

令和7年度公益財団法人青森学術文化振興財団助成事業

青森県における「健康な食事・食環境」認証制度（通称：スマートミール）の普及に関する研究事業

柴田学園大学生生活創生学部 健康栄養学科

准教授 小沼奈緒美

本研究は公益財団法人青森学術文化振興財団の助成を受けて実施しました。得られた研究成果の概要を以下に報告します。

研究Ⅰ 青森県内飲食店における定食の栄養価実態調査 —スマートミール基準との比較検討—

1. 背景と目的

我が国では生活習慣病の増加が深刻な課題であり、特に青森県は死亡率の高さや肥満者の割合が全国平均を大きく上回るなど、喫緊の健康課題を抱えている。こうした中、社会全体で健康的な選択を支援する「健康な食事・食環境（スマートミール）」認証制度が創設されたが、青森県内の認証店舗は極めて少ないのが現状である。本研究は、県内の飲食店で提供される定食の栄養価を調査し、スマートミール基準への適合状況を明らかにすることで、今後の食環境整備の基礎資料を得ることを目的とした。

2. 方法

調査対象は、青森県中南保健所管内の飲食店23店舗（食堂・レストラン、喫茶店・カフェ）、計39食の定食とした（表1）。研究者と管理栄養士を目指す学生が、提供された定食の料理写真を撮影後、大学にて電子秤を用いて各食材の含有量を1g単位で測定・記録した。実測値に基づき、栄養計算ソフト（Excel アドイン栄養プラス version 1.5）を用いて、エネルギー量、食塩相当量、野菜等重量（調理前の野菜重量に変換）、およびエネルギー産生栄養素バランス（たんぱく質・脂質・炭水化物のエネルギー比率）を算出した。算出結果は、スマートミールの「ちゃんと（450～620kcal未満）」または「しっかり（620～850kcal）」の各基準と比較し、適合状況を検討した。

表1 各分類の店舗数、定食数、およびその定食の主菜

分類 [†]	店舗数(%)	定食数(%)	定食の主菜 [‡] (n)
食堂・レストラン	14(60.9)	26(66.7)	野菜炒め(6)、豚生姜焼き(3)、とんカツ(3)、ハンバーグ(2)、天ぷら・グラタン(1)、鶏唐揚げ(1)、豆腐ハンバーグ(1)、よだれ鶏(1)、鮭塩焼き(1)、肉野菜炒め(1)、親子丼(1)、大豆ミート唐揚げ(1)、鶏煮込み(1)、ガパオライス(1)、銀ダラの煮つけ(1)、エビフライ(1)
喫茶店・カフェ	9(39.1)	13(33.3)	豚生姜焼き(2)、ラトウユウ(1)、チキンカツ(1)、ヤンニョムチキン(1)、エビチリ(1)、ノンフライ油淋鶏(1)、ガパオライス(1)、豚角煮(1)、鶏唐揚げ(1)、鶏煮込み(1)、豚煮込み(1)、長芋唐揚げ(1)
合計	23(100.0)	39(100.0)	

† 日本標準産業分類¹⁴⁾における飲食店の細分類を参考に分類した。

‡ 定食の主菜は、実際の主菜と定食名から意味が変わらないように抽象化した。

3. 結果

エネルギー量が基準範囲（450～850 kcal）内であった定食は29食（74.4%）であった（図1）。エネルギー産生栄養素バランスの基準適合率は、たんぱく質エネルギー比率21食（53.8%）、脂肪エネルギー比率15食（38.5%）、炭水化物エネルギー比率21食（53.8%）であった（図2・3・4）。食塩相当量の基準適合率は21食（53.8%）、野菜等重量140 g以上の基準適合率は22食（56.4%）であった（図5・6）。すべての基準を満たした定食は2食（5.1%）であった。

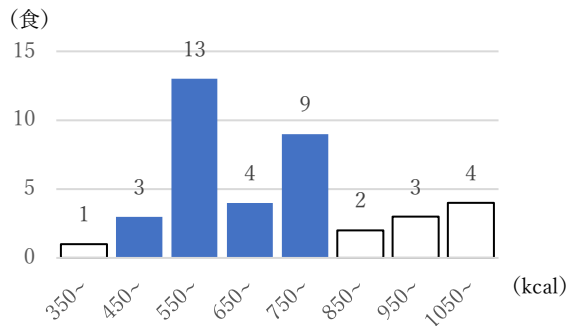


図1 エネルギー量の分布

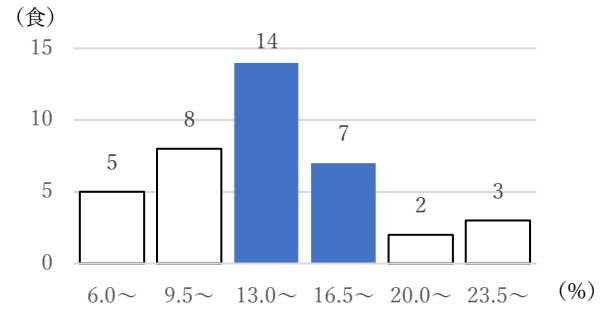


図2 たんぱく質%Eの分布

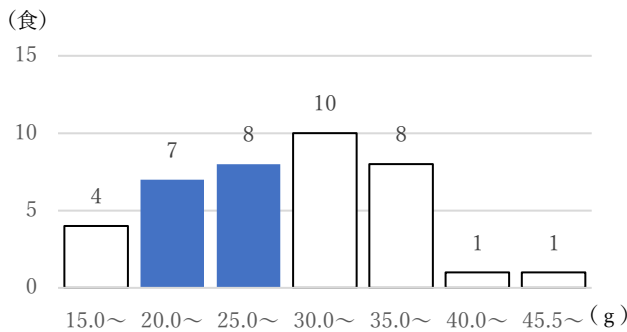


図3 脂質%Eの分布

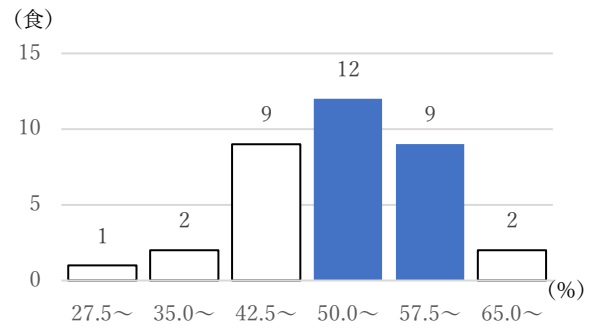


図4 炭水化物%Eの分布

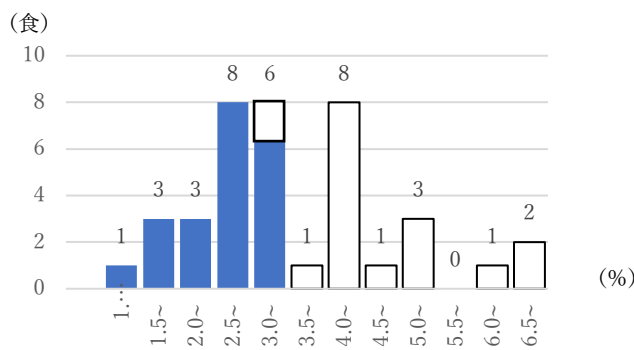


図5 食塩相当量の分布

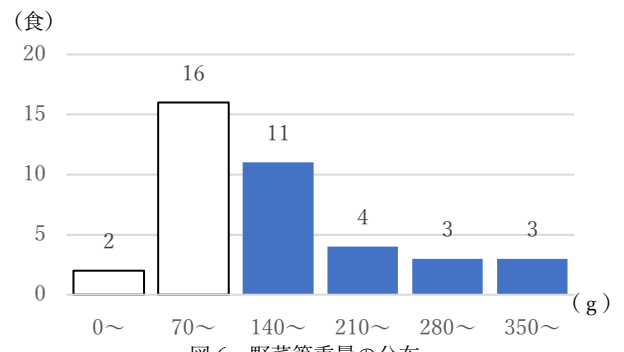


図6 野菜等重量の分布

■ は基準を満たした定食、 □ は基準を満たしていない定食

4. 考察

青森県内の飲食店で提供される定食の多くはエネルギー量がスマートミール基準範囲内であったが、脂肪エネルギー比率および食塩相当量の基準適合率は低く、すべての基準を満たした定食は少数であった。この実態から、地方における食環境整備には、エネルギー量の管理だけでなく、脂質や塩分に配慮したメニュー構成の工夫が不可欠である。

研究Ⅱ：青森県内認証事業者におけるスマートミール提供の成果と普及に向けた課題

1. 目的

本研究は、青森県内で認証を取得した事業者が、実際に認定を受けて得られた成果や、継続・運用していく上での課題を明らかにすることを目的とした。

2. 方法

2025年3月時点でスマートミール認証を受けている青森県内の4事業者（外食部門3、中食部門1）を対象とした。各事業者へ電話にて依頼を行い、承諾を得た後に研究概要、依頼文書、同意書、インタビューガイドを送付した。その後、2025年8月下旬から9月上旬にかけて各店を訪問し、1回30～45分程度の半構成的インタビュー調査を実施した。質問項目は、応募の経緯、顧客層、1日の平均販売数、表示方法、認証による営業効果、利用者の反応、認証を受けて良かった点、更新の意向、継続する上での課題、地場産野菜比率、外部支援への要望など計16項目である。インタビュー内容はICレコーダーで録音し、作成した逐語録を基にコード化およびカテゴリー化による質的分析を行った。

3. 結果

事業者が認定を受けて得られた成果として、メディア掲載や行政との連携を通じた「店舗知名度の向上」や、健康意識の高い「リピーターの確保」が挙げられた。利用者からは「野菜が摂れる」「低カロリーでも満足感がある」と概ね好評であり、事業者は「地域への健康貢献」という独自の強みを構築できていた。一方で、認証取得後の具体的な集客効果については、顕著な売上増を実感する事業者がいる一方で、認証自体の認知度不足から効果が限定的であるとする声もみられた。課題としては、2年という短い更新期間と「書類作成の複雑さ」が、少人数で経営する事業者の時間的・精神的な大きな負担となっていた。また、昨今の「食材価格の高騰」により、厳しい栄養基準を維持しながら安価に提供し続けることの困難さ（採算性の悪化）が指摘された。

4. 考察

スマートミール認証は、事業者にとって他店との差別化や顧客の健康意識向上に寄与する有用なツールである。しかし、認定を受けたことによる「成果」を維持するためには、事業者が負う事務的・経済的負担割合が高いことが確認された。特に、更新手続きの煩雑さや食材費高騰への対応は、事業者の努力のみでは限界があると推察された。また、医療従事者や一般消費者の間でもスマートミールの認知度が依然として低く、認証が必ずしも新規顧客の獲得に直結していない現状がある。事業者が継続的に認定の恩恵を享受し、地域に健康な食事を提供し続けるためには、事務作業の簡略化や経済的な支援に加え、社会全体の認知度を高める組織的な広報戦略が望まれる。

【謝辞】 本研究は令和7年度公益財団法人青森学術文化振興財団助成事業として実施しました。ご協力いただきました皆様に深く感謝いたします。