

大学生の家庭備蓄状況を踏まえた啓発のための YouTube 発信の効果

Effect of YouTube Dissemination for Enlightenment Based on Home Stockpiling Situation of University Students

中洋月¹、久保彰子²
Mizuki NAKA¹, Akiko KUBO²

¹ DNP ファシリティサービス
DNP Facility Services Co.Ltd
² 女子栄養大学
Kagawa Nutrition University

要約

近年、自然災害が頻発し防災対策の必要性が高まっている。本研究では、管理栄養士養成課程の大学生を対象に家庭備蓄の状況を調査し、備蓄普及のための啓発を YouTube を用いて配信し、普及啓発による家庭備蓄に関する知識や行動の変化を検討した。啓発動画の効果について、啓発前よりもローリングストック法や飲料水の最低必要量といった備蓄に関する知識や、主食・主菜・副菜のそろう食品の備蓄においてそろうと回答した者は、啓発動画視聴者で有意な増加がみられた。また、備蓄量が「増えた」者は、主食 46.9%、主菜 30.5%、副菜 36.2%であった。このことから、1回の啓発ではあるが、家庭備蓄に関する知識の向上と一部、備蓄行動に変化がみられた。さらに継続的な啓発を行うことが家庭備蓄の増加および継続に関与すると考えられる。啓発動画配信を約8割の者が「分かりやすかった」と回答していたことから、啓発動画の内容は本研究の対象者に適していたと考えられた。

キーワード：家庭備蓄、ローリングストック法、非常食・災害食、食料備蓄、SNS

Summary

In recent years, natural disasters have become more frequent and the need for disaster prevention measures has increased. In this study, we surveyed university students in a dietitian training program on the status of home stockpiling, distributed educational videos on YouTube to promote stockpiling, and examined changes in knowledge and behavior regarding home stockpiling as a result of the awareness-raising campaign. The results showed that the number of respondents who responded that they had stocked up on staple, main, and side dishes increased significantly among those who watched the educational videos. Those who answered that their stockpile had “increased” were 46.9% for staple foods, 30.5% for main dishes, and 36.2% for side dishes. This indicates that although this was a one-time awareness campaign, there was an increase in knowledge about household stockpiling and, in part, a change in stockpiling behavior. Further continuous education is considered to be involved in increasing and sustaining home stockpiling. About 80% of the respondents answered that the educational video was “easy to understand,” suggesting that the content of the educational video was appropriate for the target audience.

Keywords: household stockpile, rolling stock method, Emergency and disaster food, Food storage, social network service

1. はじめに

近年、洪水や土砂災害、大型地震などの自然災害が頻発・激化し、防災対策の必要性が高まっている¹⁾。そのため、日本は「公助」に必要な対策を平常時も含め取り組んでいる。しかし、現在想定されている南海トラフ地震のような広域的な大規模災害が発生した場合には、公助の限界についての懸念も指摘されている²⁾。実際に内閣府が行った調査結果では、指定避難所の施設内で、食料および飲料水を備蓄している市町村は659自治体であり、指定避難所がある自治体(944自治体)の約70%である。その他の自治体では「検討中・調整中である」「協定を締結している」などを理由に備蓄がなされていない³⁾。東日本大震災では、道路の寸断により孤立し、災害支援物資が届かない地域もみられた⁴⁾。このように、発災時にはすぐに避難所に食料や飲料水が届かない

場合があり、災害時の食料確保および栄養補給のための「自助」が重要である。しかし、全国の家計備蓄の状況は、令和元年国民健康・栄養調査の結果では、災害時に備えて非常用食料を用意している世帯の割合は53.8%と約半数という結果であった⁵⁾。また、農林水産省発行の「災害時に備えた食品ストックガイド」では、備蓄に適した食品の選び方やローリングストック法による日頃の活用方法、災害時に役立つ簡単レシピなどの実践的な内容が示されている⁶⁾が、このような公的機関から発信される情報を若年層の世代が目にする機会は少ないと考えられる。そこで、大学生の家計備蓄の状況を調査し、ローリングストック法を用いた備蓄普及のための啓発を、ソーシャル・ネットワーキング・サービス(以下、SNS)を用いて実施し、家庭備蓄に対する知識や行動の変化を検討した。

責任著者：久保彰子

E-mail:kubo.akiko@eiyo.ac.jp 〒350-0288 埼玉県坂戸市千代田3-9-21

女子栄養大学公衆栄養学研究室

2023年9月1日受付；2024年1月14日受理

Received September 1, 2023; Accepted January 14, 2024

2. 方法

(1) 対象

関東地方 A 大学の管理栄養士養成課程 1 年生から 4 年生 843 名

(2) 調査内容および調査方法

1) 家庭備蓄に関する質問紙調査（事前および事後）

対象 843 名のうち、1 年生および 3 年生、4 年生 (639 名) は、無記名自記式質問紙調査を家庭備蓄に関する普及啓発の実施前後に Microsoft Teams を用いて実施した。調査票は Microsoft Forms を使用し、回答フォームに選択または入力する方法で実施した。回答期間は、事前調査を 2022 年 7 月 26 日から 8 月 17 日、事後調査を 9 月 18 日から 10 月 5 日で実施した。また、2 年生 (204 名) は、事前調査を 2022 年 9 月 27 日に集合形式にて行い、事後調査は他の学年と同様に Microsoft Teams を用いて行った。調査期間は 2022 年 10 月 3 日から 10 月 12 日で実施した。

事前調査の項目は、食料備蓄の有無、備蓄に関する知識（ローリングストック法、飲料水の最低必要量）、備蓄食品の内容（食品の種類、1 人あたりまかなえる食数、備蓄食品で主食・主菜・副菜がそろるか）、基本属性（学年、世帯構成、被災経験、被災地でのボランティア経験）、使用している SNS の種類について回答を得た。備蓄の有無の質問に対して「備蓄していない」と回答した者にはその理由について回答を得た。

事後調査の項目は、事前調査の項目に加え、事前調査

に回答したか、啓発動画を視聴したか、啓発動画の評価（分かりやすかったか、備蓄意欲の変化）、備蓄行動の変化（飲料水、食料以外）、備蓄に関する知識（食料の最低必要量、食材の消費順）について回答を得た。さらに、事前調査の備蓄食品の内容（食品の種類）の設問は、増えた食品について回答を得た。

(3) ローリングストック法を活用した備蓄普及のための啓発動画の作成と配信

事前調査の質問項目である「使用している SNS の種類」の結果をもとに、URL から簡単に誰でも視聴できる YouTube を用いた啓発動画を作成した。また、ローリングストックの活用事例を紹介するため、事前調査結果で回答者の多くが常備していると回答した食品を使用した料理のレシピを作成し、調理過程を動画で作成し、啓発動画とあわせて配信した。啓発動画と調理動画は、防災の日である 2022 年 9 月 1 日から配信を行い、対象者へ Microsoft Teams の各学年のチャンネルで視聴 URL を紹介した。対象者の 1 年生、3 年生、4 年生には 2022 年 9 月 1 日から 9 月 15 日までの視聴時間を設けた。また、2 年生は 2022 年 10 月 5 日に集合形式にて啓発動画の視聴を行った。

(4) 解析対象（図 1）

A 大学の管理栄養士養成課程 1 年生から 4 年生 843 名のうち、事前調査で回答が得られた 463 名と、事前および事後調査ともに回答が得られた 257 名のうち啓発動画視聴者 177 名、啓発動画非視聴者 80 名を解析対象とした。

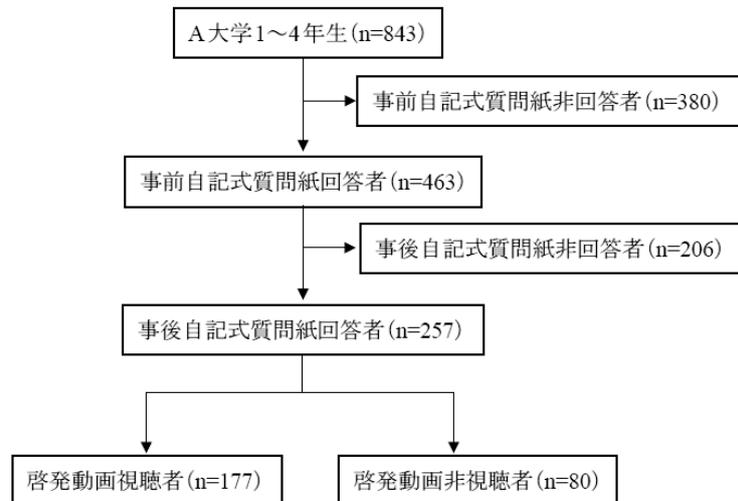


図 1 解析対象者

(5) 統計解析

欠損値は分析ごとに除外した。ローリングストック法の知識について「知っているし、実施している」、「知っているが、実施していない」を知っている群、「言葉は聞いたことがある」、「知らない」を知らない群の 2 群に群分けを行った。主食・主菜・副菜がそろるかについても「そろっている」、「まあまあそろっている」をそろっている群、「あまりそろわない」、「そろわない」をそろわない群の 2 群とした。また、備蓄に関する知識である「飲料水の最低必要量」は「1L」を「正解」、「2L」、「3L」、「4L 以上」を「不正解」とし⁷⁾、「食料の最低必要量」は「3 日分」を「正解」、「1 食分」、「1 日分」、「2 日分」を「不正解」とした⁶⁾。さらに、「自宅での食料の備蓄で増え

た物があるか」については回答の選択肢を挙げ、一つでも選択した場合は「増えた」とした。

基本属性、使用している SNS の種類、食料備蓄の内容（食品の種類）、動画の評価（分かりやすかったか、備蓄意欲の向上）、家庭における備蓄飲料水量の変化、備蓄に関する知識（食料の最低必要量、食材の消費順）、自宅での食料の備蓄で増えた物があるか、食料以外の備蓄の変化については単純集計を行った。

食料備蓄の有無、備蓄に関する知識（ローリングストック法、飲料水の最低必要量）、備蓄食品の内容（自宅にある食品で 1 人あたりまかなえる食数、備蓄食品で主食・主菜・副菜がそろるか）について、事前調査回答者①、事後調査回答者で啓発動画非視聴者②、事後調査回答者

で啓発動画視聴者③の3群による比較は χ^2 検定を行い、有意水準を5%とした。また、3群の群間差は、ボンフェローニの方法によりp値の調整を行った。統計解析にはIBM SPSS Statistics Ver27.0を用いた。

(6) 倫理的配慮

本調査の実施にあたり対象者に対し、調査の目的および回答者は無記名とし特定されないこと、調査の目的以外には使用しないこと、集計結果は論文等で公表する旨を書面で説明し、回答をもって調査への同意とした。

3. 結果

(1) 家庭備蓄に関する質問紙調査（事前および事後）

対象者843名のうち、事前調査の回答が得られたのは463名で回答率は54.9%であった。また、事前調査の回答者463名のうち事後調査の回答が得られたのは257名(55.5%)、事後調査の回答者257名のうち啓発動画を視聴した者は177名(68.9%)であった。

1) 基本属性（表1）

対象者の属性を表1に示す。学年は事前調査が「1年生」73名(15.7%)、「2年生」204名(44.1%)、「3年生」76名(16.4%)、「4年生」110名(23.8%)で、事後調査が「1年生」6名(3.4%)、「2年生」156名(88.1%)、「3年生」8名(4.5%)、「4年生」7名(4.0%)であり、2年生が前後調査ともに回答が多かった。世帯構成は事前調査は「1人暮らし」148名(32.0%)、「夫婦のみ世帯」1名(0.2%)、「二人以上暮らし(兄弟、友人等)」23名(5.0%)、「1世代暮らし(親、子)」250名(54.0%)、「2世代暮らし(親、子、孫)」37名(8.0%)、「その他」4名(0.9%)であった。

使用しているSNSの種類は、事前調査の結果から「Facebook」5名(1.1%)、「Twitter」324名(70.0%)、「YouTube」416名(89.8%)、「Instagram」419名(90.4%)、「LINE」448名(96.8%)、「TikTok」186名(40.2%)、「利用していない」3名(0.6%)であり、「LINE」、「YouTube」、「Instagram」が多かった。

表1 基本属性

設問項目	回答項目	事前調査 回答者 n=463	事後調査 回答者 n=177
		回答数(%)	回答数(%)
学年	1年生	73(15.7)	6(3.4)
	2年生	204(44.1)	156(88.1)
	3年生	76(16.4)	8(4.5)
	4年生	110(23.8)	7(4.0)
世帯構成	一人暮らし	148(32.0)	53(29.9)
	夫婦のみ世帯	1(0.2)	0(0.0)
	二人以上暮らし (兄弟、友人等)	23(5.0)	7(4.0)
	1世代暮らし (親、子)	250(54.0)	106(59.9)
	2世代暮らし (親、子、孫)	37(8.0)	11(6.2)
	その他	4(0.9)	0(0.0)

数値処理及び解析により、一部に総計が100%にならない項目がある。

2) 家庭備蓄の状況（表2 事前調査結果）

家庭備蓄の状況について事前調査の結果を表2に示す。事前調査の結果から、備蓄しているかについて「している」は304名(65.7%)、「していない」は159名(34.3%)であった。また、表には示していないが備蓄していない理由は、「必要性を感じていないから」19名(4.1%)、「避難所等でもらえるから」6名(1.2%)、「収納スペースがないから」79名(17.1%)、「金銭的な理由」41名(8.9%)、「その他」40名(8.6%)であった。「その他」の内容として、「準備しようという気持ちはあるが出来ていない」、「どのようなものをどのくらい準備して良いか分からない」、「賞味期限が切れてしまい捨ててしまうから」などの回答があった。

備蓄に関する知識について、ローリングストック法を「知っている群」が122名(26.3%)、「知らない群」は341名(73.7%)であった。飲料水の最低必要量について、「正解」した者は75名(16.2%)、「不正解」だった者は388名(83.8%)であった。

備蓄食品の内容について、自宅にある食品で1人あたりまかなえる食数を「9食(3日)以上」と回答した者は133名(28.7%)、「9食(3日)未満」は324名(70.0%)、「無効回答」は6名(1.3%)であった。備蓄食品で主食・主菜・副菜がそろうかについては「そろっている群」が111名(24.0%)、「そろわない群」は352名(76.0%)であった。

3) 啓発動画配信前後の家庭備蓄に対する知識や行動の変化（表2）

啓発動画の視聴により、家庭備蓄に関する知識や行動の変化について、事前調査回答者①および事後調査回答者(啓発動画非視聴者②)、事後調査回答者(啓発動画視聴者③)の3群で比較した結果を表2に示す。備蓄に関する知識について、ローリングストック法を「知っている群」は、3群で有意な増加がみられた($p < 0.01$)。また、群間差は、啓発動画非視聴者②より啓発動画視聴者③の方が有意に「知っている群」の割合が増加した。飲料水の最低必要量を「正解」した者は、3群で有意な増加がみられた($p < 0.01$)。群間差は、事前調査回答

者①より啓発動画視聴者③の方が有意に正解者が増加した(p < 0.01)。「備蓄食品で主食・主菜・副菜がそろるか」について「そろっている群」は、3群で有意な増加がみられた(p < 0.01)。群間差は、事前回答者①より啓発

動画視聴者③が有意に増加した(p < 0.01)。備蓄に対する行動の変化について「備蓄している」と回答した者と「自宅にある食品で1人あたりまかなえる食数」は3群で有意な差は見られなかった。

表2 啓発動画配信前後の家庭備蓄に対する知識や行動の変化(前後比較)

設問項目	回答項目	事前調査	事後調査回答者	事後調査回答者	p値※	群間差 ※※
		回答者① n=463	啓発動画 非視聴者② n=80	啓発動画 視聴者③ n=177		
		回答数(%)	回答数(%)	回答数(%)		
ローリングストック法	知っている群	122(26.3)	49(61.3)	144(81.4)	< 0.01	①と② ②と③ ①と③
	知らない群	341(73.7)	31(38.8)	33(18.6)		
飲料水の最低必要量	正解	75(16.2)	18(22.5)	64(36.2)	< 0.01	①と③
	不正解	388(83.8)	62(77.5)	113(63.8)		
備蓄しているか	している	304(65.7)	55(68.8)	124(70.1)	0.539	
	していない	159(34.3)	25(31.3)	53(29.9)		
1人当たり備蓄食品で まかなえる食数	9食(3日)以上	133(29.1)	14(17.5)	52(29.4)	0.090	
	9食(3日)未満	324(70.9)	66(82.5)	125(70.6)		
備蓄食品は主食・主 菜・副菜がそろるか	そろっている群	111(24.0)	21(26.3)	64(36.2)	< 0.01	①と③
	そろわない群	352(76.0)	59(73.8)	113(63.8)		

※p値はχ²検定(対応のないデータ)

※※①と②、③の3群間の比較は、ボンフェローニの方法によりp値の調整を行った。

欠損値は除外した。数値処理及び解析により、一部に総計が100%にならない項目がある。

4) 啓発動画配信後の家庭備蓄の内容変化(表3)

啓発動画配信後に実施した質問紙調査結果について表3に示す。備蓄食品の内容について、主食が「増えた」と回答した者は83名(46.9%)で「変化なし」は94名(53.1%)、主菜は「増えた」は54名(30.5%)で「変化なし」は123名(69.5%)、副菜は「増えた」は64名(36.2%)で「変化なし」は113名(63.8%)、乳類は「増えた」は4名(2.3%)で「変化なし」は173名(97.7%)、果物は「増えた」は46名(26.0%)で「変化なし」は131名(74.0%)と主食、主菜、副菜、乳類、果物の項目で「変化なし」と回答した者の方が多かった。また、備蓄食品が「増えた」と回答した者の中で、実際に増えた食品は多い順に、主食は「即席インスタント麺」、「米」、「冷凍食品(うどん、パスタ、お好み焼き等)」、主菜は「肉や魚のおかず(缶詰、レトルト)」、「大豆製品(缶詰・パウチ等)」、「肉や魚の

おかず(冷凍食品)」、副菜は「根菜(玉ねぎ、にんじん、コーン等)」、「缶詰(トマト、コーン等)」、「レトルトスープ(フリーズドライ、レトルト、缶詰等)」、乳類は「スキムミルク」、「ロングライフミルク」、果物は「果物(バナナ、みかん等)」、「缶詰(みかん、桃等)」、「冷凍果物(ブルーベリー等)」、その他は「レトルトカレー」、「パスタ・グラタンソース(缶、パウチ)」、「栄養補助食品(カロリーメイト、ウィダーinゼリー、メイバランス等)」であった。

食品以外に新たに準備した物品が「あり」と回答した者は44名(24.9%)で、「なし」は133名(75.1%)と「なし」の方が多かった。「あり」の内容として「カセットコンロ」が11名(6.2%)、「紙皿・紙コップ」が28名(15.8%)、「缶切り」が12名(6.8%)、「栓抜き」が13名(7.3%)、「新聞紙」が23名(13.0%)であった。

表3 啓発動画配信後の家庭備蓄の内容変化(事後評価)

設問項目	回答項目	事後調査回答者 (動画視聴者③) (n=177)	増えた備蓄食品(上位3食品) 回答数(%)	
		回答数(%)		
主食	増えた	83(46.9)	即席インスタント麺、米、冷凍食品(うどん、パスタ、お好み焼き等)	
	変化なし	94(53.1)		
主菜	増えた	54(30.5)	肉や魚のおかず(缶詰、レトルト)、大豆製品(缶詰・パウチ等)、肉や魚のおかず(冷凍食品)	
	変化なし	123(69.5)		
備蓄食品 の変化	副菜	増えた	64(36.2)	根菜類(玉ねぎ、にんじん、いも等)、缶詰(トマト、コーン等)、レトルトスープ(フリーズドライ、レトルト、缶詰等)
	変化なし	113(63.8)		
乳類	増えた	4(2.3)	スキムミルク、ロングライフ牛乳	
	変化なし	173(97.7)		
果物	増えた	46(26.0)	果物(バナナ、みかん等)、缶詰(みかん、桃等)、冷凍果物(ブルーベリー等)	
	変化なし	131(74.0)		
食料以外の備蓄で 新たに準備した物品	あり	44(24.9)		
	カセットコンロ*	11(25.0)		
	紙皿・紙コップ*	28(63.6)		
	缶切り*	12(27.3)		
	栓抜き*	13(29.5)		
	新聞紙*	23(52.3)		
	なし	133(75.1)		

*食料以外の備蓄で新たに準備した物品が「あり」と回答した44名のうち、新たに準備した物品名(複数回答)と回答数(%)で示した。

5) 啓発動画の内容について

動画の内容について、動画は分かりやすかったかに対する回答は「分かりやすかった」と回答した者は145名(81.9%)、「まあまあ分かりやすかった」は31名(17.5%)、「少し分かりにくかった」は1名(0.6%)、「分かりにくかった」は0名(0.0%)であった。動画を見て備蓄しようと思ったかに対する回答は「思った」と回答した者は110名(62.1%)、「まあまあ思った」は63名(35.6%)、「あまり思わなかった」は3名(1.7%)、「思わなかった」は1名(0.6%)であった。

(2) ローリングストック法を活用した備蓄普及のための啓発動画の作成と配信(図2、図3)

家庭備蓄の啓発を目的に、ローリングストックを活用した啓発動画を作成し、YouTubeにて配信した。啓発動画の内容を図2～3に示す。ローリングストックに関する啓発動画は前編と後編の2部構成とした。若年層でも簡単に視聴できるように、前編は2分37秒、後編は3

分52秒で制作した。前編の内容は「どうして食品備蓄が必要なのか」、「ローリングストックとは」、「ローリングストックのメリット」、「ローリングストックのポイント」、「災害時に必要な水の量」とした。後編の内容は「前編の復習」、「おすすめ常備食品(主食・おかず・その他)」、「災害時に食品を消費するポイント」、「食品以外に用意するもの」とした。

また、図には示していないが、ローリングストックの活用事例を紹介するため、事前調査結果で回答者の多くが常備していると回答した食品を使用した料理のレシピを作成し、調理過程を動画で作成し、啓発動画とあわせて配信した。動画制作した献立は、「やきとり缶でカンタン!バターチキンカレー」、「たまごスープで!かんたん中華風おにぎり」、「ツナとほうれん草の塩こんぶ和え」、「ワンパンでらくらく♪パインケーキ」で、どのメニューも視聴時間は1分30秒程度で制作した。



図2 啓発動画の内容(前編)

1

ローリングストックでカンタン！
—災害に向けた備え—

②

女子栄養大学 公衆栄養学研究室

2

～前回の復習～

ローリングストックとは

- ① 普段よく食べる食品を多めに買う
- ② 賞味期限が古いものから食べる
- ③ 食べた分を買い足す

を繰り返し、常に一定の食品をストックしておく方法です

備える → 食べる → 買い足す

3

どんなものがどれくらい
家があればいいんだろう？

4

～今回の内容～

- おすすめストック食品と買い置き量のめやす
- 災害時に食品を消費するポイント
- 食品以外にあると便利なアイテム

5

おすすめ常備食品 (一人×3日分)

主食

- ごはん: レトルトごはん (9個), お米 (1kg弱)
- 乾麺: うどん・そば・パスタなど, カップ麺
- その他: 小麦粉, シリアル, ホットケーキミックス

色々な食品を組み合わせて9食分置いておくと安心！

6

おすすめ常備食品 (一人×3日分)

おかず

- 主菜: レトルト食品, 缶詰(肉・魚), 冷凍食品
- 副菜: 缶詰(野菜), 常温野菜, わかめ, 乾燥野菜, 乾燥物, 冷凍野菜

組み合わせて9個以上, 5～10品目

7

おすすめ常備食品 (一人×3日分)

その他

- フルーツ缶詰 (1～2缶)
- 野菜・果物ジュース (3～5本)
- インスタントスープ, 調味料, クラッカー, 栄養補助食品など

8

！ 食べた分の食品は買い足して
いつも同じ量の食品を
ストックしておくことが大切です！

9

災害時に食品を消費するポイント

1日目: 冷蔵保存食品 (肉・魚・卵・生野菜・乳製品 など)

2日目: 冷凍保存食品 (肉・魚・野菜・うどん・唐揚げ・ピザなど)

3日目: 常温保存食品 (常温保存の野菜・果物類・レトルト食品・缶詰・乾物 など)

10

食品以外に用意するもの

これがあったら便利！

- カセットコンロとガスボンベ: ライフラインが止まっても火を使って料理ができる！ 温かい食事を食べられるように1台持っておきましょう
- 使い捨て食器・ラップ: 水が止まったら食器を洗えない！ 使い捨て食器やラップを使って洗わなくて良い工夫を
- 調理用ハサミ: まな板なしで切れるので洗いや消毒に！ さらにケガもしにくく、誰でも使いやすいです

11

いざという時
安心して過ごせるように

今日からはじめる災害対策

あなたも、はじめてみませんか？

図3 啓発動画の内容 (後編)

4. 考察

本研究の質問紙調査（前後）の回答者および啓発動画視聴者③が2年生に多かった理由は、集合形式による調査と視聴を実施したことが要因と考えられる。その他の学年の学生は個別に回答する方法のため、質問紙調査の回答期間及び動画視聴の視聴期間の間に、著者らが回答又は視聴するようチャットにて催促を行ったが、集合形式での調査および動画視聴を行った2年生と比べ、質問紙調査の回答者および動画視聴者が少なかった。個別での調査実施においては回答者にインセンティブを付与する等が回収率の増加に有効と考えられる。

また、事前の質問紙調査で備蓄について、「している」と回答した者の割合は65.7%であり、令和元年国民健康・栄養調査結果の53.8%⁵⁾よりも高いことから、家庭備蓄に関して関心が高い集団であると考えられた。

備蓄に関する知識について、啓発動画視聴者③はローリングストック法を「知っている群」と、飲料水の最低必要量が「正解」した者が双方とも、事前調査回答者①と比べて有意に増加したことから、本研究では1回の啓発ではあるが、備蓄に関する知識を身につけることはできると考えられた。一方、ローリングストック法を「知っている群」において、啓発動画非視聴者②も、事前調査回答者①と比べ有意に増加していたことから、質問紙調査の回答のみで事前調査で分からなかった人が調べる、情報を収集することにより知識を得る等、意識を高めることが示唆され、質問紙調査の実施は、家庭備蓄の啓発に有効な取組みであると考えられる。

備蓄に対する行動の変化について、備蓄食品で主食・主菜・副菜がそろうかについて「そろっている群」は、事前調査回答者①と比較して、啓発動画視聴者③が有意に増加し、行動の変化が一部みられた。また、1人あたり備蓄食品でまかなえる食数が「9食（3日）以上」と回答した者が事前調査回答者①の29.1%で、啓発動画視聴者③は29.4%とあまり増加しなかったことについて、啓発動画において1人3日分の備蓄食品の量のめやすを説明したことで、実際に家庭で備蓄している食品が、事前調査の回答時よりも少ないと理解したため、あまり増加しなかったと考えられる。また、回答者の約3割が1人暮らしのため、備蓄することや備蓄食品を増やすことへの行動変容が難しかったとも考えられるため、手軽に備蓄できる食品の啓発が必要である。

主食、主菜、副菜、乳類、果物の食品別の変化では、全ての項目で「変化なし」と回答した者が「増えた」と回答した者より多かったが、備蓄量が「増えた」者は、主食46.9%、主菜30.5%、副菜36.2%と、一部、備蓄量の増加がみられた。このことから、1回のみでの啓発では、備蓄行動を変化させることは難しいと考えた。しかし、全ての項目で備蓄量が「増加した」と回答する者がいたことから、継続的な啓発を行うことで、備蓄量の増加が見込まれると考えられる。

啓発動画配信の評価として81.9%の者が「分かりやすかった」と回答していたことから、啓発動画の内容は本研究の対象者に適していたと考えられた。また、この啓発動画視聴によって62.1%の者が「動画を見て備蓄しようと思った」と回答していたことから啓発動画として意義はあると考えた。

5. 本研究の限界

本研究は、一大学の管理栄養士課程を履修する学生が対象であり、栄養学や家庭備蓄の必要性を学んでいるた

め、他学部の大学生よりも家庭備蓄状況や食に関する知識の項目で偏りがあると考えられる集団であり、一般化には限界がある。今後、管理栄養士課程の学生に限らず、大学生全体や社会人など広く多くの人を対象に調査を行い、より信頼性の持ったデータの蓄積を行っていくことが必要である。

6. 謝辞

本研究にあたり、質問紙調査の回答および啓発動画の視聴をしてくださった学生の皆様に感謝申し上げます。

参考文献

- 1) 国土交通省. “国土交通白書2020”.
<https://www.mlit.go.jp/hakusyo/mlit/r01/hakusho/r02/html/n1115000.html>
(参照2022-06-01).
- 2) 内閣府. “防災情報のページ”.
平成30年版 防災白書 第1章 第1節 1-1 国民防災意識の向上.
https://www.bousai.go.jp/kaigirep/hakusho/h30/honbun/1b_1s_01_01.html,
(参照2022-05-03).
- 3) 内閣府(防災担当). “避難所の運営等に関する実態調査(市町村アンケート調査)”.
https://www.bousai.go.jp/taisaku/hinanjo/pdf/hinanjo-kekkaoukoku_150331.pdf (参照2022-10-27).
- 4) 農林水産省. “東日本大震災における食料へのアクセス実態調査”.
https://www.maff.go.jp/j/budget/yosan_kansi/sikkou/tokutei_keihi/seika_h24/kanbou_shokuan_ippan/pdf/60100581.pdf (参照2022-10-27).
- 5) 厚生労働省. “令和元年「国民健康・栄養調査」結果の概要”.
<https://www.mhlw.go.jp/content/10900000/000687163.pdf>
(参照2022-10-27).
- 6) 農林水産省. “災害時に備えた食品ストックガイド(平成31年3月)”.
<https://www.maff.go.jp/j/zyukyu/foodstock/attach/pdf/guidebook-3.pdf>
(参照2022-10-27).

