

平成20年度「食事バランスガイド」認知及び参考度 に関する全国調査 郵送モニター調査調査報告書

1. 調査概要

(1) 調査目的

全国における「食生活指針」、「食事バランスガイド」の認知度や参考度をとらえ、今後の施策展開をしていくにあたっての基礎資料とすることを目的とする。

(2) 調査対象

① 東京圏・近畿圏調査

東京圏(東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県)に居住する満20歳以上70歳未満の男女
近畿圏(大阪府、京都府、兵庫県、奈良県、和歌山県)に居住する満20歳以上70歳未満の男女

② 地方圏調査

地方都市(札幌市、仙台市、名古屋市、広島市、福岡市)に居住する満20歳以上70歳未満の男女
郡部・小都市(東北地方、北陸地方、九州地方)に居住する満20歳以上70歳未満の男女

(3) 抽出方法

平成17年度国勢調査の人口構成に合わせて、(株)コンピューター・プランニング・リサーチの調査モニターを対象地域ごとに年齢で層化し無作為抽出

(4) 調査方法

郵送配布・郵送回収

(5) 調査期間

平成21年2月

(6) 回収数

	調査票 郵送数※	回収数	回収率
① 東京圏・近畿圏調査	1481件	1421件	95.9%
② 地方圏調査	960件	909件	94.7%

※当該地域に居住する調査モニターのうち、アンケート調査への協力意向を示した方に、調査票を郵送している。

(7) 調査項目

調査項目	質問項目	
「食事バランスガイド」について	問1	食事バランスガイドの認知
	問2	食事バランスガイドの参考度
	問3-1	食事バランスガイドを参考にする理由
	問3-2	食事バランスガイドを参考にしない理由
	問4	食事バランスガイドなど食生活情報認知媒体
食生活指針	問5	食生活指針の認知
	問6	食生活指針の実践度
普段の食事について	問7	ご飯を食べる頻度
	問8	肉料理を食べる頻度
食育について	問9	食育に関する関心度
	問10	食育に大切な取り組み
	問11	参加したい食育に関するイベント
キャンペーンについて	問12	食事バランスガイド普及啓発ポスターの認知
	問13	ポスターの好感度
フェイス	F1	性別
	F2	年齢
	F3	居住地方
	F4	未既婚
	F5	同居家族構成
	F6	職業
	F7	自由回答

(8) 調査対象の基本属性

① 全体

項目	内容
性別	男性 49.2% 女性50.8%
年齢	20歳代 18.8% 30歳代 22.7% 40歳代 18.6% 50歳代 21.6% 60歳代 18.3%
居住地域	北海道地方 4.8% 東北地方 9.8% 関東地方 37.6% 北陸地方4.7% 東海地方 5.0% 近畿地方 23.3% 中国・四国地方 4.8% 九州・沖縄地方 9.9%
結婚の有無	未婚 29.8% 既婚 70.1% 無回答 0.1%
世帯構成	一人暮らし 11.6% 夫婦のみ 20.1% 親と子の二世帯 57.3% 親と子と孫の三世帯 8.0% その他 2.9%
職業	自営業 9.0% 農林漁業 0.6% 勤め人(常勤、派遣) 42.3% 勤め人(パート、アルバイト) 13.0% 専業主婦 22.4% 学生 3.8% 無職 7.3% その他 1.5% 無回答 0.1%

② 東京圏・近畿圏調査

項目	内容
性別	男性 49.6% 女性50.4%
年齢	20歳代 18.6% 30歳代 23.4% 40歳代 18.2% 50歳代 21.1% 60歳代 18.7%
居住地域	関東地方 61.7% 近畿地方 38.3%
結婚の有無	未婚 29.5% 既婚 70.4% 無回答 0.1%
世帯構成	一人暮らし 12.0% 夫婦のみ 21.0% 親と子の二世帯 57.6% 親と子と孫の三世帯 6.2% その他 3.1%
職業	自営業 7.9% 農林漁業 0.3% 勤め人(常勤、派遣) 42.9% 勤め人(パート、アルバイト) 12.9% 専業主婦 23.0% 学生 4.3% 無職 6.7% その他 1.9% 無回答 0.1%

③ 地方圏調査

項目	内容
性別	男性 48.5% 女性51.5%
年齢	20歳代 19.1% 30歳代 21.6% 40歳代 19.3% 50歳代 22.4% 60歳代 17.6%
居住地域	北海道地方 12.4% 東北地方 25.2% 北陸地方12.0% 東海地方 12.8% 中国・四国地方 12.3% 九州・沖縄地方 25.3%
結婚の有無	未婚 30.4% 既婚 69.6%
世帯構成	一人暮らし 11.0% 夫婦のみ 18.7% 親と子の二世帯 56.8% 親と子と孫の三世帯 10.9% その他 2.6%
職業	自営業 10.8% 農林漁業 1.1% 勤め人(常勤、派遣) 41.4% 勤め人(パート、アルバイト) 13.0% 専業主婦 21.5% 学生 3.1% 無職 8.3% その他 0.9% 無回答 0.1%

2. 調査結果のポイント

(1)「食事バランスガイド」の認知度

「内容を含めて知っている」は25.8%(東京圏・近畿圏：24.2%、地方圏：28.2%)、「名前程度は知っている」は44.5%(東京圏・近畿圏：43.9%、地方圏：45.4%)であり、合計すると認知度は70.3%(東京圏・近畿圏：68.1%、地方圏：73.6%)で、7割に達している。

(2)「食事バランスガイド」の参考度

「食事バランスガイド」を「内容を含めて知っている」と回答した人に、「食事バランスガイド」の参考度を質問した。「いつも参考にしている」が5.0%(東京圏・近畿圏：4.1%、地方圏：6.3%)、「時々参考にしている」が21.8%(東京圏・近畿圏：20.6%、地方圏：23.4%)、「たまに参考にしている」が43.0%(東京圏・近畿圏：43.0%、地方圏：43.0%)で、合計すると参考度は69.8%(東京圏・近畿圏：67.7%、地方圏：72.7%)と、ほぼ7割に達している。

「食事バランスガイド」を知らない人も含む調査対象者全体の人数での参考度は18.0%(東京圏・近畿圏：16.4%、地方圏：20.5%)である。

(3)食生活指針の認知度

「内容を含めて知っている」は9.0%(東京圏・近畿圏：7.6%、地方圏：11.2%)、「名前程度は知っている」は37.5%(東京圏・近畿圏：36.1%、地方圏：39.7%)であり、合計すると認知度は46.5%(東京圏・近畿圏：43.7%、地方圏：50.9%)である。

(4)食生活指針の実践度

13項目のうち8項目で《できている》(「ほとんどできている」と「おおむねできている」の合計)が5割を超えており、多くは実践されている。しかし「栄養成分表示を見て、食品や外食を選ぶ習慣を身につけましょう」の《できている》は26.4%と低く、「食文化や地域の産物を活かし、ときには新しい料理を」(40.5%)、「自分の食生活を見直してみよう」(40.3%)も4割程度にとどまっている。

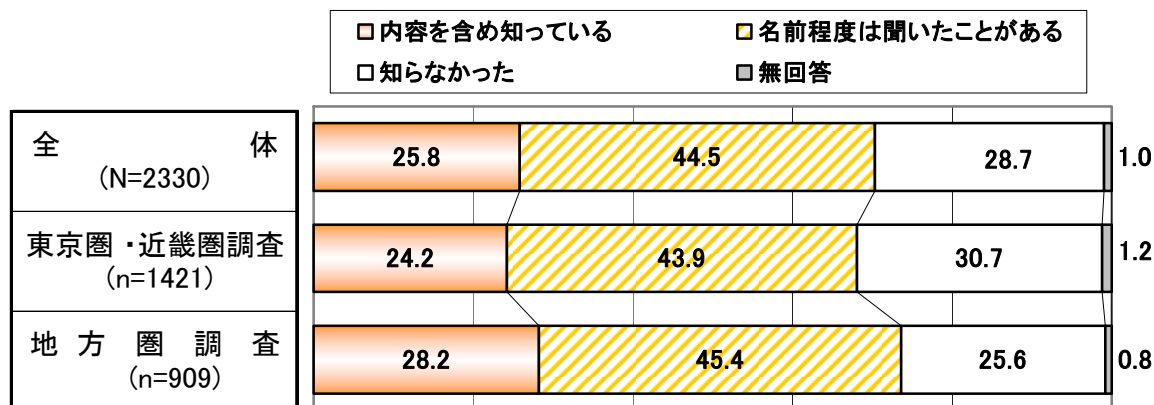
3. 「食事バランスガイド」について

(1) 「食事バランスガイド」の認知度

「食事バランスガイド」の認知度は、全体では「内容を含めて知っている」が25.8%である。「名前程度は聞いたことがある」の44.5%を合計した《認知計》は70.3%と7割に達している。

地域別にみると、東京圏・近畿圏は「内容を含めて知っている」が24.2%で《認知計》は68.1%である。地方圏は「内容を含めて知っている」が28.2%で《認知計》は73.6%と、東京圏より5.5ポイント高い。

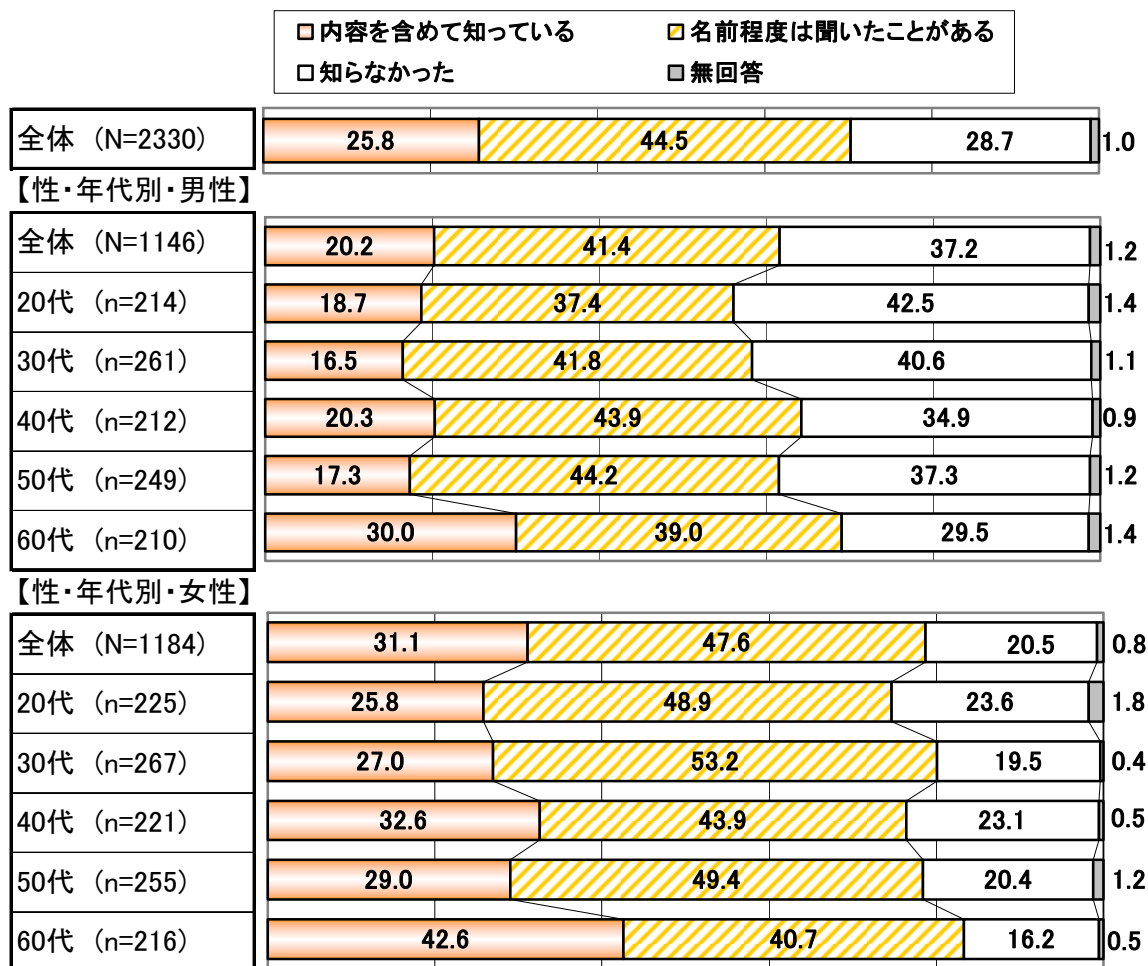
問1. 食事バランスガイドの認知



男女別にみると、女性は「内容を含めて知っている」が31.1%であり、男性の20.2%より10.9ポイント高い。

性・年代別にみると、男性の「内容を含めて知っている」は20代～50代までが15～20%程度だが、60代では30.0%と3割に達している。女性の「内容を含めて知っている」は、20代～50代までが25～30%程度で、60代では42.6%と4割を超えている。

問1. 食事バランスガイドの認知

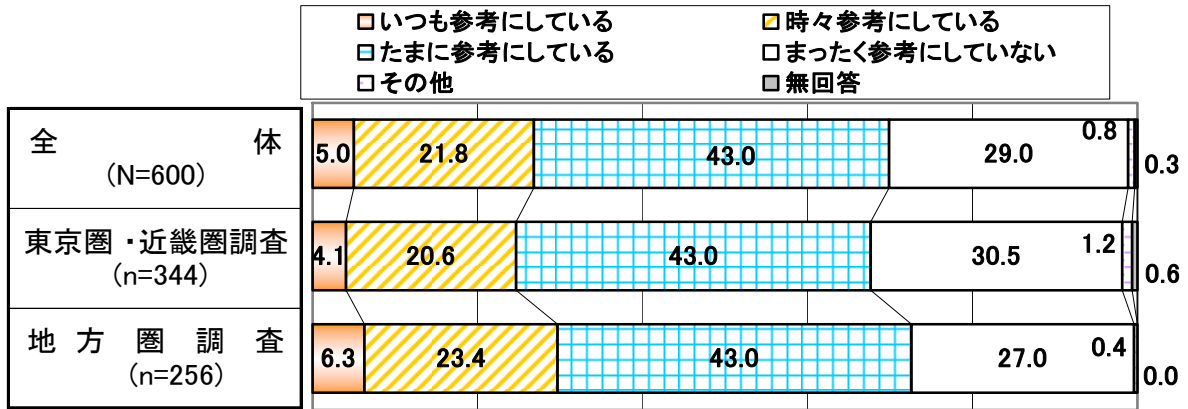


(2)「食事バランスガイド」の参考度

「食事バランスガイド」を「内容を含めて知っている」と回答した人に、「食事バランスガイド」の参考度を質問したところ、全体では「いつも参考にしている」が5.0%、「時々参考にしている」が21.8%、「たまに参考にしている」が29.0%である。これらを合計した《参考にしている》は69.8%と、ほぼ7割に達している。

地域別にみると、《参考にしている》は東京圏・近畿圏で67.7%、地方圏で72.7%と、地方圏の方が5.0ポイント高い。

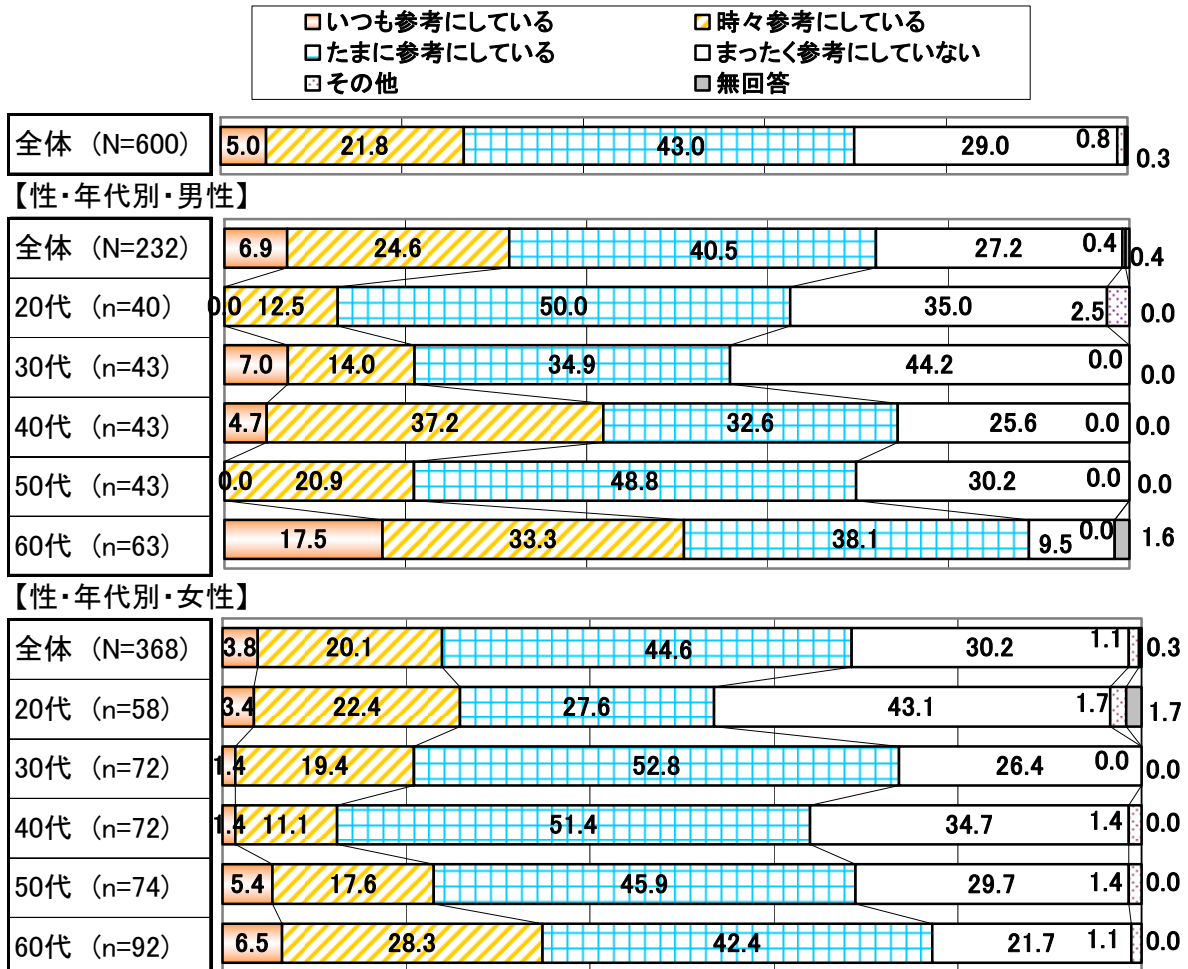
問2. 食事バランスガイドの参考度



男女別にみると、男性の《参考にしている》は72.0%、女性の《参考にしている》は68.5%である。

性・年代別にみると、男性40代以上では《参考にしている》がほぼ7割以上に達している。特に男性60代では88.9%とほぼ9割に達している。女性では30代で73.6%、50代で68.9%、60代で77.2%がほぼ7割以上となっている。

問2. 食事バランスガイドの参考度

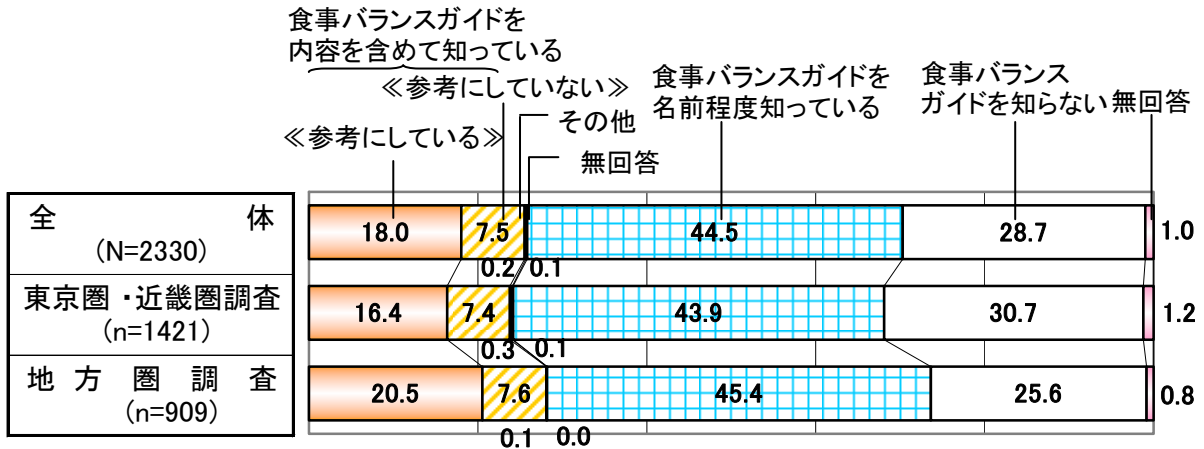


(2)「食事バランスガイド」の参考度(全対象者)

調査対象者全体の人数に対する《参考にしている》は全体では18.0%である。

地域別にみると、東京圏・近畿圏では16.4%、地方圏では20.5%と、地方圏の方が4.1ポイント高い。

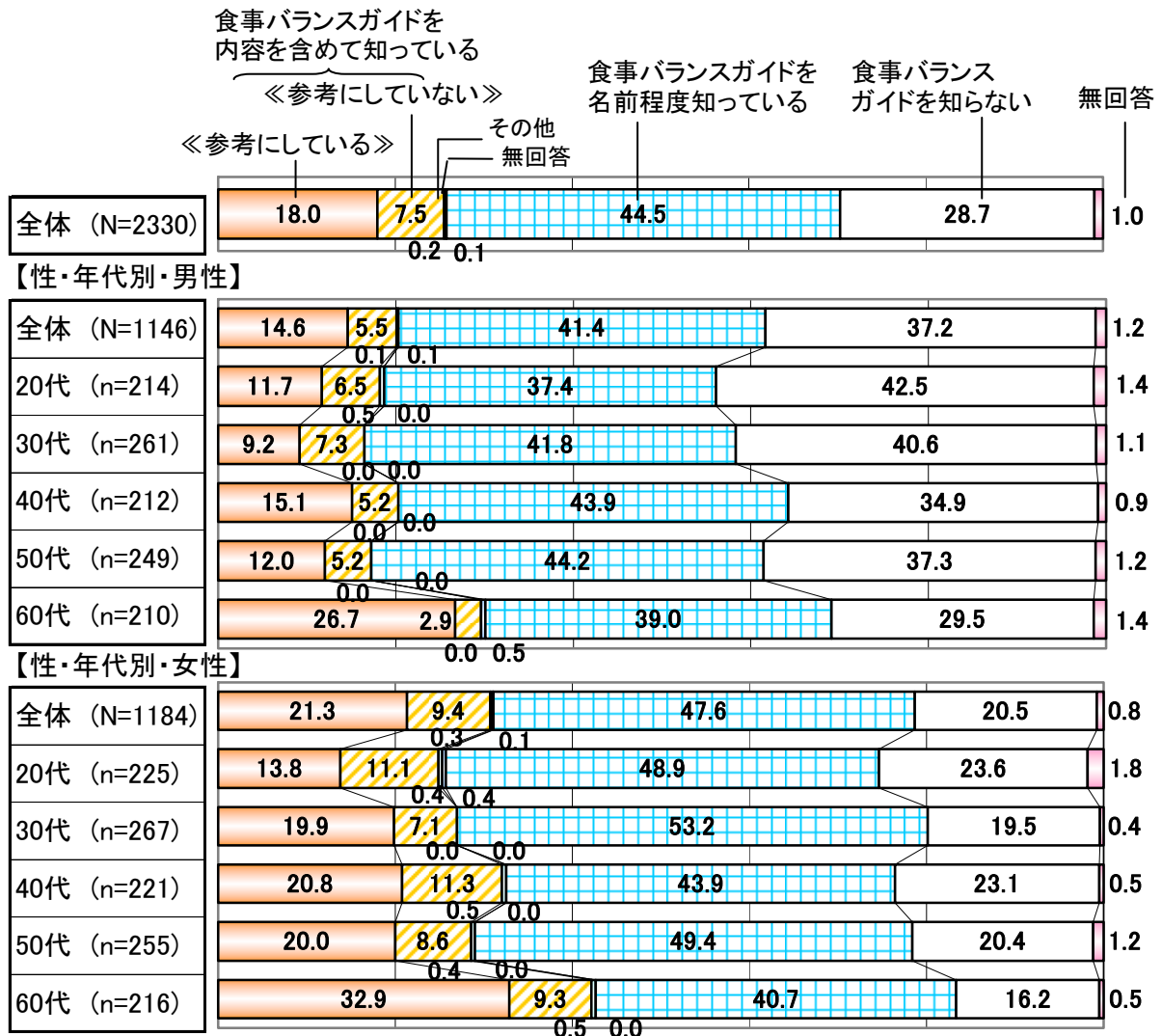
問1+問2. 食事バランスガイドの認知度・参考度



男女別にみると、《参考にしている》は男性で14.6%、女性で21.3%と、女性の方が6.7ポイント高い。

性・年代別に《参考にしている》をみると、男女とも60代が高く、男性60代では26.7%、女性では32.9%と3割を超えている。

問1+問2. 食事バランスガイドの認知度・参考度



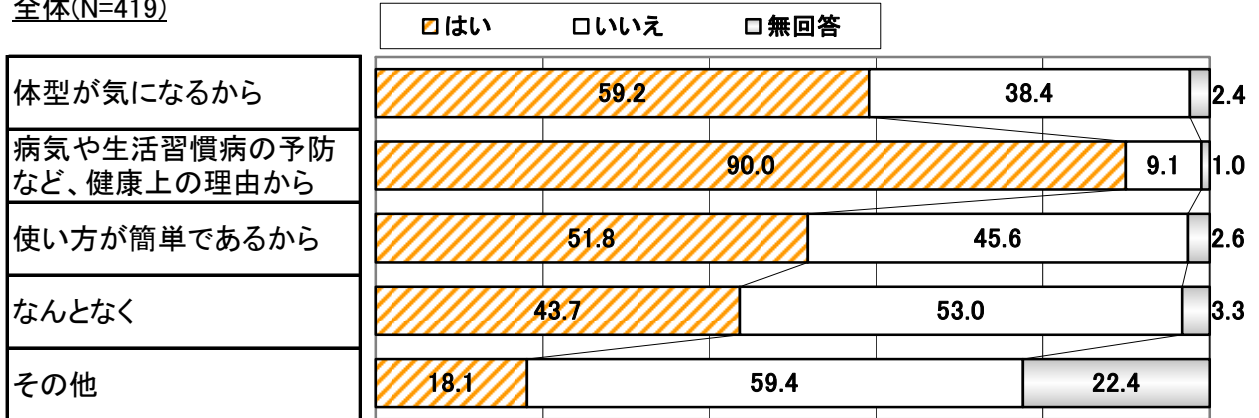
(3)「食事バランスガイド」参考にしている理由

「食事バランスガイド」を《参考にしている》と回答した人に、「食事バランスガイド」を参考にしている理由を質問したところ、全体では「病気や生活習慣病の予防など、健康上の理由から」に「はい」と回答する率が90.0%と9割に達している。次に「体型が気になるから」(59.2%)、「使い方が簡単であるから」(51.8%)と続く。

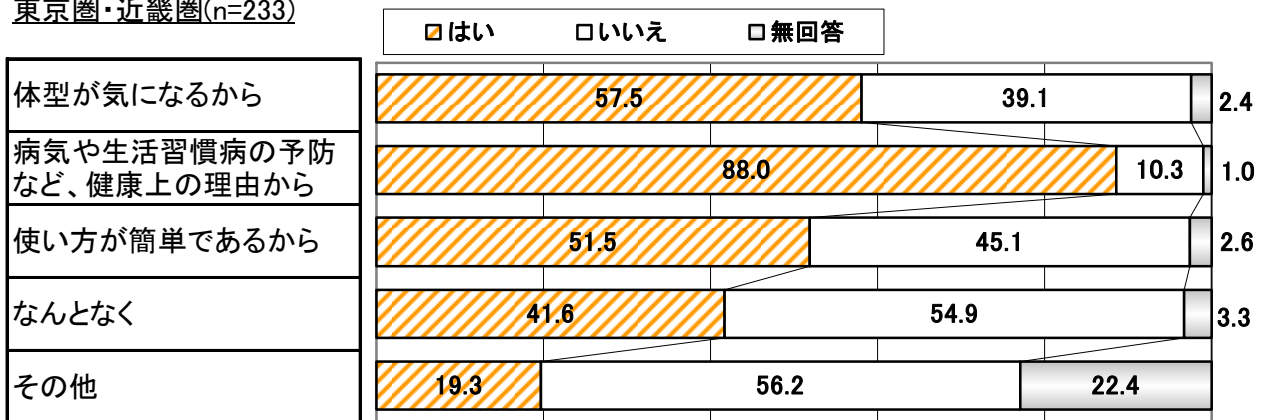
地域別にみても「病気や生活習慣病の予防など、健康上の理由から」は、東京圏・近畿圏で88.0%、地方圏で92.5%と9割前後で非常に高くなっている。

問3-1. 食事バランスガイドを参考にする理由

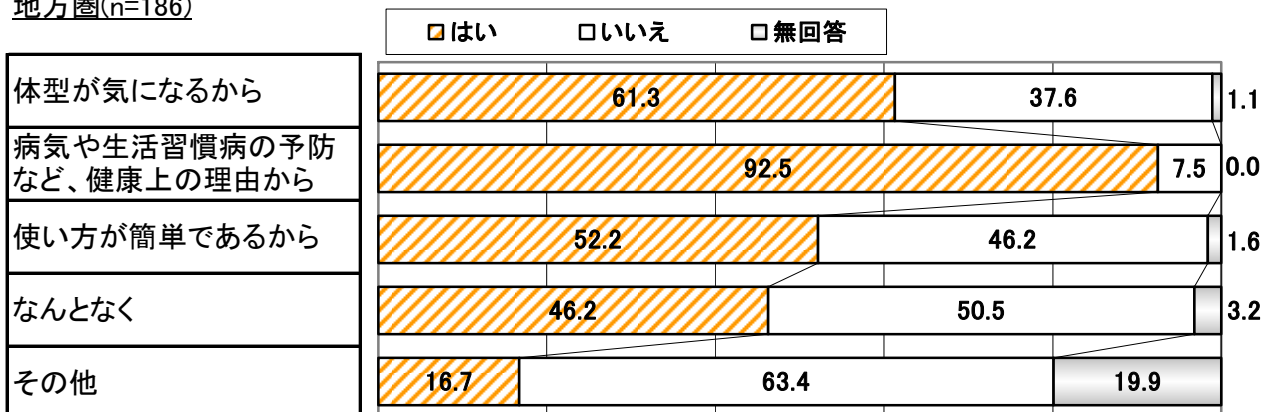
全体(N=419)



東京圏・近畿圏(n=233)



地方圏(n=186)



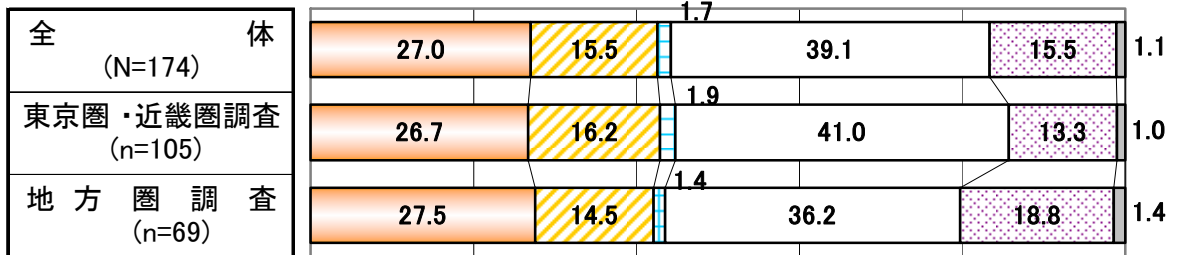
(4)「食事バランスガイド」参考にしている理由

「食事バランスガイド」を「まったく参考にしていない」と回答した人に、「食事バランスガイド」を参考にしていない理由を質問したところ、全体では「面倒だから」が39.1%が最も高く、「既にバランスの良い食生活をおくっているから」(27.0%)と続く。

地域別にみても、「面倒だから」は東京圏・近畿圏で41.0%、地方圏で36.2%と最も高い。

問3-2. 食事バランスガイドを参考にしない理由

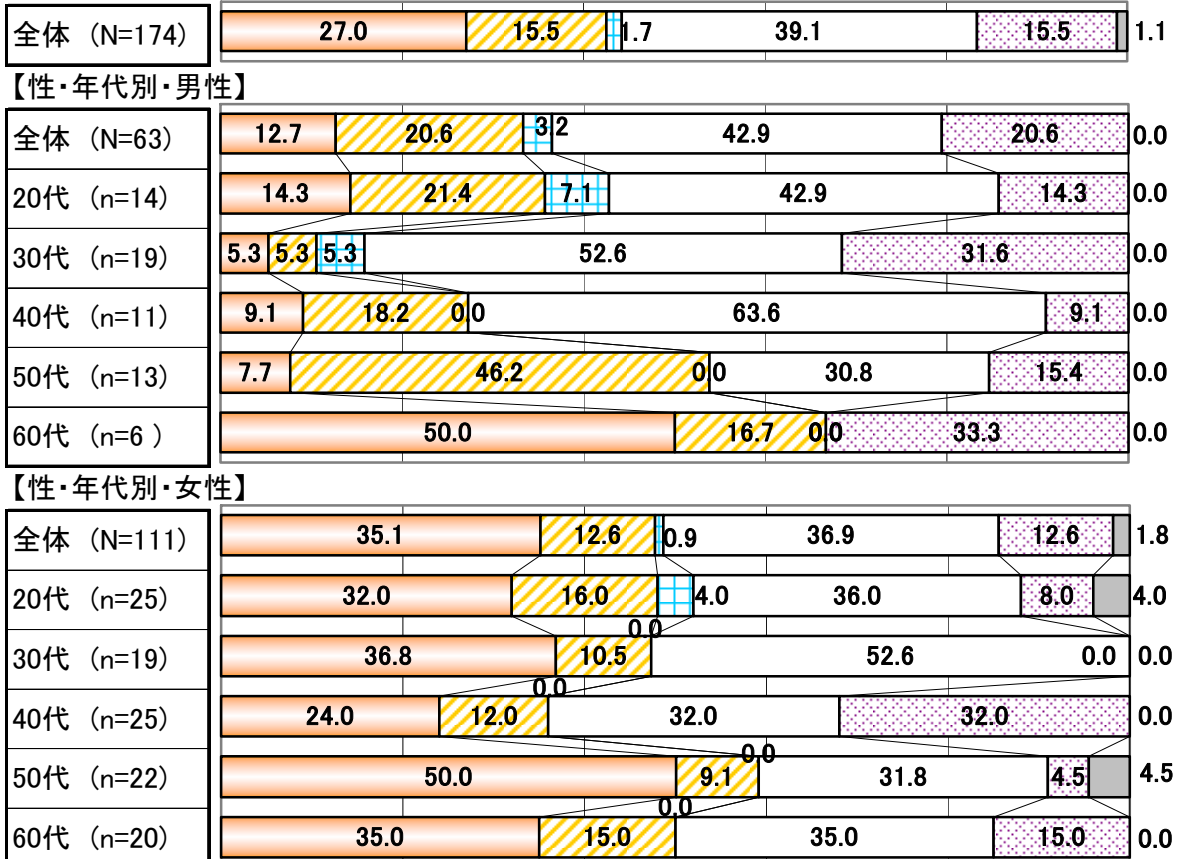
- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 既にバランスの良い食生活をおくっているから | <input type="checkbox"/> どのように参考にしたら良いのかわからないから |
| <input type="checkbox"/> バランスの良い食生活に特に興味がないから | <input type="checkbox"/> 面倒だから |
| <input type="checkbox"/> その他 | <input type="checkbox"/> 無回答 |



性・年代別ではサンプル数が少ないため十分な分析はできないが、男性では「面倒だから」が42.9%と4割を超え、次の「どのように参考にしたら良いのかわからないから」(20.6%)の倍以上となっているのに対し、女性では「面倒だから」(36.9%)と「既にバランスの良い食生活を送っているから」(35.1%)が同程度となっている。

問3-2. 食事バランスガイドを参考にしない理由

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 既にバランスの良い食生活をおくっているから | <input type="checkbox"/> どのように参考にしたら良いのかわからないから |
| <input type="checkbox"/> バランスの良い食生活に特に興味がないから | <input type="checkbox"/> 面倒だから |
| <input type="checkbox"/> その他 | <input type="checkbox"/> 無回答 |

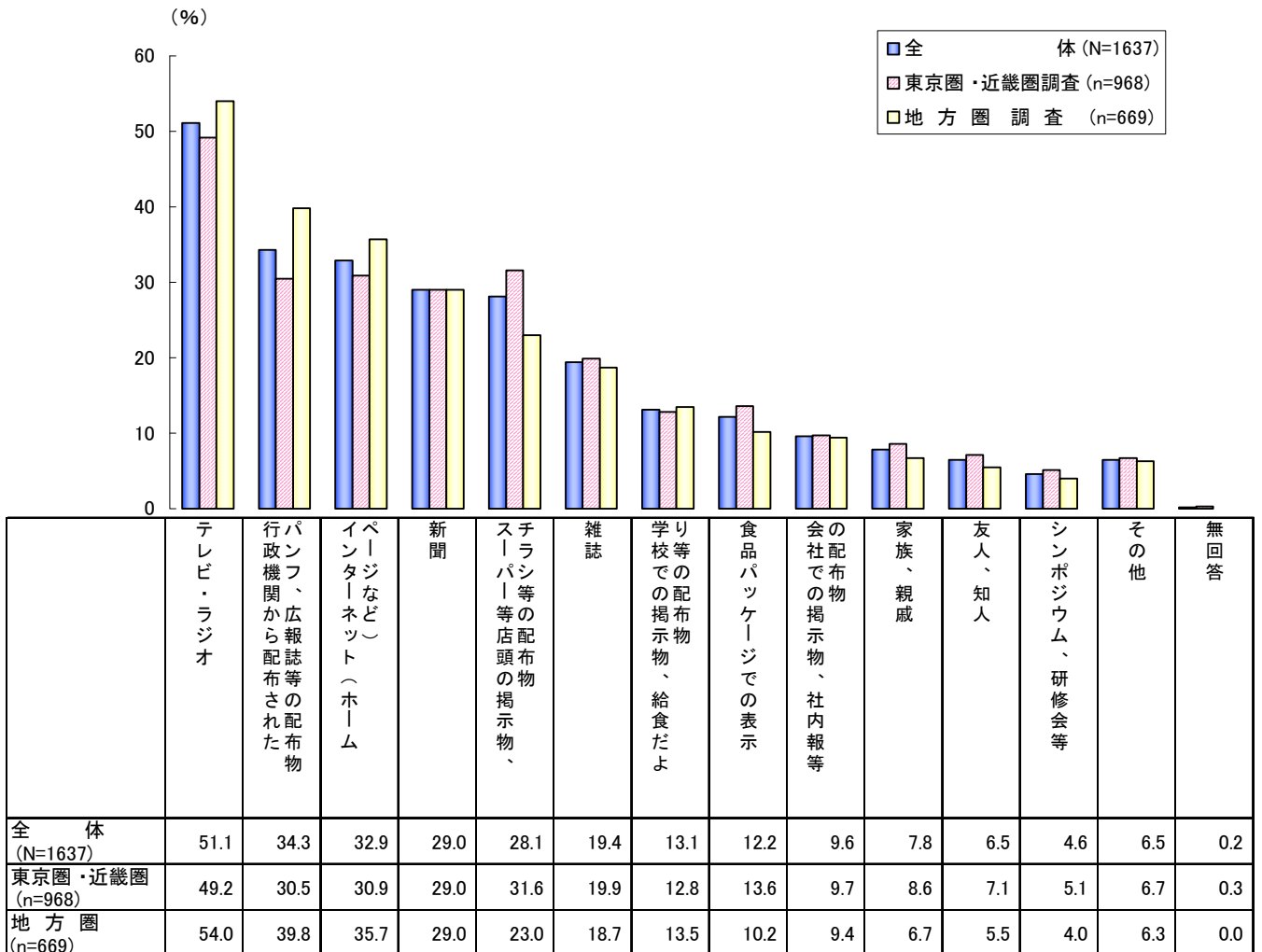


(5)「食事バランスガイド」の認知経路

「食事バランスガイド」を「内容を含めて知っている」「名前程度は聞いたことがある」と回答した人に、「食事バランスガイド」などの食生活に関する情報の認知経路を質問したところ、全体では「テレビ」が51.1%で最も高く、5割に達している。次に「行政機関から配布されたパンフ、広報誌等の配布物」(34.3%)、「インターネット」(32.9%)、「新聞」(29.0%)、「スーパー等店頭の提示物、チラシ等の配布物」(28.1%)が2割台後半から3割台前半で続く。

地域別にみると、東京圏・近畿圏、地方圏ともに「テレビ」が5割前後で最も高いが、東京圏・近畿圏では「スーパー等店頭の提示物、チラシ等の配布物」(31.6%)、「インターネット」(30.9%)、「行政機関から配布されたパンフ、広報誌等の配布物」(30.5%)、「新聞」(29.0%)が同程度なのに対し、地方圏では「行政機関から配布されたパンフ、広報誌等の配布物」(39.8%)が約4割に達し、「インターネット」(35.7%)、「新聞」(29.0%)、「スーパー等店頭の提示物、チラシ等の配布物」(23.0%)の順になる。

問4. 食事バランスガイドなど食生活情報認知媒体



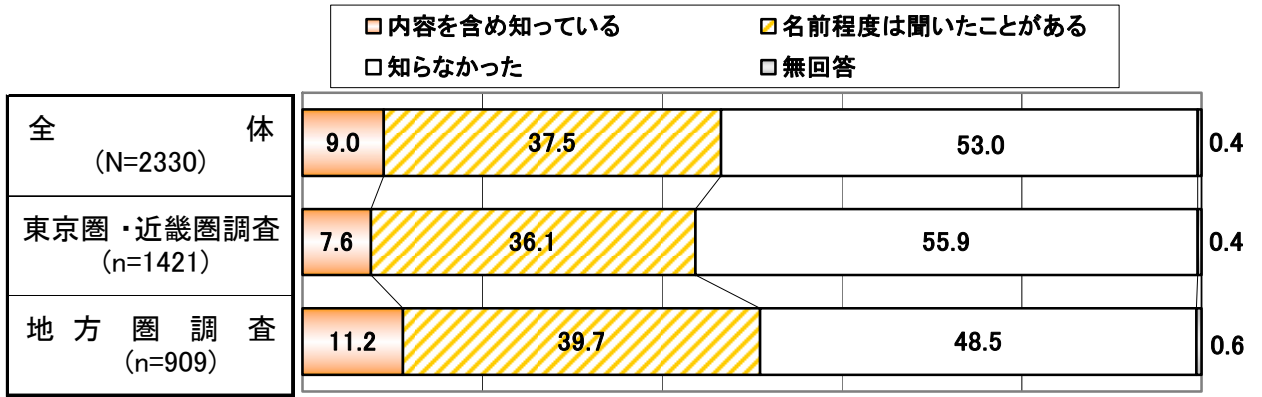
4. 食生活指針について

(1) 食生活指針の認知度

食生活指針の認知度は、全体では「内容を含めて知っている」が9.0%である。「名前程度は聞いたことがある」の37.5%を合計した《認知計》は46.5%である。

地域別にみると、東京圏・近畿圏は「内容を含めて知っている」が7.6%で《認知計》は43.7%である。地方圏は「内容を含めて知っている」が11.2%で《認知計》は50.9%と、東京圏より7.2ポイント高い。

問5. 食生活指針の認知

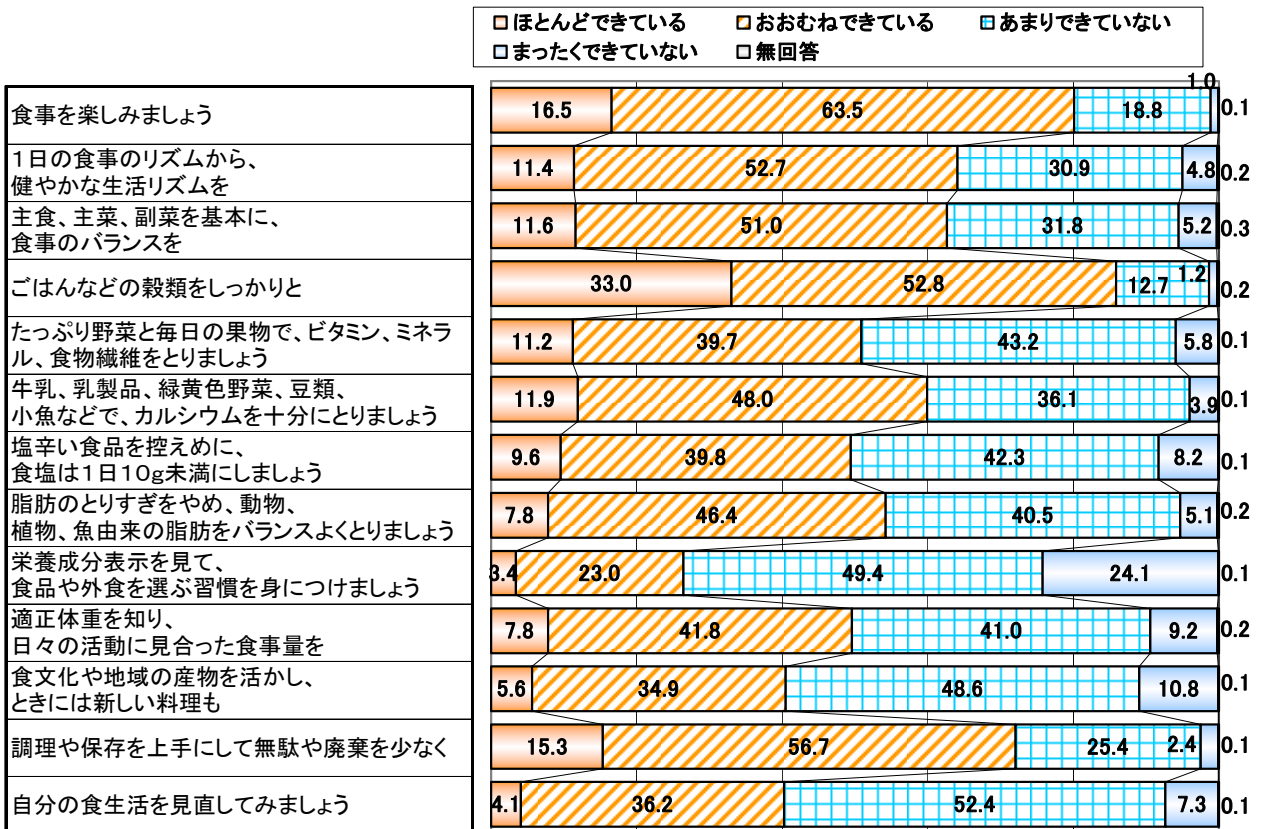


(2) 食生活指針の実践度

全体の結果では13項目のうち8項目で「ほとんどできている」「おおむねできている」を合計した《できている》が5割を超えている。「塩辛い食品を控えめに、食塩は1日10g未満にしましょう」(49.4%)と「適正体重を知り、日々の活動にあった食事量を」(49.6%)も、ほぼ5割に達している。特に「食事を楽しみましょう」(80.0%)、「ごはんなどの穀類をしっかりと」(85.8%)では《できている》が8割を超えている。

《できている》が5割を大きく下回っているのは「栄養成分表示を見て、食品や外食を選ぶ習慣を身につけましょう」(26.4%)である。「食文化や地域の産物を活かし、ときには新しい料理を」(40.5%)、「自分の食生活を見直してみましょう」(40.3%)も4割程度にとどまっている。

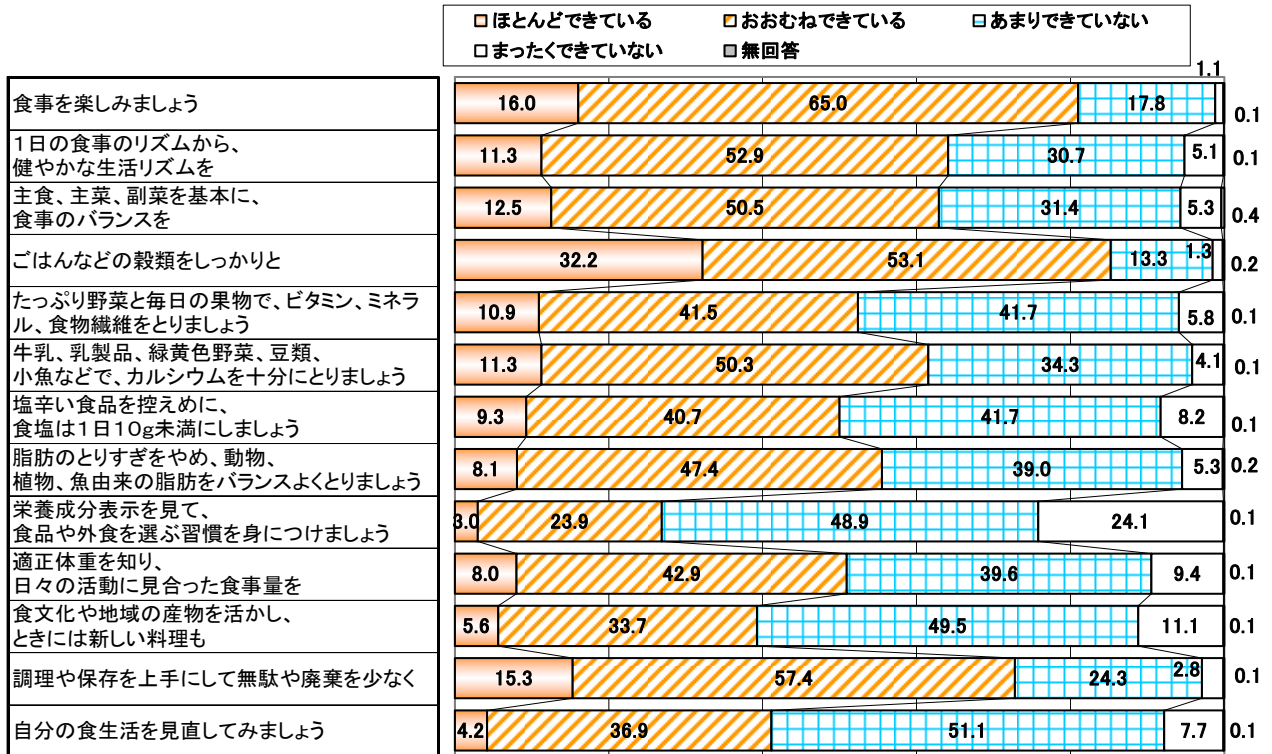
問6. 食生活指針の実践度 <全ベース>



東京圏・近畿圏の結果では13項目のうち10項目で「ほとんどできている」「おおむねできている」を合計した《できている》が5割を超えている。特に「食事を楽しませよう」(81.0%)、「ごはんなどの穀類をしっかり」と(85.2%)では《できている》が8割を超えている。

《できている》が5割を大きく下回っているのは「栄養成分表示を見て、食品や外食を選ぶ習慣を身につけませよう」(27.0%)である。「食文化や地域の産物を活かし、ときには新しい料理を」(39.3%)、「自分の食生活を見直してみませよう」(41.2%)も4割程度にとどまっている。

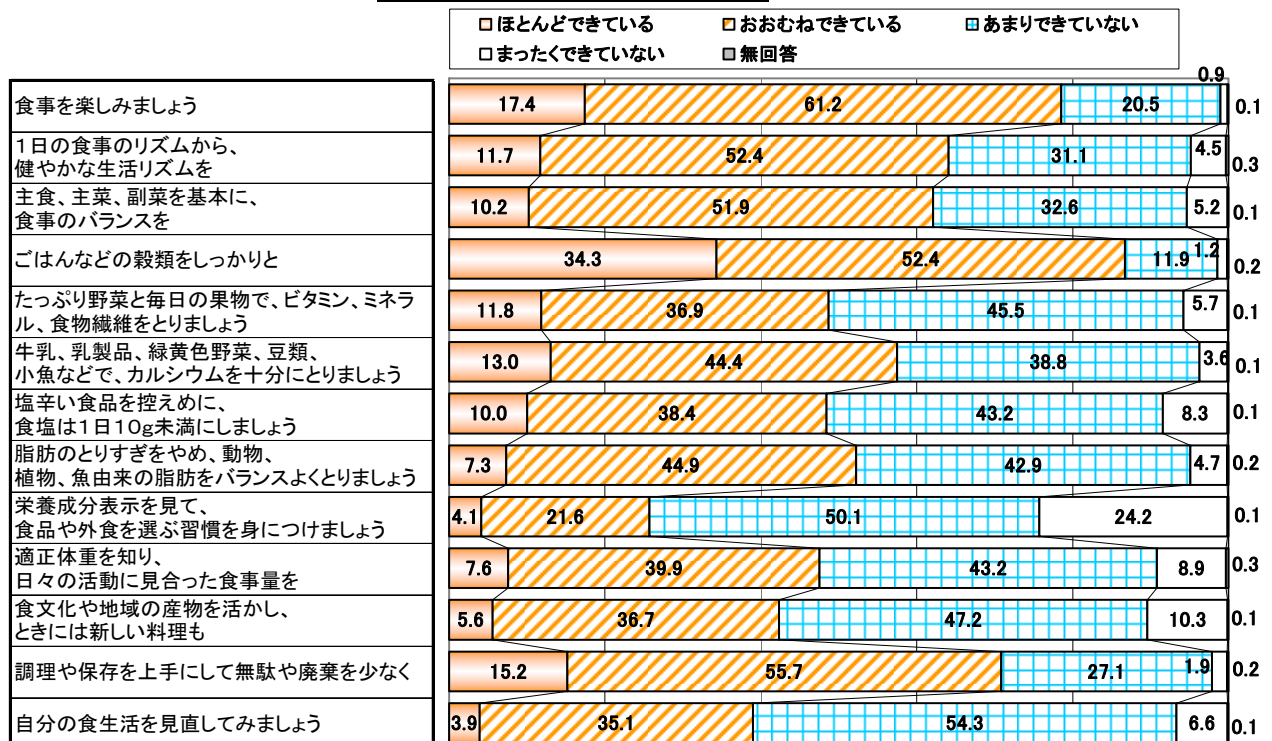
問6. 食生活指針の実践度 <東京圏・近畿圏>



地方圏の結果では《できている》が5割を超えているのは7項目と少ない。全体的に《できている》も低く、8割を超えているのは「ごはんなどの穀類をしっかり」と(86.7%)だけである。

《できている》が5割を大きく下回っているのは「栄養成分表示を見て、食品や外食を選ぶ習慣を身につけませよう」(25.6%)である。「食文化や地域の産物を活かし、ときには新しい料理を」(42.4%)、「自分の食生活を見直してみませよう」(38.9%)も4割程度にとどまっている。

問6. 食生活指針の実践度 <地方圏>

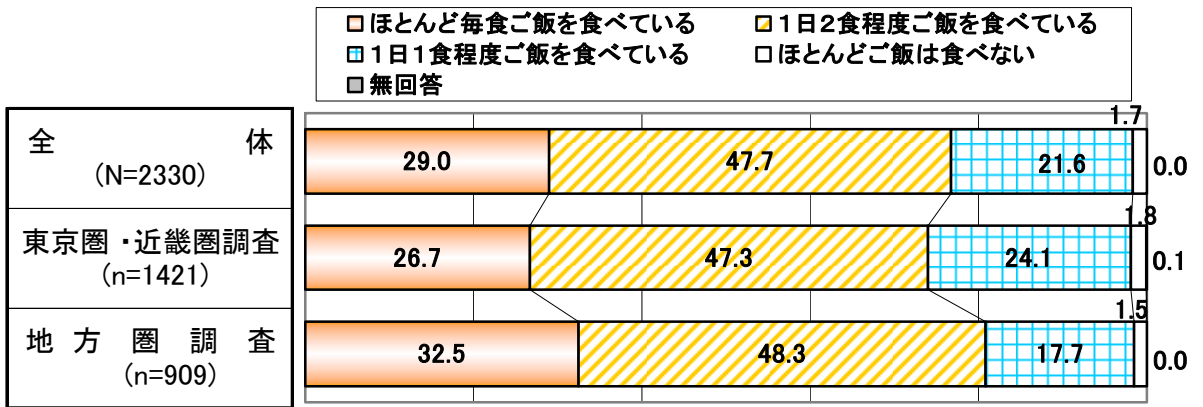


5. 普段の食事について

(1) ご飯を食べる頻度

全体の結果では「ほとんど毎食ご飯を食べている」が29.0%、「1日2食程度はご飯を食べている」が47.7%、「1日1食程度ご飯を食べている」が21.6%で、合計すると98.3%とほとんどの人が《ごはんを1日1食以上》食べている。東京圏・近畿圏(26.7%)より地方圏(32.5%)の方が「ほとんど毎食ご飯を食べている」率が高い。

問7. ご飯を食べる頻度

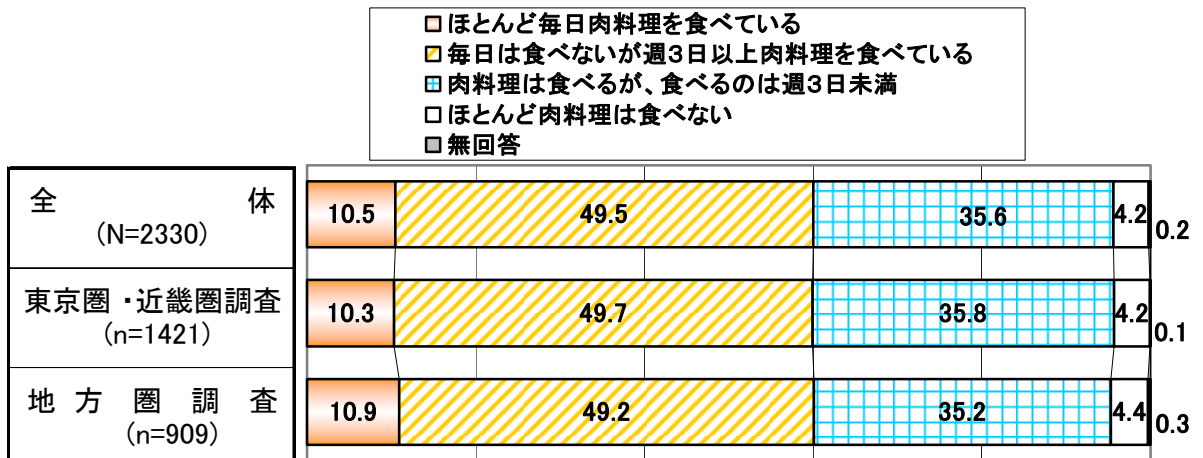


(2) 肉料理を食べる頻度

全体の結果では「毎日食べないが週3日以上肉料理を食べている」が49.5%とほぼ5割に達している。「肉料理は食べるが週3日未満」が35.6%、「ほとんど毎日肉料理を食べている」は10.5%と低い。

東京圏・近畿圏と地方圏でも違いはなく、ほとんど同様の結果である。

問8. 肉料理を食べる頻度



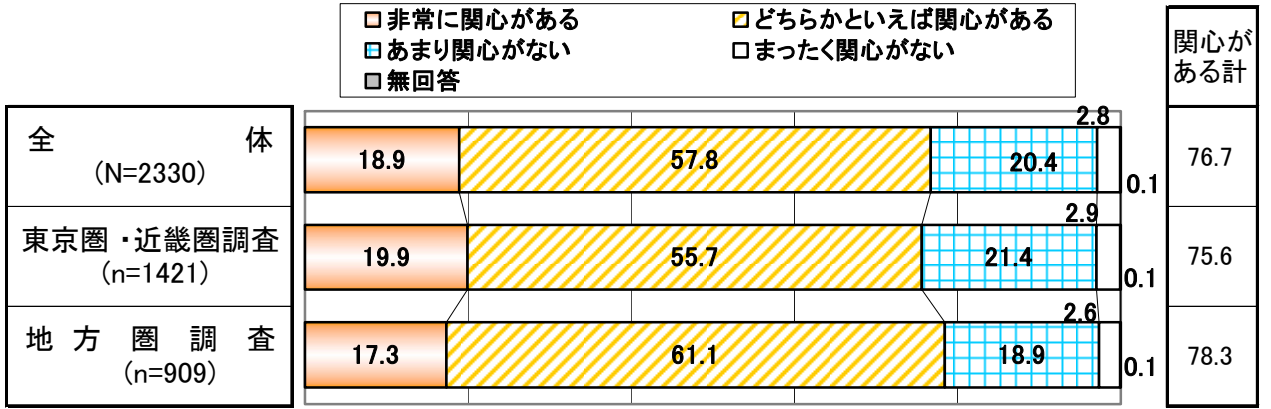
6. 食育について

(1) 食育への関心度

全体の結果では「食育」に関して「非常に関心がある」が18.9%、「どちらかといえば関心がある」が57.8%で、合計した《関心がある》は76.7%と7割を超えている。

東京圏・近畿圏では《関心がある》は75.6%、地方圏では78.3%である。

問9. 食育に対する関心度

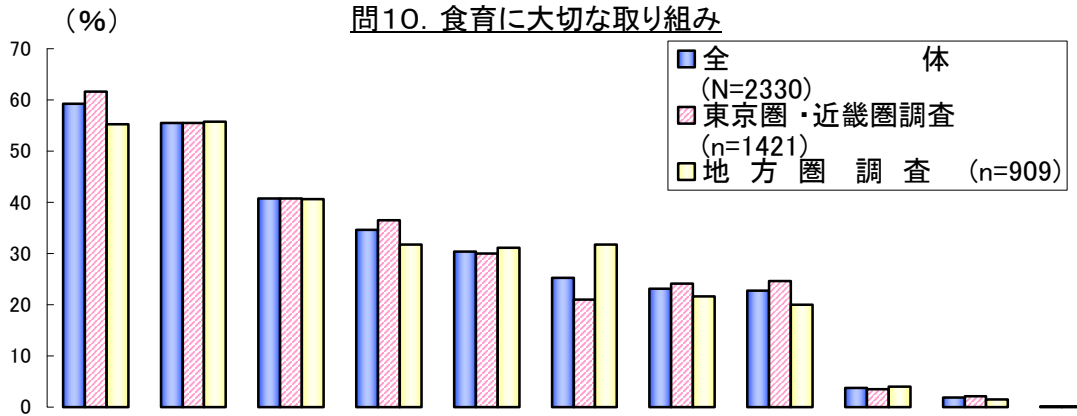


(2) 食育に大切な取り組み

全体の結果では、食育に大切な取り組みとして「栄養バランスの改善」(59.2%)、「食生活(規則正しく食べる)の改善」(55.5%)の2項目が5割を超えている。次に「食べ残し・廃棄の減少」(40.7%)、「食品の安全性に関する知識の習得」(34.6%)、「食料自給率の向上」(30.4%)と続く。

東京圏・近畿圏は全体の結果と上位項目は同じであるが、地方圏では「地産地消」(31.7%)が東京圏・近畿圏(21.0%)より高い。

問10. 食育に大切な取り組み



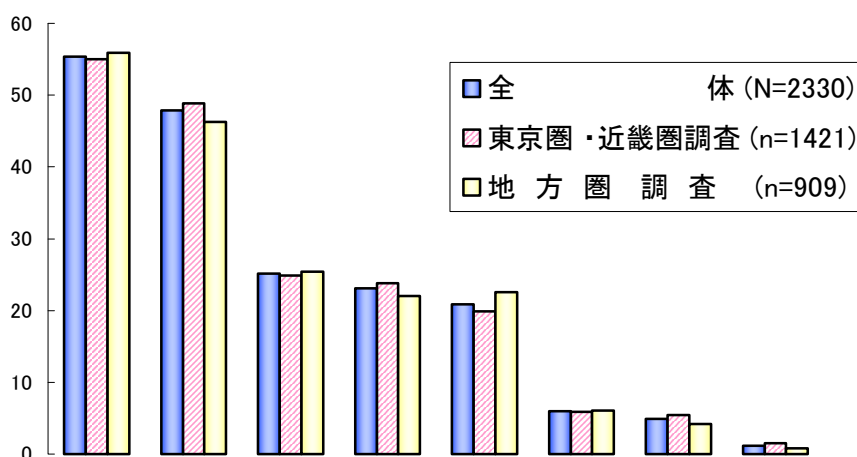
	栄養バランスの改善	食生活(規則正しく食べる)の改善	食べ残し・廃棄の減少	食品の安全性に関する知識の習得	食料自給率の向上	地産地消の推進	“の肥満”や“やせ”の問題の改善	食文化・伝統の継承	農業・林業・水産業に対する食理解	その他	無回答
全体 (N=1637)	59.2	55.5	40.7	34.6	30.4	25.2	23.1	22.8	3.7	1.9	0.1
東京圏・近畿圏 (n=968)	61.6	55.5	40.8	36.5	30.0	21.0	24.1	24.6	3.5	2.1	0.1
地方圏 (n=669)	55.3	55.7	40.6	31.8	31.1	31.7	21.6	20.0	4.0	1.5	0.1

(3) 参加したい食育に関するイベント

全体の結果では、食育に関して参加したいイベントとして「料理教室・料理講習会」(55.4%)、「食品製造・流通施設の見学」(47.9%)の2項目が高い。

東京圏・近畿圏、地方圏とも同様である。

問11. 参加したい食育に関するイベント (%)



	料理教室・料理講習会	食品製造・流通施設の見学	健康・栄養相談会	農林漁業体験	講演会・シンポジウム	フォーラム、活動発表会	その他	無回答
全 体 (N=2330)	55.4	47.9	25.1	23.1	20.9	6.0	4.9	1.2
東京圏・近畿圏調査 (n=1421)	55.0	48.9	24.9	23.8	19.9	5.9	5.4	1.5
地方圏調査 (n=909)	55.9	46.3	25.4	22.0	22.6	6.1	4.2	0.8

7. キャンペーンについて

(1) 普及啓発ポスターの認知

全体の結果では、食事バランスガイド普及啓発ポスターを「見たことがある」は24.6%である。東京圏・近畿圏では23.2%、地方圏では27.0%である。

問12. 食事バランスガイド普及啓発ポスターの認知

	□見たことがある	□見たことがない	□無回答
全 体 (N=2330)	24.6	75.3	0.0
東京圏・近畿圏調査 (n=1421)	23.2	76.8	0.1
地方圏調査 (n=909)	27.0	73.0	0.0

(2) ポスターの好意度

全体の結果では「普及啓発ポスター」に関して「好感を持った」が28.9%、「やや好感を持った」が43.0%で、合計した《好感を持った》は71.9%と7割を超えている。

東京圏・近畿圏では《好感を持った》は70.9%、地方圏では73.5%である。

問13. ポスターの好感度

	□好感を持った	□やや好感を持った	□どちらともいえない	□あまり好感を持たなかった	□好感を持たなかった	□無回答	好感を持った計
全 体 (N=2330)	28.9	43.0	21.8	4.8	1.5	0.0	71.9
東京圏・近畿圏調査 (n=1421)	28.2	42.6	22.3	5.3	1.4	0.1	70.9
地方圏調査 (n=909)	30.0	43.5	21.1	3.9	1.5	0.0	73.5