

表2 店舗イベント参加者数(総括表)

	ビンゴ配布数	ビンゴゲーム 参加者数	応答率(%)
2006年11月 (4日間)	1,272枚	548人	43.1%
2007年1月 (2日間)	1,511枚	534人	35.3%

11月のイベント参加者数(詳細)

	店舗入り口での ビンゴ配布数	ビンゴゲーム 参加者数	応答率(%)	バランスノートチェック 実施者数
8日(水)	503枚 (2箇所)	191人	38.0%	6人
11日(土)	475枚 (2箇所)	231人	48.6%	13人
22日(水)	0枚	16人	—	20人
25日(土)	294枚 (1箇所)	110人	37.4%	32人

※11/22は、店舗入り口での配布は行わず。レジ後のゲーム実施場所のみで声がけ。

1月のイベント参加者数(詳細)

	店舗入り口での ビンゴ配布数	ビンゴゲーム 参加者数	応答率(%)
20日(土)	822枚 (2箇所)	299人	36.4%
21日(日)	689枚 (2箇所)	235人	34.1%

表3 ビンゴゲーム参加者の属性、参加状況

		11月				1月			
		8日 (n=191)	11日 (n=231)	22日 (n=16)	25日 (n=110)	4日間計 (n=548)	20日 (n=299)	21日 (n=235)	2日間計 (n=534)
性別	男性	5	24	0	8	37	85	62	147
	女性	184	207	16	102	509	214	173	387
	不明	2	0	0	0	2	0	0	0
年代	10代	0	3	0	4	7	1	3	4
	20代	16	20	4	0	40	3	7	10
	30代	65	84	4	36	189	91	74	165
	40代	25	37	0	39	101	64	44	108
	50代	46	50	3	9	108	67	53	120
	60代	29	29	4	14	76	51	29	80
	70代以降	7	8	1	8	24	21	25	46
不明	3	0	0	0	3	1	0	1	
同伴者	1人	127	92	11	45	275	155	100	255
	カップル	6	16	0	2	24	60	28	88
	家族連れ								
	子供あり	46	85	5	85	221	62	61	123
	子供なし	9	11	0	1	21	4	11	15
不明	1	27	0	27	55	14	30	44	
不明	2	0	0	0	2	4	5	9	
対応時間帯	9時台	-	-	1	4		-	-	
	10時台	32	7	4	15	58	74	22	96
	11時台	50	54	3	16	123	58	24	82
	12時台	42	60	2	28	132	109	47	156
	13時台	34	24	2	12	72	18	22	40
	14時台	13	32	1	6	52	40	63	103
	15時台	20	54	1	13	88	-	-	
	16時台	-	-	0	12		-	-	
	17時台	-	-	0	2		-	-	
	18時台	-	-	1	1		-	-	
19時台	-	-	1	1		-	-		

※1月21日の対応時間帯は時間記録がない57人を除く178人分の集計結果

表4 ビンゴゲーム参加者 年代、同伴者の内訳

2006/11/8(水)

		女性									
同伴者	年代	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以降	年代不明	計	
1人			4	31	19	40	21	4	1	120	
カップル			1		1	1	2	1		6	
家族連れ			11	33	4	1	4	1	2	56	
不明					1	1				2	
家族連れ	子供有		9	32	4				1	46	
内訳	子供無		2	1		3	1	2		9	
	子供不明							1		1	
計		0	16	64	25	43	27	6	3	184	

男性									
10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以降	計		
					2	2	1	5	
								0	
								0	
								0	
0	0	0	0	2	2	1	5		

性別不明		
30代	50代	計
1	1	2
		0
		0
		0
1	1	2

2006/11/11(土)

1人		2	15	21	30	17	4		89	
カップル			1	3		5	2		11	
家族連れ		3	16	55	15	10	6	2	107	
家族連れ	子供有	1	11	45	11	3	3	1	75	
内訳	子供無	1		3	2	4	1		11	
	子供不明	1	5	7	2	3	2	1	21	
計		3	19	73	36	45	25	6	0	207

							1	2	3
			1		2	2			5
	1	10	1	3	1				16
		8		2					10
									0
	1	2	1	1	1				6
0	1	11	1	5	4	2	24		

2006/11/22(水)

1人			1	2		3	4	1	11	
カップル									0	
家族連れ		3	2						5	
家族連れ	子供有	3	2						5	
内訳	子供無								0	
	子供不明								0	
計		0	4	4	0	3	4	1	0	16

									0
									0
									0
									0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

2006/11/25(土)

1人			6	11	8	10	7		42	
カップル					1		1		2	
家族連れ		3	28	24		3			58	
家族連れ	子供有	2	28	23		3			56	
内訳	子供無								0	
	子供不明	1		1					2	
計		3	0	34	35	9	13	8	0	102

				2		1			3
									0
1	0	2	2						5
1		2	2						5
									0
									0
1	0	2	4	0	1	0	8		

2007/01/20(土)

		女性									
同伴者	年代	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以降	年代不明	計	
1人				19	25	33	32	12		121	
カップル			1	5	11	7	4	1		29	
家族連れ			1	41	8	8	2		1	61	
不明					2	1				3	
家族連れ	子供有		1	39	5				1	46	
内訳	子供無				1	1				2	
	子供不明			2	2	7	2			13	
計		0	2	65	46	49	38	13	1	214	

男性									
10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以降	計		
			5	6	8	9	6	34	
		1	7	9	9	3	2	31	
			14	3	1	1		19	
1								1	
			13	3				16	
					1	1		2	
			1					1	
1	1	26	18	18	13	8	85		

2007/01/21(日)

1人			2	17	13	24	11	14		81
カップル				2	2	6	3	4		17
家族連れ		2	3	34	20	4	3	4		70
不明				1	1	2	1			5
家族連れ	子供有	2	2	25	10		1	1		41
内訳	子供無		1	1	1	1	1	2		7
	子供不明			8	9	3	1	1		22
計		2	5	54	36	36	18	22	0	173

1		4	3	6	3	2	19
		1	1	6	2	1	11
	2	15	4	5	6		32
							0
	2	12	4		2		20
		1		3			4
		2		2	4		8
1	2	20	8	17	11	3	62

表5 チェックノート実施者の属性、参加状況

		11日 (n=13)	22日 (n=20)	25日 (n=32)	4日間計 (n=65)
性別	男性	3	1	0	4
	女性	10	19	32	61
年代	10代	1	0	2	3
	20代	0	2	1	3
	30代	3	5	11	19
	40代	3	1	7	11
	50代	5	3	4	12
	60代	1	7	5	13
	70代以降	0	2	2	4
同伴者	1人	7	15	19	41
	カップル	2	0	1	3
	家族連れ				
	子供あり	4	5	9	18
	子供なし	0	0	1	1
	子供不明	0		2	2
対応時間帯					
	9時台	-	3	1	
	10時台	1	1	3	5
	11時台	2	10	3	15
	12時台	0	0	0	0
	13時台	2	1	2	5
	14時台	4	1	7	12
	15時台	4	1	3	8
	16時台	-	2	9	
	17時台	-	0	2	
	18時台	-	1	1	
	19時台	-	0	1	
指導内容					
	① 全体バランス	11	9	23	43
	② 主食	1	7	6	14
	③ 副菜	3	9	9	21
	④ 主菜	2	3	4	9
	⑤ 牛乳・乳製品	1	1	1	3
	⑥ 果物	2	1	4	7
	⑦ アルコール	1	0	0	1
	⑧ 菓子・嗜好飲料	0	0	1	1
	⑨ 運動	0	0	0	0
	⑩ その他	0	1	1	2

※11月8日は詳細な記録なしのため、記載できず

表6 ビンゴゲーム参加者の反応 (2007年1月実施時にスタッフが記録)

バランスビンゴdeお買い物の対応時に利用者(組員)の方の反応やコメント等で気づいたことを記入してください。その際に「食事バランスガイド」関連、「店内表示」関係、その他について分けて記入してください。

女性

性別	年代	ゲーム参加時の構成・人数	ビンゴゲーム参加時の様子	食事バランスガイド	店内表示	メタボ対策	その他
F	20	1人	イベントを聞きつけて来た	社員食堂で使いたくて、どうやって普及しているのか見に来た。	気づかなかった。言われてみて気がついた。		隣の社員食堂で栄養士をしている。職場の人から、コープでのイベントを実施していることを聞いて、来店した。
F	30	親子	子どもと楽しみながら	コープの入り口でチェックノートを見つけて、子どもが冬休みに毎日つけていた。学校がはじまって、給食が入ってから分かりずらくてやめた。	気づかなかった。	パパはアウトだわ。	
F	30	親子		長州小力に反応して、食バラの説明にはあまり反応しない。		パパは無理ね。測ってあげようね。	
F	30	親子			店内の表示を見ながら、ビンゴゲームを子どもがやっていた。		
F	30	3歳の娘と2人	最後までゆっくり話をきいてくれたが、反応は薄い。	この前、チェックノートをもったけど見ていないわ。	気づかなかった。		
F	30	1人		今まで、食事バランスガイドのコマを見たことがなかった。レシピ集が欲しい。	全然気づかなかった。		足らなかった果物分をりんごをかってビンゴにした
F	40	1人		お父さんが検診でパンフレットをもらってきた。			
F	10・40	母娘				(メジャーを見せて)掃つたらパパの測ってみよう。	
F	50	1人	最後まで話を聞いてくれ、反応も良かった。			メタボの話をするよ「私は体が大きいからこれ(90cm)より確実にあるわ」と言われた。	
F	60	1人	熱心に話を聞いてくれた。				健康に気を使って毎日1~2時間歩いている。「これから、食育は大切ですね」というていた。
F	60	1人	買ったものを1つずつ確認されながら参加してくれた。			「息子がこれで、何を言っても改善しなくて困っているのよ。」と深刻な様子だった。	前回はビンゴに参加していた。足らなかった牛乳・乳製品分を購入してビンゴにした。
F	60	1人		最近よく見かける。	気づかなかった。	メタボリックってよく聞くわね。女性の方が太いのはなんでかしら。	
F	60	1人		こういうのがあと役に立つのよね。		運動はしっかりしてるわ。だからメジャーは必要ない。女の人の基準は高すぎる。	エクササイズガイドに関心があった様子。
F	60	夫婦	袋詰めしながら、急いでいる。	食事は気をつけているから、必要ない。		うちらはやせているから必要ない。	
F	60	1人		ビンゴゲームの~つの教え方と、実際の教え方の違いに混乱した。			以前から食事バランスガイドを知っていた人で、今回の使い方が正しいのか聞かれた。
F	60	1人	自分や息子の話を聞いて欲しいため、なかなかその場から動かない。	息子のダイエット支援のために、食事には気をつけている。(息子さんは学校のジムで食バラにそって食事指導を受けて実践し、夏から16kgやせたらしい)			
F	40?	2人	和気あいあいと、楽しく意欲的に聞いてくれた。	説明し終えた後、夫婦二人で「これ(食事バランスガイド)試してみようね。」と言い合っていた。		メジャーを受け取って、奥さんが旦那様に「はからなくちゃね!」と言っていた。	
F	50?	1人	意欲的に聞いてくれた。	「カルピスは牛乳・乳製品、菓子パンは主食だと思っていたわ。難しいわね。」			
F	50?	1人	意欲的に聞いてくれた。	運動している絵を指差して、運動は大切ということを伝えると、「そこには気づかなかったわ。」そして、食事バランスガイドの説明をすると、「奥が深いわね」とのコメント。			
F	60?	1人	意欲的に聞いてくれた。(自分から話してくれた。)				納豆の不正問題について。「信じていたのに、何を信じたらいかが分からなくなったわ。だから、いつもだったら納豆買っていたけど、今日は買わなかったの。」
F	60?	1人	意欲的に聞いてくれた。	「豆乳は『牛乳・乳製品』だと思って買ったけど、違ったのね。知らなかったわ。」		「今日は歩いてきたのよ。運動にね。」	

男性

性別	年代	ゲーム参加時の構成・人数	ビンゴゲーム参加時の様子	食事バランスガイド	店内表示	メタボ対策	その他
M	30	男性2人(親子?)	袋詰めしながら、急いでいるが話しは聞いている。	長州小力いいねえ。		こんなのうちに渡したら、毎日追いかられるよ。勘弁して。	
M	30	1人	各料理区分の食材を買ったもの一つ一つ確認しながら参加。	(数え方の説明時に)「へえ～、なるほどね」と反応。	気づかなかった。		
M	40	夫婦2人と小学生の子供2人	旦那さんは、お子さんより真剣にビンゴに取り組まれ、買ったものを1つずつチェックされていた。			メジャーを渡すと奥さんは苦笑いた。	旦那さんはビンゴカードを入念に見ていた。
M	50	1人	熱心に話を聞き、うなづきや反応が返ってくる。	今日は肉とかしか買っていないけど、こういうふうには揃えばいいんだね。		(小力パンフを見せて)「(指を指しながら)そうそう、これこれ。最近、(メタボ)が気になるんだ。だから、今まで駅まで自転車だったのを歩くようにしているんだ	
M+F	30	夫婦2人と子供3人	主に子供がやり、袋詰めをしながら聞いていた。				子供が熱心に小力のパンフレットを読んでいた。
M+F	30	夫婦2人		これまで見たことない。			
M+F	60	夫婦2人	最後まで熱心に聞いてくれた。	「主食を一番多く取って良いんだ。少なくしないといけないと思っていたよ。」と言われた。			
M+F	20/60	母・息子の2人	親子ともに熱心に話を聞いてくれた。	このレシピ集は勉強になるわ。(ノートを見ながら)食パン1枚なら1つになるのね、自らチェックノートを見ながら確認。このノートもよさそうだし、と家族分を喜んで持って帰った。	全然気づかなかった。今度のときに注意してみよう。	私もこれ(メタボ)かもしれないわ。歩き始めて、ひざがいたくなくなった。年いってもまだ再生できることがわかった。	足らなかった牛乳・乳製品分を購入してビンゴにした。

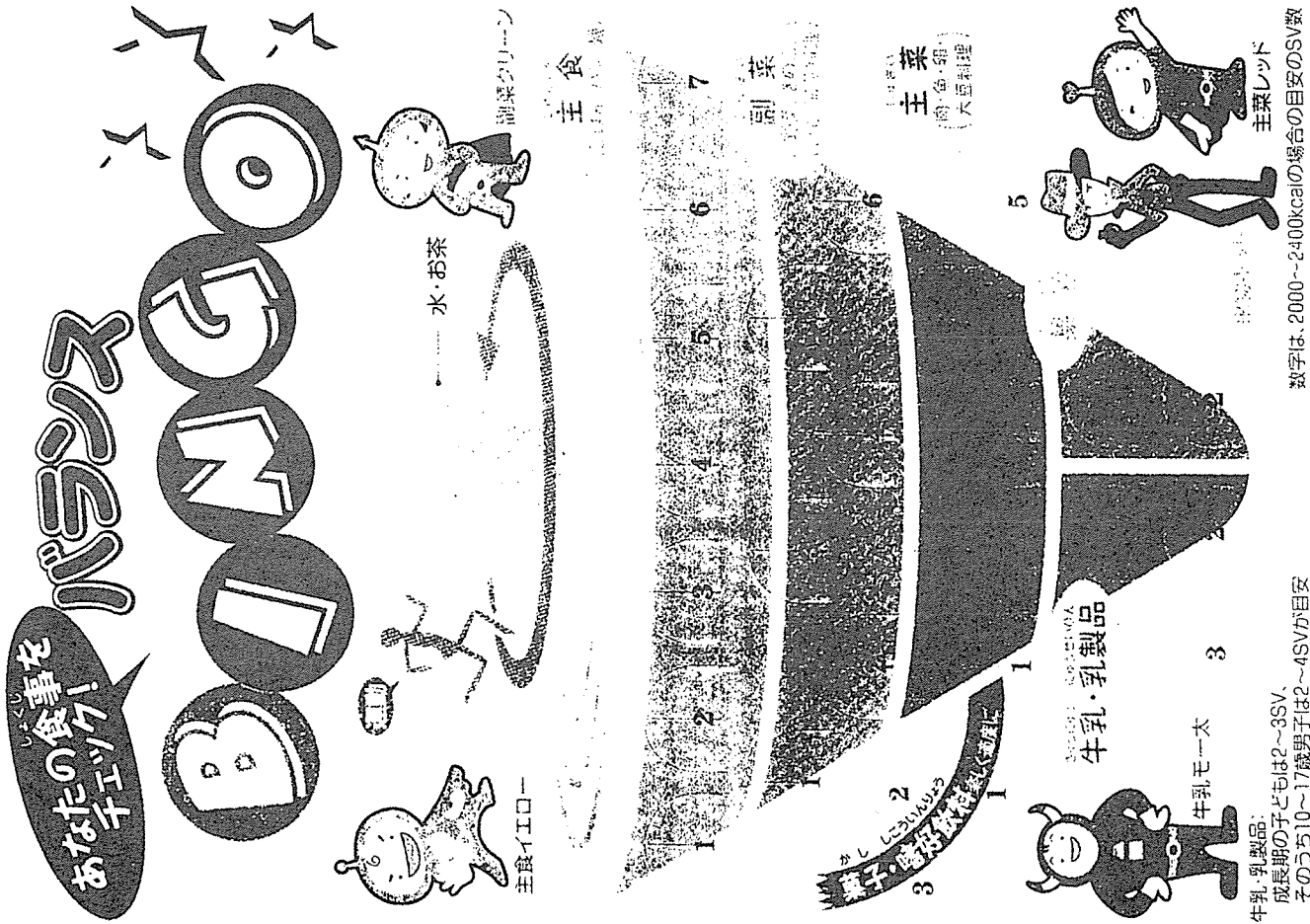
備考:スタッフの感想

<p>ゲームに参加してくれた方はよく話を聞いてくれました。特に、年輩の方は他の人に説明しているのを横目で見ていられ、私のもやっくださいと参加意欲はあった。また、参加賞の小力のパンフレットはとても好評であった。</p>
<p>1日あたり60～70人ほどに実施した。「食事バランスガイド」を店内で見かけた人は数人程度(10人以下)。また、前回、ビンゴをやったと話された人が、10数人いた。食事バランスガイドの反応としては、見たことがある人が多かったように感じた。実際、使ってみたことがあると話された人が数人いた。(全て女性)またビンゴに関しては菓子パンを主食としている人が多くみられた。店内の表示については、とても反応が薄い印象だった。メジャーは袋詰めされていないものに変った時、もらってもらえなくなった。</p>
<p>対応したゲーム参加者のほとんどは、食事バランスガイドの店内の表示には気づいていなかった。「えっ、そんなありました？」というような状況からも店内の表示はインパクトが弱いように思われた。ゲームの参加者は全般的によく説明を聞いてくれた。今回は特典が多かったせいか、ビンゴが揃わなかった方にも非常に喜ばれていた。特に、小力パンフとメジャーは評判よかった。</p>
<p>&lt;ビンゴ配布時&gt;①家族連れが多く、男性の方も多く見られた。②年配の方が、ビンゴカードを受け取ってくれる人多い。③「私はメタボリックではありません」とか、「バランスのいい食事はいいわ(興味ないわ)」という方もいた。④配りそびれたお客様のお子様一人が、自らもらいに来てくれたパターンもあった。⑤短い説明で早く渡した方がいい感じがした。でも、中には詳しい説明を尋ねてくる方もいた。</p>
<p>&lt;全体&gt;①ビンゴを渡された時の様子と、チェックをしている時の様子に温度差を感じた。チェックをしている時の方が意欲的な感じがした。②前回秋に行ったときより、今回の方が意欲的に説明を聞いてくれる人が多かった。</p>

表7 モニターの介入プログラムの認知・参加状況

		男性(n=103)			女性(n=277)		
		30代 (n=34)	40代 (n=46)	50代 (n=23)	30代 (n=102)	40代 (n=98)	50代 (n=77)
①「たべるたいせつ」プロジェクトの取り組みについて知っているか(単一回答)	まったく知らない	6(18.8)	7(15.2)	6(27.3)	28(28.0)	32(33.7)	26(35.1)
	聞いたことはあるが内容は知らない	18(56.3)	25(54.3)	8(36.4)	42(42.0)	41(43.2)	24(32.4)
	内容を知っている	8(25.0)	14(30.4)	8(36.4)	30(30.0)	22(23.2)	24(32.4)
②11月の「たべるたいせつ」イベントを何で知ったか(複数回答)	案内ハガキ	3(8.8)	3(6.7)	3(13.0)	31(31.0)	43(43.9)	36(48.0)
	店舗のポスター	0(0.0)	3(6.7)	2(8.7)	37(37.0)	34(34.7)	25(33.3)
	知人から	2(5.9)	1(2.2)	0(0.0)	1(1.0)	0(0.0)	1(1.3)
	イベント当日	1(2.9)	5(11.1)	2(8.7)	12(12.0)	9(9.2)	6(8.0)
	イベントのことを知らない	28(82.4)	33(73.3)	16(69.6)	24(24.0)	20(20.4)	15(20.0)
③11月の「たべるたいせつ」イベントで何に参加したか(複数回答)	バランスビンゴdeお買い物	1(3.6)	3(8.3)	2(10.0)	21(24.4)	30(34.5)	13(20.3)
	食事バランスチェック	1(3.6)	0(0.0)	0(0.0)	5(5.8)	14(16.1)	10(15.6)
	パソコンゲーム	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	2(3.1)
	イベント時に店舗に行っていない	26(92.9)	33(91.7)	18(90.0)	63(73.3)	53(60.9)	48(75.0)
④1月の「たべるたいせつ」イベントを何で知ったか(複数回答)	案内ハガキ	4(11.8)	4(9.1)	2(8.7)	36(36.0)	39(40.2)	35(47.3)
	店舗のポスター	0(0.0)	2(4.5)	2(8.7)	31(31.0)	38(39.2)	23(31.1)
	知人から	0(0.0)	1(2.3)	0(0.0)	0(0.0)	1(1.0)	1(1.4)
	イベント当日	1(2.9)	4(9.1)	2(8.7)	12(12.0)	4(4.1)	5(6.8)
	イベントのことを知らない	29(85.3)	34(77.3)	17(73.9)	26(26.0)	22(22.7)	19(25.7)
⑤1月20、21日のイベントに参加したか(単一回答)	バランスビンゴに参加した	1(2.9)	3(6.5)	2(8.7)	15(14.7)	8(8.2)	8(10.4)
	店舗には行ったがゲームには参加していない	2(5.9)	0(0.0)	0(0.0)	21(20.6)	20(20.4)	15(19.5)
	イベント時に店舗に行っていない	31(91.2)	43(93.5)	21(91.3)	66(64.7)	70(71.4)	54(70.1)
⑥イベント時の配布で参考になったもの(複数回答)	ビンゴカード	1(5.6)	0(0.0)	2(18.2)	13(25.0)	12(24.0)	10(25.6)
	食事バランスチェックノート	0(0.0)	4(17.4)	2(18.2)	22(42.3)	18(36.0)	21(53.8)
	「うちごはん」レシピ集	0(0.0)	3(13.0)	2(18.2)	13(25.0)	16(32.0)	10(25.6)
	長州小カメタボ対策パンフレット	1(5.6)	3(13.0)	0(0.0)	6(11.5)	8(16.0)	2(5.1)
	メタボ対策メジャー	1(5.6)	5(21.7)	0(0.0)	5(9.6)	5(10.0)	5(12.8)
	エクササイズガイド	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)
	参考になったものはない	16(88.9)	13(56.5)	8(72.7)	20(38.5)	15(30.0)	13(33.3)
⑦イベント以降に、実際使用したものの(複数回答)	ビンゴカード	0(0.0)	0(0.0)	2(11.8)	4(6.3)	6(8.6)	5(8.9)
	食事バランスチェックノート	0(0.0)	4(12.5)	1(5.9)	8(12.7)	12(17.1)	10(17.9)
	「うちごはん」レシピ集	0(0.0)	4(12.5)	3(17.6)	10(15.9)	13(18.6)	10(17.9)
	長州小カメタボ対策パンフレット	0(0.0)	2(6.3)	0(0.0)	0(0.0)	1(1.4)	1(1.8)
	メタボ対策メジャー	0(0.0)	5(15.6)	0(0.0)	4(6.3)	7(10.0)	2(3.6)
	エクササイズガイド	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	2(2.9)	1(1.8)
	実際試したり、使ったものはない	16(100.0)	21(65.6)	14(82.4)	45(71.4)	47(67.1)	37(66.1)
⑧家族と話し合った内容(複数回答)	ビンゴカード	0(0.0)	0(0.0)	2(11.1)	5(7.6)	5(7.0)	3(5.4)
	食事バランスチェックノート	0(0.0)	5(15.6)	0(0.0)	7(10.6)	5(7.0)	7(12.5)
	「うちごはん」レシピ集	0(0.0)	4(12.5)	3(16.7)	9(13.6)	9(12.7)	6(10.7)
	長州小カメタボ対策パンフレット	0(0.0)	2(6.3)	0(0.0)	1(1.5)	0(0.0)	1(1.8)
	メタボ対策メジャー	0(0.0)	6(18.8)	0(0.0)	4(6.1)	8(11.3)	4(7.1)
	話をしていない	16(100.0)	21(65.6)	15(83.3)	49(74.2)	51(71.8)	42(75.0)
⑨1月中旬～末、野菜、果物コーナーで食事バランスガイド対応のボードに気づいたか(単一回答)	気づいて参考にした	2(9.5)	1(2.9)	0(0.0)	10(12.3)	16(20.0)	13(19.1)
	気づいたが、参考にはしなかった	3(14.3)	4(11.8)	2(10.0)	23(28.4)	22(27.5)	23(33.8)
	気づかなかった	16(76.2)	29(85.3)	18(90.0)	48(59.3)	42(52.5)	32(47.1)
⑩1月中旬～末、野菜、果物コーナーで食事バランスガイド対応の表示(POP)に気づいたか(単一回答)	気づいて参考にした	0(0.0)	1(2.9)	0(0.0)	6(7.5)	17(21.0)	11(16.2)
	気づいたが、参考にはしなかった	3(15.0)	6(17.6)	1(5.0)	15(18.8)	13(16.0)	9(13.2)
	気づかなかった	17(85.0)	27(79.4)	19(95.0)	59(73.8)	51(63.0)	48(70.6)
⑪「自由におとりください」のコーナーで持ち帰ったものは何か(複数回答)	食事バランスガイド対応レシピカード	3(15.8)	0(0.0)	1(5.3)	30(37.0)	27(33.8)	20(30.3)
	食事バランスガイドチェックノート	2(10.5)	3(8.8)	0(0.0)	10(12.3)	6(7.5)	10(15.2)
	持ち帰ったものはない	14(73.7)	31(91.2)	18(94.7)	45(55.6)	47(58.8)	41(62.1)
⑫コープが店舗で食を通じ他健康づくりに取り組むことは重要だと思いますか(単一回答)	はい	15(75.0)	23(67.6)	14(73.7)	64(81.0)	64(82.1)	54(80.6)
	どちらでもない	4(20.0)	10(29.4)	5(26.3)	13(16.5)	14(17.9)	13(19.4)
	いいえ	1(5.0)	1(2.9)	0(0.0)	2(2.5)	0(0.0)	0(0.0)
⑬店舗以外からのイベント情報源(複数回答)	コープとうきょうの情報誌「duo」	1(14.3)	4(33.3)	0(0.0)	27(60.0)	21(51.2)	20(51.3)
	コープとうきょう「duo」インフォメーション	1(14.3)	0(0.0)	0(0.0)	3(6.7)	3(7.3)	6(15.4)
	コープとうきょうのホームページ	0(0.0)	1(8.3)	1(16.7)	1(2.2)	3(7.3)	0(0.0)
	共同購入・個配カタログ「パピ・デリ」	0(0.0)	0(0.0)	1(16.7)	12(26.7)	12(29.3)	11(28.2)
	「ブロックニュース」	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	4(10.3)
	その他	5(71.4)	7(58.3)	4(66.7)	5(11.1)	6(14.6)	10(25.6)

無回答・不明の者を除いたデータで割合をもとめた



# 食事バランスガイド de BINGO!

「食事バランスガイド」は、1日に「何を」「どれだけ」食べたらよいか、料理や食品でわかりやすく示したものです。厚生労働省・農林水産省により決定されました。5つの料理グループの意味と料理例、対象別の摂取の目安(いくつ(SV))は以下のとおりです。

## 主食：ごはん、パン、麺などの料理

- ごはん 軽く1杯、パン1枚、おにぎり1個=1つ(SV)
- ごはんがつつ(中盛)1杯=1.5つ(SV)
- うどん、そば、スナケツイ 1人前=2つ(SV)

## 副菜：野菜、いた、きのこ、海藻を主材料とする料理

- サラダ1皿、野菜などの小鉢1皿、具沢山味噌汁1杯=1つ(SV)
- 野菜の煮物や野菜炒めなど 中皿の料理1皿=2つ(SV)

## 主菜：肉、魚、卵、大豆・大豆製品を主材料とする料理

- 卵1個使った料理=1つ(SV) 納豆1パック=1つ(SV)
- 豆腐1/2～1/3丁=1つ(SV) 魚料理1人前=2つ(SV)
- 肉料理1人前=3つ(SV)

## 牛乳・乳製品

- 牛乳1本=2つ(SV)
- ヨーグルト1個 =1つ(SV)
- チーズ1切れ、1枚 =1つ(SV)

## 果物

- みかんなど、小さい果物は1個=1つ(SV)
- りんご、なしなど 大きい果物は1個=2つ(SV)

### 対象別、料理区分別、1日の摂取の目安 (単位:つ(SV))

対象別	主食	副菜	主菜	牛乳・乳製品	果物	合計
6～9歳の子ども、高齢者(男女)	4～5	3～4	3～4	1600～2000		
「身体活動レベル低い」女性	5～6	2	2			
「身体活動レベルふつう」の女性	5～7	3～5	3～5	2000～2400		
「身体活動レベル低い」男性	7～8	2～3	2～3	2400～2800		
12歳以上の						
「身体活動レベルふつう」の男性						
「身体活動レベル「ふつう」=座り仕事中心だが、歩行・軽いスポーツ等を5時間程度行う。それ以下は「低い」身体活動レベル「ふつう」						


※ 平成19年度厚生労働科学研究費補助金「国民生活の向上に関する研究」による研究費 研究費の交付  
 製薬・食品衛生法 厚生労働省 健康増進局 健康増進課 健康増進課長 151-03-3269-1727



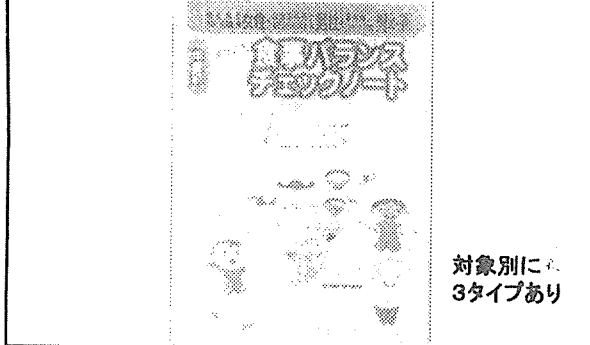
取組み前期(10月中旬～12月)  
① 5つの料理区分の説明と  
1日の摂取の目安の「つ(SV)数」の周知



取組み後期(2007年1月)  
② 野菜・果物売り場の主要な商品に  
1つ(SV)に当る量を具体的に表示



取組み前・後期(10月中旬～2007年1月)  
③ 店舗入り口でチェックノートの設置・配布



対象別に  
3タイプあり

④ 1月男性をターゲットとしたイベント  
「あなたのお腹、大丈夫？」



⑤ 店舗入り口で  
ピンゴカードと  
やり方の説明  
を配布



⑤ 子どもは「遊び」が大好き!  
子どもと保護者が一緒に参加。



厚生労働科学研究費補助金(循環器疾患等生活習慣病対策総合研究事業)  
分担研究報告書

ソーシャルマーケティングの方法論を用いたプログラムの開発・評価：  
スーパーマーケットでの取り組みに向けたフォーカスグループインタビュー

分担研究者	福田 吉治	国立保健医療科学院疫学部疫学情報室 室長
	武見 ゆかり	女子栄養大学栄養学部 教授
	大久保 公美	女子栄養大学栄養学部 助手
研究協力者	蝦名 玲子	グローバルヘルスコミュニケーションズ
	齋藤 陽子	女子栄養大学大学院 博士課程 1年
	小澤 礼子	女子栄養大学大学院 修士課程 1年
	佐野 希	女子栄養大学大学院 修士課程 1年
	木下 ゆり	国立保健医療科学院研究生・東京医科歯科大学専攻生

研究要旨：

「食事バランスガイド」を活用したスーパーマーケット（コープとうきょう）での介入プログラムの立案と実施にあたり、利用者の意識・ニーズ等を把握する目的で、フォーカスグループインタビューを行った。インタビューは、店舗利用者と店舗職員に対して別々に実施した。店舗利用者への調査では、フォーカスグループ・マニュアルを作成し、インタビューガイドに沿ってグループインタビューを行った。逐語録に基づき質的分析を行い、対象者の「食生活で気になっていることやよくしたいこと」「食生活をよくするために自分でできることやしたいこと」「食生活をよくするためにコープでできること」「食生活をよくするためのコープでの情報提供方法」を明らかにし、介入プログラムの立案・実施にあたり必要な情報を得た。店舗職員の調査では、ビンゴゲーム等を利用したイベントのアイデアが出され、その結果は、具体的な取り組みに活用された。一連の過程を通じて、健康増進・ヘルスプロモーションプログラムのフォーマティブリサーチとしてのグループインタビューの基本的な手技の確立を行うことができた。

A. 研究目的

生活習慣病対策のポピュレーションアプローチ推進のための栄養教育ツールとして策定された「食事バランスガイド」を活用した栄養教育・食環境整備プログラムを開発・実施し、その効果を検証する必要がある。

効果的な健康増進・ヘルスプロモーションの立案と実施のためには、対象者の属性やさまざまな特性を考慮しなければならず、対象者のニーズ/ウォンツを理解するため

に、ソーシャルマーケティングの考え方と手法が応用できる。本研究は、「食事バランスガイド」を活用した栄養教育・食環境整備プログラムにマーケティング・ソーシャルマーケティングの手法を応用し、効果的な介入プログラムを開発・実施することを目的とする。

研究班全体として、平成 18 年度は、スーパーマーケット（コープとうきょう）の店舗で、利用者の行動変容につながる食事バランスガイドの活用を促す取り組みを実施し、

対照店舗利用者との比較を行い、同時に一般組合員への広報も実施し、組合員全体の食行動・食物摂取状況への波及効果をみる研究を行った。そこで、本分担研究では、この取り組みの中で、ソーシャルマーケティングの手法を応用する。特に、介入店舗の利用者へのインタビューにより、(1) 食生活の問題、(2) 食生活に関するニーズ、(3) 食生活の問題を解決するための情報提供の方法、(4) 期待する店舗での取り組みについて把握し、秋からの取り組みに活用できる情報を得ることが目的である。また、店舗職員に対してもグループインタビューを実施し、店舗での取り組みについての職員の意識を把握するとともに、取り組みの具体的な方法のアイデアを抽出することを目的とした。

## B. 研究方法

### 1. 店舗利用者へのフォーカスグループインタビュー

#### 1) 対象者

本研究は、コープとうきょうの店舗を利用した食事バランスガイドを用いた介入研究の一貫として行ったものである。対象者は、介入店舗の利用者から希望者を抽出した。リクルート（参加者募集）の方法は、(1) コープとうきょうの店舗介入の前後比較のための調査対象者（モニター）希望者への電話でのリクルート、(2) 店舗における研究者による直接のリクルートの二つの方法をとった。参加者の条件は、介入店舗を利用する、小学生までの子どもを持つ母親とした。

リクルートの結果、30、40 歳代の女性 9 名に参加の同意を得た。1 名が当日欠席したため、8 名が対象となった。8 名を 5 名と 3 名のグループに分けグループインタビューを行った。

#### 2) インタビュー方法

インタビューは、グループインタビューの形式をとった。2 グループに対して、約 90 分かけて行った。インタビューの場所は、介入店舗内の会議室とした。司会者は、グループインタビューに関してよく訓練された研究協力者が担当した。グループにはアシスタントが 1 名同席した。また、言語的および非言語的コミュニケーションは、アシスタントとオブザーバーの研究者 2 名が筆記した。インタビューは、カセットテープレコーダーで記録した。

インタビューの主な質問項目は、表 1 に示した。これらの質問に沿って、インタビューガイドを作成した。なお、導入として、家族構成や店舗の利用回数を質問した。また、他の店での取り組みやこれまでの情報提供についての質問では、それぞれの現場のプリントした写真を用いた。

表 1 グループインタビューにおける主な質問項目

1. 自分あるいは家族の食生活で気になっていることやよくしたいことは何ですか？
2. 食生活をよくするためにできることは何ですか？
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 自分ができることは何ですか？</li> <li>・ 自分以外、特に、コープのお店ができることは何ですか？</li> </ul>
3. 食生活をよくするために、情報提供についてどのような取り組みができるでしょうか？
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 他の店での取り組みをどのように思いますか？</li> <li>・ お店のこれまでの情報提供をどのように思いますか？</li> <li>・ これからお店でどのような取り組みがあると良いと思いますか？</li> </ul>

#### 3) 分析方法

フォーカスグループインタビューのテー

プ記録を用いて、研究者により逐語録を作成した後、ロングテーブル法を用いて、分析した。手順として、(1)それぞれの発言別に逐語録を切断する、(2)内容の近いもの同士のグループ編成を繰り返し、(3)関連性を図式化した。まずそれぞれ3名から構成される2つのグループが独立で約10時間かけて分析を行い、その結果を基に議論し、同意を得るまで約3時間の議論を2回行い、結果をまとめた。

表2 回答をまとめるための枠組み

- ・ 自分あるいは家族の食生活で気になっていることやよくしたいこと
- ・ 食生活をよくするために自分でできることやしたいこと
- ・ 食生活をよくするためにコープでできること(望まれる商品含む)
- ・ 食生活をよくするためのコープでの情報提供方法

## 2. 店舗職員へのフォーカスグループインタビュー

### 1) 対象者

取り組みを行う店舗の職員5名。できるだけ多くの部署より1名の参加を店長に依頼し、農産、日配、グロサリー、惣菜、レジより各1名の参加があった。うち男性1名、女性4名であった。

### 2) インタビュー方法

インタビューは、グループインタビューの形式をとった。研究者がインタビュアーとなり実施し、アシスタントとオブザーバーの2名が筆記した。

インタビューの主な質問項目は、「食事バランスガイドを知っているかどうか」「食事バランスガイドを“使えるもの”にするためのアイデア・意見について」であった。

### (倫理面への配慮)

インタビューの実施にあたり、インタビ

ュー内容を録音し、録音した内容は逐語録にすることについて、口頭で同意を得た。逐語録作成後、録音は消去した。逐語録は、個人名が同定できないように匿名化して分析に用いた。

## C. 研究結果

### 1. 店舗利用者へのフォーカスグループインタビュー

#### 1) 分析の詳細

研究方法で示した4つの要点、すなわち、「自分あるいは家族の食生活で気になっていることやよくしたいこと」「食生活をよくするために自分でできることやしたいこと」「食生活をよくするためにコープでできること(望まれる商品含む)」「食生活をよくするためのコープでの情報提供方法」の点での各分析結果は、分析資料1に示した。

#### 2) まとめ

①気になっていること、②自分でできること、したいこと、③コープに望むこと、④コープ情報提供、の4点については、全体の関連図を図1に示した。

さらに、4つの点をもとに全体の特徴としてのコープ消費者のニーズを検討し、表3の結果をえた。コープ消費者のニーズとして、「商品に対する多面的評価」「健康感を獲得するための機会」「継続性のある交流+α」に対するニーズが抽出された。これらのニーズには、コープ利用者の家庭内役割、特に、食事の提供者としての特性や子供を持つ母親の役割や、コープ独自の消費者特性なども影響していると考えられた。

また、作り手のニーズとしては「食生活の質へのこだわり」と「利便性」という2つの側面があり、これらは各個人の中で同時に存在するものであることが示唆された(図2)。手作り食材や手作り料理に代表さ

れる『手作り』と、インスタント食品と惣菜に代表される『インスタント』という二つの方向性の中で、消費者が、これらの相

反する価値観の中で、商品を選択している様相が明らかになった（図3）。

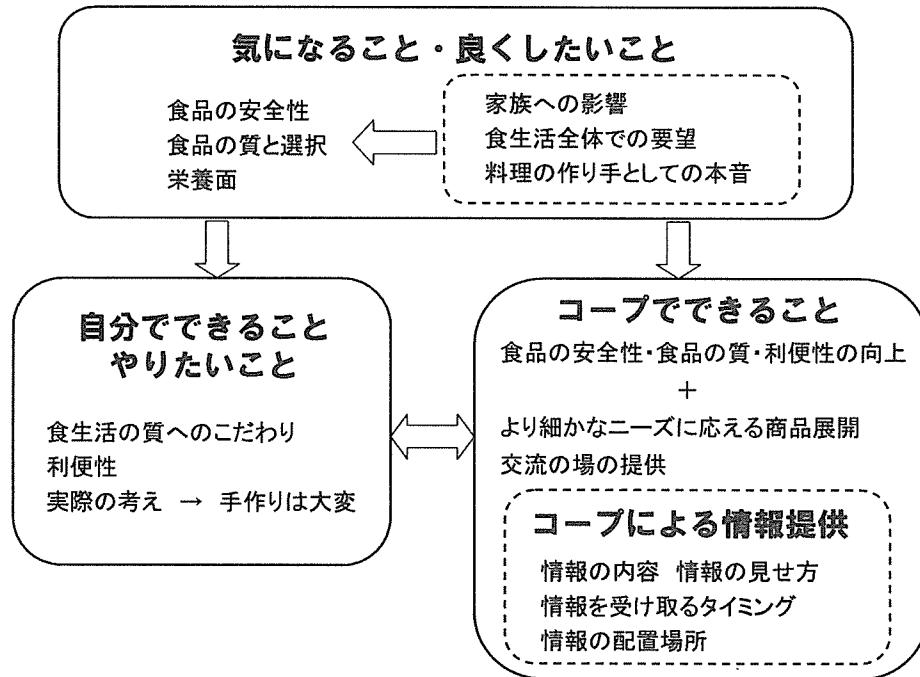


図1 抽出されたキーワードの関連図

表3 フォーカスグループインタビューの結果抽出されたコープ消費者のニーズ

商品に対する多面的な評価

コープ利用者は商品自体に対して多面的な視点で評価しており、全体としては、商品と自分の生活の関わりかたを重視していた。特徴的な点として、一般的な評価としての価格や品質の評価に加え、家庭内役割からの視点から食生活の質、大きくは生活の質に役立つかについても評価していた。

健康感を獲得するための機会

発言から、安心、安全、栄養といった言葉の特徴とするキーワードが抽出され、商品購入による自分と家族に対する健康影響を評価していた。また、自分の負担を減らすかどうかや、生活の質の向上に役に立つかといった点など、利便性のある商品や、確かな情報に基づく高品質の商品などに対する肯定的な発言も多くみられた。背景として自身の健康感を獲得する機会に対する肯定的な評価があると考えられた。

継続性のある交流+α

コープ利用者は生協を交流の場+αの場としても評価していた。生協に期待する役割としては、テーマごとのイベントや売り場からの情報提供のほか、さまざまな機会提供、例えば、食育の場や、アイデアを試す場所の提供などがあげられた。また、利用者同士の交

流機会への期待もあった。これらは生協の強みでもあり、これまで生協と利用者がつちか  
 ってきた信頼関係に基づくものであった。今後についても今まで以上の期待が表明されて  
 いた。

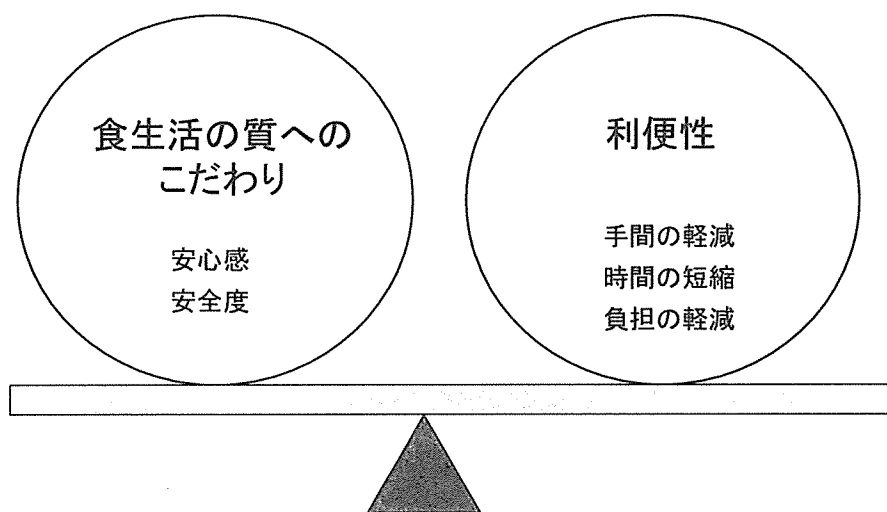


図2 作り手のニーズに関するシーソーモデル

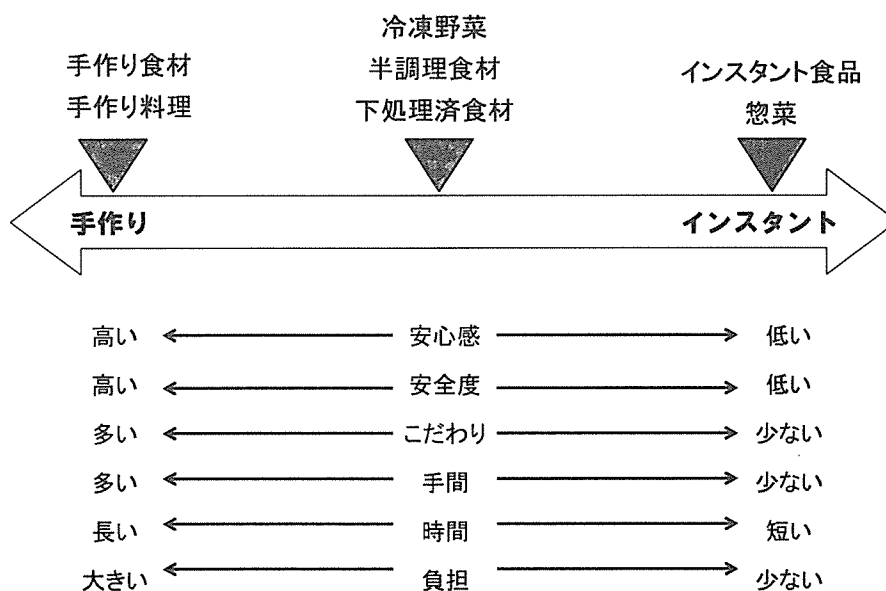


図3 消費者の2つの志向性：「手作り」と「インスタント」

## 2. 店舗職員へのフォーカスグループインタビュー

抽出された意見は分析資料2に示した。具体的なアイデアとして、「商品にSV（サービング）を付けてコマのシートを配布する」「買った商品のレシートにコマSV数が表示される」「コマをビンゴゲーム式にする」などのアイデアがあった。

### D. 考察

本研究では、生協店舗での介入プログラムの立案・実施にあたって、利用者の意識とニーズを把握する目的でフォーカスグループインタビューを行った。その結果、利用者の多様な意識が把握でき、効果的なプログラムの立案・実施に活用できた。

本調査の対象者は2つの方法でリクルートした。ひとつは、「モニター」と呼ばれる介入プログラムの前後比較を行うための食事調査等を行った対象者に応募した者から希望者を募った。さらに、実際の店舗に出向き、利用者に直接参加を依頼した。両者において参加者は予想よりも少なく、こうしたインタビュー調査の難しさを表している。結果として、参加者は相対的に健康意識や食に関する意識の高い人であったことが考えられる。

インタビュー方法は、一般的なフォーカスグループインタビューの方法に準じたが、質問の絞込みを行い、厳密なインタビューガイドを作成した。その結果、質問のフォーカスが明確となり、またインタビュー時間も適切に管理できた。

分析の結果、要望や期待に応えるようなサービスの提供の重要性が明らかになった。また、中長期における取り組みとして、売り場や利用者同士のコミュニケーション機会の

提供や、さまざまな生活実践に関係したサポートも考慮に入れる必要もあると考えられた。さらに、図2のシーソーモデルや図3に示したように、消費者の商品選択におけるニーズの枠組を示すことが出来た。

また、店舗職員へのインタビューでは、より具体的な取り組みのアイデアが出された。これらのうち、食事バランスガイドを用いたビンゴゲームは実際の取り組みに活用された。店舗において利用者に直接接する職員の意見は効果的な取り組みを見出す上で、重要な示唆が得られることがわかった。

今回、介入までの時間的な制約、希望人数の少なさから、2グループのみのインタビューが実施できた。したがって、情報が十分に飽和されていなかったり、片寄った意識や意見が聞かれたりしている可能性がある。また、本研究の質問は、ある仮説を明らかにすることを目的としてはおらず、分析の枠組みが比較的単純なものとなった。

本研究を通じて、今回のような健康増進プログラムの立案・実施のためのフォーカスグループインタビューの基本的な手技の確立を行うことができた。今後は、本研究の背景となった生協での取り組みの結果評価や他のプログラムの立案・評価のために、グループインタビューの応用を予定している。

### E. 結論

「食事バランスガイド」を活用したコープとうきょうでの介入プログラムの開発にあたり、利用者の意識・ニーズ等を把握する目的で、フォーカスグループインタビューを行った。その結果、介入プログラムの立案・実施にあたり必要な情報を得ることができた。また、健康増進・ヘルスプロモーションプロ

グラムのフォーマティブリサーチとしてのグループインタビューの基本的な手技の確立を行うことができた。

ット、コープとうきょうひばりが丘店の職員の方およびフォーカスグループインタビューにご参加いただきました組合員等に感謝申し上げます。

## G. 研究発表

### 1. 論文発表

(該当なし)

### 2. 学会発表

佐野希、小澤礼子、蝦名玲子、木下ゆり、福田吉治、武見ゆかり. フォーカスグループインタビューによるコープ子育て世代の食育ニーズの検討. 第16回日本健康教育学会、大阪(平成19年7月予定)

## H. 知的財産権の出願・登録状況

(該当なし)

## 謝辞

本研究にご協力いただきましたコープネ



分析資料1：店舗利用者へのフォーカスグループインタビュー分析結果

1. 気になること、良くしたいこと

コープ利用者が食生活で気になっていることとして挙げられたのは、大きく分けて主に「食品の安全性」「食品の質と選択」「栄養面」の3点であった。

また、気になっていることの背景として挙げられたのは、主に「家族への影響」「食生活全体での要望」「料理の作り手としての本音」の3点であった。

<p><b>輸入食品</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・お惣菜の肉は買わない。<u>アメリカ産牛肉かもしれない。</u></li> <li>・<u>アメリカ牛はあんまり買わない。</u></li> <li>・今はあんまり<u>輸入野菜は買わない。</u></li> <li>・<u>高くても必ず国産のもの。</u></li> </ul> <p><b>農薬</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・<u>農薬や野菜にかけられている防カビ剤とか気になっている。</u></li> <li>・<u>野菜の農薬とかが気になっている。</u></li> <li>・<u>すごいきれいなテカテカひかっているナスとかを見ると農薬があるのでためらってしまう。</u></li> <li>・<u>きれいすぎる野菜とか怖い</u></li> <li>・あんまりまっすぐなきゅうりじゃなくてもいいのよね。</li> </ul> <p><b>添加物</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・一番気になっているのが<u>添加物</u></li> <li>・色がいいハムを買う時が躊躇するようになったんですけど。</li> </ul> <p><b>健康への影響</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・人間にどのくらい影響があるのか不安ですから。</li> <li>・小麦粉とか卵とか気にされる方は気にされると思う。(アレルギー)</li> </ul>	<p>食品の安全性</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・新しい野菜（食感、味、食べ方など）</li> <li>・朝採り野菜の新鮮さ</li> <li>・お魚も取り入れたい。</li> <li>・植物性のたんぱく質をできるだけ多めに。</li> <li>・豆製品とかをちょっと取り入れたい</li> <li>・自分で乾燥した豆をゆでて、煮て使えるような感じで。</li> <li>・色は悪くても身体にいいものを買いたい</li> <li>・油ものに気をつけて（脂肪がつきにくい油）</li> </ul>	<p>食品の質と選択</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・<u>カロリー</u>とか<u>たんぱく質</u>とか<u>炭水化物</u>とか…必ずチェックしますね。</li> <li>・<u>塩分</u>、やっぱり、<u>血液さらさら</u>とか意識している…つまったら困るので。</li> </ul>	<p>栄養面</p>

- ・健康面では…、主人がくも膜下で倒れて…
- ・メタボリック症候群とか気になりますから。
- ・子どもも喜んで食べてくれて、自分もこう苦しまずに食べられる調理法とか…
- ・みんなが健康に、家族が健康でいられるように。

家族への  
影響

- ・いかに臭いを出さないように調理するのか
- ・朝ごはんで野菜料理を出来ればいいな
- ・お袋的なひじきだとか切干だとかっていうのを作るようにして
- ・自分の今の食卓であともう一品ほしいなと思う。
- ・どうせ作るんだったらおいしいものを食べたい。

食生活全体で  
の要望

- ・料理が苦手で面倒くさいことが嫌い。ご飯を作るのがおっくう。
- ・(お料理を) 何にしようかと考えることが一番苦痛。
- ・毎日同じようなメニューになってしまう。
- ・それで試行錯誤してきた時期があります
- ・やろうやろうとは思っているんだけど、なかなか実行に移せなくて

料理の作り  
手としての  
本音

## 2. 自分でできること、やりたいこと

コープ利用者ができること、やりたいこととして挙げられたのは主に「食生活の質へのこだわり」「利便性」の2点であった。実際には子育てや仕事等で忙しい場合があるため、料理にかかる時間や手間を負担にも感じている。

- ・ 他はできるだけ自分で手作り。
- ・ 全部手作りにしています。
- ・ 宅配にもあのうちは、ソースとか・・・できるだけ全部手作りにしていますので、できるだけ子供たちには、添加物は食べさせないようにしている。

食生活の質への  
こだわり

- ・ 手抜きの方法とかありますよね。
- ・ いかにも外国の人は手抜き料理をしてて、美味しくみえて
- ・ 時間かからなくて、・・・バリエーションだすというか
- ・ 自分も手抜きしながらバリエーションもひろがっていくと
- ・ 宅配にも・・・いわゆるできるだけ
- ・ 共同購入あれは、すごく便利なんですよ
- ・ 足りないから宅配とるようになったんですけど、下ごしらえがあって、下味もついていたりするものがあるって少しずつ克服してきたんで。
- ・ 例えば、冷凍野菜とか結構使ってます。
- ・ 味付けするものがあるって、ずいぶん楽で助かった。
- ・ それと保存食で乗り切ってきたところがある
- ・ インターネットでレシピを検索して、インターネットで調理方法を知ったり聞くので、料理しました。
- ・ 減農薬とか有機栽培のものは、(水で洗う)手間がかからない。

利便性

- ・ 共同購入始めた時には、働いていたので
- ・ 自分も働いて夜勤があって
- ・ 共同購入の味がついている部分を塩分を気にしてないわけですよ。簡単だからそっちに逃げているので、大丈夫かなって、気にしつつでもやってる。
- ・ お豆を煮たりするのが、苦にならないでできるような、やってみようかなと思っています。
- ・ お魚料理でも簡単にできるものがあったら覚えたいなって
- ・ メニューを考えるのも嫌だし
- ・ 野菜料理は手間がかかる

実際の考え

### 3. コープでできること

1、2で挙げられたことに加え、コープに対する要望として主に「より細かなニーズに応える商品展開」「交流の場の提供」の2点であった。

<ul style="list-style-type: none"><li>・ <u>ボリューム・種類</u>があれば（増やしてもらえれば）嬉しい。 * <u>スパイス</u>、お菓子の材料（エッセンスなど）、お刺身、<u>添加物の使っていないベーコン</u>、<u>冷凍食材</u>（特に国産の食材を使った冷凍食品）、<u>無農薬や遺伝子組み換えじゃないもの</u>、<u>輸入野菜</u>、<u>パック売り</u>（最初の取っかかりとして）、<u>小分け製品</u></li><li>・ 手作り食材など、<u>手作り</u>応援して</li><li>・ <u>身体にいい食品</u>、<u>食材</u>を仕入れてほしい。</li><li>・ （色々な食材を）増やして。</li><li>・ <u>野菜</u>は日にちがちよっとたっちゃってるのかなと思う時がたまにある。</li></ul>	商品 (量、種類、手作り応援、身体にいい食品、小分け販売)
<ul style="list-style-type: none"><li>・ 魚をさばけない。売り場で声をかけやすい<u>雰囲気</u>があればありがたい。</li><li>・ 減農などを並べたら高くてもそっちを買う。</li><li>・ もっと自信を持って（開発した商品を）出していてもいいんじゃない。</li></ul>	売り場改善
<ul style="list-style-type: none"><li>・ <u>コープの名前</u>で安心している</li><li>・ 野菜を作っている人、<u>名前</u>を書いているものは安心。</li><li>・ <u>選べる</u>、<u>選ぶ楽しみ</u>がちよっとない</li></ul>	コープ全体 (安心感、選ぶ楽しみ)
<ul style="list-style-type: none"><li>・ <u>共同購入</u>は<u>楽に</u>買い物ができる。</li><li>・ 共同にしないととれない</li><li>・ 共同購入の時に気に入った商品があつて<u>店舗にはない</u>。</li><li>・ <u>定番</u>じゃなく、<u>季節感</u>も取り入れて</li></ul>	共同購入
<ul style="list-style-type: none"><li>・ <u>専門の方</u>に相談</li><li>・ <u>ちょっと聞きたい</u>…<u>安心して聞ける</u></li><li>・ お花屋さんの隣に月に何回かあると便利。</li><li>・ (売り場でも) 人がいてくれたら<u>対話</u>できてもっと聞ける。</li></ul>	相談コーナー
<ul style="list-style-type: none"><li>・ <u>食材</u>を使った調理実習を<u>気軽に</u></li><li>・ 店先とかで教えてくれる<u>実演</u></li><li>・ <u>簡単</u>においしく作れる<u>コツ</u>を教えてくれる環境がもっとあれば</li></ul>	実演・調理実習