

表12 (前ページから続く) 食生活関連の行動変容ステージ^{1,2}

	男性						女性							
	介入店舗 (n=80)			対照店舗 (n=111)			介入店舗 (n=212)			対照店舗 (n=261)			P値 ²	
	事前	事後	1年後	事前	事後	1年後	事前	事後	1年後	事前	事後	1年後		
加熱(火の通った)野菜料理を1日1回以上食べる														
維持段階	32 (40)	42 (53)	34 (43)	49 (45)	63 (58)	53 (49)	139 (66)	134 (63)	135 (64)	160 (62)	177 (68)	165 (63)	0.39	
実行段階	0 (0)	0 (0)	1 (1)	1 (1)	0 (0)	1 (1)	0 (0)	2 (1)	2 (1)	1 (0)	1 (0)	1 (0)		
準備段階	42 (53)	36 (45)	42 (53)	47 (43)	38 (35)	48 (44)	68 (32)	73 (34)	73 (34)	91 (35)	80 (31)	91 (35)		
関心段階	3 (4)	1 (1)	2 (3)	7 (6)	5 (5)	3 (3)	4 (2)	1 (0)	2 (1)	6 (2)	2 (1)	3 (1)		
無関心段階	3 (4)	1 (1)	1 (1)	5 (5)	3 (3)	4 (4)	1 (0)	2 (1)	0 (0)	2 (1)	0 (0)	0 (0)		
揚げ物料理は1日1回以下														
維持段階	41 (52)	37 (47)	43 (54)	48 (44)	56 (52)	63 (58)	141 (67)	146 (70)	154 (73)	184 (71)	195 (75)	188 (73)	0.56	
実行段階	1 (1)	0 (0)	0 (0)	1 (1)	1 (1)	2 (2)	0 (0)	1 (0)	2 (1)	3 (1)	1 (0)	2 (1)		
準備段階	34 (43)	35 (44)	33 (42)	52 (48)	47 (44)	36 (33)	56 (27)	49 (23)	44 (21)	56 (22)	54 (21)	54 (21)		
関心段階	1 (1)	3 (4)	1 (1)	3 (3)	1 (1)	3 (3)	6 (3)	5 (2)	8 (4)	9 (3)	2 (1)	6 (2)		
無関心段階	2 (3)	4 (5)	2 (3)	4 (4)	3 (3)	4 (4)	7 (3)	9 (4)	2 (1)	7 (3)	7 (3)	9 (3)		
牛乳・乳製品は低脂肪または無脂肪のものにする														
維持段階	20 (25)	17 (21)	17 (21)	16 (15)	24 (22)	24 (22)	74 (35)	60 (28)	71 (34)	61 (23)	58 (22)	69 (27)	0.11	
実行段階	1 (1)	0 (0)	0 (0)	1 (1)	1 (1)	1 (1)	4 (2)	0 (0)	3 (1)	3 (1)	1 (0)	4 (2)		
準備段階	11 (14)	19 (24)	20 (25)	18 (17)	14 (13)	17 (16)	25 (12)	49 (23)	35 (17)	34 (13)	47 (18)	43 (17)		
関心段階	9 (11)	6 (8)	4 (5)	12 (11)	12 (11)	9 (8)	21 (10)	23 (11)	17 (8)	25 (10)	21 (8)	15 (6)		
無関心段階	39 (49)	38 (48)	39 (49)	62 (57)	58 (53)	58 (53)	87 (41)	79 (37)	85 (40)	137 (53)	133 (51)	129 (50)		
飲料は甘味のない、砂糖が添加されていないものを選ぶ														
維持段階	49 (61)	49 (61)	49 (61)	53 (49)	64 (59)	56 (51)	125 (59)	143 (68)	142 (67)	177 (68)	189 (73)	181 (70)	0.39	
実行段階	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (1)	0 (0)	1 (1)	1 (0)	0 (0)	3 (1)	1 (0)	0 (0)	2 (1)		
準備段階	22 (28)	20 (25)	23 (29)	40 (37)	30 (28)	38 (35)	66 (31)	54 (26)	54 (26)	65 (25)	56 (22)	63 (24)		
関心段階	1 (1)	2 (3)	1 (1)	4 (4)	2 (2)	4 (4)	4 (2)	3 (1)	3 (1)	5 (2)	3 (1)	5 (2)		
無関心段階	8 (10)	9 (11)	7 (9)	11 (10)	13 (12)	10 (9)	15 (7)	11 (5)	9 (4)	12 (5)	12 (5)	9 (3)		
お菓子や菓子パンを食事の代わりにしない														
維持段階	3 (4)	3 (4)	1 (1)	4 (4)	4 (4)	2 (2)	17 (8)	10 (5)	10 (5)	12 (5)	15 (6)	15 (6)	0.46	
実行段階	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	2 (2)	0 (0)	1 (0)	1 (0)	1 (0)	1 (0)	1 (0)	1 (0)		
準備段階	8 (10)	8 (10)	11 (14)	15 (14)	15 (14)	21 (20)	46 (22)	50 (24)	42 (20)	47 (18)	48 (19)	48 (19)		
関心段階	2 (3)	7 (9)	3 (4)	9 (8)	7 (7)	8 (7)	13 (6)	12 (6)	24 (11)	17 (7)	15 (6)	30 (12)		
無関心段階	66 (84)	61 (77)	64 (81)	79 (74)	79 (74)	76 (71)	133 (63)	137 (65)	133 (63)	182 (70)	180 (70)	165 (64)		

¹ 数値の表示は、人数(%)で示した。
² 行動変容段階の定義は以下のとおりである。
 維持段階：ほぼ毎日実行しており、6か月以上継続している。
 実行段階：ほぼ毎日実行しているが、実行してまだ6か月未満である。
 準備段階：週の半分くらいは実行している。
 関心段階：週のほとんどで実行していることはないが、今後6か月以内には実行しようと思う。
 無関心段階：週のほとんどで実行していることがなく、今後実行しようと思わない。
³ 事前と1年後の差の検定には符号付順位検定を行った。

表13 食態度¹

	男性				女性				P値 ²		
	介入店舗 (n=80)		対照店舗 (n=111)		介入店舗 (n=212)		対照店舗 (n=261)				
	事前	事後 1年後	事前	事後 1年後	事前	事後 1年後	事前	事後 1年後			
《態度》											
自分の健康のために、栄養や食事について考えるか											
いつも考えている	13 (16)	8 (10)	16 (20)	13 (12)	15 (14)	14 (13)	101 (48)	87 (41)	89 (42)	122 (47)	<0.05
ときどき考えている	43 (54)	49 (61)	46 (58)	62 (57)	69 (63)	73 (67)	104 (49)	113 (54)	115 (55)	124 (48)	
あまり考えていない	21 (26)	19 (24)	17 (21)	34 (31)	22 (20)	21 (19)	6 (3)	11 (5)	7 (3)	13 (5)	
まったく考えていない	3 (4)	4 (5)	1 (1)	0 (0)	3 (3)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	
《重要性》											
1日2回以上、ご飯を食べる											
非常に大切	19 (24)	22 (28)	20 (25)	38 (35)	37 (34)	31 (28)	75 (36)	79 (37)	74 (35)	81 (31)	0.41
まあ大切	42 (53)	45 (56)	43 (54)	39 (36)	43 (39)	53 (49)	90 (43)	101 (48)	92 (44)	112 (43)	
どちらでもない	14 (18)	11 (14)	12 (15)	22 (20)	25 (23)	23 (21)	40 (19)	25 (12)	40 (19)	62 (24)	
あまり大切でない	5 (6)	1 (1)	3 (4)	10 (9)	3 (3)	1 (1)	5 (2)	4 (2)	3 (1)	4 (2)	
大切でない	0 (0)	1 (1)	2 (3)	0 (0)	1 (1)	1 (1)	1 (0)	2 (1)	2 (1)	1 (0)	
精製度の低い穀物を食べる											
非常に大切	11 (14)	13 (16)	14 (18)	18 (17)	34 (31)	26 (24)	68 (32)	77 (36)	86 (41)	76 (29)	0.91
まあ大切	44 (55)	42 (53)	40 (50)	55 (51)	43 (40)	49 (45)	99 (47)	98 (46)	91 (43)	127 (49)	
どちらでもない	18 (23)	20 (25)	19 (24)	24 (22)	23 (21)	29 (27)	35 (17)	30 (14)	30 (14)	51 (20)	
あまり大切でない	4 (5)	5 (6)	3 (4)	8 (7)	7 (6)	3 (3)	8 (4)	4 (2)	1 (0)	3 (1)	
大切でない	3 (4)	0 (0)	4 (5)	3 (3)	1 (0)	1 (1)	2 (1)	3 (1)	4 (2)	3 (1)	
魚料理を多く食べる											
非常に大切	27 (34)	25 (31)	25 (31)	41 (38)	47 (43)	41 (38)	109 (52)	119 (56)	116 (55)	115 (44)	0.94
まあ大切	48 (60)	49 (61)	48 (60)	52 (48)	51 (47)	57 (52)	93 (44)	83 (39)	83 (39)	125 (48)	
どちらでもない	5 (6)	6 (8)	4 (5)	14 (13)	11 (10)	9 (8)	8 (4)	7 (3)	10 (5)	11 (4)	
あまり大切でない	0 (0)	0 (0)	2 (3)	2 (2)	0 (0)	1 (1)	0 (0)	1 (0)	1 (0)	1 (0)	
大切でない	0 (0)	0 (0)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	1 (1)	1 (0)	1 (0)	1 (0)	0 (0)	
1日2回以上、野菜料理を食べる											
非常に大切	27 (34)	22 (28)	23 (29)	43 (39)	47 (43)	37 (34)	129 (61)	118 (56)	123 (58)	136 (52)	<0.05
まあ大切	47 (59)	50 (63)	49 (61)	51 (47)	52 (48)	61 (56)	72 (34)	86 (41)	81 (38)	108 (42)	
どちらでもない	4 (5)	7 (9)	6 (8)	13 (12)	10 (9)	8 (7)	10 (5)	5 (2)	7 (3)	16 (6)	
あまり大切でない	0 (0)	0 (0)	1 (1)	2 (2)	0 (0)	2 (2)	0 (0)	1 (0)	0 (0)	0 (0)	
大切でない	2 (2)	1 (1)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	1 (1)	0 (0)	1 (0)	0 (0)	0 (0)	
緑の濃い野菜を1日1回以上食べる											
非常に大切	40 (50)	39 (49)	37 (46)	62 (57)	64 (59)	47 (43)	154 (73)	162 (77)	163 (77)	181 (70)	0.09
まあ大切	37 (46)	38 (48)	39 (49)	39 (36)	40 (37)	58 (53)	56 (27)	49 (23)	47 (22)	77 (30)	
どちらでもない	3 (4)	3 (4)	3 (4)	7 (6)	5 (5)	3 (3)	1 (0)	0 (0)	1 (0)	2 (1)	
あまり大切でない	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	
大切でない	0 (0)	0 (0)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	

(次ページへ続く)

表13 (前ページからの続き) 食態度¹

	男性						女性							
	介入店舗 (n=80)			対照店舗 (n=111)			介入店舗 (n=212)			対照店舗 (n=261)			P値 ²	
	事前	事後	1年後	事前	事後	1年後	事前	事後	1年後	事前	事後	1年後		
加熱(火の通った)野菜料理を1日1回以上食べる														
非常に大切	24 (30)	26 (33)	19 (24)	29 (27)	49 (45)	28 (26)	116 (55)	123 (58)	132 (63)	140 (54)	137 (53)	128 (50)	0.24	
まあ大切	44 (55)	42 (53)	49 (61)	63 (58)	44 (40)	66 (61)	83 (39)	78 (37)	73 (35)	107 (42)	116 (45)	119 (46)		
どちらともいえない	11 (14)	10 (13)	9 (11)	14 (13)	14 (13)	14 (13)	10 (5)	10 (5)	6 (3)	11 (4)	5 (2)	11 (4)		
あまり大切でない	1 (1)	2 (3)	1 (1)	3 (3)	2 (2)	0 (0)	2 (1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)		
大切でない	0 (0)	0 (0)	2 (3)	0 (0)	0 (0)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)		
揚げ物料理は1日1回以下														
非常に大切	22 (28)	26 (33)	28 (35)	39 (36)	45 (41)	36 (33)	112 (53)	121 (57)	132 (63)	119 (46)	134 (52)	136 (53)	0.12	
まあ大切	41 (51)	42 (53)	41 (51)	48 (44)	43 (39)	51 (47)	83 (39)	76 (36)	74 (35)	118 (46)	101 (39)	101 (39)		
どちらともいえない	13 (16)	8 (10)	8 (10)	19 (17)	17 (16)	21 (19)	12 (6)	12 (6)	5 (2)	18 (7)	23 (9)	22 (8)		
あまり大切でない	4 (5)	3 (4)	2 (3)	3 (3)	4 (4)	1 (0)	4 (2)	2 (1)	0 (0)	3 (1)	1 (0)	0 (0)		
大切でない	0 (0)	1 (1)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (0)	0 (0)	0 (0)		
牛乳・乳製品は低脂肪または無脂肪のものにする														
非常に大切	6 (8)	11 (14)	12 (15)	12 (11)	16 (15)	14 (13)	30 (14)	36 (17)	42 (20)	30 (12)	31 (12)	40 (16)	<0.01	
まあ大切	25 (32)	26 (33)	23 (29)	35 (32)	35 (32)	37 (34)	85 (40)	74 (35)	85 (40)	75 (29)	84 (33)	83 (32)		
どちらともいえない	29 (37)	24 (30)	27 (34)	40 (37)	43 (39)	48 (44)	66 (31)	79 (37)	60 (28)	118 (46)	113 (44)	107 (41)		
あまり大切でない	12 (15)	13 (16)	9 (11)	18 (17)	9 (8)	9 (8)	26 (12)	10 (5)	15 (7)	27 (10)	20 (8)	24 (9)		
大切でない	7 (8)	5 (6)	8 (10)	4 (4)	6 (6)	1 (1)	4 (2)	12 (6)	9 (4)	8 (3)	10 (4)	4 (2)		
飲料は甘味のない、砂糖が添加されていないものを選ぶ														
非常に大切	28 (35)	27 (34)	29 (36)	32 (29)	33 (30)	27 (24)	92 (44)	98 (46)	106 (50)	109 (42)	110 (42)	110 (42)	0.26	
まあ大切	41 (51)	41 (51)	43 (54)	44 (40)	50 (46)	62 (57)	97 (46)	97 (46)	93 (44)	114 (44)	111 (43)	124 (48)		
どちらともいえない	8 (10)	8 (10)	5 (6)	27 (25)	23 (21)	16 (15)	20 (9)	15 (7)	12 (6)	35 (13)	35 (13)	25 (10)		
あまり大切でない	2 (3)	4 (5)	2 (3)	4 (4)	3 (3)	4 (4)	2 (1)	1 (0)	0 (0)	1 (0)	3 (1)	1 (0)		
大切でない	1 (1)	0 (0)	1 (1)	2 (2)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (0)	1 (0)	0 (0)		
お菓子や菓子パンを食事の代わりにしない														
非常に大切	41 (51)	38 (48)	36 (45)	46 (42)	50 (46)	47 (43)	120 (57)	115 (55)	122 (58)	130 (50)	130 (50)	136 (52)	0.39	
まあ大切	27 (34)	35 (44)	35 (44)	45 (41)	38 (35)	51 (47)	67 (32)	85 (40)	79 (37)	107 (41)	105 (40)	103 (40)		
どちらともいえない	10 (13)	7 (9)	7 (9)	13 (12)	15 (14)	10 (9)	22 (10)	9 (4)	10 (5)	21 (8)	23 (9)	20 (8)		
あまり大切でない	2 (3)	0 (0)	1 (1)	4 (4)	4 (4)	1 (1)	2 (1)	2 (1)	0 (0)	2 (1)	2 (1)	1 (0)		
大切でない	0 (0)	0 (0)	1 (1)	1 (1)	2 (2)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)		
《自己初快感》														
1日2回以上、ご飯を食べる														
かなりできる	42 (53)	45 (56)	48 (60)	63 (58)	62 (57)	65 (60)	113 (54)	128 (61)	112 (54)	132 (51)	135 (52)	143 (55)	0.20	
少しできる	19 (24)	19 (24)	19 (24)	23 (21)	32 (29)	26 (24)	65 (31)	45 (22)	50 (24)	71 (28)	62 (24)	68 (26)		
どちらともいえない	13 (16)	11 (14)	7 (9)	16 (15)	8 (7)	13 (12)	14 (7)	20 (10)	32 (15)	35 (14)	42 (16)	31 (12)		
あまりできない	6 (8)	4 (5)	5 (6)	4 (4)	5 (5)	4 (4)	14 (7)	15 (7)	13 (6)	18 (7)	15 (6)	15 (6)		
まったくできない	0 (0)	1 (1)	1 (1)	3 (3)	2 (2)	1 (1)	3 (1)	1 (0)	2 (1)	2 (1)	4 (2)	1 (0)		

(次ページへ続く)

表13 (前ページからの続き) 食糧度¹

	男性						女性						
	介入店舗 (n=80)			対照店舗 (n=111)			介入店舗 (n=212)			対照店舗 (n=261)			
	事前	事後	1年後	事前	事後	1年後	事前	事後	1年後	事前	事後	1年後	
精製度の低い穀物を食べる	かなりできる	13 (16)	23 (29)	26 (33)	13 (12)	23 (21)	24 (22)	57 (27)	76 (36)	69 (33)	82 (32)	84 (32)	85 (33)
	少しできる	22 (28)	22 (28)	17 (21)	28 (26)	26 (24)	33 (31)	67 (32)	58 (27)	63 (30)	74 (29)	72 (28)	72 (28)
	どちらともいえない	18 (23)	20 (25)	12 (15)	24 (22)	26 (24)	14 (13)	37 (18)	35 (17)	39 (18)	44 (17)	46 (18)	43 (17)
	あまりできない	17 (21)	7 (9)	16 (20)	29 (27)	17 (16)	25 (23)	35 (17)	30 (14)	26 (12)	45 (17)	44 (17)	43 (17)
	まったくできない	10 (13)	8 (10)	9 (11)	14 (13)	16 (15)	12 (11)	15 (7)	12 (6)	14 (7)	14 (5)	13 (5)	16 (6)
魚料理を多く食べる	かなりできる	30 (38)	29 (36)	38 (48)	40 (37)	44 (40)	44 (40)	94 (45)	108 (51)	101 (48)	107 (41)	116 (45)	114 (44)
	少しできる	32 (40)	28 (35)	28 (35)	31 (28)	34 (31)	33 (30)	81 (38)	74 (35)	81 (38)	107 (41)	93 (36)	104 (40)
	どちらともいえない	11 (14)	17 (21)	7 (9)	24 (22)	14 (13)	20 (18)	21 (10)	19 (9)	18 (9)	30 (12)	28 (11)	26 (10)
	あまりできない	6 (8)	6 (8)	6 (8)	12 (11)	14 (13)	11 (10)	14 (7)	8 (4)	10 (5)	14 (5)	21 (8)	14 (5)
	まったくできない	1 (1)	0 (0)	1 (1)	2 (2)	3 (3)	1 (1)	1 (1)	2 (1)	1 (0)	2 (1)	2 (1)	2 (1)
1日2回以上、野菜料理を食べる	かなりできる	21 (27)	29 (37)	28 (35)	36 (33)	45 (41)	35 (32)	105 (50)	114 (54)	111 (53)	133 (51)	139 (53)	133 (51)
	少しできる	39 (49)	26 (33)	32 (41)	39 (36)	35 (32)	50 (46)	75 (36)	76 (36)	69 (33)	96 (37)	92 (35)	100 (38)
	どちらともいえない	15 (19)	16 (20)	12 (15)	21 (19)	19 (17)	15 (14)	24 (11)	17 (8)	23 (11)	24 (9)	23 (9)	18 (7)
	あまりできない	3 (4)	6 (8)	5 (6)	11 (10)	8 (7)	8 (7)	7 (3)	2 (1)	8 (4)	6 (2)	5 (2)	9 (3)
	まったくできない	1 (1)	2 (3)	2 (3)	2 (2)	2 (2)	1 (1)	0 (0)	2 (1)	0 (0)	1 (0)	1 (0)	0 (0)
緑の濃い野菜を1日1回以上食べる	かなりできる	30 (38)	41 (51)	38 (48)	35 (32)	44 (40)	40 (37)	119 (56)	135 (64)	131 (62)	148 (57)	156 (60)	143 (55)
	少しできる	41 (51)	23 (29)	29 (36)	49 (45)	43 (39)	48 (44)	76 (36)	66 (31)	70 (33)	91 (35)	84 (32)	99 (38)
	どちらともいえない	6 (8)	11 (14)	9 (11)	13 (12)	15 (14)	18 (17)	14 (7)	8 (4)	9 (4)	15 (6)	16 (6)	14 (5)
	あまりできない	2 (3)	4 (5)	3 (4)	12 (11)	5 (5)	1 (1)	2 (1)	2 (1)	1 (0)	4 (2)	2 (1)	3 (1)
	まったくできない	1 (1)	1 (1)	1 (1)	0 (0)	2 (2)	2 (2)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (0)	1 (0)	0 (0)
加熱(火の通った)野菜料理を1日1回以上食べる	かなりできる	26 (33)	36 (45)	28 (35)	38 (35)	49 (45)	40 (37)	126 (60)	144 (68)	133 (63)	148 (57)	154 (59)	144 (56)
	少しできる	40 (50)	25 (31)	36 (45)	41 (38)	31 (29)	48 (44)	70 (33)	57 (27)	61 (29)	88 (34)	88 (34)	100 (39)
	どちらともいえない	9 (11)	15 (19)	10 (13)	17 (16)	19 (18)	15 (14)	11 (5)	9 (4)	16 (8)	18 (7)	13 (5)	14 (5)
	あまりできない	4 (5)	4 (5)	5 (6)	11 (10)	6 (6)	4 (4)	4 (2)	1 (0)	1 (0)	4 (2)	3 (1)	1 (0)
	まったくできない	1 (1)	0 (0)	1 (1)	1 (1)	3 (3)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (0)	1 (0)	0 (0)
揚げ物料理は1日1回以下	かなりできる	33 (41)	32 (40)	36 (45)	49 (45)	52 (48)	54 (50)	141 (67)	160 (76)	155 (73)	199 (77)	195 (75)	192 (74)
	少しできる	30 (38)	26 (33)	29 (36)	29 (27)	38 (35)	35 (32)	57 (27)	44 (21)	50 (24)	49 (19)	48 (18)	58 (22)
	どちらともいえない	11 (14)	16 (20)	8 (10)	21 (19)	15 (14)	13 (12)	12 (6)	6 (3)	6 (3)	6 (2)	11 (4)	9 (3)
	あまりできない	6 (8)	6 (8)	6 (8)	9 (8)	3 (3)	5 (5)	1 (0)	1 (0)	0 (0)	5 (2)	4 (2)	1 (0)
	まったくできない	0 (0)	0 (0)	1 (1)	1 (1)	1 (1)	2 (2)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (0)	2 (1)	0 (0)

(次ページへ続く)

表13 (前ページからの続き) 食態度¹

	男性				女性				P値 ²	
	介入店舗 (n=80)		対照店舗 (n=111)		介入店舗 (n=212)		対照店舗 (n=261)			
	事前	1年後	事前	1年後	事前	1年後	事前	1年後		
牛乳・乳製品は低脂肪または無脂肪のものにする										
かなりできる	20 (25)	22 (28)	18 (23)	22 (20)	58 (27)	61 (29)	71 (34)	57 (22)	71 (27)	0.79
少しできる	15 (19)	15 (19)	20 (25)	24 (22)	44 (21)	56 (27)	42 (20)	62 (24)	49 (19)	
どちらともいえない	24 (30)	22 (28)	17 (21)	35 (32)	60 (28)	45 (21)	43 (20)	67 (26)	66 (25)	
あまりできない	11 (14)	9 (11)	10 (13)	22 (20)	29 (14)	29 (14)	33 (16)	49 (19)	50 (19)	
まったくできない	10 (13)	12 (15)	15 (19)	5 (5)	20 (9)	20 (9)	22 (10)	22 (8)	23 (9)	
飲料は甘味のない、砂糖が添加されていないものを選ぶ										
かなりできる	47 (59)	42 (53)	40 (50)	61 (56)	135 (64)	145 (69)	143 (68)	173 (67)	180 (70)	0.10
少しできる	19 (24)	22 (28)	26 (33)	26 (24)	50 (24)	50 (24)	48 (23)	56 (22)	56 (22)	
どちらともいえない	10 (13)	11 (14)	8 (10)	18 (17)	14 (7)	9 (4)	15 (7)	19 (7)	16 (6)	
あまりできない	2 (3)	2 (3)	5 (6)	3 (3)	10 (5)	5 (2)	5 (2)	10 (4)	5 (2)	
まったくできない	2 (3)	3 (4)	1 (1)	0 (0)	2 (1)	2 (1)	0 (0)	1 (0)	2 (1)	
お菓子や菓子パンを食事の代わりにしない										
かなりできる	51 (64)	49 (61)	52 (65)	71 (65)	117 (55)	121 (57)	127 (60)	158 (61)	154 (59)	0.33
少しできる	16 (20)	15 (19)	18 (23)	22 (20)	61 (29)	61 (29)	56 (27)	71 (27)	66 (25)	
どちらともいえない	10 (13)	14 (18)	8 (10)	11 (10)	21 (10)	16 (8)	20 (9)	19 (7)	30 (12)	
あまりできない	3 (4)	2 (3)	2 (3)	5 (5)	10 (5)	11 (5)	8 (4)	9 (3)	11 (4)	
まったくできない	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	2 (1)	2 (1)	0 (0)	2 (1)	3 (1)	
《意思・意欲》 体認認識(ボディイメージ)										
太りすぎ	9 (11)	6 (8)	8 (10)	17 (15)	21 (10)	18 (8)	18 (8)	29 (11)	26 (10)	0.45
太り気味	34 (43)	32 (40)	28 (35)	45 (41)	91 (43)	100 (47)	98 (46)	89 (34)	101 (39)	
ちょうどよい	27 (34)	29 (36)	32 (40)	35 (32)	84 (40)	84 (40)	78 (37)	113 (43)	113 (43)	
やせ気味	7 (9)	7 (9)	6 (8)	10 (9)	14 (7)	9 (4)	16 (8)	23 (9)	17 (7)	
やせすぎ	3 (4)	6 (8)	6 (8)	3 (3)	2 (1)	1 (0)	2 (1)	7 (3)	6 (2)	
体重変化願望										
減らしたい	45 (56)	42 (53)	40 (50)	65 (60)	147 (69)	154 (73)	142 (67)	171 (66)	162 (62)	0.17
増やしたい	5 (6)	3 (4)	8 (10)	7 (6)	4 (2)	4 (2)	4 (2)	12 (5)	15 (6)	
このままでよい	30 (38)	35 (44)	32 (40)	37 (34)	61 (29)	54 (25)	66 (31)	77 (30)	76 (29)	
健康的な食生活をするための学習の機会があったら参加するか										
参加すると思う	12 (15)	6 (8)	7 (9)	20 (18)	78 (37)	65 (31)	61 (29)	102 (40)	93 (36)	0.04
参加しないと思う	38 (48)	45 (57)	38 (48)	56 (50)	39 (18)	51 (24)	57 (27)	39 (15)	55 (21)	
わからない	29 (37)	28 (35)	34 (43)	35 (32)	95 (45)	96 (45)	94 (44)	117 (45)	110 (43)	

¹ 数値の表示は、人数(%)で示した。

² 事前と1年後の差の検定には符号付順位検定を行った。

表14 食環境への認識

	男性				女性				P値 ²				
	介入店舗 (n=80)		対照店舗 (n=111)		介入店舗 (n=212)		対照店舗 (n=261)						
	事前	1年後	事前	1年後	事前	1年後	事前	1年後					
《周囲からの支援》													
家族や同居者はあなたの健康づくりに関心があるか	33 (42)	29 (37)	30 (38)	40 (37)	40 (37)	35 (32)	41 (19)	33 (16)	32 (15)	44 (17)	51 (20)	41 (16)	0.15
非常に関心がある	41 (52)	42 (53)	47 (59)	61 (56)	58 (53)	63 (58)	112 (53)	133 (63)	136 (64)	149 (58)	137 (53)	142 (55)	
まあ関心がある	4 (5)	5 (6)	1 (1)	5 (5)	7 (6)	8 (7)	57 (27)	41 (19)	39 (18)	56 (22)	63 (24)	64 (25)	
あまり関心はない	1 (1)	1 (1)	0 (0)	1 (1)	1 (1)	1 (1)	1 (0)	1 (0)	3 (1)	6 (2)	6 (2)	7 (3)	
まったく関心はない	0 (0)	2 (3)	1 (1)	2 (2)	3 (3)	2 (2)	0 (0)	3 (1)	1 (0)	4 (2)	2 (1)	5 (2)	
わからない													
学校、会社はあなたの健康づくりに関心があるか	4 (5)	4 (5)	3 (4)	3 (3)	3 (3)	6 (6)	13 (6)	15 (7)	16 (8)	17 (7)	16 (6)	23 (9)	0.60
非常に関心がある	28 (35)	29 (36)	40 (50)	38 (36)	41 (39)	47 (44)	82 (39)	96 (46)	105 (50)	103 (40)	119 (46)	116 (45)	
まあ関心がある	36 (45)	30 (38)	23 (29)	48 (45)	42 (40)	34 (32)	78 (37)	65 (31)	52 (25)	89 (35)	73 (28)	66 (26)	
まったく関心はない	7 (9)	9 (11)	8 (10)	9 (8)	9 (8)	7 (7)	11 (5)	7 (3)	12 (6)	13 (5)	12 (5)	10 (4)	
わからない	5 (6)	8 (10)	6 (8)	8 (8)	11 (10)	12 (11)	25 (12)	26 (12)	24 (11)	36 (14)	38 (15)	43 (17)	
健康的な食生活をするための学習の機会があるか	17 (21)	17 (21)	21 (26)	23 (21)	22 (20)	24 (22)	77 (37)	81 (39)	89 (42)	80 (31)	87 (34)	89 (35)	0.12
ある	51 (64)	54 (68)	47 (59)	74 (67)	76 (69)	63 (57)	108 (51)	92 (44)	81 (39)	121 (47)	123 (48)	121 (47)	
ない	12 (15)	9 (11)	12 (15)	13 (12)	12 (11)	23 (21)	25 (12)	37 (18)	40 (19)	57 (22)	48 (19)	48 (19)	
わからない													
最近1か月の食品や惣菜の主な購入場所													
1 スーパーマーケット	42 (68)	43 (65)	40 (65)	61 (62)	61 (62)	63 (64)	121 (81)	125 (84)	121 (81)	138 (80)	132 (78)	131 (76)	-
2 コンビニエンスストア	9 (15)	13 (21)	14 (23)	19 (19)	23 (23)	21 (21)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (1)	0 (0)	
3 百貨店	0 (0)	1 (2)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (1)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	
4 弁当・惣菜店	2 (3)	0 (0)	1 (2)	3 (3)	2 (3)	2 (2)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	
5 その他の商店	5 (8)	0 (0)	2 (3)	0 (0)	0 (0)	2 (2)	3 (2)	0 (0)	0 (0)	1 (1)	2 (1)	2 (2)	
6 生協個配・共同購入	2 (3)	3 (8)	4 (6)	10 (10)	8 (8)	9 (9)	19 (13)	19 (13)	23 (15)	24 (14)	31 (18)	31 (18)	
7 生協以外の通信販売	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (1)	1 (1)	0 (0)	1 (1)	1 (1)	1 (1)	
8 その他	2 (3)	2 (3)	1 (2)	6 (6)	5 (5)	2 (2)	4 (3)	3 (2)	5 (3)	8 (5)	5 (3)	7 (4)	
よく食品や惣菜を購入する店舗は、栄養バランスの良い商品を提供していると思うか	5 (6)	10 (13)	6 (8)	5 (5)	6 (6)	6 (6)	33 (16)	40 (19)	39 (18)	37 (14)	46 (18)	43 (17)	0.25
たいへんよく提供している	41 (52)	39 (49)	43 (54)	56 (53)	53 (50)	56 (53)	145 (68)	150 (71)	144 (68)	185 (71)	173 (67)	184 (71)	
まあ提供している	18 (23)	12 (15)	13 (16)	23 (22)	20 (19)	15 (14)	16 (8)	8 (4)	17 (8)	13 (5)	18 (7)	14 (5)	
まったく提供していない	2 (3)	5 (6)	0 (0)	1 (1)	1 (1)	1 (1)	1 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	
わからない	13 (16)	13 (16)	17 (22)	21 (20)	26 (25)	28 (26)	17 (8)	14 (7)	12 (6)	24 (9)	22 (8)	18 (7)	
よく食品や惣菜を購入する店舗は、健康的な食生活をするための情報提供していると思うか	2 (3)	5 (6)	5 (6)	5 (5)	7 (6)	5 (5)	25 (12)	37 (18)	34 (16)	30 (12)	35 (13)	32 (12)	0.05
たいへんよく提供している	32 (41)	38 (48)	41 (52)	53 (49)	48 (44)	50 (46)	123 (58)	139 (66)	146 (69)	165 (63)	178 (68)	182 (70)	
まあ提供している	26 (33)	17 (22)	14 (18)	24 (22)	22 (20)	24 (22)	35 (17)	23 (11)	22 (10)	38 (15)	27 (10)	28 (10)	
まったく提供していない	3 (4)	4 (5)	1 (1)	3 (3)	1 (1)	3 (3)	2 (1)	1 (0)	0 (0)	1 (0)	1 (0)	0 (0)	
わからない	16 (20)	15 (19)	18 (23)	23 (21)	30 (28)	26 (24)	26 (12)	11 (5)	9 (4)	26 (10)	19 (7)	18 (7)	

(次ページへ続く)

表14 (前ページからの続き) 食環境への認識¹

	男性						女性					
	介入店舗 (n=80)			対照店舗 (n=111)			介入店舗 (n=212)			対照店舗 (n=261)		
	事前	1年後	P値 ²	事前	1年後	P値 ²	事前	1年後	P値 ²	事前	1年後	P値 ²
最近1か月の主な外食場所												
1 ファミリーレストラン	23 (30)	15 (19)	18 (23)	23 (23)	20 (20)	23 (23)	66 (34)	73 (37)	72 (37)	90 (38)	75 (32)	91 (39)
2 専門店	21 (27)	21 (27)	27 (35)	28 (28)	38 (38)	24 (24)	59 (30)	62 (31)	50 (25)	70 (30)	91 (38)	62 (26)
3 喫茶・カフェ	0 (0)	2 (3)	2 (3)	1 (1)	1 (1)	4 (4)	7 (4)	5 (3)	9 (5)	9 (4)	9 (4)	8 (3)
4 居酒屋	7 (9)	5 (6)	6 (8)	13 (13)	8 (8)	14 (14)	5 (3)	5 (3)	6 (3)	8 (3)	7 (3)	8 (3)
5 社員食堂	12 (16)	14 (18)	13 (17)	16 (16)	11 (11)	12 (12)	6 (3)	5 (3)	5 (3)	10 (4)	10 (4)	9 (4)
6 その他	6 (8)	10 (13)	3 (4)	9 (9)	12 (12)	9 (9)	6 (3)	5 (3)	7 (4)	13 (5)	10 (4)	16 (8)
7 外食しない	8 (10)	10 (13)	8 (10)	9 (9)	9 (9)	13 (13)	48 (24)	42 (21)	48 (24)	37 (16)	35 (15)	43 (18)
よく利用する外食店は、栄養バランスのとれたメニューを提供していると思うか												
たいへんよく提供している	2 (3)	2 (3)	4 (5)	0 (0)	5 (5)	6 (5)	1 (0)	5 (2)	2 (1)	2 (1)	8 (3)	8 (3)
まあ提供している	30 (38)	26 (33)	34 (43)	40 (36)	35 (32)	37 (34)	89 (44)	91 (45)	95 (47)	126 (50)	115 (45)	130 (51)
あまり提供していない	27 (34)	22 (28)	18 (23)	32 (29)	37 (34)	30 (27)	54 (27)	48 (24)	48 (24)	65 (26)	69 (27)	56 (22)
まったく提供していない	3 (4)	4 (5)	1 (1)	8 (7)	7 (6)	5 (5)	4 (2)	4 (2)	3 (1)	1 (0)	2 (1)	4 (2)
わからない	17 (22)	25 (32)	22 (28)	30 (27)	26 (24)	32 (29)	53 (26)	53 (26)	53 (26)	60 (24)	60 (24)	56 (22)
よく利用する外食店は、健康的な食生活をするための情報提供していると思うか												
たいへんよく提供している	1 (1)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	3 (3)	2 (2)	2 (1)	2 (1)	2 (1)	3 (1)	3 (1)	6 (2)
まあ提供している	19 (24)	18 (23)	23 (29)	25 (23)	20 (18)	31 (28)	54 (27)	52 (26)	66 (33)	78 (31)	81 (32)	93 (37)
あまり提供していない	34 (43)	29 (37)	26 (33)	43 (39)	41 (37)	33 (30)	84 (41)	80 (39)	66 (33)	89 (36)	81 (32)	81 (32)
まったく提供していない	7 (9)	8 (10)	5 (6)	14 (13)	14 (13)	12 (11)	7 (3)	7 (3)	6 (3)	15 (6)	12 (5)	9 (4)
わからない	18 (23)	23 (29)	25 (32)	29 (26)	33 (30)	33 (30)	56 (28)	62 (31)	63 (31)	65 (26)	73 (29)	61 (24)
《その他》												
経済的な制約のために健康的な食品選択ができないと思うことはあるか												
いつも思う	7 (9)	9 (11)	10 (13)	11 (10)	15 (14)	15 (14)	29 (14)	42 (20)	40 (19)	37 (14)	39 (15)	49 (19)
ときどき思う	44 (56)	38 (48)	36 (46)	45 (41)	42 (38)	42 (38)	117 (55)	105 (50)	103 (49)	138 (53)	132 (51)	141 (55)
思わない	28 (35)	32 (41)	33 (42)	55 (50)	54 (49)	54 (49)	65 (31)	64 (30)	68 (32)	83 (32)	87 (34)	68 (26)

¹ 数値の表示は、人数(%)で示した。

² 事前と1年後の差の検定には符号付順位検定を行った。

表15-1 簡易型自記式食事歴法質問表(BDHQ)を用いた対象店舗別による介入前後のエネルギー調整済み栄養素・食品群別摂取量(平均±標準偏差): 生協組合員モニター男性

解析対象者数	介入店舗			対照店舗			P値 ¹	P値 ^{2,3}
	事前		事後	事前		事後		
	1年後	1年後	1年後	1年後	1年後	1年後		
年齢	44.4 ± 8.3	44.8 ± 8.3	82	45.3 ± 8.3	44.8 ± 7.5	106	46.2 ± 8.2	<0.001
Body mass index	23.0 ± 2.7	22.8 ± 2.9		22.8 ± 2.9	23.7 ± 3.4		23.7 ± 3.2	
エネルギー kcal/日	2137 ± 550	2161 ± 586		2168 ± 598	2187 ± 565		2186 ± 600	
炭水化物 %E	50.7 ± 7.5	50.9 ± 6.8		51.0 ± 6.5	51.0 ± 8.0		51.5 ± 7.6	
たんぱく質 %E	14.2 ± 2.7	14.6 ± 2.6		14.5 ± 2.5	13.9 ± 2.1		14.4 ± 2.3	
脂質 %E	27.1 ± 5.1	27.0 ± 4.9		26.9 ± 4.8	26.4 ± 4.6		26.5 ± 4.9	
P/S比	1.08 ± 0.26	1.15 ± 0.28		1.08 ± 0.25	1.07 ± 0.31		1.07 ± 0.26	
アルコール g/1000kcal	9.2 ± 9.7	8.8 ± 10.4		8.9 ± 10.5	10.5 ± 11.4		8.7 ± 10.1	<0.01
コレステロール mg/1000kcal	178 ± 66	187 ± 66		171 ± 50	178 ± 49		184 ± 55	
食塩 g/1000kcal	5.6 ± 1.0	5.8 ± 1.1		5.7 ± 1.0	5.6 ± 1.0		5.6 ± 0.9	
カリウム mg/1000kcal	1294 ± 302	1377 ± 331		1341 ± 307	1252 ± 251		1260 ± 264	
カルシウム mg/1000kcal	276 ± 80	275 ± 87		279 ± 78	262 ± 78		267 ± 72	
鉄 mg/1000kcal	4.1 ± 1.0	4.2 ± 0.9		4.2 ± 0.9	4.0 ± 0.8		4.0 ± 0.8	
カロテン μg/1000kcal	1787 ± 1013	2106 ± 1130		2032 ± 1023	1810 ± 1001		1688 ± 829	<0.01 ↑
ビタミンB ₁ mg/1000kcal	0.39 ± 0.08	0.41 ± 0.08		0.40 ± 0.07	0.39 ± 0.06		0.39 ± 0.07	
ビタミンB ₂ mg/1000kcal	0.68 ± 0.17	0.69 ± 0.17		0.68 ± 0.15	0.66 ± 0.12		0.67 ± 0.14	
ビタミンB ₆ mg/1000kcal	0.66 ± 0.16	0.69 ± 0.15		0.69 ± 0.15	0.64 ± 0.13		0.65 ± 0.14	
ビタミンB ₁₂ μg/1000kcal	5.0 ± 2.8	5.3 ± 2.6		5.3 ± 2.6	4.8 ± 2.5		5.2 ± 2.4	
ビタミンC mg/1000kcal	52 ± 20	64 ± 27		56 ± 20	51 ± 17		50 ± 19	
葉酸 μg/1000kcal	174 ± 50	191 ± 57		183 ± 49	174 ± 45		172 ± 47	
パントテン酸 mg/1000kcal	3.3 ± 0.6	3.4 ± 0.6		3.4 ± 0.6	3.3 ± 0.5		3.4 ± 0.5	0.04
総食物繊維 g/1000kcal	6.0 ± 1.7	6.6 ± 2.1		6.3 ± 1.7	6.0 ± 1.6		6.0 ± 1.4	
穀類 g/1000kcal	223 ± 64	223 ± 58		215 ± 53	225 ± 65		224 ± 62	
いも類 g/1000kcal	20 ± 15	25 ± 19		21 ± 16	20 ± 16		21 ± 16	
砂糖類 g/1000kcal	3 ± 3	3 ± 2		3 ± 2	3 ± 2		3 ± 4	
豆類 g/1000kcal	124 ± 56	124 ± 56		119 ± 49	112 ± 53		118 ± 60	
野菜類 g/1000kcal	127 ± 57	141 ± 66		134 ± 57	121 ± 52		118 ± 51	
果実類 g/1000kcal	26 ± 22	39 ± 35		26 ± 22	24 ± 21		25 ± 24	
魚介類 g/1000kcal	41 ± 27	45 ± 27		45 ± 27	39 ± 23		42 ± 23	
肉類 g/1000kcal	35 ± 14	37 ± 17		36 ± 12	36 ± 14		36 ± 15	
卵類 g/1000kcal	18 ± 13	18 ± 14		15 ± 10	18 ± 10	0.03	18 ± 11	
乳類 g/1000kcal	63 ± 53	57 ± 49		60 ± 47	52 ± 48		58 ± 45	
菓子類 g/1000kcal	27 ± 23	24 ± 19		27 ± 21	29 ± 27		27 ± 23	
飲料類 g/1000kcal	366 ± 216	349 ± 182		359 ± 196	356 ± 190		344 ± 222	
調味料 g/1000kcal	6.2 ± 2.5	6.1 ± 2.4		5.8 ± 2.2	5.4 ± 2.0		5.6 ± 2.5	

P/S比: 多価不飽和脂肪酸に対する飽和脂肪酸の比。
 ベースライン時に群間差が認められた項目はなし。

¹ 対象群内の介入前後の摂取量について、対応のあるt検定を行った。数値を表記していないものは、差が有意でない(p>0.05)ことを示す。
² 対象群間の介入前後の摂取量の差について、対応のないt検定を行った。数値を表記していないものは、差が有意でない(p>0.05)ことを示す。
³ 矢印は変化の方向性: ↑ = 介入群が対照群に比べて増加、↓ = 介入群が対照群に比べて減少。

表15-2 簡易型自記式食事歴法質問表(BDHC)を用いた対象店舗別による介入前後のエネルギー調整済み栄養素・食品群別摂取量(平均±標準偏差): 生協組合員モーター女性

解析対象者数	介入店舗			対照店舗			P値 ¹	P値 ^{2,3}
	事前	事後	1年後	事前	事後	1年後		
年齢	44.0 ± 8.0	44.6 ± 8.0	45.0 ± 8.2	44.4 ± 7.7	45.1 ± 8.3	45.5 ± 8.3	<0.001	<0.001
Body mass index	21.3 ± 2.5	21.3 ± 2.5	21.3 ± 2.6	21.4 ± 3.1	21.4 ± 3.1	21.3 ± 3.0		
エネルギー	1829 ± 466	1783 ± 405	1710 ± 438	1830 ± 463	1829 ± 464	1798 ± 505	<0.001	
炭水化物	50.6 ± 6.3	51.9 ± 6.4	50.8 ± 6.1	50.9 ± 6.2	51.8 ± 6.5	50.7 ± 6.2		
たんぱく質	15.2 ± 2.5	15.2 ± 2.2	15.5 ± 2.3	15.0 ± 2.2	15.1 ± 2.2	15.3 ± 2.4		
脂質	31.0 ± 4.8	30.0 ± 5.0	30.6 ± 4.8	31.2 ± 4.5	30.3 ± 4.9	31.2 ± 4.4		
P/S比	1.01 ± 0.26	1.10 ± 0.26	1.08 ± 0.27	0.99 ± 0.27	1.07 ± 0.26	1.02 ± 0.27	<0.001	
アルコール	3.3 ± 7.0	2.8 ± 5.5	3.1 ± 5.9	2.8 ± 6.3	2.8 ± 6.1	2.9 ± 6.8		
コレステロール	197 ± 62	201 ± 61	195 ± 59	204 ± 57	207 ± 60	203 ± 57		
食塩	6.0 ± 1.1	5.9 ± 1.0	6.1 ± 1.0	5.9 ± 1.1	5.8 ± 0.9	5.9 ± 1.0	0.03	
カリウム	1498 ± 314	1577 ± 348	1549 ± 342	1505 ± 316	1540 ± 321	1524 ± 326	<0.01	
カルシウム	334 ± 96	326 ± 88	339 ± 85	329 ± 80	319 ± 77	336 ± 79	<0.01	
鉄	4.5 ± 1.0	4.7 ± 1.0	4.7 ± 1.0	4.6 ± 0.9	4.6 ± 0.9	4.6 ± 0.9		0.03 ↑
カロテン	2475 ± 1276	2663 ± 1246	2616 ± 1394	2564 ± 1325	2649 ± 1227	2614 ± 1396		
ビタミンB ₁	0.45 ± 0.07	0.46 ± 0.08	0.45 ± 0.08	0.45 ± 0.07	0.45 ± 0.07	0.45 ± 0.07		
ビタミンB ₂	0.76 ± 0.16	0.77 ± 0.15	0.77 ± 0.16	0.77 ± 0.14	0.77 ± 0.14	0.77 ± 0.14		
ビタミンB ₆	0.71 ± 0.15	0.73 ± 0.15	0.73 ± 0.16	0.71 ± 0.14	0.72 ± 0.14	0.72 ± 0.15	<0.01	
ビタミンB ₁₂	5.1 ± 2.5	4.8 ± 2.2	5.4 ± 2.5	4.9 ± 2.4	4.7 ± 2.3	5.1 ± 2.5	0.04	
ビタミンC	64 ± 23	78 ± 28	69 ± 27	68 ± 27	77 ± 28	67 ± 24	<0.001	0.02 ↑
葉酸	201 ± 62	221 ± 62	214 ± 69	207 ± 61	218 ± 59	206 ± 59	<0.001	<0.01 ↑
パントテン酸	3.7 ± 0.6	3.7 ± 0.6	3.7 ± 0.6	3.7 ± 0.5	3.7 ± 0.5	3.7 ± 0.5		
総食物繊維	7.2 ± 1.8	7.8 ± 2.0	7.5 ± 2.0	7.4 ± 2.0	7.8 ± 1.9	7.4 ± 2.0	<0.01	
穀類	199 ± 54	198 ± 59	190 ± 54	193 ± 53	194 ± 59	181 ± 55	0.01	<0.001
いも類	28.0 ± 18.1	33.4 ± 24.5	29.6 ± 20.2	26.8 ± 17.2	30.4 ± 23.2	28.4 ± 23.3		
砂糖類	2.8 ± 2.4	3.0 ± 2.3	2.8 ± 2.5	2.6 ± 2.1	2.9 ± 2.1	2.8 ± 2.3		
豆類	112 ± 53	119 ± 53	117 ± 57	107 ± 52	109 ± 50	106 ± 54		
野菜類	162 ± 69	172 ± 73	173 ± 79	166 ± 73	168 ± 65	166 ± 72	0.01	
果実類	39 ± 28	56 ± 39	41 ± 29	43 ± 34	63 ± 44	44 ± 34		
魚介類	41 ± 24	40 ± 20	45 ± 24	40 ± 23	40 ± 22	43 ± 25	<0.01	0.01
肉類	38 ± 16	37 ± 18	36 ± 18	37 ± 14	37 ± 15	36 ± 16		
卵類	18 ± 11	19 ± 11	18 ± 11	20 ± 11	21 ± 12	19 ± 11		
乳類	87 ± 62	77 ± 51	82 ± 53	81 ± 51	75 ± 48	84 ± 54		
菓子類	38 ± 24	33 ± 21	34 ± 22	43 ± 28	37 ± 21	41 ± 24	0.02	
飲料類	346 ± 172	383 ± 180	362 ± 194	373 ± 214	382 ± 191	367 ± 204		
調味料	6.8 ± 2.7	6.3 ± 2.5	6.6 ± 2.8	6.6 ± 2.5	6.3 ± 2.6	6.3 ± 2.9		

P/S比: 多価不飽和脂肪酸に対する飽和脂肪酸の比。

ベースライン時に群間差が認められたものは、菓子類(P=0.04)であった。

¹ 対象群内の介入前後の摂取量について、対応のあるt-検定を行った。数値を表記していないものは、差が有意でない(p>0.05)ことを示す。

² 対象群間の介入前後の摂取量の差について、対応のないt-検定を行った。数値を表記していないものは、差が有意でない(p>0.05)ことを示す。

³ 矢印は変化の方向性: ↑=介入群が対照群に比べて増加、↓=介入群が対照群に比べて減少。

生協店舗 IDPOS データを利用した購買行動に関する予備的分析

分担研究者 中嶋康博 東京大学大学院農学生命科学研究科 准教授
研究協力者 氏家清和 東京大学大学院農学生命科学研究科 講師
奥西麻衣 東京大学農学部 学生

研究要旨

本研究プロジェクトで実施した生協店舗における、栄養情報の提供が、店舗来訪者の購買行動にどのような影響を与えたかについて、ID-POS の購買記録を利用して検証を行った。分析では、ID-POS データに、モニター世帯のプロフィールと食行動の意識や態度についてのアンケートデータを相互補完的に組み合わせた。分析の結果以下のような知見が得られた。

野菜・果実ともに、もともと消費量が少なく、かつ食料品購入金額に占める割合が低い世帯ではかえってプロジェクトの効果が長期間に及ぶ傾向にあった。

野菜では、食料販売店舗、特に外食店などで提供している食情報に関心をもち、店舗選択にも生かしている人ほど効果が長続きする傾向が観察された。また、家庭や地域などが積極的に健康づくりを行っていると感じている世帯ほど、効果が長期化しており、周囲の働きかけが食生活の改善に重要な影響を持つことが分かった。対照的に、食生活に満足している人ほど効果が短期的なものになっていることから、満足している人の食生活を変えることは困難であることが示唆された。

果実においては、野菜の場合と同様に、食料販売店舗により提供される情報に関心が強い人に対して、プロジェクトの効果が長続きしていることが分かった。また、食料品の買い物頻度が高い人ほど効果の見られる人が多かった。運動への意識が高く、ふだんから体を動かしている人の方が、プロジェクトへの反応が良かった。職業差によるプロジェクトの効果については、主婦では効果が短期間になる傾向が見られた。小学生以下の子どもがいる世帯では効果は見られず、世帯人数が2人である世帯は効果が長続きすることが分かった。

今年度の作業は膨大な IDPOS データの記述統計的な整理に注力し、消費行動の全体的な傾向を把握することを試みた。次年度で本プロジェクト等の情報要因を含めた需要モデルの推計等、より詳細な消費行動分析を実施する。

A. はじめに

本研究プロジェクトで実施した生協店舗における(食事バランスガイドを中心にした)栄養情報の提供が、店舗来訪者の購買行動にどのような影響を与えたかについて、POS の購買記録を利用して検証を行った。分析では、事前に個別のアンケートに回答してもらったモニターの記録を利用した。モニターについては購買者のプロフィールと(アンケート時の質問によって)食行動の意識や態度の情報が確認できる。今年度の作業は膨大なデータの整理に注力した。分

析面では予備的な考察にとどまっており、次年度で詳細な消費行動分析を実施する。

B. 利用した POS データの状況

今回の分析で使用するデータは、スキャナーデータの中の店舗レベルで得られる POS データである。コープでは個々の世帯が組合員コードを有しており、レジで商品を購入する際に ID カードを通すことにより、どの世帯が何を購入したのかということまで把握できる。またこの組

会員コードによりアンケート結果と POS データを容易に組み合わせることが可能となる。

分析に使用する IDPOS データの期間は介入店舗、対照店舗とも 2006 年 11 月 12 日 (2006 年第 46 週) から 2007 年 11 月 10 日 (2007 年第 45 週) である。食料品は土日に買いだめをする場合が多く、また「火曜日」などといった曜日での催事の影響を大きく受けるため、日曜日から土曜日までの 1 週間を分析単位とした。

C. 分析対象

食生活に関するアンケートを、2006 年 8 月 (事前アンケート) と 2007 年 2 月 (事後アンケート) に行った。このアンケートは介入店舗、対照店舗とも行っている。

アンケートを依頼したモニターは介入店舗 654 名 (男性 227 名、女性 427 名、413 世帯)、対照店舗 783 名 (男性 281、女性 502、495 世帯)、事前調査回答者は介入店舗 548 名 (男性 176 名、女性 372 名、364 世帯)、対照店舗 669 名 (男性 224、女性 445、442 世帯) であった。回答した男性のほとんどは同じ世帯の女性も回答している。本分析では世帯ごとの食料消費傾向と意識の関係を分析するため、女性のアンケート結果を基に分析をした。また同じ世帯間で女性が複数回答している場合には、食料品購入頻度が高い女性のアンケート結果を利用した。

IDPOS データでは、コープ以外での購買が分からない。そこで分析対象をコープで日々の食料品の多くをカバーしている世帯に絞るため、青果物購入回数週平均 1 回以上、世帯員 1 人当たり青果物購入金額週平均 100 円以上、世帯員 1 人当たり食料品購入金額週平均 1,000 円以上の世帯に限定した。介入店舗の分析対象世帯は 220 世帯、対照店舗は 174 世帯となった。年代、世帯人数、世帯構成、小学生以下の子どもの有無のそれぞれにおいて独立性の検定を有意水準 10% で行った結果、介入店舗と対照店舗間で有意差は認められなかった。つまり、介入店舗と対照店舗で世帯属性の差はなく、食料品の消費

傾向などを比較することができると言える。

なお、食生活に関するアンケートの中で、分析に用いた項目は次の通りである。

■世帯属性に関する質問：年代／家族構成／職業／子どもの年代

■食生活態度に関する質問：現在の食生活に対する満足度／食料品の買物頻度／店内表示の参考状況／栄養成分表示の参考状況／買物時の食情報入手頻度／食卓での食に関する会話の頻度／栄養や食事を実際に気をつけている／体型認識／体重変化願望／家族や同居者の健康づくりへの積極性／学校、会社や地域の健康づくりへの積極性／外食店舗の情報提供／健康診断／運動／体の動かし方

D. 意識と購買行動の検討

以下、アンケートによって調査された事項と POS データによる食料支出との関係について検討した結果を列挙する。

①世帯属性に関する検討

- ・年代が高くなるにつれて、野菜・海藻、果物、魚介類への支出の割合が高くなり、年代が低くなるにつれて、肉類、乳卵類、油脂・調味料、菓子類の割合が高くなる傾向があった。穀類、調理食品、飲料、酒類にはそのような傾向は見られなかった (表 1)。
- ・世帯人数が 2 人の世帯は 3 人以上の世帯よりも、野菜・海藻、果物、魚介類の割合が高く、世帯人数が多いほど肉類、穀類、調理食品の割合が高かった。また、世帯人数が少ないほど、緑黄色野菜の割合が高く、世帯人数が多いほどいもの割合が高かった (表 2)。
- ・小学生以下の子どもがいる世帯は、いない世帯と比べ、肉類、乳卵類、穀類、菓子類の割合が高く、逆にいない世帯は、いる世帯に比べ、野菜・海藻、魚介類の割合が高かった (表 3)。
- ・回答者が自営業・会社員である世帯は魚介類、酒類の割合が高く、乳卵類の割合が低かった。専業主婦である世帯は野菜・海藻、果物の割

合が高く、魚介類の割合が低かった。パートタイマーである世帯は調理食品の割合が高く、野菜・海藻、魚介類の割合が低かった(表4)。

②意識に関する検討

- ・現在の食生活に「とても満足している」と回答した者は野菜・海藻、果物、酒類の割合が低く、油脂・調味料、調理食品の割合が高かった。「あまり満足していない・満足していない」と回答した者は穀類、飲料の割合が高く、魚介類の割合が低かった。また、満足度が高い者ほど緑黄色野菜の割合が高く、淡色野菜の割合が低かった(表5)。
- ・食品の購入や外食の際に、カロリー表示等の栄養成分表示を「いつも参考にする」者は「全く参考にしない」者に比べ、野菜・海藻、果物、乳卵類、飲料の割合が高く、肉類、穀類、調理食品、菓子類、酒類の割合が低かった(表6)。また、栄養成分表示を「いつも参考にする」者は緑黄色野菜、きのこの割合が高く、淡色野菜、いもの割合が低い傾向にあった。
- ・食卓で家族と食事や料理、栄養のことなどについて話をすることがあるかという質問について、「よくある」と回答した者は野菜・海藻の割合が高く、調理食品の割合が低かった(表7)。
- ・普段自分の健康のために、栄養や食事について実際に気をつけている頻度の高い者ほど、野菜・海藻、果物、乳卵類、魚介類の割合が高く、穀類、調理食品、菓子類の割合が低い傾向があった(表8)。野菜の分類においても気をつけている頻度の高い者ほど、緑黄色野菜の割合が高く、淡色野菜、いもの割合が低かった。
- ・現在の自分自身の体型について「やせ気味・やせすぎ」だと感じている人ほど野菜・海藻、果物、酒類の割合が高く、油脂・調味料、調理食品、菓子類、飲料の割合が低かった(表9)。「太りすぎ」あるいは「太り気味」だと感じている人ほど緑黄色野菜の割合が低く、淡色

野菜の割合が高かった。

- ・学校、会社や地域が健康づくりに「非常に関心がある」と思っている人は野菜・海藻、果物、酒類の割合が高く、乳卵類、穀類、調理食品、菓子類、飲料の割合が低かった(表10)。また、淡色野菜の割合が非常に高く、いもの割合が低かった。

E. 介入効果の検討

IDPOS データは「金額」の情報であり価格の変動の影響を大きく受けている。そこで IDPOS データを利用して、個々の商品の価格変動を考慮に入れた価格指数を作成し、金額を価格指数で除することにより数量指数を算出し、食料の消費動向及びプロジェクトの効果を分析することとした。価格指数の算出方法としてパーシェ算式を採用した。

イベント後にこの指数が増加した場合に「プロジェクトの効果」があったと見なした。イベントの期間中とそれ以前の期間、以後の期間の3期に分け、数量指数の増加率を元に分析の対象とする世帯を「プロジェクトの効果が短期的のみ見られた世帯」、「長期的に見られた世帯」、「効果の見られなかった世帯」に分類し、それぞれのグループの世帯属性・消費特性・健康意識の違いを分析する。また、差が有意であるかを測るために独立性の検定を用いることにする。

介入店舗、対照店舗ともに青果物、食料品の1人当たり週次購入金額は平成18年家計調査での世帯平均の約半分であり、家庭での食費の約半分をカバーしていることになる。食料品購入金額に占める各食品のシェアも介入店舗と対照店舗であまり差はなく、さらに家計調査の傾向とも大きな差は見られなかった。

1年という長い単位、1週間という短い単位でそれぞれ介入店舗と対照店舗を比較したが、プロジェクトの期間中、期間後に野菜の数量指数が介入店舗のみで増えるなどといった動きは確認できなかった。しかし「店舗単位ではプロジェクトの効果を確認できなかったが、個人ベ-

スでは行動の変化が観察される。そこで介入店舗の分析対象者をグループ分けし、プロジェクトの効果を測ることにする。

プロジェクトにより消費量を増やすことを目標にしている青果物に着目するが、野菜と果実では消費量の動きが大きく異なっているため、別々に扱うこととした。

プロジェクトを実施していた期間（2007年第3週～第5週の3週間）を期間中とし、それより以前の期間（2006年第46週～2007年第2週の9週間）を事前、それより以後の期間（2007年第6週～2007年第21週の16週間）を事後とする。野菜、果実の数量指数の平均を期間毎に求め、事前から期間中の増加率、事前から事後の増加率を求めた。また、野菜、果物の消費量は季節変動も大きいことから対照店舗の週次数量指数で除することにより季節変動の影響も除いている。

- ・グループ1：プロジェクトの効果が短期的にだけ見られるグループ（事前から期間中にかけて数量指数が増えたが、事前から事後では数量指数が増えていないグループ）【55世帯】
- ・グループ2：プロジェクトの効果が長期的に見られるグループ（事前から期間中、事前から事後とも数量指数が増えたグループ）【55世帯】

・グループ3：プロジェクトの効果が見られないグループ（それ以外のグループ）【110世帯】

グループ1はイベント実施期間のみ野菜・果実共に数量指数は上昇し、その後元の水準にまで低下している。グループ2はもともとの数量指数がグループ1、3の半分程度であったが、イベント実施期間に上昇し、その水準を長期間維持した結果、最終的にはグループ1、3と同じくらい水準となった。グループ3はイベント実施前の数量指数が高く、イベント実施の前後で大きく変化はない（図1、図2、図3）。

野菜・果実とも、1年間を通じた食料品支出シェアには、グループ間で大きな差は見られな

かった。ところが、期間を事前にだけ絞ると、野菜グループ2では食料品支出シェアの中で「野菜・海藻」のシェアが、果実グループ2では「果物」のシェアが統計的にも小さいことが分かった。「野菜・果実とも、長期的にプロジェクトの効果が表れたグループ2は、もともとの野菜、果実の数量指数も少なく、さらにもともとの「野菜・海藻」、「果物」のシェアも小さかった。

野菜グループ、果実グループのそれぞれで世帯属性・食生活態度の回答をクロス集計し、 χ^2 乗検定を行った。その結果、野菜グループ、果実グループともに差の有意性が比較的高かったものは「外食店の情報提供」（表11、p値：野菜0.21、果実0.07）と「健康診断」（表12、p値：野菜0.20、果実0.27）であった。また、野菜グループのみに有意差が見られたものは「現在の食生活に対する満足度」（表13、p値0.28）、「店内表示の参考状況」（表14、p値0.13）、「体重変化願望」（表15、p値0.04）、「家族や同居者の健康づくりへの積極性」（表16、p値0.19）、「学校、会社や地域の健康づくりへの積極性」（表17、p値0.13）であった。果実グループでは、「食料品の買物頻度」（表18、p値0.09）、「買物時の情報入手頻度」（表19、p値0.08）、「職業」（表20、p値0.08）、「小学生以下の子どもの有無」（表21、p値0.26）、「世帯人数」（表22、p値0.13）、「運動」（表23、p値0.21）、「体の動かし方」（表24、p値0.15）で有意差が見られた。

p値を見ると、プロジェクト効果については、世帯のプロフィールや意識の影響は、野菜よりも果実の消費で有意性が高いと指摘でき、世帯プロフィールや意識などにより類型化することで、食育情報の提供による消費動向の変化についての事前予測が効果的に行える可能性が示唆される。

F. 参考文献

IDPOS データと、アンケート結果などをつき合

わせた結果、以下のような知見が得られた。

野菜・果実ともに、もともと消費量が少なく、かつ食料品購入金額に占める割合が低い世帯ではかえってプロジェクトの効果が長期間に及ぶ傾向にあった。

野菜では、外食店の情報提供に関心の低い人はプロジェクトにも反応しておらず、また食情報を提供している外食店に行っている人ほど効果が長続きする傾向が観察された。また家庭や地域などが積極的に健康づくりを行っていると感じている世帯ほど、効果が長期化していた。回答者が健康診断を受診している人ほど健康に関心があると考えられ、効果も長続きしていた。また、食生活に満足している人ほど効果が短期的なものになっていることから、満足している人の食生活を変えることは困難であることが示唆された。

果実においては、野菜の場合と同様に、外食店の情報提供に関心の低い人はプロジェクトにも反応していなかった。買い物をしているときに食情報を積極的に入手しようとしている人ほど、プロジェクトの効果は長続きしていることが分かった。また、食料品の買い物頻度が高い人ほど効果の見られる人が多かった。運動への意識が高く、ふだんから体を動かしているの方が、プロジェクトの反応が良かった。職業差によるプロジェクトの効果の有無はほとんどなかったが、主婦では効果が短期間になる傾向であった。小学生以下の子どもがいる世帯の方が効果は見られず、世帯人数が2人である世帯は効果が長続きすることが分かった。

G. 参考文献

- [1] 阿部誠・近藤文代『マーケティングの科学・POSデータの解析』朝倉書店 2005年
- [2] 藤沢良和『食育の時代 楽しく食べる子どもに』第一出版 2005年
- [3] 永井毅・鈴木喜隆『生活習慣病と食品の機能』水産社 2003年

[4] 並木正吉『欧米諸国の栄養政策—背景と問題の焦点—』農山漁村文化協会 1999年

4. 意識と購買行動の検討

①世帯属性に関する検討

表 1 「年代」と「食料支出シェア」の関係

年代	野菜・ 海藻	果物	魚介 類	肉類	乳卵 類	穀類	油脂・ 調味 料	調理 食品	菓子 類	飲料	酒類	その 他	組合 員数
20代、30代	19.9%	5.3%	9.3%	12.9%	6.5%	12.6%	5.6%	8.2%	12.0%	3.3%	3.2%	1.3%	96
40代	18.9%	5.0%	11.0%	11.7%	6.3%	13.4%	5.4%	10.1%	10.5%	3.8%	2.7%	1.3%	81
50代	21.0%	7.3%	13.9%	10.5%	5.2%	12.1%	4.9%	8.4%	9.5%	3.2%	3.0%	1.0%	43
全体平均	19.7%	5.6%	10.8%	12.0%	6.2%	12.8%	5.4%	8.9%	10.9%	3.5%	3.0%	1.2%	220

表 2 「世帯人数」と「食料支出シェア」の関係

世帯人数	野菜・ 海藻	果物	魚介 類	肉類	乳卵 類	穀類	油脂・ 調味 料	調理 食品	菓子 類	飲料	酒類	その 他	組合 員数
2人	22.4%	6.6%	12.7%	10.8%	4.6%	10.9%	5.4%	8.0%	9.5%	4.1%	4.0%	1.1%	36
3人	21.0%	5.5%	10.4%	11.6%	6.4%	11.8%	5.3%	9.2%	10.9%	3.3%	3.3%	1.2%	68
4人	18.0%	5.4%	10.6%	12.5%	6.8%	13.6%	5.4%	8.9%	11.6%	3.4%	2.5%	1.3%	94
5人・6人	19.0%	4.8%	10.0%	12.7%	5.4%	15.2%	5.4%	9.7%	10.4%	3.5%	2.5%	1.3%	22
全体平均	19.7%	5.6%	10.8%	12.0%	6.2%	12.8%	5.4%	8.9%	10.9%	3.5%	3.0%	1.2%	220

表 3 「小学生以下の子どもの有無」と「食料支出シェア」の関係

小学生以下の子ども の有無	野菜・ 海藻	果物	魚介 類	肉類	乳卵 類	穀類	油脂・ 調味 料	調理 食品	菓子 類	飲料	酒類	その 他	組合 員数
いる	19.0%	5.1%	9.1%	13.0%	6.8%	13.5%	5.5%	8.6%	11.7%	3.3%	2.8%	1.4%	118
いない	20.6%	6.1%	12.8%	10.7%	5.4%	11.9%	5.2%	9.3%	10.0%	3.6%	3.2%	1.1%	102
全体平均	19.7%	5.6%	10.8%	12.0%	6.2%	12.8%	5.4%	8.9%	10.9%	3.5%	3.0%	1.2%	220

表 4 「職業」と「食料支出シェア」の関係

職業	野菜・ 海藻	果物	魚介 類	肉類	乳卵 類	穀類	油脂・ 調味 料	調理 食品	菓子 類	飲料	酒類	その 他	組合 員数
自営業・会社員	19.9%	5.0%	12.3%	12.7%	5.1%	12.3%	5.4%	8.6%	10.3%	3.4%	4.1%	0.9%	37
専業主婦	20.3%	6.0%	10.3%	11.8%	6.5%	12.5%	5.4%	8.6%	11.1%	3.5%	2.8%	1.3%	124
パートタイマー	18.4%	5.0%	10.7%	12.1%	6.2%	13.6%	5.3%	10.0%	10.9%	3.7%	2.9%	1.3%	46
無職・その他	18.7%	5.2%	11.4%	11.0%	6.0%	14.6%	5.7%	9.8%	11.2%	2.7%	2.4%	1.3%	13
全体平均	19.7%	5.6%	10.8%	12.0%	6.2%	12.8%	5.4%	8.9%	10.9%	3.5%	3.0%	1.2%	220

②意識に関する検討

表 5 「食生活への満足度」と「食料支出シェア」の関係

食生活への満足度	野菜・海藻	果物	魚介類	肉類	乳卵類	穀類	油脂・調味料	調理食品	菓子類	飲料	酒類	その他	組合員数
とても満足	17.1%	4.5%	11.0%	11.6%	5.9%	12.5%	6.2%	12.3%	11.9%	3.7%	2.2%	1.2%	15
まあまあ満足	20.4%	5.8%	11.0%	11.7%	6.1%	13.0%	5.3%	8.6%	10.6%	3.4%	2.8%	1.3%	156
どちらともいえない	18.0%	5.2%	10.6%	13.3%	6.5%	11.3%	5.3%	9.0%	12.0%	3.2%	4.1%	1.4%	34
あまり満足していない・満足していない	19.3%	5.1%	9.0%	11.7%	5.8%	14.1%	5.3%	9.0%	11.4%	4.8%	3.5%	0.9%	15
全体平均	19.7%	5.6%	10.8%	12.0%	6.2%	12.8%	5.4%	8.9%	10.9%	3.5%	3.0%	1.2%	220

表 6 「栄養成分表示の参考状況」と「食料支出シェア」の関係

栄養成分表示の参考状況	野菜・海藻	果物	魚介類	肉類	乳卵類	穀類	油脂・調味料	調理食品	菓子類	飲料	酒類	その他	組合員数
いつも参考にする	21.9%	6.4%	10.3%	10.8%	7.2%	11.9%	4.8%	8.3%	10.9%	3.9%	2.6%	1.1%	26
ときどき参考にする	19.3%	5.4%	10.7%	12.3%	6.1%	12.9%	5.5%	8.7%	11.1%	3.6%	3.0%	1.3%	123
あまり参考にしない	19.9%	5.6%	11.4%	12.0%	5.8%	13.1%	5.2%	9.5%	10.0%	3.2%	3.1%	1.2%	58
全く参考にしない	17.8%	5.3%	10.4%	12.0%	5.7%	12.8%	5.2%	10.4%	12.4%	2.9%	3.8%	1.1%	12
全体平均	19.7%	5.6%	10.8%	12.0%	6.2%	12.8%	5.3%	9.0%	10.9%	3.5%	3.0%	1.2%	219

表 7 「食卓での食に関する会話の頻度」と「食料支出シェア」の関係

食卓での食に関する会話の頻度	野菜・海藻	果物	魚介類	肉類	乳卵類	穀類	油脂・調味料	調理食品	菓子類	飲料	酒類	その他	組合員数
よくある	22.1%	6.0%	11.2%	11.4%	5.6%	11.9%	5.6%	7.9%	10.1%	3.9%	3.2%	1.2%	53
ときどきある	19.4%	5.5%	10.7%	12.2%	6.5%	12.9%	5.3%	9.3%	10.7%	3.4%	3.0%	1.3%	132
どちらともいえない	17.5%	5.1%	13.8%	11.8%	4.7%	13.6%	5.3%	9.2%	11.5%	3.7%	2.7%	1.0%	12
あまりない・まったくない	17.6%	5.6%	9.1%	12.0%	6.0%	13.9%	5.9%	9.2%	13.9%	3.0%	2.5%	1.4%	23
全体平均	19.7%	5.6%	10.8%	12.0%	6.2%	12.8%	5.4%	8.9%	10.9%	3.5%	3.0%	1.2%	220

表 8 「栄養や食事を実際に気をつけているかどうか」と「食料支出シェア」の関係

栄養や食事を実際に気をつけている	野菜・海藻	果物	魚介類	肉類	乳卵類	穀類	油脂・調味料	調理食品	菓子類	飲料	酒類	その他	組合員数
いつも気をつけている	21.0%	5.7%	11.8%	11.3%	6.3%	12.3%	5.5%	8.3%	9.8%	3.5%	3.4%	1.2%	76
ときどき気をつけている	19.7%	5.6%	10.4%	12.4%	6.2%	12.8%	5.5%	8.9%	11.0%	3.6%	2.8%	1.3%	120
あまり気をつけていない	15.8%	5.0%	10.0%	12.1%	5.8%	14.3%	4.8%	11.2%	14.1%	2.8%	2.8%	1.2%	24
全体平均	19.7%	5.6%	10.8%	12.0%	6.2%	12.8%	5.4%	8.9%	10.9%	3.5%	3.0%	1.2%	220

表 9 「自身の体型認識」と「食料支出シェア」の関係

体型認識	野菜・ 海藻	果物	魚介 類	肉類	乳卵 類	穀類	油脂・ 調味 料	調理 食品	菓子 類	飲料	酒類	その 他	組合 員数
太りすぎ	19.9%	5.3%	10.7%	11.5%	6.0%	11.8%	6.2%	9.3%	11.7%	4.2%	2.1%	1.2%	18
太り気味	19.3%	5.1%	10.4%	12.2%	6.0%	13.1%	5.3%	9.6%	11.3%	3.5%	2.9%	1.2%	100
ちょうどよい	19.7%	5.8%	11.3%	11.7%	6.5%	12.9%	5.5%	8.5%	10.7%	3.4%	2.8%	1.2%	82
やせ気味・やせすぎ	21.6%	7.3%	10.8%	12.2%	5.8%	11.8%	4.7%	7.1%	9.6%	3.0%	4.6%	1.5%	20
全体平均	19.7%	5.6%	10.8%	12.0%	6.2%	12.8%	5.4%	8.9%	10.9%	3.5%	3.0%	1.2%	220

表 10 「学校、会社や地域の健康づくりへの積極性」と「食料支出シェア」の関係

学校、会社や地域 の健康づくりへの積 極性	野菜・ 海藻	果物	魚介 類	肉類	乳卵 類	穀類	油脂・ 調味 料	調理 食品	菓子 類	飲料	酒類	その 他	組合 員数
非常に興味がある	22.2%	6.3%	11.1%	12.0%	5.8%	12.1%	5.2%	6.1%	10.1%	2.9%	4.9%	1.3%	13
まあ興味がある	19.3%	5.0%	11.7%	12.8%	6.3%	12.8%	5.3%	9.0%	10.1%	3.7%	2.8%	1.2%	69
あまり関心はない	19.7%	5.9%	10.1%	11.0%	6.0%	12.6%	5.9%	9.4%	11.4%	3.4%	3.3%	1.3%	86
全く関心はない	17.6%	5.2%	10.5%	12.1%	7.8%	14.2%	4.8%	9.2%	11.2%	3.4%	2.8%	1.2%	14
わからない	20.7%	5.8%	10.6%	12.6%	5.8%	13.0%	4.7%	8.6%	11.7%	3.5%	2.0%	1.3%	36
全体平均	19.7%	5.6%	10.8%	12.0%	6.2%	12.8%	5.4%	8.9%	11.0%	3.5%	3.0%	1.2%	218

5. 介入効果の検討

野菜・果実グループ別の数量指数

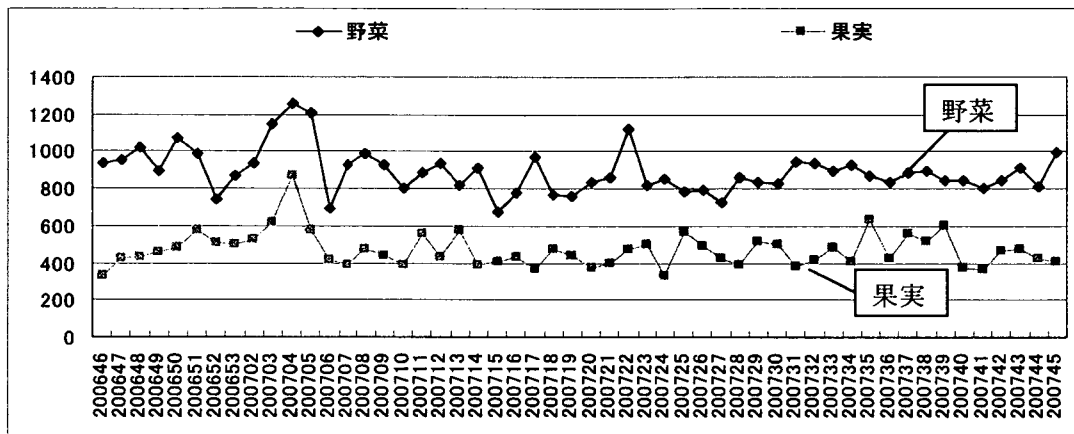


図 1 野菜・果実グループ1の年間野菜・果実数量指数

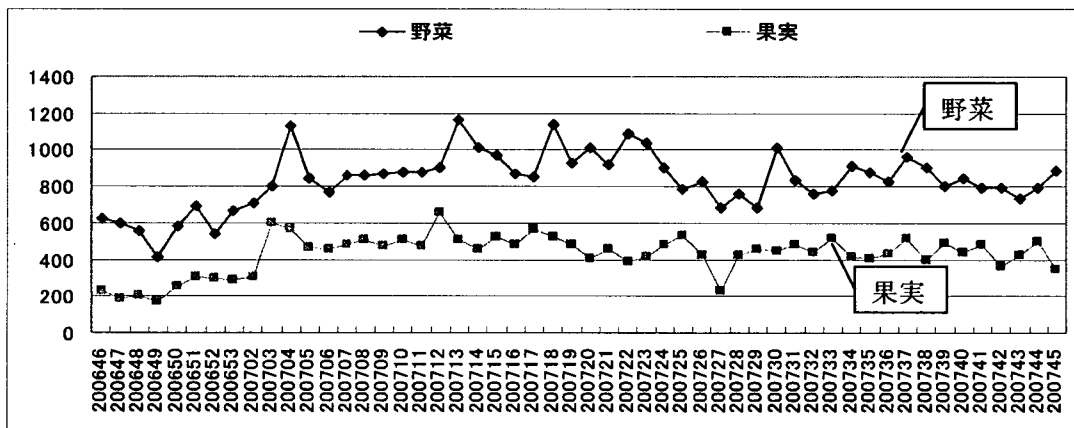


図 2 野菜・果実グループ2の年間野菜・果実数量指数

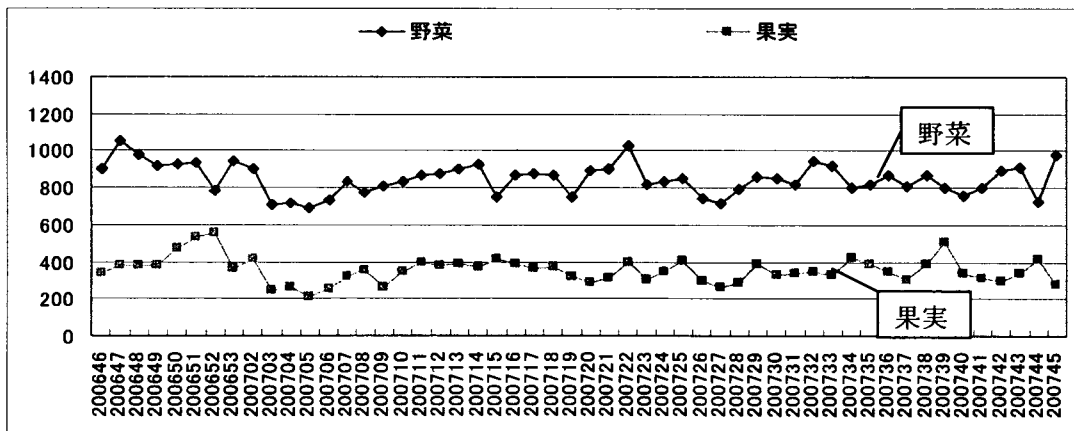


図 3 野菜・果実グループ3の年間野菜・果実数量指数

野菜・果実双方の消費変化に影響を与えた要因

表 11 「外食店の情報提供」と「グループ」の関係

外食店の情報提供							
野菜グループ	度数			シェア			組合員数
	たいへんよく提供している・まあ提供している	あまり提供していない・全く提供していない	わからない	たいへんよく提供している・まあ提供している	あまり提供していない・全く提供していない	わからない	
1	13	29	13	24%	53%	24%	55
2	18	26	8	35%	50%	15%	52
3	29	46	34	27%	42%	31%	109
総計	60	101	55	28%	47%	25%	216
独立性の検定による χ^2 乗統計量			5.8403553	(0.21139)			

外食店の情報提供							
果実グループ	度数			シェア			組合員数
	たいへんよく提供している・まあ提供している	あまり提供していない・全く提供していない	わからない	たいへんよく提供している・まあ提供している	あまり提供していない・全く提供していない	わからない	
1	20	26	9	36%	47%	16%	55
2	18	26	11	33%	47%	20%	55
3	22	49	35	21%	46%	33%	106
総計	60	101	55	28%	47%	25%	216
独立性の検定による χ^2 乗統計量			8.6492019	(0.07049)			

表 12 「健康診断」と「グループ」の関係

健康診断					
野菜グループ	度数		シェア		組合員数
	受けた	受けていない	受けた	受けていない	
1	31	24	56%	44%	55
2	40	15	73%	27%	55
3	71	39	65%	35%	110
総計	142	78	65%	35%	220
独立性の検定による χ^2 乗統計量			3.2177681	(0.20011)	

健康診断					
果実グループ	度数		シェア		組合員数
	受けた	受けていない	受けた	受けていない	
1	39	16	71%	29%	55
2	31	24	56%	44%	55
3	72	38	65%	35%	110
総計	142	78	65%	35%	220
独立性の検定による χ^2 乗統計量			2.6218852	(0.26957)	

野菜消費の変化に影響を与えた要因

表 13 「現在の食生活に対する満足度」と「グループ」の関係

現在の食生活に対する満足度							
野菜グループ	度数			シェア			組合員数
	とても満足・まあ満足	どちらともいえない	あまり満足していない・満足していない	とても満足・まあ満足	どちらともいえない	あまり満足していない・満足していない	
1	47	6	2	85%	11%	4%	55
2	43	10	2	78%	18%	4%	55
3	81	18	11	74%	16%	10%	110
総計	171	34	15	78%	15%	7%	220
独立性の検定によるχ ² 乗統計量			4.98630891	(0.28871)			

表 14 「店内表示の参考状況」と「グループ」の関係

店内表示の参考状況						
野菜グループ	度数		シェア		組合員数	
	いつもしている・ときどきしている	どちらともいえない・あまりしない	いつもしている・ときどきしている	どちらともいえない・あまりしない		
1	45	9	83%	17%	54	
2	51	4	93%	7%	55	
3	101	8	93%	7%	109	
総計	197	21	90%	10%	218	
独立性の検定によるχ ² 乗統計量			4.079565781	(0.13006)		

表 15 「体重変化願望」と「グループ」の関係

体重変化願望						
野菜グループ	度数		シェア		組合員数	
	減らしたい	増やしたい・このままでよい	減らしたい	増やしたい・このままでよい		
1	39	16	71%	29%	55	
2	34	21	62%	38%	55	
3	88	22	80%	20%	110	
総計	161	59	73%	27%	220	
独立性の検定によるχ ² 乗統計量			6.3690915	(0.04140)		

表 16 「家族や同居者の健康づくりへの積極性」と「グループ」の関係

家族や同居者の健康づくりへの積極性						
野菜グループ	度数		シェア		組合員数	
	非常に興味がある・まあ興味がある	あまり関心はない・全く関心はない・わからない	非常に興味がある・まあ興味がある	あまり関心はない・全く関心はない・わからない		
1	35	20	64%	36%	55	
2	43	12	78%	22%	55	
3	82	28	75%	25%	110	
総計	160	60	73%	27%	220	
独立性の検定によるχ ² 乗統計量			3.3	(0.19205)		