



健康管理研究 協議会シンポ

食育を考える

職域への メッセージ

近年のわが国における「食」をめぐるのは、朝食欠食率の増加、加工食品や特定食品への過度の依存、いきすぎたダイエット志向、過剰栄養摂取などさまざまな問題が指摘され、心身の健康への影響が懸念されている。このため、適正な栄養摂取を促す働きかけや、食環境の整備などの総合的な取り組みが求められており、健康日本21でも「栄養・食生活」は、重点項目の筆頭に取り上げられている。また、与党内では「食育」を一大国民運動として展開させるための「食育基本法」制定にむけての動きが活発化している。そこで今回は、「食育を考える」と題して先ごろ開かれた第42回健康管理研究協議会総会のシンポジウム「食を科学する 職域へのメッセージ」(写真)の要旨を紹介する。

正しい情報提供と

食環境の整備がポイント

職域と地域の 運動による 食環境整備が 求められる

武見ゆかり女子栄養大学助教授は、「職場における食育若年労働者の行動変容と職場の食環境整備をねらう」と題して「食生活」において、とくに多くの問題を抱えているのは20歳代から40歳代の男性である」と述べ、「この年代層の課題として、肥満、高血圧、高脂血症、高血糖などの有所見率や朝食欠食率、身体状

態や問題点を把握していない人の割合の高さを示し、これらを改善するためには職域での働きかけが不可欠であると指摘した。また、効果的な栄養教育を行うためには、身体面、食物摂取内容の事前アセスメントに基づく一定期間にわたる継続的、かつ集中的な介入、個々人の状態に対応した具体的な改善目標の設定とその達成状況のモニタリング、改善目標達成のための具体的な知識・スキルの習得、介入の評価を個人へフィードバック、集団学習による仲間同士の励ましあいや相互連帯、といった点がポイントになるとした上で、「若年成人への栄養・食教育の診断・評価の指標に関する総合的研究」について次のように述べた。

表1 参加型学習群の学習プログラム

目的: 食生活をより良くしようという、主体的な食態度の形成	
第1回	・食生活改善ニーズの自己確認のためのグループワークと全体での共有 ・専門家からの知識の修得 ・自分の生活改善目標を持つ
第2回	・自分の必要エネルギー量の把握 ・栄養成分表示の見方の理解 ・バランス良い料理の組み合わせ(主食・主菜、副菜)の理解 ・第3回の学習内容決定への参画
第3回	・脂質エネルギー比の理解 ・1食あたりの適量の把握(弁当箱ダイエツ法) ・自分の生活改善目標の修正

「この研究は、職場で軽度所見のある20歳代から40歳代の人たちを対象としたもので、主体的な食態度の形成を目的とした学習による参加型学習群(表1)と、1回の個別指導と文書による情報提供を行う個別指導群との2群に

その結果、参加型学習群では、身体面、食生活をどの程度が改善されるまでに発展していた。さらにそうした要望を受けて担当課や栄養士、給食委託会社による協議がなされ、社員食堂のメニューや表示が見直されるなど、組織レベルの変化という波及効果にもつながっている。

武見助教授は、「当事者への働きかけとともに、社員食堂や売店、飲食店で提供される『食』の改善への取り組みが重要である。このため、今は職域と地域が連動した食環境の整備が求められる」としめくくった。

感性による 食事選びから、 理性による 食事選びへ

武見助教授は、「当事者への働きかけとともに、社員食堂や売店、飲食店で提供される『食』の改善への取り組みが重要である。このため、今は職域と地域が連動した食環境の整備が求められる」としめくくった。

ヘルシーランチが広からない理由としては、喫食者側にはヘルシーランチを選択するための動機や知識がない、変化と選択の欲求が満たされない、ヘルシーランチに「おいしい」というイメージがない

表2 介入による影響・結果評価の枠組みと指標

評価の側面	評価指標
身体面(栄養状態)	BMI、総コレステロール、中性脂肪など
食物摂取面	食物摂取頻度、昼食摂取エネルギー、F/E比
食行動	朝食摂取、食事づくり行動、情報交換行動
食知識・食スキル・食態度	食スキル、食セルフエフィカシー、食生活変容段階
周囲の人の支援	家族の協力、友人・仲間の協力
食環境(情報/食物へのアクセス)	職場や職域の条件整備の認識

図1 弁当箱ダイエツ(食事)法

自分にちょうどよいお弁当は?

主食	3
主菜	1
副菜	2

1. 弁当箱の容量は、作りたいエネルギー量と同じ(700kcal 700cc)
2. 弁当箱の容量(ml)の70~80%を目安に料理がつまっている(重量g)
3. 主食、主菜、副菜の面積比は3:1:2
4. 似た調理法を重ならない
5. きれいに、かつ隙間なくつめる

針谷順子: 料理選択型栄養教育をふまえた1食単位の食事構成力形成に関する研究「弁当箱ダイエツ法」による食事の適量把握に関する介入研究プログラムとその評価一。栄養学雑誌, 61, 349-356, 2003

図2 好ましい食生活を支援するためには食環境整備と、それに関する情報が必要

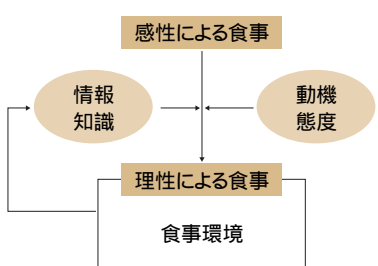
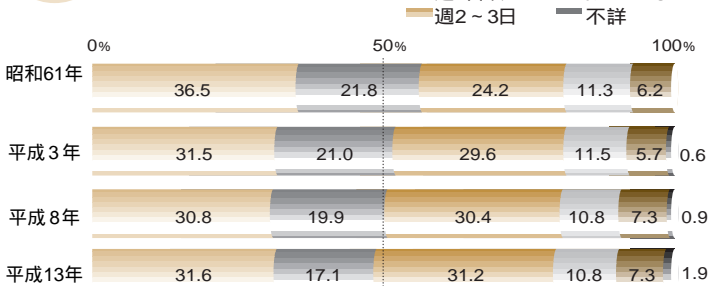


図3 家族揃って夕食をとる頻度



「ヘルシー」のイメージは人によってさまざまだが、ヘルシーランチとして成立させるためには、ルックス、ヘルシーと思われる食材の使用、味、売る側にとっての置き続ける魅力、といった条件を満たす必要がある。また、このような状況のなかで健康管理部門が発信できることには、「給食部門との連携や、給食会社本社からの支援、保健所との連携など」がポイントとなる。また、健康診断データや、健康診断レポートや、健康に関する情報、マーケットの商品情報などがある」と述べ、「人は元来、感性による食事を選ぶものだが、ヘルシーランチが広からない理由としては、喫食者側にはヘルシーランチを選択するための動機や知識がない、変化と選択の欲求が満たされない、ヘルシーランチに「おいしい」というイメージがない

「ヘルシー」のイメージは人によってさまざまだが、ヘルシーランチとして成立させるためには、ルックス、ヘルシーと思われる食材の使用、味、売る側にとっての置き続ける魅力、といった条件を満たす必要がある。また、このような状況のなかで健康管理部門が発信できることには、「給食部門との連携や、給食会社本社からの支援、保健所との連携など」がポイントとなる。また、健康診断データや、健康診断レポートや、健康に関する情報、マーケットの商品情報などがある」と述べ、「人は元来、感性による食事を選ぶものだが、ヘルシーランチが広からない理由としては、喫食者側にはヘルシーランチを選択するための動機や知識がない、変化と選択の欲求が満たされない、ヘルシーランチに「おいしい」というイメージがない

「ヘルシー」のイメージは人によってさまざまだが、ヘルシーランチとして成立させるためには、ルックス、ヘルシーと思われる食材の使用、味、売る側にとっての置き続ける魅力、といった条件を満たす必要がある。また、このような状況のなかで健康管理部門が発信できることには、「給食部門との連携や、給食会社本社からの支援、保健所との連携など」がポイントとなる。また、健康診断データや、健康診断レポートや、健康に関する情報、マーケットの商品情報などがある」と述べ、「人は元来、感性による食事を選ぶものだが、ヘルシーランチが広からない理由としては、喫食者側にはヘルシーランチを選択するための動機や知識がない、変化と選択の欲求が満たされない、ヘルシーランチに「おいしい」というイメージがない

「ヘルシー」のイメージは人によってさまざまだが、ヘルシーランチとして成立させるためには、ルックス、ヘルシーと思われる食材の使用、味、売る側にとっての置き続ける魅力、といった条件を満たす必要がある。また、このような状況のなかで健康管理部門が発信できることには、「給食部門との連携や、給食会社本社からの支援、保健所との連携など」がポイントとなる。また、健康診断データや、健康診断レポートや、健康に関する情報、マーケットの商品情報などがある」と述べ、「人は元来、感性による食事を選ぶものだが、ヘルシーランチが広からない理由としては、喫食者側にはヘルシーランチを選択するための動機や知識がない、変化と選択の欲求が満たされない、ヘルシーランチに「おいしい」というイメージがない

「ヘルシー」のイメージは人によってさまざまだが、ヘルシーランチとして成立させるためには、ルックス、ヘルシーと思われる食材の使用、味、売る側にとっての置き続ける魅力、といった条件を満たす必要がある。また、このような状況のなかで健康管理部門が発信できることには、「給食部門との連携や、給食会社本社からの支援、保健所との連携など」がポイントとなる。また、健康診断データや、健康診断レポートや、健康に関する情報、マーケットの商品情報などがある」と述べ、「人は元来、感性による食事を選ぶものだが、ヘルシーランチが広からない理由としては、喫食者側にはヘルシーランチを選択するための動機や知識がない、変化と選択の欲求が満たされない、ヘルシーランチに「おいしい」というイメージがない

「ヘルシー」のイメージは人によってさまざまだが、ヘルシーランチとして成立させるためには、ルックス、ヘルシーと思われる食材の使用、味、売る側にとっての置き続ける魅力、といった条件を満たす必要がある。また、このような状況のなかで健康管理部門が発信できることには、「給食部門との連携や、給食会社本社からの支援、保健所との連携など」がポイントとなる。また、健康診断データや、健康診断レポートや、健康に関する情報、マーケットの商品情報などがある」と述べ、「人は元来、感性による食事を選ぶものだが、ヘルシーランチが広からない理由としては、喫食者側にはヘルシーランチを選択するための動機や知識がない、変化と選択の欲求が満たされない、ヘルシーランチに「おいしい」というイメージがない

「ヘルシー」のイメージは人によってさまざまだが、ヘルシーランチとして成立させるためには、ルックス、ヘルシーと思われる食材の使用、味、売る側にとっての置き続ける魅力、といった条件を満たす必要がある。また、このような状況のなかで健康管理部門が発信できることには、「給食部門との連携や、給食会社本社からの支援、保健所との連携など」がポイントとなる。また、健康診断データや、健康診断レポートや、健康に関する情報、マーケットの商品情報などがある」と述べ、「人は元来、感性による食事を選ぶものだが、ヘルシーランチが広からない理由としては、喫食者側にはヘルシーランチを選択するための動機や知識がない、変化と選択の欲求が満たされない、ヘルシーランチに「おいしい」というイメージがない