

令和2年度厚生労働行政推進調査事業費補助金（厚生労働科学特別研究事業）
分担研究報告書

コロナ禍におけるメディア利用と食生活に影響を与える情報源の性、年代比較

研究代表者 赤松 利恵 （お茶の水女子大学基幹研究院自然科学系 教授）

分担研究者 新保 みさ （長野県立大学健康発達学部食健康学科 助教）

研究協力者 小島 唯 （新潟県立大学人間生活学部健康栄養学科 助教）

研究要旨

コロナ禍におけるメディアの利用状況と健康的な食生活に影響を与えている情報源について、性、年代別で比較検討した。その結果、男女の比較では、メディアの利用では、テレビとソーシャルメディアは、女性の方が利用している者が多かった一方で、インターネット検索、インターネットニュース、新聞等、その他すべて、男性の方が利用している者が多かった。年代比較では、メディアの利用状況では、インターネット検索と講演や勉強会を除く、すべてで年代差がみられ、「テレビ」「新聞」などは、年代が高い方が利用しており、「ソーシャルメディア」は、年代が低い方が利用していた。健康的な食生活に影響を与えている情報源については、すべて年代で差がみられ、どの情報源でも、20代で「全く影響を与えていない」と答える者が多かったが、「インターネット、ソーシャルメディア」は、年代差が少ない情報源であった。今後、メディアの利用状況と健康行動、健康的な食生活に影響を与える情報源と食行動などの関連性を検討する必要がある。

A. 研究目的

新型コロナウイルスの感染拡大後、毎日コロナに関するニュースがマスメディアで報道されている。感染予防のために、これらのニュースは欠かせない。しかし、インターネット普及後、情報入手の経路は多様化され、マスメディア以外にも、我われは情報を得ている。コロナ禍において、どのようなメディアを利用しているかを、把握することは、人々のメディアからの健康行動への影響を検討する際に、必要である。そこで、今回、コロナ禍において人々が利用しているメディアを調べ、性、年代別でその利用を比較検討した。さらに、感染予防の中でも重要である健康的な食生活に影響を与えている情報源についても調べ、同様に、性、年代別で比較検討した。

B. 研究方法

本解析は、「新型コロナウイルス感染症の影

響による国民の食行動等の変化とその要因研究」の一環として行った。

1. 対象者と手続き

2020年11月6日（金）～12日（木）に、インターネット調査会社、マイボイスコム株式会社に登録されている全国成人（20～64歳）男女に対してインターネット調査を行った。サンプルサイズの計算（注釈*1）により、6,000人を目標に、35,970人に調査依頼を配信し、8,941人が回答した。このうち、回答に遵守した者（注釈*2）は、7,482人であった（遵守率83.7%）。7,482人のうち、年齢が対象となる20～64歳でなかった者、現在の住居地が「その他」の者、身長が100cm未満または200cm以上の者、体重が30kg未満または200kg以上の者（計75人）を除外し、その後、年齢・性別を踏まえた各都道府県の人口構成比にあわせてランダムに6,000人抽出した。な

お、本調査にあたっては、公立大学法人長野県立大学研究倫理委員会の承認を得ている（承認番号：E20-3）。

2. 調査項目

(1) メディア利用状況

メディア利用状況については、近年のメディアの状況を参考に、研究者で話し合い、8種類のメディアをあげ（表参照）、それぞれについて、「よく利用している」「時々利用している」「あまり利用していない」「全く利用していない」の4件法でたずねた。

(2) 健康的な食生活を送る上で影響を与える情報源

令和元年度国民健康・栄養調査の項目を参考に、近年の状況にあわせて、7項目を作成した（表参照）。それぞれの項目について、「現在（ここ1ヶ月）、次の項目は、あなたが健康的な食生活を送る上で、影響を与えていますか」とたずね、「とても影響を与えている」「影響を与えている」「あまり影響を与えていない」「全く影響を与えていない」から1つ選択させた。

(3) 属性

性別、年齢を用いた。年齢は年代に変換した。

3. 解析方法

まず、対象者の属性とメディア利用状況、健康的な食生活を送る上で影響を与える情報源の度数分布を示した。その後、メディア利用状況、健康的な食生活を送る上で影響を与える情報源についてを、性、年代で、 χ^2 検定を用いて比較した。

C. 結果

1. 対象者の属性とメディア利用状況、健康的な食生活を送る上で影響を与える情報源の度数分布

対象者 6,000 人のうち、男性 3,044 人 (50.7%)、女性 2,956 人 (49.3%)であった。年代

別の人数と割合は、20代 1,099 人 (18.3%)、30代 1,256 人 (20.9%)、40代 1,602 人 (26.7%)、50代 1,405 人 (23.4%)、60代 638 人 (10.6%)であった。

続いて、全体での利用状況をみたところ（表1参照）、半数以上が「よく利用している」と回答したものは、テレビ (64.6%)、インターネットニュース (58.7%)、インターネット検索 (59.2%)であった。「よく利用している」と「時々利用している」をあわせた上位3位は、インターネット検索 (5,464 人、91.1%)、インターネットニュース (5,217 人、87.0%)、テレビ (4,978 人、83.0%)であり、全体の80%を超えているのも、この3つであった。

健康的な食生活を送る上で影響を与えている情報源についても、全体の分布をみると（表3参照）、「とても影響を与えている」の選択者が多かった情報源は、家族の話 (10.1%)であった。

「とても影響を与えている」「影響を与えている」をあわせた上位3位は、家族の話 (3,142 人、52.4%)、医療従事者等の専門家 (2,718 人、45.3%)、メディアマスメディア (2,412 人、40.2%)であった。

2. メディアの利用状況の属性比較

表4に、メディア利用状況について、男女で比較した結果を示した。すべてのメディアにおいて、男女差がみられ、テレビとソーシャルメディアは、女性の方が利用している者が多く、その他は男性の方が利用している者が多かった。

次に、年代別にメディアの利用状況を調べた（表2）。「講演や勉強会」と「インターネット検索」を除いて、すべてのメディアにおいて、年代で差がみられた。「テレビ」「ラジオ・ポッドキャスト」「新聞」「雑誌」「インターネットニュース」は、年代が高い方に利用者が多く、「ソーシャルメディア」は、年代が低い方に利用者が多かった。

表1 メディア利用状況の男女比較

	全体 N=6,000	男性 n=3,044	女性 n=2,956	P
テレビ				<0.001
よく利用している	3,877 (64.6)	1,874(61.6)	2,003(67.8)	
時々利用している	1,101 (18.4)	588(19.3)	513(17.4)	
あまり利用していない	598 (10.0)	338(11.1)	260(8.8)	
全く利用していない	424 (7.1)	244(8.0)	180(6.1)	
インターネット検索				<0.001
よく利用している	3,549 (59.2)	1,832(60.2)	1,717(58.1)	
時々利用している	1,915 (31.9)	952(31.3)	963(32.6)	
あまり利用していない	324 (5.4)	170(5.6)	154(5.2)	
全く利用していない	212 (3.5)	90(3.0)	122(4.1)	
インターネットニュース				<0.001
よく利用している	3,524 (58.7)	1,821(59.8)	1,703(57.6)	
時々利用している	1,693 (28.2)	822(27.0)	871(29.5)	
あまり利用していない	485 (8.1)	252(8.3)	233(7.9)	
全く利用していない	298 (5.0)	149(4.9)	149(5.0)	
ソーシャルメディア				<0.001
よく利用している	1,845 (30.8)	865(28.4)	980(33.2)	
時々利用している	1,738 (29.0)	883(29.0)	855(28.9)	
あまり利用していない	1,036 (17.3)	557(18.3)	479(16.2)	
全く利用していない	1,381 (23.0)	739(24.3)	642(21.7)	
新聞 (印刷媒体のみ)				<0.001
よく利用している	1,517 (25.3)	837(27.5)	680(23.0)	
時々利用している	954 (15.9)	508(16.7)	446(15.1)	
あまり利用していない	850 (14.2)	462(15.2)	388(13.1)	
全く利用していない	2,679 (44.7)	1,237(40.6)	1,442(48.8)	
ラジオ・ポッドキャスト				<0.001
よく利用している	668 (11.1)	396(13.0)	272(9.2)	
時々利用している	1,138 (19.0)	683(22.4)	455(15.4)	
あまり利用していない	1,188 (19.8)	638(21.0)	550(18.6)	
全く利用していない	3,006 (50.1)	1,327(43.6)	1,679(56.8)	
雑誌・本				<0.001
よく利用している	596 (9.9)	311(10.2)	285(9.6)	
時々利用している	1,724 (28.7)	885(29.1)	839(28.4)	
あまり利用していない	1,600 (26.7)	801(26.3)	799(27.0)	
全く利用していない	2,080 (34.7)	1,047(34.4)	1,033(34.9)	
講演や勉強会				<0.001
よく利用している	105 (1.8)	60(2.0)	45(1.5)	
時々利用している	443 (7.4)	246(8.1)	197(6.7)	
あまり利用していない	925 (15.4)	540(17.7)	385(13.0)	
全く利用していない	4,527 (75.5)	2,198(72.2)	2,329(78.8)	

N=6,000, χ^2 検定, 男性女性各々を100%としたときの%

表2 メディア利用状況の年代比較

	20代 n=1,099	30代 n=1,256	40代 n=1,602	50代 n=1,405	60代 n=638	P
テレビ						<0.001
よく利用している	561(51.0)	732(58.3)	1,037(64.7)	1,023(72.8)	524(82.1)	
時々利用している	278(25.3)	246(19.6)	294(18.4)	215(15.3)	68(10.7)	
あまり利用していない	144(13.1)	166(13.2)	150(9.4)	111(7.9)	27(4.2)	
全く利用していない	116(10.6)	112(8.9)	121(7.6)	56(4.0)	19(3.0)	
インターネット検索						0.088
よく利用している	606(55.1)	747(59.5)	963(60.1)	862(61.4)	371(58.2)	
時々利用している	377(34.3)	387(30.8)	502(31.3)	434(30.9)	215(33.7)	
あまり利用していない	62(5.6)	74(5.9)	85(5.3)	71(5.1)	32(5.0)	
全く利用していない	54(4.9)	48(3.8)	52(3.2)	38(2.7)	20(3.1)	
インターネットニュース						<0.001
よく利用している	493(44.9)	733(58.4)	1,035(64.6)	880(62.6)	383(60.0)	
時々利用している	382(34.8)	336(26.8)	420(26.2)	384(27.3)	171(26.8)	
あまり利用していない	117(10.6)	120(9.6)	93(5.8)	99(7.0)	56(8.8)	
全く利用していない	107(9.7)	67(5.3)	54(3.4)	42(3.0)	28(4.4)	
ソーシャルメディア						<0.001
よく利用している	540(49.1)	449(35.7)	456(28.5)	293(20.9)	107(16.8)	
時々利用している	340(30.9)	343(27.3)	478(29.8)	424(30.2)	153(24.0)	
あまり利用していない	99(9.0)	206(16.4)	316(19.7)	286(20.4)	129(20.2)	
全く利用していない	120(10.9)	258(20.5)	352(22.0)	402(28.6)	249(39.0)	
新聞 (印刷媒体のみ)						<0.001
よく利用している	102(9.3)	187(14.9)	421(26.3)	512(36.4)	295(46.2)	
時々利用している	162(14.7)	196(15.6)	272(17.0)	228(16.2)	96(15.0)	
あまり利用していない	172(15.7)	212(16.9)	212(13.2)	185(13.2)	69(10.8)	
全く利用していない	663(60.3)	661(52.6)	697(43.5)	480(34.2)	178(27.9)	
ラジオ・ポッドキャスト						<0.001
よく利用している	74(6.7)	127(10.1)	171(10.7)	189(13.5)	107(16.8)	
時々利用している	187(17.0)	210(16.7)	303(18.9)	302(21.5)	136(21.3)	
あまり利用していない	187(17.0)	245(19.5)	316(19.7)	309(22.0)	131(20.5)	
全く利用していない	651(59.2)	674(53.7)	812(50.7)	605(43.1)	264(41.4)	
雑誌・本						<0.001
よく利用している	94(8.6)	117(9.3)	161(10.0)	151(10.7)	73(11.4)	
時々利用している	286(26.0)	334(26.6)	500(31.2)	414(29.5)	190(29.8)	
あまり利用していない	256(23.3)	328(26.1)	434(27.1)	421(30.0)	161(25.2)	
全く利用していない	463(42.1)	477(38.0)	507(31.6)	419(29.8)	214(33.5)	
講演や勉強会						0.240
よく利用している	28(2.5)	25(2.0)	25(1.6)	21(1.5)	6(0.9)	
時々利用している	80(7.3)	97(7.7)	100(6.2)	116(8.3)	50(7.8)	
あまり利用していない	155(14.1)	187(14.9)	256(16.0)	225(16.0)	102(16.0)	
全く利用していない	836(76.1)	947(75.4)	1,221(76.2)	1,043(74.2)	480(75.2)	

N=6,000, χ^2 検定, 各年代を100%としたときの%

3. 健康的な食生活を送る上で影響を与えている情報源の属性比較

表3に、健康的な食生活を送る上で影響を与えている情報源の男女比較の結果を示した。すべて

の情報源において、有意差がみられ、女性の方が男性に比べ、すべての情報源が影響を与えていると回答した。

表3 健康的な食生活を送る上で影響を与えている情報源の男女比較

	全体 N=6,000	男性 n=3,044	女性 n=2,956	P
家族の話				<0.001
とても影響を与えている	607(10.1)	260(8.5)	347(11.7)	
影響を与えている	2,535(42.3)	1,180(38.8)	1,355(45.8)	
あまり影響を与えていない	1,849(30.8)	970(31.9)	879(29.7)	
全く影響を与えていない	1,009(16.8)	634(20.8)	375(12.7)	
医療従事者等の専門家が発信する情報				<0.001
とても影響を与えている	382(6.4)	168(5.5)	214(7.2)	
影響を与えている	2,336(38.9)	1,067(35.1)	1,269(42.9)	
あまり影響を与えていない	2,048(34.1)	1,083(35.6)	965(32.6)	
全く影響を与えていない	1,234(20.6)	726(23.9)	508(17.2)	
友人・知人の話				<0.001
とても影響を与えている	268(4.5)	105(3.4)	163(5.5)	
影響を与えている	1,973(32.9)	840(27.6)	1,133(38.3)	
あまり影響を与えていない	2,304(38.4)	1,227(40.3)	1,077(36.4)	
全く影響を与えていない	1,455(24.3)	872(28.6)	583(19.7)	
マスメディアが発信する情報				<0.001
とても影響を与えている	253(4.2)	110(3.6)	143(4.8)	
影響を与えている	2,159(36.0)	970(31.9)	1,189(40.2)	
あまり影響を与えていない	2,248(37.5)	1,168(38.4)	1,080(36.5)	
全く影響を与えていない	1,340(22.3)	796(26.1)	544(18.4)	
インターネット、ソーシャルメディア				<0.001
とても影響を与えている	250(4.2)	122(4.0)	128(4.3)	
影響を与えている	1,792(29.9)	795(26.1)	997(33.7)	
あまり影響を与えていない	2,410(40.2)	1,238(40.7)	1,172(39.6)	
全く影響を与えていない	1,548(25.8)	889(29.2)	659(22.3)	
厚労省等の省庁や公的な研究所等が発信する情報				<0.001
とても影響を与えている	218(3.6)	102(3.4)	116(3.9)	
影響を与えている	1,785(29.8)	822(27.0)	963(32.6)	
あまり影響を与えていない	2,494(41.6)	1,253(41.2)	1,241(42.0)	
全く影響を与えていない	1,503(25.1)	867(28.5)	636(21.5)	
国や自治体以外の企業や団体が発信する情報				<0.001
とても影響を与えている	161(2.7)	78(2.6)	83(2.8)	
影響を与えている	1,666(27.8)	763(25.1)	903(30.5)	
あまり影響を与えていない	2,609(43.5)	1,297(42.6)	1,312(44.4)	
全く影響を与えていない	1,564(26.1)	906(29.8)	658(22.3)	

N=6,000, χ^2 検定

男性女性各々を100%としたときの%

年代比較でも、同様にすべての情報源で、有意差がみられた。年代が低い者で、どの情報源も影響を与えていないと回答する者が多かった（表4）。ただし、「インターネット、ソーシャルメディア」では、その傾向は弱く、20代において

も、41.4%が「とても影響を与えている（7.6%）」「影響を与えている（33.8%）」と回答した。

表4 健康的な食生活を送る上で影響を与えている情報源の年代比較

	20代 n=1,099	30代 n=1,256	40代 n=1,602	50代 n=1,405	60代 n=638	P
家族の話						<0.001
とても影響を与えている	124(11.3)	137(10.9)	168(10.5)	138(9.8)	40(6.3)	
影響を与えている	435(39.6)	508(40.4)	674(42.1)	617(43.9)	301(47.2)	
あまり影響を与えていない	303(27.6)	370(29.5)	500(31.2)	447(31.8)	229(35.9)	
全く影響を与えていない	237(21.6)	241(19.2)	260(16.2)	203(14.4)	68(10.7)	
医療従事者等の専門家が発信する情報						<0.001
とても影響を与えている	71(6.5)	75(6.0)	94(5.9)	91(6.5)	51(8.0)	
影響を与えている	353(32.1)	445(35.4)	599(37.4)	646(46.0)	293(45.9)	
あまり影響を与えていない	359(32.7)	413(32.9)	583(36.4)	470(33.5)	223(35.0)	
全く影響を与えていない	316(28.8)	323(25.7)	326(20.3)	198(14.1)	71(11.1)	
友人・知人の話						<0.001
とても影響を与えている	67(6.1)	62(4.9)	76(4.7)	46(3.3)	17(2.7)	
影響を与えている	339(30.8)	383(30.5)	525(32.8)	504(35.9)	222(34.8)	
あまり影響を与えていない	356(32.4)	468(37.3)	632(39.5)	558(39.7)	290(45.5)	
全く影響を与えていない	337(30.7)	343(27.3)	369(23.0)	297(21.1)	109(17.1)	
マスメディアが発信する情報						<0.001
とても影響を与えている	46(4.2)	61(4.9)	61(3.8)	55(3.9)	30(4.7)	
影響を与えている	336(30.6)	386(30.7)	561(35.0)	604(43.0)	272(42.6)	
あまり影響を与えていない	388(35.3)	460(36.6)	616(38.5)	528(37.6)	256(40.1)	
全く影響を与えていない	329(29.9)	349(27.8)	364(22.7)	218(15.5)	80(12.5)	
インターネット、ソーシャルメディア						<0.001
とても影響を与えている	84(7.6)	50(4.0)	62(3.9)	37(2.6)	17(2.7)	
影響を与えている	372(33.8)	379(30.2)	453(28.3)	419(29.8)	169(26.5)	
あまり影響を与えていない	337(30.7)	478(38.1)	689(43.0)	615(43.8)	291(45.6)	
全く影響を与えていない	306(27.8)	349(27.8)	398(24.8)	334(23.8)	161(25.2)	
厚生省等の省庁や公的な研究所等が発信する情報						<0.001
とても影響を与えている	52(4.7)	49(3.9)	54(3.4)	46(3.3)	17(2.7)	
影響を与えている	296(26.9)	350(27.9)	443(27.7)	487(34.7)	209(32.8)	
あまり影響を与えていない	387(35.2)	492(39.2)	700(43.7)	605(43.1)	310(48.6)	
全く影響を与えていない	364(33.1)	365(29.1)	405(25.3)	267(19.0)	102(16.0)	
国や自治体以外の企業や団体が発信する情報						<0.001
とても影響を与えている	38(3.5)	42(3.3)	41(2.6)	29(2.1)	11(1.7)	
影響を与えている	280(25.5)	316(25.2)	420(26.2)	464(33.0)	186(29.2)	
あまり影響を与えていない	398(36.2)	528(42.0)	723(45.1)	632(45.0)	328(51.4)	
全く影響を与えていない	383(34.8)	370(29.5)	418(26.1)	280(19.9)	113(17.7)	

N=6,000, χ^2 検定, 各年代を100%としたときの%

D. 考察・結論

本稿では、コロナ禍における人々の利用しているメディアと健康的な食生活に影響を与えている情報源を調べ、それぞれについて、性、年代別で比較検討した。その結果、男女の比較では、メディア利用状況、健康的な食生活に影響を与えてい

る情報源のすべての項目で、男女差がみられた。メディアの利用では、テレビとソーシャルメディアは、女性の方が利用している者が多かった一方で、インターネット検索、インターネットニュース、新聞等、その他すべて、男性の方が利用している者が多かった。これには、仕事の有無が関わ

っている可能性がある。今後、仕事の有無を考慮した検討が必要である。

一方、年代比較では、メディアの利用状況では、インターネット検索と講演や勉強会を除く、すべてで年代差がみられ、「テレビ」「新聞」などは、年代が高い方が利用しており、「ソーシャルメディア」は、年代が低い方が利用していた。インターネット検索は、すべての年代で利用者が多く、逆に講演や勉強会は、どの年代でも利用者が少なかったことから、差がみられなかったといえる。健康的な食生活に影響を与えている情報源については、すべての年代で差がみられ、どの情報源でも、20代で「全く影響を与えていない」と答える者が多かったが、「インターネット、ソーシャルメディア」は、年代差が少ない情報源であった。20代の「ソーシャルメディア」利用が高いことも影響していると考えられる。

本調査は、インターネット調査であることから、一般の人より、インターネットやソーシャルメディアを普段から利用している者が多いと考えられる。結果を読む際、この点を理解する必要がある。

メディアの利用は、人々の健康行動に影響を与えていると考えられることから、今後、メディアの利用状況と健康行動、健康的な食生活に影響を与える情報源と食行動などの関連性を検討する必要がある。

注釈

*1: サンプルサイズの設定にあたっては、食生活が不変群 vs.健康群、不変群 vs.不健康群で、それぞれ要因保有率等を比較することを考えた。先行研究¹⁻³⁾によると、イタリア人を対象とした研究¹⁾では、ジャンクフードの摂取が減少と回答した者は29.8%、増加は25.6%、食事が変わったと回答した者は57.8%、ポーランド人を対象とした研究²⁾では食べる量が増えたと回答した者が43%、イタリアの大学生を対象とした研究³⁾ではより食べるようになったと回答した者が46.1%、変化なしが49.6%だった。これらの結果から、健康群：不健康群：不変群の人数比を1:1:3と仮定して、不変群での要因保有率等を30%（例：食意識の変化あり）の場合に、不変群 vs.健康群、不変群 vs.不健康群で、それぞれ比

較的小さな差（5%ポイント）を、有意水準5%（両側、検定の多重性調整（2回）のためBonferroni法）、検出力80%で検出するための人数は、不変群3,382人、健康群と不健康群各1,128人ずつ、計5,638人であり、無効回答の割合を考慮して計6,000人とした。

*2: 回答の質を担保するため、調査票の最後に、回答に遵守したかを選別する項目を追加した。この項目で、非遵守となった者を除外した。なお、この項目は、先行研究⁴⁾において、検証されている。

E. 参考文献

- 1) Renzo LD, Gualtieri P, Pivari F, et al. Eating habits and lifestyle changes during COVID-19 lockdown: An Italian survey. *Journal of Translational Medicine*. 2020; 18:229. doi.org/10.1186/s12967-020-02399-5
- 2) Sidor A, Rzymiski P. Dietary choices and habits during covid-19 lockdown experience from Poland. *Nutrients*. 2020; 12(6): E1657. doi: 10.3390/nu12061657.
- 3) Federico S, Francesco V. Covid-19 and the subsequent lockdown modified dietary habits of almost half the population in an Italian sample. *Foods*. 2020; 9(5): 675. doi: 10.3390/foods9050675
- 4) 増田真也, 坂上貴之, 森井定広. 調査回答の質の向上のための方法の比較. *心理学研究*, 2019; 90:463-472.

F. 研究発表

なし

G. 知的財産権の出願・登録状況

なし

H. 健康危機情報

なし