

食環境整備における食品関連企業・行政・住民組織の 連携とその意義 —地域在住高齢者を対象とした食事バランスガイド 普及啓発事業の事例から—

高橋 希^{*1} 今井 具子^{*2} 武見 ゆかり^{*3}

目的：食環境整備事業における企業、行政、住民組織による参加型地域活動の連携の意義と課題を特定すること。

方法：地域在住高齢者対象に、コンビニエンスストア店内で食事バランスガイドを活用した弁当の販売、リーフレット配布等による普及啓発、また住民組織対象に、食事バランスガイド学習会と弁当監修に参画する参加型の栄養教育が実施された。連携の意義と課題は以下の方法により特定した。1) 事業経過毎の関係機関の関わりと役割の整理、2) 質問紙調査による住民組織の食行動等の変化の把握、3) インタビュー調査による企業及び行政担当者の事業の受け止め方の把握。

結果：1) 目的、方法決定後に、企業が行政と連携を図り、住民組織の参画を得た。2) 学習会及び弁当監修に参画した住民組織高齢者群（以下モニター群）（n=71）は、比較群（n=52）に比べ、事後の食事バランスガイドの理解度、活用する自信、家族・友人と料理・栄養の話題をする頻度が有意に高くなった。3) 行政の受け止め方は、良かった点として「弁当の試食・監修による住民組織高齢者の事業への参画」と「自主グループから地域への拡がり」、課題としては企画段階で「参加者にとって身近な存在の協力が必要」であることと、実施後に「行政担当者の事後支援の必要性」があることが特定された。

結論：参加型地域活動の連携の意義としては、住民組織に参加型栄養教育を実施した際の効果が示唆され、課題としては、関係者の連携を事業開始時点から行い、事業後を視野に入れた企画・実施を行うことが重要であると示唆された。

〔日健教誌，2012；20(特別号)：31-42〕

キーワード：食事バランスガイド，高齢者，住民組織，食品企業，行政

I 緒 言

*1 印旛健康福祉センター（印旛保健所）

*2 同志社女子大学

*3 女子栄養大学

連絡先：高橋 希

住所：〒285-8520 千葉県佐倉市錦木仲田町8-1

TEL：043-483-1134 FAX：043-486-2777

オタワ憲章の中でヘルスプロモーションが提唱されて以来、健康づくりのための環境整備の重要性が認識されてきた^{1,2)}。日本では、平成12年（2000）に健康日本21が策定され、栄養・食生活分野の中の目標項目として食に関する環境

整備が位置づけられた³⁾。その後、平成16年(2004)には「健康づくりのための食環境整備に関する検討会報告書」の中で、食環境は「食物へのアクセス」、「情報へのアクセス」並びに両者の統合と定義され、総合的な食環境整備の必要性が示された⁴⁾。そうした健康・栄養政策の流れの中で、平成17年(2005)に厚生労働省と農林水産省が、何をどれだけ食べたらよいかをイラストで示した日本版フードガイド「食事バランスガイド」を作成し、食品産業の分野や地域の食生活改善等の場での具体的な活用が求められた⁵⁾。また都道府県、市町村の自治体に対しては、食品産業に取り組みを働きかけ、支援することが求められた⁵⁾。このような動向を受け、食事バランスガイドが作成されてから5年間に、行政と食品産業が連携した事例もいくつか報告されるようになった^{6,7)}。行政と食品産業の連携を一時的なものとして終わらせず、継続的な取り組みとしていくためには、実施プロセスにおける課題を整理し、次の取り組みに活かすことが必要である。しかしながら、これまでの報告は概要に留まっており、そのプロセスの詳細や両者の連携における課題を整理した報告は少ない。

本報は平成18年度農林水産省の補助事業「高齢者を対象とした小売業・外食産業における食事バランスガイド実証事業」の一つとして⁸⁾、コンビニエンスストアを運営する民間企業(以下、Y企業)が参画し、コンビニエンスストアから食事バランスガイドの普及啓発を実施した事業(以下、本事業)の報告である。本事業の特徴は、取り組みの過程でY企業と行政及び地域の高齢者自主グループ(以下、住民組織)との連携が生まれ、住民組織が事業の企画に参画し、コンビニエンスストアと住民組織の活動の場を組み合わせて普及啓発を実施した点にある。本事業におけるY企業及び行政、住民組織の関わりの過程を整理し、食事バランスガイド普及啓発前後の住民の食行動等の変化、及びY

企業担当者と行政の事業の受け止め方から、企業、行政、住民組織が連携する地域活動の意義と課題を特定することを目的とした。

II 方法

1. 本事業におけるY企業・行政・住民組織の関わりの整理

関係機関として、Y企業、行政、住民組織以外に、農林水産省から本事業を受託して運営・調整を担った財団の事務局、普及啓発や事業評価の方法を提案・実施した大学・研究機関を加え、本事業への関わりを整理した。本事業の企画、実施、評価の流れに沿って、関係機関が担った役割を、会議録や関係者への聞き取りをもとに整理を行った。

2. 住民組織に所属する高齢者の食行動等の変化による普及啓発の評価

1) 高齢者の変化を把握するための評価デザイン

食事バランスガイド普及啓発の場となるコンビニエンスストア近隣で活動する住民組織の高齢者をモニター群、同じ区内のそれ以外の地域で活動する住民組織の高齢者を比較群とした。モニター群には、コンビニエンスストア及び住民組織活動の場での食事バランスガイドの普及啓発を、比較群にはその一部を実施した。本事業の趣旨にそって作成した質問紙調査を両者の普及啓発前後に実施し、食行動、食態度、食知識の変化を比較するデザインを用いた。

2) 調査方法と対象

事前調査は、平成18年(2006)9月下旬~10月上旬に実施した。対象者の募集は、行政から、地域で活動する高齢者住民組織に組織単位での参加を声かけした。その結果、モニター群は3つの住民組織から91名、比較群は4つの住民組織から76名の協力が得られた。事前調査の回収率は100%だった。事後調査は、12月に実施し、モニター群72名、比較群55名から回答を得た。調査は、対象者の利便性を考慮し、住民

組織の通常の活動日時と場所で集合法により実施した。無回答, 矛盾回答の多い者を除外し, モニター群71名(有効回答率78.0%), 比較群52名(68.4%)を解析対象とした。対象者には, 調査時に自由意志による調査協力や個人情報保護の方針などについて説明した。倫理的配慮については, 香川栄養学園実験研究に関する医学倫理委員会の承認を得た(香倫委第233号)。

3) 解析方法

コンビニエンスストア及び住民組織活動の場の普及啓発前後の変化を群別に検討した。食事バランスガイドの認知度はMcNemar検定を用い, その他のカテゴリーが3つ以上の項目は, 頻度の低いもの或いは最も望ましくない回答を1とし, 最も頻度が高いもの或いは最も望ましい回答が最大の数値となるように数字を割り当て, Wilcoxonの符号付き順位検定を行った。事前・事後の両群の回答の分布の差(以下, 群間差)はMann-WhitneyのU検定を行って比較した。データの集計, 解析にはSPSS version 14.0 for windowsを用いた。有意水準は5%とした。

3. Y企業及び行政担当者へのインタビュー調査による本事業の受け止め方の整理

1) 対象のリクルート方法

行政及び企業の視点から本事業の良かった点や課題を抽出するため, インタビュー調査を実施した。行政では, モニター群に調査説明及び調査補助を行った保健総合センターの専門職に協力を依頼した。企業では, 検討会, 弁当の企画や高齢者への弁当の説明を行ったY企業担当者に協力を依頼した。行政から2名, Y企業から5名の協力を得た。対象者には, 本研究の趣旨及び方法, 個人のプライバシーの保護等を記載した依頼書を事前に送付し, 面接前に口頭で面接協力への同意, インタビューの録音及び公表の許可を得た。

2) インタビュー方法と内容

本事業終了後の平成19年(2007)5, 6月に

半構造化インタビューを行った。行政担当者は保健総合センター栄養室で, Y企業担当者は本社会議室で実施した。行政担当者は2名同時にインタビューを行い, Y企業担当者は5名をグループインタビューした。インタビュー時間はいずれも1時間とし, インタビュー項目は, 「事業を実施して良かった点」「事業を実施する上で問題があった点」「問題から今後事業に必要な事(課題)」の3つとした。モデレーターは第一著者が務め, テープレコーダーを用いて記録した。

3) 分析方法

分析はロングテーブル法アプローチを用いた⁹⁾。第一著者が逐語録を作成した。第一著者と本事業に関係しなかった者2名, 計3名が別々に以下の分析を行った。逐語録に行番号を振った後, まとまりを持った意味ごとに文章を切り離れた。切り離れた文章を上述のインタビュー3項目に振り分け, 該当しないものは, 「その他」に移動した。なお3項目に振り分ける際は, 行政, 企業の担当者が良かった点, 問題点, 課題として発言したとおりに振り分けた。抽出した文章中, とくに重要な意味を持つ部分をキーセンテンスとし, キーセンテンスの意味内容の類似性に基づいてカテゴリー化し¹⁰⁾, 本事業の経過にそって, Y企業, 行政担当者別に事業に対する受け止め方を整理した。3名の分析結果を比較し, 全員の分析結果の整合性がとれるまで検討を繰り返した。さらに, この分析結果について, 直接分析作業に関わらなかった第三著者が点検し矛盾点などを分析者と議論し, 分析の精度を高めた。

III 結 果

1. 事業の企画, 実施, 評価の経緯と関係機関の関わり(図1)

1) コンビニエンスストアにおける普及啓発内容の決定

図1に本事業の企画, 実施, 評価の経緯と関

年	月	事務局 (すこやか食生活協会)	Y企業	大学・研究機関	A区健康づくり担当部門		住民組織
					本庁	保健総合センター	
18	4	◆日程調整					
	5	◆関係者へ事前の趣旨説明					
	6	第1回検討委員会 Y企業、大学等それぞれの立場から 自らが出来ることを提案					
		◆商品開発 ◆店舗内取り組み計画 ◆社員教育	◆教育資料(リーフレット)の作成 ◆事業評価計画の立案				
	7	第2回検討委員会 提案した事項の進捗状況 中間見直し・実施内容の決定					
	8	◆行政との調整・事前の趣旨説明					
		事業説明会 事業評価の実施にあたり、モデル店舗近隣に在住する 高齢者の協力を得るため行政に趣旨説明を行う。					
	9	◆事業全体の説明	◆モデル店舗内取り組み 内容説明			本庁から 協力依頼	
						◆対象住民組織の 実施可能性の検討 ◆評価計画内容の把握 ◆所内関係者と協議	住民組織代表者へ 趣旨説明
	10	◆実施方法の見直し					◆グループの活動の場を活用した 実施方法の検討
						◆評価計画の協議	
	11	事前調査 (住民組織の活動の場における普及啓発)					
◆総合調整 ◆趣旨説明		◆バランス弁当の準備 ◆バランス弁当の説明	◆食事バランスガイド学習会 ◆事前質問紙調査説明		◆調査補助	◆第1回学習会への参加 ◆モニター群は試食・ 監修による企画への 参加	
12	◆モデル店舗内の取 り組み状況把握	モデル店舗内における 普及啓発(2週間)	◆店舗内の取 り組み状況把握		◆参加者への事後説明		
	◆総合調整 ◆趣旨説明	◆モデル店舗内取 り組み状況報告	◆調査結果返却・説明会 ◆事後質問紙調査説明		◆調査補助	◆第2回学習会へ の参加	
19	1	第3回検討委員会 ◆全体取り組み状況報告 ◆売り上げ状況報告 ◆質問紙調査結果中間報告					
	2						
	3						
	4						
	5	関係者 インタビュー					
	6					関係者 インタビュー	

図1 本事業のプロセスと関係者の担った役割

係機関の役割を示す。事業は財団法人すこやか食生活協会が事務局となり実施された。この組織が、高齢者や障害者を対象とした活動を設立趣旨とする財団だったため、主たる事業対象は高齢者と設定された。小売業・外食産業における食事バランスガイドの普及啓発が本事業の趣旨であったため、以前から農林水産省の食育活

動と関わりがあったY企業が参画し、Y企業が経営するコンビニエンスストアで食事バランスガイドの普及啓発を行うこととなった。普及啓発の実施場所及び期間は、Y企業の提案で、実行可能性を考慮し、東京都A区の直営店3店舗(以下、モデル店舗)とし、平成18年(2006)11月の2週間とされた。

普及啓発の主な内容は、1) 食事バランスガイドに基づいた「栄養バランスの良い弁当(以下「バランス弁当」)」の販売、2) 高齢者向け食事バランスガイドのリーフレットの配布、3) 食事バランスガイドを活用した商品の販売促進(副菜、果物と弁当の買い合わせを提案したパネルの設置、食事バランスガイドの料理区分別(主食、主菜、副菜、牛乳・乳製品、果物)に店内の商品のサービング数を示したPOPの設置等)であった。以上の決定を事務局、企業、大学・研究機関から構成される検討委員会で討議して行った。

2) 普及啓発の評価方法の決定と対象者の獲得

普及啓発の企画、実施、評価の方法は、検討委員会で協議し決定された。実践現場の取組みの評価についても、比較群を設けた評価デザインを用いることが有識者から提案され、この段階で、対象の募集方法や実施についてA区健康づくり担当部門本庁に相談することとなった。すなわち、行政の関わりは事業当初から予定されていたものではなく、事業目的や普及啓発内容がほぼ決定した後からの関わりであった。

相談を受けた健康づくり担当部門からは高齢者の住民組織に調査を依頼する提案があり、住民組織を支援しているA区内5つの保健総合センター担当者(以下、行政担当者)から募集の声掛けをすることとなった。各行政担当者との調整を事務局が行い、応募してきた住民組織との調整は行政担当者が行った。

3) 住民組織の場を活用した普及啓発の実施と役割分担

Y企業からの提案で、モニター群には事前の質問紙調査実施後、同会場で「バランス弁当」の企画への参画の場を設けることとなり、第一著者による10分程度の食事バランスガイドの学習会、Y企業による「バランス弁当」の試食と説明を実施することとなった。そこで得られたモニター群の意見をふまえて修正され販売に至った弁当には、「A区シニアの皆様と一緒に考え

ました」と記載したシールが貼付された。学習会では食事バランスガイドによる食事記録用紙を1週間配布し、事後調査時に持参した者には管理栄養士がアドバイスすることを伝えた。

事後の質問紙調査回答時に、提出者に対し、管理栄養士がコメントを付けた食事記録用紙を返却した。同時に、事前調査時に実施した簡易型自記式食事歴法質問票¹¹⁾による食事診断結果を全員に返却し、その結果をふまえた第2回食事バランスガイド学習会を第一著者が10分程度行った。比較群に対しては、事前の食事バランスガイドの学習会、食事記録用紙の配布、事後調査後のコメント返却、及び食事診断結果を用いた第2回学習会を同様に実施した。

モニター群と比較群の本事業への関わりの違いは、普及啓発の主要教材ともいえる「バランス弁当」の企画への参画の有無と、普及啓発の場であるモデル店舗へのアクセシビリティの違いであった。また、以上の実施においては、各会場とも、住民組織と日頃から関わりのある行政担当者が補助を務めた。

2. 普及啓発前後の住民組織に所属する高齢者の食行動等の変化

1) 対象者の属性(表1)

平均年齢はモニター群72.5歳(SD 6.4)、比較群70.0歳(SD 5.1)、女性の割合がモニター群64人(90.1%)、比較群51人(98.1%)であった。年齢、コンビニエンスストアの利用頻度において有意差がみられ、モニター群の方が高齢で、コンビニエンスストア利用頻度が高かった($p < 0.01$)。性別、職業、家族構成、身体状況には差はみられず、全ての対象者がひとりで外出できると回答した。なお、モニター群について、コンビニエンスストア利用頻度と他の要因の関連を検討した結果、表には示していないが、1人暮らしの者ほど利用頻度が高く($p < 0.01$)、またコンビニエンスストア利用頻度の高い者ほど、弁当・惣菜の利用頻度の高い者が多かった($p < 0.01$)。

表1 対象者の属性

	モニター群			比較群			群間差 P値 ¹⁾	
	女性 (n=64)	男性 (n=7)	合計 (n=71)	女性 (n=51)	男性 (n=1)	合計 (n=52)		
性別	64(90.1)	7(9.8)	71(100.0)	51(98.1)	1(1.9)	52(100.0)	0.14	
年齢	72.1(SD6.5)	76.6(SD4.9)	72.5(SD6.4)	69.7(SD5.0)	62.0	70.0(SD5.1)	0.01	
身体状況	BMI (Body Mass Index)							
	18.5kg/m ² 未満	7(10.9)	0(0.0)	7(9.9)	3(5.9)	0(0.0)	3(5.8)	0.62
	18.5~24.9kg/m ²	41(64.1)	3(42.9)	44(62.0)	35(68.6)	1(100.0)	36(69.2)	
	25kg/m ² 以上	16(25.0)	4(57.1)	20(28.2)	13(25.5)	0(0.0)	13(25.0)	
職業	職業あり	2(3.2)	0(0.0)	2(4.2)	5(10.0)	0(0.0)	5(13.7)	0.09
	職業なし	62(96.8)	7(100.0)	69(95.8)	45(90.0)	1(100.0)	46(86.3)	
家族構成	一人暮らし	22(34.4)	2(28.6)	24(33.8)	11(21.6)	0(0.0)	11(21.2)	0.31
	夫婦のみ	22(34.4)	5(71.4)	27(38.0)	24(47.1)	0(0.0)	24(46.2)	
	複合家族	20(31.3)	0(0.0)	20(28.2)	16(31.3)	1(100.0)	17(32.7)	
ADL	ひとりで外出できる	64(100.0)	7(100.0)	71(100.0)	51(100.0)	1(100.0)	52(100.0)	-
コンビニエンス ストア利用	週6回以上	3(4.7)	0(0.0)	3(4.2)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	<0.01
	週4~5回	6(9.4)	1(14.3)	7(9.9)	1(2.0)	1(100.0)	2(3.8)	
	週2~3回	15(23.4)	2(28.6)	17(23.9)	2(3.9)	0(0.0)	2(3.8)	
	週1回程度	29.7(19.0)	2(28.6)	21(29.6)	8(15.7)	0(0.0)	8(15.4)	
	ほとんどない	21(32.8)	2(28.6)	23(32.4)	40(78.4)	0(0.0)	40(76.9)	

年齢は平均値(標準偏差SD)で示し、他は実数(%)で示した

BMIは、体重[kg]/(身長[m])²により算出した

1) 性別、職業、ADLはFisherの正確検定、年齢は対応のないt検定、その他はχ²検定を行った
群間差は、両群の男女合計の数値で比較を行った。

2) 食行動、食態度、食知識の変化(表2)

事前調査時の両群の比較では、食事バランスガイドの認知度や理解度、重要度、活用する自信に有意な差はみられなかった。

群別の前後比較では、両群とも食事バランスガイドの認知度、理解度、重要度、活用する自信が有意に高くなった。食行動では、弁当・惣菜の利用頻度、友人との共食頻度で、モニター群のみ有意に増加した。家族・友人と料理・栄養の話をする頻度は、モニター群で有意に増加したのに対し、比較群は有意に減少した。

事後の群間の差の比較で、モニター群と比較群で有意差がみられた項目は、食事バランスガイドの理解度、活用する自信、弁当惣菜の利用頻度、家族・友人と料理・栄養の話をする頻度であった。なお、表には示していないが、モニター群では、コンビニエンスストア利用頻度の高い者ほど、栄養成分表示等の活用で「いつも参考にしている」者が有意に多かった(p=0.01)。

3. 企業及び行政担当者の事業の経過の受け止め方と課題(図2)

1) 企業担当者の受け止め方と課題

普及啓発の企画段階の課題として「地域との連携が難しい」、良かった点として「企画のヒントを得た」というカテゴリーが抽出された。実施段階の問題点として「声かけのタイミングの難しさ」「人員不足」「アルバイトの教育」が、良かった点として「店内のPOPの効果」が得られた。実施後の良かった点は「参加者の理解」、課題は「本部のバックアップ体制」「売り上げの重要性」「社会全体の(食事バランスガイド)認知度の向上」がカテゴリー化された。

2) 行政担当者の受け止め方と課題

企画段階の課題としては「参加者にとって身近な存在の協力が必要」と「グループの選定方法」が、問題点として「担当者の心配」や「参加者の心配」がカテゴリー化された。良かった点では「弁当試食・監修による住民組織高齢者の事業への参画」が抽出されたが、一方で問題点として事前調査時に「参加者の疲労」「趣旨の理解不足」もカテゴリー化された。実施後の良かった点に「自主グループから地域への拡がり」がカテゴリー化された。課題として「行政担当者の事後支援の必要性」がカテゴリー化された。

表2 本事業実施前後の食事バランスガイド関連項目、及び食行動の変化 数値:人数(%)

			モニター群 (n=71)		前後の 差 p値 ¹⁾	比較群 (n=52)		前後の 差 p値 ¹⁾	事前の 群間差 p値 ²⁾	事後の 群間差 ²⁾ p値	
			事前	事後		事前	事後				
食事バランス ガイド関連	認知度	知っている	44(62.0)	68(95.8)	<0.01	32(61.5)	50(96.2)	<0.01	0.96	0.92	
		知らない	27(38.0)	3(4.2)		20(38.5)	2(3.8)				
	食事バランス ガイド理解度	よく理解している	8(11.3)	13(18.3)	<0.01	3(5.8)	2(3.8)	0.01	0.66	<0.01	
		ある程度理解	31(43.7)	50(70.4)		25(48.1)	34(65.4)				
		あまり理解していない	3(4.2)	5(7.0)		2(3.8)	11(21.2)				
		理解していない・知らない	29(40.8)	3(4.2)		22(42.3)	5(9.6)				
	食事バランス ガイド重要度	非常に大切	25(35.2)	42(59.2)	<0.01	18(34.6)	22(42.3)	<0.01	0.84	0.06	
		まあ大切	17(23.9)	23(32.4)		10(19.2)	22(42.3)				
		どちらともいえない	2(2.8)	3(4.2)		3(5.8)	6(11.5)				
		あまり大切でない	0(0.0)	0(0.0)		1(1.9)	0(0.0)				
	食事バランス ガイド活用自信	大切にない・知らない	27(38.0)	3(4.2)	<0.01	20(38.5)	2(3.8)	<0.01	0.77	0.04	
		かなりできる	7(9.9)	8(11.3)		3(5.8)	1(1.9)				
少しできる		17(23.9)	35(49.3)	15(28.8)		20(38.5)					
どちらともいえない		14(19.7)	14(19.7)	7(13.5)		20(38.5)					
あまりできない		5(7.0)	11(15.5)	6(11.5)		9(17.3)					
	まったくできない・知らない	28(39.4)	3(4.2)	21(40.4)	2(3.8)						
食行動	購買行動	弁当・惣菜利用	週6回以上	1(1.4)	1(1.4)	0(0.0)	0(0.0)	0.61	0.35	0.02	
			週4~5回	1(1.4)	5(7.0)	1(1.9)	1(1.9)				
			週2~3回	16(22.9)	22(31.0)	11(21.2)	10(19.2)				
			週1回程度	20(28.6)	22(31.0)	11(21.2)	17(32.7)				
	食べる行動	友人との共食	ほとんどない	32(45.7)	21(29.6)	0.01	29(55.8)	24(46.2)	0.89	0.92	0.42
			週1回以上	12(16.9)	17(23.9)		4(7.7)	8(15.4)			
			月1, 2回	26(36.6)	31(43.7)		27(51.9)	25(48.1)			
			年数回	22(31.0)	14(19.7)		15(28.8)	13(25.0)			
	食情報交換 活用行動	家族・友人と 料理・栄養の話	ほとんどない	11(15.5)	9(12.7)	0.02	6(11.5)	6(11.5)	0.02	0.27	0.03
			ほぼ毎日	7(10.0)	15(21.1)		8(15.7)	5(9.6)			
			週数回	29(41.4)	26(36.6)		22(43.1)	14(26.9)			
			月数回	22(31.4)	23(32.4)		15(29.4)	27(51.9)			
栄養成分表示 等の活用	ほとんどしない	12(17.1)	7(9.9)	0.09	6(11.8)	6(11.5)	0.180	0.750	0.51		
	いつも参考になっている	15(21.1)	13(18.3)		10(19.2)	7(13.5)					
	時々参考になっている	37(52.1)	41(57.7)		31(59.6)	31(59.6)					
	参考にしていない	19(26.8)	17(23.9)		11(21.2)	14(26.9)					

1) 認知度は, McNemar検定, その他は, Wilcoxonの符号付順位検定を行った。

2) モニター群, 比較群の事後の分布の差についてMann-WhitneyのU検定を行った。

Wilcoxonの符号付順位検定及びMann-WhitneyのU検定については, 頻度が高いまた望ましい回答の順に高い数値を段階的に割り当て検定を行った。なお食事バランスガイドを「知らない」と回答した者は, もっとも望ましくない回答と同じ数値を割り当てた。

IV 考 察

1. 本事業から示唆される企業, 行政, 住民組織の連携の意義

1) 住民組織の参画による住民自身の変化への影響

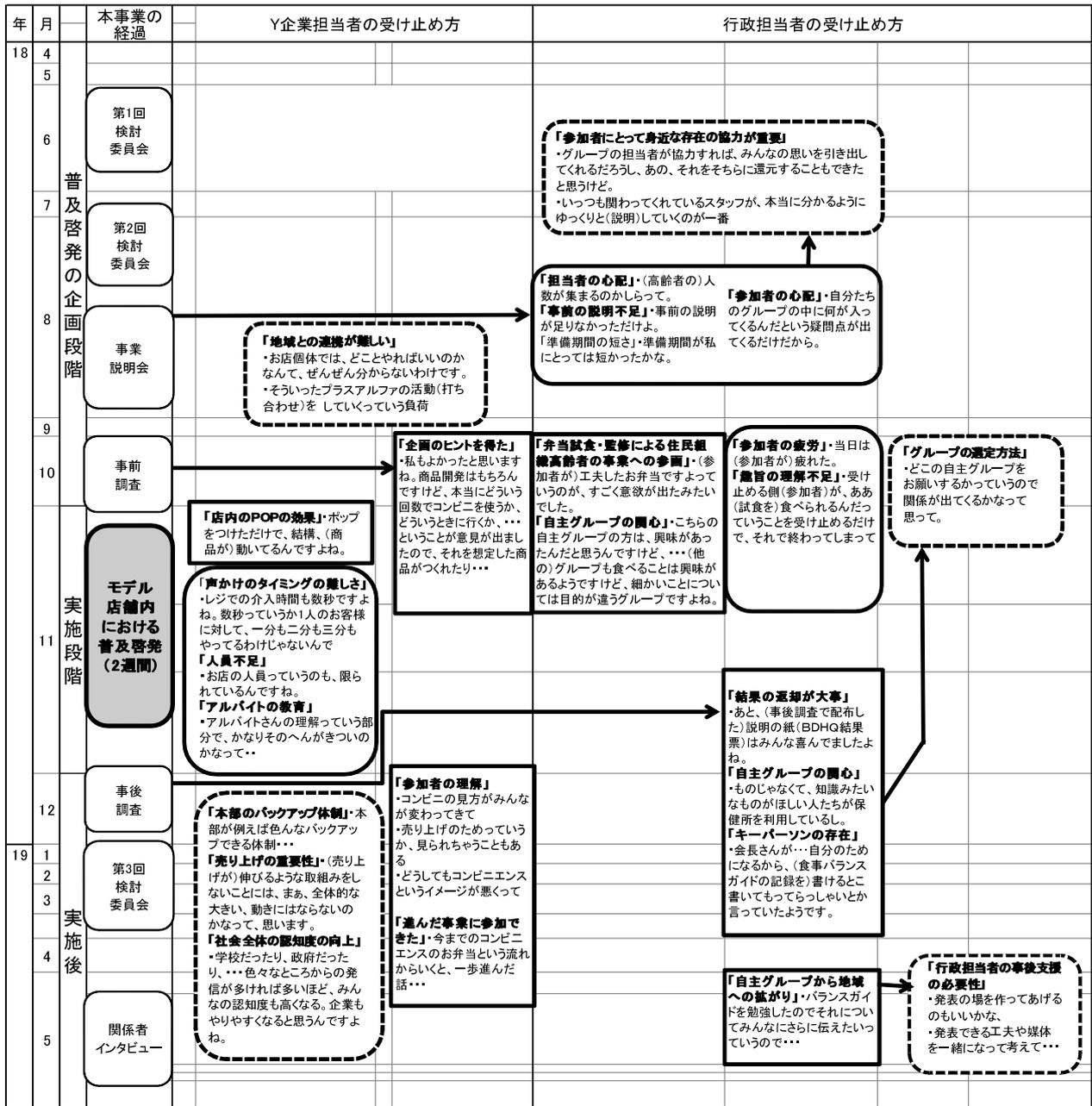
企業, 行政の連携により, 住民組織の参画の場が実現し, 住民組織高齢者に, 以下の参加型栄養教育の影響が示された点に, 連携の意義が認められた。

すなわち, 質問紙調査の事後の群間差の結果, 参画の場を得たモニター群のほうが, 比較群よりも, 食事バランスガイドの理解度, 重要

度及び活用する自信が有意に高いことが示された。この結果は, 学習者参加型の栄養教育は, 食物選択の行動や態度の変容に効果的であるという報告と一致する¹²⁾。

2点目に家族・友人と料理・栄養の話題をする頻度は事後において, モニター群で比較群に比べ有意に高かった。この結果は, 対象者の企画段階からの参画は, プログラムへの関心を高め, 参加率向上に影響を与えるという報告と一致する^{13,14)}。

3点目に, 前後比較でモニター群の弁当・惣菜の利用頻度及び家族・友人と料理・栄養の話題をする頻度が有意に増加した点である。これ



「事業を実施して良かった点」で抽出されたキーセンテンス及びカテゴリーを正方形枠、「事業を実施する上で問題があった点」を丸正方形枠、「課題」を点線枠で囲い、枠内の「」はカテゴリーを示した。

図2 Y企業及び行政担当者の本事業の受け止め方

は、企業が参画の成果を「バランス弁当」やPOPとして、住民自身や家族・友人などに見える形で商品化したことの影響と推測される。

なお弁当・惣菜の利用頻度に事後に群間差がみられたことは、参画による影響とは断定できない。モニター群のコンビニエンスストアの利用頻度は比較群に比べ高い割合であり、モニ

ター群のコンビニエンスストア利用頻度と弁当・惣菜の利用頻度に関連が見られたことから、コンビニエンスストアへのアクセスの良さによる違いとも考えられる。

2) インタビュー調査結果から示唆される企業、行政にとっての意義
本事業の「良かった点」として、企画段階で

は企業担当者から「企画へのヒントを得た」、行政担当者から「弁当試食・監修による住民組織高齢者の事業への参画」、実施後では、行政担当者から「自主グループから地域への拡がり」が抽出され、参画の場が肯定的に受け止められていた。WHOのヘルスプロモーションとコミュニティ活動に関する報告書では、健康教育における地域の巻き込みを影響力のあるものにするには、情報を伝える人材が必要と述べられている¹⁵⁾。弁当の企画に参画した高齢者の一部が、そうした人材となる可能性があったこと、また彼らから商品化のヒントを直接得られたことは、行政及び企業にとっての住民組織と連携する意義といえよう。

2. 本事業実施上の課題

1) 企業にとっての課題

企画段階における課題として、企業担当者へのインタビュー調査結果から「地域との連携が難しい」が抽出されていた。企業が住民組織との連携に至る過程で、行政からの情報提供や調整が不可欠だった。行政は、住民組織の存在や活動方法の情報提供、住民組織へ事業の趣旨説明の他、グループの活動の場で調査が実施できるよう調整する役割を担った。しかし行政の関わりは、図1に示すとおり、第2回検討委員会で普及啓発の実施内容などが決定した後であったことから、行政にとっては十分な議論や検討がないままでの関わりとなった。このことは、行政担当者のインタビュー調査結果から、企画段階で、「担当者の心配」「参加者の心配」「参加者の趣旨の理解不足」など問題点の категорияが抽出されたことから明らかである。したがって、事業の最初から全ての関係者が関わりを持つこと、途中から加わる関係者がでた場合は、十分な情報提供と議論を行うことの重要性が改めて確認された。

実施後の課題としては「売上げの重要性」「社会全体の（食事バランスガイド）認知度の向上」が抽出された。企業の関わりでの継続性を

考える上では、利益・利潤の問題が大きいことも確認された。

2) 行政にとっての課題

行政担当者のインタビュー調査結果から、「行政担当者の事後支援の必要性」が課題として抽出された。本事業は単年度予算の事業であったため、事務局を担った財団や企業は、事業後まで見据えた企画や実施方法の検討が不十分であった。一方、住民組織や行政は、予算に関係なく、地域の中で長期的な関係を有し活動を行っている。したがって、事業終了後の継続性を考えた場合、実施後の住民組織への支援のあり方や、事業で作成された成果物の活用方法について、行政担当者がキーパーソンとなり、議論すべきであった。

3. 企業、住民組織、行政が連携する類似事業への示唆

本事業における企業、行政、及び住民組織の関わりを整理した結果、類似の事業実施の際に留意すべき点として、以下の3点が示唆された。

1つ目は、事業により行動変容や生活習慣の改善を見込む対象住民を明確にし、その住民が企画に参画しやすい事業内容とすることである。可能ならばその参画の成果を目に見える形、或いは実感できる形で事業の中で示すことが効果につながると示唆された。

2つ目に、事業に連携する関係者が全て、企画の最初から関わるのが理想だが、実践現場では途中から加わる関係者がでてくる可能性は高い。その場合、十分な情報提供と目的や方法の共有のための議論を徹底することが必要である。

3つ目に、事業終了後の継続性を視野に入れた企画・実施とする必要性である。とくに終了後のキーパーソン、キー組織はどこなのかを明確にし、実施中から終了後の準備を行っておかないと継続性は担保されない。地域において単年度事業を実施する場合、この点はとくに留意

すべき点である。

なお本研究の意義と課題は、企業、行政担当者のインタビュー調査結果で良かった点として抽出されたカテゴリーを「意義」、問題があった点、課題を「課題」として扱っている。本事業の当事者という限られた視点で整理された結果であることは、本研究の限界である。

V ま と め

平成18年度（2006）農林水産省の「食事バランスガイドを活用した食環境整備に関する実証事業」の一部として、食事バランスガイドの普及啓発を企業、行政、住民組織が連携して実施した。普及啓発は、「バランス弁当」の販売等コンビニエンスストアのモデル店舗内の情報提供と、住民組織の活動の場での学習会などを組み合わせて実施した。事業の企画から評価まで一連の経緯と関係機関の関わりを整理し、事業評価は、学習会及び弁当の監修に参画したモニター群と学習会のみと比較群を設け、普及啓発前後の食行動等の前後比較と群間の差の比較を質問紙調査により行った。また行政及び企業担当者へ事業の受け止め方に関するインタビュー調査を行った。関係機関の関わり方の整理において、行政や住民組織の関わりは、普及啓発の内容が決定した後であった。事後の群間の差では、モニター群の方が比較群に比べ、食事バランスガイドの理解度、活用する自信、家族・友人と料理・栄養の話題を取り上げる頻度が有意に高くなった。事業の行政側の受け止め方では、良かった点に「弁当の試食・監修による住民組織高齢者の事業への参画」、「自主グループから地域への拡がり」、課題には企画段階で「参加者にとって身近な存在の協力が必要」、実施後に「行政担当者の事後支援の必要性」がカテゴリー化された。以上より、連携の意義として、住民組織に参加型栄養教育の効果が示唆され、課題としては、関係者の連携を事業開始時点から行い、事業終了後を視野に入れた企画・

実施を行うことが示唆された。また今後の類似事業への示唆として、1) 企画段階から住民の参画を得ること、2) 関係者の連携は事業開始時点から行うこと、3) 事業終了後を視野に入れた企画・実施を行うことの3点の重要性が示された。

謝 辞

本事業の実施にあたり、調査にご協力いただきました足立区の高齢者自主グループの皆様にお礼申し上げます。また事業の運営等についてご指導、ご協力戴いた足立区衛生部、山崎製パン株式会社、株式会社デイリーヤマザキ、株式会社サンデリカおよび助すこやか食生活協会の皆様に深く感謝いたします。

文 献

- 1) World Health Organization. 島内憲夫訳. 21世紀健康戦略2ヘルスプロモーション—WHO:オタワ憲章—. 東京:垣内出版, 1995:10-27.
- 2) World Health Organization. Ottawa Charter for Health Promotion. http://www.who.int/hpr/NPH/docs/ottawa_charter_hp.pdf (2008年1月31日にアクセス)
- 3) 健康・体力づくり事業財団『健康日本21 (21世紀における国民の健康づくり運動について)』健康日本21企画検討会. 健康日本21計画策定検討会報告書. 2000:55-67.
- 4) 健康づくりのための食環境整備に関する検討会. 健康づくりのための食環境整備に関する検討報告書. 2004:10-12.
- 5) フードガイド(仮称)検討会. フードガイド(仮称)検討会報告書. 2005:16-17.
- 6) 内閣府. 平成21年度食育推進施策(食育白書). 2010:77-78.
- 7) 高泉佳苗, 中村好男. 農林水産省による食事バランスガイド普及啓発の取組み. スポーツ産業学研究. 2010;20:139-142.
- 8) すこやか食生活協会. 「高齢者を対象とした小売業・外食産業における食事バランスガイド実証事業」

- 報告書. 2008 : 1-9.
- 9) Krueger RA. Analyzing & reporting focus group results: Focus Group Kit 6. London: Sage Publications, 1998: 57-59.
- 10) 鈴木淳子. 調査的面接の技法. 京都: 株式会社ナカニシヤ出版, 2005 : 158-159.
- 11) 佐々木敏. 生体指標ならびに食事歴法質問票を用いた個人に対する食事評価法の開発・検証 (分担研究総合報告書). 厚生労働科学研究費補助金がん予防等健康科学総合研究事業: 「健康日本21」における栄養・食生活プログラムの評価方法に関する研究 (総合研究報告書: 平成13-15年度 主任研究者 田中平三). 2004 : 10-44.
- 12) Hamadan S, Story M, French SA, et al. Perceptions of adolescents involved in promoting lower-fat foods in schools: associations with level of involvement. *J Am Diet Assoc* 2005; 105: 247-251.
- 13) Keller HH, Hedley MR, Wong SS, et al. Community organized food and nutrition education: participation, attitudes and nutritional risk in seniors. *J Nutr Health Aging* 2006; 1: 15-20.
- 14) Hedley MR, Keller HH, Vanderkooy PP. Evergreen action nutrition: lessons learned planning and implementing nutrition education for seniors using a community organization approach. *J Nutr Elder* 2002; 21: 61-73.
- 15) Dhillon HS, Philip L. Health promotion and community action for health in developing countries. Geneva: Bull World Health Org, 1996: 42-43.
- (受付 2011. 6. 28.; 受理 2012. 1. 16.)

Collaboration between the food industry, local governments, and community groups to improve food environment and the significance: Case study of promoting the Japanese Food Guide to community-dwelling elderly

Nozomi TAKAHASHI*¹, Tomoko IMAI*², Yukari TAKEMI*³

Objective: To determine the challenges facing collaboration efforts between the food industry, local governments, and community groups in a project to improve the food environment in the community and the significance of those efforts.

Methods: The Japanese Food Guide was promoted to the elderly at convenience stores through sales of nutritionally-balanced lunchboxes and distribution of brochures, among other efforts. Significance of and challenges encountered in these efforts were analyzed in three ways: classifying the method of involvement and the role of relevant organization, evaluating changes in dietary behaviors of subjects via questionnaire, and assessing the reaction of the food industry and local government officials towards this project via interview.

Results: After determining the project purpose and methods to be used, collaboration with local government officials and the food industry began, and community groups were recruited by local governments. Compared to the 52 control individuals, the 71 residents (hereafter referred to as “monitors”) involved in education and preparing lunchboxes demonstrated significantly improved understanding and self-confidence in using the food guide as well as increased frequency of discussing food and nutrition with family or friends. Staff members of the local governments reacted positively to the project in terms of “involvement of community groups in development of a new lunchbox” but identified “need for local government officials’ support afterward” as a challenge.

Conclusions: Our findings suggest that the collaboration has significant effects on community groups, while the challenges involved in collaboration between related organizations started from the planning and included the need for support from local government officials after the project had concluded.

[JJHEP ; 20 (Special Issue) : 31-42]

Key words: Japanese Food Guide Spinning Top, elderly, community group, food industry, local government

*¹ Inba health center

*² Doshisha Women’s College of Liberal Arts

*³ Kagawa Nutrition University