

## 健康的な食行動に寄与するための栄養プロフィールに関する 質的研究：フォーカス・グループ・インタビューによる検討

研究分担者 多田 由紀（東京農業大学応用生物科学部栄養科学科）

### 研究要旨

日本版栄養プロフィール試案を国民にとってわかりやすく、利用しやすく改善するため、消費者の立場からの情報を整理し、課題を明確化することを目的としてフォーカス・グループ・インタビューを実施した。対象者の条件は、自ら加工食品や調理済み食品を購入する頻度が週 2～3 回以上であることを必須とし、本人及び同居家族において、専門性のある資格を有する者や食習慣改善への意欲が低い者は除外した。年代（18～39 歳、40～64 歳、65 歳以上）および性別ごとの 6 グループ（1 グループ 6 名）における約 2 時間のインタビューでは、加工食品購入時に重視していること、既存の栄養成分表示、機能性表示、栄養強調表示などの活用状況と、栄養プロフィールの商品選択への影響に焦点を当てた。加工食品を購入するときに重視していることの頻出度上位 5 項目は、美味しさ、消費（賞味）期限、カロリー（エネルギー）、価格・値段、添加物であった。既存の栄養成分表示の印象として最も多く挙げたのが、一食量あたりに換算するのが面倒、一日の摂取量に占める割合（%DV）や基準がわからないという意見であった。栄養プロフィールの表示パターンとしては、すべての栄養素等の重量と%DVを表記し、どの栄養素が基準値を超えているか、色分けおよび補足説明で明記したパターンであった。栄養プロフィール表示による自身の商品選択への影響としては、好きな食品・こだわっている食品には影響しないが、他の食品で気にするという意見が最も多かった。今後は、栄養プロフィールをわかりやすく説明するための活用資料を作成し、無関心層を含めた量的研究によって消費者のニーズを明らかにし、日本版栄養プロフィールおよび活用資料を改良していく必要がある。

### A. 研究目的

我が国には、消費者が適切な食品の選択ができるよう栄養表示制度が定められているが、諸外国ではこれに加えて、食品の栄養価を総合的に判断することができるよう、その栄養価に応じてランク付けする「栄養プロフィール」が活用されている。一方、我が国においてはこのような栄養プロフィールが策定されていない。食

品を選択する場合、例えばカルシウムが豊富に含まれていても、ナトリウムが過剰に含まれていれば、健康増進に役立つ食品とは言い難い。そこで食品の栄養価を総合的に判断してランク付けされた「栄養プロフィール」があり、それが食品表示等に活用されれば、人びとのさらなる健康増進に役立つことが期待される。そこで本研究グループでは、「日本版栄養

プロフィール」策定に向けた情報収集および課題整理(1)、試案の作成を行ってきた。

栄養プロフィールの推進は、食環境づくりの面でも重要視されている。厚生労働省により示された「自然に健康になれる持続可能な食環境づくりの推進に向けた検討会」では、栄養面等に配慮した食品を事業者が供給し、そうした食品を消費者が、自身の健康関心度の程度にかかわらず、自主的・合理的又は自然に選択でき、手頃な価格で購入し、ふだんの食事において利活用しやすくすることで、国民の健康の保持増進を図るとともに、活力ある持続可能な社会の実現を目指している(2)。また、対象とする食事として、まずは日本人の食塩摂取源等に鑑み、当分の間、「内食」及び「中食」とし、対象とする食品は、これらの食事に用いる一般用加工食品とすることが公表されている(2)。

「食環境づくり」とは、人々がより健康的な食生活を送れるよう、人々の食品へのアクセスと情報へのアクセスの両方を相互に関連させて整備していくものをいう(2)。栄養プロフィールは、事業者が栄養面等に配慮した食品を供給する上でも活用されることが望ましく、また一般消費者においても、商品選択の際に情報へのアクセス面において活用されることが望ましい。本研究では、日本版栄養プロフィール試案を国民にとってわかりやすく、利用しやすく改善するため、特に情報へのアクセス面における消費者の立場からの情報を整理し、課題を明確化することを目的としてフォーカス・グループ・インタビューを実施した。特に、加工食品購入時に重視しているこ

と、既存の栄養成分表示、機能性表示、栄養強調表示などの活用状況と、栄養プロフィールの商品選択への影響に焦点を当てて実施した。

## B. 方法

### 1. 研究デザイン

消費者が加工食品購入時に重視していること、既存の栄養成分表示、機能性表示、栄養強調表示などに対する消費者の認知、態度(活用状況)、知識および新しい栄養プロフィールに対する印象や理解、態度(商品選択への影響予測)、要望などを明らかにするため、フォーカス・グループ・インタビューを行った。フォーカス・グループ・インタビュー法は、グループダイナミクスによる自然体に近い形での情報の収集、意見交換による新しいアイデアの創出などが期待できる質的研究手法である(3)。新しいプログラム、サービス等の基本的な課題の明確化において用いられている他、マーケティングにおける消費者の意向やニーズを把握する手法としても広く取り入れられている。

参加者の年代区分は成人男女をある程度網羅できるように配慮した先行研究(4, 5)に倣いおよそ20歳刻みとし、高齢者の区分を設けて18~39歳、40~64歳、65歳以上に区切った。年代・性別ごとの6グループにおいて、約2時間のフォーカス・グループ・インタビューを実施した。

### 2. 対象者およびリクルート方法

対象者の選定にあたっては、株式会社アスマークのオンラインデータベースに登録された約90万人のうち、首都圏(一都三県)

在住者の約 37 万人から、インターネットを介して事前に表 1 の内容についてスクリーニング調査を実施した。対象者の条件は、自ら加工食品や調理済み食品を購入する頻度が週 2～3 回以上であることを必須とし、本人及び同居家族において、専門性のある資格（医師、歯科医師、薬剤師、看護師、保健師、助産師、臨床検査技師、栄養士、管理栄養士、理学療法士、作業療法士、言語聴覚士、その他）を有する者およびその養成課程に在籍する者、食習慣改善への意欲が低い者

（質問方法は国民健康・栄養調査に倣い、行動変容段階の回答が①改善することに関心がない、あるいは②関心はあるが改善するつもりはない者）は除外した。また、最近 1 年間で取り組んだこととして、「食事のバランスに配慮する」あるいは「健康食品の摂取」と回答した者の優先度を高くし、本人及び同居家族の業種において、「製造業（食料・飲料）」、「卸・小売業（食品・飲料）」の者は優先度を低くした。

表 1. スクリーニング項目（インターネット調査）

- 
- (1) 性別
  - (2) 年齢
  - (3) 同居家族
  - (4) 居住地域
  - (5) 職業（本人及び同居家族）
  - (6) 専門性（本人及び同居家族の保有資格（医師、歯科医師、薬剤師、看護師、保健師、助産師、臨床検査技師、栄養士、管理栄養士、理学療法士、作業療法士、言語聴覚士、その他、資格を持っている人はいない）
  - (7) 最終学歴（中学校卒、高等学校卒、高等専門学校卒、専門学校卒、短期大学卒、大学卒、大学院卒（修士・博士）、その他）
  - (8) 主な調理担当者
  - (9) 自ら加工食品や調理済み食品を購入する頻度（回/週）
  - (10) 最近 1 年間で取り組んだこと（運動、体重管理、血圧管理、通院、服薬、食事のバランスに配慮する、「健康食品（サプリメント含む）」の摂取、何もしていない）
  - (11) 行動変容段階（あなたは食習慣を改善してみようと考えていますか？  
 （①改善することに関心がない、②関心はあるが改善するつもりはない、③改善するつもりである（概ね 6 か月以内）、④近いうちに（概ね 1 か月以内）改善するつもりである）、⑤既に改善に取り組んでいる（6 か月未満）、⑥既に改善に取り組んでいる（6 か月以上）、⑦食習慣に問題はないため改善する必要はない）
-

対象者の条件を満たす回答者のうち、優先順位の高位者から順に架電による募集を実施した。あわせて、スクリーニング調査の回答内容について監査を実施し、条件違いがないことを確認したうえで、グループインタビュー調査の日程、所要時間、内容等に関する情報を提示し、出席および守秘義務等に関する本人同意を取得した。さらに、インタビュー実施会場にて調査の目的・内容を参加者に説明し、書面にて同意を得た上でインタビューを開始した。本研究は東京農業大学人を対象とする実験・調査等に関

する倫理委員会の承認を得て行った（承認番号 2021）。

### 3. 調査方法

フォーカス・グループ・インタビューは、年代・性別ごとの6グループ全てにおいて、同じ調査員1名がインタビュアーとしてインタビューガイド(表2)に沿って行った。実施に先立ち、模擬対象者における練習会を4回行い、インタビュアーおよび観察者のトレーニング、ならびにインタビューガイドのブラッシュアップを行った。

表2. インタビューガイド

- 
- 1) 導入
    - (ア) 参加への御礼とあいさつ
    - (イ) 自己紹介（所属・名前、実施主体と立場）
  - 2) グループインタビューの説明と同意の取得
  - 3) 半構造化インタビュー
    - (ア) フォーカスエリア1. 加工食品を購入するときに重視していること  
どのような加工食品を購入することが多いか、購入時に何を重視しているか、一巡して語ってもらう
    - (イ) フォーカスエリア2. 栄養成分表示の活用  
通常の栄養成分表示の活用状況、印象、購買意欲への影響など
    - (ウ) フォーカスエリア3. 栄養プロフィールの活用
      - ① 栄養強調表示、機能性表示食品などのパッケージラベルの印象
      - ② 栄養プロフィールに基づく表示の印象、購買意欲への影響、活用可能性など
      - ③ 栄養プロフィール表示の改善点、パッケージへの要望など
  - 4) まとめ
    - (ア) 意見の要約、
    - (イ) 誤認がないか、言いそびれたことがないか最終確認
    - (ウ) メンバーが意義ある役割を果たしてくれたことへの感謝
- 

インタビュー内容は質的分析のため録音・録画した。会場は、バックルームおよびミラールーム付きのインタビュー専用

ルームで行い、筆記記録者が同室でノートを記録した。録画は丸テーブル上方の天井に設置された6台のカメラから、参加者

個々の表情を映写した。観察者 2 名は参加者の気が散らないようにバックルームのモニターから、個々の表情の変化やインタビューの展開について観察した。

インタビューにおいては、参加者が発言しやすい雰囲気をつくるため、冒頭の質問は意見を述べるものではなく、本インタビューテーマに関わる加工食品の購入状況に関する内容を順番に一巡して語ってもらった。次の質問からは自由な発言を促しながらグループダイナミクスを用いた討論を行い、インタビュアーは次の話題に発展するように要約しながらメンバー全体が合意した内容を盛り込めるようにし、加える必要性のある内容はないか確認しながら進めた。好ましい栄養プロファイルの表示パターン、栄養プロファイルによる自身の商品選択への影響予測については、最終的な結論を確認するため、選択肢を提示して参加者が一斉に回答番号を提示し、回答理由を述べた。

#### 4. 分析方法

各グループインタビューの筆記記録および録音データから逐語録を作成した。観察記録による参加者の反応を加味し、各フォーカスエリアにおけるテーマに照合して重要な言葉を抽出した。抽出したアイテムは共通点、相違点に着目してカテゴリー化した。コーディングとカテゴリー化には、質的データ分析ソフトウェア (NVivo for Windows (version 1.4.1, QSR International Pty Ltd., Australia)) を用いた。各グループインタビューで概ね 2/3 以上の参加者が合意した意見を主要な意見として扱った。加工食品の選択基準は、

類義語を含む頻出度をカウントした。

### C. 結果

参加者特性を表 3 に示した。すべてのグループにおいて 6 名ずつ参加した。参加者の行動変容段階 (食習慣の改善意欲) は、すでに改善に取り組んでいる実行期および維持期が約 6 割であった。

#### 1. 加工食品を購入するときに重視していること

加工食品を購入するときに重視していることの頻出度上位 5 項目は、美味しさ、消費 (賞味) 期限、カロリー (エネルギー)、価格・値段、添加物であった。

#### 2. 栄養成分表示の活用

パッケージ裏面に記載された栄養成分表示の活用状況は、エネルギーや塩分を気にするという意見が多かった。ただし、商品選択時の最優先条件ではなく、初めて買う商品、同じような商品のどちらかを選ぶときに活用するという意見が多かった。

栄養成分表示にどのような印象を持っているかという問いに対し、最も多く挙げたのが、一食量あたりに換算するのが面倒、一日の摂取量に対する割合や基準 (多いのか、少ないのかなど) がわからないという意見であった。特に、エネルギーは多い・少ないがある程度わかっても、他の栄養素は判断しにくいという意見が多かった。

#### 3. 栄養プロファイルの活用

栄養強調表示がなされた商品パッケージへの印象、商品選択への影響をたずねたところ、一日分などの目安があるのでわか

りやすく、手に取るきっかけにはなるが、  
 続けて購入するかは味（おいしさ）次第な  
 などの意見が挙がった。

栄養機能食品の表示がなされた商品パッ

ケージへの印象、商品選択への影響をたず  
 ねたところ、情報量が多い方がよいし勉強  
 になるという意見が挙がった一方で、細か  
 い字まで読まないなどの意見が挙がった。

表3. 参加者特性

		男性 (n=18)		女性 (n=18)		合計 (n=36)	
年代	18～19歳	1	(5.6)	1	(5.6)	2	(5.6)
	20代	1	(5.6)	2	(11.1)	3	(8.3)
	30代	4	(22.2)	3	(16.7)	7	(19.4)
	40代	1	(5.6)	2	(11.1)	3	(8.3)
	50代	3	(16.7)	3	(16.7)	6	(16.7)
	60代	6	(33.3)	5	(27.8)	11	(30.6)
	70代	2	(11.1)	2	(11.1)	4	(11.1)
現在の職業	常勤職	11	(61.1)	5	(27.8)	16	(44.4)
	パート・アルバイト	3	(16.7)	3	(16.7)	6	(16.7)
	専業主婦・主夫・定年退職	3	(16.7)	8	(44.4)	11	(30.6)
	学生	1	(5.6)	2	(11.1)	3	(8.3)
最終学歴	中学校卒	0	(0.0)	1	(5.6)	1	(2.8)
	高等学校	1	(5.6)	2	(11.1)	3	(8.3)
	専門学校卒	1	(5.6)	2	(11.1)	3	(8.3)
	短期大学卒	0	(0.0)	4	(22.2)	4	(11.1)
	大学卒	12	(66.7)	9	(50.0)	21	(58.3)
	大学院卒	2	(11.1)	0	(0.0)	2	(5.6)
	その他	2	(11.1)	0	(0.0)	2	(5.6)
婚姻状況	未婚	6	(33.3)	6	(33.3)	12	(33.3)
	既婚	12	(66.7)	12	(66.7)	24	(66.7)
同居者	配偶者・パートナー	12	(66.7)	13	(72.2)	25	(69.4)
	子供	6	(33.3)	6	(33.3)	12	(33.3)
	親・祖父母	5	(27.8)	4	(22.2)	9	(25.0)
	兄弟・姉妹	1	(5.6)	2	(11.1)	3	(8.3)
	その他	1	(5.6)	0	(0.0)	1	(2.8)
	同居者はいない	4	(22.2)	3	(16.7)	7	(19.4)
家庭における調理主担当者	自分	8	(44.4)	15	(83.3)	23	(63.9)
	母・配偶者・パートナー	10	(55.6)	3	(16.7)	13	(36.1)
加工食品・調理済み食品の購入頻度	週2～3回	11	(61.1)	7	(38.9)	18	(50.0)
	週4～6回	7	(38.9)	11	(61.1)	18	(50.0)
食習慣の改善意欲 (行動変容段階)	改善するつもりである (概ね6ヶ月以内)	3	(16.7)	5	(27.8)	8	(22.2)
	近いうちに改善するつもり である(概ね1ヶ月以内)	2	(11.1)	4	(22.2)	6	(16.7)
	すでに改善に取り組んでいる (取り組んでから6ヶ月未満)	7	(38.9)	8	(44.4)	15	(41.7)
	すでに改善に取り組んでいる (取り組んでから6ヶ月以上)	6	(33.3)	1	(5.6)	7	(19.4)

表中の値は人数(%)

機能性表示食品等の表示がなされた商品パッケージへの印象、商品選択への影響をたずねたところ、届出番号が書いてあると効果に信憑性があり信頼できる商品だという印象を持つ、機能性の表示があるとお菓子を食べる罪悪感が低くなる、効果を期待して買ったが効き目は実感できなかったなどの意見が挙がった。

栄養成分表示や、食品成分の機能性だけではなく、表面に一日の摂取量に対する割合が追加されたパッケージを提示して印象と商品選択への影響をたずねたところ、表面に表示されていれば商品を手にとらなくて済むのでありがたい、一日の摂取量に対する割合があれば選びやすいという意見が挙がった一方で、一日の摂取目安の基準が自分に合わないとお小評価になるので、中途半端な情報はいらぬなどの意見が挙がった。また、ただ数字があるだけでは多い・少ないが判断できないので、割合だけではなく、注意が必要な栄養素を色分けするなど、わかりやすい表記が欲しいなどの意見が挙がった。

基準値をオーバーした栄養素だけを表面に表示したパッケージ例への印象、商品選択への影響をたずねたところ、健康志向の商品では熱量などを表面に示しているの、むしろ低さを強調していると勘違いしてしまう、部分的に表に出すなら裏面の成分表示に注意喚起のマークを加えた方がよいなどの意見が挙がった。一方で、表面での表示面積が少なく済むのはメリットであり、意味合いが周知され、記載位置・方法が統一されれば役に立つという意見も挙がった。

基準値をオーバーした栄養素をハイライ

ト色で示し、補足説明を加えたパッケージ例への印象、商品選択への影響をたずねたところ、注意が必要なところに色付けがあるとわかりやすいという意見が最も多く、オーバーしている栄養素だけではなく他の栄養素も並列している点も肯定理由として多かった。一方、一色ではなくランク付けにしてほしいという意見も挙がった。

いわゆる健康食品、機能性表示食品、栄養強調表示がなされた商品、加工食品などのうち、必ずしも全ての食品が栄養プロファイルの基準内に収まる食品とはならない可能性があることについてたずねたところ、プラスの部分(機能性や特定の栄養素)に目が行って食べすぎたりしていたので、マイナス面(脂質や塩分が高いなど)についてもきちんとわかりやすく表示して欲しいなどの意見が挙がった。

好ましい栄養プロファイルの表示パターンの回答結果を表4に示した。最も多かったのがすべての栄養素等の重量と一日の摂取量に占める割合を表記し、どの栄養素が基準値を超えているか明記したパターンであった。その他と回答した4名は、いずれもオーバーしているか否かだけではなく、低い旨もわかるランク付けが良いという回答であった。

栄養プロファイルによる自身の商品選択への影響予測の回答結果を表5に示した。好きな食品・こだわっている食品には影響しないが、他の食品で気にするという回答が最も多かった。

各グループからパッケージ表示への要望として多く挙げられたのは、「注意喚起が必要な項目を一目でわかりやすく示してほし

い」ことであった。具体的には、栄養プロフィールは色分けして表示してほしい、パッケージ上の表示位置を統一してほしい、保健機能食品の解釈が複雑で混乱するので整理してほしいなどであった。また、中高年の参加者からは、見やすくするために文字を大きくしてほしい、背景色を白にしてほしいなどの意見が挙げられた。

表4. 好ましい栄養プロフィールの表示パターン

選択肢	回答数(%)	例証(発言者グループ)
1 すべての栄養素等の重量と%DVを表記	2 (5.6)	3が一番いいと思うが、オーバーという基準に関して理解できていない。根拠が示されるなら3がいいが、ただオーバーしてしますとというなら混乱を生ずると思うので1がいい。(男性65歳以上) 全ての栄養素のうちどれがオーバーしているということは個人によって理解力もあるので混乱する可能性があると思う。単に栄養素だけを表示した方が逆に混乱しなんじゃないかと思う。(男性65歳以上)
2 基準値を超えた栄養素等のみ重量と%DVを表記	2 (5.6)	これだけがオーバーしているのがわかればいい。(男性65歳以上) 一応パッケージの裏面に従来の栄養成分表示があつて、表面にこういう傾向のということを取りあえず出してくれるといい。その上で購入を決めてくださいというサインという位置付けでいいんじゃないか。あまりありすぎてもどうなのかと思う。(男性65歳以上)
3 すべての栄養素等の重量と%DVを表記し、どの栄養素が基準値を超えているか明記	28 (77.8)	単純に情報量が多いというのもあるし、良い情報もあれば良くない情報もあるのが大事だと思っているので。(男性18～39歳) 注意が必要な栄養素を目立つように見えるようにすると、その他の栄養素も気になるので表で全部見られる方がいいので。(男性18～39歳) わかりやすい。子供の頃からこういうので教育というか、頭にインプットされると子供さんにいいと思う。うちはもう大きくなっているけど、小さい時からこういうのがわかっていたら、お菓子も自分で選べるようになっていたかもしれない。健康教育にも役立つと思う。(女性40～64歳) 傾向値ということでぱっと見てわかるのに重きを置きたいので。(男性65歳以上) ここを注意してくださいねとわかりやすい。(女性65歳以上)
その他	4 (11.1)	Multiple Traffic Lightsがすごくいい。中ぐらいか高いのか低いのか、それが何gとか何%とか、色でもわかるといい。要望としてはまずは見やすく誰でも簡単に判断できる、そこになるべく情報が詰められているといいのかなと思う。(女性18～39歳)

%DV, 一日の摂取量に占める割合



表5. 栄養プロフィール表示による自身の商品選択への影響予測

選択肢	回答数(%)	例証(発言者グループ)
1 ほとんど影響しない	0 (0)	-
2 好きな食品・こだわっている食品には影響しないが、他の食品で気にする	31 (86.1)	<p>その時どうしても食べたい商品ってあるので。それを買う時にこういうネガティブな情報があったからってやめるかというのと、買っちゃってそれ以外の商品で帳尻を合わせればいいかなという感じがする。(男性18～39歳)</p> <p>私もシチュエーションかもしれない。めっちゃめちゃジャンクフードがたべたいときは脂質がオーバーしていても仕方ないかなと思う。(女性18～39歳)</p> <p>お酒を飲みながら塩辛を食べたら納豆に醤油をかけないとかで帳尻をあわせると思う。(男性40～64歳)</p> <p>スナック菓子とか絶対脂質がオーバーしていそうなものは気にしないかもしれないけど、加工食品の中でも冷蔵のものとか、ハムとかパンとか、そういうものはより脂質がわかりやすくなっている方が商品の差がわかるので、そういうのはもうちょっと見るかなと思う。(女性40～64歳)</p> <p>好きな商品やこだわっている商品はそんなにやめられないので、自分で調べたり、これは食べるからこっちは減らすと自分の中で処理しているからそれは変えたくない。(男性65歳以上)</p> <p>甘いものが好きなので味を優先しているものは見ないで買うと思うが、それ以外は見ると思う。(女性65歳以上)</p>
3 すべての商品選択に影響する	5 (13.9)	<p>全体的に表示されていると全部見るような習慣がついて、これがいんだなと選択していくようになると思う。(男性40～64歳)</p> <p>基本的に食品と栄養分の知識があまりないので、3によって自分のライフスタイルを変える必要性が今後出てくる可能性がある。(男性65歳以上)</p> <p>表示があれば、これはこうなんだとそこでチェックをかけられるという意味では全て。結果的に好きな物を買う形になってもチェックは入るかなと思う。(男性65歳以上)</p>

#### D. 考察

加工食品や調理済み食品を購入する頻度が高く、食習慣の改善意欲が高い者を対象にフォーカス・グループ・インタビューを行った結果、消費者が栄養プロフィールを有効に活用するためには、注意喚起が必要な項目を一目でわかりやすく表示することが重要であることが示唆された。自身の商品選択に栄養プロフィールが及ぼす影響予測としては、好きな食品・こだわっている食品には影響しないが、他の食品で気にするという回答が最も多かった。

米国における調査では、一日にどのくらいのエネルギーを摂ればよいか知っている自信があるか、という問いに対し、23%が「まったく自信がない」と回答した(6)。本研究においても、栄養成分表示への印象として、一日の摂取量に対する割合や基準(多いのか、少ないのかなど)がわからないという意見が多く挙げられたため、重量だけではなく、%DVを示すことが好ましいと考えられた。ただし、米国の同研究では、塩分の%DVが25%であったとしたら、塩分量をどのように判定するかという質問に対し、

回答割合は「高い」が 57%、「中くらい」が 26%、「低い」が 8%であり、判定は個人によって異なることが示された(6)。本研究においても、ただ数字があるだけでは多い・少ないが判断できないので、割合だけではなく、注意が必要な栄養素を色分けするなど、わかりやすい表記が欲しいなどの意見が挙がった。また、パッケージ表面に栄養強調表示や機能性表示などがあると、摂りすぎに注意が必要な栄養素等に注意が向かなくなる傾向も示された。これらの結果から、摂りすぎに注意が必要な栄養素等をわかりやすく表示する意義は大きいと考えられる。

本研究では、マーケティングにおける消費者の意向やニーズを把握する手法として広く取り入れられているフォーカス・グループ・インタビューを用いた。対象者の選定については、健康的な加工食品の選定における具体的な意見が引き出せるように、食習慣の改善意欲が高い者、加工食品の購入頻度が週に 2～3 回以上の者に限定した。しかし、令和元年国民健康・栄養調査によると、食習慣改善の意思について、「改善することに関心がない」者と「関心はあるが改善するつもりはない」者の合計の割合は、男性 41.1%、女性 35.7%であった(7)。したがって、本研究結果の一般化可能性を高めるためには、無関心層を含めた量的研究によって、消費者のニーズを明らかにする必要がある。また、日本版栄養プロファイルが情報へのアクセス面において有効に活用されるよう、得られた結果を日本版栄養プロファイルおよび活用資料に反映させ、改良していく必要がある。

## E. 結論

加工食品等を購入する際に消費者が日本版栄養プロファイルを有効に活用するためには、注意喚起が必要な項目を一目でわかりやすく表示することが重要であることが示唆された。今後は、栄養プロファイルをわかりやすく説明するための活用資料を作成し、無関心層を含めた量的研究によって消費者のニーズを明らかにし、日本版栄養プロファイルが健康的な食行動に寄与するよう改良を重ねていく必要がある。

## F. 健康危機情報

なし

## G. 研究発表

### 1. 論文発表

横山友里、吉崎貴大、多田由紀、岡田恵美子、竹林純、瀧本秀美、石見佳子 日本版栄養プロファイル作成にむけた諸外国モデルの特性に関する基礎的研究 栄養学雑誌 印刷中

### 2. 学会発表

横山友里、吉崎貴大、多田由紀、岡田恵美子、竹林純、瀧本秀美、石見佳子. 日本版栄養プロファイルモデル作成に向けた諸外国モデルの特性に関する基礎的研究. 第 67 回日本栄養改善学会学術総会（誌上開催）. 2020. 9. 2-4

## H. 知的財産権の出願・登録状況

なし

## I. 参考文献

1. 横山友里 吉崎貴大、多田由紀、岡田恵美子、竹林純、瀧本秀美、石見佳子. 日

本版栄養プロフィールモデル作成に向けた諸外国モデルの特性に関する基礎的研究. 栄養学雑誌. 印刷中.

2. 厚生労働省健康局健康課. 第3回「自然に健康になれる持続可能な食環境づくりの推進に向けた検討会」資料 2021年3月30日 .  
[https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage\\_18352.html](https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage_18352.html) (最終アクセス日令和3年5月1日) .
3. 安梅 勅江. ヒューマン・サービスにおけるグループインタビュー法：科学的根拠に基づく質的研究法の展開：医歯薬出版；2001.
4. 消費者庁. 機能性表示食品制度に対する消費者意向等に関する調査事業報告書 平成28年2月
5. 東京都福祉保健局. 都民を対象とした「健康食品」の摂取に係る調査結果報告書. 平成28年2月
6. Amy Lando, Linda Verrill, Fanfan Wu (Center for Food Safety and Applied Nutrition, FDA). 2019 Food Safety and Nutrition Survey Report 2021.  
<https://www.fda.gov/media/146532/download>(最終アクセス日令和3年5月3日).
7. 厚生労働省健康局健康課. 令和元年国民健康・栄養調査結果の概要 .  
<https://www.mhlw.go.jp/content/10900000/000687163.pdf> (最終アクセス日令和3年5月3日) .