	109	39.64	10	3.64	2	0.73												
介入後	25	11.96	80	38.28	7	3.35	1	0.48												
対照群	92	15.97	230	39.93	26	4.51	6	1.04												
介入後	57	14.21	142	35.41	18	4.49	7	1.75												
生協																				
その他																				
買わない																				
無回答																				
介入群	15	5.45	25	9.09	46	16.73	29	10.55												
介入後	10	4.78	16	7.66	33	15.79	37	17.7												
対照群	31	5.38	50	8.68	51	8.85	90	15.63												
介入後	16	3.99	31	7.73	43	10.72	87	21.7												

問34 食品店などの野菜の選びやすさ

男性	十分に選んでいる						あまり選んでいない						まったく選んでいない		無回答
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	
介入群	33	18.86	113	64.57	17	9.71	0	0	11	6.29	1	0.57			
介入後	26	19.86	85	67.38	14	9.93	0	0	4	2.84	0	0			
対照群	63	17.45	240	66.48	39	10.8	3	0.83	13	3.6	3	0.83			
介入後	39	14.29	189	69.23	28	10.28	4	1.47	11	4.03	2	0.73			

図34 食品店などの野菜の選びやすさ

女性	十分に選んでいる		あまり選んでいない		まったく選んでいない		無回答	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)		
介入群 介入前	42	15.27	194	70.55	29	10.55	3	1.08
介入後	95	16.75	138	66.03	27	12.92	2	1.44
対照群 介入前	104	18.08	392	68.06	57	9.9	2	0.52
介入後	94	13.47	285	71.07	48	11.97	2	0.5

図35 食品店などの惣菜商品の選びやすさ

女性	十分に選んでいる		あまり選んでいない		まったく選んでいない		無回答	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)		
介入群 介入前	16	9.14	67	38.29	82	35.43	8	4.57
介入後	12	8.51	64	45.38	41	28.08	5	3.55
対照群 介入前	17	4.71	167	48.28	113	31.3	12	3.32
介入後	16	5.86	141	51.85	77	28.21	7	2.56

図35 食品店などの惣菜商品の選びやすさ

女性	十分に選んでいる		あまり選んでいない		まったく選んでいない		無回答	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)		
介入群 介入前	11	4	132	48	101	36.73	8	2.91
介入後	9	4.31	91	43.64	77	36.84	4	1.91
対照群 介入前	34	5.8	269	48.7	195	33.85	21	3.65
介入後	20	4.88	187	48.83	142	35.41	6	1.5

図36 食品店などからの食・健康情報収集

女性	十分に選んでいる		どちらともいえない		あまり選んでいない		無回答	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)		
介入群 介入前	3	1.71	21	12	71	40.57	61	34.88
介入後	1	0.71	18	12.77	82	43.97	44	31.21
対照群 介入前	3	0.83	40	11.08	142	38.34	120	33.24
介入後	4	1.47	34	12.45	108	38.83	84	34.43

図36 食品店などからの食・健康情報収集

女性	十分に選んでいる		どちらともいえない		あまり選んでいない		無回答		
	N	(%)	N	(%)	N	(%)			
介入群 介入前	6	2.18	42	15.27	82	33.45	103	37.45	
介入後	1	0.49	43	20.57	87	41.83	66	31.58	
対照群 介入前	11	1.91	99	17.19	234	177	30.73	61	8.85
介入後	9	2.24	68	16.96	154	38.4	137	34.16	

図37 学校からの子供を通じた食・健康情報収集

男性	十分に選んでいる		どちらともいえない		あまり選んでいない		無回答	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)		
介入群 介入前	2	1.14	23	13.14	47	26.88	35	20
介入後	4	2.94	14	9.93	28	18.44	37	23.24
対照群 介入前	2	0.55	34	9.42	78	21.61	69	19.11
介入後	2	0.73	25	9.16	58	21.25	52	19.05

図37 学校からの子供を通じた食・健康情報収集

女性	十分に選んでいる		どちらともいえない		あまり選んでいない		無回答	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)		
介入群 介入前	2	0.73	30	10.91	44	16	44	16
介入後	1	0.48	35	18.75	42	20.1	30	14.95
対照群 介入前	7	1.22	72	12.5	113	19.62	72	12.5
介入後	5	1.25	43	10.72	83	20.7	55	13.72

図38 食環境整備に関する参加意識

男性	多いと思う		少しは思う		どちらともいえない		あまり思わない		無回答
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	
介入群 介入前	12	6.86	47	26.88	85	37.14	41	23.43	
介入後	8	5.87	33	23.4	58	39.72	37	26.24	
対照群 介入前	17	4.71	91	25.21	127	35.18	82	25.48	
介入後	8	2.93	61	18.68	105	38.46	86	31.5	

図38 食環境整備に関する参加意識

女性	多いと思う		少しは思う		どちらともいえない		あまり思わない		無回答
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	
介入群 介入前	19	4.73	92	33.45	103	37.45	51	18.55	
介入後	7	3.35	60	28.71	75	35.89	54	25.84	
対照群 介入前	40	6.94	187	28.89	214	37.15	119	20.66	
介入後	23	5.74	106	26.43	149	37.16	105	26.18	

図39 食について学習する時間(家族以外)

男性	たくさんいる		少しいる		どちらともいえない		あまりいない		無回答
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	
介入群 介入前	3	1.71	29	18.57	23	13.14	61	34.86	
介入後	3	2.13	31	21.99	22	15.8	45	31.91	
対照群 介入前	7	1.94	71	19.87	53	14.68	122	33.8	
介入後	10	3.66	45	16.48	45	16.48	91	33.33	

図38 食について学習する仲間(家族以外)

女性	たくさんいる		少しいる		どちらともいえないあまりいない		まったくいない		無回答	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	22	8	105	38.18	24	8.73	80	28.09	44	18
介入群 介入後	12	5.74	80	38.28	33	15.79	84	30.82	19	9.09
対照群 介入前	50	8.88	228	39.58	65	14.78	141	24.48	69	11.98
介入後	23	5.74	188	41.9	63	15.71	102	25.44	42	10.47

図40 地域の食学習会参加意欲

女性	ぜひ参加したい		少し参加したい		どちらともいえないあまり参加したくなく参加した無回答	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	5	2.88	28	14.86	87	39.29
介入群 介入後	4	2.84	21	14.89	48	34.04
対照群 介入前	6	1.86	53	14.88	132	36.57
介入後	3	1.1	29	10.82	78	28.94

図40 地域の食学習会参加意欲

女性	ぜひ参加したい		少し参加したい		どちらともいえないあまり参加したくなく参加した無回答	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	16	5.82	83	30.18	92	33.45
介入群 介入後	8	3.83	51	24.4	82	39.23
対照群 介入前	35	6.08	118	20.49	233	40.45
介入後	21	5.24	88	21.45	151	37.68

図41 食事より他のお金を使いたいという考えについて

女性	強く思う		少し思う		どちらともいえないあまりそう思わなかったく思う無回答	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	7	4	25	14.29	76	43.43
介入群 介入後	2	1.42	20	14.18	54	38.3
対照群 介入前	13	3.8	50	13.85	145	40.17
介入後	6	2.2	39	14.29	122	44.69

図41 食事より他のお金を使いたいという考えについて

女性	強く思う		少し思う		どちらともいえないあまりそう思わなかったく思う無回答	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	3	1.09	27	9.82	119	43.27
介入群 介入後	5	2.39	19	9.09	83	44.5
対照群 介入前	10	1.74	60	10.42	223	38.72
介入後	10	2.49	55	13.72	159	38.65

図42 1) 知識-1日に摂取する野菜の量

男性	100g程度		200g程度		350g程度		500g以上		まったくわからな無回答	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	4	2.29	41	23.43	54	30.88	17	8.71	57	32.57
介入群 介入後	4	2.84	44	31.21	44	31.21	15	10.84	34	24.11
対照群 介入前	17	4.71	101	27.98	106	28.36	35	9.7	86	26.59
介入後	10	3.68	74	27.11	91	33.33	18	8.59	78	28.57

図42 1) 知識-1日に摂取する野菜の量

女性	100g程度		200g程度		350g程度		500g以上		まったくわからな無回答	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	5	1.82	68	24.73	122	44.38	40	14.55	38	13.82
介入群 介入後	3	1.44	49	23.44	98	45.93	19	9.09	33	15.79
対照群 介入前	13	2.28	138	23.98	234	40.83	78	13.19	105	18.23
介入後	13	3.24	100	24.94	171	42.64	53	13.22	54	13.47

図42 2) 知識-摂取カロリーに占める脂肪の適切な割合

男性	15-20%		20-25%		25-30%		30-35%		まったくわからな無回答	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	62	35.43	39	22.29	10	5.71	3	1.71	60	34.29
介入群 介入後	55	39.01	33	23.4	9	6.38	1	0.71	43	30.5
対照群 介入前	136	37.87	78	21.81	22	6.09	0	0	119	32.98
介入後	78	27.84	83	30.4	14	5.13	2	0.73	85	34.8

図42 2) 知識-摂取カロリーに占める脂肪の適切な割合

女性	15-20%		20-25%		25-30%		30-35%		まったくわからな無回答	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	150	64.55	65	20	10	3.64	55	20	5	1.82
介入群 介入後	104	49.78	42	20.1	6	2.87	1	0.48	44	21.05
対照群 介入前	270	46.88	133	23.09	25	4.34	2	0.35	138	23.98
介入後	172	42.89	119	29.68	14	3.48	1	0.25	83	20.7

図42 3) 知識-1日に摂取する食物繊維

男性	10-15g		15-20g		20-25g		25-30g		まったくわからな無回答	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	7	4	35	20	40	22.86	30	17.14	82	46.43
介入群 介入後	6	4.28	28	18.44	39	27.66	24	17.02	48	32.82
対照群 介入前	15	4.18	51	14.13	103	28.59	63	17.45	122	33.6
介入後	8	2.93	34	12.45	82	30.04	53	19.41	92	33.7

問43 10)好きな食べ物

女性	大好き		どちらともいえない		やや嫌い		大嫌い		無回答	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	41	14.91	147	53.45	64	23.27	20	7.27	2	0.73
介入群 介入後	24	11.48	121	57.29	49	23.44	12	5.74	1	0.48
対照群 介入前	81	14.06	304	52.78	131	22.74	50	8.68	5	0.87
対照群 介入後	52	12.97	204	50.87	103	25.69	37	9.23	3	0.75

問 4 5. 世田谷区の印象

世田谷区一(ア)子供がのびのび育つまち

女性	そう思う		どちらともいえない		そう思わない		無回答	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	60	34.29	100	57.14	15	8.57	0	0
介入群 介入後	58	41.13	76	53.9	6	4.26	1	0.71
対照群 介入前	83	22.99	226	62.6	45	12.47	7	1.94
対照群 介入後	89	32.6	144	52.75	38	13.92	2	0.73

女性	そう思う		どちらともいえない		そう思わない		無回答	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	96	34.91	158	57.45	17	6.18	4	1.45
介入群 介入後	75	35.89	109	52.15	22	10.53	3	1.44
対照群 介入前	150	26.04	329	57.12	90	15.63	7	1.22
対照群 介入後	124	30.92	219	54.61	51	12.72	7	1.75

世田谷区一(イ)ひとりとりが自分らしく生きられるまち

男性	そう思う		どちらともいえない		そう思わない		無回答	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	52	29.71	113	64.57	9	5.14	1	0.57
介入群 介入後	51	36.17	80	56.74	8	5.67	2	1.42
対照群 介入前	108	29.92	220	60.94	28	7.76	5	1.39
対照群 介入後	74	27.11	177	64.84	21	7.69	1	0.37

女性	そう思う		どちらともいえない		そう思わない		無回答	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	104	37.82	147	53.45	23	8.36	1	0.36
介入群 介入後	73	34.93	124	59.33	9	4.31	3	1.44
対照群 介入前	181	31.42	339	56.85	49	8.51	7	1.22
対照群 介入後	123	30.67	238	59.35	37	9.23	3	0.75

世田谷区一(ウ)病気や障害があっても自分らしく生きられるまち

男性	そう思う		どちらともいえない		そう思わない		無回答	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	29	16.57	122	69.71	24	13.71	0	0
介入群 介入後	38	26.95	84	59.57	17	12.06	2	1.42
対照群 介入前	54	14.96	243	67.31	58	16.07	6	1.66
対照群 介入後	47	17.22	177	64.84	48	17.58	1	0.37

女性	そう思う		どちらともいえない		そう思わない		無回答	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	65	23.64	176	64	32	11.64	2	0.73
介入群 介入後	48	22.97	131	62.68	26	12.44	4	1.91
対照群 介入前	92	15.97	385	66.84	91	15.8	8	1.39
対照群 介入後	81	20.2	261	65.09	56	13.97	3	0.75

世田谷区一(エ)個人の主体的判断に基づく健康づくりができるまち

男性	そう思う	どちらともいえ		そう思わない		無回答			
		ない	い	い	ない				
	N	(%)	N	(%)	N	(%)			
介入群	介入前	29	16.57	129	73.71	16	9.14	1	0.57
	介入後	37	26.24	90	63.83	11	7.8	3	2.13
対照群	介入前	58	16.07	259	71.75	38	10.53	6	1.66
	介入後	42	15.38	192	70.33	38	13.92	1	0.37

女性	そう思う	どちらともいえ		そう思わない		無回答			
		ない	い	い	ない				
	N	(%)	N	(%)	N	(%)			
介入群	介入前	59	21.45	187	68	27	9.82	2	0.73
	介入後	45	25.84	134	84.11	16	7.66	5	2.39
対照群	介入前	100	17.36	398	69.1	70	12.15	8	1.39
	介入後	83	20.7	278	69.33	35	8.73	5	1.25

世田谷区一(オ)健康づくりに関する情報が得やすいまち

男性	そう思う	どちらともいえ		そう思わない		無回答			
		ない	い	い	ない				
	N	(%)	N	(%)	N	(%)			
介入群	介入前	26	14.86	122	69.71	27	15.43	0	0
	介入後	27	19.15	98	69.5	14	9.93	2	1.42
対照群	介入前	43	11.91	256	70.91	55	15.24	7	1.94
	介入後	42	15.38	187	68.5	43	15.75	1	0.37

女性	そう思う	どちらともいえ		そう思わない		無回答			
		ない	い	い	ない				
	N	(%)	N	(%)	N	(%)			
介入群	介入前	60	21.82	166	60.36	46	16.73	3	1.09
	介入後	52	24.98	132	63.16	21	10.05	4	1.91
対照群	介入前	97	16.84	379	65.8	92	15.97	8	1.39
	介入後	83	20.7	251	62.59	62	15.46	5	1.25

世田谷区一(カ)人との出会い支えあいが広がるまち

男性	そう思う	どちらともいえ		そう思わない		無回答			
		ない	い	い	ない				
	N	(%)	N	(%)	N	(%)			
介入群	介入前	34	19.43	103	58.86	38	21.71	0	0
	介入後	31	21.99	87	61.7	21	14.89	2	1.42
対照群	介入前	51	14.13	235	65.1	69	19.11	6	1.68
	介入後	46	16.85	171	62.64	55	20.15	1	0.37

女性	そう思う	どちらともいえ		そう思わない		無回答			
		ない	い	い	ない				
	N	(%)	N	(%)	N	(%)			
介入群	介入前	61	22.18	170	61.82	42	15.27	2	0.73
	介入後	50	23.92	120	57.42	34	16.27	5	2.39
対照群	介入前	105	18.23	342	59.38	119	20.68	10	1.74
	介入後	81	20.2	251	62.59	68	16.48	3	0.75

世田谷区一(キ)健康づくりや生きがいなどグループ活動が活発なまち

男性	そう思う	どちらともいえ		そう思わない		無回答			
		ない	い	い	ない				
	N	(%)	N	(%)	N	(%)			
介入群	介入前	32	18.29	117	66.86	26	14.86	0	0
	介入後	20	14.18	100	70.92	19	13.48	2	1.42
対照群	介入前	40	11.08	239	66.2	75	20.78	7	1.94
	介入後	36	13.19	177	64.84	59	21.61	1	0.37

女性	そう思う	どちらともいえ		そう思わない		無回答			
		ない	い	い	ない				
	N	(%)	N	(%)	N	(%)			
介入群	介入前	72	26.18	165	60	35	12.73	3	1.09
	介入後	48	22.97	129	61.72	27	12.92	5	2.39
対照群	介入前	111	19.27	358	61.81	101	17.53	8	1.39
	介入後	95	23.69	232	57.86	71	17.71	3	0.75

世田谷区一(ク)地域や地区で協力助け合いができるまち

男性	そう思う	どちらともいえ		そう思わない		無回答			
		N	(%)	N	(%)	N	(%)		
介入群	介入前	27	15.43	113	64.57	35	20	0	0
	介入後	29	20.57	86	60.99	24	17.02	2	1.42
対照群	介入前	40	11.08	249	68.98	65	18.01	7	1.94
	介入後	41	15.02	186	60.81	64	23.44	2	0.73

女性

女性	そう思う	どちらともいえ		そう思わない		無回答			
		N	(%)	N	(%)	N	(%)		
介入群	介入前	50	18.18	173	62.91	50	18.18	2	0.73
	介入後	33	15.79	139	66.51	33	15.79	4	1.91
対照群	介入前	100	17.36	354	61.46	112	19.44	10	1.74
	介入後	84	20.95	235	58.6	78	19.45	4	1

世田谷区一(ク)快適で安心できる環境の中で住み続けられるまち

男性	そう思う	どちらともいえ		そう思わない		無回答			
		N	(%)	N	(%)	N	(%)		
介入群	介入前	69	39.43	88	50.29	18	10.29	0	0
	介入後	66	46.81	63	44.68	10	7.09	2	1.42
対照群	介入前	131	36.29	189	52.35	36	9.97	5	1.39
	介入後	106	38.83	133	48.72	33	12.09	1	0.37

女性

女性	そう思う	どちらともいえ		そう思わない		無回答			
		N	(%)	N	(%)	N	(%)		
介入群	介入前	128	46.55	124	45.09	23	8.36	0	0
	介入後	94	44.98	94	44.98	19	9.09	2	0.96
対照群	介入前	200	34.72	281	48.78	87	15.1	8	1.39
	介入後	136	33.92	207	51.82	58	13.97	2	0.5

世田谷区一(コ)ふるさと意識がもてるまち

男性	そう思う	どちらともいえ		そう思わない		無回答			
		N	(%)	N	(%)	N	(%)		
介入群	介入前	48	27.43	89	50.86	37	21.14	1	0.57
	介入後	44	31.21	77	54.61	18	12.77	2	1.42
対照群	介入前	76	21.05	205	58.79	73	20.22	7	1.94
	介入後	72	26.37	130	47.62	70	24.62	1	0.37

女性

女性	そう思う	どちらともいえ		そう思わない		無回答			
		N	(%)	N	(%)	N	(%)		
介入群	介入前	72	26.18	150	54.55	150	17.45	5	1.82
	介入後	63	30.14	110	52.63	33	15.79	3	1.44
対照群	介入前	118	20.49	317	55.03	133	23.09	8	1.39
	介入後	91	22.69	216	53.87	92	22.94	2	0.5

問 4 6. 健康せたがやプランを知っていますか？

健康せたがやプラン認知度

(男性)

	全く知らない		聞いたことはあるが内容は知らない		内容をおおよそ知っている		無回答	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	131	74.86	40	22.86	3	1.71	1	0.57
介入後	80	56.74	58	41.13	2	1.42	1	0.71
対照群 介入前	285	78.95	69	19.11	4	1.11	3	0.83
介入後	183	67.03	84	30.77	5	1.83	1	0.37

健康せたがやプラン認知度

(女性)

	全く知らない		聞いたことはあるが内容は知らない		内容をおおよそ知っている		無回答	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
介入群 介入前	181	65.82	83	30.18	9	3.27	2	0.73
介入後	99	47.37	101	48.33	7	3.35	2	0.96
対照群 介入前	391	67.88	171	29.69	8	1.39	6	1.04
介入後	170	42.39	210	52.37	18	4.49	3	0.75

厚生労働科学研究費補助金（健康科学総合研究事業）
分担研究報告書

商店街店主による食環境づくり実施状況の変化

分担研究者 村山伸子 新潟医療福祉大学 助教授

分担研究者 中嶋康博 東京大学大学院 助教授

研究要旨：

行動科学に基づいた栄養教育と支援的環境づくりが地域住民の望ましい食習慣の形成にどのように有効かを検証する研究全体の中で、環境づくりの拠点としての商店街が位置づけられている。そこで、本研究では、介入プログラムにより、商店街での健康的な食情報、食物提供の面で食環境がどのように変化したのかを検証することを目的とする。

介入地区2地区と対照地区2地区の主な商店街の全ての店主を対象として自記式質問紙調査を配票法で実施し、事前事後共に回答した介入地区206店、対照地区157店を解析対象とした。調査期間は、事前調査は平成14年11月～平成15年2月、事後調査は平成16年5月～6月に実施した。

介入地区のみで変化が見られた主な項目は、以下であった。

健康づくりに関する情報提供実施店数 23.9%から 36.1%へ増加した ($p<0.001$)。飲食店のうち、栄養成分表示の店・栄養サポート店を知っている人は、介入地区で 11.4%から 34.8%へ有意に増加した ($p<0.01$)。

介入地区と対照地区の両方で変化が見られた項目は以下であった。

健康増進法について知っている人は、介入地区 4.2%から 20.5% ($p<0.001$)、対照地区 6.4%から 25.5% ($p<0.001$) と増加した。同様に、健康増進法に受動喫煙の防止が明記されていることについて知っている人は、介入地区 23.8%から 47.5% ($p<0.001$)、対照地区 24.3%から 51.7% ($p<0.001$) に増加した。

以上より、小学校と商店街を中心とした1年間の取り組みの結果、商店街での食環境として、両地区の商店で健康増進法の認知度が広まったが、介入地区のみで食情報提供店数が増加し、介入の効果が検証された。

A. 研究目的

地域住民の望ましい食習慣の形成を、ヘルスプロモーションの視点からおこなう場合、栄養教育と同時に、支援的環境づくりが重要である¹⁾。支援的環境には、食生活分野の場合、食環境づくり（食情報、食物の提供）と地域活動の強化（周囲の人の支援）が含まれる。

健康日本21でも、環境レベルの目標として、食物へのアクセス面では給食施設、レストラン、食品売場におけるヘルシーメニューの提供比率を上げること、食情報のアクセス面では地域・職域で健康や栄養に関する学習の場の提供と参加者の増加、地域活動の強化では地域や職域で健康や栄養に関する学習や活動を進める自主グループの増加、その利用者の増加、をあげている²⁾。支援的環境づくりの有効性については、欧米では、スーパーや町の商店や飲食店などが拠点となって、地域ベースの介入がおこなわれ、評価がおこなわれている^{3)・6)}。しかし、日本においては、外食等の栄養成分表示（食情報）や食生活改善推進員（地域活動の強化）などの個別のプログラムについて、店主や利用者に調査した報告はあるものの、地域ベースで有効性を検証した研究はみられない。また、国際的にみても、商店街の発信者から地域住民への波及を、食情報と食物面から段階的に検証したものはない。そこで本研究では、環境づくりの拠点として商店街を位置づけ、介入プログラムにより、健康的な食情報、食物提供の面で食環境がどのように変化したのかを検証することを目的とする。

B. 研究方法

1. 研究デザイン

世田谷区内の小中学校区で介入地区2地区と対照地区2地区を設定した。介入地区では、商店街を中心とした支援的環境づくりプログラムと小学校での食教育プログラムを実施し、対照地区では実施しなかった。プログラムの実施前後で介入地区と対照地区の変化を比較する準実験的デザインとした。解析は、介入地区と対照地区の商店の取り組みの変化を比較した。

2. 調査項目

調査項目は、店の種類により取り組み内容が異なるため、①全ての商店対象項目、②食料品店対象の項目、③飲食店対象の項目に分けた。内容は、①は、商店の特性、組織・店間・客とのコミュニケーション、健康づくりに関する情報提供、地域の健康づくりのためにできること、本プロジェクトへの参加状況等である。②は、健康や食・栄養に関するサービスの実施状況等、③は栄養成分表示、それ以外の取り組み状況、である。

3. 調査対象者（表1）

調査は、該当商店街の全ての商店を対象として実施したうち、事前事後共に回答した商店を解析に用いた。回答は商店主に依頼した。表1に配布数と回収数、回収率を示す。

介入地区の回収数（回収率）は、事前281（75.9%）、事後229（87.4%）であり、206店を解析対象とした。対照地区の回収数（回収率）は、事前294（80.5%）、事後185（86.0%）であり、157店を解析対象とした。

事前調査時の配布数に対する解析対象者数（有効回答率）は、介入地区55.7%、対

照地区 43.0%であった (表 1)。

4. 調査方法

介入地区と対照地区の商店街の店主について、自記式質問紙調査を配票法で実施した。商店街の地図と、商店会の名簿をもとに、トレーニングを受けた調査員が訪問し、調査依頼、記入方法の説明、配布し、後日再度訪問して回収した。調査期間は、事前調査は平成 14 年 11 月～平成 15 年 2 月に、事後調査は平成 16 年 5 月～6 月に実施した。

5. 解析方法

介入地区、対照地区毎に、事前事後の差について符号付順位検定をおこない (複数回答以外)、危険率 5%未満を有意とした。

複数回答の項目は、回答者数の実数で表記した。

C. 研究結果

1. 商店の特性 (表 2)

表 2 に示すように、介入地区、対照地区ともに、飲食店 20%前後、食料品小売業 10%前後であった。回答者は、店主が 50～60%であった。回答者の性別は男性 60%、年齢は 40～70 歳が 70～80%をしめていた。従業員数は、介入地区で 3 人以内と少ない傾向がみられた。両地区とも、介入前後の変化はなかった。

2. 組織・店間・客とのコミュニケーション (表 3)

表 3 に組織・店間・客とのコミュニケーションの頻度を示す。商店会の会合への参加が 1 ヶ月に 1 回以上の方は、約 20%である一方、年に 1 回未満は 40～50%であり、

店 (または回答者) によって差があった。他店との情報交換の頻度も、同様に店 (または回答者) による差がみられた。

客とのコミュニケーションが、「どちらかといえば」「非常に」多い店は、60～70%であった。いずれも、介入前後の変化はなかった。

3. 健康づくりのに関する情報提供 (表 4)

表 4 に、健康づくりのに関する情報提供の実施状況を示す。情報提供をしている店は介入地区では事前 23.9%から事後 36.1%に増加した ($p=0.0002$)。一方、対照地区では有意な増加はみられなかった。

介入地区における情報提供の内容は、店にチラシやパンフレットを置く 26 店、店員が健康等について説明する 32 店が多かった。また、内容では、ポスター、チラシやパンフレット、店員の説明とともに、食生活・栄養が多かった。

取り組みをする際の情報の入手先で多かったのは、商店会・商店街 10 店、客・住民 10 店、区 9 店、店独自 8 店であった。

取り組みをおこなう理由では、「客とのコミュニケーションを増やすため」、「住民や客の健康や食生活向上のため」が約 30%と多かった。

4. 地域の健康づくりのためにできること (表 5、表 6)

表 5 に示すように、地域の健康づくりのためにできることが、「多いにあると思う」「少しあると思う」と回答した店は、約半数であり、介入前後の変化はなかった。今後行いたい活動としては、「店にチラシやパンフレットを置く」が最も多かった。

表 6 に健康増進法の認知度を示す。健康

増進法について知っている人は、介入地区 4.2%から 20.5% ($p<0.001$)、対照地区 6.4%から 25.5% ($p<0.001$) と増加した。同様に、健康増進法に受動喫煙の防止が明記されていることについて知っている人は、介入地区 23.8%から 47.5% ($p<0.001$)、対照地区 24.3%から 51.7% ($p<0.001$) に増加した。

5. ばくばく健康キッズ&タウンの取り組みに期待すること（事前のみ）（表7）

表7に示すように、介入前に期待することは、商店街の活性化、自分や家族の健康や食生活の向上、住民や客の健康や食生活の向上、商店・住民・行政のネットワークづくりであった。

6. ばくばく健康キッズ&タウンの取り組みへの参加状況（事後のみ）（表8）

表8に示すように、介入後に「ばくばく健康キッズ&タウン」の取り組みについて聞いたことがある、知っている店は、介入地区 59.2%、対照地区 41.7%にのぼった。

情報入手先としては、介入地区では、商店街やスーパー等でポスター、パンフレットを見た、店の人から聞いたが多かった。両地区で共通して区報で見たという回答が多かった。

また、「ばくばく健康キッズ&タウン」の話を客とした人は 17%、家族や友人とした人は 12%であった。

「ばくばく健康キッズ&タウン」に期待することがあった人は、25%、そのうち、「満足」、「まあ満足」した人は、約 30%であった。

7. 食料品小売店の取り組み状況（表9）

表9に食料品小売店の取り組み状況を示す。栄養成分表示の店、栄養サポート店を知っている人は、両地区とも若干増加したが有意な変化ではなかった。

健康や食・栄養に関するサービスをおこなっている店は、介入地区では、事前 30.8%から事後 46.2%に増加したが有意差はなかった。サービスの内容は、前後共に「店員が健康・食・栄養の説明をおこなう」が多かった。

介入地区では、取り組みをおこなう理由は、「住民・客の健康や食生活の向上」が多かった。今後行いたいサービスは、ポスター等で健康栄養情報の提供が多かった。一方、対照地区では、取り組みをおこなう理由は、「客とのコミュニケーション」が多く、今後おこないたいサービスは、「店員が健康・食・栄養の説明を行う」であった。

8. 飲食店の取り組み状況（表10）

表10に飲食店での取り組み状況について示す。栄養成分表示の店、栄養サポート店を知っている人は、介入地区で 11.4%から 34.8%へ有意に増加した ($p=0.0074$)。

しかし、栄養成分表示の実施については、有意な変化はみられなかった。また、栄養成分表示以外でのサービスの実施状況にも有意な変化はみられなかった。

D. 考察

1. 事前事後の変化について

介入地区のみで変化が見られた項目は、以下のとおりであった。

健康づくりに関する情報提供実施店数は 23.9%から 36.1%に増加した ($p<0.001$)。

飲食店のうち、栄養成分表示の店・栄養サポート店を知っている人は、介入地区で

11.4%から 34.8%に増加した (p<0.01)。

介入地区と対照地区の両方で、有意に変化が見られた項目は以下のとおりであった。

健康増進法について知っている人は、介入地区 4.2%から 20.5% (p<0.001)、対照地区 6.4%から 25.5% (p<0.001) と増加した。同様に、健康増進法に受動喫煙の防止が明記されていることについて知っている人は、介入地区 23.8%から 47.5% (p<0.001)、対照地区 24.3%から 51.7% (p<0.001) に増加した。

以上、健康増進法の認知度が両地区で高まったのは、これらの取り組みや広報が国や世田谷区全体でおこなわれたためと考えられる。

一方、介入地域のみで健康づくりに関する情報提供実施店数が増加した。また、店が取り組みをおこなう際の情報入手先として多かったのは、商店会・商店街、客・住民、区であった。これらから、商店街・住民・区の多様なルートで、各店の情報提供が行われ、地域全体として食情報の提供量が増加したと解釈できる。

予想に反して、変化しなかったのは、食料品店や飲食店での食情報や、食品や料理の提供面であった。食料品店向けの POP などを提供したが、食料品や料理を扱う店だからこそ、統一的な食・栄養情報や食物提供は難しい可能性がある。また 1 年間では変化をするのに充分でないことも考えられる。

2. ヘルスプロモーション・プログラムの担い手としての商店街の役割と可能性について

1) 店の種類と取り組み

介入前には、食品や料理を扱わない店が参加できるかが課題であったが、ポスター掲示やちらしやパンフレットの配布などの情報提供の取り組みであれば、実施可能であり、今後も実施したいとしていることがわかった。むしろ、食料品店や飲食店では変化がなく、それ以外の店も含めた場合に変化がみられた (介入地区の介入後の取り組み実施店は、全体 73 店中、食料品店 12 店、飲食店 12 店)。したがって、地域ベースの取り組みでは、情報提供環境の充実のためには、食料品店や飲食店以外の店も巻き込むことが有効であろう。

2) 商店にとってのメリット

商店が主体的、継続的に活動するためには、商店にとってのメリットがあることが必須である。介入前の調査で、商店が期待することとしては、「商店街の活性化」、「自分や家族の健康や食生活の向上」、「住民や客の健康や食生活の向上」、「商店・住民・行政のネットワークづくり」であった。介入後の調査では、本プロジェクトに期待することがあった人は 25%であり、そのうち満足した人は 30%であった。期待することがあった人が少なかった理由として、本プロジェクトのような地域ベースの取り組みは、前例がないため、当初イメージしにくく、何を期待できるのかわからなかったことが考えられる。また、期待の内容が長期的な取り組みの結果もたらされるものであったため、1 年間では満足が得られなかったことが考えられる。したがって、より具体的で、短期から長期への段階的な目標を設定することで、達成感が得られ、個々の店の取り組みの動機付けになると考えられる。

また、取り組みをする理由としては、「客とのコミュニケーションを増やす」をあげていた。しかし、実際の客とのコミュニケーションの頻度は増加していなかった。客とのコミュニケーションにつながるようなしかけをさらに考える必要がある（小学生の描いたポスターはその1つであり、昨年度のプロセス評価では、良い評価が得られていた）。

また、取り組みの理由として、「住民・客の健康や食生活の向上」も多くあげられていた。したがって、「住民・客の健康や食生活の向上」の結果を提示することにより、商店街の役割や効果を認識し、取り組みの動機につながると考えられる。

3) 食物提供環境の充実にむけて

短期間で食物提供環境を変化させるのは難しいが、介入地区では、飲食店で野菜の多いメニュー提供0店から2店、ご飯・料理の量が選択できる1店から2店に増加した。店が変化した要因、継続の可能性等、ケース毎に分析する必要がある。

E. 結論

介入地区では、健康づくりに関する情報提供実施店数、飲食店のうち、栄養成分表示の店・栄養サポート店を知っている人が増加した。

一方、両地区で、健康増進法について知っている人、健康増進法に受動喫煙の防止が明記されていることについて知っている人が増加した。

以上より、小学校と商店街を中心とした1年間の取り組みの結果、商店街での食環境として、両地区の商店で健康増進法の認

知度が広まったが、介入地区のみで食情報提供店数が増加し、介入の効果が検証された。

引用文献

- 1) 島内憲夫訳：ヘルスプロモーション－WHOオタワ憲章－、垣内出版、1990.
- 2) 健康日本21企画検討会、健康日本21計画策定検討会：健康日本21、健康・体力づくり事業財団、2000.
- 3) Glanz K., et al.: Environmental intervention to promote healthy eating: A review of models, programs, and evidence, *Health Education Quarterly*, 15, 395-415, 1988.
- 4) Glanz K., et al.: Environmental and policy approaches to cardiovascular disease prevention through nutrition: opportunities for state and local action, *Health Education Quarterly*, 22, 512-527, 1995.
- 5) Puska P., et al.: The North Karelia Project, The National Public Health Institute, Finland, 1995.
- 6) 村山伸子、武見ゆかり：ヘルスプロモーション活動としての食環境整備の手法と効果に関する検討－欧米諸国の地域ベースでの取り組み事例から、日本公衆衛生学会、2001.

表1 配布・回収状況

小学校区	商店街	名簿登録数	事前		事後		事前・事後の有効回答数		有効回答率 (%)	事前の配布数に対して	
			配布数	回収数	回収率 (%)	配布数	回収数	回収率 (%)			
介入地区	S小学校区	桜通り商店街	55	33	26	78.8	22	21	95.5	20	60.6
		上町銀座商店街	42	40	31	77.5	24	21	87.5	20	50.0
	Y小学校区	ボロ市通り商店街	111	113	80	70.8	76	70	92.1	60	53.1
		用賀商店街	237	184	144	78.3	140	117	83.6	106	57.6
介入地区計		445	370	281	75.9	262	229	87.4	206	55.7	
対照地区	M小学校区	下馬商店街	35	29	57	196.6	23	20	87.0	20	69.0
		下馬一丁目商店街	41	35		22	20	90.9	0.0		
	K小学校区	烏山駅前通り商店街	155	157	126	80.3	92	76	82.6	71	45.2
		烏山商店街	80	38	26	68.4	18	17	94.4	17	44.7
		烏山西口商店街	76	66	52	78.8	34	29	85.3	29	43.9
		烏山南口商店街	46	40	33	82.5	26	23	88.5	20	50.0
対照地区計		433	365	294	80.5	215	185	86.0	157	43.0	