

食事づくりタイプに応じた「健康な食事」の実践を促すガイドの普及にむけて：
食情報の入手と活用状況の実態把握

研究代表者	林 芙美	女子栄養大学栄養学部
研究協力者	武見 ゆかり	女子栄養大学大学院
	高野 真梨子	女子栄養大学大学院博士後期課程1年
	阿部 知紗	女子栄養大学大学院修士課程2年

研究要旨

目的：本研究では、日本人の健康寿命の延伸と環境負荷の低減に資する、栄養的視点及び持続可能な開発目標の視点を踏まえた「健康な食事」の基準に沿った食生活の実践を促すガイド（以下、「実践ガイド」とする。）の作成・普及を目指し、フォーカス・グループインタビューによりフィジビリティテストを行った。普段の食事づくりへの関わり方の違いにより設定したセグメントごとに、実践ガイドの理解しやすさ、課題などの他、いつ、どのように食情報を入手し食事づくりに活用されているのかを把握した。そこで、本研究では、実践ガイドの実用可能性のほか、実践ガイドをどのように普及することで、人々の食事づくり行動に変容をもたらすのか、有用なコミュニケーションチャネルについての示唆を得ることを目的に、食情報の入手および活用状況について食事づくりタイプ別に実態を把握することとした。

方法：対象者は20～39歳の男女24名（男性12名、女性12名）である。事前調査の回答をもとに、性別と食事づくりタイプ別に、対面にて1グループ4名のフォーカス・グループインタビューを実施した。インタビュー内容は、1) 普段の食事づくりへの関わり方、2) 食事に関する情報を調べたり、参考にすることがあるか、3) ガイドを使用した感想、4) ガイドの実行可能性・役立つ点、5) 持続可能で健康な食事の実践度、とした。4) では、読んだページの中から、「自分向け」と思ったものを尋ねた。インタビューは録音し、逐語録を作成して分析に用いた。類似したコードごとに、カテゴリー化を行った。本稿では大項目は【 】, 中項目は< >, 小項目は『 』, コードは“ ”で示す。ガイドの内容のうち「自分向け」と選んだ内容が食事づくりタイプと合致していたかを確認し、さらに食情報の入手と活用状況を整理した。

結果：インタビューで把握した食事づくりタイプと、具体的な食事づくりの状況から5つの食事づくりのタイプに分類した。このうち4グループ（「進化する」、「そろえる」（女性）、「そろえる」（男性）、「成長する、決める、気付く」）では、グループの半数以上が「自分向き」として対象者に該当するタイプの内容を選択していた。グループ間共通して、環境面に関する内容を「自分向け」として選んだ者は少なかった。食情報の入手・活用状況では、「進化する」「そろえる」（女性）グループにおいて、【レシピの情報源】として<ウェブでレシピを検索する><SNSでレシピを検索する><特定の人をフォローする>を挙げる者が多く、SNSとフォローの項目は「そろえる」（男性）グループでも挙げられた。一方、「始める」「成長する、決める、気付く」グループでは、他者からの情報や働きかけ、<食情報を検索しない>が共通して

見られた。

考察： 実践ガイドは、おおむね各食事づくりタイプの対象者に合った内容を作成することができたと考えられる。しかし、環境面に関する情報を「自分向け」として選んだ者は少なかったことから、地球や社会の環境に配慮した持続可能な食事づくりを推進するには、自分ごととしてとらえるための工夫が必要であると示唆された。そこで、改訂版では動機付けのための情報を追加した。食情報の入手・活用状況では、食事づくりタイプ別の特徴に違いがみられ、食への関心の低さと自発的な食情報へのアクセスは関連していることが示唆された。

A. 研究目的

本研究では、日本人の健康寿命の延伸と環境負荷の低減に資する、栄養的視点及び持続可能な開発目標の視点を踏まえた「健康な食事」の基準に沿った食生活の実践を促すガイド(以下、「実践ガイド」とする。)の作成を目指している。そこで、作成する実践ガイドが、利用者にとってなじみやすく、行動変容を促しやすいものであるかを確認するために、フォーカス・グループインタビューによりフィジビリティテストを行った。普段の食事づくりへの関わり方の違いにより設定したセグメントごとに、実践ガイドの理解しやすさ、課題などの他、いつ、どのように食情報を入手し食事づくりに活用されているのかを把握した。そこで、本研究では、実践ガイドの実用可能性のほか、実践ガイドをどのように普及することで、人々の食事づくり行動に変容をもたらすのか、有用なコミュニケーションチャンネルについての示唆を得ることを目的に、食情報の入手および活用状況について食事づくりタイプ別に実態を把握することとした。

B. 研究方法

1. 研究デザイン

本研究では、質的研究法であるフォーカス・グループインタビューを対面で実施した。質的研究法を用いることにより、対象者の食事づくりに関する価値観や信念、環境等との関わり等について、対象者本人さえ気づいていない潜在

的なニーズやインサイトを引き出すことが可能となる。また、フォーカス・グループインタビューを実施した理由は、グループダイナミクスによる参加者同士の相互作用が期待できるためである。

2. 対象者と手続き

対象者は、20～39歳男女とし、食事づくりへの関わり方に応じて男女別のグループを設定した。対象者のリクルーティングにあたっては、インタビュー調査の実績のある株式会社アスマークに委託し、登録モニター(約91万人)のうち、首都圏(一都三県)在住者を対象に事前スクリーニングを2022年10月下旬から11月上旬にかけて実施した。インタビュー調査は、2022年11月19日、26日の2日間に実施し、食事づくりへの関わり方に応じて男女それぞれ3グループ(1グループ4名)、計6グループ(24名)を対象とした。

インタビュー当日は、1グループ2時間程度でフォーカス・グループインタビューを実施した。会場は、バックルームおよびミラールームのあるインタビュー専用の会議室を使用した。インタビューは録画・録音し、後日発言録を作成した。また、観察者がバックルームにて対象者のうなずきや表情の変化などを観察して記録した。対象者には事前課題として、ガイド案の精読を依頼し、普段の自分らしい食事(1食分)の写真を1枚撮影するよう依頼した。インタビュー当日は、インタビューガイドに基づき、

フォーカス・グループインタビューを実施した。

インタビューに先立ち、事前のスクリーニング調査への回答をもとに、研究者が候補者を選定し、調査会社が電話で回答内容の確認と、調査内容や個人情報保護等の説明を行い、最終的な協力者を採択した。最終的に調査への協力を同意が得られた者には、依頼文書・同意書を事前に郵送し、自署による同意を得た。なお、食に関して近しい仕事をしている者（食品製造・卸・販売業、飲食店等）、保健医療職、教育関係、フィットネス関係、出版・マスコミ関係の仕事に従事している者は対象者から除外した。また、病気や宗教上の理由で特別な食事制限をしている者も除外した。

リクルートの過程で調査への協力に関心を示し、対象者条件に合致した者は218名であった。最終的に条件に合う対象者を選定し、24名（男性12名、女性12名）を調査対象者とした。

なお、インタビュアーは、過去に個別（対面）・グループインタビュー（対面およびオンライン）の実施経験のある研究代表者が担当した。観察者は管理栄養士の資格を持つ研究協力者が担当した。インタビューに先立ち、模擬参加者を対象に、インタビュアーおよび観察者のトレーニングを行った。

（倫理面への配慮）

本研究は、女子栄養大学研究倫理審査委員会の審査・承認を得て実施した（承認日2022年10月19日）。個人情報の保護等については文書および口頭で説明し、また対象者には謝金を支払う旨を伝え、研究への参加を依頼した。最終的に、書面にて同意を得た。

3. 調査項目

1) 事前調査

事前調査はオンラインアンケートフォーム

を用いて行い、基本的な属性（性別、年齢、婚姻状況、同居家族、居住地など）のほか、社会経済状況（職業、職種、最終学歴、経済的な暮らし向き）、時間的ゆとり、特別な食事制限の有無、食行動（食事回数、調理頻度、外食、持ち帰り弁当・惣菜頻度、インスタント・レトルト食品利用頻度、冷凍食品利用頻度、主食・主菜・副菜を組み合わせた食事頻度）、食態度（食生活の改善意欲、毎食野菜を食べることへの関心）、1か月の食費、ヘルスリテラシー（CCHL）、環境問題への関心、人前で話すことへの抵抗感を把握した。このうち、対象者のセグメント分けには、調理頻度、調理時間、主食・主菜・副菜がそろふ頻度、食生活の改善意欲、毎食野菜を食べることへの関心、ヘルスリテラシー、環境問題への関心を用いた。さらに、グループ内のメンバー構成を調整するために、経済的・時間的ゆとり感、外食・中食・加工食品の利用状況、平日・休日の欠食状況、同居者の有無等を用いた。本研究では、単身者を優先的に抽出し、該当者がいない場合には、配偶者または親と同居など、同居者になるべく少なく、食事づくりに主体的にかかると想定される者を優先した。

自宅での調理頻度などの食行動は、「あなたが自分や家族のために用意する、普段の食事についてそれぞれの頻度を教えてください。」と問い、外食（飲食店での食事）の頻度、持ち帰りの弁当や惣菜の頻度、自宅で調理の頻度、冷凍食品の頻度、インスタント・レトルト食品の頻度の5つについて、「毎日2回以上」から「全く利用しない」の7肢でそれぞれ回答を得た。

調理にかける1日あたりの総時間は、「あなたが調理をする際にかける1日の総時間を教えてください。」と問い、「0分」から「3時間以上」まで30分刻みの7肢で回答を得た。

主食・主菜・副菜が1日2回以上そろふ頻度は、「主食（ごはん、パン、麺など）・主菜（肉・

魚・卵・大豆製品などを使ったメインの料理)・副菜(野菜・きのこ・いも・海藻などを使った小鉢・小皿の料理)を3つそろえて食べることが1日に2回以上あるのは、週に何日ありますか。」と問い、「ほぼ毎日」から「わからない」までの5肢で回答を得た。質問文には、主食・主菜・副菜についての説明を加えた。

食生活の改善意欲は、「あなたは、食習慣を改善してみようと考えていますか。」との問いに対して、「改善することに関心がない」から「食習慣に問題はないため、改善する必要はない」までの7肢で回答を得た。

毎食野菜を食べることへの関心は、「あなたは、毎食野菜料理を食べることに関心がありますか。」との問いに対して、「関心がない」から「関心がある」の4肢で回答を得た。

ヘルスリテラシーは、石川らの相互作用的・批判的ヘルスリテラシー(CCHL)¹⁾の5項目を用い、それぞれ「まったくそう思わない」から「強くそう思う」の5肢で把握した。

環境問題への関心は、農林水産省の食育に関する意識調査²⁾を参考に、「あなたは、地球温暖化、生物多様性、熱帯雨林の減少などの地球環境問題に関心がありますか。」と尋ね、「関心がない」から「関心がある」の4肢で把握した。

対象者の食事づくりのパターンは、表1のように設定した。実践ガイドでは、普段の食事づくりへの関わり方や栄養バランスのとれた食

事の実践状況等をもとに対象者のタイプを診断し、タイプ別に栄養面と環境面の2つの側面についての知識やスキルが習得できるよう情報提供している。そこで、本研究では、①食事づくりパターン(1日1回以上調理している、主に買って食べている)、②野菜を食べることへの意識(している、していない)、③地球環境問題への関心(関心あり、関心なし)の大きく3点で対象者を選定した。なお、②については、併せて食生活の改善意欲も確認した。本研究では、なるべくヘルスリテラシーの低い方でも、実践ガイドが利用可能かを把握するために、ユーザーがガイドの目的を理解し、自分が探すべき情報にアクセスでき、情報を活用できるかを把握するために、ヘルスリテラシー¹⁾の低い者を優先対象者とした。さらに、経済的・時間的ゆとりが「全くない」と回答した者も除外した。

過去に実施したWEB調査データをもとに、20~39歳の者(男性428名、女性452名)の対象者特性を確認した。その結果、1日1回以上自分で調理をしていた者は男性23%、女性52%であった。一方、外食あるいは惣菜・持ち帰り弁当等のいずれかを週2回以上利用していた者は男性53%、女性22%であった。このように、食行動に性差がみられたことから、1日1回以上調理しているグループの対象は女性とし、主に買って食べるグループの対象者は男性とした。

表1：対象者の選定条件マトリックス

		② 野菜を食べることへの意識		
		意識している	意識していない	
① 食事づくりのパターン	1日1回以上調理している	A	B	C*
	主に買って食べる	D	E	F*
		関心なし		関心あり
③ 地球環境問題への関心				

*：環境に関心がある者の中で、野菜を食べることを意識していない者がいなかったことから、食習慣改善意欲「改善するつもり」「関心はあるが改善するつもりない」(後者を優先)を用いた

2) フォーカス・グループインタビュー

インタビューガイドを用いた半構造化インタビューを実施した。インタビュー内容は、1) 普段の食事づくりへの関わり方、2) 食事に関する情報を調べたり、参考にしたことがあるか、3) ガイドを使用した感想、4) ガイドの実行可能性・役立つ点、5) 持続可能で健康な食事の実践度、とした。また、インタビューの冒頭でのアイスブレイクとして、自己紹介の中で、今はまっていること（好きなこと、得意なこと）を尋ね、自由な発言を促した。

普段の食事づくりへの関わり方については、事前に「自分らしい食事」として依頼した写真を確認しながら、次の点について確認を行った。1) この写真をとったのは、どのような過ごし方をした日だったか、2) この日の食事に点数をつけるとしたら、何点くらいか、またそれはなぜか、3) 自分らしい食事は、どのくらいできているか、またどのくらい実現したいか。3) について、できていない方には、いつ頃からできていないのか、何かきっかけがあったのかなど追加質問をした。

続いて、食情報の入手・活用について確認した。具体的には、「普段から食事について、何か参考にしていることはありますか？」と尋ね、「ある」と回答した方には、その様子を把握するために、参考にした時期や内容、調べたきっかけなどを追加で質問した。「ない」と回答した者には、その理由などをたずねた。

実践ガイドのフィジビリティテストは、以下の手順で実施した。まず、事前に送付した実践ガイドの冊子版と使用し、ガイドの使い方のページの手順に沿って、改めて目を通していただいた。その際、1人ずつかかった時間を測定した。全員が読み終わったことを確認したのちに、冊子版と同じ内容のカードを1人1セット配布し、読んだカードと、読まなかったカードを仕分けしてもらった。その後、読んだカードの

中から、「自分向け」と思ったカードを選び分けていただき、その中から「特に生活の中で取り入れていきたいと思ったもの」を一番上にして、選んだカードの順番を並べ替えてもらった。これら一連の作業が終了後、それぞれに選んだカードについて、選んだ理由や選ばなかった理由など、率直な感想をうかがった。その際、同じグループ内で同様の意見の者がいるか都度確認しながら進めた。

次に、改めて全員にガイドで示すタイプ別の流れ図を確認し、自身はどのタイプに当てはまるか回答してもらった。その後、総合的なガイドの評価を星の数(最大5つ)で答えてもらい、その理由も一人ずつ尋ねた。なお、流れ図は以下の2段階で構成され、最終的に7タイプに分類される。まず、「1日1回以上、自分で調理している」「買って食べる、外食することが多い」「用意されたものを食べている」の3タイプから、自分に合ったページを参照する。さらに、「1日1回以上、自分で調理している」者で、1日2回以上主食・主菜・副菜がそろう日がほぼ毎日の者を「進化する」タイプ、1日2回以上主食・主菜・副菜がそろう日がほぼ毎日ではないが、その中でも野菜を摂ることを意識している者を「そろえる」タイプ、野菜を摂ることを意識していない者を「始める」タイプとした。また、「買って食べる、外食することが多い」者で、1日2回以上主食・主菜・副菜がそろう日がほぼ毎日の者を「成長する」タイプ、1日2回以上主食・主菜・副菜がそろう日がほぼ毎日ではないが、その中でも野菜を摂ることを意識している者を「決める」タイプ、野菜を摂ることを意識していない者を「気付く」タイプとした。「用意されたものを食べている」と回答した者は、「踏み出す」タイプとした。これら計7つの食事づくりタイプを表2、ガイドの主要な内容やページ数等を表3に示す。

最後に、実践ガイドの実行可能性として、す

表2. 対象者の食事づくりタイプ

	1日2回以上主食・主菜・副菜がそろう頻度		
	ほぼ毎日	ほぼ毎日より少ない	
	野菜を摂る意識		
	意識あり		意識なし
自分で調理することが多い	「進化する」	「そろえる」 (女性, 男性)	「始める」
買って食べる・外食が多い	「成長する」	「決める」	「気付く」

※太枠は分析用のグルーピングを示す

ぐにできそうな点などを確認し、最初に答えてもらった自分らしい食事の実現に実践ガイド

が役立つかをたずね、インタビューを終了した。

インタビュー全体を通じて、対象者自身にとっての食事とはどういうものか、何が実現できたら良いことと捉えているのかを把握するようにした。インタビュー時は、個人の意見に他の人も同意するか、あるいは異なる意見があるのかを都度確認し、どの人の意見にも他の人が発言できるよう工夫した。また、インタビューに先立ち、何か正しいことを決めたり、判断したりする場ではないことを伝え、率直な意見を求めた。グループインタビューの最大のメリットは、参加者同士の自由な会話の中から、対象者の相互作用（グループダイナミクス）を利用して、幅広い思考や価値観を引き出すことである。そこで、発言者の意見が単独のものか、複数で共通する内容かを把握するために、同意する場合は挙手を依頼し、追加の発言を促した。また、同意しない場合でも、ほかに意見や実践していることがあるか、追加の発言を促す工夫をした。

なお、インタビューのモデレーターは、対象者に面識がなく、インタビュー調査の経験がある研究代表者が務めた。また、記録者として協力研究者が同席し、必要に応じて追加の指示を出した。実施後は毎回関係者間でブリーフィングを行い、調査の目的・内容の確認を行った。

インタビューは1グループ2時間を目安と

した。インタビューは対象者の同意を得て録画し、後日発言録を作成した。

4. 分析方法

全てのグループのインタビュー終了後、対象者をインタビュー中に把握した食事づくりタイプや、具体的な食事づくりの状況から再度グルーピングし、それぞれのグループごとに独立して分析を行った。具体的には、自分で調理することが多い「進化する」「そろえる(女性)」「そろえる(男性)」「始める」タイプ、買って食べる・外食が多い「成長する、決める、気付く」タイプの計5グループに分類した。本研究では、特に食情報の入手・活用について焦点を当てて分析を行ったことから、発言録からはその内容に関連すると思われる発言のエピソードごとにデータの断片化を行い、続いて文脈を損なわないようにコード化を行った。

類似したコードごとに、カテゴリー化を行った。本稿では大項目は【 】, 中項目は< >, 小項目は『 』, コードは“ ”で示す。分析はグループごとに行った。

コード化および初期のカテゴリー化は管理栄養士の資格を持つ協力研究者と学生の2名が担当し、合意形成を図った。さらに、カテゴリー化の信頼性を確保するために、研究代表者と別の研究協力者の2名が参加し、全員の総意が得られるまで検討を重ねた。

C. 結果

1) 対象者の特性と食事づくりタイプ

インタビューで把握した食事づくりタイプと、具体的な食事づくりの状況から再度グルーピングしたグループごとの該当者数の結果を、表4に示す。各グループの該当者数は、「進化する」7名、「そろえる」(女性)5名、「そろえる」(男性)3名、「始める」2名、「成長する、決める、気付く」7名(各1名、

5名, 1名)であった(表4)。また, 事前調査で得られた対象者の年齢, 性別, 居住状況等の基本的属性や, 調理頻度, 調理時間等の食事づくり行動, 野菜摂取・環境問題への関心等の食態度などの詳細を, 付表1~5に示した。なお, Noにあるアルファベットは, 元のグループインタビュー時のグループと対象者番号である。

2) 各グループの対象者が「自分向け」として選択した内容

各グループの対象者の半数以上で「自分向け」の内容として選択されたページとその内容を, 表5~9に示す。「進化する」グループの半数以上で選択されたのは, 「進化する」タイプの栄養面および環境面のページ, 「自分で調理することが多い」タイプ共通の環境面のページ, 「健康な食事」の解説ページ(主菜, 副菜, 牛乳・乳製品および果物)であった。「そろえる」(女性)グループでは, 「そろえる」タイプの栄養面および環境面のページ, 「健康な食事」の解説ページ(主食, 副菜, 牛乳・乳製品および果物)が選択された。「そろえる」(男性)グループでは, 「進化する」タイプの栄養面のページ, 「そろえる」タイプの栄養面のページ, 「健康な食事」の解説ページ(副菜, 牛乳・乳製品および果物)が挙げられた。「始める」グループで選択されたのは, 「健康な食事」の解説ページ(主食, 主菜, 副菜, 牛乳・乳製品および果物, 量的基準)であった。「成長する, 決める, 気付く」グループでは, 「成長する」タイプの栄養面のページ, 「決める」タイプの栄養面のページ, 「気付く」タイプの栄養面のページ, 「健康な食事」の解説ページ(副菜)が選択された。

3) 食情報の入手・活用パターン

各グループにおけるカテゴリ化の結果を, 表10~14に示す。

「進化する」グループでは, 【レシピの情報源】として, <ウェブでレシピを検索する><SNSでレシピを検索する><特定の人をフォローする>を挙げる者が多かった(表10)。また, <ウェブレシピ検索のこだわり>や<飲食店検索のこだわり>など, 何らかのこだわりを持つ者が多かった。【調べたレシピを作る】では, <作る頻度は多い>ものとして『一般のレシピサイトから得たレシピを作る』という意見が多かった。<食情報を得る(情報源不明)>では, 『ダイエットや美容に関する情報を得る』が複数人から挙げられ, <情報の内容を実践する>として『炭水化物・糖質を控える』者も多かった。

「そろえる」(女性)グループでも, 【レシピの情報源】として, <ウェブでレシピを検索する><SNSでレシピを検索する><特定の人をフォローする>を挙げる者が多かった(表11)。また, <ウェブレシピ検索のこだわり>や<飲食店検索のこだわり>など, 何らかのこだわりを持つ者が多かった。【調べたレシピを作る】では, <作る頻度は多い>ものとして, 『一般のレシピサイトから得たレシピを作る』だけでなく『SNSから得たレシピを作る』という意見も多かった。<情報をきっかけにさらに飲食店を調べる>では, 『SNSをきっかけに飲食店を調べる』を挙げる者が多かった。

「そろえる」(男性)グループでは, 【レシピの情報源】として, <SNSでレシピを検索する>が多かった(表12)。【レシピの情報源に対する認識】では, <肯定的な認識>で『動画のメリット』『Instagramのメリット』が挙げられた。また, 【調べたレシピを作る】では, <作る頻度は多い>ものとして『SNSか

ら得たレシピを作る』が多かった。

「始める」グループにおいては、【レシピの情報源】として<書籍でレシピを調べる>が挙げられた(表13)。一方で、<食情報を検索しない><レシピを調べない>も見られた。また、【調べたレシピを作る】では、<作る頻度は少ない>、【調べたレシピを作る以外の食行動の変化】では<情報の内容を実践しない>の項目のみとなった。

「成長する、決める、気付く」グループは、【レシピの情報源】として、<SNSでレシピを検索する><SNSでレシピが目に入る><特定の人をフォローする>、【レシピ・飲食店以外の情報源】として<他者からの情報>が多かった(表14)。一方で、<食情報を検索しない>『栄養情報の検索を行わない』も挙げられた。また、【調べたレシピを作る】の<レシピ活用のレベル>では、『調味料を量らずに作る』が多かった。

D. 考察

本研究では、栄養的視点及び持続可能な開発目標の視点を踏まえた「健康な食事」の基準に沿った食生活の実践を促すガイドの作成・普及を目指し、フォーカス・グループインタビューによりフィジビリティテストを行った。その結果、食事づくりタイプ別の5グループ中4グループにおいて、グループの半数以上が「自分向き」であるとして、対象者に該当するタイプの内容を選択していた。そのため、おおむね各食事づくりタイプの対象者に合った内容を作成することができたと考えられる。しかし、グループ間に共通して、環境面に関する内容を「自分向け」として選んだ者は少なかった。そのため、地球や社会の環境に配慮した持続可能な食事づくりを推進するには、自分ごととしてとらえるための情報提供の工夫が必要であると示唆された。

食情報の入手・活用状況では、自分で調理することが多く、1日2回以上主食・主菜・副菜がそろふ頻度がほぼ毎日の「進化する」グループ、1日2回以上主食・主菜・副菜がそろわないうが、野菜を摂ることを意識している「そろえる」(女性)グループでは、【レシピの情報源】として、<ウェブでレシピを検索する><SNSでレシピを検索する><特定の人をフォローする>が共通して挙げられた。また、これらの2グループにおいては、【調べたレシピを作る】として複数の中項目が生成された。先行研究では、女性における食行動の変容において、家族と新聞が有用なチャンネルである可能性が示唆されている³⁾。また、女性は食生活リテラシー(個人が健康的な食生活を送るための相互作用的・批判的リテラシー)の向上による情報へのアクセスの認知が主食・主菜・副菜がそろふ食事の頻度に直接好影響を与えることが示唆されている⁴⁾。本研究では、ウェブやSNSでレシピを検索する者、特定の人をフォローする者が多かったが、それはインターネットやSNSの普及によって情報収集の手段が発展したためと考えられる。また、何らかのこだわりや基準をもって検索したり、特定の人をフォローするなど、自発的に自分向きの情報を集める工夫をしていた。そのため、より効率的に情報を集めていることが、望ましい食行動や食態度に関連している可能性がある。ただし、「進化する」グループでは、入手した情報を実践する行動として、炭水化物や糖質を控えている者も多く、必ずしも適切なエビデンスに基づいた情報が選択されていない可能性もうかがえた。適切な知識に基づき、情報を批判的に取捨選択するための支援の必要性も示唆された。

「そろえる」(男性)グループでは、【レシピの情報源】として、<SNSでレシピを検索する><特定の人をフォローする>が挙げられた。先行研究において、男性は情報へのアクセスの

認知から主食・主菜・副菜がそろそろ食事の頻度への直接的な関連は認められないものの、情報へのアクセスの認知から食物へのアクセスの認知を媒介して主食・主菜・副菜がそろそろ食事の頻度に影響していることが示唆されている⁴⁾。本研究では、「そろえる」(女性)グループで見られた<ウェブでレシピを検索する>は見られなかったものの、【調べたレシピを作る】<作る頻度は多い>ものとして『SNSから得たレシピを作る』が多く、動画やInstagram、書籍など特定の情報源に対するメリット・デメリットを感じていた。そのため、性別の違いによって情報へのアクセスと食行動との関連が異なるというよりも、自身の食事づくりスタイルや考え方に合わせて最適な方法を選び、実際の食行動に落とし込んでいる可能性が示唆された。しかし、「そろえる」(男性)では、<情報の内容を実践しない><実践意欲は変わらない>が共通してみられていたことから、主食・主菜・副菜がそろそろ食事を実現するには、ついやってみたくなるような仕掛けが情報提供において必要であると示唆された。

自分で調理することが多いが、主食・主菜・副菜が1日2回以上そろわず、野菜を摂ることを意識していない「始める」グループでは、「進化する」「そろえる(女性, 男性)」グループでは出現しなかった<食情報を検索しない><レシピを調べない>が見られた。また、情報による食行動の変化においては、<作る頻度は少ない><情報の内容を実践しない>等が挙げられた。対象者は自身で日常的に調理を行っていたが、現在に行っている食情報検索は必ずしも良好な食事づくりを目的としたものではないと思われた。また、先行研究では、食生活リテラシー尺度得点と正の関連を示した食情報源として、男性、女性ともに「友人・知人」、「インターネット」、男性においては「医療従事者・専門家」が挙げられ

ていた⁵⁾。本研究においても、<医療機関からの情報>や<他者からの働きかけ>によって食行動が変化した旨の発言が見られたことから、同様の傾向が見られた可能性がある。

買って食べる・外食が多い「成長する、決める、気付く」グループにおいては、【レシピの情報源】として、<SNSでレシピを検索する><SNSでレシピが目に入る><特定の人をフォローする>等が挙げられた一方で、<食情報を検索しない>『栄養情報の検索を行わない』も複数人から挙げられた。さらに、『食に興味がない』というカテゴリーも得られた。ウェブやSNSにおいて、アルゴリズムで上がってくる広告やおすすめの投稿などは、その人の過去の閲覧などから推測されると考えられることから、レシピに関する情報を見ない者や、食関係の投稿をしている人をフォローしていない者などは、食情報を入力しにくいという構造上の課題が懸念される。魅力的な食情報を得て、それにより食態度や食行動が変化するサイクルが回ることは、より健康的な食生活を送る上で重要な促進要因となり得ると考えられることから、これらの情報格差が食事づくりの格差を拡大させる可能性がある。そのため、対象者の情報格差が生じにくい食環境整備を行うことが必要であると考えた。

本研究にはいくつかの限界がある。まず1点目に、サンプリングによる一般化の問題である。調査会社を通じてリクルートを行ったが、「食事(栄養)に関する座談会」として参加者を募集した。そのため、野菜摂取など食事に関する項目に関心がない者が非常に少なく、もともと食への関心が高い者が集まったことが結果に影響した可能性がある。2点目に、すべてのインタビュー調査を終えてから分析を行ったため、理論的飽和が得られたかは確認できていな

い。また、同一タイプで複数グループのインタビューが実施できなかった。しかし、発言者の意見が単独のものか、複数で共通する内容を把握するために、同意する場合は挙手を依頼し、同意しない場合でも、他に意見や実践していることがあるか、追加の発言を促す工夫をした。3点目に、対象者の食情報の入手・活用に関わらない基本的な価値観や、食態度・食行動との関連付けができていないことである。今後は、食情報の入手・活用に関わらない対象者自身の価値観や、食態度・食行動と併せ、さらに分析する必要がある。

E. 結論

本研究では、栄養的視点及び持続可能な開発目標の視点を踏まえた「健康な食事」の基準に沿った食生活の実践を促すガイド（以下、「実践ガイド」とする。）の作成・普及を目指し、フォーカス・グループインタビューによりフィジビリティテストを行った。その結果、食事づくりタイプ別の5グループ中4グループにおいて、グループの半数以上が自分向きであるとして対象者の該当タイプの内容を選択していた。そのため、おおむね各食事づくりタイプの対象者に合った内容を作成することができたと考えられる。また、食事づくりタイプ別の各グループにおいて、食情報の入手および活用状況の実態を把握することができた。今後は、食情報の収集に関わらない対象者自身の価値観や、食態度・食行動と併せ、さらに分析する必要がある。

参考文献

1. Ishikawa H, Nomura K, Sato M, et al. Developing a measure of communicative and critical health literacy: a pilot study of Japanese office workers. *Health Promotion International* 2008a; 23: 269–274.

2. 農林水産省. 令和3年度食育に関する意識調査.
<https://www.maff.go.jp/j/syokuiku/ishiki/r04/4.html> (2023年5月7日)
3. 高泉佳苗, 原田和弘, 中村好男. 健康情報源と食行動および身体活動との関連. *日本健康教育学会誌* 2013; 21(3): 197-205.
4. 高泉佳苗. 食生活リテラシーが食環境の認知および主食・主菜・副菜がそろった食事に及ぼす影響—30歳代の男性と女性におけるパス解析による検討—. *栄養学雑誌* 2021; 79(3): 113-125.
5. 高泉佳苗, 原田和弘, 中村好男. 食生活リテラシーと食情報検索バリアおよび食情報源との関連. *日本健康教育学会誌* 2017; 25(2): 63-73.

F. 健康危機情報

該当なし

G. 研究発表

1. 論文発表
1. 林芙美. 健康で持続可能な食事. *臨床栄養* 2022; 臨時増刊号 140 (6): 806-811
2. Takano M, Hayashi F, Eguchi S, Takemi Y. Desirable Diet to Lower the Japanese Nitrogen Footprint: Analysis of the Saitama Prefecture Nutrition Survey 2017. *J Nutr Sci Vitaminol* 2022; 68(5): 429-437.
3. 鮫島媛乃, 赤松利恵, 林芙美, 武見ゆかり. 環境負荷が少ない健康な食事の食品群別使用量—窒素フットプリントを用いた分析から—. *栄養学雑誌* 2022; 80(6): 307-316.
4. 阿部知紗, 坂口景子, 高野真梨子, 武見ゆかり, 林芙美. コンビニエンスストアの弁当・惣菜等の「健康な食事」の基準への適合性. *女子栄養大学紀要* 2022; 53: 31-41.

5. Hayashi F, Takemi Y. Determinants of Changes in the Diet Quality of Japanese Adults during the Coronavirus Disease 2019 Pandemic. *Nutrients* 2023; 15(1): 131.

2. 学会発表

1. 高野真梨子, 林芙美, 江口定夫, 武見ゆかり. 望ましかったたんぱく質摂取量で低い窒素フットプリントを実現した食事の特徴. 第76回日本栄養・食糧学会大会 2022/6/11 (兵庫県西宮市) 口頭

2. 林芙美. 健康で持続可能な食事の基本は「主食・主菜・副菜」. 日本食品科学工学会第69回大会 研究小集会 (5. 穀物) 2022/8/25 特別講演

3. 鮫島媛乃, 赤松利恵, 武見ゆかり, 林芙美. たんぱく質供給源となる食品群を複数組み合わせた健康な食事は, 環境負荷低減につながるか. 第69回日本栄養改善学会学術総会 2022/9/16-17 (岡山県倉敷市) 口頭

4. Takano M, Hayashi F, Takemi Y. A meal quality score based on Japanese healthy meal guidelines and its association with nutrient intakes in adult men and women. ICN 2022 poster

5. 林芙美. 『健康で持続可能な食事』推進と活用支援ガイドの開発: 厚労科研の成果から. 第9回日本栄養改善学会関東・甲信越支部会学術総会シンポジウム 2023/2/2

H. 知的所有権の取得状況

1. 特許取得

該当なし

2. 実用新案登録

該当なし

3. その他

該当なし

表3. ガイドの主要な内容一覧

ページ数	タイプ		内容	
8	自分で調理することが多い	進化する	栄養	減塩（食塩過剰摂取）
9	自分で調理することが多い	進化する	環境	エシカル消費
10	自分で調理することが多い	そろえる	栄養	主食・主菜・副菜のそろえ方
11	自分で調理することが多い	そろえる	環境	エコ調理
12	自分で調理することが多い	始める	栄養	野菜摂取増加
13	自分で調理することが多い	始める	環境	食品ロス削減（野菜使い切り）
14	自分で調理することが多い	共通	環境	環境に配慮した食事づくり行動の具体例
16	買って食べる・外食が多い	成長する	栄養	減塩（食塩過剰摂取）
17	買って食べる・外食が多い	成長する	環境	エシカル消費
18	買って食べる・外食が多い	決める	栄養	主食・主菜・副菜（パターン化）
19	買って食べる・外食が多い	決める	環境	環境負荷（食品選択）
20	買って食べる・外食が多い	気付く	栄養	野菜摂取量，サプリメント
21	買って食べる・外食が多い	気付く	環境	食品ロス削減（てまえどり）
22	買って食べる・外食が多い	共通	環境	環境に配慮した食事づくり行動の具体例
24	用意されたものを食べることが多い	踏み出す	栄養	食事づくりの各場面でできること
25	用意されたものを食べることが多い	踏み出す	環境	食事づくりの各場面でできること
27	共通		「健康な食事」	量的基準
28	共通		「健康な食事」	主食（目安量など）
29	共通		「健康な食事」	主菜（目安量など）
30	共通		「健康な食事」	副菜（目安量など）
31	共通		「健康な食事」	牛乳・乳製品，果物（目安量など）

表4. 各グループの該当者数

分析用グループ	食事づくりタイプ	男性 n=12	女性 n=12
		n (%)	n (%)
進化する	進化する	0 (—)	7 (58.3)
そろえる	そろえる	3 (25.0)	5 (41.7)
始める	始める	2 (16.7)	0 (—)
成長する，決める，気付く	成長する	1 (8.3)	0 (—)
	決める	5 (41.7)	0 (—)
	気付く	1 (8.3)	0 (—)

表5. 「進化する」グループの半数以上で自分向けの内容として選択されたページ

ページ数	各ページの食事づくりタイプ		内容	選択者数	「進化する」グループ該当者						
					A1	A4	B2	B4	C1	C2	C3
8	自分で調理することが多い	進化する	栄養	減塩（食塩過剰摂取）	5	○	○	○	○	○	
9	自分で調理することが多い	進化する	環境	エシカル消費	5	○	○		○	○	
14	自分で調理することが多い	共通	環境	環境に配慮した食事づくり行動の具体例	5	○	○			○	○
29	共通		「健康な食事」	主菜とは（目安量など）	4	○			○	○	○
30	共通		「健康な食事」	副菜とは（目安量など）	4	○			○	○	○
31	共通		「健康な食事」	牛乳・乳製品、果物（目安量など）	4	○			○	○	○

○：自分に合った内容として該当ページを回答

表6. 「そろえる」（女性）グループの半数以上で自分向けの内容として選択されたページ

ページ数	各ページの食事づくりタイプ		内容	選択者数	「そろえる」（女性）グループ該当者					
					A2	A3	B1	B3	C4	
10	自分で調理することが多い	そろえる	栄養	主食・主菜・副菜のそろえ方	4	○	○		○	○
11	自分で調理することが多い	そろえる	環境	エコ調理	4	○	○	○		○
28	共通		「健康な食事」	主食とは（目安量など）	3	○	○			○
30	共通		「健康な食事」	副菜とは（目安量など）	3	○	○			○
31	共通		「健康な食事」	牛乳・乳製品、果物（目安量など）	3	○	○			○

○：自分に合った内容として該当ページを回答

表7. 「そろえる」(男性)グループの半数以上で自分向けの内容として選択されたページ

ページ数	各ページの食事づくりタイプ	内容	選択者数	「そろえる」(男性) グループ該当者				
				D3	D4	F3		
8	自分で調理することが多い	進化する	栄養	減塩(食塩過剰摂取)	2	○		○
10	自分で調理することが多い	そろえる	栄養	主食・主菜・副菜のそろえ方	2	○	○	
30	共通		「健康な食事」	副菜とは(目安量など)	2		○	○
31	共通		「健康な食事」	牛乳・乳製品, 果物(目安量など)	2		○	○

○:自分に合った内容として該当ページを回答

表8. 「始める」グループの半数以上で自分向けの内容として選択されたページ

ページ数	各ページの 食事づくりタイプ	内容	選択者数	「始める」 グループ該当者	
				D2	E2
28	共通	「健康な食事」	主食とは(目安量など)	1	○
29	共通	「健康な食事」	主菜とは(目安量など)	1	○
30	共通	「健康な食事」	副菜とは(目安量など)	1	○
31	共通	「健康な食事」	牛乳・乳製品, 果物(目安量など)	1	○
27	共通	「健康な食事」	量的基準	1	○

○:自分に合った内容として該当ページを回答

表9. 「成長する, 決める, 気付く」グループの半数以上で自分向けの内容として選択されたページ

ページ数	各ページの食事づくりタイプ	内容	選択者数	「成長する, 決める, 気付く」グループ該当者						
				D1*	E1†	E3†	F1†	F2†	F4†	E4‡
16	買って食べる・外食が多い 成長する	栄養 減塩 (食塩過剰摂取)	4			○	○	○		○
18	買って食べる・外食が多い 決める	栄養 主食・主菜・副菜 (パターン化)	6	○	○		○	○	○	○
20	買って食べる・外食が多い 気付く	栄養 野菜摂取量, サプリメント	5			○	○	○	○	○
30	共通	「健康な食事」 副菜とは (目安量など)	4	○	○		○		○	

○: 自分に合った内容として該当ページを回答

*: 「成長する」タイプ

†: 「決める」タイプ

‡: 「気付く」タイプ

表10. 「進化する」グループにおける食情報の入手・活用 (7名)

大項目	中項目	小項目	主なコード
食事づくり観	安さを重視	自炊は安い (1) 安く買ったもので調理する (3)	(自分で作った方が安い) 冷凍野菜は買わなくなった プリもダイコンも安くするため、プリ大根を冬に作るが多くなる
レシピの情報源	ウェブでレシピを検索する	Googleで検索する (3) 決まったレシピサイトを検索する (2)	(レシピ検索は) Googleが圧倒的に多い クックパッドかデリッシュキッチンで出てきたものを見るが多い
	SNSでレシピを検索する	決まったSNSで検索する (3)	最近はインスタかYouTubeが多い
	特定の人をフォローする	気になった人 (2) 自炊をしている人 (1) 専門家 (1)	お気に入りの人をフォローしておくで自分好みのレシピが見られる 自炊をアップしているインスタグラマーを沢山フォローしている TwitterやInstagramで料理研究家や管理栄養士をフォロー
	他者に聞く	家族に聞く (1)	どうしてもわからないときは親に聞く
	売り場のレシピを見る 特定の情報媒体を使用しない	売り場で見たレシピを参考に (2) SNSを使用しない (1) Webを使用しない (1) テレビを使用しない (1)	スーパーの野菜コーナーにあるレシピを参考に SNSはやらない サイトはほぼ見ない 家にテレビがない
レシピの検索方法	ウェブレシピ検索のこだわり	状況に応じてレシピの検索サイトを変える (1)	その日作りたいものを具材から検索する際はクラシルやクックパッドなどウェブ
		状況に応じてレシピの検索ワードを変える (1)	米粉のクッキーを作るのにバターを使いたくないので「米粉 バターなし」で調べる
		自分のスキルに合ったレシピを調べる (2)	自分で作れそうなレシピに出会えるまで調べ続ける
	レシピを選ぶ基準	手元にある食材や調味料で作れるレシピを調べる (2)	野菜買ってみたいはいけど使い方が分からないというときにググる
		作る料理によっては検索する (1) おいしそうなレシピを選ぶ (1)	お菓子は面倒でもレシピを探す 時短ではなく、どうしたらおいしく作れるかなどこだわりをもって調べている
レシピの情報を保存する レシピの情報を保存しない	手間は気にしない (2) いいね・リツイート数で選ぶ (1) 口コミを参考に選ぶ (2) 上から出てきた順に見る (3) SNSでレシピの投稿を保存する (5) フォルダを作っただけでレシピは保存しない (1)	いいねやリツイートが多いツイートは気になってよく読む 口コミの星の数など評価が高いものから作る ググって上に出てきたものを参考に 知らなかった話や少しでもやってみたいと思ったものは保存する フォルダを作って満足	
レシピの情報源に対する認識	肯定的な認識	フォローするメリット (1) 売り場の情報のメリット (1) レシピサイトのデメリット (1)	フォローしておくで自分好みのレシピが見られるのが便利 スーパーの野菜コーナーにあるレシピはとても助かる レシピ通りに作っても好みの味より濃い
	否定的な認識		
飲食店の情報源	SNSで飲食店を検索する 飲食店の情報が目に入る	決まったSNSで検索する (2) 飲食店の情報がSNSから目に入る (4)	行きたいお店を探すときはInstagramからが多い リアルに流れてくるお店を見て行く計画を立てることが多い
飲食店の検索方法	飲食店検索のこだわり	SNSの写真で効率よく調べる (3) おいしそうなお店を選ぶ (2)	写真が並んでいるため手っ取り早い おいしそうだから行ってみたい
レシピ・飲食店以外の情報源	テレビでレシピ・飲食店以外の情報を見る	テレビで食情報を見る (4)	生野菜が体に良いと思うようになったきっかけは、大体テレビ
	他者に聞く	友人に聞く (1)	先に1人暮らしを始めた友人が冷凍野菜をすすめてくれた
	SNSでダイエット情報を得る	SNSでダイエットに関する情報を得る (1)	(糖質や脂質を控えたい等の理由は) ダイエットや体づくりのSNSの情報
	食情報を得る (情報源不明)	きのこの保存法を見る (1) ダイエットや美容に関する情報を得る (3)	きのこは冷凍した方が栄養価が上がると何かで見た 炭水化物を取らな過ぎるのも駄目というのを聞いた
調べたレシピを作る	作る頻度が多い	一般のレシピサイトから得たレシピを作る (5)	困ったときに調べるため、やることが多い
	作る頻度は少ない 作っていない	作ることもある (6) SNS等で保存したレシピを作っていない (1)	Twitterで流れてきて保存したものは、3割ほどしかやっていない 保存したレシピは作っていない気がする
	作ることがわからない レシピ活用のレベル	保存したレシピを作るかわからない (2) レシピをアレンジして作る (5)	実際にやるかやらないかは別 自分好みにしょうゆを減らすなどする
調べたレシピを作る以外の食行動の変化	情報の内容を実践する	食材の保存方法を変える (1) インフルエンサーを参考に (2) 炭水化物・糖質を控える (4)	きのこを冷凍するようになった 参考しているユーチューバーの方のライフスタイルをまねしている 夜はご飯などの炭水化物を取らないようにしている
	情報が無いため行動をやめた	情報が無いため購入をやめた (1)	冷凍野菜は産地がどこかわからないので、全く買わなくなった
	情報をきっかけにさらにレシピを調べる	作りたい条件を追加して再度検索する (1)	調べるときは作りたいもので検索し、さらに「卵なし」などで再検索
	情報をきっかけにさらに飲食店を調べる	SNSをきっかけに飲食店を調べる (3)	詳しいメニューを見たときはホームページを調べる
情報による態度の変化	得た情報の満足度	満足している (1) 満足とは言えない (2)	大体満足している レシピ通りに作っても自分好みの味付けではないときが定期的にある
	モチベーションの高まり	SNSをモチベーション維持のために使う (3)	自炊のモチベーションを維持するために見ている
	実践意欲の高まり	作りたいと思う (1) 実践しようと思う (2)	レシピや献立を考えるときに作ってみようかなとは思 下ゆでの仕方を変えるだけでおいしくなるなどは、作ってみようかなと
情報による知識の変化	知識として得る	情報を見るだけ (1)	実際にやるかやらないかは別なので、知識として知っておきたい
食行動・食態度の変化に影響を及ぼす環境要因	物理的なアクセスが良い	飲食店の距離が近い (1) 小売店の営業時間が長い (1)	調べたお店が割と近かったので行った 家の前の小さいスーパーが12時頃まで開いている
	物理的なアクセスが良くない	小売店への距離が遠い (1)	魚をさばいてくれるスーパーもあるらしいが、行きづらい

()内の数値はコード数を示す

表11. 「そろえる」(女性)グループにおける食情報の入手・活用(5名)

大項目	中項目	小項目	主なコード
食事づくり観	安さを重視	価格が高い(1) 自炊は安い(1) 安く買ったもので調理する(2)	外食はお金を使ってしまう 家で作れば、外食と同じようなものを安く食べられる ステーキがセールで安くなっていたため、2枚セットで買った
レシピの情報源	ウェブでレシピを検索する	Googleで検索する(5) 決まったレシピサイトを検索する(6)	(レシピを探すとき)まずはグーグルで検索する キッコーマンや味の素など公式が出しているものを重要視している
	SNSでレシピを検索する	レシピ動画を見る(3) 決まったSNSで検索する(1)	レシピの情報を見るきっかけは動画が多い (食の情報)見る機会のみで言うと、TwitterやYouTubeが多い
	特定の人をフォローする	簡単レシピの投稿者(2) 専門家(1)	簡単なレシピを載せている人をフォローしている 料理研究家などをリストにインしている
レシピの検索方法	ウェブレシピ検索のこだわり	状況に応じてレシピの検索サイトを変える(3) 状況に応じてレシピの検索ワードを変える(2)	時間があるときはきょうの料理 作りたいものが決まっているときは、メニュー名+レシピなど、その時々に応じたワードで調べる
		自分のスキルに合ったレシピを調べる(1)	調べてもいろいろ入って面倒くさい、または作れなそうだと、別のものを見る
	SNSレシピ検索のこだわり	手元にある食材や調味料で作れるレシピを調べる(8) わからないときに調べる(1) 自分が信用するサイトを調べる(2)	この食材を使って何か作りたいというときは、インターネットで食材のワードを入れて調べる 調味料をどの程度の量使えば良いのか分からないときに、確認で検索する 写真ではなく、信頼できる情報元のところをかなり見る
		ハッシュタグで検索する(1) 自分のスキルに合ったレシピを調べる(2)	ハッシュタグ検索してトップに出てくるものを順に見ていく (Twitterで)自分で作るレシピ系の情報を得ることが多い
		レシピを選ぶ基準	おいしそうレシピを選ぶ(5) フォローしている人が紹介している(1) いいね・リツイート数で選ぶ(2) 口コミを参考に選ぶ(1)
レシピの情報を保存する	上から出てきた順に見る(4) 簡単・時短レシピを選ぶ(3) SNSでレシピの投稿を保存する(5)	検索して出てきた料理の写真や動画を上の方だけいくつか見比べる 時短、電子レンジだけ、作り置きレシピが気になる Twitterなどで流れてくるお薦めの動画の中で、良さそうなレシピがあったらストックしておく	
レシピの情報を保存しない	保存したレシピ動画を繰り返し見直す(1) 特別なレシピは保存しない(1)	Instagramで気になる動画を保存しておき、後で見返すようにしておく 特殊な調味料の場合他のレシピに生かせないため、特別なレシピは保存しない	
レシピの情報源に対する認識	肯定的な認識	フォローするメリット(1) 投稿レシピサイトの種類の豊富さ(1)	自分が作りやすいレシピだけ集中して見られる クックパッドはレシピがとて多く幅は広い
	否定的な認識	投稿レシピサイトへの不快感(1)	クックパッドは作っているのが一般の方なので、味の好みにかなりぶれがあるという認識
飲食店の情報源	SNSで飲食店を検索する 飲食店の情報が目に入る	決まったSNSで検索する(3) 飲食店の情報がSNSから目に入る(1)	Instagramは外食をするお店を探すために使っている 流れてくるものを見た
飲食店の検索方法	飲食店検索のこだわり	エリアで決める(3) ジャンルで決める(1) ハッシュタグで検索する(1)	エリアで絞る 和食、韓国料理などのジャンルで検索 エリアやジャンルで絞ってハッシュタグ検索する
	飲食店の情報を保存する	SNSで飲食店の投稿を保存する(2) Googleマップで飲食店の位置情報を保存する(2)	行きたいお店は一旦全部保存する おいしそうなお店を探して、行きたい所はGoogleマップに保存する
飲食店の情報源に対する認識	肯定的な認識	SNSは探しやすい(1)	Instagramはお店を探しやすい
レシピ・飲食店以外の情報源	ネットで食情報を得る	野菜の保存法を見る(1)	ネットなどで野菜の冷凍保存は長持ちするというのを見た
	様々な情報源から情報を得る	環境への配慮の啓発を目にする(1)	環境のことを考えるとといったニュースなどを、テレビやネットで目にする
調べたレシピを作る	作る頻度は多い	一般のレシピサイトから得たレシピを作る(5) SNSから得たレシピを作る(5)	Googleなどで調べて作るが多い Twitterで保存したものは7,8割くらい後で作る
	作る頻度は少ない	作ることもある(1)	見てストックはするが、それが食卓に登場する回数は少なめ
	作っていない	SNS等で保存したレシピを作っていない(2)	インスタに保存してあるレシピは忘れた頃に返し、作らないことが多い
	レシピ活用のレベル	レシピをアレンジして作る(3) レシピを忠実に作る(1) レシピを覚えて作る(3)	1品、2品ないなら、何かで代用するか、なしで作ることが多い 作るときにしょうゆ大さじ何など、保存したレシピの分量を見る 何回か作ると何となく覚え、もう適当で良いかになってしまう
調べたレシピを作る以外の食行動の変化	情報をきっかけにさらにレシピを調べる 情報をきっかけにさらに飲食店を調べる	作りたい条件を追加して再度検索する(3) SNSをきっかけに飲食店を調べる(4)	自分が求める情報が得られるまで何度か調べなおす (Twitterで調べて気になったものを)さらにGoogleマップや食べログ、お店のサイトなどを見る
調べたレシピを作る以外の食行動の変化	情報検索をやめる	情報が多すぎる(2)	検索してもいろいろなものが出てき過ぎて、結局面倒くさくなってやめることは多い
	情報の内容を実践する	食材の保存方法を変える(1)	野菜の冷凍保存はネットなどで長持ちするというのを見て、やるようになった
	情報の内容を実践しない	食材の保存方法を変えない(1) 環境に関する取り組みを行わない(1)	冷蔵庫で保存するときの野菜をベーパーやラップに包む情報は、少しはある (環境のことを考えるとといったニュースなどを目にする)何もやっていない
情報による態度の変化	健康意識の高まり	自分の健康状態が気になる(1) 減塩を意識している(1)	(同僚が塩分の摂り過ぎにより健診の何かに引っかかったことを聞き)自分も考えていかなければまずいと思った (同僚が塩分の摂り過ぎにより健診の何かに引っかかったことを聞き)減塩を意識するようになった
	得た情報の満足度	満足している(1)	検索することで調味料の分量や茹で時間等を知れるため満足
情報による知識の変化	知識は変わらない	情報の内容を理解できなかった(1)	(ウェルビーイングを向上させましようと思うことが多い)結局何かわからない

()内の数値はコード数を示す

表12. 「そろえる」(男性)グループにおける食情報の入手・活用(3名)

大項目	中項目	小項目	主なコード
レシピの情報源	SNSでレシピを検索する	レシピ動画を見る(3) 決まったSNSで検索する(6)	レシピ情報を調べる時はYouTubeが多い Instagramは、これが作りたいという感じで調べている
	SNSでレシピが目に入る	SNSで上がってくるレシピが目に入る(1)	Instagramなどはアルゴリズムで上がってきてしまうので、流れで見る
	特定の人をフォローする	気になった人(1)	フォローして見ている人もいる
	テレビでレシピを見る 書籍でレシピを調べる	テレビで料理番組を見る(2) 料理本をレシピの参考にする(1)	料理番組を見て参考にする 料理本は参考にする
レシピの検索方法	SNSレシピ検索のこだわり	作りたい料理を調べる(1)	カルボナーラなど普通の物に飽きてしまい、少し変なレシピを探っている
		使いたい食材で調べる(1)	食材から検索して料理の国の系統で見えたりする
		作りたい料理が決まっていない段階で調べる(1)	何を作りたいかわかっていない段階で見え、興味があったものを作ってみようという感じ
		専門家の情報を調べる(4)	プロの方の情報を利用する
レシピの情報源に対する認識	肯定的な認識	動画のメリット(6)	動画は材料を火に入れるタイミングや火加減など進めている状態が見られる
		Instagramのメリット(2)	Instagramは迷っているときに作りたいものを決められる
		料理本のメリット(2)	レシピの文章を自分で見て、失敗しながらやりたい
	否定的な認識	情報の多さに困らない(1)	(Instagramで調べても)情報が多すぎることはない
		動画のデメリット(4)	完成品を動画の作り方で見て、自分ができないとショックを受ける
		Instagramのデメリット(1)	Instagramは食材では調べづらい
情報の難易度が分からない(1)	ネットで情報を挙げている人のレベルが自分に合っているかわからない		
レシピ・飲食店以外の検索方法	食情報発信源へのこだわり	こだわりは特になし(3)	(発信源へのこだわりは)料理のトピックに関しては気にしない
調べたレシピを作る	作る頻度は多い レシピ活用のレベル	SNSから得たレシピを作る(3) レシピを忠実に作る(1)	InstagramやYouTubeなどで載っているレシピを真似する 基本的にはレシピの分量をはかって作る
調べたレシピを作る以外の食行動の変化	情報の内容を実践しない	おすすめ情報があっても自分の食べたいものを食べる(4) 商品の選択を変えない(1)	おすすめよりも、自分が気になったものを食べる (栄養成分表示を見て)食塩が多いからといって、欲しいものをやめたことはない
情報による態度の変化	実践意欲は変わらない	実践しようとは思わない(2)	見るのは好きだが、やってみようとは思わない

()内の数値はコード数を示す

表13. 「始める」グループにおける食情報の入手・活用（2名）

大項目	中項目	小項目	主なコード
食全般に関する情報検索	食情報を検索しない	食情報を自発的に調べない (1)	食事のことはあまり調べない
レシピの情報源	書籍でレシピを調べる	漫画をレシピの参考にする (2)	美味しんぼ (漫画) を参考にすることが多い
	特定の情報媒体を使用しない	SNSを使用しない (1)	TwitterもInstagramもやっていない
レシピの検索方法	レシピを調べない	レシピを調べて作らない (1)	レシピを調べて作ることはあまりしない
レシピの情報源に対する認識	肯定的な認識	漫画のメリット (2)	本の見開きで材料や工程を見れた方が速い
	否定的な認識	動画のデメリット (1)	動画は3分見なければいけない
飲食店の情報源	飲食店を検索する	飲食店を探すためにSNSを使う (1)	外食の店はYouTubeなどを参考にする
	テレビで飲食店の情報を見る	飲食店を探すためにテレビを使う (1)	外食の店はテレビなどを参考にする
レシピ・飲食店以外の情報源	医療機関からの情報	健診結果を受け取った (1)	健康診断で言われたことなどがきっかけで (玄米を食べている)
	ウェブからの情報	Googleで検索する (1)	(食事以外のことで情報収集するときは) 圧倒的にGoogle
	広告からの情報を見る	広告で見る (1)	駅や車内の広告などは意外と見る
レシピ・飲食店以外の検索方法	体の症状について調べる	口内炎の対処方法を調べる (2)	口内炎の対処方法について軽く調べて、ビタミンかなど
	情報を見る基準	文字に注目する (2)	キャッチコピーには目がいく
	健康情報発信源へのこだわり	信頼できるところ (3)	薬を調べるのなら、医者が行政か製薬会社が正しい情報かと
調べたレシピを作る	作る頻度は少ない	作ることもある (2)	(漫画で見た料理を) やるときはたまにある
調べたレシピを作る以外の食行動の変化	情報の内容を実践しない	健康に関する取り組みを行わない (1)	人間ドックで指摘されると生命保険に入れなくなるなどデメリットがあるため意識するが、それまでは好きに食べていい
食行動・食態度の変化に影響を及ぼす環境要因	食物へのアクセスが良くない	価格が高い (2)	ランチでも1回1000円、1500円かかる
	物理的なアクセスが良い	惣菜店の距離が近い (1)	近所でお弁当を売っているところがあるので、それを買う
	他者からの働きかけ	親しい人からの声かけあり (1)	彼女に痩せろと言われたことなどがきっかけ (で玄米を食べている)

() 内の数値はコード数を示す

表14. 「成長する、決める、気付く」グループにおける食情報の入手・活用（7名）

大項目	中項目	小項目	主なコード
食事づくり観	食への興味	食に興味が無い (1)	そこまで食べることに興味が無い
食全般に関する情報検索	情報を検索しない	情報を自発的に調べない (2)	食べ物になると、やはり自発的にはあまり調べない
レシピの情報源	ウェブでレシピを検索する	Googleで検索する (1)	検索するとクックパッドが出てくることが多い
	SNSでレシピを検索する	レシピ動画を見る (3)	インスタなどで料理の動画を見る
レシピの情報源	SNSでレシピが目に入る	SNSで上がってくるレシピが目に入る (3)	(自分に合うものが出てくるので) 見ている
	レシピを検索する (媒体不明)	レシピを検索する (1)	たまに (レシピを) 調べる
	特定の人をフォローする	気になった人 (1)	フォローして見ている人もいる
	他者からの情報	レシピサイトのアカウント (2)	クラシルのInstagramのアカウントをフォローしている
レシピの検索方法	ウェブレシピ検索のこだわり	親戚に聞く (1)	(親戚から) サトイモで作ればと言われた
	SNSレシピ検索のこだわり	手元にある食材や調味料で作れるレシピを調べる (1)	食材など手元にあるものから探す
	レシピを選ぶ基準	作りたい料理が決まっていない段階で調べる (1)	何作ろうかなと思った時に色々調べる
レシピの情報源に対する認識	肯定的な認識	おいしそうなレシピを選ぶ (1)	体に良いというよりも、おいしそうで
	否定的な認識	動画のメリット (1)	映像で見た方が (内容が) 入ってくる
飲食店の情報源	SNSで飲食店を検索する	レシピサイトのメリット (1)	(よく使うサイトは) すごく簡単なレシピがまとめられている
	飲食店を検索する (媒体不明)	文字のデメリット (1)	読まないといけないので、堅苦しい、面倒くさい
飲食店の情報源に対する認識	肯定的な認識	SNSで飲食店を検索する (1)	おいしいお店をSNSで調べることが多い
	否定的な認識	飲食店を検索する (1)	誰かと行くとなったら、(店を) 探す
レシピ・飲食店以外の	SNSからの情報	口コミサイトへの不信心 (1)	食べログなどはかなりさくが多い
	メールからの情報	SNSの情報に参考することが多い (2)	インスタから情報を得ることが多い
	他者からの情報	メールで情報収集を行う (1)	メールの機能を見られるような形にしている
	情報源不明の健康関連情報	友人に聞く (2)	友人が (健康に) 気を使っていると聞く
店舗等での購入時の情報の曝露	飲食店の情報	トレーナーに聞く (1)	(トレーナーから) たんぱく質を摂ってくださいと言われる
	健康関連情報	健康関連情報を検索する (1)	買う前に (サプリメントの) 効果を調べた
	食情報発信源へのこだわり	健康関連情報を聞いたことがある (1)	タバコを吸うとビタミンが不足しがちだと聞いたことがあった
調べたレシピを作る	飲食店のメニューを参考に調べる	栄養情報の検索を行わない (2)	(栄養という面では調べることは) あまりない
	他者からの助言を参考に調べる	こだわりは特にならない (1)	ソースは別に気にしない
調べたレシピを作る以外の食行動の変化	飲食店のメニューを参考に調べる	おすすめされたものを選ぶ (3)	これ食べたいよりもおすすめされたものを選ぶ
	他者からの助言を参考に調べる	店舗で気になったものを買う (2)	お菓子が目につくと買いすぎてしまう
情報による態度の変化	健康意識の高まり	飲食店で食べたメニューを作る (1)	居酒屋で出ていたものをまねする
	実践意欲の高まり	他者からの助言でレシピをアレンジする	(親戚から) サトイモでやってみればと言われ作った
	態度は変わらない	レシピをアレンジして作る (1)	家にあるものでアレンジしたり代用したり
情報による知識の変化	健康意識の高まり	レシピを覚えて作る (1)	大体キャッチできたら (動画を) 見ないで作る
	実践意欲の高まり	調味料を量らず作る (5)	計量などはそこまで気にしない
情報による知識の変化	健康意識の高まり	SNSをきっかけに飲食店を調べる (1)	(SNSとウェブの) 両方を照らし合わせたりする
	実践意欲の高まり	情報の内容を実践する	サプリメントを摂取する (2)
情報による知識の変化	健康意識の高まり	サプリメントを摂取する (1)	(友達の話聞いて) 飲んでいた
	実践意欲の高まり	情報の内容の実践が継続しない	プロテインを摂取する (1)
情報による知識の変化	健康意識の高まり	自分の健康状態が気になる (3)	(たんぱく質をとるよう言われ) プロテインで済ます
	実践意欲の高まり	たんぱく質の摂取を意識する (1)	(サプリメントは) 飲まなくなった
情報による知識の変化	健康意識の高まり	たんぱく質の摂取を意識する (1)	(同級生が健康を意識している話を聞き) 考えなければと
	実践意欲の高まり	興味が無ければ参考にしない (1)	(たんぱく質を摂るように言われるので) 意識はしている
情報による知識の変化	健康意識の高まり	興味が無ければ参考にしない (1)	あまり興味が無ければ無視する
	実践意欲の高まり	情報の内容を理解できなかった (1)	言葉は聞いたことがあるが、どんなことが分かっていない

()内の数値はコード数を示す

付表1 「進化する」グループの基本的特性

No	年齢	性別 婚姻状況	居住状況 同居家族	職業 業種/職種	居住 地域	最終学歴	1日の食事回数	普段の食事のそれぞれの頻度	調理にける時間	主食・主菜・副菜 がそろふ頻度	1か月の食費	食習慣を改善することに 対しての気持ち	野菜摂取・環境問題 への関心	ヘルスリテラシー	暮らし向き	インタビュー時 自己申告のグループ
A1	26歳	女性 未婚	一人暮らし	公務員 公的サービス/事務職	東京都	大学卒業	平日：3食 休日：3食	外食（飲食店での食事）の頻度：週1回 持ち帰りの弁当や惣菜の頻度：週1回 自宅で調理（自炊）の頻度：毎日2回以上 冷凍食品を利用する頻度：週1回 インスタント・レトルト食品を利用する頻度： 週1回	平日：1.5～2時間未満 休日：1.5～2時間未満	週に2～3日	3～4万円未満	すでに改善に取り組んで いる（6か月未満）	【野菜を食べること】 どちらかといえば関心がある 【環境問題】 どちらかといえば関心がある	①収集：まあそう思う ②選択：まあそう思う ③伝達：まあそう思う ④判断：まあそう思う ⑤決定：まあそう思う	【経済的なゆとり】 あまりゆとりはない 【時間的なゆとり】 あまりゆとりはない	進化する
A4	39歳	女性 既婚	同居 2人 (配偶者)	会社員 人材派遣/事務職	東京都	大学卒業	平日：3食 休日：3食	外食（飲食店での食事）の頻度：週2～3回 持ち帰りの弁当や惣菜の頻度：週1回未満 自宅で調理（自炊）の頻度：毎日2回以上 冷凍食品を利用する頻度：週1回 インスタント・レトルト食品を利用する頻度： 週1回	平日：30分～1時間未満 休日：30分～1時間未満	週に4～5日	3～4万円未満	すでに改善に取り組んで いる（6か月未満）	【野菜を食べること】 関心がある 【環境問題】 どちらかといえば関心がある	①収集：まあそう思う ②選択：まあそう思う ③伝達：まあそう思う ④判断：どちらでもない ⑤決定：まあそう思う	【経済的なゆとり】 ややゆとりがある 【時間的なゆとり】 ややゆとりがある	進化する
B2	30歳	女性 既婚	同居 2人 (配偶者)	会社員 教育/事務	千葉県	大学卒業	平日：2食 休日：2食	外食（飲食店での食事）の頻度：週1回未満 持ち帰りの弁当や惣菜の頻度：週1回未満 自宅で調理（自炊）の頻度：毎日2回以上 冷凍食品を利用する頻度：週1回未満 インスタント・レトルト食品を利用する頻度： 週1回未満	平日：30分～1時間未満 休日：30分～1時間未満	週に4～5日	3～4万円未満	関心はあるが改善する つもりはない	【野菜を食べること】 関心がある 【環境問題】 どちらかといえば関心がある	①収集：まあそう思う ②選択：まあそう思う ③伝達：まあそう思う ④判断：まあそう思う ⑤決定：まあそう思う	【経済的なゆとり】 ややゆとりがある 【時間的なゆとり】 ややゆとりがある	進化する
B4	35歳	女性 未婚	一人暮らし	会社員 不動産/事務	東京都	大学卒業	平日：3食 休日：3食	外食（飲食店での食事）の頻度：週2～3回 持ち帰りの弁当や惣菜の頻度：週1回未満 自宅で調理（自炊）の頻度：毎日2回以上 冷凍食品を利用する頻度：週2～3回 インスタント・レトルト食品を利用する頻度： 週2～3回	平日：30分～1時間未満 休日：30分～1時間未満	ほとんどない	2～3万円未満	改善するつもりである (概ね6か月以内)	【野菜を食べること】 どちらかといえば関心がある 【環境問題】 どちらかといえば関心がない	①収集：まあそう思う ②選択：まあそう思う ③伝達：まあそう思う ④判断：まあそう思う ⑤決定：まあそう思う	【経済的なゆとり】 ややゆとりがある 【時間的なゆとり】 ややゆとりがある	進化する
C1	27歳	女性 既婚	同居 2人 (配偶者)	派遣・契約社員 コンサルティング/事務	東京都	大学卒業	平日：2食 休日：3食	外食（飲食店での食事）の頻度：週1回未満 持ち帰りの弁当や惣菜の頻度：週1回 自宅で調理（自炊）の頻度：毎日1回 冷凍食品を利用する頻度：週1回 インスタント・レトルト食品を利用する頻度： 週1回	平日：30分～1時間未満 休日：1.5～2時間未満	週に4～5日	6～7万円未満	関心はあるが改善する つもりはない	【野菜を食べること】 関心がある 【環境問題】 関心がある	①収集：あまりそう思わない ②選択：どちらでもない ③伝達：まあそう思う ④判断：どちらでもない ⑤決定：どちらでもない	【経済的なゆとり】 ややゆとりがある 【時間的なゆとり】 ややゆとりがある	進化する
C2	31歳	女性 未婚	一人暮らし	会社員 製薬/学術	東京都	大学院卒業	平日：2食 休日：3食	外食（飲食店での食事）の頻度：週1回未満 持ち帰りの弁当や惣菜の頻度：週1回 自宅で調理（自炊）の頻度：毎日1回 冷凍食品を利用する頻度：週1回 インスタント・レトルト食品を利用する頻度： 週1回未満	平日：1～1.5時間未満 休日：1.5～2時間未満	週に4～5日	2～3万円未満	改善するつもりである (概ね6か月以内)	【野菜を食べること】 関心がある 【環境問題】 関心がある	①収集：まあそう思う ②選択：どちらでもない ③伝達：まあそう思う ④判断：どちらでもない ⑤決定：まあそう思う	【経済的なゆとり】 ややゆとりがある 【時間的なゆとり】 どちらともいえない	進化する
C3	34歳	女性 未婚	一人暮らし	会社員 IT/プロモーション	神奈川県	大学卒業	平日：3食 休日：2食	外食（飲食店での食事）の頻度：週2～3回 持ち帰りの弁当や惣菜の頻度：週1回未満 自宅で調理（自炊）の頻度：毎日2回以上 冷凍食品を利用する頻度：週1回未満 インスタント・レトルト食品を利用する頻度： 週1回未満	平日：30分未満 休日：1～1.5時間未満	週に4～5日	4～5万円未満	関心はあるが改善する つもりはない	【野菜を食べること】 関心がある 【環境問題】 どちらかといえば関心がある	①収集：強くそう思う ②選択：まあそう思う ③伝達：まあそう思う ④判断：どちらでもない ⑤決定：まあそう思う	【経済的なゆとり】 どちらともいえない 【時間的なゆとり】 どちらともいえない	進化する

付表2 「進化する」グループ（女性）の基本的特性

No	年齢	性別 婚姻状況	居住状況 同居家族	職業 業種/職種	居住 地域	最終学歴	1日の食事回数	普段の食事のそれぞれの頻度	調理にかかる時間	主食・主菜・副菜 がそろろ頻度	1か月の食費	食習慣を改善することに 対しての気持ち	野菜摂取・環境問題 への関心	ヘルスリテラシー	暮らし向き	インタビュー時 自己申告のグループ
A2	31歳	女性 未婚	一人暮らし	会社員 医薬品(製造業)/ 商品企画	東京都	大学卒業	平日: 3食 休日: 3食	外食(飲食店での食事)の頻度: 週1回未満 持ち帰りの弁当や惣菜の頻度: 週1回未満 自宅で調理(自炊)の頻度: 毎日1回 冷凍食品を利用する頻度: 週1回 インスタント・レトルト食品を利用する頻度: 週1回未満	平日: 30分未満 休日: 30分未満	ほとんどない	3~4万円未満	すでに改善に取り組んで いる(6か月未満)	【野菜を食べること】 関心がある 【環境問題】 どちらかといえば関心がある	①収集: まあそう思う ②選択: まあそう思う ③伝達: まあそう思う ④判断: まあそう思う ⑤決定: まあそう思う	【経済的なゆとり】 どちらともいえない 【時間的なゆとり】 ややゆとりがある	そろえる
A3	34歳	女性 未婚	一人暮らし	会社員 医療福祉/人事	東京都	専門学校卒業	平日: 3食 休日: 3食	外食(飲食店での食事)の頻度: 毎日1回 持ち帰りの弁当や惣菜の頻度: 週1回未満 自宅で調理(自炊)の頻度: 毎日2回以上 冷凍食品を利用する頻度: 全く利用しない インスタント・レトルト食品を利用する頻度: 週1回未満	平日: 30分未満 休日: 30分~1時間未満	週に2~3日	3~4万円未満	すでに改善に取り組んで いる(6か月未満)	【野菜を食べること】 関心がある 【環境問題】 どちらかといえば関心がない	①収集: まあそう思う ②選択: まあそう思う ③伝達: どちらでもない ④判断: まあそう思う ⑤決定: まあそう思う	【経済的なゆとり】 どちらともいえない 【時間的なゆとり】 あまりゆとりはない	そろえる
B1	34歳	女性 既婚	同居 2人 (配偶者)	専業主婦	神奈川県	大学卒業	平日: 3食 休日: 3食	外食(飲食店での食事)の頻度: 週1回未満 持ち帰りの弁当や惣菜の頻度: 週1回未満 自宅で調理(自炊)の頻度: 毎日1回 冷凍食品を利用する頻度: 週1回 インスタント・レトルト食品を利用する頻度: 週1回未満	平日: 1~1.5時間未満 休日: 1~1.5時間未満	週に2~3日	3~4万円未満	改善するつもりである (概ね6か月以内)	【野菜を食べること】 関心がある 【環境問題】 どちらかといえば関心がない	①収集: まあそう思う ②選択: まあそう思う ③伝達: まあそう思う ④判断: まあそう思う ⑤決定: まあそう思う	【経済的なゆとり】 あまりゆとりはない 【時間的なゆとり】 ややゆとりがある	そろえる
B3	32歳	女性 未婚	一人暮らし	会社員 精密機器メーカー/広報	東京都	大学卒業	平日: 3食 休日: 2食	外食(飲食店での食事)の頻度: 週1回未満 持ち帰りの弁当や惣菜の頻度: 毎日2回以上 自宅で調理(自炊)の頻度: 毎日1回 冷凍食品を利用する頻度: 週1回未満 インスタント・レトルト食品を利用する頻度: 毎日1回	平日: 30分~1時間未満 休日: 1~1.5時間未満	ほとんどない	2~3万円未満	改善するつもりである (概ね6か月以内)	【野菜を食べること】 どちらかといえば関心がある 【環境問題】 どちらかといえば関心がある	①収集: 強くそう思う ②選択: まあそう思う ③伝達: まあそう思う ④判断: どちらでもない ⑤決定: まあそう思う	【経済的なゆとり】 ややゆとりがある 【時間的なゆとり】 ややゆとりがある	そろえる
C4	37歳	女性 既婚	同居 2人 (配偶者)	パート・アルバイト 運送会社/受付・内勤	東京都	専門学校卒業	平日: 3食 休日: 3食	外食(飲食店での食事)の頻度: 週1回 持ち帰りの弁当や惣菜の頻度: 週1回未満 自宅で調理(自炊)の頻度: 毎日2回以上 冷凍食品を利用する頻度: 週4~5回 インスタント・レトルト食品を利用する頻度: 週4~5回	平日: 30分~1時間未満 休日: 1~1.5時間未満	週に2~3日	4~5万円未満	改善するつもりである (概ね6か月以内)	【野菜を食べること】 関心がある 【環境問題】 関心がある	①収集: まあそう思う ②選択: まあそう思う ③伝達: どちらでもない ④判断: まあそう思う ⑤決定: まあそう思う	【経済的なゆとり】 どちらともいえない 【時間的なゆとり】 どちらともいえない	そろえる

付表3 「そろえる」グループ（男性）の基本的特性

No	年齢	性別 婚姻状況	居住状況 同居家族	職業 業種/職種	居住 地域	最終学歴	1日の食事回数	普段の食事のそれぞれの頻度	調理にかかる時間	主食・主菜・副菜 がそろえる頻度	1か月の食費	食習慣を改善することに 対しての気持ち	野菜摂取・環境問題 への関心	ヘルスリテラシー	暮らし向き	インタビュー時 自己申告のグループ
D3	24歳	男性 未婚	一人暮らし	会社員 通信/窓口	東京都	大学卒業	平日：2食 休日：2食	外食（飲食店での食事）の頻度：週1回 持ち帰りの弁当や惣菜の頻度：毎日1回 自宅で調理（自炊）の頻度：週4～5回 冷凍食品を利用する頻度：週2～3回 インスタント・レトルト食品を利用する頻度： 週2～3回	平日：1～1.5時間未満 休日：1～1.5時間未満	週に4～5日	4～5万円未満	近いうち（概ね1か月以内） に改善するつもりである	【野菜を食べること】 関心がある 【環境問題】 どちらかといえば関心がある	①収集：まあそう思う ②選択：まあそう思う ③伝達：まあそう思う ④判断：まあそう思う ⑤決定：まあそう思う	【経済的なゆとり】 ややゆとりがある 【時間的なゆとり】 どちらともいえない	そろえる
D4	33歳	男性 未婚	同居 2人 (知人・友人)	会社員 IT/システム設計	東京都	大学卒業	平日：3食 休日：3食	外食（飲食店での食事）の頻度：週1回 持ち帰りの弁当や惣菜の頻度：週1回未満 自宅で調理（自炊）の頻度：週4～5回 冷凍食品を利用する頻度：毎日1回 インスタント・レトルト食品を利用する頻度： 毎日1回	平日：30分～1時間未満 休日：30分～1時間未満	週に4～5日	3～4万円未満	すでに改善に取り組んで いる（6か月以上）	【野菜を食べること】 関心がある 【環境問題】 どちらかといえば関心がない	①収集：強くそう思う ②選択：まあそう思う ③伝達：どちらでもない ④判断：どちらでもない ⑤決定：まあそう思う	【経済的なゆとり】 ややゆとりがある 【時間的なゆとり】 あまりゆとりはない	そろえる
F3	36歳	男性 未婚	同居 2人 (母親)	会社員 アパレル/販売	神奈川県	高等学校卒業	平日：3食 休日：3食	外食（飲食店での食事）の頻度：週1回 持ち帰りの弁当や惣菜の頻度：週2～3回 自宅で調理（自炊）の頻度：週4～5回 冷凍食品を利用する頻度：週2～3回 インスタント・レトルト食品を利用する頻度： 週4～5回	平日：1～1.5時間未満 休日：1～1.5時間未満	週に4～5日	8～9万円未満	改善するつもりである (概ね6か月以内)	【野菜を食べること】 関心がある 【環境問題】 関心がある	①収集：強くそう思う ②選択：まあそう思う ③伝達：まあそう思う ④判断：どちらでもない ⑤決定：どちらでもない	【経済的なゆとり】 どちらともいえない 【時間的なゆとり】 あまりゆとりはない	そろえる

付表4 「始める」グループの基本的特性

No	年齢	性別 婚姻状況	居住状況 同居家族	職業 業種/職種	居住 地域	最終学歴	1日の食事回数	普段の食事のそれぞれの頻度	調理にかかる時間	主食・主菜・副菜 がそろえる頻度	1か月の食費	食習慣を改善することに 対しての気持ち	野菜摂取・環境問題 への関心	ヘルスリテラシー	暮らし向き	インタビュー時 自己申告のグループ
D2	30歳	男性 未婚	一人暮らし	会社員 IT/システムコンサル	東京都	大学卒業	平日：2食 休日：2食	外食（飲食店での食事）の頻度：週1回未満 持ち帰りの弁当や惣菜の頻度：週4～5回 自宅で調理（自炊）の頻度：週4～5回 冷凍食品を利用する頻度：週1回未満 インスタント・レトルト食品を利用する頻度： 週1回未満	平日：30分～1時間未満 休日：30分～1時間未満	ほとんどない	6～7万円未満	すでに改善に取り組んで いる（6か月未満）	【野菜を食べること】 どちらかといえば関心がある 【環境問題】 どちらかといえば関心がない	①収集：まあそう思う ②選択：まあそう思う ③伝達：まあそう思う ④判断：まあそう思う ⑤決定：まあそう思う	【経済的なゆとり】 ややゆとりがある 【時間的なゆとり】 ややゆとりがある	気付く ^{#1}
E2	25歳	男性 未婚	一人暮らし	会社員 IT/インフラエンジニア	神奈川県	大学卒業	平日：2食 休日：2食	外食（飲食店での食事）の頻度：週1回 持ち帰りの弁当や惣菜の頻度：週4～5回 自宅で調理（自炊）の頻度：週4～5回 冷凍食品を利用する頻度：週2～3回 インスタント・レトルト食品を利用する頻度： 週1回未満	平日：30分～1時間未満 休日：30分～1時間未満	ほとんどない	3～4万円未満	関心はあるが改善する つもりはない	【野菜を食べること】 どちらかといえば関心がない 【環境問題】 関心がない	①収集：あまりそう思わない ②選択：あまりそう思わない ③伝達：あまりそう思わない ④判断：あまりそう思わない ⑤決定：あまりそう思わない	【経済的なゆとり】 どちらともいえない 【時間的なゆとり】 ややゆとりがある	始める

#1 インタビュー時の発言で、味噌汁を作るなど調理をよく行っている旨の発言があったため「始める」に変更

付表5 「成長する」「決める」「気付く」グループの基本的特性

No	年齢	性別 婚姻状況	居住状況 同居家族	職業 業種/職種	居住 地域	最終学歴	1日の食事回数	普段の食事のそれぞれの頻度	調理にかける時間	主食・主菜・副菜 がそろう頻度	1か月の食費	食習慣を改善することに 対しての気持ち	野菜摂取・環境問題 への関心	ヘルスリテラシー	暮らし向き	インタビュー時 自己申告のグループ
「成長する」																
D1	26歳	男性 未婚	一人暮らし	会社員 金融業/販促支援	神奈川県	大学卒業	平日：3食 休日：2食	外食（飲食店での食事）の頻度：週2～3回 持ち帰りの弁当や惣菜の頻度：週2～3回 自宅で調理（自炊）の頻度：週4～5回 冷凍食品を利用する頻度：週1回 インスタント・レトルト食品を利用する頻度：週1回	平日：30分～1時間未満 休日：30分未満	週に2～3日	3～4万円未満	すでに改善に取り組んでいる（6か月未満）	【野菜を食べること】 関心がある 【環境問題】 どちらかといえば関心がある	①収集：まあそう思う ②選択：まあそう思う ③伝達：まあそう思う ④判断：まあそう思う ⑤決定：まあそう思う	【経済的なゆとり】 どちらともいえない 【時間的なゆとり】 ゆとりがある	決める ^{#1}
「決める」																
E1	23歳	男性 未婚	同居 2人 (母親)	会社員 サービス/接客	埼玉県	高等学校卒業	平日：3食 休日：3食	外食（飲食店での食事）の頻度：週4～5回 持ち帰りの弁当や惣菜の頻度：週1回未満 自宅で調理（自炊）の頻度：週1回 冷凍食品を利用する頻度：週4～5回 インスタント・レトルト食品を利用する頻度：週2～3回	平日：30分未満 休日：30分未満	ほとんどない	3～4万円未満	改善するつもりである (概ね6か月以内)	【野菜を食べること】 どちらかといえば関心がない 【環境問題】 どちらかといえば関心がない	①収集：まあそう思う ②選択：まあそう思う ③伝達：どちらでもない ④判断：どちらでもない ⑤決定：どちらでもない	【経済的なゆとり】 あまりゆとりはない 【時間的なゆとり】 全くゆとりはない	決める
E3	28歳	男性 未婚	一人暮らし	パート・アルバイト サービス/販売	東京都	高等学校卒業	平日：3食 休日：3食	外食（飲食店での食事）の頻度：週1回 持ち帰りの弁当や惣菜の頻度：週4～5回 自宅で調理（自炊）の頻度：週2～3回 冷凍食品を利用する頻度：週1回 インスタント・レトルト食品を利用する頻度：週2～3回	平日：30分～1時間未満 休日：30分未満	ほとんどない	3～4万円未満	改善するつもりである (概ね6か月以内)	【野菜を食べること】 どちらかといえば関心がある 【環境問題】 どちらかといえば関心がない	①収集：どちらでもない ②選択：どちらでもない ③伝達：どちらでもない ④判断：どちらでもない ⑤決定：どちらでもない	【経済的なゆとり】 あまりゆとりはない 【時間的なゆとり】 あまりゆとりはない	決める
F1	26歳	男性 未婚	一人暮らし	会社員 IT/企画	東京都	大学卒業	平日：3食 休日：3食	外食（飲食店での食事）の頻度：週2～3回 持ち帰りの弁当や惣菜の頻度：週4～5回 自宅で調理（自炊）の頻度：週1回 冷凍食品を利用する頻度：週1回 インスタント・レトルト食品を利用する頻度：週2～3回	平日：30分～1時間未満 休日：30分未満	週に2～3日	4～5万円未満	改善するつもりである (概ね6か月以内)	【野菜を食べること】 関心がある 【環境問題】 関心がある	①収集：まあそう思う ②選択：まあそう思う ③伝達：まあそう思う ④判断：まあそう思う ⑤決定：あまりそう思わない	【経済的なゆとり】 ややゆとりがある 【時間的なゆとり】 あまりゆとりはない	決める
F2	34歳	男性 未婚	一人暮らし	会社員 卸売業/営業	東京都	大学卒業	平日：2食 休日：2食	外食（飲食店での食事）の頻度：毎日2回以上 持ち帰りの弁当や惣菜の頻度：毎日2回以上 自宅で調理（自炊）の頻度：週1回未満 冷凍食品を利用する頻度：全く利用しない インスタント・レトルト食品を利用する頻度：週1回	平日：30分未満 休日：30分～1時間未満	週に2～3日	7～8万円未満	改善するつもりである (概ね6か月以内)	【野菜を食べること】 関心がある 【環境問題】 関心がある	①収集：強くそう思う ②選択：あまりそう思わない ③伝達：あまりそう思わない ④判断：まあそう思う ⑤決定：あまりそう思わない	【経済的なゆとり】 あまりゆとりはない 【時間的なゆとり】 全くゆとりはない	そろえる ^{#2}
F4	35歳	男性 未婚	同居 2人 (母親)	会社員 IT/営業	東京都	大学卒業	平日：3食 休日：3食	外食（飲食店での食事）の頻度：毎日2回以上 持ち帰りの弁当や惣菜の頻度：毎日1回 自宅で調理（自炊）の頻度：週2～3回 冷凍食品を利用する頻度：週2～3回 インスタント・レトルト食品を利用する頻度：週2～3回	平日：30分未満 休日：1.5～2時間未満	週に2～3日	4～5万円未満	改善するつもりである (概ね6か月以内)	【野菜を食べること】 どちらかといえば関心がある 【環境問題】 どちらかといえば関心がある	①収集：まあそう思う ②選択：まあそう思う ③伝達：まあそう思う ④判断：まあそう思う ⑤決定：まあそう思う	【経済的なゆとり】 どちらともいえない 【時間的なゆとり】 あまりゆとりはない	決める
「気付く」																
E4	32歳	男性 未婚	一人暮らし	会社員 不動産/マンション管理	東京都	大学卒業	平日：3食 休日：3食	外食（飲食店での食事）の頻度：毎日2回以上 持ち帰りの弁当や惣菜の頻度：全く利用しない 自宅で調理（自炊）の頻度：全く利用しない 冷凍食品を利用する頻度：毎日2回以上 インスタント・レトルト食品を利用する頻度：毎日2回以上	平日：0分 休日：0分	週に2～3日	3～4万円未満	改善するつもりである (概ね6か月以内)	【野菜を食べること】 どちらかといえば関心がある 【環境問題】 どちらかといえば関心がない	①収集：強くそう思う ②選択：まあそう思う ③伝達：まあそう思う ④判断：まあそう思う ⑤決定：まあそう思う	【経済的なゆとり】 あまりゆとりはない 【時間的なゆとり】 あまりゆとりはない	気付く

#1 インタビューより、野菜類やきのこ類は摂っているが丼ものが多い、朝食が欠食や軽食となることも多いことから、1日2回以上主食・主菜・副菜がそろう日がほぼ毎日とは言い切れず。しかし、1日1回以上ではなくとも日常的に調理を行っているため「成長する」に変更

#2 インタビュー中にガイドを読んでもらった際、フローチャートから「外食・買って食べることが多い」人向けのページを参照していたため変更