

【目的】平成8年5月、栄養改善法の一部改正に伴い、新しく「食品の栄養表示基準制度」が導入され、さらに、同年10月、厚生省は成人病から生活習慣病という概念を検討し始めた。これらの状況から、健康な食習慣を身につけ疾病を予防するためには、この栄養表示を有効に活用し、食物消費における自己選択能力を育成することが必須の課題であると考えられる。本報では、食品の表示(栄養表示を含む)に対する消費者の意識と消費の実態を中心に、今後の消費者教育における基礎的資料を得ることを目的として調査を実施した。

【方法】①時期：1996年12月 ②対象：某女子短期大学附属幼稚園園児の母親223名(平均年齢 33.9 ± 3.6 歳)回収率58.8% ③方法：質問紙法

【結果】食物購入時の留意点は、品質、価格、安全性、栄養、嗜好の順である。栄養成分表示の認知度は86.5%であり、その51.8%はTV、19.3%は新聞、雑誌、本などから情報を得ているが、購入時に直接見て知った者も多い(25.7%)。しかしながら、購入時に、いつも栄養成分表示を見る者は、半数の50.7%に過ぎない。一方、他のさまざまな食品の表示は、98.2%が購入時に見ている。とくに、製造年月日、賞味期限、添加物の表示を見る者が多い。また、無添加、無農薬・有機栽培、うす塩、低脂肪などの表示のある食品の購入経験が高い。栄養表示は、94.1%が必要としているが、その理由として、正しい情報を知る消費者の権利、購入時の目安・参考、近似食品との比較、安心感などがあげられる。

【まとめ】消費者の健康づくりに資するため、その栄養表示に対する認識を高めると同時に、消費者が、わかりやすく、利用しやすい表示のあり方を検討する必要性が示唆された。