

〈教育報告〉

外食における栄養成分表示に関する研究

A study on nutrition information on restaurant menus in Chofu City

合同臨地訓練 第2チーム

浅沼奈美, 石川清美, 今田美穂子, 大坪浩一
 邱冬梅, 塚下和彦, 角田智玲, 中板育美
 向井美香子

I はじめに

近年、食生活の問題としてカロリーの取りすぎ・栄養の偏りの傾向が、国民栄養調査¹⁾からも指摘されている。また、ライフスタイルの変化から外食の機会が増大する傾向にある。厚生省公衆衛生審議会健康増進栄養部会でも、生活習慣病予防対策として、外食料理への栄養成分表示などを通し情報提供を推進することが提案された²⁾。しかし、外食の栄養成分表示の表示の推進はまだ、一部の地域に限られているのが実状である。

そこで今回私たちは、東京都調布市における住民と飲食店の両者を対象に、外食における栄養成分表示に関する意識調査を行い、外食栄養成分表示の推進へ向けて求められる要因を検討した。

II 地域の概要

東京都調布市の人口は197,429人で近年増加傾向にある。65歳以上人口は、全人口の13.3%と0~14歳人口の12.4%を上回っており、今後、高齢化の進行も予想される。(平成10年4月1日現在)

産業は、卸小売り・サービス業等の第三次産業の就業人口が77.4%を占めている³⁾。飲食店営業の内訳は平成9年3月末で、一般飲食店が1,308件、すし屋88件、そば屋94件となっている。

また調布市では、調布市健康づくり推進協議会成人保健部会において、外食産業での栄養成分表示の推進を求める意見が出され、保健所における相談受付を開始している。

III 調査の概要

1 用語の定義

(1) 栄養成分表示

今回の調査でいう「栄養成分表示」とは、栄養成分又は

熱量に関する表示をいい、主に包装食品に対して規定した栄養改善法第17条に定められた「栄養表示」とはあえて区別した。

(2) 外食

今回の調査でいう「外食」とは飲食店での食事のことで、市販の弁当や惣菜を購入しての食事は除外した。

(3) 飲食店

今回の調査でいう「飲食店」とは、食品衛生法施行令第5条第1号に規定される飲食店営業及び同条第2号に規定される喫茶店営業の許可を受けている施設をいう。ただし、飲食店営業の許可区分から旅館・仕出し屋・弁当屋を除くものとする。

2 調査対象及び方法

(1) 調査対象

調布市に在住する住民と調布市内の飲食店とした。

(2) 調査方法

①住民

1) 平成10年10月9、10日の調布市商工会まつりに来場した人々に対し面接による聞き取り調査を行った。

2) 平成10年10月17、18日の調布市消費者まつりに来場した人々に対し、アンケートを行った。

②飲食店

1) 平成10年9月21、30日に狛江調布保健所における食品衛生夏季対策講習会に参加した調布中央飲食店組合と調布料飲組合連合会の組合員に対して、会場でアンケートを配り、その場で回収した。

2) 平成10年10月3~23日に調布鯨組合、深大そば組合、調布そば組合に対しては、組合長を通して組合員へのアンケート用紙の配布を依頼し、回収した。

3 調査内容

(1) 住民と飲食店へ共通の質問

「日常の食生活に対する栄養意識」「外食時の栄養バランス意識」「栄養成分表示を見た経験」

(2) 住民への質問

「栄養成分表示を参考にするか」「外食頻度」「よく利用す

指導教官：曾根智史, 牛山明, 武村真治, 須藤紀子,
 上畑織之丞

る飲食店」「栄養成分表示を望むか」「属性」

(3) 飲食店への質問

「個人的な栄養成分表示についての意識」「業種」「利用者
は表示を望んでいると思うか」「自分の店では表示をして
いるか」「自分の店で表示をしたいと思うか」「表示してい
ない理由」

4 解析方法

集計及び解析は、統計ソフト SPSS で、単純集計及びク
ロス集計を行った。

IV 結 果

1 回収状況

住民のアンケート調査票有効回答数は404人、飲食店は
262件である。

2 回答者の属性

(1) 住民の属性

① 性・年齢階級別構成

回答者の性別構成は、男性36.9%、女性63.1%である。

② 職業別構成

専業主婦が33.4%、会社員・公務員が26.4%、無職が
15.8%の順であった。

(2) 飲食店の属性

256件のうち居酒屋・スナックが32.0%、そば・うどん屋
が17.6%、すし屋が16.0%の順であった。

3 住民の外出頻度

住民の外出頻度は「ほぼ毎日」が11.6%、「週数回」が
18.3%、「週に1回程度」が15.3%、「月に1,2回」が39.1%
、「ほとんど利用しない」が15.1%であった。男女別では男性
が「ほぼ毎日」が28.9%で一番多く、女性では「月に1,
2回」が47.8%で一番多かった。

4 住民と飲食店の意識の比較

(1) 日常の食生活に対する意識

住民全体と飲食店を比べたところ、「腹八分目の食事」「栄
養バランスの良い食事」「規則正しい食習慣」については「い
つも気をつけている」と「時々気をつけている」を合わせ
ると、全体の80%~90%を占めていた。

(2) 外出時の栄養バランスの意識

「外出の際に、栄養バランスを意識するか」については、
住民全体、飲食店ともに、「いつも意識する」「時々意識す
る」で、70%強を占めていた。

(3) 栄養成分表示の認識

栄養成分表示を見たことがあると回答したのは、住民全
体で58.0%、飲食店では56.1%であった。

表1 住民の栄養成分表示を見た経験とそれを
参考にするかとの関連 単位：人

	参考に する	参考にし ない	わか らな い	合 計
見たことがある	161	63	9	233
見たことがない	94	55	20	169
合 計	255	118	29	402

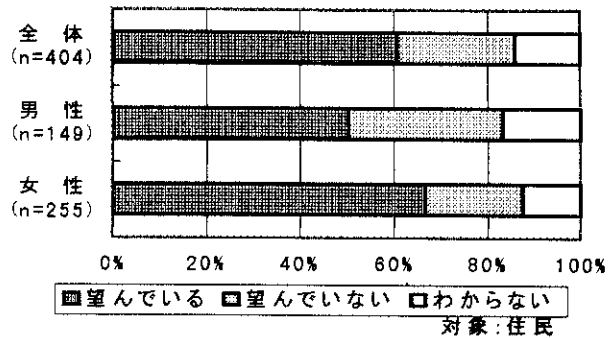


図1 住民の栄養成分表示に関する意識

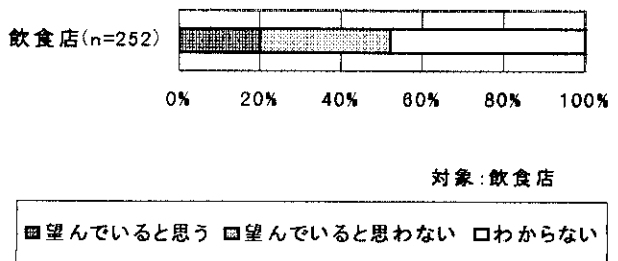


図2 利用客は栄養成分表示をどう考えていると思うか

5 住民の外出における栄養成分表示の参考の意思(表1)

外出の栄養成分表示について63.4%の住民が「参考にす
る」と答えていた。次に住民の外出の栄養成分表示を見た
経験とそれを参考にするかとの関連では「見たことがある」
なかで69.1%の人が「参考にする」と答えた。

6 住民の外出における栄養成分表示の希望

飲食店での栄養成分表示を、60.6%の住民が望んでいた
(図1)。一方、住民が「栄養成分表示を望んでいると思う」
と答えた飲食店は、19.8%であった(図2)。

7 住民が記載を希望する栄養成分

外出の栄養成分表示を希望する人が、表示してほしい成
分は、エネルギー、塩分、脂肪・コレステロールの順であ
った。

8 飲食店における栄養成分表示の阻害要因(表2)

現在栄養成分表示をしていない飲食店の、今後の栄養成
分表示の意思は、「表示したい」が18.0%、「表示したいと
思わない」が40.6%、「わからない」が41.4%であった。ま
た、栄養成分表示の意思と表示していない理由の関連をみ
ると、「表示したい」群は、「栄養価の計算がわからない」、
「栄養成分の表示の仕方がわからない」をあげていた。「表
示をしたいと思わない」群は「利用客が参考にするとは思
えない」をあげていた。

V 考 察

1 外出における栄養成分表示に関する住民のニーズと飲
食店の認識

「外出における栄養バランスへの意識」において住民、飲
食店とも意識が高いという結果が得られた。さらに、「栄養

表2 栄養成分表示への意思と阻害要因との関連
対象：飲食店 有効回答548
複数回答 単位：件数

		表示への意欲			全体
		表示したいと思う	表示したいと思わない	わからない	
成分表示をしない理由	考えたことがない	9	37	31	82
	お金がかかりそう	5	6	6	20
	余分な仕事が増える	7	19	14	43
	栄養価の計算が分からない	26	38	50	120
	表示の仕方が分からない	22	25	31	93
	誰に相談したらよいか分からない	8	8	15	31
	他にセールスポイントがある	5	18	4	27
	利益につながらない	4	13	5	25
	利用客が参考にするとと思えない	7	51	29	91
	その他	3	9	3	16

成分表示を見た経験」については、見たことがあるという回答が住民と飲食店の両者とも過半数を占めた。

これらの共通の質問項目について住民と飲食店に差は見られなかったにもかかわらず、外食の栄養成分表示の希望については、住民の6割が「表示を望んでいる」のに対し、飲食店の8割は住民が表示を「望んでいると思わない」、「分からない」と回答し、両者の意識にずれが生じている。

今回の調査で明らかになった飲食店と住民の栄養成分表示に関する意識のずれは、単に飲食店の認識の低さというよりも、飲食店が食品衛生や採算等を優先し、栄養成分表示を利用客へのサービスとする優先順位が低いこと、個人経営の飲食店が、個々に利用客のニーズを調査・研究し、住民のニーズを情報として得る機会が少ないことなどが要因となって生じていると考えられる。

2 外食の栄養成分表示記載に対する阻害要因

個人的には栄養成分表示を必要と感じている飲食店は、42.6%を占めていたが、自店で実際に栄養成分表示をしたと思っているのは18.0%と低い。一方、栄養成分表示を阻害する要因としては「栄養価の計算の仕方が分からない」、「栄養成分の表示の仕方が分からない」という具体的な方法の問題があげられた。

次に、栄養成分表示を「したいと思わない」と答えた飲食店は理由の一位は、「利用客が参考にするとと思えない」であり、飲食店側の住民ニーズに関する誤った認識が明らかとなった。

また、「分からない」と答えた飲食店には「全く考えたことがない」という回答も多く、現時点では栄養成分表示について、自店での取り組みとして意識していない傾向が強

いと考えられた。

3 行政の今後のあり方

(1) 飲食店へのアプローチ

外食時に栄養成分表示を目にすることは、あえて場所を設定されて行われる健康教育とは違い、身近な生活とより結びついた形で情報が入り込む事となる。栄養に関する健康情報が、自然に獲得できる意味でも、飲食店が情報の発信場所としての役割を果たすことは十分期待できる。飲食店へ栄養成分表示を推進していくために、食品衛生監視員や栄養士等、専門職が連携して取り組み、行政の機能を活用した積極的なアプローチは重要である⁹⁾。

まず、栄養成分表示を希望する飲食店へは、「表示の方法や栄養価の計算の仕方」「相談できる体制」「住民のニーズ」など具体的に個々の実状に応じて関連情報を伝え、その手段として在宅栄養士を活用しながら訪問等により、飲食店に情報を伝える事も考えられる⁹⁾。

次に、栄養成分表示を希望しない飲食店へは、すでに調布市でも行われているように講習会での継続的な情報発信の実施が必要である。さらに、組合を通じて働きかけを行うなど様々な場面を活用して、「表示にすることの意義」や「表示のメリット」などを伝えていく必要がある。

(2) 住民へのアプローチ

住民は、外食時に栄養成分表示があれば参考にし、表示を希望している傾向にあった。

生活習慣病予防の一環として、飲食店での栄養成分表示を推進し、栄養成分表示が有効に活用できるよう、パンフレットや卓上メモ等の媒体を通じて直接的なアプローチをしていくことも効果的であると考えられる。

VI まとめ

今回の結果で以下のことが明らかになった。

- ・住民は栄養成分表示を望んでおり、かつそれを参考にする傾向がある。
- ・栄養成分表示をしたいと思っている飲食店は少ない。
- ・栄養成分表示をしたいと思っている飲食店が表示できない阻害要因は「栄養価の計算の仕方」や「表示の仕方が分からない」である。
- ・栄養成分表示をしたくないと思っている飲食店の、表示に関しての阻害要因は「利用客が参考にするとと思えない」である。

そして、外食における栄養成分表示の推進を図るためには、①栄養成分表示に関する住民ニーズを飲食店に伝達する、②栄養成分表示の意思がある飲食店には、表示の方法を伝え、個々の実状に応じたきめ細やかな相談に応じる、③栄養成分表示が有効に活用できるための栄養パンフレットや卓上メモ等の媒体の作成など、行政が果たす役割は大きい。

今回の調査結果が地域における健康づくりの一つとして活用され、栄養成分表示推進事業が展開されていくことが望まれる。

VII 文 献

- 1) 厚生省. 国民栄養の現状, 平成7年国民栄養調査成績, 1997.
- 2) 公衆衛生審議会健康増進栄養部会・成人病難病対策部会合同部会生活習慣病対策専門委員会. 今後の生活習慣病対策について(中間報告)の概要.
- 3) 国勢調査報告. 総務庁. 平成7年.
- 4) 小林陽子, 向山晴子, 工村房二, 他. 世田谷区における外食栄養成分表示事業について～展開の実際と8年度の実施計画. 東京都衛生局学会誌 1997; 99: 266—367.
- 5) 平井廣子. 新体制の中での保健所栄養士の役割. 保健の科学 1998; 40: 325—328.