
原著論文

学生の菓子に対する意識

門間 敬子

Survey on student attitudes toward confectionery

Keiko Momma

Dietary habits is deeply committed to quality of life (QOL). Confectionery is not necessary for survival, but makes a contribution to QOL improvement. This paper focuses on the junior, junior high, and university student attitudes toward confectionery. The results show that students had confectionery because of the food factor as taste good or hunger but also the spiritual factor as calm or for a change. The first factor which students in general considered was price, followed by volume and calorie. However, most students put little emphasis on nutrition and ingredients and did not check those labels. The habit of checking those labels would be helpful to improve QOL.

I はじめに

食生活は健康と密接に関連しており、生活の質(Quality of Life, QOL)を大きく左右する要因である。現在日本で問題となっている生活習慣病の予防の観点を含め、文部科学省・厚生労働省・農林水産省の共同策定として「食生活指針」が発表されている¹⁾。また食生活指針を実現するツールとして、厚生労働省・農林水産省より食事バランスガイド²⁾が策定された。食事バランスガイドでは主食、副菜、主菜、牛乳・乳製品、果物の1日量の目安がサービング数として示されている。菓子・嗜好飲料は食生活の中の楽しみととらえられ、食事の中で適度にとる必要があるとみなされている。つまり菓子もQOLの向上に寄与すると考えられる。菓子・嗜好飲料の1日のエネルギーの目安は、それぞれの活動量によらず200 kcal程度となっている。菓子はスーパーやコンビニエンスストアで簡単に手に入り、身近な存在であると思われる。食生活あるいは生活において、学生は菓子をどのようにとらえているのだろうか。学生の食生活に対する意識については多くの研究があるが³⁾⁻⁸⁾、菓子に焦点をあてたものは多くはない。筆者はこれまでに清涼飲料水に対して重視する点や表示の確認について報告しているが⁹⁾、お菓子に対するものとは違いはあるのだろうか。また菓子やスナックは食育上重要なテーマであるので、日本のみならず先進諸国での研究も多い。例え

ばJohnstoneらは正常体重男性でスナック有無の介入を行ったところ一日の総摂取量に差がなかったこと、またタンパク質・脂質・炭水化物がそれぞれ高い3種のスナックを比べても一日の総摂取熱量に差がなかったことを報告している¹⁰⁾。本報では中・高・大学生の菓子に対する意識について調査した結果を報告する。

II 方法

1. 対象者および調査方法

京都府、大阪府、茨城県の中・高・大学生に対し、2011年6月に無記名式のアンケート調査用紙により調査を行った。有効回答数は563名であり、中学生281名(女性175名、男性106名)、高校生76名(女性のみ)、大学生206名(女性175名、男性31名)であった。

2. 調査項目

菓子を食べる頻度・時間帯・理由、菓子の購入、菓子からの摂取予想カロリー等について質問した。菓子を食べない人に対しては、その理由を質問した。また、表示確認状況について、栄養成分表および原材料表示を「必ず確認する、ほぼ確認する、たまに見る、見ない」の4段階から選択してもらった。また、値段、カロリー、原材料、栄養成分、量、パッケージ、メーカー、クチコミ(知人間での情報交換)について、「かなり重視する、重視する、あまり重視しない、全く重視しない」の4段階から選択してもらった。さらに、菓子に対するイメージを自由回答として述べてもらった。

表1 菓子を食べる頻度 (%)

	全体(n=563)	中学生(n=282)	a	高校生(n=75)	b	大学生(n=206)	c	女性(n=426)	男性(n=137)	d
ほとんど食べない	13.0	7.1		3.9		24.3		12.4	14.6	
週1~2回	20.6	18.9		18.4		23.8		18.8	26.3	
週3~4回	25.6	29.5		23.7		20.9		26.1	24.1	
1日1回	25.4	28.8	n.s.	26.3	***	20.4	***	26.3	22.6	n.s.
1日2回	9.1	8.9		19.7		5.3		10.6	4.4	
1日3回	3.0	2.8		3.9		2.9		3.1	2.9	
1日4回以上	2.8	2.8		3.9		2.4		2.3	4.4	
無回答	0.5	1.1		0.0		0.0		0.5	0.7	

a: 中高生間有意差 b: 高大学生間有意差 c: 中大学生間有意差 d: 男女間有意差 *** $p < 0.001$, n.s. 有意差なし

表2 いつ菓子を食べるか (%)

	全体(n=490)	中学生(n=261)	a	高校生(n=73)	b	大学生(n=156)	c	女性(n=373)	男性(n=117)	d
朝食前	0.8	0.4	n.s.	1.4	n.s.	1.3	n.s.	0.8	0.9	n.s.
朝食後	6.1	4.2	n.s.	9.6	n.s.	7.7	n.s.	6.4	5.1	n.s.
昼食前	6.3	4.6	*	12.3	n.s.	6.4	n.s.	7.2	3.4	n.s.
昼食後	36.5	25.3	n.s.	34.2	***	55.1	***	39.1	24.8	***
夕食前	59.6	70.1	n.s.	71.2	***	36.5	***	59.8	59.0	n.s.
夕食後	33.9	25.3	n.s.	31.5	**	49.4	***	33.8	34.2	n.s.
夜中	11.8	9.2	n.s.	9.6	n.s.	17.3	*	10.7	15.4	n.s.

a: 中高生間有意差 b: 高大学生間有意差 c: 中大学生間有意差 d: 男女間有意差 * $p < 0.01$, ** $p < 0.005$, *** $p < 0.001$, n.s. 有意差なし

3. データの解析

データの解析はエクセルを用い、有意差検定にはカイ2乗検定を用いた。

III 結果

1. 菓子を食べる頻度

菓子を食べる頻度を表1に示す。全体では「ほとんど食べない」人が13.0%であり、9割近くの人が菓子を食べていることがわかる。また、1日1回以上食べる人すなわち毎日食べる人の合計は40.3%となった。学校別にみると、中学生と高校生では差はみられなかったが、中高生と大学生では有意な差がみられた。これはどちらも大学生で「ほとんど食べない」人が24.3%と多いことが寄与している。男女間では有意な差は見られなかった。

2. 菓子を食べる時間帯

次に菓子を食べる時間帯(複数回答可)について得られた結果を表2に示す。最も多いのは「夕食前」(59.6%)であり、次いで「昼食後」(36.5%)であった。また、「夕食後」に菓子を食べる人(33.9%)は「昼食後」と同程度に多い。さらに、「夜中」に食べる人も11.8%あった。「昼食後」、「夕食後」、「夜中」の値は大学生が中高生に対して大きく、「夕食前」の値は大学生よりも中高生が大きかった。さらに「朝食前」や「朝食後」などいずれの時

間帯においても菓子を食べている人がいることがわかった。また「昼食後」は女性のほうが有意に多く食べていた。

3. 菓子を食べる理由および何をしながら食べるか

表3に菓子を食べる理由(複数回答可)を示す。最も多かったのは「おいしいから」(71.8%)であった。また「お腹がすくから」(47.8%)も約半数の人が選んでいる。「何となく口寂しいから」(25.1%)は中学生よりも高校生、さらに大学生になるに従って有意に増加している。また男女間でも女性のほうが有意に多かった。また、「コミュニケーション」のためという答えは5.5%であった。

表4に示すように、一人で菓子を食べる時(複数回答可)には何かをしながら食べる人が多い。最も多いのが「テレビを見ながら」(72.7%)であり、次いで「携帯電話」(32.0%)、「勉強」(24.5%)が多かった。「何もしていない」と答えた人は19.6%であった。

4. 菓子の購入について

誰が菓子を買うか(複数回答可)をたずねたところ、「親」(75.7%)が最も多く、次いで「自分」(68.6%)であった(表5)。「親」が買う割合は中高生のほうが大学生よりも有意に多く、「自分」で買う割合は高校生、大学生になるほど高くなっている。また「自分」で買う割合は女性の方が男性よりも多かった。

菓子を買おうと思っていなかったのに菓子を買う時

表 3 なぜ菓子を食べるのか (%)

	全体 (n=490)	中学生 (n=261)	a	高校生 (n=73)	b	大学生 (n=156)	c	女性 (n=373)	男性 (n=117)	d
おいしいから	71.8	72.8	n.s.	67.1	n.s.	72.4	n.s.	73.5	66.7	n.s.
お腹がすくから	47.8	48.7	n.s.	46.6	n.s.	46.8	n.s.	49.9	41.0	n.s.
気分転換	31.4	29.9	n.s.	32.9	n.s.	33.3	n.s.	32.2	29.1	n.s.
何となく口寂しいから	25.1	11.9	**	24.7	***	47.4	***	27.6	17.1	*
落ち着くから	9.8	7.3	n.s.	15.1	n.s.	11.5	n.s.	10.7	6.8	n.s.
コミュニケーション	5.1	3.8	n.s.	6.8	n.s.	6.4	n.s.	5.1	5.1	n.s.
その他	5.5	7.3	n.s.	1.4	n.s.	4.5	n.s.	4.8	7.7	n.s.

a: 中高生間有意差 b: 高大学生間有意差 c: 中大学生間有意差 d: 男女間有意差 * $p < 0.01$, ** $p < 0.005$, *** $p < 0.001$, n.s. 有意差なし

表 4 一人で食べるときは何をしながら食べるか (%)

	全体 (n=490)	中学生 (n=261)	a	高校生 (n=73)	b	大学生 (n=156)	c	女性 (n=373)	男性 (n=117)	d
テレビ	72.7	73.2	n.s.	76.7	n.s.	69.9	n.s.	70.8	78.6	n.s.
携帯電話	32.0	20.7	***	50.7	n.s.	42.3	***	37.8	13.7	***
勉強	24.5	21.8	n.s.	27.4	n.s.	27.6	n.s.	27.1	16.2	*
何もしていない	19.6	21.1	n.s.	20.5	n.s.	16.7	n.s.	19.3	20.5	n.s.
一人では食べない	5.9	7.3	n.s.	5.5	n.s.	3.8	n.s.	32.2	29.1	n.s.
通学	5.1	2.3	n.s.	4.1	n.s.	10.3	*	6.4	0.9	***
その他	10.8	13.4	n.s.	12.3	n.s.	5.8	*	9.9	13.7	n.s.

a: 中高生間有意差 b: 高大学生間有意差 c: 中大学生間有意差 d: 男女間有意差 * $p < 0.01$, *** $p < 0.001$, n.s. 有意差なし

表 5 誰が菓子を買うか (%)

	全体 (n=490)	中学生 (n=261)	a	高校生 (n=73)	b	大学生 (n=156)	c	女性 (n=373)	男性 (n=117)	d
親	75.7	87.7	n.s.	87.7	***	50.0	***	75.9	75.2	n.s.
自分	68.6	54.8	*	69.9	***	91.0	***	71.3	59.8	*
兄弟	6.9	8.0	n.s.	8.2	n.s.	4.5	n.s.	7.5	5.1	n.s.
友人	5.3	2.7	n.s.	2.7	*	10.9	***	5.4	5.1	n.s.
その他	5.9	6.9	n.s.	9.6	*	2.6	***	5.4	7.7	n.s.

a: 中高生間有意差 b: 高大学生間有意差 c: 中大学生間有意差 d: 男女間有意差 * $p < 0.01$, *** $p < 0.001$, n.s. 有意差なし

表 6 意図せず菓子を買う時 (%)

	全体 (n=490)	中学生 (n=261)	a	高校生 (n=73)	b	大学生 (n=156)	c	女性 (n=373)	男性 (n=117)	d
何かを買ったついで	51.4	51.7	n.s.	54.8	n.s.	49.4	n.s.	50.9	53.0	n.s.
安かった	44.1	45.2	n.s.	32.9	*	47.4	n.s.	46.4	36.8	n.s.
限定品を見つけた	27.6	26.8	n.s.	19.2	*	32.7	n.s.	29.0	23.1	n.s.
何か買いたかった	20.2	16.1	**	30.1	n.s.	22.4	n.s.	22.0	14.5	n.s.
意図せず買う事はない	11.0	13.4	n.s.	11.0	n.s.	7.1	*	10.2	13.7	n.s.
その他	7.6	10.7	n.s.	6.8	n.s.	2.6	***	7.5	7.7	n.s.

a: 中高生間有意差 b: 高大学生間有意差 c: 中大学生間有意差 d: 男女間有意差 * $p < 0.01$, ** $p < 0.005$, *** $p < 0.001$, n.s. 有意差なし

としては (複数回答可, 表 6), 「何かを買ったついで」(51.4%), 「安かった」(44.1%) が多かった。「意図せず買うことはない」という人は 11.0% であり, 中高生のほうが大学生よりも多かった。

5. 表示の確認

菓子の栄養成分表示を「必ず確認する」人は 11.4%, 「ほぼ確認する」人は 17.6% で, 7 割の人は栄養成分表示を確認していなかった (表 7)。原材料表示を「必ず確認する」人は 4.1%, 「ほぼ確認する」人は 12.4% であり,

表7 表示確認 (%)

		全体 (n=490)	中学生 (n=261)	a	高校生 (n=73)	b	大学生 (n=156)	c	女性 (n=373)	男性 (n=117)	d
栄養成分表示	必ず確認する	11.4	9.2		16.4		12.8		14.2	2.6	
	ほぼ確認する	17.6	15.7		17.8		20.5		20.4	8.5	
	たまに見る	29.4	28.7	n.s.	32.9	n.s.	28.8	n.s.	29.8	28.2	**
	見ない	41.0	45.6		32.9		37.2		34.9	60.7	
	無回答	0.6	0.8		0.0		0.6		0.8	0.0	
原材料表示	必ず確認する	4.1	3.8		8.2		2.6		4.6	2.6	
	ほぼ確認する	12.4	11.5		13.7		13.5		14.7	5.1	
	たまに見る	37.1	41.8	n.s.	35.6	n.s.	30.1	n.s.	38.3	33.3	*
	見ない	44.3	40.6		41.1		51.9		40.5	56.4	
	無回答	2.0	2.3		1.4		1.9		1.9	2.6	

a: 中高生間有意差 b: 高大学生間有意差 c: 中大学生間有意差 d: 男女間有意差 * $p < 0.01$, ** $p < 0.005$, n.s. 有意差なし

表8 1日の菓子からの摂取予想カロリー (%)

	全体 (n=490)	中学生 (n=261)	a	高校生 (n=73)	b	大学生 (n=156)	c	女性 (n=373)	男性 (n=117)	d
100 kcal 以下	4.3	5.4		6.8		1.3		4.0	5.1	
101~200 kcal	14.9	12.6		11.0		20.5		17.4	6.8	
201~300 kcal	18.2	11.9		17.8		28.8		19.8	12.8	
301~400 kcal	9.0	6.9	n.s.	5.5	***	14.1	***	9.4	7.7	***
401~500 kcal	4.3	3.4		1.4		7.1		3.8	6.0	
500 kcal 以上	3.3	1.9		2.7		5.8		2.9	4.3	
わからない	44.9	56.7		52.1		21.8		41.0	57.3	
無回答	1.2	1.1		2.7		0.6		1.6	0.0	

a: 中高生間有意差 b: 高大学生間有意差 c: 中大学生間有意差 d: 男女間有意差 *** $p < 0.001$, n.s. 有意差なし

確認する人はさらに少ない。これらは中高大学生間では有意差はなかったが、どちらも男性よりも女性のほうが確認している人が多かった。

1日の菓子からの摂取カロリーを予想してもらったところ(表8)、「わからない」が44.9%となった。「わからない」の値は中学、高校、大学と上がるにつれ有意に下がっており、また女性のほうが男性よりも少なかった。また、数値を予想している人は100~300 kcalとしている人が多かった。

6. 菓子について重視する項目

菓子について重視する項目についての結果を表9に示す。「かなり重視する」と「重視する」の和を見ると、最も重視する項目は「値段」(83.7%)であり、次に「量」(66.4%)であった。どちらも、男性のほうがより重視していた。「パッケージ」(32.5%)、「メーカー」(27.3%)、「クチコミ」(37.1%)の中では、「クチコミ」が最も重視されており、いずれも男性よりも女性のほうが重視していることがわかった。食品の栄養成分には関わらない上記の項目と比較すると、栄養成分に関わる項目で重視されているといえるのは「カロリー」(43.9%)のみである。「カロリー」は特に女性のほうがより重視

していることが明らかである。これに対して、「栄養成分」(19.2%)および「原材料」(18.2%)はあまり重視されておらず、「全く重視しない」がそれぞれ、38.6%、38.2%であった。これら2つの項目も女性のほうが男性より重視していた。

7. 菓子を食事代わりにする回数

全体では81.4%の人が菓子を食事代わりにすることはないと答えた(表10)。しかし、中学、高校、大学と上がっていくにつれ、菓子を食事代わりにする人が増えており、大学生では食事代わりにしない人は64.1%にまで下がる。また、大学生の自宅生と下宿生では差はなかった。

8. 菓子を食べない理由

全体数は少なかった(39名)が、菓子を食べない人にたずねたところ、その理由でもっとも多かったのは、「お金がもったいない」であった(41.0%、表なし)。これは特に大学生の7割があげていた。また、他に「食べる習慣がない」(33.3%)、「食べる時間がない」(33.3%)といった意見も多かった。

9. 菓子に対するイメージ

菓子に対するイメージの自由回答では、「おいしい」、

表 9 重視度 (%)

質問項目	全体 (n=490)	中学生 (n=261)	a	高校生 (n=73)	b	大学生 (n=156)	c	女性 (n=373)	男性 (n=117)	d
栄養成分	かなり重視する	3.5	3.8		5.5		1.9	4.0	1.7	
	重視する	15.7	14.2		19.2		16.7	18.0	8.5	
	あまり重視しない	40.2	40.6	n.s.	37.0	n.s.	41.0	42.4	33.3	***
	全く重視しない	38.6	39.5		35.6		38.5	34.0	53.0	
	無回答	2.0	1.9		2.7		1.9	1.6	3.4	
カロリー	かなり重視する	14.9	11.5		24.7		16.0	19.0	1.7	
	重視する	29.0	24.9		23.3		38.5	33.5	14.5	
	あまり重視しない	30.8	32.2	*	27.4	n.s.	30.1	29.8	34.2	***
	全く重視しない	24.3	30.7		21.9		14.7	16.9	47.9	
	無回答	1.0	0.8		2.7		0.6	0.8	1.7	
原材料	かなり重視する	3.1	3.8		4.1		1.3	2.9	3.4	
	重視する	15.1	14.2		21.9		13.5	17.2	8.5	
	あまり重視しない	42.7	42.1	n.s.	34.2	n.s.	47.4	45.6	33.3	***
	全く重視しない	38.2	39.1		37.0		37.2	33.5	53.0	
	無回答	1.0	0.8		2.7		0.6	0.8	1.7	
値段	かなり重視する	39.2	39.8		34.2		40.4	36.5	47.9	
	重視する	44.5	44.1		37.0		48.7	48.0	33.3	
	あまり重視しない	10.2	8.4	*	20.5	*	8.3	10.7	8.5	*
	全く重視しない	5.1	6.9		5.5		1.9	4.0	8.5	
	無回答	1.0	0.8		2.7		0.6	0.8	1.7	
量	かなり重視する	22.9	21.1		26.0		24.4	21.2	28.2	
	重視する	43.5	38.7		38.4		53.8	47.5	30.8	
	あまり重視しない	21.6	24.1	n.s.	21.9	n.s.	17.3	21.7	21.4	***
	全く重視しない	10.2	14.2		11.0		3.2	8.0	17.1	
	無回答	1.8	1.9		2.7		1.3	1.6	2.6	
パッケージ	かなり重視する	8.2	10.0		8.2		5.1	9.4	4.3	
	重視する	24.3	25.7		23.3		22.4	26.0	18.8	
	あまり重視しない	37.8	33.3	n.s.	34.2	n.s.	46.8	38.9	34.2	**
	全く重視しない	28.2	29.9		30.1		24.4	24.4	40.2	
	無回答	1.6	1.1		4.1		1.3	1.3	2.6	
メーカー	かなり重視する	5.3	4.6		8.2		5.1	5.6	4.3	
	重視する	22.0	22.2		19.2		23.1	23.6	17.1	
	あまり重視しない	36.9	34.9	n.s.	37.0	n.s.	40.4	39.1	29.9	**
	全く重視しない	34.5	37.5		32.9		30.1	30.6	47.0	
	無回答	1.2	0.8		2.7		1.3	1.1	1.7	
クチコミ	かなり重視する	10.0	8.8		12.3		10.9	10.5	8.5	
	重視する	27.1	20.3		30.1		37.2	30.6	16.2	
	あまり重視しない	34.7	36.4	n.s.	28.8	n.s.	34.6	35.7	31.6	***
	全く重視しない	27.1	33.7		26.0		16.7	22.5	41.9	
	無回答	1.0	0.8		2.7		0.6	0.8	1.7	

a : 中高生間有意差 b : 高大学生間有意差 c : 中大学生間有意差 d : 男女間有意差 * $p < 0.01$, ** $p < 0.005$, *** $p < 0.001$, n.s. 有意差なし

「小腹がへったときに食べる」といった食品としてのイメージだけでなく、「幸せ」、「気分転換」、「ストレス解消」といった意見が多数みられた。また、マイナスイメージとしては、「太る」、「カロリーが高い」、「体によくない」といった栄養に関する意見が多くみられた。

IV 考察

菓子は一般に嗜好品のひとつであり、栄養素を摂るための「食事」とは区別されている。菓子の QOL への寄与を考えると、「気持ち」への影響が非常に大きい。こ

表10 菓子を食事代わりにする回数(%)

	全体 (n=490)	中学生 (n=261)	a	高校生 (n=73)	b	大学生 (n=156)	c	女性 (n=373)	男性 (n=117)	d	自宅 (n=85)e	下宿 (n=70)e	
ない	81.4	91.2		83.6		64.1		79.9	86.3		63.5	65.7	
週1回	11.2	3.8		8.2		25.0		12.1	8.5		23.5	27.1	
週2, 3回	4.9	2.7	n.s.	2.7	***	9.6	***	5.4	3.4	n.s.	10.6	7.1	n.s.
週4, 5回	0.8	0.4		2.7		0.6		1.1	0.0		1.2	0.0	
ほぼ毎日	0.8	1.5		0.0		0.0		0.5	1.7		0.0	0.0	
無回答	0.8	0.4		2.7		0.6		1.1	0.0		1.2	0.0	

a: 中高生間有意差 b: 高大学生間有意差 c: 中大生間有意差 d: 男女間有意差 e: 大学生のみ *** $p < 0.001$, n.s. 有意差なし

これは、菓子に対するイメージとして「おいしいもの」だけでなく、「幸せ」や「気分転換」という言葉があがることからわかる。子どもにとっての「間食」は食事のひとつであるが、中学生以上になると菓子は食事とはとらえられていない。しかし、実際には栄養素を含んだ食品であり、1日の食生活の一部として考えられるべきものである。

本調査で、まず菓子を食べる頻度を聞いたところ、毎日食べる人は約4割であった。また、ほとんど食べない人が13%であることから9割弱の人が菓子を食べており、野田らの示した結果³⁾と近い値となっている。昼食後および夕食前の間食の時間帯、いわゆる「おやつ」の時間に菓子を食べる人が多く、これは夕食前の空腹を満たすためと考えられる。特に中高生の70.1%が「夕食前」に食べるのは、授業やクラブ活動の後、夕食前に食べるからであると考えられる。しかし、「昼食後」以降「夜中」までの時間帯において、「夕食前」以外は中高生に比べて大学生が菓子を食べる人が多い。これは大学生のほうが授業時間に制限が少なく、生活時間が不規則になるためであると考えられる。また、同じ理由から大学生で自宅・下宿を問わず、菓子を食事代わりにする人が増えるのではないかと考えられる。さらに、全体として夕食後に菓子を食べる人も夕食前同様に多く、夕食を摂った後寝るまでの時間に食べていることになる。ここではお腹が空いたからということは考えにくく、精神的な意味あるいはテレビを見ていて口寂しいからといった理由も考えられる。Jacksonらはテレビを見る時間が長い子どもは肥満度が高く、これは活動量が少ないためというよりは、テレビを見ながら食べることにより摂取熱量が高くなるためであると述べている¹¹⁾。夕食後に菓子を摂ることは、翌日の食事(特に朝食)にも影響を及ぼす可能性があり、何をどのくらい食べるのが問題となるだろう。

菓子を食べる理由の上位にくるのは、「おいしい」「お腹を満たす」という食べ物本来の役割を示すものである。

菓子里最も求められているのは「おいしさ」であるが、さらに様々な時間帯に食べられることを考えると、菓子には食事とは違った「味」が求められているといえる。また、中高生で夕食前に多く食べられている様に、お腹がすいた時に気軽に食べるという意味も大きい。しかし、「気分転換」や「何となく口寂しいから」という食べ物としてではない理由も25%以上の人を選択している。特に「何となく口寂しいから」は大学生および女性に多い。「口寂しさ」は慣習によるものもあると考えられるが、精神的な意味においても、菓子は食事とは違った役割を持っていると思われる。菓子に対するイメージでも「落ち着く」、「ストレス解消」といった言葉がみられた。隅田らも、菓子を食べることによりストレス解消になる、気分が落ち着く、心が癒されるということを報告している⁴⁾。

食べるものとしての個人的な要素以外に、菓子は友人等とのコミュニケーションの手段のひとつではないかと予想していた。しかし、今回の結果では「コミュニケーション」のためと答えた人は5%程度と低かった。これは、菓子を誰が買うかという質問で「友人」が少ないこと、「ひとりでは菓子を食べない」という人が5.5%と少ないこととも対応している。

菓子の購入についてはどの年代でも半数以上の人自分が菓子を買い持っているが、親が菓子を買い持っていることも非常に多いことがわかった。親が子どものために買い持っているのか、親自身のために買い持っているのかはわからないが、「家に菓子がある」状態である。子どもの頃から家に菓子があることで、それが習慣となるのではないかと予想される。さらに、「自分」も「買い物時に目に入った」、「安かった」、「限定品だった」、「何か買いたかった」からという理由で菓子を買いということがわかった。結果を表には示さなかったが、1回の菓子を買いするのに使うお金は300円以下が75%を占めた。菓子は生きるために必須のものではないが、安価で「おいしさ」「買い物」といった楽しみを得る手段のひとつとしてもQOLに寄与して

いるのではないかと考えられる。

食事バランスガイドでは、菓子・嗜好飲料は1日200 kcal程度が推奨されている。ビタミンやミネラルなど特定の栄養成分を強調して表示する際には栄養成分表の表示が義務づけられているが、最近は多くの加工食品に自主的に表示されている。特にカロリーについては、1個あたり、ひと袋あたり等で表示されているものも多い。カロリーを重視する人は多く、自由回答においても「太る」「カロリーが高い」といったマイナスイメージがあげられたが、実際にカロリーを含む栄養成分表示を確認している人は少なかった。ただし、女性のほうがカロリーを気にする人が多く、栄養表示を確認している人も多い。菓子からの予想摂取カロリーは「わからない」という人が半数近くあった。表示を見ていないこととも関連するが、「どの程度のカロリーを摂取しているかわからなくても構わない」人も多いのではないだろうか。予想カロリーを数字で選んだ人は、全ての人が実際に確認しているわけではないかもしれないが、カロリーを意識したいという意思の現れとも考えられる。大学生では「わからない」人は20%程度と有意に低く、カロリーに対する意識がより高まっているといえる。数値を書いた人では、推奨されている1日量である200 kcal前後が多かった。

原材料表示についてはさらに確認する人が少なかった。栄養成分表示も原材料表示も確認する人が少ないことは、重視する人が少ないこととも対応している。また、以前清涼飲料水について調査を行った際にも栄養表示や原材料表示を確認する人は少なく、ほぼ同じ数値が得られた⁹⁾。清涼飲料水からの糖の過剰摂取は、体重の増加や2型糖尿病の原因となるだけでなく、虚血性心疾患の発症にも関与することがKoningらにより報告されている¹²⁾。清涼飲料水や菓子の栄養成分表示や原材料表示はパッケージよりも重視されていないということは、パッケージをみてもその中にある栄養成分表示や原材料表示は見えないということになる。食品と意識されずに摂取されることもあることから、「規定されているため表示している」だけでなく、より魅力的な表示が望まれる。

栄養価や原材料が重視されないのに対して、値段や量を重視する人は多かった。菓子に限らず買い物の際に値段や量を重視するのは当然とはいえる。しかし、直接健康に影響を及ぼす食品としての中身は値段や量ほどは重視されていない。この値段と量、カロリーが重視され、栄養成分や原材料はあまり重視されないことおよびカロリーについては女性のほうが圧倒的に重視する人が多いことは清涼飲料水の場合と同じであった⁹⁾。菓子に比べて清涼飲料水の栄養成分および原材料を重視する

人はそれぞれ15%および5%程度高かった。これは前回の調査では野菜ジュースについてもたずねており、野菜ジュースには栄養を期待する部分もあったことが影響しているのではないかとと思われる。

菓子は食の面からも気持ちの面からもQOLに寄与するが、食品であり体内に取り込むものである。今回は栄養成分表示や原材料表示の確認について、中学、高校、大学とあがっても差はみられなかったことから、教育による効果は少ないように思われた。しかし、特に市販の菓子については一食あたりの量が明確なものも多く、その栄養価や原材料を確認しやすい。カロリーを気にする人は多いことから、カロリーをきっかけにして表示を確認する習慣をつけることができれば、他の食品についても栄養価や原材料を確認することにつながるのではないだろうか。自分が何を食べているかを意識することは菓子だけに留まらず、よりよい食生活につながり、またそれがQOLを向上させる。身近なものであるからこそ、その内容についても意識できるような取り組みが望まれる。

V 謝辞

調査にご協力いただきました、中学生、高校生、大学生の皆様へ深く感謝いたします。また本稿に用いたデータは、本学卒業生中原佑子氏、平野奈緒美氏、高森亜里沙氏、柳原まゆか氏によって収集されたものです。深く感謝いたします。

文献

- 1) 「食生活指針」文部科学省・厚生労働省・農林水産省共同策定 (2000)
- 2) 「食事バランスガイド」厚生労働省・農林水産省共同策定 (2005)
- 3) 野田艶子：「女子学生の食事摂取の実態および食物の摂取頻度調査」『日本食生活学会誌』14(4)；309-315 (2004)
- 4) 隅田衣江、渡辺雄二：「女子大学生と女子高校生における菓子に対する食意識と行動」『大妻女子大学家政系研究紀要』48；13-21 (2012)
- 5) 木村友子、加賀谷みえ子、鬼頭志保、内藤通孝、菅原龍幸：「栄養士選考の女子大学生とその母親の食行動及び健康意識」『日本食生活学会誌』20(3)；187-194 (2009)
- 6) 菊池和美、根本亜矢子、斎藤郁子、東川尅美：「女子中高生の健康と食生活との意識の現状」『日本食生活学会誌』21(3)；232-242 (2010)

- 7) 本田 藍, 中村 修, 甲斐結子: 「中学生と保護者の調理技術, 食に関する意識, 知識, 食品摂取状況, 生活習慣予防態度, 健康状態との関連について」『日本食生活学会誌』21(2); 123-133 (2010)
- 8) 本田 藍, 甲斐結子, 秋永優子, 保坂 稔, 中村 修: 「小中学生の生活習慣病予防に関連する食行動と食に対する意識, 知識, 調理技術等との関連」『日本食生活学会誌』22(1); 28-34 (2011)
- 9) 門間敬子: 「大学生・短大生の清涼飲料水に対する意識」『京都文教大学人間学部研究報告』13; 1-10 (2012)
- 10) AM Johnstone, E Shannon, S Whybrow, CA Reid, RJ Stubbs: Altering the temporal distribution of energy intake with isoenergetically dense foods given as snacks does not affect total daily energy intake in normal-weight men. *Br U Nutr.* 83, 7-14 (2000)
- 11) Diane M Jackson, Kurosh Djafarian, Joanne Stewart, and John R Speakman: Increased television viewing is associated with elevated body fatness but not with lower total energy expenditure in children. *Am J Clin Nutr* 89, 1031-1036 (2009)
- 12) Lawrence de Koning, Vasanti S Malik, Mark D Kellogg, Eric B Rimm, Walter C Willett, Frank B Hu: Sweetened Beverage Consumption, Incident Coronary Heart Disease and Biomarkers of Risk in Men. *Circulation* 125, 1735-1741 (2012)