

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

若い女性のやせ願望、体型不満の要因に関する研究（メディアに着目して）

研究分担者：永井 成美 兵庫県立大学環境人間学部・教授

研究協力者：湯面 百希奈 兵庫県立大学大学院 環境人間学研究科 博士後期課程
高山 祐美 兵庫県立大学大学院 環境人間学研究科 博士後期課程

研究要旨

日本は、先進国中で最も若い女性のやせ（Body Mass Index: BMI <18.5 kg/m²）の割合が高い。近年、若い女性のやせ願望とソーシャルネットワーキングサイト（SNS）利用の関連性が報告されているが、実際の体型や食行動への影響は十分に明らかになっていない。本研究では、日本人の若い女性において、SNSの利用が、BMIやボディイメージ、食行動に及ぼす影響を検討することを目的とした。研究対象者は20-29歳の女性196名で、SNS利用、身長、体重、ボディイメージ、食行動に関する質問にオンライン上で回答してもらった。得られたデータから、SNS利用時間と各変量の相関を解析するとともに、対象者を1日のSNS利用時間の四分位に基づき、長時間群（*n* = 52, 3時間以上）、中間群（*n* = 90, 1時間以上3時間未満）、短時間群（*n* = 54, 1時間未満）に分け、長時間群と短時間群でデータを比較した。相関では、SNS利用時間が長いほど、BMI、栄養成分表示の利用頻度、牛乳・乳製品の摂取頻度が有意に低かった。2群比較では、長時間群は、短時間群に比べて、BMI、理想のボディイメージスコアがいずれも有意に低かった。結論として、SNSの長時間利用は、若い女性の実体型と理想体型の両方を細くすること、および、健康な食の情報や食品へのアクセスを悪化させることが示唆された。過度なやせ願望による若い女性のやせを予防するには、SNS利用時間にも注意を向ける必要がある。

A. 研究目的

日本人成人女性のやせ（Body mass index: BMI 18.5 kg/m²未満）は、成人女性全体の約1割にみられ、先進国の中で最も高い水準にある¹⁾。やせは、特に若い世代に多く（15～19歳、20～29歳の約5人に1人）、強いやせ願望を有し、ダイエットという、減量を意図した食行動によるものが多い。女性の若年期のやせは将来の骨粗鬆症やフレイ

ルにつながることから、若年女性のやせの減少について「健康日本21」等の施策で取り組まれてきたが、過去20年以上、その割合は高止まりの状態にある（国民健康・栄養調査）。また、女性のやせは次の世代の健康にも関連しており、妊娠前のやせが早産や低出生体重のリスクを高めることも懸念されている²⁾。

女性のやせには社会環境も関わっている

ことが知られており、これまでに、人口の多い都市部の居住やメディアの影響がやせ願望に関連することが報告されてきた³⁾。また、女子学生を対象とした調査から、やせ願望には「メディアの影響」とともに「友人のやせ願望」が関連しているとの報告もある⁴⁾。加えて、女性がやせたいと願う理由として、30歳以上では“過去の自分と比べて”太っていると認識する者の割合が最も高いのに対し、20歳代では“他人と比べて”自分が太っていると認識する者の割合が最も高いという結果も得られており、若い女性は「他者との比較」に敏感な世代であることが示唆されている⁵⁾。さらに、スマートフォンの普及により「ネット人口1億人時代」とされるSNSが発達した現在では、ネット上で他者とつながりやすく、写真や動画の共有が以前にもまして容易になっている。そのため自己と他者を比較する機会が増え、やせ願望がさらに強まっていることが推察される。しかし近年、若い女性のやせ願望とSNS利用の関連を示唆する報告が散見されるものの、実際の体型や食行動との関連に関しては十分に明らかになっていない。

本研究の目的は、日本人若年女性において、SNSの利用が実際の体型（実体型）やボディイメージ、食行動に関連しているかどうかを明らかにすることであった。

B. 研究方法

1. 調査対象者と調査手順

調査に用いたデータベースは、我々が、チラシ配布、ソーシャルメディアや電子メールを通じて募集した20歳以上の健康な日本人女性が2020年12月～2021年2月に

Webアンケートフォームに回答したものである。除外基準は、1) 妊娠中および授乳中の者、2) 過去5年以内に体重に影響を及ぼす疾患（例：摂食障害等）を有する者とした。20～75歳の日本人成人女性700名のデータセットから、20～29歳のデータ($n=358$)を抽出し、就業の有無がSNS利用時間に影響すると考えられたため、就業者($n=155$)を解析対象から除外した。さらに、SNSアカウントを持っていないと回答した女性($n=7$)を除外し、最終的に196名（年齢21.1歳、最終歳）のデータを解析に用いた。

2. 調査項目

1) SNS利用に関する項目

日常的なSNS利用（1日あたり）に関する項目は、①利用頻度（1日に自分のアカウントにアクセスする回数）：「ほとんどない」「1～2回」「3～5回」「5～10回」「11～15回」「15～20回」「数えきれないほど多い」、②利用時間（1日のSNS利用時間）：「0～15分」「15～30分」「1～2時間」「2～3時間」「3～4時間」「4～5時間」「5～6時間」「6～7時間」「7～8時間」「8～9時間」「9～10時間」「10時間以上」、③他者の写真の閲覧頻度：「見たことがない」「めったに見ない」「時々見る」「よく見る」「ログイン時に毎回見る」、④自撮り回数（回/日）、⑤自撮り写真の投稿回数（回/日）の全5項目とした。

2) 属性に関する項目

属性に関する項目は、年齢、性別、就業形態、身長、体重、BMI、体型分類の全7項目とした。身長と体重のデータからBMIを算出し、BMI値に基づき体型をやせ($BMI < 18.5 \text{ kg/m}^2$)、普通($18.5 \text{ kg/m}^2 \leq BMI < 25$)

kg/m²), 肥満 (BMI ≥ 25 kg/m²) に分類した。

3) ボディイメージに関する項目

ボディイメージに関する項目は、日本人を対象に我々が開発した、やせ (1 点) から肥満 (10 点) までの 10 のシルエット図を用いた日本人版ボディイメージ質問紙 (Japanese version of BIS: J-BIS; 湯面ら, 2021⁶⁾) を用いて評価した。対象者は、①現在の体型または②理想の体型に最も近いと思うシルエット図を、それぞれ 1 つ選択した。現在のボディイメージと理想のボディイメージスコアの差を、③体型不満として算出した。④体型認識の評価として、対象者は自身の体型を「やせている」「少しやせている」「ちょうどよい (ふつう)」「少し太っている」「太っている」から選択した。また、対象者の体型認識と体型分類の一致または不一致により、⑤ボディイメージの歪みを次の(1)~(3)で評価した:(1) 過小評価: 実際の体型より細く体型を認識, (2) 過大評価: 実際の体型より太く体型を認識, (3) 歪みなし: 実際の体型と体型認識が一致。

4) 食行動に関する項目

①朝食欠食, ②就寝前 2 時間以内の夕食摂取, ③夕食後の夜食摂取の食習慣について、対象者は、週 3 日以上当てはまれば「はい」、週 2 日以下であれば「いいえ」と回答した。さらに、④栄養成分表示の利用について、“食品を購入する時に、栄養成分表示を参考にしていますか?” の質問に対し、対象者は「いつもしない」「あまりしない」「時々している」「いつもしている」の 4 段階で回答した。

⑤果物, ⑥魚, ⑦牛乳・乳製品, ⑧アル

コールの摂取頻度について、自己申告式の質問紙で評価した。対象者は、「ほとんど食べない」「月に 1-2 日」「週に 1-2 日」「週に 3-4 日」「ほとんど毎日」の 5 段階で回答した。

(倫理面への配慮)

本研究で用いたデータベースは、人権や個人情報に配慮した研究計画書を作成し、兵庫県立大学倫理委員会の審査を受け承認 (承認番号 192, 2018 年 12 月 7 日付) を得て実施したウェブ調査から作成されたものである。Web アンケートフォームの冒頭に、調査の目的、任意の調査であること、回答しないことにより不利益を被ることはないこと、および得られた情報は厳正に管理し調査目的以外には使用しないとの説明を明記した上で、データの学術的利用についても記載し、本調査への回答をもって同意したとみなした。全ての回答は無記名とした。

4. 解析方法

回収したデータに二重回答や未回答などのミスがないかを確認し、データを CSV 出力した。解析には、IBM SPSS Statistics28 for Windows (IBM 社) を用いた。記述統計解析を行った後、SNS 利用時間と各変量の相関を解析するとともに、対象者を 1 日の SNS 利用時間の四分位により、長時間群 ($n = 52, \geq 3$ 時間), 中間群 ($n = 90, \geq 1$ と < 3 時間), 短時間群 ($n = 54, < 1$ 時間) に分け、長時間群と短時間群で比較した。データは平均値 ± 標準偏差で表し、欠損値は項目ごとに除外した。統計的有意水準は 5% とした。

C. 研究結果

1. 体型 (表 1)

対象者の BMI は $20.3 \pm 2.3 \text{ kg/m}^2$ であった。やせと肥満の人数と割合は、それぞれ 35 名 (17.9%) と 3 名 (1.5%) であった。

2. SNS 利用状況 (表 1)

対象者の 88.8% ($n = 174$) が、1 日に少なくとも 3~5 回以上 SNS のアカウントをチェックし、51.0% ($n = 100$) が、1 日に 2 時間以上 SNS を利用していると回答した。また、対象者の 69.9% ($n = 137$) が、他者の写った写真を「よく見る」または「ログイン時に毎回見る」と回答した。約 5 名に 1 名 (17.9%, $n = 35$) が習慣的に自撮りをしており、そのうち 10 名 (5.1%) が自撮り写真を SNS に投稿する (>0 回/日) と回答した。

3. SNS 利用状況と実体型, 理想体型, 食行動との関連

SNS 利用時間と BMI の間に有意な負の相関がみられた ($r = -0.149, p = 0.037$)。現在のボディイメージ, 理想のボディイメージ, 体型不満には, SNS の利用時間との間に有意な相関はみられなかった。

SNS 利用時間と栄養成分表示の利用 ($r = -0.159, p = 0.026$), 牛乳・乳製品の摂取頻度 ($r = -0.195, p = 0.006$) にそれぞれ有意な負の相関がみられた。果物, 魚, アルコールの摂取頻度には, SNS の利用時間との間に有意な相関はみられなかった。

4. SNS 長時間利用群と短時間利用群の比較

1) SNS 利用状況

表 1 に, 長時間利用群と短時間利用群の, 1 日の SNS 利用状況, 体格, ボディイメージの 2 群比較の結果を示した。長時間利用群は, 短時間利用群に比べ 1 日あたりの SNS

へのアクセス頻度が高く ($p < 0.001$), 自撮り回数も多く ($p = 0.001$), 自撮り写真の投稿回数が多かった ($p = 0.001$)。

2) 体型

BMI は, 長時間利用群の方が短時間利用群より低かった ($p = 0.027$)。BMI に基づく体型分類には, 両群間で有意な差はなかった。

3) ボディイメージ

現在のボディイメージに両群間で差はなかった ($p = 0.182$)。一方, 理想のボディイメージは, 長時間利用群は短時間利用群よりスコアが低かった ($p = 0.026$)。また, 体型不満, 体型認識, ボディイメージの歪みについては, 両群間に差は見られなかった。

4) 食行動

果物 ($p = 0.017$), 牛乳・乳製品 ($p = 0.045$), アルコール ($p = 0.043$) の摂取頻度に 2 群間で有意な差がみられた。

D. 考察

本研究では, 1) 日本人の若い女性において, SNS 利用時間が長いほど, BMI, 栄養成分表示利用の頻度, 牛乳・乳製品摂取の頻度が有意に低いこと 2) 利用時間による 2 群比較では, 長時間利用群は, 短時間利用群よりも BMI, 理想のボディイメージスコアがいずれも低いことが明らかとなった。

1. SNS 利用と実体型, 理想体型

本研究では, 日本人の若い女性において, SNS 利用時間が長いほど, BMI が低いということを見出した。Wagner らの研究では, 女子大学生において, SNS への自撮り写真

投稿回数とBMIの関連を調べ、両者に関連がみられなかったと報告している。両結果の不一致は、WagnerらがSNS利用の一部である写真投稿の頻度を調べたのに対し、本研究ではSNS全体の利用時間を調べたという、方法の違いによるものと考えられる。SNSが情報源となる以前である2000年の報告では、テレビやファッション雑誌にやせたモデルや有名人が登場することが若い女性のやせ願望を助長しているとされていた。しかし、現在は、若い女性の主要な情報源は、テレビからSNSへと移行している。SNSの利用時間の長さが若い女性の体格をやせに向かわせるという本研究結果から、女性のやせ予防において、SNSの利用の仕方に注意を向ける必要があることがさらに示唆されたといえる。

興味深いことに、本結果からは、SNS長時間利用群では短時間利用群より実際の体格も理想の体格も共に細いことが示された。既報では、女子大学生において、SNS利用が増えるほどやせ願望が高まり、体型不満も増大することを見出している⁷⁾。SNS利用が若い女性のやせ願望を高めるという既報の結果は、本結果のSNS長時間利用群で理想体格が細いという結果と良い一致をみている。しかし、本結果では、体型不満には利用時間による差は見られなかった。その理由として、長時間群では実際の体格(BMI)が平均で19.5kg/m²と細身であったために、体型不満が高まらなかったことが考えられる。

2. SNS利用と食行動

SNS利用時間の長さと食行動に関しては、SNS利用時間が長い者ほど、栄養成分表示

を参考にする頻度が低かった。令和元年国民健康・栄養調査の結果では、20歳代女性の約4割が、「食生活に影響を与えている情報源」として「SNS」と回答しており、成人女性の中で最も高いという結果が得られている。本結果と併せると、SNSを長時間利用する若い女性では、信頼性の高い情報源である栄養成分表示よりも、SNSの情報源が食品購入時に参考情報として活用されていることが考えられる。

興味深いことに、本結果では、SNS利用時間が長い者ほど、牛乳・乳製品の摂取頻度が低いという知見も得られた。これまで、SNS利用と食行動との関連を調べた研究からは、SNS利用時間が増加するほどEating Attitudes Test-26のスコアや、dieting behaviorスコア(減量しようとする頻度など)が高くなることを見出されている。しかし、特定の食品摂取行動を変化させるという結果は、我々が調べた限りにおいて報告されていない。では、なぜ牛乳・乳製品の摂取頻度が低かったのだろうか。この点に関連する研究として、日本人の思春期女性において、体型不満が乳類の摂取頻度低下に関連することや⁸⁾、日本人の保育園児の母親において、「牛乳・乳製品は脂質を含むためにエネルギー量が多く、食べると太る」という認識を持つ傾向があることが報告されている⁹⁾。日本では、実際に過去20年間で20~39歳の非肥満女性の乳製品の消費量が減少していることが国民健康・栄養調査を用いた報告より明らかになっている¹⁰⁾。しかし、牛乳・乳製品は、カルシウムやたんぱく質などの栄養素を豊富に含むため、若い女性にとって摂取が望まれる食品である。先に述べた、栄養成分表示利用の結果とあ

わせると、SNS を情報源とすることで、栄養成分表示のような正しい情報へのアクセスが行われにくくなり、健康な食品（牛乳・乳製品）が誤情報の元に避けられている可能性が考えられる。

3. 限界点

本研究の限界点として、1) 食事調査を行っていないため、対象者の実際の食品摂取量、栄養素摂取量は不明であること、2) SNS の利用は自己申告であるため、過小評価の可能性があること、3) 本研究では SNS 利用時間に着目しており、閲覧内容やアプリ別の使用方法を検討していないこと、4) 横断的調査であるため、因果関係を推論することはできないことが挙げられる。以上の限界点はあるものの、本研究は、非肥満の若年女性において、SNS 利用時間の長さが実体型と理想体型の両方、および健康的な食行動にネガティブな影響を及ぼすことを見出した、調べた限りにおいて初めての報告であり、新規性があると考えられる。

E. 結論

若年女性において、SNS の長時間利用が、実体型と理想体型の細さに関連すること、および、健康な情報や食品へのアクセスを悪化させる可能性があることが示された。若年女性のやせ予防には、SNS の利用時間にも注意を向ける必要がある。

参考文献

1. 厚生労働省：令和元年国民健康・栄養調査報告 第2部 身体状況調査の結果 肥満及び低体重（やせ）の者の割合の年次推移。
2. Gluckman PD, Hanson MA, Pinal C: The developmental origins of adult disease. *Matern Child Nutr.* 2005; 1(3): 130-141.
3. British Medical Association Board of Science and Education: Eating disorder, body image & the media. British Medical Association. BMJ Pubrish Group (England), 2000.
4. 浦上涼子, 小島弥生, 澤宮容子: メディアの利用と瘦身理想の内化との関係. *教育心理学研究.* 2015; 63(3): 309-322.
5. 厚生労働省: 平成20年国民健康・栄養調査報告 結果の概要 2. 体型の自己評価 表2「太っている」, 「少し太っている」と思う理由.
6. 湯面百希奈, 高山祐美, 鈴木 新, 和田有史, 坂根直樹, 永井成美: 日本人版ボディイメージ質問紙開発と信頼性, 妥当性の検討. *肥満研究.* 2021; 27(3): 140-148.
7. Fardouly J, Pinkus RT, Vartanian LR: The impact of appearance comparisons made through social media, traditional media, and in person in women's everyday lives. *Body Image.* 2017; 20: 31-39.
8. 中岡加奈絵, 野田聖子, 山田麻子, 富樫有里子, 並木直子, 五関-曾根正江: 小学校 5、6 年生の体型認識のずれや体型不満に関する検討 生身体状況や食習慣・運動習慣、体力に着目して一. *日本食育学会誌.* 2020; 14(1): 27-39.
9. 佐藤真実: 保護者の牛乳、チーズ、ヨーグルトに抱くイメージが保育園児の牛乳、チーズ、ヨーグルトからのカルシウム摂取量に与える影響. *日本家政*

学会誌. 2016; 67(9): 513-525.

10. Matsumoto M, Tajima R, Fujiwara A, Yuan X, Okada E, Takimoto H: Trends in Food Group Intake According to Body Size among Young Japanese Women: The 2001–2019 National Health and Nutrition Survey. *Nutrients*. 2022; 14: 4078.

F. 健康危険情報

特筆すべき情報はない。

G. 研究発表

1. 論文発表

Yukina Yumen, Yumi Takayama, Fumiaki Hanzawa, Naoki Sakane, Narumi Nagai. Association of Social Networking Sites Use with Actual and Ideal Body Shapes, and Eating Behaviors in Healthy Young Japanese Women. *Nutrients*, 2023, 15, 1589 doi: 10.3390/nu15071589

2. 国際学会発表

Yukina Yumen, Yumi Takayama, Akio Iida, Miyoko Okuzono, Ayano Morimoto, Fumiaki Hanzawa, Naoki Sakane, Narumi Nagai. Evaluation of body dissatisfaction using our developed Japanese version of Body Image Scale among healthy Japanese adults. 22th International Congress of Nutrition (第22回国際栄養学会議), 東京, 2022年12月6日～11日 (ハイブリッド開催).

H. 知的財産権の出願・登録状況

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1 SNS 利用状況，体型およびボディイメー

	長時間利用群 (n = 52)	短時間利用群 (n = 54)	p 値
1 日の SNS 利用状況			
アクセス頻度 ¹	4.9 ± 1.3	2.1 ± 1.3	<0.001
他者の写真閲覧頻度 ²	2.9 ± 1.0	2.8 ± 1.0	0.383
自撮り回数	0.4 ± 0.7	0.1 ± 0.4	0.001
自撮り写真投稿回数	0.2 ± 0.4	0.0 ± 0.0	0.001
体型			
Body mass index (kg/m ²)	19.6 ± 2.3	20.5 ± 2.0	0.027
体型分類			0.395
やせ (BMI < 18.5)	11 (21.2)	8 (14.8)	
ふつう (18.5 ≤ BMI < 25)	40 (76.9)	46 (85.2)	
肥満 (25 ≤ BMI)	1 (1.9)	0 (0.0)	
ボディイメー			
現在のボディイメー	5.1 ± 1.8	5.6 ± 1.4	0.182
理想のボディイメー	4.0 ± 1.4	4.4 ± 1.1	0.026
体型不満 ³	1.1 ± 1.6	1.2 ± 1.4	0.796
体型認識			0.194
やせている，少しやせている	9 (17.3)	4 (7.4)	
ちょうどよい (ふつう)	10 (19.2)	21 (38.9)	
少し太っている，太っている	33 (63.5)	29 (53.7)	
ボディイメーの歪み			0.967
過小評価	1 (1.9)	1 (1.9)	
歪み無し	18 (34.6)	20 (37.0)	
過大評価	33 (63.5)	33 (61.1)	

SNS = social networking sites

値は，平均±標準偏差 または n(%)で示した。

p 値は，Mann-Whitney U 検定または χ^2 検定により算出した。

¹ スコア範囲 0-6 (0 = ほとんどない，6 = 数えられないほどたくさん)。

² スコア範囲 0-4 (0 = 見たことがない，4 = ログイン時に毎回見る)。

³ 体型不満は現在のボディイメーと理想のボディイメーの差を算出した。

表2 SNS利用長時間群と短時間群の食行動

	長時間群 (<i>n</i> = 52)		短時間群 (<i>n</i> = 54)		<i>p</i> 値
朝食欠食 (≥ 3日/週)	34	(65.4)	42	(77.8)	0.157
就寝前2時間以内の夕食摂取 (≥ 3日/週)	36	(69.2)	36	(66.7)	0.777
夕食後の夜食摂取 (≥ 3日/週)	32	(61.5)	36	(66.7)	0.582
栄養成分表示の利用(いつも・あまりしない)	19	36.5	14	(15.9)	0.059
食物摂取頻度					
果物					0.017
ほとんど食べない	11	(21.2)	15	(27.8)	
月に1-2日	17	(32.7)	9	(16.7)	
週に1-2日	9	(17.3)	13	(24.1)	
週に3-4日	12	(23.1)	5	(9.3)	
ほとんど毎日	3	(5.8)	12	(22.2)	
魚					0.357
ほとんど食べない	10	(19.2)	6	(11.1)	
月に1-2日	9	(17.3)	8	(14.8)	
週に1-2日	27	(51.9)	29	(53.7)	
週に3-4日	6	(11.5)	8	(14.8)	
ほとんど毎日	0	(0.0)	3	(5.6)	
牛乳・乳製品					0.045
ほとんど食べない	4	(7.7)	3	(5.6)	
月に1-2日	8	(15.4)	3	(5.6)	
週に1-2日	20	(38.5)	15	(27.8)	
週に3-4日	10	(19.2)	8	(14.8)	
ほとんど毎日	10	(19.2)	25	(46.3)	
アルコール					0.043
ほとんど飲まない	30	(57.7)	34	(63.0)	
月に1-2日	11	(21.2)	10	(18.5)	
週に1-2日	4	(7.7)	10	(18.5)	
週に3-4日	3	(5.8)	0	(0.0)	
ほとんど毎日	4	(7.7)	0	(0.0)	

SNS = social networking sites

値は *n*(%) で示した。*p* 値は、 χ^2 検定により算出した。