

2 今後の普及活用に向けて

食育基本法においても、様々な経験を通じて「食」に関する知識と「食」を選択する力を習得し、健全な食生活を実践することができる人間を育てる食育を推進することが求められている。具体的には、健全な食習慣の確立、食生活の改善の推進、食文化の継承といった様々な取組を推進していくこととなっている。こうした食育の取組の一環として、「食事バランスガイド」の活用を進めていくことが必要である。また、同法では、食育を推進するための活動は、国民、民間団体等の自発的意思を尊重し、地域の特性にも配慮し、地域住民その他の社会を構成する多様な主体の参加と協力を得るものとするとともに、その連携を図りつつ、あまねく全国において展開されなければならないこととされている。

このようなことから、「食事バランスガイド」についても、広範な地域で、様々な主体によってその普及活用が進められることが期待される。

普及活用の第一段階としては、多くの人々に知られるよう、テレビ放送、雑誌広告などマスメディアを通じて全国に情報発信を行う他、インターネット上のホームページ、政府広報、シンポジウム等の各種イベントを活用していく必要がある。これと同時に、パンフレット、ポスター、食事の自己チェックシート、携帯ストラップ、塗り絵など、子どもや一般の方々に親しみやすいグッズを作成し、人の多く集まる場所で配布することも重要である。

普及活用の第二段階は、食品産業の分野や地域における食生活改善等の場での具体的な取組である。その際に大切なことは、単発のイベントで終わらない、長期に継続可能な現実的な取組を考えていくことである。個人へのアプローチにおいては、その個人の実際の食生活と「食事バランスガイド」で示している内容（望ましい食事のとり方）との間のギャップが大きな場合には、欲張らずに少しずつそれを埋めていく視点も必要である。また、食品産業等へのアプローチとしては、食品の製造業者や加工業者、小売店の作業及び費用負担等の負荷が少なく、かつビジネス上のインセンティブにもつながることが望まれる。

さらに、今回の「食事バランスガイド」は成人向けということで基本形を作成したが、子どもの頃から健全な食生活を身につけることが重要であり、今後、学校教育の現場でも活用できるよう、子どもを対象としたものについても検討する必要がある。特に本年4月から栄養教諭制度がスタートしており、栄養教諭の指導資料等としても活用されるよう、今後の検討が期待される。

(1) 都道府県、市町村等における活用法

これまで都道府県、市町村等の地方公共団体の健康・栄養所管部局においては、地域住民の健康づくりの観点から、適切な食事の摂取に関する普及啓発として食事摂取基準や食生活指針を活用した取組等が行われてきている。

例えば、健康診断後の有所見者に対するリスク軽減のための栄養指導等のハイリスク・アプローチに加えて、健康教室の開催など学習の機会の提供が従前より行われてきた。さらに、個人個人のより健康的な食生活の実現を社会全体の目標として捉え、「健康づくりのための食環境整備に関する検討会」（平成16年3月厚生労働省）においては、食生活改善推進員等の地域ボランティアの育成、「健康づくり協力店」（健康に配慮した食事の提供の推進）や「外食栄養成分表示」の推進といった、食を取り巻く様々な環境への働きかけの重要性を改めて強調するとともに、重要なツールとして「フードガイド」の必要性が述べられている。また、保健所では、健康増進法に基づき、特定給食施設において利用者に対する適切な栄養量の食事の提供や栄養に関する情報の提供が行われるよう、指導・助言が行われている。このように

地域においては、ハイリスク・アプローチとポピュレーション・アプローチの両面からの取組が重要である。

今後は、広く地域住民に対する「食事バランスガイド」に関する情報の提供、健康教室などにおける「食事バランスガイド」の活用、地域ボランティアのための講習会の開催、飲食店や給食施設での「食事バランスガイド」の活用等の取組を支援していくことが必要である。さらに、30～60歳代の男性の肥満者、単身者、子育てを担う世代に焦点を絞った取組として、職域や学校などと連携した取組が期待される。

また、健康・栄養を所管する部局と食品産業等を所管する部局とが連携し、(2)のような小売店、外食店等における「食事バランスガイド」の活用を積極的に促す必要がある。

こうした取組を推進するためには、関係機関や関係団体、民間企業、ボランティアやNPO等との連携が不可欠である。

(2) スーパーマーケット、コンビニエンスストア、外食等における活用法

多くの人々が食品を選択・購入する場であるスーパーマーケット、コンビニエンスストア、外食といった店舗は、幅広い年齢の人々が日常的に利用していることから、「食事バランスガイド」の活用について、様々な情報提供や普及活動が行われることが期待される。

例えば、スーパーマーケット、コンビニエンスストアにおいては、商品の名称、価格などが書かれたポップに「食事バランスガイド」の内容を表す文字情報などを掲載すること等により、顧客が実際に買い物をする場面で効果的な情報提供を行うことができる。外食産業においては、ポスターの掲示の他、メニューにおける掲載、「食事バランスガイド」に沿った商品やセットメニューの開発等多様な取組が可能であろう。

一方、これらの業種においては、規模、業態の差が大きい。外食については、全国的なチェーン展開をしているものから個人経営の小規模なもの、さらには社員食堂のような給食を実施しているものなど、特に幅広い形態があるため、こうした差異を考慮した「食事バランスガイド」の活用のための手引きが必要である。

このため、「食事バランスガイド」を実際に店舗でどのように掲示し、顧客にわかりやすい情報を提供するかについてのマニュアルを国レベルで作成し、店舗での活用が進むよう働きかけていく必要がある。その検討の際には、スーパーマーケット、コンビニエンスストア、外食に実際に携わる人の参加も得て、モデル店舗での実証調査等を併せて実施し、実効性及び実施可能性の高いものとするのが求められる。さらに、より多くの店舗で実施可能となるように、簡便な方法も提案していく必要がある。

食品事業者は、健康に関する情報への関心の高まりといった顧客側のニーズを上手に受け止め、顧客が求める情報と「食事バランスガイド」を結び付けていくことがビジネス上も重要であるとの認識をもつ必要がある。サービング数の異なるサイズの料理を選択できるようにする、「食事バランスガイド」と併せて総エネルギー量、脂質及び食塩相当量等に関する栄養成分表示をする等、これまでの取組とを併せた展開を行っていくことが望まれる。このような取組が、食べ過ぎ、食べ残し、ひいてはゴミの増加など環境問題を意識しつつ、栄養バランスのとれた適量（腹八分目）の食生活を促すことにもつながっていくことが期待される。

さらに、食品製造業が食品の包装に「食事バランスガイド」のイラストなどを記載することにより、その商品が「食事バランスガイド」の料理区分のどの部分に該当し、1日量のおおよその程度になるのかの情報を示すことは、顧客の商品選択の一助となる。

(3) 管理栄養士等専門家による活用法 ～栄養指導・栄養教育の場面における活用の方向性

管理栄養士等、栄養の専門家が行う栄養指導・栄養教育は、大きく分類すると以下の3つの基準や方法に基づいて実施されてきた。すなわち、1) エネルギー及び各栄養素の摂取量の基準を示した食事摂取基準、2) 食品の組み合わせで、どの食品(群)をどのくらい食べたらよいかを主に重量で示した食品群・食品構成(3色分類、6つの基礎食品など)、3) 主食・主菜・副菜という料理の組合せで食事バランスを示す方法(食生活指針のデジタルガイドなど)である。

このうち、食事摂取基準は、原則的に専門家が用いる基準であり、その数字等をそのまま一般の人々に提示すべきものではない。

食品群・食品構成は、主に食事づくりに関わる人々が、献立を考え調理をする場面で使いやすくわかりやすい基準・教材であり、戦後から広く、家庭を中心とした食生活改善の中で活用されてきた。しかしながら、食品の分類を理解し、生の食品重量の把握ができないと十分に活用できない、という課題を有していた。

主食・主菜・副菜という料理の組み合わせで食事バランスを示す方法は、調理に携わらない人も含め、誰もが食べる場面で使えるわかりやすい考え方であるが、それぞれの料理をどのくらい食べたらよいかについての量的な目安が十分に示されていないという課題を有していた。

今回策定された「食事バランスガイド」は、一般の人々がいわゆる栄養教室等での改まった学習をしなくても、手軽に、気楽に、バランスの良い食べ方ができるようになることを目指したものである。したがって、一般の人々にとってのわかりやすさ、使いやすさを重視しており、各料理区分において、どの料理を「いくつ(何SV)」ととらえるかは、前述の分類基準に基づく範囲内で、日常的に最も把握しやすい単位に丸めて示している点に特徴がある。

管理栄養士等の専門家は、このような「食事バランスガイド」開発のねらいや特徴を十分に理解した上で、栄養指導・栄養教育の対象である個人や集団の健康状態・栄養状態、食知識や食意識、学習への準備状態、食行動・ライフスタイル等を適切に把握・評価し、対象の特性に対応した活用・展開を図らねばならない。学習者のニーズに合わせて、必要があれば、食事摂取基準や食品群・食品構成など、他の基準・教材との組み合わせや関連で、「食事バランスガイド」の活用方法を適切に示すことができないとしない。

また、狭義の栄養指導・栄養教育の場面だけでなく、食品開発や流通の場、給食など食事サービスの場、マスメディア等を通じた情報提供の場など、管理栄養士等専門家が活動する多様な場で、「食事バランスガイド」の活用を工夫することが重要である。

日本栄養士会等の協力を得て、これらの「食事バランスガイド」のねらいや特徴を管理栄養士等に対して十分周知し、専門家を介したよりきめ細かな情報提供と普及啓発を図る必要がある。

以上のような取組を行っていくためには、管理栄養士・栄養士、調理師等の養成施設において、「食事バランスガイド」を使った栄養教育や食事計画・給食経営管理等の具体的な教育内容が盛り込まれていることが、前提となる。

(4) 地域における食生活改善ボランティア活動の取組等による活用法

地域においては、食生活改善のための草の根的な活動を長年実施してきている食生活改善推進員の他、食文化の継承を目的として活動している者、食育としての農業体験を推進する農業関係者等、様々な食育の取組が展開されている。

こうした様々な立場の者が、一般の人々を対象に食生活の改善についての講習会や料理教室、農業体験教室等を実施する中で、「食事バランスガイド」と結びついた情報の提供や、資料の配布等、幅広い層への普及に向けた活動に取り組んでもらうことが重要である。「食事バランスガイド」は、参考資料で示しているとおりに、コマの中に入る料理を差し替えることが可能である。例えば、各地域で作られた食材を使った郷土料理や伝統料理等を組み合わせ、地域の食文化の特徴を捉えた「食事バランスガイド」を使用することも可能である。このように地域色豊かな「食事バランスガイド」を用いて実践活動を行うことは、食文化の継承にもつながることが期待される。

このため、こうした者が「食事バランスガイド」の内容を理解し活用しやすいように、行政レベルでの講習会の開催、関係者の学習の場への情報提供等を積極的に推進する必要がある。

また、消費者団体においては、消費者としての自主的学習活動、調査活動、消費者相談の実施、消費者への情報提供等の活動が日常的に取り組まれている。

このような活動の中で、「食事バランスガイド」のイラスト及びその活用方法について一般消費者に周知していくため、関連する団体主催の講座、勉強会、団体構成員への伝達、パンフレットの配布等様々な機会を通じ普及に努め、一人でも多くの消費者が関心を持ち、活用できるようにしていく必要がある。

なお、今後、食育基本法に基づく食育推進基本計画が策定されることとなっており、この中で各分野における「食事バランスガイド」の普及活用についての位置付けがなされ、より一層の総合的かつ計画的な推進がなされることとなるであろう。

参考資料1 肥満の現状と生活習慣病との関係

