慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

Title	授乳に関する情報政策のための基礎研究：育児雑誌における母乳代用品広告の量的・質的分析授乳に関する大学生の経験、認識、将来の展望
Sub Title	
Author	本郷, 愛実(Hongo, Manami) 秋山, 美紀(Akiyama, Miki)
Publisher	慶應義塾大学湘南藤沢学会
Publication year	2012-04
Jtitle	研究会優秀論文
JaLC DOI	
Abstract	本論文は二つの研究を含む。 第一の研究では、育児雑誌における母乳代用品の広告の実際を把握することを目的に2008年10月から2009年3月の間に日本で発行された育児雑誌12誌(52冊)における母乳代用品広告の量および内容を分析した。母乳代用品広告の定義および内容の分析項目は日本を含む全加盟国が世界保健総会にて1994年に採択した「母乳代用品のマーケティングに関する国際規準」を参考とした。同規準は乳児の健康に関わる製品のマーケティングの適正化を目的に、消費者一般への母乳代用品の広告や試供品の提供等を規制している。雑誌の全面積に対する該当広告の面積を測定し、また内容分析は4人の調査者で行った。対象雑誌のうち、8割の雑誌では母乳代用品の広告が存在し、雑誌1冊の総面積(1頁の面積×頁数)あたり、平均1.7%(最小0.06%;最大5.2%)の広告面積の記載が明らかになった。対象読者を妊娠中とする雑誌の方が産後からと比較して有意に哺乳びん・人工乳首の広告記事数が多く、乳児用調整粉乳の広告には差が認められなかった。広告には乳児の写真や絵、「母乳に近い」などの文言が使用されており、キャンペーンを付加しているものもあった。政府報告では各企業が一般雑誌への広告を自主規制していることになっており、現状の把握及び日本の社会的法的枠組みにそつて同規準に効力をもたせるための対策が求められる。 第二の研究では、大学生の男女の授乳に関する経験、認識、将来の展望を把握することを目的に291名の大学生にアンケート調査を実施した。275名(94.5%)の回答があった。質問は属性、授乳に関する経験、将来子どもをもつと仮定した場合の授乳方法の希望とその可能性の予測、認識/態度を測る日本語版Iowa Infant Feeding Attitude Scale(IIFAS)の4つのパートに分かれている。全体的に公共の場で乳児が母乳を飲んでいる様子を見たことがある人の割合は粉ミルクを飲んでいる様子を見たことがある人の割合よりも低かった。女性の方が授乳の様子を目にした頻度が多く、母乳への希望と可能性、IIコFASの合計点は高かった。IIコFASの合計点は家族知人の中で母乳の様子を見た頻度など多数の項目と相関が見られた。母乳を飲んでいた期間、家族知人の中・メディアで母乳を飲んでいる様子を見た頻度は母乳への希望と正の相関をなし、家族知人の中で母乳を飲んでいる様子を見た頻度は粉ミルクへの希望と可能性と負の相関をなした。各自が評価した母乳、粉ミルク、混合への希望と可能性を比較し、相対的希望と相対的可能性の組み合わせにより分類したところ、分類によって傾向の違いが見られた。大学生は将来子育てを担う当事者とも、公共や職場の一員として当事者の環境の構成員ともなる可能性がある。観察経験の機会の増加及び授乳方法の利便性、公共での授乳、仕事との両立等に関する認識への働きかけが母乳育児に対する好印象及び可能性の評価の向上につながることが示唆される。 授乳に関する情報をいかに社会一般や特定の集団に届けていくかという情報政策を考える上で、足がかりとなる基礎的なデータを提示できることを期待している。
Notes	秋山美紀研究会2011年度秋学期
Genre	Technical Report
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=0302-0000-0661

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

SFC-SWP 2012-004

研究会優秀論文

授

乳に関する情報政策のための基礎研究

－育児雑誌における母乳代用品広告の量的・質的分析 授乳に関する大学生の経験、認識、将来の展望－

2011年度　秋学期
AUTUMN

本郷 愛実　総合政策学部 4年

秋山 美紀　研究会

慶應義塾大学湘南藤沢学会

Keio SFC Academic Society

推薦のことば

世界保健機構（WHO）を中心にグローバルにその意義が共有されている母乳育児推進の動きを踏まえ、著者の本郷愛実は大学 4 年間一貫して、日本での状況改善のための研究に取り組んできた。その集大成である本論文は、わが国での人工乳マーケティングの現状分析、母乳育児の普及啓発の実践、政策立案に至るまで、多面的かつ厚い考察から構成されている。授乳に関する情報をいかに社会一般や特定の集団に届けていくかという情報政策を考える上で、足がかりとなる基礎的なデータを提示した点で高く評価できる。

本研究中の育児雑誌の広告分析は学会発表等も経た水準の高い調査研究であるが、単なる調査にとどまらず、解決策として、啓発マテリアルや新法案の提案までをも含んでいる。特に啓発マテリアルの完成度は高く、実際の診療現場で産婦人科や小児科医に利用されるに至っている。また本人自身が、母乳育児に関する国際大会への参加や啓発活動の実践も活発に行ってきた。まさに SFC が目指している、実践が伴った問題解決のための研究として位置づけられる。調査と分析の手法、先行研究との比較、厚い考察、さらに効果的な啓発方法や提言に至るまで、熟度が高く、大学院の論文に比肩しうる大変優秀な論文であるため、ここに推薦する次第である。

慶應義塾大学
総合政策学部 准教授
（現 環境情報学部）
秋山美紀

授乳に関する情報政策のための基礎研究

育児雑誌における母乳代用品広告の量的・質的分析

授乳に関する大学生の経験，認識，将来の展望

慶應義塾大学総合政策学部　秋山美紀研究会

本郷愛実

Keywords

授乳　母乳　国際規準　育児雑誌　大学生

学籍番号: 70807280　CNS 名: s08728mh

提出日: 2012 年 1 月 21 日

要旨

本論文は二つの研究を含む。

第一の研究では、育児雑誌における母乳代用品の広告の実際を把握することを目的に 2008 年 10 月から 2009 年 3 月の間に日本で発行された育児雑誌 12 誌(52 冊)における母乳代用品広告の量および内容を分析した。母乳代用品広告の定義および内容の分析項目は日本を含む全加盟国が世界保健総会にて 1994 年に採択した「母乳代用品のマーケティングに関する国際規準」を参考とした。同規準は乳児の健康に関わる製品のマーケティングの適正化を目的に、消費者一般への母乳代用品の広告や試供品の提供等を規制している。雑誌の全面積に対する該当広告の面積を測定し、また内容分析は 4 人の調査者で行った。対象雑誌のうち、8 割の雑誌では母乳代用品の広告が存在し、雑誌 1 冊の総面積(1 頁の面積×頁数)あたり、平均 1.7%(最小 0.06%; 最大 5.2%)の広告面積の記載が明らかになった。対象読者を妊娠中とする雑誌の方が産後からと比較して有意に哺乳びん・人工乳首の広告記事数が多く、乳児用調整粉乳の広告には差が認められなかった。広告には乳児の写真や絵、「母乳に近い」などの文言が使用されており、キャンペーンを付加しているものもあった。政府報告では各企業が一般雑誌への広告を自主規制していることになっており、現状の把握及び日本の社会的法的枠組みにそって同規準に効力をもたせるための対策が求められる。

第二の研究では、大学生の男女の授乳に関する経験、認識、将来の展望を把握することを目的に 291 名の大学生にアンケート調査を実施した。275 名(94.5%)の回答があった。質問は属性、授乳に関する経験、将来子どもをもつと仮定した場合の授乳方法の希望とその可能性の予測、認識/態度を測る日本語版 Iowa Infant Feeding Attitude Scale (IIFAS)の 4 つのパートに分かれている。全体的に公共の場で乳児が母乳を飲んでいる様子を見たことがある人の割合は粉ミルクを飲んでいる様子を見たことがある人の割合よりも低かった。女性の方が授乳の様子を目にした頻度が多く、母乳への希望と可能性、IIFAS の合計点は高かった。IIFAS の合計点は家族知人の中で母乳の様子を見た頻度など多数の項目と相関が見られた。母乳を飲んでいた期間、家族知人の中・メディアで母乳を飲んでいる様子を見た頻度は母乳への希望と正の相関をなし、家族知人の中で母乳を飲んでいる様子を見た頻度は粉ミルクへの希望と可能性と負の相関をなした。各自が評価した母乳、粉ミルク、混合への希望と可能性を比較し、相対的希望と相対的可能性の組み合わせにより分類したところ、分類によって傾向の違いが見られた。大学生は将来子育てを担う当事者とも、公共や職場の一員として当事者の環境の構成員ともなる可能性がある。観察経験の機会の増加及び授乳方法の利便性、公共での授乳、仕事との両立等に関する認識への働きかけが母乳育児に対する好印象及び可能性の評価の向上につながることが示唆される。

授乳に関する情報をいかに社会一般や特定の集団に届けていくかという情報政策を考える上で、足がかりとなる基礎的なデータを提示できることを期待している。

目次

要旨 1

目次 2

はじめに 7

日本の母乳育児率 7

母乳育児支援の疫学的根拠 8

母乳育児支援の介入方法 8

本論文の目的 9

資料 10

参考文献　−はじめに− 14

第１章　育児雑誌における母乳代用品広告の量的・質的分析 16

1.　背景と目的 16

＜先行研究レビュー＞ 17

1.　情報源としての育児雑誌 17

2.　授乳と描写・情報とメディア 17

3.　他分野の雑誌広告との類似 18

4.　日本国内の「国際規準」に関する研究 18

2.　方法 19

1.　広告の定量分析 −方法− 19

＜対象雑誌・広告＞ 19

＜分析＞ 19

2.　広告の内容分析 −方法− 20

＜対象広告＞ 20

＜分析＞ 20

3.　結果 21

1.　広告の定量分析 −結果− 21

2.　広告の内容分析 −結果− 23

4.　考察 24

＜本研究のまとめ＞ 24

＜先行研究から＞ 24

＜限界と可能性＞ 25

5. 結論 26

資料 1 図表 27

資料 2 雑誌・広告・内容のものさし 35

I. 雑誌の選出方法 35

II. 広告の選出方法 36

III. 広告内容の選出方法 38

参考文献 -第 1 章- 39

第 2 章 授乳に関する学生の経験，認識，将来の展望 41

1. 背景と目的 41

2. 手法 43

＜対象者＞ 43

＜質問紙＞ 45

＜日本語版スケールの信頼性＞ 46

＜倫理的配慮＞ 46

＜統計＞ 46

3. 結果 47

1. 回収率及び参加者の属性 47

＜回収率＞ 47

＜参加者の属性＞ 47

2. 授乳に関する生育経験 49

＜乳児期＞ 49

＜授乳に関する観察経験＞ 53

3. 性別と各項目の関連 57

4. IIFAS スコアとの関連要素 59

5. 将来の授乳方法の希望・可能性との関連要素 62

＜授乳方法別にみた希望と可能性＞ 62

<相対的希望と可能性の変移パターンによる分類> 71

4. 考察 78

＜本研究のまとめと先行研究＞ 78

＜研究の限界＞ 81

5. 結論 82

参考文献 -第 2 章- 83

おわりに 85
関連アクター 85
五つの政策提言 87
＜公共への啓発活動＞ 88
＜若い世代への啓発・教育活動＞ 88
＜妊娠中の女性への母乳に関する情報提供＞ 89
＜母乳代用品に関する効力のある取り決めの制定＞ 91
＜医療の標準化＞ 91
結語 92
参考文献 －おわりに－ 93

付録資料 1 「赤ちゃんと自分の力を信じて」妊娠中の女性向きリーフレット 95
付録資料 2 「健康増進法の一部を改正する法律」案 96
謝辞 100

図 I 母乳育児に関する妊娠中の考え.....10
図 II 授乳期の栄養法(月齢別).....10
図 III 母乳栄養率(1ヵ月時)の推移.....11

図 1-1 企業別の該当広告面積割合の内訳.....29
図 1-2 製品種類別の該当広告面積割合の内訳.....30

図 2-1 母乳を飲んだ経験の有無.....49
図 2-2 乳児期の主な授乳方法.....51
図 2-3 母乳を飲んでいた期間(生後).....51
図 2-4 授乳観察経験 (母乳育児).....54
図 2-5 授乳観察経験 (粉ミルク).....54
図 2-6 授乳観察経験 (家族・知人).....55
図 2-7 授乳観察経験 (公共).....55
図 2-8 授乳観察経験 (メディア).....55
図 2-9 3場面中、その授乳の様子を一度でも見たという場面数.....55
図 2-10 3場面中、その授乳の様子を数回または頻繁に見たという場面数.....55
図 2-11 母乳と粉ミルクの相対的可能性の分かれ目 (母乳希望から).....73
図 2-12 母乳と混合の相対的可能性の分かれ目 (母乳希望から).....74
図 2-13 母乳と粉ミルクの相対的可能性の分かれ目 (粉ミルク希望・同程度の希望から).....75
図 2-14 母乳と粉ミルクの相対的可能性の分かれ目 (同程度の希望から同程度・粉ミルク可能性)..76
図 2-15 母乳と混合の相対的可能性の分かれ目 (同程度の希望から同程度・混合可能性).....76
図 2-16 母乳と粉ミルクの相対的可能性の分かれ目 (同程度の希望から母乳・粉ミルク可能性).....77
図 2-17 母乳と混合の相対的可能性の分かれ目 (同程度の希望から母乳・混合可能性).....77

図 IV 関連アクターの概念図.....86
図 V 統合的行動モデル.....90

表 I 「母乳育児成功のための 10 か条」 12
表 II 「母乳代用品のマーケティングに関する国際規準」要旨 13

表 1-1 対象雑誌 27
表 1-2 広告面積の測定 27
表 1-3 製品種類と対象読者 27
表 1-4 広告種類と対象読者 28
表 1-5 対象雑誌詳細 30
表 1-6 内容分析シート 32
表 1-7 内容分析：項目数集計 33
表 1-8 内容分析：文言集計 35

表 2-1 集計場所と配布・回収数 44
表 2-2 学生生活の三側面における傾向（仮説） 44
表 2-3 配布場所別の回収率 47
表 2-4 参加者の属性 47
表 2-5 学年と配布場所のクロス表 48
表 2-6 主な授乳方法とその理由 51
表 2-7 主な授乳方法による観察経験の平均値比較（母乳と混合） 56
表 2-8 主な授乳方法による観察経験の平均値比較（粉ミルクと混合） 56
表 2-9 性別による将来の授乳方法の希望と可能性の平均値比較 58
表 2-10 IIFAS 合計点の統計量 59
表 2-11 IIFAS 合計点との関連項目 59
表 2-12 性別による IIFAS 合計点の比較 61
表 2-13 主な授乳方法による IIFAS 合計点の比較 61
表 2-14 授乳方法の希望と可能性間の相関 62
表 2-15 主な授乳方法による希望・可能性の平均値比較（母乳と粉ミルク） 64
表 2-16 主な授乳方法による希望・可能性の平均値比較（母乳と混合） 65
表 2-17 授乳方法の希望・可能性との関連項目 67
表 2-18 観察頻度別にみた希望・可能性 69
表 2-19 観察経験場面数と授乳方法の希望・可能性との相関 70
表 2-20 母乳・粉ミルク: 相対的希望と可能性 72
表 2-21 母乳・混合: 相対的希望と可能性 71

表 III 情報関連の政策案 87

はじめに

日本の母乳育児率

日本においては、乳児の授乳方法として母乳を希望する女性が 96%と非常に高い [1]（図 I）。一方、同調査によれば、1 か月の時点で母乳だけで育てている女性は 5 割にみたず、混合栄養が同割合程度存在する他、月齢が進むほど混合栄養率が母乳率を上回り、最終的には粉ミルクだけの率が最も高いという状況が見られた（図 II）。20 年間、母乳率は変わらない現状にあった [2]（図 III）。

このように母乳だけで育てている女性が多数派ではなくなったのは、歴史的には 1970 年以降になる。同様な低下は世界各国で見られ、理由としては粉ミルクの普及、病院出産の増加、粉ミルク会社と病院との関係、母乳育児のメカニズムの誤った認識、母乳育児の知恵の世代間伝達の途切れなどが言われている [3]。しかし、授乳に関する科学的なエビデンスの積み重ね、世界保健機関(WHO)や国連児童基金(UNICEF)による世界的な母乳育児の保護、推進、支援の流れを受け、日本政府も母乳育児の推進を掲げるにようになった。当初は「母乳で育てよう」[2, i]というように、母親の意思や努力のみに注目したような文言がされていたが、2007 年の厚生労働省による「授乳・離乳の支援ガイド」では、母親の母乳への希望はすでに高いこと、とりまく環境こそを変えていく必要があることに注目するようになった [4, ii]。同ガイドの中で WHO の「母乳育児成功のための 10 か条」[5]（表 I）（以下「10 か条」）の中のいくつかの項目からみた産科施設の現状調査のまとめや、政府方針として「10 か条」の重要性などを打ち出したことをきっかけとしてか、最新の調査によると 2010 年の 1 か月での母乳率は 5 割を上回った [6]。政府は「健やか親子 21」の一環として、2014 年までに 1 か月の母乳率が 6 割を超えることを目標としている [7, iii]。

---

[i] (1975 年)「わが国における母乳運動の推進　(3 つのスローガンを掲げて推進)
① 出生後 1.5 カ月までは母乳のみで育てよう
② 3 カ月まではできるだけ母乳のみで頑張ろう
③ 4 カ月以降でも、安易に人工ミルクに切り替えないで育てよう
を掲げて母乳運動を推進して今日に至っている。」

[ii] (2007 年)「母乳育児については、妊娠中から『母乳で育てたい』と思う割合が 96%に達していることから、それをスムーズに行うことのできる環境（支援）を提供することが重要である。その支援の目標は、単に母乳栄養率の向上や乳房管理の向上のみを目指すものではない。」
「無理せず自然に母乳育児を実践できるように、妊娠中から出産後の環境を整えることは、赤ちゃんを『育てる』ことに自信をもって進めていくことができる環境を整えること」

[iii] 「健やか親子 21」の中で課題 2『妊娠・出産に関する安全性と快適さの確保と不妊への支援』、課題 4『子どもの心の安らかな発達の促進と育児不安の軽減』の指標として設定

母乳育児支援の疫学的根拠

母乳育児への注目をもたらした疫学的根拠は，次のようなものである。乳児の中耳炎、アレルギー、肥満、糖尿病、乳幼児突然死疾患などへの予防、感染症の重篤化の防御、IQ の高さなどがあげられている[8]。また、母乳育児は母親の産後の出血量の低下させ、出産間隔をあけることに寄与し、乳がん、子宮がんなどの減少にも寄与する[8]。母乳を長く続ける、母乳だけを与えることの意義を示す研究は多い[9]。WHO は乳児にとって最適な授乳方法として「生後 6 か月間は母乳のみで育て、その後適切な補完食[iv]を補いながら、2 歳かそれ以上まで母乳育児をする」ことを推奨している[10]。

母乳育児支援の介入方法

世界的にその最適な授乳方法をより多くの母子が達成できるように様々な介入が試みられている。今後日本がさらに環境を充実させるには、それらを参考にする方法がある。Centers for Disease Control and Prevention（CDC）の近年のガイドライン[11]では、コクランでレビューされ、コクランライブラリーを通して発行された母乳育児に関する介入方法を紹介しており、科学的なエビデンスのある効果的な介入として産科施設でのケア、仕事場での母乳育児支援、ピア・サポート、母親への教育、専門家によるサポート、メディアとソーシャル・マーケティングがあげられている。また、公式には未評価ではあるが、確立された歴史と強い合理性を有する介入として「母乳代用品のマーケティングに関する国際規準」（表 II)（以下「国際規準」）、専門家への教育、公共の場での母乳育児の受容、ホットラインなどの母親がアクセス可能な情報源の確立があげられている[11]。

日本政府の現在の取り組みをみると、「授乳・離乳の支援ガイド」[5]では専門家のサポートや「10 か条」に基づく産科施設でのケアに注目がおかれている。それをみると、日本の生後すぐからの終日母子同室はいまだ多数派ではないことや、母乳を希望している女性を希望通りに母乳だけを与えられるようには支援しないなどケアの課題が伺える。働く女性のための環境設備としては、例えば、育児休業法の改正や、保育施設で冷凍母乳を扱うようにとの指針がでている[v]。ピア・サポートに関しては、CDC のガイドラインに取り組みの一例として紹介されている「ラ・レーチェ・リーグ」という、歴史の長い団体が日本にもある。その「ラ・レーチェ・リーグ日本」[vi]が日本でコンファレンスを実施した際には厚生労働省や東京都が後援をした。また、大阪府では府報で同団体を紹介しており、富山県では県のネットワークに同団体も含まれ紹介されている。

このような取り組みの発展・維持は重要である一方、母親が科学的根拠に基づく産後のケアを

[iv] 離乳食ともいわれる。乳児は発達に伴い必要となる栄養を満たすために次第に母乳以外の食べ物も必要とするようになる。母乳を続けながら補足する食べ物という意味で補完食(compliment food)と呼ばれている。

[v] 児童福祉法に基づく保育所保育指針「母乳育児を希望する保護者のために、冷凍母乳による栄養法等の配慮をおこなう。」
保育所食育に関する指針「冷凍母乳の受け入れ態勢も整え、母乳育児の継続を支援できるように配慮する。」

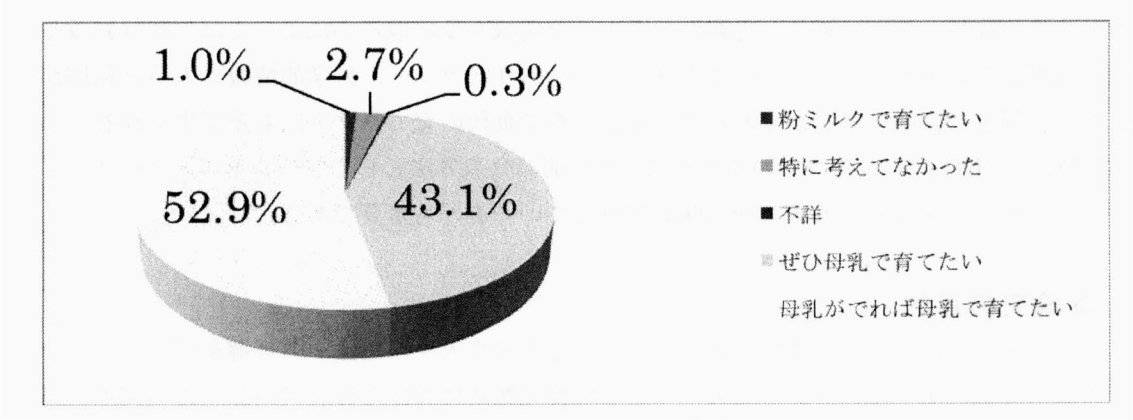
[vi] 同団体は、子育ての知恵の共有、科学的根拠に基づく情報提供とエモーショナル・サポートを軸に、グループの集いやホットラインで「母親から母親への母乳育児支援」を行っている。

知らなければ「10か条」を実施しているような産科施設にアクセスできるかは偶然性に規定され、またピア・サポートの存在を知らない女性はアクセスすることができない。さらに、公共や職場の人が授乳に関して認識が低ければ、授乳をする母子に配慮が不足した態度をとったり、困難を強いたりする可能性がある。逆に、母親がどのような情報を受け取るかによっては、産科施設や専門家の選択、ピア・サポートへのアクセス、広告へのリテラシー、科学的情報の入手と利用が可能になる。周囲の認識、行動が変わることで、子育て世代の育てやすさにも差が生まれる。つまり、同時に、CDCのとりあげているように、また別の介入方法としてソーシャル・マーケティングや「国際規準」を含む情報政策を吟味し実行していくことも重要である。

本論文の目的

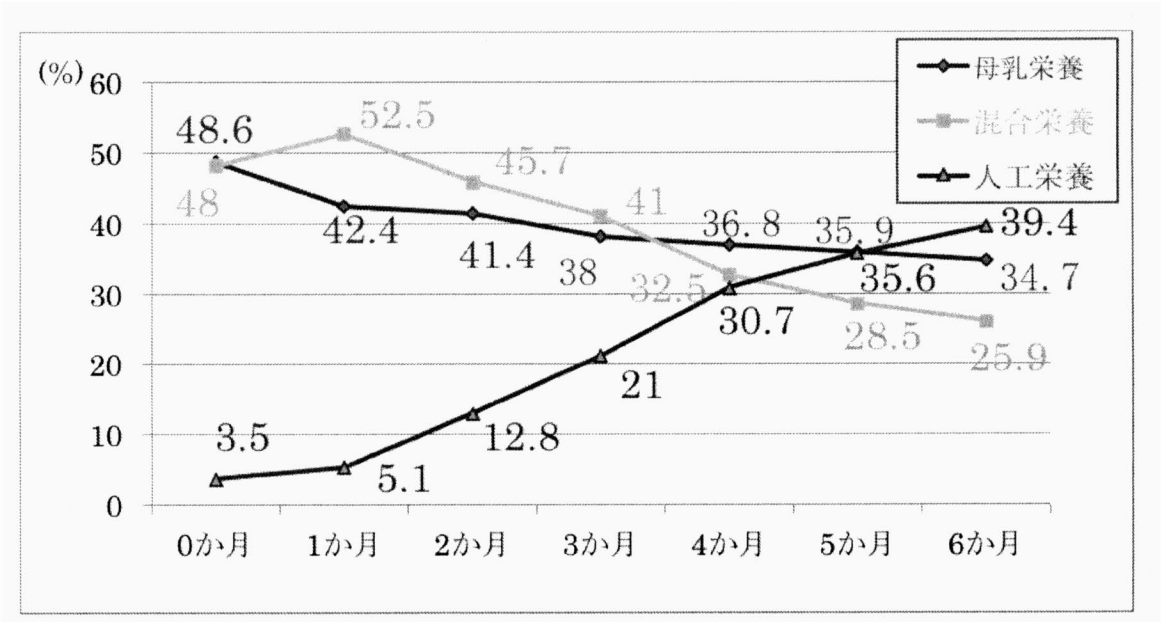
授乳に関する情報政策の第一歩は、人々をとりまく状況や人々の認識への理解を深めることである。本論文では、第一章にメディアの一つとして育児雑誌における母乳代用品広告の実際、第二章に大学生の授乳に関する経験、認識、将来の展望に注目した研究をまとめた。日本における授乳に関する情報政策を考えていく上で基礎的なデータを提示することを目的とする。

資料



図Ⅰ　母乳育児に関する妊娠中の考え

（出典：厚生労働省「平成 17 年度　乳幼児栄養調査」）



図Ⅱ　授乳期の栄養法(月齢別)

（出典：厚生労働省「平成 17 年度　乳幼児栄養調査」）

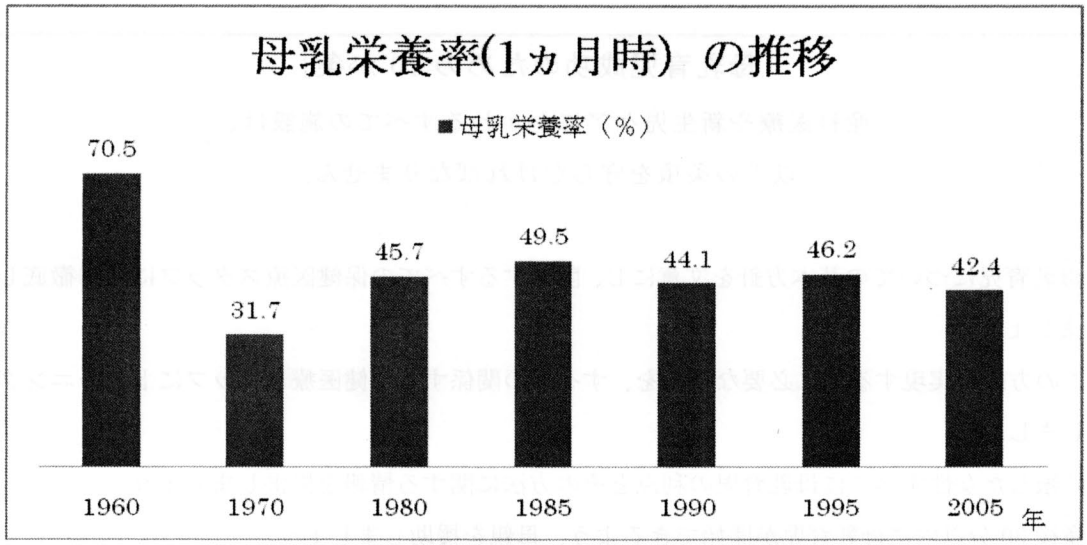


図 III　母乳栄養率(1ヵ月時)の推移

(出典：財団法人 厚生統計協会「国民衛生の動向・厚生の指標」(1998)及び厚生労働省「平成 17 年度　乳幼児栄養調査」より作成)

表Ⅰ　「母乳育児成功のための 10 か条」

「母乳育児成功のための 10 か条」

産科医療や新生児ケアにかかわるすべての施設は、

以下の条項を守らなければなりません。

1．母乳育児についての基本方針を文章にし、関係するすべての保健医療スタッフに周知徹底しましょう。
2．この方針を実現する為に必要な技能を、すべての関係する保健医療スタッフにトレーニングしましょう。
3．妊娠した女性すべてに母乳育児の利点とその方法に関する情報を提供しましょう。
4．産後 30 分以内に母乳育児が開始できるよう、母親を援助しましょう。
5．母親に母乳育児のやり方を教え、母と子が離れることが避けられない場合でも母乳分泌を維持できるような方法を教えましょう。
6．医学的に必要でない限り、新生児には母乳以外の栄養や水分を与えないようにしましょう。
7．母親と赤ちゃんが一緒にいられるように、終日、母子同室を実施しましょう。
8．赤ちゃんが欲しがるときに欲しがるだけの授乳を勧めましょう。
9．母乳で育てられている赤ちゃんに人工乳首やおしゃぶりを与えないようにしましょう。
10．母乳育児を支援するグループ作りを後援し、産科施設の退院時に母親に紹介しましょう。

(WHO/UNICEF: The Ten Steps to Successful Breastfeeding. 1989)

NPO 法人日本ラクテーション・コンサルタント協会翻訳

表 II 「母乳代用品のマーケティングに関する国際規準」要旨

「母乳代用品のマーケティングに関する国際規準」[vii] (WHO, 1981)
要旨

「国際規準」の要点は以下の通りである。

- 消費者一般に対して，母乳代用品などの製品を宣伝・広告をしてはいけない
- 母親に試供品を渡してはいけない
- 保健医療サービスの中で販売促進を行ってはいけない
- 保健医療システムの中で母乳代用品や製品の寄付、割引をしてはいけない
- 企業に雇用された者が母親に直接会ったりアドバイスをしたりしてはいけない
- 保健医療従事者に贈り物をしたり個人的に試供品を渡したりしてはいけない
- 製品のラベル(表示)には赤ちゃんの絵や人工栄養を理想化するような絵、あるいは文言を使用してはならない
- 保健医療従事者への情報は科学的で事実に基づいたものでなければならない
- 製品の情報には、母乳育児の利点と共に人工栄養法の費用や危険性も説明しなければならない
- 加糖練乳(コンデンスミルク)のような不適切な製品を赤ちゃん用として販売促進してはならない

UNICEF/ WHO 赤ちゃんとお母さんにやさしい母乳育児支援ガイド　アドバンス・コース「母乳育児成功のための 10 ヵ条」の推進 (2011) 医学書院　BFHI 2009 翻訳編集委員会 p. 58

[vii]国際規準は前文と 11 条文から成り、その後も 2 年ごとに世界保健総会にて関連決議が採択されており、1981 年の決議と同じ力をもつとされている。尚、目的は以下の通り。

目的(第 1 条)：母乳育児を保護・推進し、「必要な場合には十分な情報に基づき、公正妥当なマーケティングと支給を通じて母乳代用品が適切に用いられること」を保証し、それにより、乳児に対する安全で十分な栄養の供給に寄与すること。

参考文献　−はじめに−

1. 厚生労働省「平成 17 年度　乳幼児栄養調査」. 2011 年 12 月 10 日検索 http://www.mhlw.go.jp/houdou/2006/06/h0629-1.html

2. 財団法人 厚生統計協会. 国民衛生の動向・厚生の指標. 臨時増刊・第 45 巻第 9 号・通巻 704 号. 1998 年 p.119

3. Gabrielle Palmer (1988)/ 浜谷喜美子・池田真理・中村洋子訳(1991). 母乳の政治経済学. 東京, 技術と人間.

4. 厚生労働省雇用均等等・児童家庭局母子保健課(2007).「授乳・離乳の支援ガイド」. 2011 年 11 月 30 日検索　http://www.mhlw.go.jp/shingi/2007/03/dl/s0314-17.pdf

5. WHO / UNICEF: The Ten Steps to Successful Breastfeeding.1989. NPO 法人日本ラクテーション・コンサルタント協会翻訳

6. 厚生労働省「平成 22 年度　乳幼児身体発達調査」. 2011 年 11 月 30 日検索 http://www.mhlw.go.jp/shingi/2010/03/dl/s0331-13a015.pdf

7. 健やか親子 21　第二回中間評価報告書　p.40. 2011 年 12 月 10 日検索 http://www.mhlw.go.jp/shingi/2010/03/dl/s0331-13a015.pdf

8. Ip, S., Chung, M., Raman, G., Chew, P., Magula, N., DeVine, D., Trikalinos, T., and Lau, J. Breastfeeding and Maternal and Infant Health Outcomes in Developed Countries. 153. Agency for Healthcare Research and Quality. 2007. http://www.ncbi.nlm.nih.gov/bookshelf/br.fcgi?book=hserta&part=B106732

9. Horta, Bernardo L.; Bahl, Rajiv; Martinés, José Carlos; Victoria, Cesar G. Evidence on the long-term effects of breastfeeding, Systematic reviews and meta-analysis. WHO. http://www.who.int/child_adolescent_health/documents/9241595230/en/index.html

10. UNICEF・WHO (2003)/ 多田香苗・瀬尾智子訳(2004). Global Strategy for Infant and Young Child Feeding. 乳幼児の栄養に関する世界的な運動戦略. 日本ラクテーション・コンサルタント協会発行.

11. Shealy KR, Li R, Benton-Davis S, Grummer-Strawn LM. *The CDC Guide to Breastfeeding Interventions. Atlanta: U.S. Department of Health and Human Services, Centers for Disease Control and Prevention, 2005.* 2011 年 11 月 23 日検索 www.cdc.gov/breastfeeding/pdf/breastfeeding_interventions.pdf.

12. UNICEF/ WHO (2009)/ BFHI 2009 翻訳編集委員会(2011). 赤ちゃんとお母さんにやさしい母乳育児支援ガイド　アドバンス・コース 「母乳育児成功のための 10 ヵ条」の推進. 医学書院　p. 58

第１章　育児雑誌における母乳代用品広告の量的・質的分析

1.　背景と目的

妊娠中の女性や乳児の親の情報源である育児雑誌は、様々な育児用品の広告宣伝の場という側面も持っている。このうちの母乳代用品については、「母乳代用品のマーケティングに関する国際規準」(以下「国際規準」)が 1981 年の世界保健総会 (WHA) で採択・承認され、企業の母親やその家族への試供品の提供の規制や、消費者一般に対する広告の規制など製造・流通業者に適切なマーケティングを勧告している。日本は 1994 年に世界保健総会にて採択しており、国内において試供品の提供の自粛を過去に関連企業に通達している[18]他、一般雑誌における広告は各企業が自主規制していることになっている[19]。日本において「国際規準」に関する研究[1, 2]はわずかであり、さらにそれらは産科施設における「国際規準」に関する研究に限られている。本研究では、産科施設の外で母親をとりまく環境に注目し、日本の育児雑誌における母乳代用品の広告の現状について、客観的な指標を用いた分析を行うことを目的とした。

本研究は二つの調査を含む。第一に、規制されている母乳代用品の広告自体が存在するか、存在するならどれくらい存在するのかを定量的に分析した。該当する広告の面積と雑誌全体の面積を測定し、出現回数と合わせて製品種類別・企業別に集計することとした。また、対象読者を妊娠中からとする雑誌と産後からとする雑誌とで比較した。第二に、それを踏まえて広告が存在するならばその内容を「国際規準」の表示規制項目を準用して定性的に分析した。情報という側面から、母乳育児をしやすい環境づくりのための情報戦略を考える際の下地となることを期待している。

＜先行研究レビュー＞

1. 情報源としての育児雑誌

初産婦又は子の数が少ない女性ほど、若いほど、そして低所得者であるほど「本・雑誌」等読み物を育児又は健康の情報源としていることが多い[3,4]。研究デザインに限界があるが、授乳に関して特定してなされた調査でも、情報源として「本・雑誌」があげられた[5]。産後の女性を対象にした研究では、授乳に関する主な情報源として「家族」の次に「雑誌・本・テレビ」が多く回答された[6]。高校生と大学生を対象にした研究では、母乳育児に関する情報を得たことのある情報源として、大学生は「家(親又は兄弟姉妹)」の次に「読み物」をあげ、それに「テレビ」が続いた。高校生は二番目として「学校」三番目が「テレビ」で、「読み物」はそれに続いた[7]。メディアに求める話としては、「今子育て中の親の体験談」、「子育てを終えた普通の人の体験談」、「専門家の話」が多くあげられた[20]。情報源の一つとして雑誌は重要な役割を担っている可能性がある。一方で、育児雑誌の記事内容別のページ比率を求めた研究では、広告が全体で占めている割合が最も多い傾向が見られた[8]。

2. 授乳と描写・情報とメディア

海外の授乳とメディアの関係の調査としては大まかに記事を対象にして授乳の描写に注目したものと、広告を対象にして広告の数と母乳育児率の推移の関係や広告のテーマをみたものとがある。授乳の描写に関しては、母乳育児が一番であるが困難を伴うというメッセージ[9,10]や人工栄養法のイメージの多さ[9,11]があげられた。人工栄養法は視覚的なものが言語的なものよりも圧倒的に多かった[11]。母親の自己効力感に影響を与えているという指摘がある[12]。イギリスにおいては粉ミルクのリスクについての記述があまりなく、人工栄養法の方が「普通の人」の行いとして描写されていた[11]。また、パートナーの役割や公共の場での母乳育児についてはあまり触れられていないことで、暗黙のうちに母乳育児は母親個人が負うものであるかのようなメッセージを発しているとの指摘もある[9]。専門家が親に乳児の発達について伝えている情報は、臨床・疫学的研究によるものだけでなく、社会的文化的な影響を受けたものも存在するという研究もある[13]。

広告の数と母乳育児率の推移に関しては、負の相関をもつことが研究でいわれている[12,14]。70年代以降の人工栄養法の広告数の減少には「国際規準」が影響している可能性が指摘されている[12]。広告のテーマの上位５つの推移をみると、製造プロセスの質の高さが50年間を通して宣伝文句として使われ続けているという研究もある[12]。

また、以上のメディアとはやや趣を異とするが、妊娠中の女性が初めて産科施設を訪れるときに配布される教材パックを２種類用意し無作為に妊娠中の女性に配布して母乳育児の開始及び期間を比較した研究がある[15]。往来から配布されていた乳児用人工乳の企業作成の教材パック(宣伝、クーポン、試供品を含む)を受け取った女性は対照群と比べて退院前及び産後２週間までに母乳育児をやめる傾向にあった。女性の個別的な母乳育児の期間の目標は実際の期間を予測する強力な指標であることがわかったが、母乳で育てる予定であると答えた女性のうち、初めて母乳育児をする女性、初めて出産する女性、産後６か月以内に仕事復帰する予定の女性は母乳育児の期間の目標が不確か又は12週以内と答える傾向がより大きかった。そして、これらの女性のうち、企業が作成した教材を受け取った者は母乳だけで育てる期間及び、部分的にも母乳を与える期間が短くなったという。また、企

業による教材パックには少なくとも一つの人工乳試供品及び試供品を追加で企業に注文するカードが含まれていたが、受け取った女性の21%は出産前にそのカードを用いたという。

3. 他分野の雑誌広告との類似

雑誌の広告に注目している他の分野の研究も存在する。若い女性(21-25歳)向きの雑誌と成熟した女性向きの雑誌の食べ物に関する広告を比較した調査では、若い女性向きの雑誌の方が製品(栄養)の偏りがあり、アルコール、サプリメント、ココア製品のものが有意差をもって多かった。それらは「イメージ」で描かれていることが多く、「成功」と結びつけられていたメッセージをもっていた[16]。また別の研究では、2000年にワイン製造業者が、2003年にビール・アルコール飲料の製造業者が読者層の30%以上が12-20歳の青少年である雑誌への広告を自主規制することを始めたが、2001-2005年の間に30%以上の青少年読者層をもつ雑誌で広告数が減少した代わりに青少年読者層が15%以上30%未満である雑誌への広告の割合及び広告効果が増加したという。同じ時期にテレビ広告も増加したという[17]。授乳に関する広告をどう扱うかを考える上で、若い女性や青少年向きの他分野の広告戦略や研究を参考にする方法もある。

4. 日本国内の「国際規準」に関する研究

水野[1]が2004年に日本の新生児期ネットワークに所属する新生児集中治療室(NICU)に従事する132人の小児科医と関東地区の主要な病院の主任産科医96人に行ったアンケートの研究によると、回答者(小児科医68%, 産科医64%)のうち、母乳栄養が最善であることに同意したのは小児科医が66%であるのに対し、産科医は13%のみであった。また、「国際規準」を聞いたことがある、又は知っていると答えたのは小児科医が51%であるのに対し、産科医は18%のみであった。「国際規準」の内容に関する5問の正誤問題では、2問未満の誤答であった人が小児科医で78%、産科医で33%であった。小児科医のうち、33%が自分の病院は「国際規準」を遵守していると回答したのに対し、産科医は17%であり、小児科医の80%が今後遵守すべきであると答えたのに対し、産科医は39%に留まった。産科医のうち半数以上が将来遵守するには企業との契約を変更しなければならないと答えた。産科医の全てが産科医の母乳に対する態度を変えないといけないと答えた。ただし、この研究は小児科医のうち、新生児科医のみを対象とした研究であることに留意する必要はあるかもしれない。

粟野[2]が2003年に北陸、関西、東北地方における母性関連の学会及び母乳研修会に参加した助産師190名に行ったアンケートの研究によると、回答者(79.5%)のうち、母親全員への人工乳調乳指導が母乳育児支援の妨げとなることへ同意群、否定群、並び試供品の配布が母乳育児支援の妨げとなることへの同意群、否定群を比較したところ、いずれの場合も同意群は否定群に比べて「国際規準」への認識度が有意に高かった。乳業企業から派遣された栄養士が人工乳の調乳指導を実施することが不適切と81%が答えたものの、実際には回答者の従事する44.3%の施設でそれが行われていると解答があった。非実施施設の母乳率は有意に高かった。試供品の配布に関しても、86.1%が不適切と答えたものの、55.0%の施設でそれが行われていると回答があり、非配布施設の母乳率は有意に高かった。ただし、積極的に学習会に参加している助産師を対象にしている研究であることというリミテーションがあげられている。

2. 方法

1. 広告の定量分析 −方法−

＜対象雑誌・広告＞

メディア・リサーチ・センター株式会社発行の『月刊メディア・データ』及び『雑誌新聞総かたろぐ』2009 年版の「育児」項目に収載され、妊娠中の女性・1 歳未満の児をもつ親への育児情報の伝達を目的とする雑誌で、2008 年 10 月から 2009 年 3 月の 6 か月間に発行された 12 誌（計 52 冊）すべてを対象とした。対象となった雑誌は表 1-1 の通りである(詳細は表 1-5 参照)。「国際規準」適用範囲内製品のうち、乳児用調製粉乳、哺乳びん・人工乳首、5 か月未満のベビー飲食物を対象に、①製造者による該当製品の広告頁、②記事型広告として該当製品紹介に割かれている頁、③選出された雑誌のプレゼント又はインフォメーションの頁で該当製品が扱われているもの、を広告頁と定義し、表 1-2 の手順で測定した。広告の出現回数(製品別、企業別)及び該当広告が雑誌全面積(1 頁の面積×頁数)に占める割合　(該当広告面積割合=該当製品広告面積÷雑誌面積×100) を測定した。(選出方法及び測定方法の詳細は資料 2 を参照。) また、 妊娠中からを対象にする雑誌と出産後からを対象とする雑誌の発行部数および製品別の出現回数を比較した。妊娠中から出産後までを網羅する雑誌も妊娠中からであるとして前者に含んだ。

＜分析＞

統計解析には、SPSS 18 を用いた。各項目の記述統計を作成し、群間の比較は Spearman の相関検定、t 検定、X^2 検定により行った。有意水準は $p < 0.05$ とした。

2. 広告の内容分析 -方法-

＜対象広告＞

先の定量分析で明らかになった「国際規準」が広告を規制している製品の広告108記事のうち、記事型広告 11 記事とプレゼント・インフォメーション型広告 12 記事を除いた 85 記事の純粋広告を対象とし、重複する記事を除外して残った 20 記事に対して内容分析を行った。20 記事は 9 製造業者による 10 商品の広告であった。

＜分析＞

筆者と 3 人の協力調査者の計 4 人によって内容分析が行われた。筆者の用意した調査シートを全員が用いた(詳細は表 1-6 参照)。まず広告の扱っている製品の種類を人工乳、哺乳びん・人工乳首、 5 か月未満のベビー飲食物から選んだ。次に、「国際規準」で商品ラベル・販売の際に規制されている表現のうち、①乳児の写真がある　②乳児の絵がある　③キャンペーンが付加または告知されている　④『母乳化』『人乳化』やそれに類する表現が用いられている、の 4 項目にそれぞれの広告が該当するかが確認され、また④に関しては、調査者が該当すると思う文言を全て書き出した。グレーと思うものには△を記載した。3 人以上一致したものを 1 ポイント、2 人一致したものは 0.5 ポイントとして記事数、項目数を換算した。広告に記載されている商品のラベルや商品名も含めて調査がなされた。調査者は一人ずつ独立して調査を行った。筆者は 3 人の調査時にはシート記入の方法を説明した上で、記入方法に関する質問のみ受け付けた。

3. 結果

1. 広告の定量分析 -結果-

1)　対象雑誌における該当広告の掲載

対象全 12 誌（52 冊）のうち、該当広告が掲載されていたのは 10 誌(40 冊)で、11 製造者が 13 商品、計 108 記事を出稿していた。該当広告が非掲載の 2 誌(8 冊)のうち、1 誌(6 冊)は子どもの年齢を 0 から 6 歳までとした雑誌、1 誌(2 冊)は働く女性を対象にした雑誌で子どもの年齢を特定していないものであった。残りの 4 冊は雑誌別にみると 6 か月間で掲載があったが、その号には掲載がみられなかったものである。

2)　該当広告面積割合

該当広告が掲載されていた 40 冊の、雑誌 1 冊の総面積あたりの該当広告面積割合の平均は 1.7% (最小 0.06%; 最大 5.2%)であった。

3)　該当広告の内訳（記事数; 面積割合）

製品種類別の記事数; 該当広告面積割合の内訳は、乳児用調製粉乳が 80 記事; 68%、5 か月未満のベビー飲食物が 11 記事；17%、哺乳びん・人工乳首が 17 記事；15%であり、乳児用調製粉乳が最多であった(図 1-1)。該当広告記事数のうち 13%は雑誌の裏表紙に掲載されていた。

企業別の記事数の上位 3 社は図 2 における B 社 34 記事、A 社 24 記事、E 者 13 記事でいずれも乳児用調整粉乳製造企業であった。該当広告面積割合の内訳をみると、上位 3 社が全体のほぼ 2/3 を占めており、A 社 28%、B 社 24%、C 社 16%で、D 社と E 社はそれに続く 8%であった(図 1-2)。C 社はベビー飲食物製造企業、D 社は哺乳びん・人工乳首製造企業であった。

4)　発行部数と該当広告面積割合の相関

該当広告掲載 10 雑誌(40 冊)について、発行部数と 1 冊あたりの該当広告面積割合の相関を調べたが、Spearman の相関検定で相関は認められなかった（相関係数 .230; p=0.154）。

5)　妊娠からの雑誌と産後からの雑誌の比較

該当広告掲載 10 雑誌(40 冊)のうち、妊娠中からを対象と明記している雑誌 5 誌(20 冊)と、産後からを対象としている雑誌 5 誌(20 冊)を比較した。発行部数の平均値は有意に産後からを対象としている雑誌の方が高かった($p=0.005<0.01$)。1 冊あたりの該当広告面積割合の平均に差はなく、むしろ妊娠からを対象にした雑誌の方が若干高かった(妊娠から 1.7%; 産後から 1.6%; $p=0.692$)。製品種類の出現回数を比較したところ、有意水準 0.05 で哺乳瓶・人工乳首は妊娠中からの方が多く、ベビー飲食物は産後からが多く、乳児用調整粉乳には差がなかった。産後からの雑誌の間では有意水準 0.05 で乳児用調整粉乳がベビー飲食物及び哺乳瓶・人工乳首も多かった（表 1-3）。Pearson の X^2 検定で漸近有意水準(両側)は 0.008、自由度は 2 であった。広告種類

の出現回数を比較したところ、0.05 水準で純粋、記事型、プレゼント・インフォメーション型のいずれの出現回数にも差がみとめられなかった(表 1-4)。Pearson の X^2 検定で漸近有意水準(両側)は 0.744、自由度は 2 であった。

2. 広告の内容分析 －結果－

内容分析が行われた 20 記事のうち、乳児用調整粉乳が 13 記事、哺乳びん・人工乳首が 5 記事、5 か月未満のベビー飲食物が 2 記事であった。広告はすべて、４項目のうちのいずれかの表現を用いていた(表 1-7)。乳児の写真・絵は 1 記事を除いて 19 記事でいずれかを必ず含み、20 記事中 9 記事が写真を利用、14.5 記事が絵を利用していた。キャンペーンを付加した記事は 7 記事あった。母乳化・人乳化に類する表現は 12.5 記事で利用されていた。1 記事あたり利用している表現の平均項目数は４項目中 2.15 項目であった。

各調査者の見つけた文言は表 1-8 の通りである。乳児用調整粉乳では「母乳のような」「母乳にいちばん近い」、「母乳に近い」、「母乳研究」等の表現がみられた。哺乳びん・人工乳首では「母乳と同じように育ってほしい」「母乳育児を助けてくれる」などの文言が見られ、製品名に「母乳」という言葉が用いられていた。

4. 考察

＜本研究のまとめ＞

今回の結果から、日本では 12 誌中 10 誌の約 8 割の妊婦・乳児の親向け育児雑誌に、1 冊の雑誌面積あたり平均 1.7%の面積の乳児用調製粉乳をはじめとする「国際規準」適用範囲内製品の広告が掲載されていることが明らかになった。最小が 0.06%、最大が 5.2%であることから、その雑誌によって該当広告の面積に幅があることがわかる。雑誌ごとに広告一般に割く面積が異なることにも留意する必要があるだろう。また、該当広告が掲載されていた 10 誌の対象読者を妊娠中からと産後からに分けて比較したところ、1 冊あたりの該当広告面積割合の平均に差はなく、読者は妊娠中から産後と変わらない量の広告を提供されていることになる。製品種類別の出現数を比較したところ、乳児用調整粉乳に出産前後に差はなく、哺乳びん・人工乳首はむしろ妊娠中からを対象にした雑誌の方が有意に多かった。これは、「母乳で育てたいけど出ない人のために告知」しているとは言い難い状況を示す。また乳児期初期の哺乳びん・人工乳首の利用は、むしろ乳児が母乳の飲み取り方に影響を与えているという報告もあり、母乳育児を助けるという主張は誤りないし根拠がない[21]。

また、「国際規準」で広告が規制されている製品の広告において、「国際規準」で表示・販売の際に規制されている記述がなされていることが明らかになった。広告には細かい記載もあり、調査者によって多少数値の差があるものの、すべての記事で「国際規準」の規制項目に該当する記載が存在した。母乳が比較として出され、乳児用調整粉乳はそれとの類似性をうたい、哺乳びん・人工乳首では母乳育児を助けるものとして広告文言や商品名が書かれていたりする傾向が見られた。乳児の写真や絵、キャンペーンの付加、「母乳化」「人乳化」やそれに類する表現が用いられていることで、「国際規準」の視点ではこれらの製品が不適切に理想化されていることになる。

加えて、「国際規準」において母乳代用品の定義に含まれる 5 か月未満のベビー飲食物の広告がみられ、乳児用イオン水として与えることの必要性がうたわれていた。これは乳児用調整粉乳と異なって健康増進法の特別用途食品の扱いをうけておらず、そのためその内容の監視を厚生労働省から受けていないことが予想される。乳児に適当でない可能性もあり、法律等の仕組みの整備が必要であろう。

＜先行研究から＞

イギリス、オーストラリア、アメリカ合衆国、カナダ、香港など海外においては授乳がどのようにメディアにおいて描写されているかの調査や、一つの雑誌に注目して広告数と母乳育児率相関関係の調査をした研究がある。海外の先行研究においても該当広告の掲載が報告されており、授乳率との相関が見られたという研究もある。本研究では「母乳代用品のマーケティングに関する国際規準」と広告面積を軸に量・内容の両方の側面から日本における広告の現状を把握することを試みた。広告面積を用いたことで、一冊あたりどの程度の該当広告が含まれるかが想像しやすい。また、単純ではあるが同規準を軸とした内容分析も行ったことで、現状が一つの研究の形

として把握可能となった。さらに、全国誌の全ての有料育児雑誌を対象としていること、対象読者が妊娠中からである雑誌と産後からである雑誌とで比較を行った点で新しい研究である。

＜限界と可能性＞

本研究では量的分析のため雑誌と広告を定義し、面積を測ることとした。結果の解釈にあたり、留意点が少なくとも三点存在する。第一に、製品の表出は実際には該当広告に限らず、その定義において除外したものも雑誌には含まれている。例えば、①雑誌の記事の中に挿入されている該当製品の画像や紹介文、② 流通・販売業者の広告に挿入されている該当製品の画像や紹介文、③ 該当製品の製造業者の別の製品の広告の中に挿入されている該当製品の画像、④ 該当製品の製造業者による該当製品の画像を含む自社カタログの広告、⑤ 該当製品の製造業者による該当製品のキャラクターを含む自社母親クラブ・イベントの紹介などがそれにあたる。読者が受け取る情報のより広い理解には、定義において除外したものの存在にも留意する必要がある。第二に、量的調査は筆者が一人で行ったため、見落としが存在していた可能性がある。しかし、広告量の過小評価の可能性こそあるが、過大評価はなく、実際の広告の割合は本研究のものより大きい可能性がある。最後に、本調査は該当広告面積割合の計算にあたり、一誌の面積を分母としており、各雑誌が広告一般に割いていた面積は測定していない。したがって、広告面積のうちの何割が該当広告に割かれたかという測定はしておらず、その測定方法を採用するならばその割合は雑誌全体の面積を分母とするよりも大きくなるのは明らかである。他製品との比較という異なる角度から、そのような研究を進めるのも一つの方法である。

質的評価では、調査者の間に多少のばらつきが見られた。本研究においては、その読者の観察度合いを評価することを第一目的とはしてはおらず、そのため観察にあたり注目するポイントとして４項目の提示を行ったが、それでもばらつきが見られた。したがって、読者によっては観察の度合いが異なることをも結果は示唆する。今後、読者の主観に注目した研究も有意義だろう。

最後に、各自治体で母子手帳と共に配布される「母子手帳副読本」もまた『雑誌新聞総かたろぐ』で広告主を募集している雑誌であったが、行政の責任範囲が濃いものであるという、一般雑誌と趣を異とするため本調査結果には含めなかった。しかし、2008 年度版の「母子手帳副読本」にも該当広告の掲載がみられた。今後、「母子手帳副読本」の現状を把握した調査も必要だろう。

5.　結論

母親と父親、消費者一般がどのような情報を受け取るかに留意した規準が 1981 年に世界保健総会(WHA)で採択された「国際規準」である。同規準は、各国に自国の社会的・法的枠組みに沿った形で規準の原則と目的に実効性を持たせる行動を求めている（第 11 条）。また、同規準（第 11 条 3 項）には、規準実施のための対策が講じられているかに関わらず、適用範囲内製品の製造・流通業者に規準遵守の責任があると記載されている。

日本は 1994 年に同規準を採択しており、「健康増進法」にて乳児用調製粉乳を特別用途食品として一般食品と区別して条項を設けている。また、「わが国の母子保健」[19] によれば、母乳代替品の PR、サンプル配布について「①　各メーカーは、病院、産院等での母乳代替品の消費者へのサンプル配布を 1974 年から自粛。②　各メーカーは、テレビ、ラジオ、一般誌での母乳代替品の広告を自粛。ただし、専門誌には、告知のため PR。」とあり、母乳代替品の品質、表示については「①　母乳代替品の成分組成については、厚生労働大臣の承認事項。(乳等省令)　② 1982 年から母乳代替品に表示されている成分組成、表示の適正のチャックなどを行い、特別用途食品の許可を厚生労働大臣が与えている。このとき『乳児にとって母乳が最良である旨』、『医師、栄養士等の相談指導を得て使用することが適当である旨』、など表示。(健康増進法)」とされている。

しかし、この報告に反して一般誌での母乳代用品の広告が存在する現状、及び「乳児にとって母乳が最良である旨」が逆に宣伝の一部とされている状況が本研究により明らかになった。サンプル配布は他の先行研究でも示唆されている他、広告の中にキャンペーンを付加してサンプルを配布しているものもあることが本研究から明らかになった。また、特別用途食品に含まれない製品が乳児に適切なものとして販売・広告される危険性が示唆された。『国際規準の実情』[22] の 9 分類でみると、日本は第 6 分類目の低位置で、「条項の一部が任意規定に似ているがモニタリングが適正でないために、企業の影響から保護されていない」となっている。

今後、乳児の健康を守ることを目的に策定され、日本も採択した「国際規準」に実効性を持たせるために、行政、製造・流通業者、メディア従事者、保健医療従事者、さらに乳幼児を持つ親、一般市民、それぞれの立場で、さらなる現状把握と共に、どのような取り決めや取り組みを進めるべきか、検討していく必要がある。

資料 1　図表

表 1-1　対象雑誌

AERA with Baby	赤ちゃんとママ	FQ JAPAN	月刊クーヨン
すくすく子育て	たまごクラブ	tocotoco	初めてのたまごクラブ
bizmom	ひよこクラブ	Pre-mo	Baby-mo

表 1-2　広告面積の測定

◆ **広告面積の測定**：①②に関して(i)- (iv)を、③に関しては(v) –(vi)を広告面積として測定した。
(i) 頁の全体が広告の場合は、頁の面積
(ii) 頁の一部のみに広告がある場合は、その面積
(iii) 裏表紙の広告の場合は左と下の文字（雑誌の情報）を抜かした面積
(iv) 別の製品と一緒に紹介されている場合は、該当製品の記載されている頁側の面積
(v) 区切り線があれば、その区切り線で囲まれる面積
(vi) 区切り線がなければ、該当製品の画像と紹介文を縦横に含む最小面積

表 1-3　製品種類と対象読者

			対象		
			妊娠中から	産後から	合計
製品種類	ベビー飲食物	度数	2a	9b	11
		製品種類の %	18.20%	81.80%	100.00 %
	乳児用調整粉乳	度数	36a	44a	80
		製品種類の %	45.00%	55.00%	100.00 %
	哺乳瓶・人工乳首	度数	13a	4b	17
		製品種類の %	76.50%	23.50%	100.00 %
	合計	度数	51	57	108
		製品種類の %	47.20%	52.80%	100.00 %
a と b の間に 0.05 水準で有意差あり					

表　1-4　広告種類と対象読者

			対象		
			妊娠中から	産後から	合計
広告種類	純粋	度数	41a	44a	85
		広告種類 の %	48.20%	51.80%	100.00%
	記事型	度数	4a	7a	11
		広告種類 の %	36.40%	63.60%	100.00%
	プレゼント・インフォメーション型	度数	6a	6a	12
		広告種類 の %	50.00%	50.00%	100.00%
合計		度数	51	57	108
		広告種類 の %	47.20%	52.80%	100.00%
		対象 の %	100.00%	100.00%	100.00%
a 0.05 水準で有意差なし					

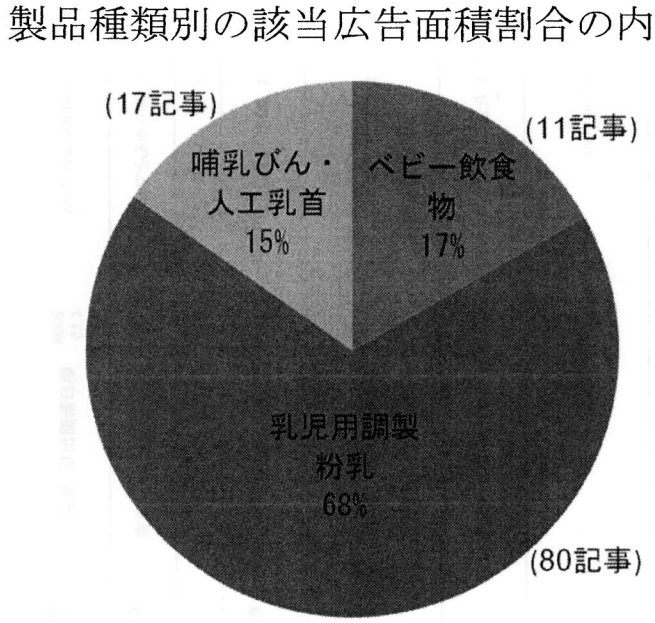


図 1-1　製品種類別の該当広告面積割合の内訳

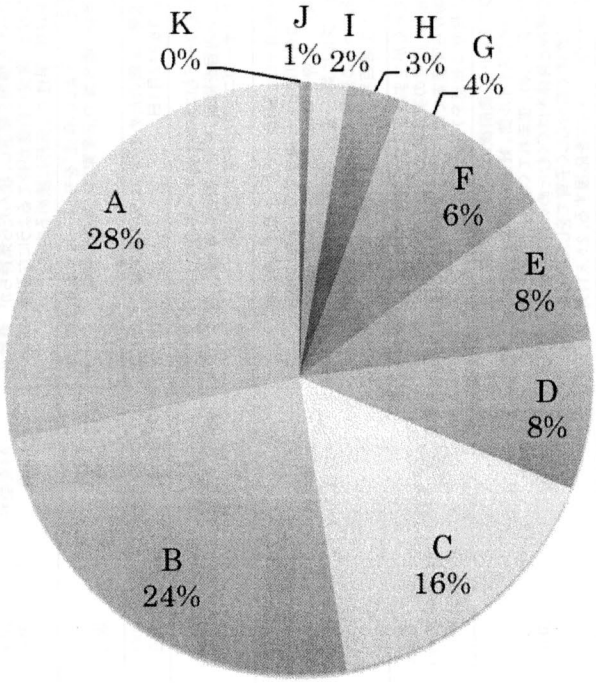


図 1-2　企業別の該当広告面積割合の内訳

表 1-5　対象雑誌詳細

妊婦・1歳未満の児を持つ親対象の育児情報雑誌リスト
（無料雑誌、NPO発行物、ファッションや地域の施設情報誌、通販、手遊び雑誌、能力開発や議論が目的の雑誌は除く）

雑誌名	創刊日	発行	販売	概要	発行発売日	値	サイズ・頁	サーキュレーション（部）	情報日付	メモ・出典
1 AERA with Baby	2008.4.15	朝日新聞出版　東京	書店/キヨスク/スタンド/CVS/朝日新聞発売所	0歳からの子育て情報誌。科学的な根拠に裏付けられた情報を精選し、読んだら気持ちが楽になる、育児に自信が持てるようになる情報を収録。男性でも気軽に読める内容。	奇数月15日	680	A4変型判136頁	100,000	2009.3現在	月刊メディア・データ
2 赤ちゃんとママ	1961.1	赤ちゃんとママ社　東京	直販（年間予約購読）	"安心できる楽しい育児"をモットーにする育児雑誌。組合員の出産家庭に年間12冊直送。	前月25日付 年送料共	5232	AB判52頁	[illegible]	2009.3現在	月刊メディア・データ 増刊号あり
3 FQ JAPAN	2006.12.1	アクセスインターナショナル	書店/CVS	英国発、父親のための「オトコの子育て雑誌」。3,6,9,12月1日	季刊雑誌	580	A4変型判144頁	50,000	2009.3現在	月刊メディア・データ
4 月刊クーヨン	1996.4	クレヨンハウス	書店/楽器店/直販	0-6歳の子どもにかかわるすべての大人に役立つ内容を掲載。育児と育自を考えた、心地よいオーガニックな子育てを応援。	月刊雑誌 前月3日発売	980	A4 変型判、100頁	30,000	2009.3現在	月刊メディア・データ
5 すくすく子育て	1990.4-	日本放送出版協会（NHK出版）	書店/直販	NHK教育テレビ番組「すくすく子育て」のテキスト。出産前から4～5歳までの子を持つ親を対象に、育児生活から起こるさまざまな疑問やトラブルに対し、意志、保健指導員や"おばあちゃんの知恵"によって具体的な方法で応える生活百科	月刊	560	AB判 約112頁	60,000	2006年度	雑誌新聞総かたろぐ サーキュレーション、総頁数は http://www.md-navi.jp/media/153949/index.html
6 たまごクラブ	1993.10	ベネッセコーポレーション	書店/直販	赤ちゃんが生まれる日まで読む、マタニティ情報誌。読者の実体験の情報を取り入れた妊娠から安産までの、マニュアルにはない本当に役立つ知恵をアドバイスする。	月刊雑誌 前月15日発売	600	A4変型判290頁	149,950	JMPA: 2009.1-3	月刊メディア・データ
7 tocotoco	2007.11.20-	プログレス	書店	マタニティから2歳前後の子を持つ夫婦に向けたライフスタイル誌。妊娠のココロとカラダのケアをはじめ、生まれてくる子どもの健やかな精神と身体をはぐくむための情報を紹介。 自然体で自分らしく子育てをしたいと考える現代のパパ・ママを応援する。2,5,,8,11月	季刊雑誌 前月15日発売	730	A4変型判144頁	80[illegible]0	2009.3現在	月刊メディア・データ
8 初めてのたまごクラブ	2001.3.15	ベネッセコーポレーション	書店	妊娠初期の妊婦（妊娠判明～妊娠4ヶ月）を対象にしたマタニティ誌。つわりの対処法や妊婦健診の内容等を紹介、不安の大きい妊娠初期の女性をサポートする。3,6,9,12月各15日発売	季刊雑誌	650	A4変型判	107,100	JMPA: 2009.1-3	月刊メディア・データ 頁数は、http://www.md-navi.jp/media/149861/index.html
9 ひよこクラブ	1993.10	ベネッセコーポレーション	書店/直販	赤ちゃんが生まれた日から読む、育児情報誌。読者参加型の編集姿勢をとる。ママたちの気がかりや疑問を解消し、赤ちゃんの健やかな成長と育児の楽しさをサポート。	月刊雑誌 前月15日発売	600	A4変型判350頁	[illegible]	JMPA: 2009.1-3	月刊メディア・データ
10 bizmom	2005.12	ベネッセコーポレーション	書店	仕事と育児の両立を目指す女性に向けた育児支援情報誌。「子どもを産んでも働きたい！」という女性に向け、働くママの生活実感に即した役立つ情報を提供する。 3、6、9、12月各15日発売	季刊雑誌	580	A4変型判120-140頁	100,000	2009.3現在	月刊メディア・データ

妊婦・1歳未満の児を持つ親対象の育児情報雑誌リスト
（無料雑誌、NPO発行物、ファッションや地域の施設情報誌、通販、手遊び雑誌、能力開発や議論が目的の雑誌は除く）

	雑誌名	創刊日	発行	販売	概要	発行発売日	値	サイズ・頁	サーキュレーション（部）	情報日付	メモ・出典
11	Pre-mo	2002.10.15 —	主婦の友社	書店/CVS	妊娠中のお母さんを対象としたプレママ情報誌。出産を控えた大切な時期の生活と医学の知識から、妊娠中も自分らしくすごすためのファッション、インテリア情報も多数掲載。ビジュアルを重視した誌面。	季刊雑誌 15日発売	720	A4変型判 240頁	37,400	JMPA: 2009.1-3	月刊メディア・データ
12	Baby-mo	2002.10.15 —	主婦の友社	書店/CVS	赤ちゃん生まれたばかりのお母さんを対象とした育児雑誌。赤ちゃんを育てる上で必要な医学や生活に知識から、子育てを楽しくするファッションやインテリア、レジャーなどの企画も多数掲載。ビジュアルを重視した誌面。	月刊雑誌 前月15日発売	630	A4変型判 280頁	68,834	JMPA: 2009.1-3	月刊メディア・データ
参考	母子手帳副読本	1964	財団法人　母子衛生研究会	無料配布	妊娠から赤ちゃんが1歳6か月になるまでの育児の教科書的なもので、全国の市町村妊娠届出窓口から妊婦に母子手帳と共に無料配布する。	年刊要覧	0	B6判 184頁	[illegible]		雑誌新聞総かたろぐ 頁数は実測

表 1-6　内容分析シート

育児雑誌　母乳代用品　広告内容分析

✿0で広告記載の製品種類を(α)(β)(γ)より選択し、その後、1-4の項目に広告記事が当てはまれば〇又は✓を描いてください。
(グレーゾーンには△)　商品名、記事に写されている商品のラベルも読めれば、含めます。
※4に関しては、該当すると思われる文言のメモをお願いします。　　名前 _____

項目／記事	記事A	記事B	記事C	記事D	記事E	記事F	記事G	記事H
0. 製品の種類（α）人工乳（β）哺乳びん・人工乳首（γ）5か月未満のベビー飲食物								
1. 乳児の写真がある								
2. 乳児の絵がある								
3. キャンペーンが付加または告知されている（ex. 試供品のサービス、何点で〇〇サービスなど）								
4.「母乳化」「人乳化」やそれに類する表現が用いられている（ex. 母乳〇〇・母乳に近い〇〇・母乳に近づいた、同等など「母乳研究」や「お手本」といったのはグレーゾーン）								
※4について該当すると思う文言をすべて（製品の表示も含む）この行に書きだしてください。先に出てきた表現と同じであれば、そうわかるようにした上で省略しても差し支えありません。								

表 1-7　内容分析：項目数集計

広告ID	商品	版	サイズ	0. 製品種類	1. 乳児の写真	2. 乳児の絵	3. キャンペーン付加・告知	4.「母乳化」「人乳化」に類する表現	合意項目数(3人以上1，2人以上0.5)
A	商品1	ver.1	片方	粉ミルク		4	4	4	3
B	商品1	ver.2	見開き	粉ミルク		4	4	4	3
C	商品1	ver.3	片方	粉ミルク		4	4	4	3
D	商品2	ver.1	見開き	ベビー飲料	4	3			2
E	商品2	ver.2	片方	ベビー飲料	4	2			1.5
F	商品3		見開き	哺乳びん・乳首				3（うち△1人）	1
G	商品4		片方	哺乳びん・乳首	4			4	2
H	商品5	ver.1	見開き	粉ミルク	4	4	1	4	3
I	商品5	ver.2	片方	粉ミルク	4	3	1	4	3
J	商品6		見開き	粉ミルク	4	4		3	3
K	商品7	ver.1	見開き	哺乳びん・乳首	4			3	2
L	商品7	ver.2	見開き	哺乳びん・乳首	4			3	2
M	商品8	ver.1	見開き	粉ミルク		4	4	2（うち△2人）	2.5
N	商品8	ver.2	見開き	粉ミルク		4	4	4	3
O	商品8	ver.3	片方	粉ミルク		4	4	1（うち△1人）	2
P	商品9	ver.1	片方	粉ミルク		4	4		2
Q	商品9	ver.2	片方	粉ミルク		4		1	1
R	商品9	ver.3	見開き	粉ミルク		4		2（うち△1人）	1.5
S	商品9	ver.4	見開き	粉ミルク		4		2（うち△1人）	1.5
T	商品10		見開き	哺乳びん・乳首	4				1
合計					9	14.5	7	12.5	43
								平均項目数	2.15

表 1-8　内容分析：文言集計

広告ID	商品	製品種類	調査者 Ⅰ	調査者 Ⅱ	調査者 Ⅲ	調査者 Ⅳ
A	商品1	粉ミルク	“母乳で育てたい”ママの気持ちが出発点 ／ 母乳のような色・香り・固太りにこだわった	母乳に近い	母乳に近い、味・色・香り	母乳に近い、味・色・香り ／ 母乳のような色、香り、固太りにこだわった（ラベル）
B	商品1	粉ミルク	同	同	同	同 ＋「母乳で育てたの？」
C	商品1	粉ミルク	同	同	同	A と 同
D	商品2	ベビー飲料	赤ちゃんの体液に近い ？			
E	商品2	ベビー飲料				
F	商品3	哺乳びん・乳首	お手本 △		「母乳育児」（商品名）	「広口母乳育児乳首」(商品名) ／ママのおっぱいをお手本にした
G	商品4	哺乳びん・乳首	母乳と同じように育ってほしい	母乳と同じように	母乳と同じように育って欲しい	”母乳と同じように育って欲しい” ／ 赤ちゃんがおっぱいを吸ったときと同じように機能
H	商品5	粉ミルク	母乳にいちばん近いミルク	母乳にいちばん近い ／母乳にさらに近い	母乳にいちばん近いミルク、できました。	母乳にいちばん近いミルク、できました。 ／ 母乳にさらに近い成分を実現しました。
I	商品5	粉ミルク	同	同	同	同 ＋「母乳で育てたの？」
J	商品6	粉ミルク	母乳(特に初乳)に多く含まれる・・・を増量（当社従来比）	母乳に近い		母乳に近づけています（ラベル）
K	商品7	哺乳びん・乳首	「母乳実感」(商品名)／母乳で育てたいと思うママを応援／母乳育児を助けてくれる		おっぱいで育ててあげるね ／「母乳実感」(商品名)	「母乳実感」(商品名) ／ おっぱいで育ててあげるね ／母乳育児を助けてくれる哺乳びんを選びましょ
L	商品7	哺乳びん・乳首	母乳育児をサポートする／「母乳ですくすく」という願いをカタチにした哺乳びん／母乳育児はいいことといっぱい			商品名 ○ ／（ピジョンは徹底的におっぱいを飲むときの赤ちゃんを研究しました。 △）
M	商品8	粉ミルク	母乳研究から生まれたミルク △			母乳研究から生まれたミルク △
N	商品8	粉ミルク	同 △ 母乳に含まれ赤ちゃんの成長に大切な成分／母乳に近い成分 ○	母乳に近い成分	母乳研究・母乳に近い成分	半世紀以上の母乳研究 △ ／「母乳に近い成分がたくさん入っているので安心して飲ませられます。」(アンケートより)
O	商品8	粉ミルク	同 △			
P	商品9	粉ミルク				
Q	商品9	粉ミルク		これからの育児スタイル ／ これからの育児であってほしい		
R	商品9	粉ミルク	母乳サイエンス △	同		
S	商品9	粉ミルク	同 △	同		
T	商品10	哺乳びん・乳首				

資料 2　雑誌・広告・内容のものさし

I. 雑誌の選出方法

以下のすべての要件を満たすもの

1. メディア・リサーチ株式会社の以下の刊行物の項目に記載されている雑誌
『月刊メディア・データ』（平成 21 年 6 月）の「赤ちゃん・育児・幼児」（分野番号 125）
又は『雑誌新聞総かたろぐ』2009 年版の「育児・家庭教育」（分野番号 0170）
2. 妊婦又は 1 歳未満の児をもつ親を対象とするもの
    (1) 雑誌紹介文にそのように記載されているもの　又は
    (2)［妊娠］［出産］［乳児］［父親の育児参加］又はそれに類似する言葉を含むもの
3. 育児情報の伝達を趣旨とするもの
    通販・ファッション・地域の施設・遊び・早期教育に関する情報伝達を主な目的としているものは除く
4. 全国雑誌で有料なもの
    (1) 全国を網羅していそうであっても、地域雑誌であれば除く
    (2) 無料なものは除く
    (3) NPO 法人の刊行物は除く
5. 増刊号は除く
6. 2008 年 10 月から 2009 年 3 月の期間に発行されたもの

II. 広告の選出方法

1. 以下のいずれかの製品に該当するものを「該当製品」と定義する

★(1), (2), (3) WHO「国際規準」及び世界保健総会(WHA)関連決議に明記

(1) 5か月未満の乳児向けベビー飲食物

「母乳代用品のマーケティングに関する国際規準」(以下「国際規準」) では「哺乳びんに入れて補完食として使用されるものを含む乳製品、食べ物、飲み物」を母乳代用品として適用範囲製品に含む。「これらを販売したり、適切な母乳代用品として表示したりする場合は、そのまま使用するか加工して使用するかにかかわらず、また、母乳の代わりとして部分的に使用するか全面的に使用するかにかかわらず、『国際規準』が適用される」と続く。

第54回WHA決議には、「WHOの専門家の諮問機関による、乳児に母乳のみを与える最適な期間についての検討結果を踏まえた『公衆衛生に関する全世界共通の勧告』に従い、生後6か月間は母乳のみを与えることを保護・推進・支援するために、そして子どもが2歳かそれを超えても母乳育児を続けながら、安全かつ適切な補完食を与えることができるようになるために活動を強化し、新しい取り組みを発展させること」と記載。本研究では、6か月以降の補完食に関しては適用範囲外とした。日本の政府は補完食(離乳食)の開始の時期を5,6か月としているため、この研究では5か月未満のベビー飲食物のみを該当製品としており、実際の「国際規準」の適用範囲よりも狭くしている。

(2) 乳児用調製粉乳（固体・液体のものも含む）

「国際規準」には「生後4-6か月までの乳児に標準的な栄養必要量を満たし、乳児の生理的特性に適合し、さらにコーデックス委員会の規格に従って工業的に調整された母乳代用品」とある。

(3) 哺乳びん・人工乳首（ガラス製でないものや、おしゃぶりも含む）

2. 以下のものを広告と定義する　(以下「該当広告」)

(1) 該当製品の製造業者による該当製品の広告頁（キャンペーンの広告も含む）　(以下「純粋広告」)

(2) 記事型広告として該当製品紹介に割かれている頁

(3) 選出された雑誌のプレゼント又はインフォメーションの頁で該当製品が扱われている頁

(4) 以下のものを除く

① 雑誌の記事の中に挿入されている該当製品の画像や紹介文

② 流通・販売業者の広告に挿入されている該当製品の画像や紹介文

③ 該当製品の製造業者の別の製品の広告の中に挿入されている該当製品の画像

④ 該当製品の製造業者による該当製品の画像を含む自社カタログの広告

⑤ 該当製品の製造業者による該当製品のキャラクターを含む自社母親クラブやイベントの紹介広告

3. 該当広告の頁のうち、以下のように広告の面積の測定する

(1) 該当広告の純粋広告及び記事型広告に関して

① 全体の頁が広告の場合は、頁の面積を広告面積とする

② 頁の一部にのみ広告がある場合は、その面積

③ 裏表紙の広告の場合は左と下の文字(雑誌の情報)を抜かした面積

④ 別の製品と一緒に紹介されている場合は、該当製品の記載されている頁側の みを該当広告の頁とし、その頁の面積を広告面積とする

(2) 該当広告のプレゼント・インフォメーション型広告に関して

① 区切り線があれば、その区切り線で囲まれる面積

② 区切り線がなければ、該当製品の画像と紹介文を縦横に含む最小面積

4. 記録は該当広告一つにつき、一行ずつ記録を残していく。広告の種類別に「純粋」「記事型」「present info」との分類を記載する。

III. 広告内容の選出方法

1.　該当広告のうち、記事型広告とプレゼント・インフォメーション型広告を除いた、純粋広告のみを対象とする。そのうち、重複する広告は除く。同一製品であっても内容の異なる広告は別個の広告として扱う。

2. 各純粋広告が以下の項目に当てはまるかをチェックしていく。広告頁において写っているパッケージの表示も広告として含む

★「国際規準」の次の条項をもとに作成　A,B D→第９条２項　C→第５条1-4項

A. 乳児の写真を用いている

B. 乳児の絵を用いている

C. キャンペーンが付加されている（ex. 試供品のサービス、何点で○○サービス等）

D. 「母乳化」「人乳化」やそれに類する表現が用いられている（ex. 母乳に近い・近づいた、同等など）

→これは解釈が含まれるため、該当すると思われる文章をメモする。グレーと思われるものには△と記す。

参考文献　-第１章-

1. Mizuno K, Miura F, Itabashi K, Macnab I, Mizuno N. Differences in perception of the WHO international code of marketing of breast milk substitutes between pediatricians and obstetricians in japan. Int Breastfeed J 2006 Aug 22;1:12.

2. 粟野雅代, 島田啓子. 「母乳代用品の販売流通に関する国際規準」(International code of marketing of breast-milk substitute)に対する助産師の認識と施設の支援状況、および母乳率の関係. 日本母乳哺育学会雑誌 2008 12;2(2):93-102.

3. 小川雅代, 木内真理子, 浅野好子, 酒井トシ子. 初産婦の産前・産後の育児に対する意識調査アンケート結果からの一考察. 旭中央病院医報 2006 06;28(1):23-5.

4. Lewallen LP. Healthy behaviors and sources of health information among low-income pregnant women. Public Health Nurs 2004 2004;21(3):200-6.

5. 井関敦子, 南田智子, 白井瑞子. 授乳に関する母親の価値観に影響を与えた情報源と力. 三重看護学誌 2006 03;8:65-73.

6. Arora S, McJunkin C, Wehrer J, Kuhn P. Major factors influencing breastfeeding rates: Mother's perception of father's attitude and milk supply. Pediatrics 2000 Nov;106(5):E67.

7. Forrester IT, Wheelock G, Warren AP. Assessment of students' attitudes toward breastfeeding. J Hum Lact 1997 Mar;13(1):33-7.

8. 塩野谷 斉. 子育て従事者の情報源 —鳥取県における育児雑誌の需要状況—. 地域学論集　鳥取大学地域学部紀要 2007;4(1):61-73.

9. Frerichs L, Andsager JL, Campo S, Aquilino M, Stewart Dyer C. Framing breastfeeding and formula-feeding messages in popular U.S. magazines. Women Health 2006;44(1):95-118.

10. Henderson AM. Mixed messages about the meanings of breast-feeding representations in the australian press and popular magazines. Midwifery 1999 Mar;15(1):24-31.

11. Henderson L, Kitzinger J, Green J. Representing infant feeding: Content analysis of british media portrayals of bottle feeding and breast feeding. BMJ 2000 Nov 11;321(7270):1196-8.

12. Potter B, Sheeshka J, Valaitis R. Content analysis of infant feeding messages in a canadian women's magazine, 1945 to 1995. J Nutr Educ 2000 7;32(4):196-203.

13. Young KT. American conceptions of infant development from 1955 to 1984: What the experts are telling parents. Child Dev 1990 Feb;61(1):17-28.

14. Foss KA, Southwell BG. Infant feeding and the media: The relationship between parents' magazine content and breastfeeding, 1972-2000. Int Breastfeed J 2006 Apr 30;1:10.

15. Howard C, Howard F, Lawrence R, Andresen E, DeBlieck E, Weitzman M. Office prenatal formula advertising and its effect on breast-feeding patterns. Obstet Gynecol 2000 Feb;95(2):296-303.

16. Hill JM, Radimer KL. Health and nutrition messages in food advertisements: A comparative content analysis of young and mature australian women's magazines. J Nutr Educ 1996 11;28(6):313-20.

17. Centers for Disease Control and Prevention (CDC). Youth exposure to alcohol advertising in magazines--united states, 2001-2005. MMWR Morb Mortal Wkly Rep 2007 Aug 3;56(30):763-7.

18. 森田洋右. 和光堂育児用ミルク講座.和光堂株式会社発行. 株式会社文芸社編集.平成 11 年

19. わが国の母子保健. 編集(財)母子衛生研究会. 平成 22 年. p.29-32

20. 少子化時代のジェンダーと母親意識 / 目黒依子, 矢澤澄子編 ; 岡本英雄[ほか著]. 東京. 新曜社. 2000. p. 195-196

21. WHO/CHD 日本母乳の会編集員会翻訳・編集 (2005). 母乳育児成功のための 10 カ条のエビデンス　Evidence for the ten steps to successful breastfeeding. 日本母乳の会.

22. International Code Document Centre. The State of the Code by Country. 2009

第２章　授乳に関する学生の経験，認識，将来の展望

１．背景と目的

近年、若い大人として学生に着目した「授乳に関する研究」が各国でなされている。大学生や高校生が注目される理由として、少なくとも五つあげられてきた。第一に、将来親となるこの世代がどういう知識や認識をもつかを知ることは、現在と将来の授乳をとりまく状況を理解するのに役立つという考えからである[1-3]。第二に、授乳方法に対する態度は長い時間かけて形成されるものであり、授乳方法の決定は妊娠前や妊娠初期などに行われる[4, 5]という研究があることや、実際に妊娠前の若い世代を対象にした調査で態度がある程度形成されている様子が示されている[6-9]ことからである。第三に、授乳に関するヘルスプロモーションや教育を考えていく上で、対象の現状を把握するためとされている[3]。第四に、この世代の中にはすでに子をもっている場合もあり、若い親として注目されている[10]。第五に、この世代の中の多くは子をもっていない可能性が高く、完全な当事者とは異なるという立場から、公共の知識や認識を知るため、またはそれらが若者に与えている影響を知るためという考えがある[10, 11]。このように、学生や思春期後期にあたる生徒は多様な性質をもつ対象者として注目されてきた。

これらを踏まえて、本研究でも大学生の男女を対象とした。大学生は近い将来、自ら親として子育てに直接関わる可能性がある世代であると同時に、たとえ自らが親とはならなくても、仕事仲間や親戚、社会を担っていく存在として間接的に関わる世代である。女性の授乳に対する考えはもちろん、パートナーとしての男性の認識が女性の選択に重要な関連を持つことが指摘されている[4]。また、仕事場がどのような環境であるかによっても母乳育児の継続に違いがあるため[18]、女性が母乳育児を選択し職場復帰後も続ける場合、仕事仲間が肯定的であることが重要である。

学生を対象とした研究のうち、男女共に対象としているものは増えてきているが、未だ数少ない[2, 3, 8, 10]。また、出産前後の女性の授乳への態度を測るのに様々な研究に用いられてきたIowa Infant Feeding Attitude Scale[12]を学生に試みた先行研究[10]があるものの、信頼性(クロンバッハα)が低値のため分析されていない。また、エジプトの学生に同スケールを用いた研究はあるものの、看護系の学生に限定されている[13]。日本では母乳育児の希望の高い一方で、実際の母乳率の低迷がみられるという、一種の希望と実際の乖離が見られる特徴があるが、本人のもつ意思としての希望と、本人のその可能性の予測とを分けて将来の展望をきいている研究はない。

したがって、本研究では大学生の男女にアンケートを実施し、以下の４つを目的とした。

(1) 今の大学生の生育経験を記述する。これには、乳児期の経験としてどのような授乳方法で育てられたか、その理由を親からどう聞いているかが含まれる。また、観察経験として、母乳及び粉ミルクを飲んでいる様子をどれくらい見たことがあるかを含む。

(2) 男女の性別による何かしらの傾向の違いがあるか、あるならそれはどの点に見られるかを明らかにする。

(3) 母乳または粉ミルクへの認識の好印象の度合いを信頼されているIIFASスケールを用いて測り、それと統計的関係の認められた項目を抽出する。

(4) 将来子どもをもつと仮定した場合の各授乳方法への希望とその可能性の予測に関してその違いによる特性がみられるかを検討する。これは、各授乳方法の希望・可能性のスケールと他の項目との関連、相対的希望・可能性の推移による分類と他の項目との関連という、二つのレベルに分けて検討を進める。

２．手法

＜対象者＞

大学１年生から４年生の男女を対象者とした。対象者を代表するサンプルを集めるため、学年、性別及び背景が偏らないように幅広い集団にアプローチした。慶應義塾大学湘南藤沢キャンパスにおいて 2011 年７月に５つのサークル、４つの授業、６つの研究会（ゼミ）においてアンケート用紙を配布した(表 2-1)。大学生を対象として質問紙は作られたが、回答者には大学院生も含まれた。サークル、授業、研究会(ゼミ)を配布先に選択したのは、大学生生活における 3 つの側面を重視したためであり、表 2-2 の仮説に基づいている。一つに絞った場合には漏らしてしまう短所を網羅することが可能になると考えた。

表 2-1　集計場所と配布・回収数

集計場所　()内は分類	回収数	配布数
サークルⅠ　(吹奏楽)	26	29
サークルⅡ（野外運動）	8	9
サークルⅢ（日本伝統文化）	33	33
サークルⅣ　(演劇)	6	8
サークルⅤ　(舞踊・ダンス)	2	2
授業1（一年次必須授業：体育）	29	30
授業2（経済・政治・政策）	29	33
授業3（チーム・ビルディング）	23	25
授業4（心理）	32	32
研究会Ａ（ヘルス・コミュニケーション）	12	13
研究会Ｂ（少子高齢化と移民政策）	16	16
研究会Ｃ（IT)	9	9
研究会Ｄ　(地域開発)	6	6
研究会Ｅ（場づくり）	33	35
研究会Ｆ（言語）	11	11

表 2-2　学生生活の三側面における傾向（仮説）

		学生生活の各側面における傾向の仮説
サークル（c）	長所	色々な学年、色々な研究会に所属する人・所属しない人にアプローチ可能。授業に参加していないけれどサークルには来る人がいる。
	短所	3, 4 年生は少なくなってくる。サークルに所属していない人もいる。
授業（l）	長所	色々な学年、色々な研究会・サークルに所属する人・所属しない人にアプローチ可能。
	短所	本キャンパスは学年横断的な授業形態とはいえ、授業のレベルがあるため、特定の学年が多いことはある。授業に参加していない人がいる。
研究会（s）	長所	3, 4 年生になるとだいたい所属する。授業やサークルに参加していなくても、研究会には来る人がいる。
	短所	1,2 年生は少ないことが多い。関心分野は特定のものに限られる。

＜質問紙＞

質問紙は大きく分けて 4 つのパートに分かれている。参加者の属性、授乳に関する経験(乳児期・観察経験)、将来の授乳方法の展望(希望・可能性)、そして日本語版 Iowa Infant Feeding Attitude Scale（IIFAS）の 4 つである。

1）属性

まず、参加者の属性としては学年、年齢、性別、出生地(日本国内外)、子どもの有無を聞く項目を用意した。これらのものは先行研究においても質問されている。

2）授乳に関する経験

第二のパートでは、母乳や粉ミルクにまつわる経験を、自らの乳児期の経験と観察経験に分けて質問してある。母乳を飲んだ経験があるか(ある・ない・知らない)、あると答えた場合、生後何か月頃まで母乳を飲んでいたかを聞く。期間に関しては 1 か月未満、1~3 か月、4~6 か月、7~12 か月、12 か月より長い、知らない、のいずれかに○をしてもらい、5 ポイントスケールとして扱った。知らないと回答した者あるいは無回答のものは期間の分析からは除外した。また、全員を対象に、乳児期に主にどの授乳方法で育ったか（粉ミルク・母乳と粉ミルク・母乳・知らない）を選んでもらった。その理由を聞いていたら、という前提のもと、理由を書く自由回答欄も用意した。

3）将来の希望と可能性

第三のパートは、将来子どもを持つと仮定した場合に希望としてどの授乳方法をどれくらいしたいか、どれくらいの可能性でそうなると思うかを、性別に関係なく回答できるようにした。希望に関しては、母乳、粉ミルク、母乳と粉ミルクの両方、でそれぞれ育てたい気持ちを 1-5（1＝そうは思わない、2=どちらかというとそう思わない、3=どちらでもない、4=どちらかというとそう思う、5＝そう思う)の 5 ポイントスケールで回答してもらった。それぞれの授乳方法の可能性に関しては、0–5（0＝0%、1＝1~20%、2＝21~40%、3＝41~60%、4＝61~80%、5＝81~100%）から選択してもらった。これは、Marrone らによる先行研究を参考にした [10]。

4）IIFAS

最後に、第四のパートでは日本語版 Iowa Infant Feeding Attitude Scale (IIFAS)を用いた。これは、17 つの授乳に関する文章に対して、どれくらい同意するかを 1–5（1＝そう思わない、5＝そう思う)から最も近いものを選択する 5 ポイントスケールである。そのうち、9 つは粉ミルクに対する肯定的な文章として書かれているため、集計するときはその 9 つは逆に値の変換（6 から選択した値を引く)を行う。つまりその 9 つに関してはどれくらい同意しないかという強さとなる。合計の幅は 17 から 85 点まで可能であり、低いほど粉ミルクに好意的、高いほど母乳に好意的なことを表すことになる [12]。

日本語版は、東京大学大学院医学系研究科国際地域保健学教室の大塚恵子氏に許可を得て使用した。日本語版作成の上で大塚氏は原著者の許可を得て、バックトランスレーション、及びプレテストを行っている。

尚、一般的に日本語で母乳と粉ミルクの両方で授乳することを「混合」と呼ぶことが多いが、本アンケート用紙では「両方」という表現を用いた。本文中では「混合」と呼ぶこととする。

＜日本語版スケールの信頼性＞

1)　日本語版の作成

大塚氏によると、質問紙の日本語版の質問紙が原本と同等の意味を持つことを担保するため、バックトランスレーションの手法が用いられた。数回の改訂を経て、翻訳されたものは原著者によって原本と同等の意味をもつと判断された。助産師、小児科医、看護大学教授でもある３人の母乳育児相談員(ラクテーションコンサルタント)が妥当性を査定した。日本語版のすべての項目が専門家たちによって関連があると判断された。17 人の母乳育児中の女性にプレテストが実施された。フィードバックに基づいて理解と読みやすさを改善するために細かい変更がなされた。（Otsuka, K, et al. 投稿準備中）

2)　対象者と信憑性

日本語版作成にあたり、2010 年 8 月から 2011 年 1 月の間に大阪、京都、名古屋、金沢の４つの病院でリクルートされた。４つのうち、２つはユニセフの赤ちゃんにやさしい病院として認定されていた。第三妊娠期にあるすべての女性が対象であり、計 912 人が存在した。55 人が参加を拒否し、2 人は人工栄養をすでに選択する意思を示したため除外した。38 人が母乳育児を難しくする医学的状態にあったため除外され、144 人はデータの空白のため除外された。よって 673 人(73.8%)の妊娠中の女性が分析された。673 人を対象にしたクロンバッハ α は、0.66 であった。（Otsuka, K, et al. 投稿準備中）

＜倫理的配慮＞

アンケート用紙には調査実施主体として筆者の名前と筆者の所属研究会名、及び研究の趣旨を記載した。趣旨としては「学生が赤ちゃんへの授乳について、母乳育児と粉ミルクに関してどのような経験をもち、また考えているかを調査」していること、「5 分ほどで答えられる簡単なアンケート」であることを記載した。また、口頭において本アンケートは任意での提出であること、本キャンパスの一学生の研究であって当該授業の運営との関連はなく、そのため不提出によって何ら不利益は生じないことが伝えられた。配布時にその場で記載してもらい、その場で提出してもらった。提出をもって研究への同意とみなした。アンケート用紙に本人が特定されるような情報を聞き出す質問項目は存在しない。

＜統計＞

統計解析には、SPSS 19 を用いた。属性、授乳に関する乳児期の経験、観察経験に関しては記述統計を作成し、乳児期の経験における自由回答欄に関しては内容の分類による分析を行った。群間の比較は Pearson の相関検定、t 検定、X^2 検定により行った。有意水準は $p < 0.05$ および $p < 0.01$ とした。

3. 結果

回収率及び回答者の属性をまとめた後、本研究の大きな四つの目的の柱にわけて、(1) 生育経験の記述、(2) 性別による傾向、(3) IIFAS のスコアとの関連要素、(4) 授乳方法の希望・可能性との関連要素、の順に記述する。

1. 回収率及び参加者の属性

＜回収率＞

6 つの研究会、4 つの授業、5 つのサークルにて、その場に居合わせた全員、または配布協力者が接触可能であった全員に配布が行われた結果、291 部配布され 275 部が回収された。既に同アンケートの回答経験があると答えた者には配布しなかった。回収率は全体では 94.5%であった。配布場所別の詳しい回収率は表 2-3 のとおりである。

表 2-3　配布場所別の回収率

配布場所(数)	配布数	回収数	回収率
研究会(6)	90	87	96.7%
授業(4)	120	113	94.2%
サークル(5)	81	75	92.6%
合計	291	275	94.5%

＜参加者の属性＞

参加者に関する簡単な属性をまとめる(表 2-4)。275 名のうち、女性 149 名(54.2%)、男性 126 名(45.8%)であった。男女間の年齢の平均値は女性 20.32、男性 20.64 で有意差は存在しなかった。

また、研究会を通して 87 人(31.6%)、授業を通して 113 人(41.1%)、サークルを通して 75 人(27.3%)の集計があった。Pearson の X^2 検定を行ったところ、漸近有意確率両側<.001 で集計場所と学年間の有意差が存在した(表 2-5)。1 年生、2 年生では研究会が少なく、3 年生はサークルが少なく、4 年生は授業が少なかった。性別、母乳を飲んだ経験、主な授乳方法に関する Pearson の X^2 検定では集計場所による差は存在しなかった。日本以外で生まれたと答えた人は約 5%存在した。しかし、本調査全体にわたって出生地による統計的な差は存在しなかった。子どもがいると答えた人はいなかった。

表 2-4　参加者の属性

参加者の属性		度数	有効%
性別		n=275	
	女性	149	54.2
	男性	126	45.8
学年		n=275	
	1	54	19.6
	2	60	21.8
	3	87	31.6
	4	65	23.6
	院生	9	3.3
年齢		n=271	
	18－19	74	27.3
	20	65	24
	21	71	26.2
	22	43	15.9
	23－27	18	6.6
出生地		n=270	
	日本	257	95.2
	日本以外	13	4.8
子ども有無		n=271	
	あり	0	0
	なし	271	100

表 2-5　学年と配布場所のクロス表

			サークル/授業/研究会=c/l/s			
			c	l	s	合計
学年	1	度数	21a	32a	1b	54
		学年 の %	38.9%	59.3%	1.9%	100%
		c/l/s の %	28.0%	28.3%	1.1%	20%
		総和の %	7.6%	11.6%	0.4%	20%
	2	度数	20a	29a	11b	60
		学年 の %	33.3%	48.3%	18.3%	100%
		c/l/s の %	26.7%	25.7%	12.6%	22%
		総和の %	7.3%	10.5%	4.0%	22%
	3	度数	14a	38b	35b	87
		学年 の %	16.1%	43.7%	40.2%	100%
		c/l/s の %	18.7%	33.6%	40.2%	32%
		総和の %	5.1%	13.8%	12.7%	32%
	4	度数	19a	12b	34a	65
		学年 の %	29.2%	18.5%	52.3%	100%
		c/l/s の %	25.3%	10.6%	39.1%	24%
		総和の %	6.9%	4.4%	12.4%	24%
	院生	度数	1a	2a	6a	9
		学年 の %	11.1%	22.2%	66.7%	100%
		c/l/s の %	1.3%	1.8%	6.9%	3%
		総和の %	0.4%	0.7%	2.2%	3%
合計		度数	75	113	87	275
		学年 の %	27%	41%	32%	100%
		c/l/s の %	100%	100%	100%	100%
		総和の %	27%	41%	32%	100%

a と b の間に 0.05 水準で有意差あり

2. 授乳に関する生育経験

＜乳児期＞

母乳を飲んだ経験の有無と主な授乳方法を聞いたところ、図 2-1 及び図 2-2 のようになった。母乳を飲んでいた期間は正規分布の形となった(図 2-3)。

授乳方法の理由を書く自由回答欄を用意したところ、表 2-6 のようになった。粉ミルクと答えた人のうち 11 人 (58%)、母乳と答えた人のうち 22 人 (28%)、混合と答えた人のうち 9 人 (9%)、全体で 42 人の回答 (知らないを除いた回答者のうち 22%)があった。理由をより大きな括りで分類した。

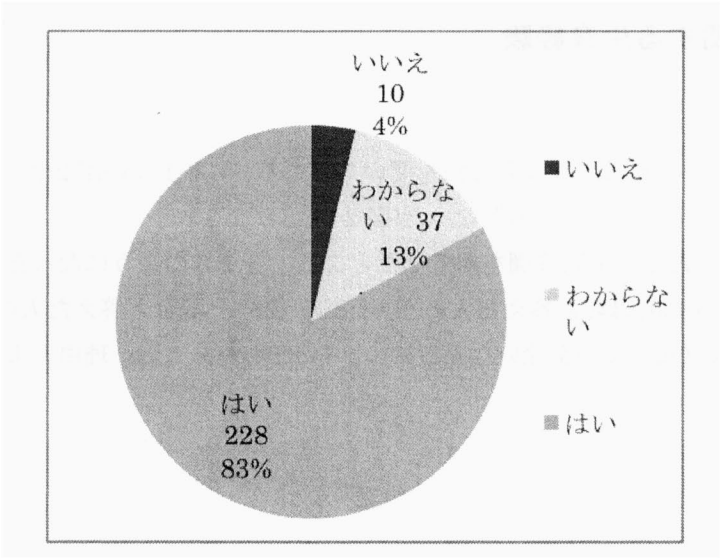


図 2-1 母乳を飲んだ経験の有無（人数，%）

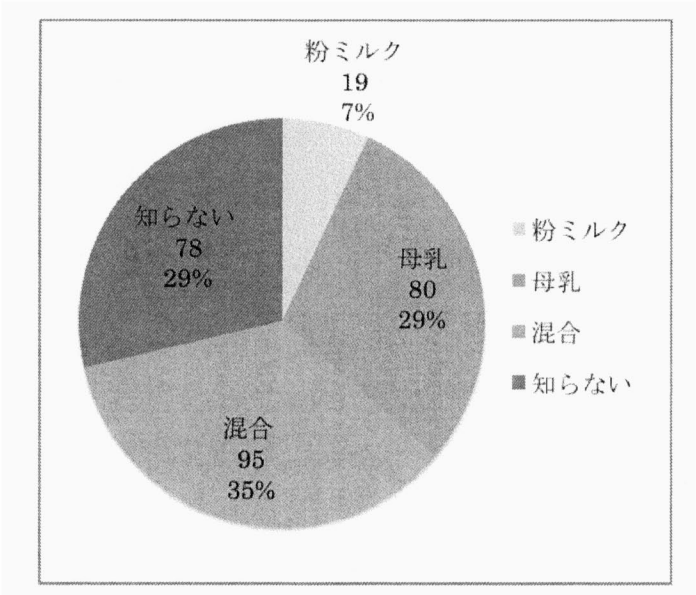


図 2-2　乳児期の主な授乳方法（人数，%）

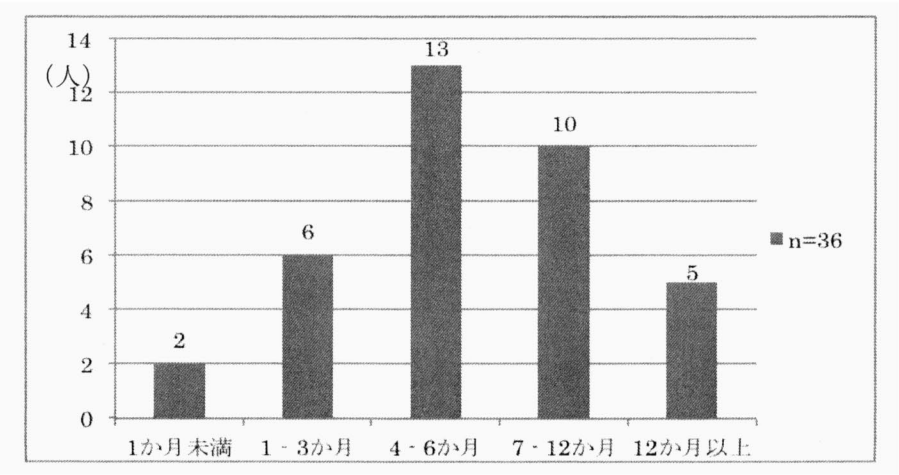


図 2-3　母乳を飲んでいた期間(生後)

表 2-6 主な授乳方法とその理由

主な授乳方法（粉ミルク＝a 母乳＝b 混合＝c）	とその理由	理由の分類
a	そういう病院だったらしい	病院の方針
a	母乳を飲ませようとすると嫌がったから	母乳あげる時の困難
a	乳首を噛んだから	母乳あげる時の困難
a	親が働いていたから	仕事
a	母乳が出なかったから、母が入院	母乳の出
a	母乳が出なかった　粉ミルクだとちゃんとお腹いっぱいになる	母乳の出
a	母乳が出なかった	母乳の出
a	母の母乳が出なかった	母乳の出
a	出なかったらしい	母乳の出
a	母親の母乳の出が良くなかったから	母乳の出
a	母親が母乳を出せなかったから	母乳の出
b	母が保険医（？）からそうした方が良い子が育つと聞かされていた	母親の積極的理由
b	アレルギー	母親の積極的理由
b	アレルギーリスクが低いというから	母親の積極的理由
b	理由は分かりませんが、母体が健康だったからかも？	母親の積極的理由
b	成長に良いから	母親の積極的理由
b	ママのおっぱい大好き！	母親の積極的理由
b	母がそうさせた	母親の積極的理由
b	親が粉ミルクに対して否定的な考えをもっていた	母親が粉ミルクに否定的
b	粉ミルクに対するマイナスイメージがあったからだと思う。兄姉が母乳でだったこともあると思う。	母親が粉ミルクに否定的
b	母乳しか飲まなかったから	子が粉ミルクを飲まない
b	母乳しか飲まなかったから	子が粉ミルクを飲まない
b	母乳しか飲まなかったから	子が粉ミルクを飲まない
b	粉ミルクを飲まなかったから	子が粉ミルクを飲まない
b	粉ミルクを好まなかった	子が粉ミルクを飲まない
b	粉ミルクは飲ませても出してしまった	子が粉ミルクを飲まない
b	粉ミルクを全く飲もうとしなかった	子が粉ミルクを飲まない
b	粉ミルクを飲まそうとすると嫌がったから	子が粉ミルクを飲まない
b	粉ミルクが嫌いで飲みたがらなかった	子が粉ミルクを飲まない
b	粉ミルクが嫌いだったと聞きました	子が粉ミルクを飲まない
b	一人目だったから	
b	乳離れが遅かったから	
b	←＋玄米のなんちゃら（※理由ではない）	

c	僕はとても母乳を飲んだのですが、僕が1人目の子供だったこともあり、母乳が足りず、足りない分を粉ミルクで補ってくれたそうです	飲み量に対して不足
c	たくさん飲んで足りなくなったから	飲み量に対して不足
c	初期は母の乳の出が悪かったので、粉ミルクを併用	出ない時の補足
c	母親の乳が出ないときがあった	出ない時の補足
c	母乳の出が悪い時や体調が優れないときは粉ミルクだった	出ない時の補足・母親の体調
c	生まれて、平均より早い時期に母が風邪をひいたから	母親の体調
c	母は母乳がいいと言ったが祖母が粉ミルクを進めたから	祖母の勧め
c	哺乳びんが好きだったため	子が哺乳びん好み
c	母乳が出るときはなるべくもらって、親が仕事をしている時など無理な時は粉ミルクにしていたそうです	仕事との両立

＜授乳に関する観察経験＞

母乳を飲んでいる様子に関する観察経験について、「公共の場での授乳をみたことのない」回答者の割合が最も多かった(図 2-4)。粉ミルクを飲んでいる様子に関しては「メディアで授乳の様子を数回みたことがある」回答者の割合が最も多かった(図 2-5)。また、家族・知人の中においてその授乳方法の様子を見たことのある割合の分布は母乳と粉ミルクにおいてほぼ同じであった(図 2-6)。公共の場においては、母乳の様子を見たという人数の割合が頻度の増えるたびに減少しているのが特徴的で、粉ミルクでは数回までは増加傾向にあるのと対象的であった(図 2-7)。メディアでは数回・頻繁である割合は粉ミルクの方が母乳に比べて多いものの、数回が最も多い点では母乳と粉ミルク共通の傾向がみられた(図 2-8)。

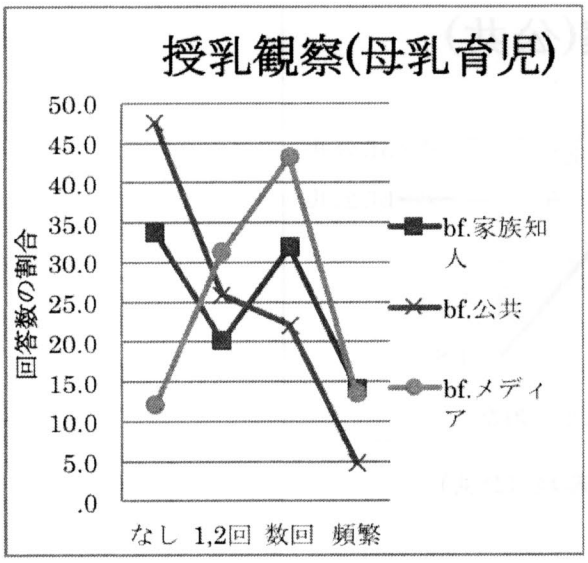


図 2-4　授乳観察経験（母乳育児）

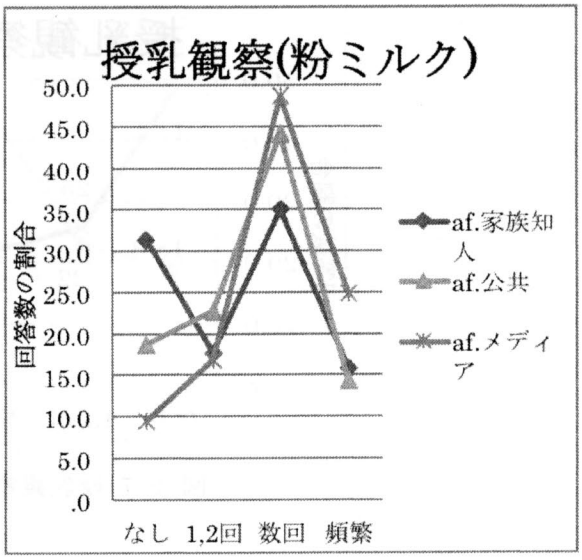


図 2-5 授乳観察経験（粉ミルク）

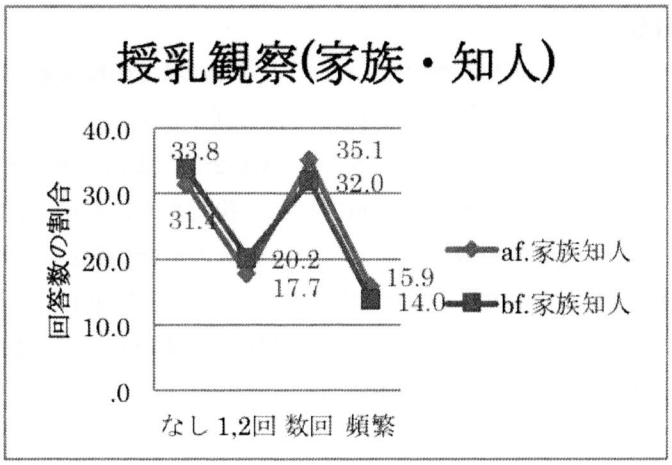


図 2-6 授乳観察経験（家族・知人）

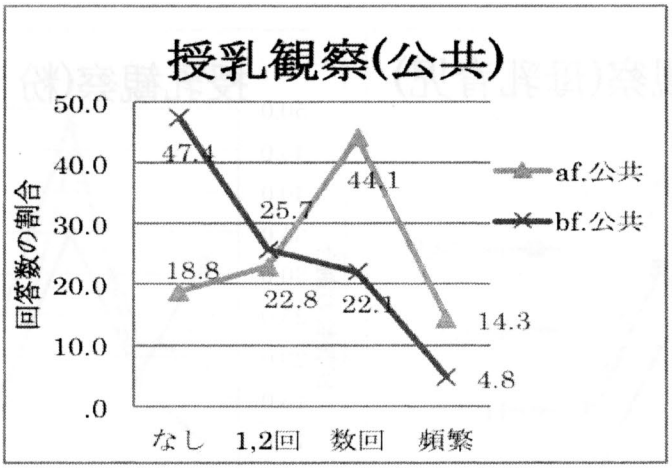


図 2-7 授乳観察経験（公共）

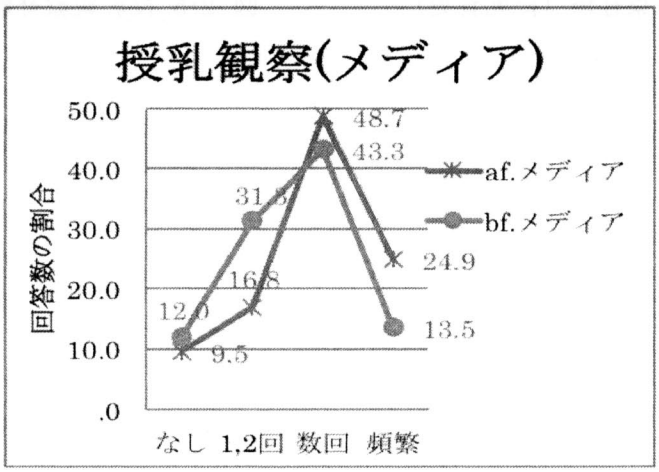


図 2-8 授乳観察経験（メディア）

また、観察経験を３場面に横断できるように集計した。まず、各場面においてその授乳の様子を「みたことがない」群と、「1~2 回」「数回」「頻繁」を合わせて「一度でも見たことがある」群とに分けた。これを後に t 検定で両群の各授乳方法への希望と可能性の平均値を比較することとした。さらに３場面合わせて「一度でも見たことがある」場面数を合計した(図 2-9)。これは後に他の要素との相関を見ることに用いることとした。

次に、各場面においてその授乳の様子を「みたことがない」「1~2 回」を合わせた群と、「数回」「頻繁」を合わせた群に分けた。先と同様に、後に t 検定で両群の各授乳方法への希望と可能性の平均値を比較することとした。さらに３場面合わせて「数回または頻繁に見たことがある」場面数を合計した(図 2-10)。これは後に他の要素との相関を見ることに用いることとした。

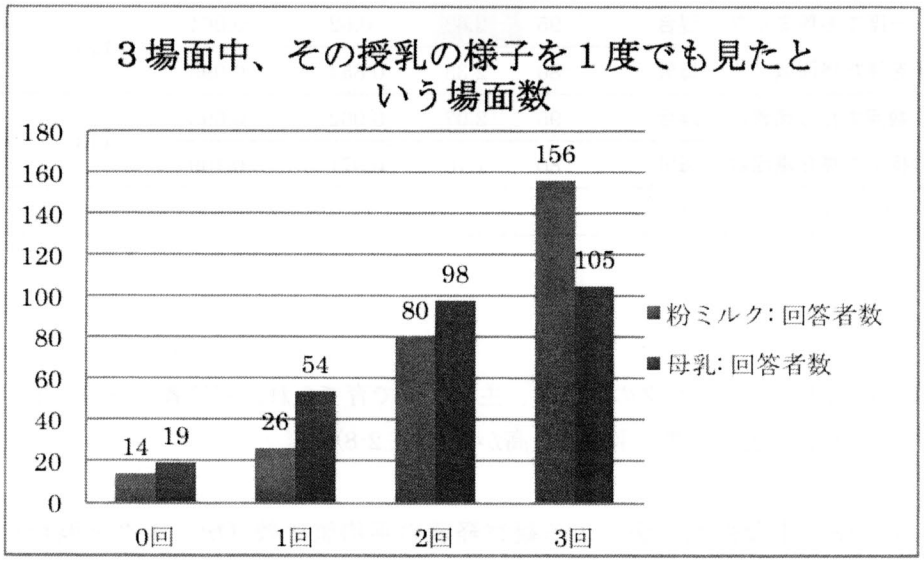


図 2-9　３場面中、その授乳の様子を一度でも見たという場面数

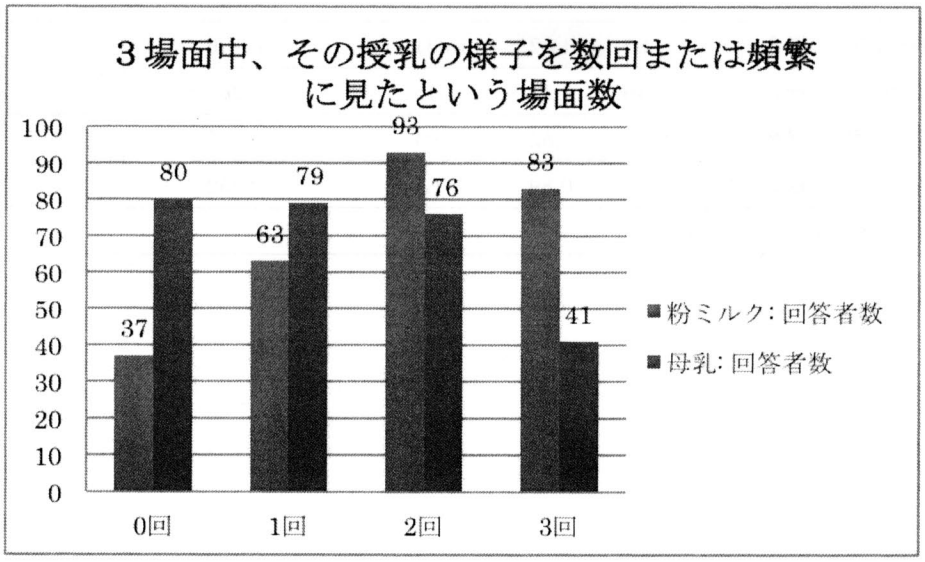


図 2-10　３場面中、その授乳の様子を数回または頻繁に見たという場面数

次に、自分の乳児期に主にどの授乳方法で育てられたかによって観察経験の相違があるか、平均値を比較した。主に粉ミルクと主に母乳の間には統計的有意差が認められなかった．主に母乳と主に混合の間では粉、主に混合で育てられた回答者の方がミルクの観察経験の平均値は高かった(表 2-7)。

表 2-7　主な授乳方法による観察経験の平均値比較（母乳と混合）

	主な授乳方法	N	平均値	標準偏差	平均値の標準誤差	等分散を仮定した自由度	有意確率（両側）
<観察> 粉ミルク: 家族・知人（0－3）	混合	95	1.82	1.031	0.106	172	0.000**
	母乳	79	1.15	1.014	0.114		
３場面中、一度でも粉ミルクの様子を見た場面数	混合	95	2.63	0.62	0.064	173	0.007**
	母乳	80	2.33	0.854	0.095		
３場面中、数回または頻繁に粉ミルクの様子を見た場面数	混合	95	2.07	0.902	0.093	173	0.029*
	母乳	80	1.76	0.971	0.109		

* p <0.05　** p<0.01

また、主に混合と主に粉ミルクの間では、主に混合で育てられた回答者の方が家族・知人の中でいずれの授乳方法の観察頻度の平均値も高かった(表 2-8)。

表 2-8　主な授乳方法による観察経験の平均値比較（粉ミルクと混合）

	主な授乳方法	N	平均値	標準偏差	平均値の標準誤差	等分散を仮定した自由度	有意確率（両側）
<観察> 粉ミルク: 家族・知人（0－3）	混合	95	1.82	1.031	0.106	112	0.008**
	粉ミルク	19	1.11	1.15	0.264		
<観察> 母乳: 家族・知人（0－3）	混合	95	1.52	1.04	0.107	112	0.02*
	粉ミルク	19	0.89	1.1	0.252		

* p <0.05　** p<0.01

3. 性別と各項目の関連

集計場所、年齢、学年、母乳を飲んでいた期間、乳児期に主にどの授乳方法で育てられたかに関しては性別間に差がなかった。

観察経験に関しては、女性の方が男性よりも家族・知人の中で授乳を数回または頻繁に目にすることが多かった（粉ミルク: X^2 p=0.047 <0.05, 母乳: X^2 p=0.021 <0.05）。また、粉ミルクを飲んでいる様子を公共で数回または頻繁に目にすることが多かった(X^2 p=0.000 <0.01)。一度でも母乳を飲んでいる様子を家族・知人の中で見たことがある(X^2 p=0.012 <0.05)、粉ミルクを飲んでいる様子を一度でも公共の中で見たことがある(X^2 p=0.001 <0.01)と答えたのも女性の方が多かった。また、3 場面中、一度でも粉ミルク、母乳を飲んでいるのを様子の観察をしたことがあると答えた回数がどちらの場合も女性の方が平均値は高く(粉ミルク: p=0.024, 母乳: p=0.036 ＜0.05)、3 場面中、数回または頻繁に粉ミルクの様子を見たことがある(p＜0.001)、母乳の様子を見たことがある(p=0.045 ＜0.05)と答えた回数の平均値も女性の方が高かった。

母乳育児の IIFAS スコアは女性平均 59.35、男性平均 56.50 で女性の方が高いスコアであり、有意差が認められた(p＜0.001)。

子どもを持つと仮定したときの将来の授乳方法の希望としては、5 ポイントスケールで母乳への希望は女性平均 4.17、男性平均 3.89 で女性の方が高く(p=0.011 ＜0.05)、粉ミルクへの希望は女性平均 2.28、男性平均 2.52 で男性の方が高かった(p=0.03 ＜0.05)。母乳と粉ミルク両方への希望は男女ともに平均 3.41 で差はなかった。将来の授乳方法の可能性としては 6 ポイントスケールで、母乳の可能性は女性 3.58、男性 3.27 で女性の方が高く(p=0.019 ＜0.05)、粉ミルクの可能性は女性 2.21、男性 2.55 で男性の方が高く(p=0.013 ＜0.05)、母乳と粉ミルク両方の可能性は女性 3.56、男性 3.32 で差は存在しなかった(p＝0.08) (表 2-9)。

表 2-9 性別による将来の授乳方法の希望と可能性の平均値比較

要素	性別	N	平均値	標準偏差	平均値の標準誤差	等分散仮定した自由度	有意確率（両側）
母乳希望（1-5）	女性	147	4.17	.831	.069	270	.011*
	男性	125	3.89	.986	.088		
粉ミルク希望(1-5)	女性	144	2.28	.927	.077	266	.030*
	男性	124	2.52	.850	.076		
混合で希望(1-5)	女性	147	3.41	1.215	.100	270	.999
	男性	125	3.41	1.025	.092		
母乳可能性（0－5）	女性	141	3.58	1.057	.089	261	.019*
	男性	122	3.27	1.068	.097		
粉ミルク可能性（0－5）	女性	141	2.22	1.128	.095	261	.013*
	男性	122	2.55	.988	.089		
混合での可能性（0－5）	女性	145	3.56	1.178	.098	267	.086
	男性	124	3.32	1.048	.094		

* $p < 0.05$

4. IIFAS スコアとの関連要素

スケールの信頼性を表すクロンバッハαは 0.65 で、合計点は正規分布の形をとった。統計量は表 2-10 のとおりとなった。Pearson の相関関係の分析の結果を表 2-11 に示す。

表 2-10　IIFAS 合計点の統計量

平均値		58.03
平均値の標準誤差		.404
中央値		57.00
標準偏差		6.609
分散		43.679
最小値		32
最大値		78
パーセンタイル	25	53.00
	50	57.00
	75	63.00

表 2-11　IIFAS 合計点との関連項目

		年齢	飲んでいた期間(1-5)	<観察> 粉ミルク: 家族・知人 (0-3)	<観察> 粉ミルク:公共 (0-3)	<観察> 粉ミルク: メディア(0-3)	<観察> 母乳: 家族・知人 (0-3)	<観察> 母乳: 公共 (0-3)	<観察> 母乳: メディア(0-3)	母乳希望 (1-5)	粉ミルク希望(1-5)	粉ミルクと母乳両方で希望(1-5)	母乳可能性 (0-5)	粉ミルク可能性 (0-5)	両方での可能性 (0-5)
IIFAS 合計点 (17-85)	Pearson の相関係数	.053	.361 *	.091	129	.141 *	.225 **	.119	.146 *	.442 **	-.359 **	-.270 **	.384 **	-.427 **	-.165 *
	有意確率 (両側)	.388	036	.141	036	022	.000	.054	.017	.000	000	000	.000	.000	.007
	N	263	34	263	264	265	264	264	267	265	261	265	260	260	265

* p <0.05　** p<0.01

さらに観察経験を 3 場面横断的に集計した結果と IIFAS の各項目とのスコアの相関を調べた。3 場面中、数回または頻繁に粉ミルクを飲んでいる様子を見た場面数は、「母乳育児は赤ちゃんと母親の絆を深める」(相関係数 .150; p=0.014 <0.05)及び「母乳で育てると、粉ミルクで育てるのに比べて経済的」(相関係数 .141; p=0.02 <0.05)に同意するスコア、「母乳で育てると粉ミルクで育てるよりも飲ませすぎになりやすい」(相関係数 .151; p=0.013 <0.05)に同意しないスコア、そして合計のスコア（相関係数 .143; p=0.02 <0.05）と正の相関関係にあった。

3 場面中、数回または頻繁に母乳を飲んでいる様子を見た場面数は、「母乳育児は赤ちゃんと母親の絆を深める」(相関係数 .140; p=0.021 <0.05)及び「母乳は、赤ちゃんが口にするものとして理想的である」(相関係数 .120; p=0.049 <0.05)に同意するスコア、「離乳後母乳で栄養を与えた利点はなくなる」(相関係数 .173; p<0.01)及び「公共の場で母乳をあげないほうがよい」(相関係数 .210; p<0.001)及び「粉ミルクは母乳と同じくらい赤ちゃんの健康によい」(相関係数 .153; p=0.011 <0.05) に同意しないスコア、そして合計スコア(相関係数 0.202; p=0.001 <0.01) との間に正の相関が認められた。

また、3 場面中、一度でも母乳を飲んでいる様子を見た場面数と公共の場で母乳をあげないほうがよい」(相関係数 .244; p<0.001)「母乳育児は父親に疎外感を感じさせる」(相関係数 .173; p=0.004 <0.01) に同意しないスコア、及び合計スコア(相関係数 .164; p=0.007 <0.01)と正の相関関係にあった。

この他、t 検定により性別、主な授乳方法(母乳と混合) による合計スコアの平均値の差も認められた(表 2-12, 2-13)。

表 2-12　性別による IIFAS 合計点の比較

	性別	N	平均値	標準偏差	平均値の標準誤差	等分散を仮定した自由度	有意確率（両側）
IIFAS 合計点 (17-85)	女性	14 4	59.35	6.534	.544	265	.000**
	男性	12 3	56.50	6.386	.576		

** p<0.01

表 2-13　主な授乳方法による IIFAS 合計点の比較

	主な授乳方法	N	平均値	標準偏差	平均値の標準誤差	等分散を仮定した自由度	有意確率（両側）
IIFAS 合計スコア (17-85)	粉ミルク	19	58.11	8.993	2.063	96	.158
	母乳	79	60.48	5.817	.655		
IIFAS 合計スコア (17-85)	母乳	79	60.48	5.817	.655	166	.025*
	混合	89	58.27	6.774	.718		
IIFAS 合計スコア (17-85)	粉ミルク	19	58.11	8.993	2.063	106	0.928
	混合	89	58.27	6.774	0.718		

* p <0.05

5. 将来の授乳方法の希望・可能性との関連要素

＜授乳方法別にみた希望と可能性＞

始めに、各授乳方法の希望と可能性のそれぞれに注目した。第一に、各授乳方法の希望とその可能性の予測との相関を整理した。母乳希望は粉ミルク希望(相関係数 -.388; p<0.001)及び混合希望(相関係数 -.201; p=0.001 <0.01)と負の相関をなした。粉ミルク希望と混合希望は正の相関(相関係数 .489; p<0.001)をなしていた。

母乳可能性は母乳希望と正の相関、粉ミルク希望および混合希望とは負の相関をなし粉ミルク可能性および混合可能性と負の相関をなした。粉ミルク可能性は母乳希望と負の相関、粉ミルク希望および混合希望とは正の相関をなした。混合可能性は粉ミルク希望および混合希望と正の相関をなしたが、母乳希望との相関は認められなかった(表 2-14)。

表 2-14　授乳方法の希望と可能性間の相関

		母乳希望（1-5）	粉ミルク希望(1-5)	混合希望(1-5)
母乳可能性（0－5）	Pearson の相関係数	.425**	-.188**	-.273**
	有意確率（両側）	.000	.002	.000
粉ミルク可能性（0－5）	Pearson の相関係数	-.278**	.494**	.349**
	有意確率（両側）	.000	.000	.000
混合可能性　(0－5)	Pearson の相関係数	-.047	.204**	.587**
	有意確率（両側）	.448	.001	.000
* p <0.05　** p<0.01				

第二に、乳児期に主にどの授乳方法で育てられたかによる希望と可能性の平均値を比較した。主に母乳で育てられた回答者の方が、主に粉ミルクで育てられた回答者よりも母乳希望（主に母乳 4.47; 主に粉ミルク 3.78; $p=0.002<0.01$)、並びに母乳可能性（主に母乳 3.7; 主に粉ミルク 2.94; $p=0.017<0.05$）が高かった。(表 2-15)

また、主に母乳で育てられた回答者の方が主に混合で育てられた回答者よりも母乳希望が高く(主に母乳 4.47; 主に混合 3.97; $p<0.001$)、主に混合で育てられた回答者の方が、主に母乳で育てられた回答者より粉ミルク希望（主に母乳 1.94; 主に混合 2.59; $p<0.001$）及び可能性（主に母乳 1.9; 主に混合 2.69; $p<0.001$)、混合希望（主に母乳 2.76; 主に混合 3.7; $p<0.001$）及び可能性（主に母乳 3.77; 主に混合 3.15; $p=0.001<0.01$）が高かった。(表 2-16)

主にどの授乳方法で育てられたかに関わらず、「母乳」希望の平均値はそれぞれ、他の授乳方法よりも高かった。主に粉ミルクで育てられた回答者と主に混合で育てられた回答者の間には統計的な差は認められなかった。

表 2-15　主な授乳方法による希望・可能性の平均値比較（母乳と粉ミルク）

主に粉ミルク群と主に母乳群で比較							
	乳児期の主な授乳方法	N	平均値	標準偏差	平均値の標準誤差	等分散を仮定した自由度	有意確率（両側）
母乳希望（1-5）	粉ミルク	18	3.78	0.943	0.222	96	0.002**
	母乳	80	4.47	0.795	0.089		
粉ミルク希望(1-5)	粉ミルク	17	2.41	1.004	0.243	93	0.053
	母乳	78	1.94	0.888	0.101		
混合で希望(1-5)	粉ミルク	18	3.17	1.249	0.294	95	0.177
	母乳	79	2.76	1.123	0.126		
母乳可能性(0ー5)	粉ミルク	17	2.94	1.144	0.277	94	0.017*
	母乳	79	3.7	1.17	0.132		
粉ミルク可能性(0ー5)	粉ミルク	17	2.47	1.179	0.286	94	0.052
	母乳	79	1.9	1.069	0.12		
混合での可能性(0ー5)	粉ミルク	18	3.33	1.029	0.243	96	0.551
	母乳	80	3.15	1.202	0.134		

* p <0.05　** p<0.01

表 2-16　主な授乳方法による希望・可能性の平均値比較（母乳と混合）

主に混合群と主に母乳群で比較							
	乳児期の主な授乳方法	N	平均値	標準偏差	平均値の標準誤差	等分散を仮定した自由度	有意確率（両側）
母乳希望（1-5）	混合	93	3.97	0.949	0.098	171	0.000**
	母乳	80	4.47	0.795	0.089		
粉ミルク希望(1-5)	混合	92	2.59	0.939	0.098	168	0.000**
	母乳	78	1.94	0.888	0.101		
混合で希望(1-5)	混合	94	3.7	1.056	0.109	171	0.000**
	母乳	79	2.76	1.123	0.126		
母乳可能性(0ー5)	混合	89	3.44	0.965	0.102	166	0.119
	母乳	79	3.7	1.17	0.132		
粉ミルク可能性(0ー5)	混合	89	2.69	1.018	0.108	166	0.000**
	母乳	79	1.9	1.069	0.12		
混合での可能性(0ー5)	混合	92	3.77	1.12	0.117	170	0.001**
	母乳	80	3.15	1.202	0.134		

* p <0.05　** p<0.01

第三に、年齢、母乳を飲んでいた期間及び各場面での観察経験と、希望・可能性の相関を調べた(表 2-17)。母乳希望と母乳を飲んでいた期間（相関係数 .578; p<0.001）、母乳を飲んでいる様子を家族・知人の中（相関係数 . 130; p=0.033 <0.05）及びメディア（相関係数 .138; p=0.023 <0.05)とで見た頻度は正の相関をなした。また、母乳を飲んでいた期間（相関係数 -.342; p=0.048 <0.05)、粉ミルクを飲んでいる様子を公共で見た頻度（相関係数 -.128; p=0.037 <0.05)、母乳を飲んでいる様子を家族・知人の中（相関係数 -.147; p=0.016 <0.05)、公共の場（相関係数 -.151; p=0.014 <0.05)、メディア（相関係数 -.123; p=0.044 <0.05)で見た頻度と粉ミルク希望は負の相関にあった。

また、母乳を飲んでいた期間（相関係数 .388; p=0.023 <0.05)、公共の場で粉ミルクを飲んでいる様子を見た頻度（相関係数 .136; p=0.028 <0.05）と母乳可能性は正の相関が認められた。年齢（相関係数 -.126; p=0.042 <0.05)、母乳を飲んでいる様子を家族・知人の中で見た頻度（相関係数 -.163; p=0.008 <0.01)と粉ミルク可能性は負の相関が認められた。

表 2-17　授乳方法の希望・可能性との関連項目

		年齢	飲んでいた期間 (1-5)	<観察> 粉ミルク: 家族・知人 (0-3)	<観察> 粉ミルク: 公共 (0-3)	<観察> 粉ミルク: メディア(0-3)	<観察> 母乳: 家族・知人 (0-3)	<観察> 母乳: 公共 (0-3)	<観察> 母乳: メディア(0-3)
母乳希望 (1-5)	Pearson の相関係数	0.023	.578**	0.021	0.056	0.06	.130*	-0.001	.138*
	有意確率 (両側)	0.705	0.000	0.735	0.363	0.33	0.033	0.986	0.023
粉ミルク希望(1-5)	Pearson の相関係数	-0.066	-.342*	0.041	-.128*	-0.026	-.147*	-.151*	-.123*
	有意確率 (両側)	0.288	0.048	0.507	0.037	0.674	0.016	0.014	0.044
混合で希望(1-5)	Pearson の相関係数	-0.048	-0.115	0.08	0.077	0.058	-0.103	-0.1	-0.054
	有意確率 (両側)	0.436	0.511	0.193	0.211	0.346	0.091	0.103	0.373
母乳可能性(0-5)	Pearson の相関係数	0.013	.388*	0.038	.136*	-0.012	0.111	0.11	0.025
	有意確率 (両側)	0.837	0.023	0.541	0.028	0.846	0.075	0.078	0.691
粉ミルク可能性 (0-5)	Pearson の相関係数	-.126*	-0.197	0.111	0.05	0.041	-.163**	-0.039	-0.02
	有意確率 (両側)	0.042	0.265	0.075	0.419	0.51	0.008	0.53	0.745
混合での可能性 (0-5)	Pearson の相関係数	-0.097	-0.055	0.09	0.108	0.075	-0.015	-0.105	0.007
	有意確率 (両側)	0.116	0.751	0.145	0.079	0.223	0.806	0.086	0.905

* p <0.05　** p<0.01

第四に、観察経験において各場面での授乳の様子を「みたことがない」(=みたことが「一度もない」)郡と、「1~2 回」「数回」「頻繁」を合わせて「一度でも見たことがある」(=みたことが「一度でもある」)郡とに分けたことを用いて郡間の各授乳方法への希望と可能性の平均値を比較した。同様に「みたことがない」「1~2 回」を合わせた郡と「数回」「頻繁」を合わせた群間の各授乳方法への希望と可能性の平均値を比較した。

粉ミルクを飲んでいる様子を公共の場でみたことが「一度でもある」方が、「一度もない」人と比較して混合での可能性が高かった ($p=0.046 <0.05$)。粉ミルクの授乳をメディアで「一度でも見たことがある」と、母乳への希望が高かった ($p=0.045 <0.05$)。母乳の授乳を家族・知人の中で「一度でも見たことがある」と母乳への希望が高く ($p=0.038 <0.05$)、「みたことがない」と粉ミルクの可能性が高かった ($p=0.002 <0.01$)。母乳の授乳を公共の場で「見たことが 1，2 回以下」の方が、「数回または頻繁に見たことがある」人と比較して粉ミルクへの希望が高かった ($p=0.037 <0.05$)。粉ミルクの授乳を公共の場で「数回または頻繁に見たことがある」と、「見たことが 1, 2 回以下」と比較して母乳可能性が高く、両方での可能性も高かった ($p=0.024 <0.05$)。(表 2-18)

表 2-18　観察頻度別にみた希望・可能性

観察経験	希望と可能性	観察の頻度での分類	N	希望/可能性の平均値	標準偏差	平均値の標準誤差	等分散仮定した自由度	有意確率（両側）
<観察> 粉ミルク: 公共一度でも	混合での可能性(0-5)	一度もない	51	3.18	1.26	0.176	264	0.046*
		一度はある	215	3.53	1.084	0.074		
<観察> 粉ミルク: メディア 一度でも	母乳希望(1-5)	一度もない	26	3.69	1.192	0.234	268	0.045*
		一度はある	244	4.07	0.874	0.056		
<観察> 母乳: 家族・知人 一度でも	母乳希望(1-5)	一度もない	91	3.88	0.854	0.09	267	0.038*
		一度はある	178	4.12	0.937	0.07		
	粉ミルク可能性(0-5)	一度もない	88	2.66	0.921	0.098	258	0.002**
		一度はある	172	2.22	1.128	0.086		
<観察> 粉ミルク: 公共頻繁	母乳可能性(0-5)	1,2 回以下	111	3.27	1.103	0.105	258	0.037*
		数回・頻繁	149	3.55	1.036	0.085		
	混合での可能性(0-5)	1,2 回以下	111	3.27	1.198	0.114	264	0.021*
		数回・頻繁	155	3.59	1.055	0.085		
<観察> 母乳: 公共頻繁	粉ミルク希望(1-5)	1,2 回以下	193	2.46	0.829	0.06	263	0.024*
		数回・頻繁	72	2.18	1.053	0.124		

* p <0.05　** p<0.01

第五に、3 場面中、その授乳方法を「一度でも見たことがある」場面数と希望・可能性との相関を調べた。同様に、3 場面中、「数回または頻繁に見たことがある」場面数と希望・可能性との相関を調べた。粉ミルクを飲んでいる様子を「一度でも見た」場面数の多さと混合可能性に正の相関が認められた（相関係数 .151; p=0.013 <0.05)。粉ミルクを飲んでいる様子を「数回または頻繁に見た」場面数の多さと混合可能性にも正の相関が見られた（相関係数 .140; p=0.021 <0.05)。また、母乳を飲んでいる様子を「数回または頻繁に見た」場面数の多さと粉ミルク希望に負の相関が見られた（相関係数 -.157; p=0.01)。(表 2-19)

表 2-19　観察経験場面数と授乳方法の希望・可能性との相関

		３場面中、一度でも粉ミルクの様子を見た場面数	３場面中、一度でも母乳の様子を見た場面数	３場面中、数回または頻繁に粉ミルクの様子を見た場面数	３場面中、数回または頻繁に母乳の様子を見た場面数
母乳希望 (1-5)	Pearson の相関係数	0.061	0.063	0.029	0.1
	有意確率 (両側)	0.313	0.298	0.638	0.099
粉ミルク希望(1-5)	Pearson の相関係数	0.011	-0.108	-0.027	-.157**
	有意確率 (両側)	0.861	0.078	0.655	0.01
混合で希望(1-5)	Pearson の相関係数	0.063	-0.059	0.094	-0.083
	有意確率 (両側)	0.298	0.329	0.123	0.174
母乳可能性(0-5)	Pearson の相関係数	0.054	0.071	0.034	0.083
	有意確率 (両側)	0.384	0.25	0.581	0.177
粉ミルク可能性 (0-5)	Pearson の相関係数	0.1	-0.119	0.071	-0.048
	有意確率 (両側)	0.107	0.053	0.25	0.439
混合での可能性 (0-5)	Pearson の相関係数	.151*	-0.001	.140*	-0.013
	有意確率 (両側)	0.013	0.986	0.021	0.835

* p <0.05　** p<0.01

<相対的希望と可能性の変移パターンによる分類>

次に、各授乳方法間での希望と可能性の評価を比較し、相対的希望、相対的可能性を定義した上で相対的希望と相対的可能性の組み合わせによって分類し、その分かれ目をｔ検定により分析した。例えば、母乳の希望が 4、粉ミルクの希望が 3 であれば相対的に母乳希望と定義し、両方の希望の値が同じであれば差なしとした。可能性に関しても同様である。母乳と粉ミルクの値を比較した「母乳と粉ミルクへの相対的希望と可能性」と、母乳と混合の値を比較した「母乳と混合への相対的希望と可能性」に分けて分析した。それぞれについて相対的希望と相対的可能性の組み合わせが 9 分類ずつ存在する（表 2-20, 2-21)。分類名にアルファベットを用いたが、これは例えば、母乳・粉ミルク比較において相対的希望が母乳なら一文字目を B (breastfeeding の頭)、粉ミルクなら A (artifitial feeding の頭)、同程度なら N (no difference の頭)とし、相対的可能性が母乳なら二文字目を B、粉ミルクなら A、同程度なら N とした。母乳・混合比較においては A ではなく C (combined feeding の頭)を用いた。各表の下の表は、参考までにさらに分類して集計したものである。

表 2-20 母乳・粉ミルク：相対的希望と可能性

母乳・粉ミルク比較：相対的希望と可能性				
分類	希望	可能性	数(n=266)	%
BB	母乳	母乳	130	48.9
BN	母乳	差なし	38	14.3
BA	母乳	粉ミルク	17	6.4
AA	粉ミルク	粉ミルク	2	0.8
AN	粉ミルク	差なし	3	1.1
AB	粉ミルク	母乳	2	0.8
NB	差なし	母乳	12	4.5
NA	差なし	粉ミルク	10	3.8
NN	差なし	差なし	52	19.5

母乳・粉ミルク比較	n=266
希望合計（一文字目で分類）	
母乳希望(BB＋BA+BN)	185
粉ミルク希望(AA+AB+AN)	7
差なし(NB+NA+NN)	74
可能性合計（二文字目で分類）	
母乳可能性(BB+AB+NB)	144
粉ミルク可能性(AA+BA+NA)	29
差なし(BN+AN+NN)	93

表 2-21 母乳・混合：相対的希望と可能性

母乳・混合比較：相対的希望と可能性				
分類	希望	可能性	数(n=263)	%
BB	母乳	母乳	74	28.1
BN	母乳	差なし	28	10.6
BC	母乳	混合	24	9.1
CC	混合	混合	45	17.1
CN	混合	差なし	12	4.6
CB	混合	母乳	4	1.5
NB	差なし	母乳	11	4.2
NC	差なし	混合	27	10.3
NN	差なし	差なし	38	14.4

母乳・混合比較	n=263
希望合計（一文字目で分類）	
母乳希望(BB＋BC+BN)	126
混合希望(CC+CB+CN)	61
差なし(NB+NC+NN)	76
可能性合計（二文字目で分類）	
母乳可能性(BB+CB+NB)	89
混合可能性(CC+BC+NC)	96
差なし(BN+CN+NN)	78

母乳希望（粉ミルクよりも母乳を希望する気持ちが強い）から、相対的可能性が粉ミルクと差なし・粉ミルクの方が高いとなったBNとBAを合わせてBnaとし、粉ミルク希望・母乳と差なしから可能性は母乳の方が高いとなったABとNBを合わせてanBとする。同様に、母乳希望（混合よりも母乳を希望する気持ちが強い）から、可能性は混合と差なし・混合の方が高いとなったBNとBCを合わせてBncとし、混合希望・母乳と差なしから可能性は母乳の方が高いとなったCBとNBを合わせてcnBとする。

BnaとBncは、母乳の希望が高かったにも関わらず可能性でその傾向に変化が起こった要因をみるのに用いた。anBとcnBは母乳への希望が他の授乳方法と同じあるいはそれより低かったよりも関わらず可能性で母乳が高くなった要因をみるのに用いた。

年齢、母乳を飲んでいた期間、家族・知人、公共、メディアの各場面でその授乳方法の様子を見たことのある頻度、３場面のうち、一度でもその授乳方法の様子を見た場面数、３場面のうち、その授乳方法の様子を数回または頻繁に見た場面数、IIFASの合計スコア、各項目のスコアの平均を比較した。AA、NAに関しては母乳を飲んでいた期間のデータが空であったため、その項目の分析は行われなかった。尚、以下の文章につづく図は、郡間の可能性の評価の分かれ目として有意差のみられた項目を図示している。

第一に、BB と Bna、つまり母乳に関して希望と可能性の相対的高さが変わらなかった郡（BB）と、希望は相対的に高かったものの可能性が相対的に変わらないまたは低くなった郡(Bna)を t 検定で比較した。IIFAS 合計点の平均は有意に BB の方が高かった（BB 60.81; Bna 57.07; $p<0.001$）。特に「母乳育児は母子の絆を深める」(BB 4.65; Bna 4.27)、「母乳育児は母親の楽しみの一つ」（BB 4.03; Bna 3.53）に同意するスコアの平均は共に BB の方が高かった（共に $p=0.001$）。また、BB の方が家族・知人、公共、メディアの３場面のうち、一度でも子が母乳を飲んでいる様子を見たことがあると答えた場面数が多かった（BB 2.15; Bna 1.85; $p=0.042<0.05$）。さらに、家族・知人の中で母乳を飲んでいる様子を見た頻度の平均が高かった(BB 1.43; Bna 0.96; $p=0.008<0.01$)。その他の項目では統計的な差は認められなかった。(図 2-11)

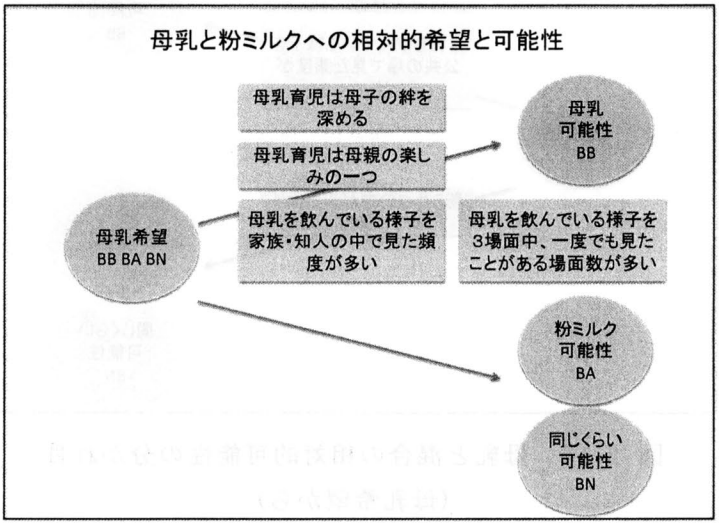


図 2-11 母乳と粉ミルクの相対的可能性の分かれ目
（母乳希望から）

第二に、同様に BB と Bnc を比較した。有意差をもって IIFAS 合計スコアの平均が BB の方が高かった(BB 61.84; Bnc 59.02; p=0.008 <0.01)。「粉ミルクの方が母乳より便利」に同意しないスコア(BB 3.34; Bnc 2.62; p=0.001)、また「母乳の方が粉ミルクより便利」に同意するスコア(BB 3.03; Bnc 2.43; p=0.002<0.01)で有意差が見られた。また、BB の方が公共の場で母乳を飲んでいる様子を見た頻度の平均が高かった(BB 1.10; Bnc 0.63; p=0.01)。その他の項目では統計的な差は認められなかった。(図 2-12)

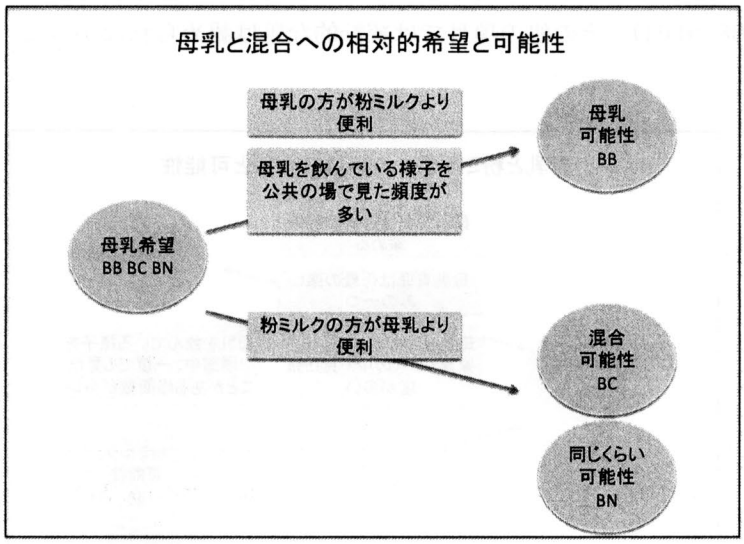


図 2-12　母乳と混合の相対的可能性の分かれ目
(母乳希望から)

第三に、AA と anB、つまり粉ミルクに関して希望と可能性の相対的高さが変わらなかった群(AA)と、希望は相対的に変わらないまたは母乳の方が低かったものの可能性が母乳の方が相対的に高くなった郡(anB)を t 検定で比較した。有意差をもって IIFAS 合計スコアの平均が anB の方が高かった(AA 41.00; anB 56.79; $p=0.004 < 0.01$)。また、「母乳育児は母親の楽しみの一つ」に同意するスコアの平均は anB の方が高かった(AA 2.00; anB 3.86; $p=0.026 < 0.05$)。その他の項目では統計的な差は認められなかった。(図 2-13)

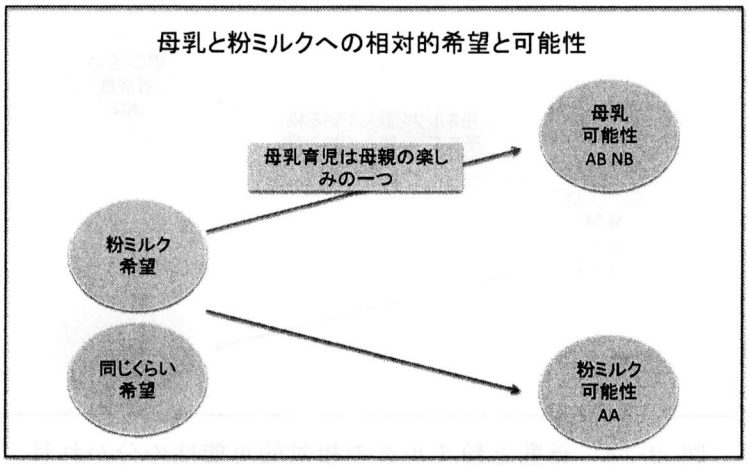


図 2-13　母乳と粉ミルクの相対的可能性の分かれ目
(粉ミルク希望・同程度の希望)

第四に、同様に CC と cnB を比較したが、すべての項目で差は見られなかった。

第五に、NN と NA、つまり、希望・可能性共に母乳と粉ミルクに相対的に差なしとした郡（NN）と、希望は相対的に差がないが可能性は粉ミルクの方が相対的に高いと答えた郡（NA）を比較した。IIFAS の合計スコアに差が認められた(NN 54.11; NA 50.50; p=0.043 <0.05)。また、NN の方が家族・知人の中で粉ミルクを飲んでいる様子を見たことのある頻度が高かった(NN 1.67; NA 0.90; p=0.044 <0.05)。その他の項目では差が認められなかった。(図 2-14)

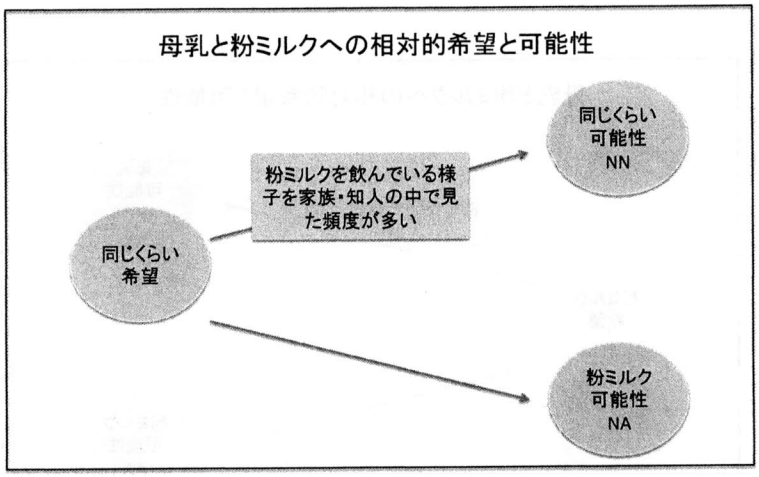


図 2-14　母乳と粉ミルクの相対的可能性の分かれ目
（同程度の希望から同程度・粉ミルク可能性）

第六に、同様に NN と NC を比較した。「赤ちゃんが離乳した後は母乳で栄養を与えた利点はなくなる」に同意しないスコアは NC の方が高く(NN 3.47; NC 4.07; p=0.049 <0.05)、「公共の場では母乳をあげない方がよい」に同意しないスコアは NN の方が高かった（NN 2.78; NC 2.11; p=0.014 <0.05)。（図 2-15）

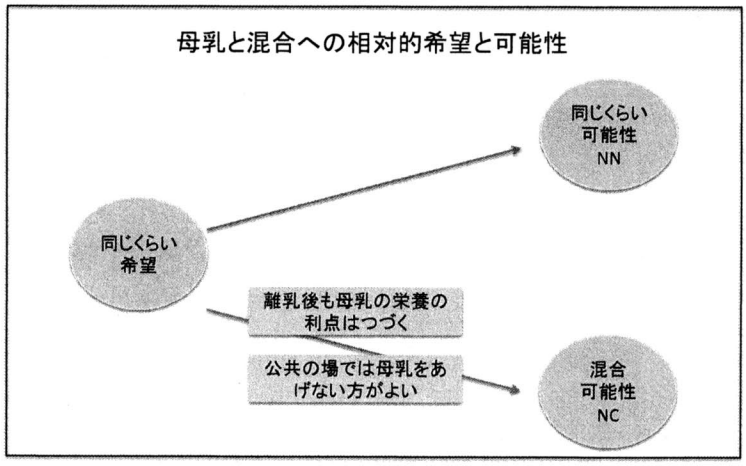


図 2-15　母乳と混合の相対的可能性の分かれ目
（同程度の希望から同程度・混合可能性）

第七に、NA と NB、つまり希望においては粉ミルクと母乳に差がないとしつつ、可能性においては粉ミルクの方が高いとした郡(NA)と、母乳の方が高いとした群(NB)を比較した。「母親が仕事復帰するつもりなら粉ミルクを使っておいた方がよい」に同意しないスコアが NB の方が高かった(NA 2.40; NB 3.42; p=0.005 <0.01)。(図 2-16)

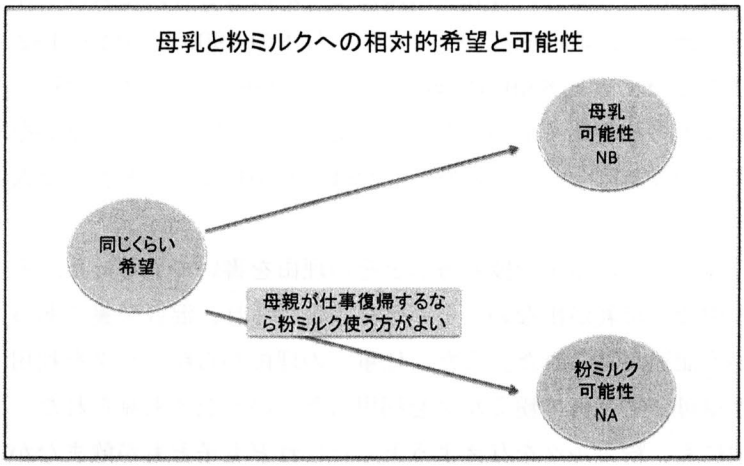


図 2-16　母乳と粉ミルクの相対的可能性の分かれ目
(同程度の希望から母乳・粉ミルク可能性)

第八に、同様に NC と NB を比較した。「公共の場では母乳をあげない方がよい」に同意しないスコアは NB の方が高かった (NC 2.11; NB 3.09; p=0.011 <0.05)。(図 2-17)

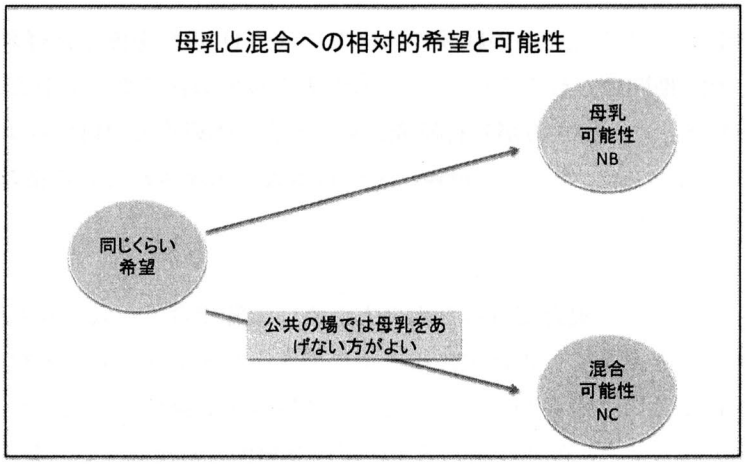


図 2-17　母乳と混合の相対的可能性の分かれ目
(同程度の希望から母乳・混合可能性)

4. 考察

＜本研究のまとめと先行研究＞

1. 乳児期の経験および観察経験

授乳に関する経験の結果として、母乳を飲んだことがあると答えた人は全体の 83%であった。本調査時の大学生が誕生した頃の統計[19]、すなわち日本の 1990 年当時の 1~2 か月未満の母乳栄養率と混合栄養率を合わせると 86.9%であり、それを反映している様子が見られる。1990 年の統計自体１か月の授乳方法を聞くものであり、一度でも飲んだことがあるかを聞くものではないが、それでも若干本調査で割合が低いのは、一つは「わからない」と答えた人が数%存在したためであることが考えられる。

次に、自分の乳児期における主な授乳方法とその理由を書いてもらった。主な授乳方法が粉ミルクであった人の中で「母乳が出ない」という記述が見られ、混合栄養であった人も「飲む量に比べて不足」という記述が見られた。また、仕事上の理由から粉ミルクを利用したり、病院の方針により、または祖母に言われて粉ミルクを利用したという記述も見られた。主な授乳方法が母乳であった人の中にも、粉ミルクを与えようとしたけれども子どもが飲まなかったなど、粉ミルクを試してみたことが書かれていた。母親が母乳をやめる理由は月齢によって異なるものの、母乳の量と子どもの成長への不安から粉ミルクを足すという報告がある[14]。母乳の量の確立に重要な役割を担うのは産科施設のケアであり、抱き方や吸わせ方の大切さといったことへの知識とそのやり方の習得が鍵であるといわれている[20]。しかし、その情報がなければ体質的に母乳が足りない、あるいは出ないと思ってしまうことが考えられる。不足感は自己効力感との関係も報告されており、自己効力感には望む行動を実現している他者の様子をみたことがあるかが含まれる[15]。大学生たちの中には、子どもをもつ前であるにもかかわらず、自らの母親から詳しい授乳体験を聞いていることが伺え知れた。

過去の先行研究においては乳児期の経験の聞き方には、(1) 母乳を飲んだ経験があるか（はい・いいえ）[1,3,10]、(2) 期間はどれくらいか[10]、(3) どの授乳方法で育てられたか（母乳のみ・混合・粉ミルクのみ）[7,8]という聞き方が先行研究に見られた。本研究では(1)から(3)の全てを重要な要素と認識し質問項目とした。ただし、母親などから本人に伝達されている情報であるため、「主にどの授乳方法」という聞き方をした。

観察経験に関しては、主に混合で育った人の方が主に母乳で育った人よりも粉ミルクを家族・知人の中で目にすることが多く、また主に粉ミルクで育った人よりも家族・知人の中で母乳と粉ミルクの両方を目にすることが多かった。乳児期の経験は観察経験とも関連のあることが示唆される。また、家族・知人の中、公共の場、メディアの３場面それぞれで、「数回」および「頻繁」に粉ミルクを飲んでいる様子を見たと答えた回答者の比率は、母乳のそれを上回っていた。また、公共の場において、母乳を飲んでいる様子を見た回答者の比率は頻度があがるほど減少したことは顕著であった。

先行研究においては、観察経験の聞き方としては、(1) きょうだいはどの授乳方法で育てられ

たか？（母乳・粉ミルク）[7]、(2) 家族・友人の中で母乳育児の様子をみたことがあるか（はい・いいえ）[8]、(3) 家族・知人の中で／公共の中で、母乳育児の様子／粉ミルクを与えている様子をそれぞれどれくらいみたことがあるか（一度もない・1、２回・数回・頻繁）[10]、(4) 母乳を与えている女性を見たことがあるか（はい・いいえ）[3,7]、(5) 何人の異なる女性が母乳を与えているのをみたことがあるか、(6) 過去２年間のうちで母乳を与えている女性を見たことがあるか（はい・いいえ）[6]があった。その他、(7) 母乳育児をした女性を誰か知っているか（はい・いいえ）[3]、(8) あなたの知っている母親の大多数はどの授乳方法で子どもを育てているか（母乳のみ・混合・粉ミルクのみ）[1]と聞いている研究もあった。本研究では(3)の聞き方を「メディア」にも広げて質問することとした。

この授乳期の経験と観察経験を合わせて、「その授乳方法への暴露（exposure)」という呼び方をしている研究もあれば、「社会的規範（social norm)」の一部として扱っている研究もある。

2. 男女差

本調査では、乳児期の経験に男女差はないものの、女性の方が母乳の観察経験が高く、認識が肯定的で、将来の展望が母乳に肯定的である様子が見られた。先行研究には、20 歳未満では女性の方が母乳を観察することが多いとの報告もあるが、20 歳以上では差が報告されていない[1, 10]。また、女性はより知識があるが、態度と将来の意思に差はない[10]との報告や、知識と態度に男女差はなく統計的に有意ではないものの、男性の方が将来の子どもが母乳で育ってほしいという意見が多かった[3]との報告もある。つまり，態度と将来の意思に関して男女の有意差が報告された先行研究はない。

したがって、今回の結果には 3 通りの解釈ができる。まず、性別に関係なくたまたま観察経験が本調査の女性の方が高く、そのため態度や意思も母乳に肯定的であったという見方である。観察経験と態度、意思との関連は先行研究で認められているため、それも合理的である。第二に、本調査の女性は先行研究における他国の男女よりも母乳育児に関心があったために、観察経験も多く態度や意思も肯定的であると考えられる。しかし、共通した指標がないため比較することはできない。第三に、本調査の男性は先行研究における他国の男性よりも授乳に関する関心が低かったために、差が生じたという見方もできる。しかし、男性の態度や希望の平均値は中立の立場よりは母乳に肯定的な方向に高めであることに留意する必要はある。

3. 認識・態度との関係

本調査では先行研究をもとに信頼性のとれたスケールを用い、さらに乳児期の経験を 3 通り、観察経験を 3 場面に分けて質問した。その結果、母乳を飲んでいた期間の長さは IIFAS の合計点に正の相関がみとめられた。主な授乳方法によって IIFAS の合計点に差が見られたのは母乳と混合の間であったが、一般に混合の場合は母乳の期間が短くなりやすい[16]ということから、母乳を飲んでいた期間の長さとの相関と同じ結果をあらわしているのかもしれない。母乳を飲んでいる様子を家族・知人の中及びメディアで見た頻度と IIFAS の合計点にも正の相関がみとめられた。

先行研究においては、先にあげたように経験の聞き方は多様であり、態度の指標も多様である。しかし、家族・友人および公共での母乳観察頻度と態度に正の相関[10]、暴露と知識・態度に正の

相関 [3]、乳児期の経験・観察経験と態度に正の関係 [7]、何人母乳育児をしている女性を見たことがあるかと態度（授乳方法および公共での授乳）は関係があった [1] との報告があり、これらの報告と同様な結果が本調査でも見られた。ただし、どの授乳方法で育てられたか、家族・友人間で母乳の様子を見たことがあるかによる態度と知識の差は認められなかったと報告する研究 [8] もあり、聞き方や質問の内容によっては経験による差が認められなくなる可能性もある。

学生を対象にした Marrone らの米国での研究 [10] においては、IIFAS の信頼性が低い値(クロンバッハ α=0.2)であったため分析されなかったが、本調査ではクロンバッハ α は 0.65 と、日本語版で妊娠中の女性を対象にした研究(前掲)の信頼性 0.66 と同程度の値が認められた。Marrone らの研究と比較して高い値がでた理由には二つ考えられる。一つは、文化的な違いが何かしらの影響を与えているという見方である。日米の高校生を比較した調査では、文化的背景が異なると認識も異なるという報告がある [17]。Marrone らの研究と比較すると、本調査の方が若干平均は高かった。もう一つは、先行研究の統計処理の誤りの可能性が考えられる。いずれにせよ、本調査によって、その文化によっては IIFAS の利用が学生に対しても適切であることが示せた。より学生に適切なスケールを構築するとしても、IIFAS を参考にすることは有益となる可能性がある。

4. 将来の展望

本調査では、主に母乳で育てられた人の方が IIFAS の合計点の平均が主に混合の人より高く、また母乳希望と可能性も主に混合及び粉ミルクの人よりも比較的高かった。しかし、主に育った授乳方法別に各授乳方法へ希望の評価を見ると、どの授乳方法で育っていても母乳を希望する平均値が最も高かった。

観察に関しては家族・知人の中、公共の場、メディアのすべての場面で、母乳を飲んでいる様子を見た頻度と粉ミルク希望は負の相関にあった。母乳を飲んでいる様子を家族・知人の中でみたことが一度もないと、一度でもある人に比べて粉ミルク希望の強さの平均値は高かった。つまり、母乳を飲んでいる様子を各場面で見ることが少ないほど、そして一度も家族・知人の中で見たことがない人の方が、粉ミルクへの希望が高くなり、学生の年齢が若いほど粉ミルクへの可能性が高くなる傾向が見られた。

また、主に混合で育った人の方が主に母乳で育った人よりも粉ミルク及び混合への希望と可能性が比較的高かった。さらに、粉ミルクを飲んでいる様子を見た頻度は混合可能性と正の相関があった。主に混合で育った人の方が粉ミルクを飲んでいる様子を見た頻度が主に母乳で育った人よりも高いことから、主に混合で育つこと及び粉ミルクの様子を頻繁にみること及び混合可能性の評価が高いことの三つのうちに何かしらの関連があると考えられる。

授乳方法の相対的希望と相対的可能性との間に差が認められた。また、観察経験及び認識における差の存在が認められた。厚生労働省の平成 17 年の調査では「できたら母乳で」と回答した女性が「母乳で」と同数程度であった。つまり、「できない可能性もある」との思いが妊娠中からあることが示唆されるが、妊娠中ではない若い世代においても、あるいは実親やメディアなどの情報から、希望と実際の可能性に乖離があるような現状を耳にし、その認識に影響を受けている可能性がある。したがって、相対的希望と可能性に乖離が存在していた説明として、本調査で評価した観察経験や認識の差といった要素以外に、自己効力感の差などの影響も可能性として考

えられる。

先行研究では将来の意図の聞き方にも、(1) 母乳をする可能性をスケールで聞く [10]、(2) 母乳で育てるか (はい・いいえ) [3,6]、(3) どの授乳方法で育てるか (母乳のみ・粉ミルクと一緒に、母乳育児は一切しない) [1]、と様々である。本調査では、母乳をする可能性とどの授乳方法で育てるかを統合・整理し、本人が理想としてもつ希望と、様々な本人の思う現実的な状況を甘味した上での可能性の両方に注目して各授乳方法についてスケールで質問した。定量的に全ての授乳方法についてきいたことで、気持ちの強さやその違いを伺い知ることができた。学生のうちから希望と可能性にこのような差が見られ、差に関連のある項目がそれぞれに存在するという、新たな見方を提供できた。

最後に、興味深いことに粉ミルクを公共及びメディアで飲んでいる様子を見た頻度と IIFAS の合計点に正の相関が見られた。粉ミルクを公共で飲んでいる様子を見た頻度と粉ミルク希望に負の相関、母乳可能性に正の相関が見られた。メディアで一度でも粉ミルクの様子を見たことがある人の方が母乳希望の平均が高く、公共で一度でも見たことがある人の方が母乳可能性の平均が高かった。そして、女性は粉ミルクを公共・メディアで男性よりも目にすることが多かった。これは、授乳や子育てに関心があるほど粉ミルクの様子を見たときに意識して記憶していると解釈できるかもしれない。あるいは、関心があるために授乳や子育て関連の情報を目にするときに、粉ミルクを飲んでいる様子を頻繁に目にした可能性もある。また、本調査の回答者の傾向として、全場面において母乳を飲んでいる様子よりも粉ミルクの様子の方が目に触れている。このことから、子育てに触れる限られた機会の中で、粉ミルクを飲んでいる様子を見て、そのことが将来の授乳方法に関して考えさせるきっかけとなった可能性もある。

＜研究の限界＞

本調査は一大学の一キャンパスにおける学生を対象としたため、妊娠前の若い世代一般の状況や認識として拡大解釈はできない。また、横断研究であるため関係があることはいえるが、因果関係はわからない。人数に関して、主に粉ミルクで育ったと回答した人は全体の少数であり、また相対的希望と可能性の組み合わせによる分類を行ったときにも人数が少数であるグループがみられた。よってサンプリングサイズをより大きくすることで、更なる統計的に有意な要素が見つかった可能性がある。また、サンプリングに関して、今回サークル、授業、研究会といった大学生生活の 3 つの側面を横断的に注目した。これは、内的統一性はやや薄まる疑念がある一方、一つに絞った場合には漏らしてしまう長所と短所を網羅することが可能になった。結果的に性別と学年の偏りをなくすことができたことはむしろ長所であると考えられる。

5.　結論

学生は、将来子どもをもつ当事者として、あるいはその当事者を包む環境の一員としての可能性をもつ存在である。その学生は、既に授乳について見聞きしている経験および将来の展望について傾向がみられることが明らかになった。公共の場やメディアで母乳を飲んでいる様子を観察する機会が増えると、母乳への態度が好印象となり、希望とその可能性の評価の向上に寄与する可能性がある。また、希望と可能性の違いが今回見られ、さらにその群ごとの傾向も見られたことから、対象者にとって重要性の高いメッセージを意識して発信する重要性が伺える。自分の授乳期の背景として母親の母乳が「でなかった」「不足していた」「働くこととの両立のために粉ミルクを利用」など詳しい情報を学生のうちから聞いている様子が伺い知れ、因果関係は確かめられていないが、それらが本人の認識に影響を与えている可能性もあり、「不足は体質のため」「仕事との両立には粉ミルクが必須」などという誤解がある場合は解いていくことが必要であろう。さらに、便利性や公共での授乳について、一般的にどのように捉えられているかが学生の認識に影響を与えている可能性もあり、今後その把握、及び必要に応じた認識変容キャンペーン等が必要と考えられる。

参考文献　−第２章−

1. Fairbrother N, Stanger-Ross I. Reproductive-aged women's knowledge and attitudes regarding infant-feeding practices: An experimental evaluation. J Hum Lact 2010 May;26(2):157-67.

2. Forrester IT, Wheelock G, Warren AP. Assessment of students' attitudes toward breastfeeding. J Hum Lact 1997 Mar;13(1):33-7.

3. Tarrant M, Dodgson JE. Knowledge, attitudes, exposure, and future intentions of hong kong university students toward infant feeding. J Obstet Gynecol Neonatal Nurs 2007 May-Jun;36(3):243-54.

4. Arora S, McJunkin C, Wehrer J, Kuhn P. Major factors influencing breastfeeding rates: Mother's perception of father's attitude and milk supply. Pediatrics 2000 Nov;106(5):E67.

5. Howard C, Howard F, Lawrence R, Andresen E, DeBlieck E, Weitzman M. Office prenatal formulAAdvertising and its effect on breast-feeding patterns. Obstet Gynecol 2000 Feb;95(2):296-303.

6. Ebrahim B, Al-Enezi H, Al-Turki M, Al-Turki AAl-Rabah F, Hammoud MS, Al-Taiar A. Knowledge, misconceptions, and future intentions towards breastfeeding among female university students in kuwait. J Hum Lact 2011 Nov;27(4):358-66.

7. Goulet C, Lampron A, Marcil I, Ross L. Attitudes and subjective norms of male and female adolescents toward breastfeeding. J Hum Lact 2003 Nov;19(4):402-10.

8. Kang NM, Song Y, Im EO. Korean university students' knowledge and attitudes toward breastfeeding: A questionnaire survey. Int J Nurs Stud 2005 Nov;42(8):863-70.

9. Leffler D. U.S. high school age girls may be receptive to breastfeeding promotion. J Hum Lact 2000 Feb;16(1):36-40.

10. Marrone S, Vogeltanz-Holm N, Holm J. Attitudes, knowledge, and intentions related to breastfeeding among university undergraduate women and men. J Hum Lact 2008 May;24(2):186-92.

11. Leffler D. U.S. high school age girls may be receptive to breastfeeding promotion. J Hum Lact 2000 Feb;16(1):36-40.

12. De La MorAA. The Iowa infant feeding attitude scale: Analysis of reliability and validity. J Appl Soc Psychol 1999;29(11):2362.

13. Ahmed A, el-Guindy SR. Breastfeeding knowledge and attitudes among egyptianBaccalaureate students. Int Nurs Rev 2011 Sep;58(3):372-8.

14. Li R, Fein SB, Chen J, Grummer-Strawn LM. Why mothers stop breastfeeding: Mothers' self-reported reasons for stopping during the first year. Pediatrics 2008 Oct;122 Suppl 2:S69-76.

15. Otsuka K, DeNNis CL, Tatsuoka H, Jimba M. The relationship between breastfeeding self-efficacy and perceived insufficient milk among Japanese mothers. J Obstet Gynecol Neonatal Nurs 2008 Sep-Oct;37(5):546-55.

16. Chezem J, Friesen C, Boettcher J. Breastfeeding knowledge, breastfeeding confidence, and infant feeding plans: Effects on actual feeding practices. J Obstet Gynecol Neonatal Nurs 2003 Jan-Feb;32(1):40-7.

17. Yeo S, Mulholland PM, Hirayama M, Breck S. Cultural views of breastfeeding among high-school female students in japan and the united states: A survey. J Hum Lact 1994 Mar;10(1):25-30.

18. Shealy KR, Li R, Benton-Davis S, Grummer-Strawn LM. *The CDC Guide to Breastfeeding Interventions. Atlanta: U.S. Department of Health and Human Services, Centers for Disease Control and Prevention, 2005.*　2011 年 11 月 23 日検索 www.cdc.gov/breastfeeding/pdf/breastfeeding_interventions.pdf.

19. 厚生労働省「平成 22 年度　乳幼児身体発達調査」. 2011 年 11 月 30 日検索 http://www.mhlw.go.jp/shingi/2010/03/dl/s0331-13a015.pdf

20. UNICEF/ WHO (2009)/ BFHI 2009 翻訳編集委員会(2011). 赤ちゃんとお母さんにやさしい母乳育児支援ガイド　アドバンス・コース　「母乳育児成功のための 10 ヵ条」の推進. 医学書院　p. 58

おわりに

本論文では、日本における授乳に関する情報政策を考えていく上で基礎となるデータを提示することを目的とした。ソーシャル・マーケティングや「国際規準」を含む情報政策を立案するにあたり、人々をとりまく環境、人々の認識、関連アクターへの理解を深めることは不可欠である。本論文では、第一章にメディアの一つである育児雑誌における母乳代用品広告の実際を調査し、ここから妊娠中の女性や１歳未満の子をもつ親にどのような情報が届いており、その発信主体と用いている表現を吟味した。第二章では、様々な性質をもつ若い世代である大学生が、授乳に関してどのような乳児期および観察の経験、認識、将来の展望をもっているかを吟味した。今後、情報政策の立案にはさらなる研究の必要があろう。本論文を締めくくるにあたり、最後に、現段階での情報から筆者が考える政策を一案として付則したい。

関連アクター

政策を立案するにはまず、関わってくるアクターとその関係を把握する必要がある。大まかではあるが、これらを表す概念図を試みに作成した(図 IV)。左側の雲状の部分は、若い世代(学生の年齢を想定)が自身公共の中にあり、公共から情報を受け取ること、また、その後自身(またはパートナーが)出産を迎える当事者となる可能性があると共に、公共や職場の一員としてその当事者の環境となることを表す。出産を迎える当事者となる場合、その状況に特化した環境を経験することとなる。それが、中央の横長の楕円で囲まれた部分であり、産科施設、地域の保健所、育児雑誌等育児関連メディアである。また、仲間を意味するピアへのアクセスが可能であれば、交流・情報交換が可能となる。この赤い楕円に特化して影響力をもつのが、政府、NPO 法人や学会など専門家団体、そして企業である。図に表す通り、政府はガイドラインや指針といった形での統制、規制という形での効力のある取り決めの先導、NPO 法人や専門家などとの協力のもとでプロジェクトを後援、採用といった働きを担うことができる。NPO 法人や専門家もまた、地方自治体と協力をしたり、働きかけたりして、その地域や全国の医療の質や公平性、アクセスの向上に努める。企業は医学的に乳児用調整粉乳が必要である母子のために、品質を改善した製品の製造販売を行うと同時に、販売促進活動を通して妊娠中の女性や乳児期にある母子、また派生的に公共にも影響力をもつ。

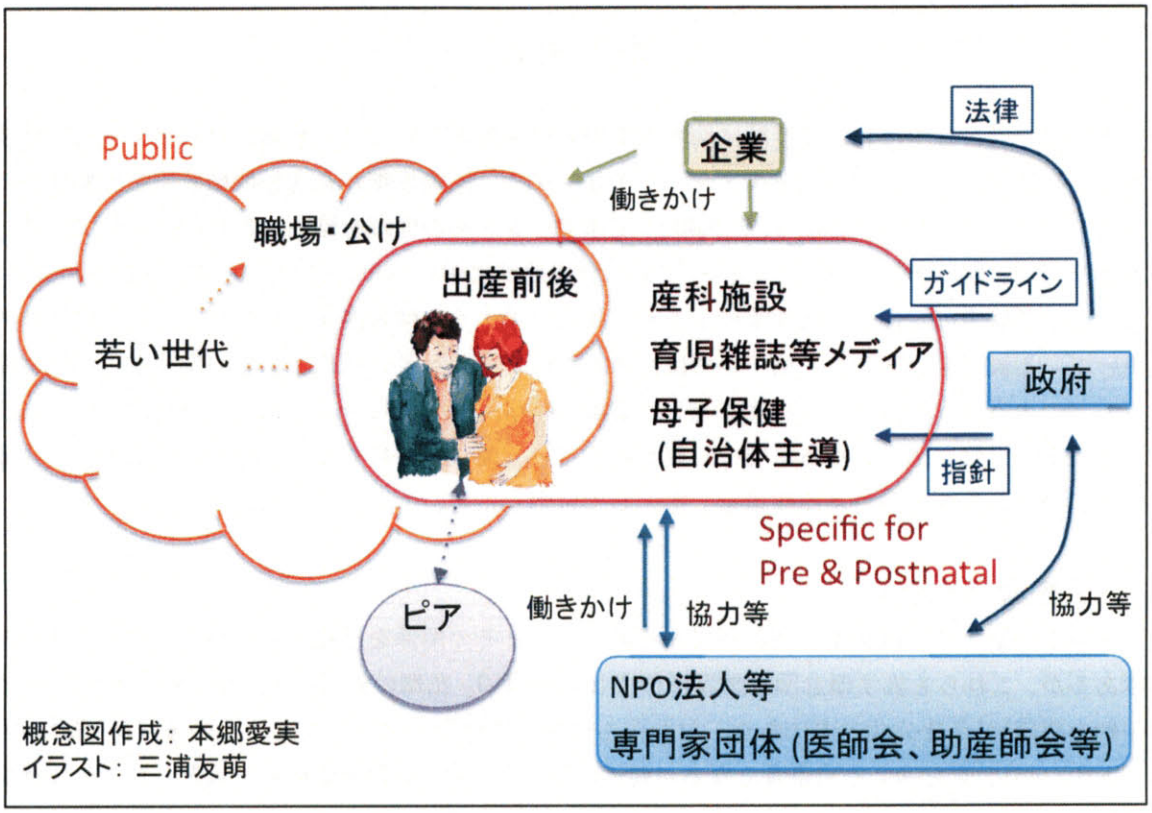


図 IV　関連アクター概念図

五つの政策提言

次に、「授乳離乳支援ガイド」[1]や「健やか親子 21」[2]といった現在の取り組みの促進の重要性に加え、今回新たに情報に関する政策として五つの提言をしたい。第一に、公共や職場への啓発活動、第二に、若い世代への教育、啓発活動、第三に、妊娠中への女性への情報提供、第四に、企業の活動に関する効力をもつ取り決めの制定、第五に、医療の標準化のための後押しである(表 III 参照)。表 III の横方向には政策の対象を、縦方向には政策の課題、政策案、実施主体(案)と共に、行末二行には、筆者が作成に関わったものの紹介を付則した。

表 III　情報関連の政策案

対象	公共	若い世代	妊娠中の女性	企業(「国際規準」製品関連)	医療
課題	誤解・受容	誤解・受容/基礎情報/観察経験	具体的な基礎情報/行動の後押し	広告など販促運動規制守る方が不利	医療の標準化医療政策目標の達成
政策案	ソーシャル・マーケティング:マスメディア(テレビ CM/駅構内の広告等)	ソーシャル・マーケティング:教材(教科書/補助教材等)/役割モデルと接触する機会	ソーシャル・マーケティング:スモールメディア(リーフレット等)	効力のある取り決めの制定(法律等)	医療の評価:「10 か条」「国際規準」の継続的現状把握/ 認知向上/ 評価づけ
実施主体(案)	公共広告機構	授業担当教員/ 教科書作成者	自治体/育児関連法人/ NPO/ NGO	国会/政府	医療評価機構/政府
筆者が作成に関わったもの		『母乳で子育て』(邦訳) WABA YOUth パンフレット(若者対象)	『赤ちゃんと自分の力を信じて』リーフレット(妊娠中の女性対象)	『健康増進法の一部を改正する法律』法案	
閲覧方法		母乳育児支援ネットワーク(BSNJapan) http://www.bonyuikuji.net/?page_id=9	付録資料 1(後日アップロード予定)	付録資料 2	

＜公共への啓発活動＞

まず、公共への啓発活動である。これには、例えば乳児のニーズに合わせた授乳を可能にする環境の必要性や、授乳方法による利便性、公共の場での授乳の受け入れなどの啓発が含まれる。国際労働機関(ILO)は職場で乳児をもつ母親が休憩時間(育児時間)をとれる環境整備を勧告しており、日本も法律でその権利を保障している。これは、乳児は頻繁に母乳を飲むものであり、乳児のニーズに合わせて授乳されることで母乳の分泌が維持されることが背景にある。乳児との頻繁な接触が困難な場合は、母親は自ら搾乳し、それを冷蔵ないし冷凍することで、分泌を維持し、また乳児が母乳を飲み続けることが可能となる。母乳を続けることで母子の健康は守られ、子が集団の中にあっても病気にかかりにくくなり、重症化しにくくなる。この認識が曖昧であると、職場や保育所、児童会館など公共の場で母乳育児の継続を希望する女性に配慮のない対応が起こる可能性がある。例えば、母乳を与えている母親にむかって戒める、不平をいうなどの心ない対応が起こりかねない。

また、公共には授乳室が増えてきているが、哺乳びんのマークが用いられていることも多く、母乳で育てている女性への配慮が十分とは考えにくい上、本来は男性の入室が厳禁なことの意味が伝わりにくい可能性がある。東京都など一部で推奨している乳児を抱いているマーク[3,4]は国際的なものであり、日本独自に、授乳方法に関係なく母子のための部屋であることが伝わるマークも存在する[5]。それらのようなマークの普及が望ましいと考えられる。また、第二章の学生のアンケートからわかるように、公共の場で母乳を飲んでいる様子をみたことのない人も多く、授乳室であげないといけないかのように捉えられないような工夫も必要である。米国カリフォルニア州では、公共での授乳を法律で権利として定めているが、日本では例えば「公共広告機構」で外での授乳を身近なものと皆が捉えられるようにするキャンペーンなどが効果的である可能性がある。ただし、それは母親に行動変容を求めるのではなく、周りの配慮改善という形でのメッセージである必要があろう。

加えて、「はじめに」でも記したように、日本において母乳育児を望む母親は96%と非常に高い[6]。しかし、母親の望む育児が医学的理由のため、また、現在「10か条」にそっている産科施設が多数派ではないといった周りの環境のために、可能ではないこともある。母親を責めるような心ない対応がなされることのないように、むしろ母親の望む育児が可能となるように周りがサポートできるようになることが求められる。そもそも、授乳方法の選択は、母親となる女性が自分の身体について決定するリプロダクティブ・ライツ(性と生殖に関する権利)の一つである。周りの姿勢としては、本人が十分な情報やサポートを得た上で選択できるように環境を整えることが望ましい。

＜若い世代への啓発・教育活動＞

次に、若い世代への啓発及び教育活動である。これには、母乳に関する疫学的な情報、それのもつ社会性の学習環境、役割モデルが提示・提供されることが含まれる。授乳の様子を公共でみたことがなかったり、授乳方法の利便性や仕事との両立について正確な情報がなかったり、役割モデルとなる人がいなかったりすると、限られた情報・イメージで物事をとらえてしまう恐れがある。現在、世界母乳育児行動連盟(WABA)は若者向けのパンフレット (A3 両面 1 枚 6 つ折)を

発行しており、邦訳が存在する[7]。これは、母乳の疫学的意義と同時に、母乳育児がジェンダー、性と生殖に関する健康、労働、人権、HIV、企業のマーケティング、環境などとどのように関連しているか論じており、社会勉強や情報リテラシーの一環としても学ぶことができる。学校教育の場で、例えば保健や家庭科の授業を担う教員が補助教材の一つとして用いることも可能である。この他、第一章や第二章で伺えた情報をもとに新たなツールを作成したり、教科書を吟味したりすることも有用と思われる。また、乳児期にある親子との接点が限られている可能性を鑑み、学校教育の一環としてそのような機会を用意することも一つであろう。

＜妊娠中の女性への母乳に関する情報提供＞

第三に、妊娠中の女性への母乳に関する情報の提供である。「はじめに」でも述べたように、母親が科学的根拠に基づく産後のケアを知らなければ「10か条」を実施しているような産科施設にアクセスできるかは偶然性に規定され、またピア・サポートの存在を知らない女性はアクセスすることができない。したがって、情報提供には科学的根拠に基づく産後ケアや授乳に関する情報、ピア・サポートグループの紹介情報、仕事と授乳についての情報などの基礎的情報が含まれることが望ましい。方法としては母子手帳の改訂やリーフレットの配布などの可能性がある。筆者は、リーフレットの作成を試みており、それを利用するのも一つである(付録資料 1 参照)。作成にあたっては統合的行動モデル[8](図 V) を参考にしており、態度・規範・自己効力感といった意思形成因子の後押し、知識の補足、障害の克服の後押しなどを考慮した。自治体での利用の他、ネットからダウンロードして用いてもらうことを想定し、母子手帳に挟める大きさで、一枚を冊子印刷するものとして作成した。WHO/ UNICEF のエビデンス[9]をもとに情報を整理し、構成や内容を草案し、イラストは美術大学生の三浦友萌氏にお願いした。草案の内容に関して、医学的立場、また母親ピア・サポートグループの立場から監修として、新生児科医の大山牧子氏、小児科医の多田香苗氏、冒頭で紹介した母親同士のピア・サポートグループの一つであるラ・レーチェ・リーグ日本の沢潟裕子氏の協力を得た。作成したリーフレットは新生児科医の要望により、後日、ネット上でデジタル配信する予定である。今後、より多くの女性が情報を得ることに多少なりとも寄与できることを期待する。

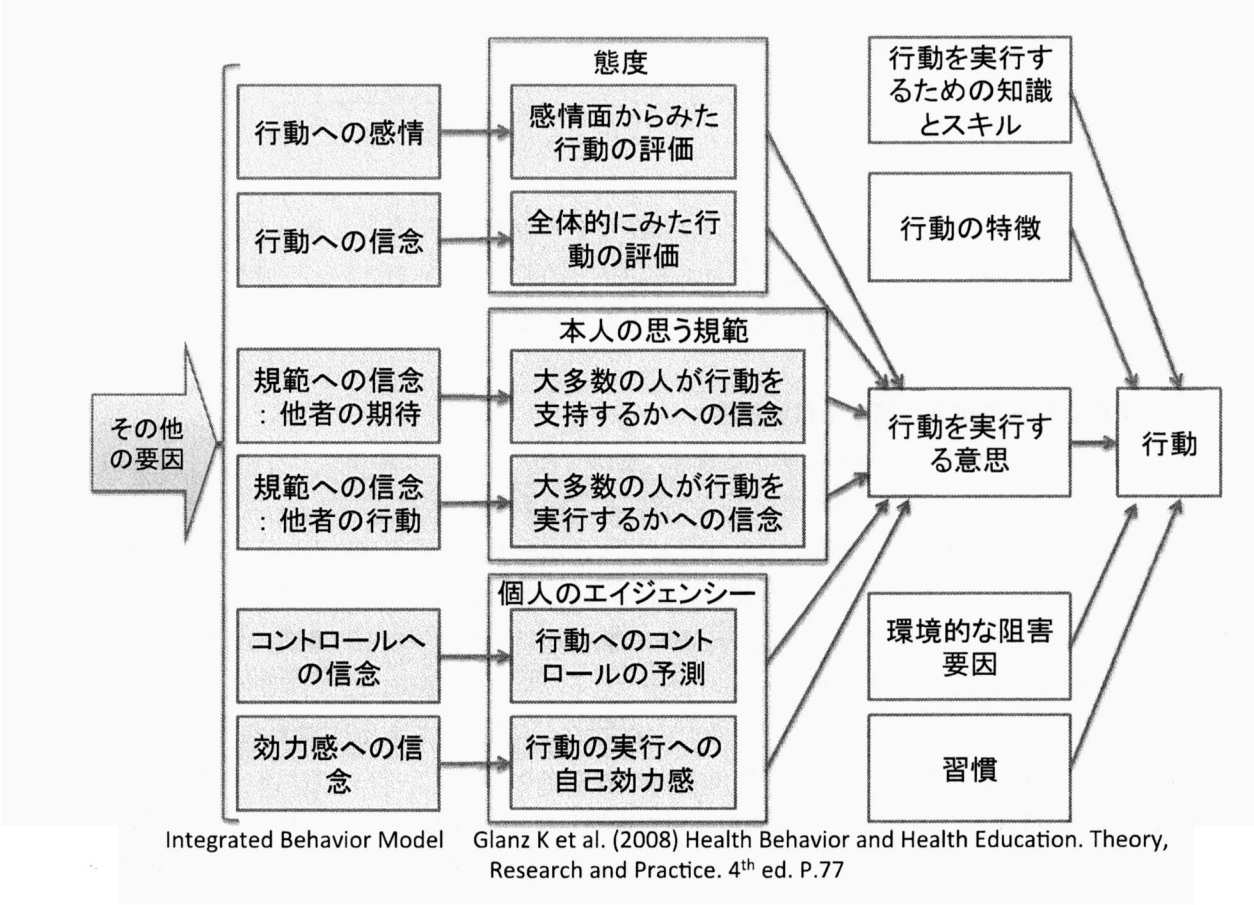


図 V　統合的行動モデル

※暫定的に筆者訳出

＜母乳代用品に関する効力のある取り決めの制定＞

第四に、企業の活動に関する効力をもつ取り決めの制定である。現在、文章の上では母親への試供品の提供や一般雑誌への広告が自粛となっているものの、日本における「国際規準」の現状が政府報告と異なることが先行研究及び第一章の研究で明らかになった。乳児用人工乳製造企業の一つである和光堂は『和光堂育児用ミルク』[10] 執筆時は業界の中で唯一「国際規準」を遵守していたが、現在は業界の中で遵守している企業はない。効力のない取り決めでは、「国際規準」を遵守する企業が逆に生き残りに不利となってしまい、違反しないと生き残れないジレンマが問題点として浮かんでくる。また、乳児に不適切なものが適切なものとして販売・広告される恐れが今回明らかになった。このことを改善する一つの案として、乳児用調整粉乳に関する条項のある健康増進法を改正する方法がある(付録資料 2)。付録資料の「健康増進法の一部を改正する法律」法案は、大学の一授業において筆者を含めグループで作成した。共通の基盤としての効力のある取り決めがあることで、企業はその中での公正な競争が可能となる。また、乳児に不適切な製品が販売・広告されないように現行よりも厳密な条項を案として加えている。法案は「国際規準」の内容のうち、健康増進法に適切と思われる範囲で作成してあるため、医療法や他の条例などによってより詳細・包括的な必要な取り組みの吟味・仕組みづくりが必要だろう。

＜医療の標準化＞

第五に、医療の標準化のさらなる後押しである。医療政策の目標は、1.アクセスの向上、2. 公平性の確保、3. 医療の質の向上と維持、4.医療の効率、5.患者主権であるといわれている [11]。現在、「10 か条」にそった医療を行っている産科施設が多数派ではない [1] ことは、アクセス、公平性、医療の質、患者主権の観点から深刻な課題といえる。これらの目標の達成のためにも、現行の取り組みに加え、「医療評価機構」などで産科施設での母乳育児支援の評価を積極的に行うことで、「10 か条」及び「国際規準」の認知度があがり、医療の質の向上につながることが期待できると考えられる。また、水野 [12] の研究にあるように産科医の中に企業との契約を見直さなければ「国際規準」を遵守できないと考えている医師がいる。「10 か条」及び「国際規準」の遵守を進めるために、状況を継続的に把握・分析し、取り組むべき医療行為を評価していく仕組みが必要であろう。

結語

母乳育児を希望する女性が可能となるように、環境づくりとしての保護、推進、支援の取り組みが近年数多くなされてきた。1990年、WHO/ UNICEFによって「乳幼児の栄養に関する世界的な運動戦略」の一環として「母乳育児の保護、推進、支援に関するイノチェンティ宣言」が発表された[13]。2010年秋、この「イノチェンティ宣言」の20周年を祝うコンファレンスが世界母乳育児行動連盟(WABA)によって主催された。日本においても、NPO/ NGO、保健医療従事者、政府による忍耐強い取り組みが進められてきた。これらの取り組みに多大な敬意を示したい。本論文は、「情報政策」という観点から二つの研究を行い、また付録として、今後の活動に利用できるツールを用意した。現行の取り組みの後押しとして、あるいは、依然として残る課題への切り口の一つとして、一石を投じられたら幸いである。

参考文献　-おわりに-

1. 厚生労働省雇用均等等・児童家庭局母子保健課(2007).「授乳・離乳の支援ガイド」. 2011 年 11 月 30 日検索　http://www.mhlw.go.jp/shingi/2007/03/dl/s0314-17.pdf

2. 健やか親子 21　第二回中間評価報告書　p.40. 2011 年 12 月 10 日検索 http://www.mhlw.go.jp/shingi/2010/03/dl/s0331-13a015.pdf

3. 東京都福祉保健局　赤ちゃん・ふらっと(東京都内の授乳室・おむつ替えスペース) 赤ちゃん・ふらっとマーク. 2012 年 1 月 17 日検索 http://www.fukushihoken.metro.tokyo.jp/kodomo/kosodate/akachanflat/

4. Mothering inspiring natural families since1976. Breastfeeding Symbol Downloads. 2012 年 1 月 17 日検索 http://mothering.com/sites/resources/bfsymbol/icon.pdf

5. NPO 法人日本ラクテーション・コンサルタント協会. 授乳室ピクトサイン(マーク). 2012 年 1 月 17 日検索 http://jalc-net.jp/pictsign.htm

6. 厚生労働省「平成 17 年度　乳幼児栄養調査」. 2011 年 12 月 10 日検索 http://www.mhlw.go.jp/houdou/2006/06/h0629-1.html

7. 母乳育児支援ネットワーク. 母乳で子育て. WABA YOUth. 2012 年 1 月 17 日検索 http://www.bonyuikuji.net/?page_id=9

8. Glanz K et al. (2008) Health Behavior and Health Education. Theory, Research and Practice. 4th ed. P.77

9. UNICEF/ WHO (2009)/ BFHI 2009 翻訳編集委員会(2011). 赤ちゃんとお母さんにやさしい母乳育児支援ガイド　アドバンス・コース　「母乳育児成功のための 10 ヵ条」の推進. 医学書院　p. 58

10. 森田洋右. 和光堂育児用ミルク講座.和光堂株式会社発行. 株式会社文芸社編集. 平成 11 年

11. 印南一路. 2008 年度春学期. 社会保障政策(医療・介護) 第二回講義配布資料. 慶應義塾大学湘南藤沢キャンパス. 2008.4.18.

12. Mizuno K, Miura F, Itabashi K, Macnab I, Mizuno N. Differences in perception of the WHO international code of marketing of breast milk substitutes between pediatricians and obstetricians in japan. Int Breastfeed J 2006 Aug 22;1:12.

13. UNICEF・WHO (2003)/ 多田香苗・瀬尾智子訳(2004). Global Strategy for Infant and Young Child Feeding. 乳幼児の栄養に関する世界的な運動戦略. 日本ラクテーション・コンサルタント協会発行.

付録資料１

妊娠中の女性用リーフレット（作成：本郷愛実）

1 産後すぐから

出産直後、肌と肌の触れ合いをすることで、赤ちゃんはお母さんのおっぱいを探します。待っていたら、胸にたどり着き、乳房に吸いつきます。赤ちゃんは生まれて最初にその一滴を飲むことで母乳から高い免疫力をもらいます。また、産後すぐのこの赤ちゃんからの刺激が、母乳をつくる助けになります。

2 欲しがるだけ

赤ちゃんは自分の成長に必要な母乳の量を知っています。**赤ちゃんが欲しがるときに欲しがるだけあげる**ことで、母乳は赤ちゃんの必要量作られます。また、飲み始めと後の方では成分が変わります。赤ちゃんが自分から離れるまであげると、**十分な栄養**もとることができます。

医学的に必要がないのに母乳以外のものを与えて赤ちゃんの空腹や吸いたい欲求を満たしてしまうと、それだけ母乳のつくられる量が減ってしまうので注意。

3 早めのサイン

口をパクパクさせたり、手を口に持ってきたりしたら、母乳を欲しがっている早めのサインです。泣くのは遅めのサイン。
早めのサインに気がつくことで、赤ちゃんが大切なエネルギーを消耗しなくてすみ、また、飲ませるのも楽になります。これらのサインに気がつくためにも、出産後すぐからの昼も夜もの母子同室が理想的。

4 抱き方と含ませ方

赤ちゃんがじょうずに母乳を飲めるよう助けるコツに、飲ませる際の抱き方と乳房の含ませ方があります。

抱き方には色々ありますが、共通するコツは、**お母さんのお腹に赤ちゃんのお腹を「ぴったり」と寄せて、赤ちゃんの頭の後ろと背中とお尻とが、「一直線」になるように、赤ちゃんを支えることです。**

含ませ方のコツは、**「深く」乳房を含ませることです。**乳首だけを吸わせようとすると、浅くなってしまいます。
赤ちゃんが深く吸いつくことができると、必要な量が飲みとりやすくなります。また、お母さんの乳房の痛みなどのトラブルが生じにくくなります。

5 仲間や相談先を探す

母乳は、プロラクチンとオキシトシンというホルモンの力で出ます。

オキシトシンはリラックスをしていたり、自信があるときにでるホルモンです。

自分の気持ちや選択を尊重してくれるパートナーや仲間、相談先があると、**精神的に支えられます。**
また、**赤ちゃんの成長段階や、自分の状況に合った必要な情報と支援を得られる**かもしれません。

もっと知りたい方へ

■ **産院選びやお願いの案**

早期からの肌と肌の触れあいや母子同室を希望する場合は、そのような支援をしてくれる産院を選択するか、そうでない場合は産院にお願いをすることができます。

厚生労働省は、「授乳・離乳の支援ガイド」(2007年)のp.17で、そのような支援を推奨しています。http://www.mhlw.go.jp/shingi/2007/03/dl/s0314-17b-1.pdf

これを参考にして、自分の要望を伝えたり、スタッフと話し合ったりすることができます。

■ **ラ・レーチェ・リーグ日本** http://www.llljapan.org/

"母乳で育てたいお母さんを支援する"母親による ボランティア団体。妊娠中の女性や、授乳中のお母さんが集まる場が全国にあります。仲間を得たり、無料で電話相談にのってもらえます。 ラ・レーチェ・リーグ日本 携帯サイト →

■ **仕事復帰する女性のため法律／指針**

◆ **女性にやさしい職場づくりナビ** 厚生労働省・女性労働協会
により、雇用されている女性のための法律・制度が紹介されています。 http://www.bosei-navi.go.jp/ninshin/

（例） 子どもが1歳未満の場合、育児時間を1日に2回、少なくとも30分ずつ請求することができる。3歳までの子を養育する労働者が希望すれば短時間勤務制度（1日6時間）の利用、残業の免除が可能になる。など

◆ **NPO法人 日本ラクテーション・コンサルタント協会 (JALC)**

仕事復帰と母乳育児のQ&Aがあります。政府による保育所に対する指針も紹介されています。

http://www.jalc-net.jp/FAQ_TITLE.html

作成： 本郷 愛実 イラスト： 三浦 友朝
監修： 大山 牧子 (新生児科医)、多田 香苗 (小児科医)、沢潟 裕子 (ラ・レーチェ・リーグ日本)

付録資料２

健康増進法の一部を改正する法律

授業担当教員： 岡田順太　2009年度秋 リーガルワークショップ
作成： こんぺい党（本郷愛実 / 美谷島克基他） 2010年1月記

第二十六条の十八の次に次の七条を加える。

（指定特別用途食品・指定特別用途食品関連器具）
第二十六条の十九
特別用途食品のうち、乳児及び幼児用の用途に用いられることに鑑み、販売方法の適正を確保する必要があるものとして以下に挙げる食品（以下、「指定特別用途食品」という。）及び関連する器具（以下、「指定特別用途食品関連器具」という。）に関しては、第二十六条の二十から第二十六条の二十五までの規定を適用する。
一. 母乳代用品（生後六か月未満の乳児を対象とする一切の食品を含む）
二. 哺乳びんと人工乳首(おしゃぶりを含む)
三. そのほか内閣府令で定めるもの

（定義）
第二十六条の二十
以下のように用語を定義する：
「マーケティング」：あらゆる方法での製品の販売促進、流通、販売、宣伝、製品の広報活動、情報サービス。
「母乳代用品」：目的に合っているかどうかは別として、母乳に部分的若しくは全面的に代わるものとしてマーケティングされる、又は表示されるあらゆる食品のこと。乳児用調製粉乳、生後六か月未満の児を対象とする乳児用飲食物も含まれる。母乳代用品を使用する栄養法を人工栄養法とする。
「乳児用調製粉乳」：厚生労働省の規格に従って工業的に調製された母乳代用品で、固体、粉状、液体状のものも含む。人以外の動物のミルク、大豆乳などの植物性ミルクを原料として製造されたものも含まれる。フォローアップミルクも含まれる。
「製造業者」：指定特別用途食品及び指定特別用途食品関連器具（以下、「指定特別用途食品等」という。）の製造を業として従事する者。
「流通業者」：指定特別用途食品等のマーケティングに（直接、間接を問わず）卸売または小売段階で業として従事する者。「一次的流通業者」とは、製造業者の販売促進員、販売代理人、国の流通業者もしくは仲買人を指す。指定特別用途食品等の既定においては、薬局や他の特約代理店は流通業者に含まれる。

(広告・表示)
第二十六条の二十一
何人も、人工栄養法（母乳代用品を使用する栄養法）が、母乳育児と同等あるいはそれよりも優れているかのように暗示したり、信じ込ませたりする広告や表示をしてはならない。これには、赤ちゃんの写真や絵や、指定特別用途食品等を理想化するようなそのほかの写真や文言、「母乳に近づけた」「母乳育児用」、「母親の乳房から直接飲むのと同等な効果を期待できる」といった表現やこれらに類する表現を含む。具体的には厚生労働省令で定める。

2　何人も、厚生労働省令で定める場合のほか、当該製品が乳幼児を対象とする旨を表示してはならない。

(販売方法の制限)
第二十六条の二十二
製造業者又は流通業者は、店舗による販売以外の方法により、消費者一般に対し指定特別用途食品等を販売若しくは授与してはならない。ただし、専門的な評価や研究のために公共施設レベルで必要な場合であって、厚生労働省令で定める場合ならびに厚生労働省令で別段の定めをした場合を除く。病院は、流通業者から卸値以上で購入することは認められる。　別段の定めは、乳児院などへの寄付をいう。

2　指定特別用途食品等の販売時に、特別展示や割引券、プレミアム景品、特売、目玉商品、抱き合わせ販売等の販売促進活動をしてはならない。この規定は、製品を長期にわたり低価格で提供する価格政策や商業慣行の確立を制限するものではない。

3　マーケティング担当者（製造業者および流通業者の被雇用者のうち、業として指定特別用途食品等のマーケティングを行う者）は、特別に厚生労働省令で定めた場合を除き、その職責の一端として、妊娠中の女性や乳幼児の母親に直接的にも間接的にも接触を試みてはならない。

4　製造業者及び流通業者はマーケティング担当者の給与、昇進等の査定において、指定特別用途食品等の販売量又は売上を基準に含めてはならない。また、このような製品の販売の割り当てが特別に設定されてはならない。ただし、この規定は、企業が販売するそのほかの製品の総売上に基づく報奨金の支払いを妨げるものではない。

(情報提供)
第二十六条の二十三
乳児の栄養法（１歳未満の乳児を育てるための栄養方法。母乳栄養法（母乳育児）、人工栄養法、混合栄養法を含む。）についての情報は、文章であれ、視覚的、聴覚的なものであれ、以下の文言が含まれることを推奨する。
一. 母乳育児の利点と優位性

二. 母乳で育てるための基本
三. 人工乳首の使用や混合栄養を始めることの、母乳育児へのマイナスの影響
四. そのほか厚生労働省令で定めるもの

2　母乳代用品に関する情報が含まれている場合には以下の文言が含まれることを推奨する。
一. 乳児用調製粉乳が必要な場合の適切な調乳･使用方法
二.　母乳代用品を使うことによって生じる社会経済的損失
三. 母乳代用品の不必要又は不適切な調乳・使用による健康被害
四. 乳児用調製粉乳を使用する場合は、必ず専門家の指導の下に適切に用いる旨
五. そのほか厚生労働省令で定めるもの

2 乳児用調製粉乳を与えるときは、医療従事者が、乳児用調製粉乳を必要とする乳児の養育者に対してのみそれを提示するべきである。この際の説明には、適切な調乳・使用方法についての十分な情報ならびに不適切な調乳・使用方法をした場合の危険性についての明確な情報を含めるべきである。

（立入検査）
第二十六条の二十四
都道府県知事（小売店舗においては、その店舗の所在地が保健所を設置する市又は特別区の区域にある場合は、市長又は区長。）は、製造業者及び流通業者（以下この項において「販売業者等」という。）が、第二十六条の二十一から第二十六条の二十二までを遵守しているかどうかを確かめるために必要があると認めるときは、当該販売業者等に対して、厚生労働省令で定めるところにより必要な報告をさせ、又は当該職員に、店舗、事務所その他当該販売業者等が指定特別用途食品等を業務上取り扱う場所に立ち入り、その構造設備若しくは帳簿書類その他の物件を検査させ、若しくは従業員その他の関係者に質問させることができる。
　2 前項の規定により立入検査又は質問をする当該職員は、その身分を示す証明書を携帯し、関係者に提示しなければならない。
3 第一項の規定による権限は、犯罪捜査のために認められたものと解釈してはならない。

（勧告等）
第二十六条の二十五
内閣総理大臣は、第二十六条の二十一第一項又は二項の規定に違反して広告・表示をした者があると認める場合、又は第二十六条の二十二第一項から第三項の規定に違反して販売若しくは授与又は接触した者があると認める場合は、その者に対し、当該規定を遵守するために必要な措置をとるべき旨の勧告をすることができる。
2　内閣総理大臣は、前項に規定する勧告を受けた者が、正当な理由がなくてその勧告に係る措置をとらなかったときは、その者に対し、その勧告に係る措置をとるべきことを命ずることができる。

（事務の区分）

第三十四条の「第二十六条第二項」と「及び第二十七条第一項」の間に、「第二十六条の二十四第一項」との文言を加える。

（罰則）

第三十六条の二の次に次の二条を加える。

第三十六条の三

次の各号のいずれかに該当する者は、六か月以下の懲役若しくは五十万円以下の罰金に処し、又はこれを併科する。

一　第二十六条の二十五第二項の規定による命令に違反した者

二　第二十六条の二十二第四項の規定に違反した者

第三十八条第一号の「第二十四条第一項」の次に「第二十六条の二十四第一項」との文言を加える。

第三十九条の「第三十七条」の前に「第三十六条の三」との文言を加える。

附則

（施行期日）

第一条

この法律は、公布の日から起算して六か月を超えない範囲内において政令で定める日から施行する。

2　第二十六条の二十一第一項及び第二項並びに第二十六条の二十二第一項及び第三項でいう厚生労働省令は、公布の日から起算して六か月を超えない範囲内において定める。

（罰則の適用に関する経過措置）

第二条

この法律の施行前にした行為及びこの法律の附則においてなお従前の例によることとされる場合におけるこの法律の施行後にした行為に対する罰則の適用については、なお従前の例による。

（政令への委任）

第三条

附則第二条に定めるもののほか、この法律の施行に関し必要な経過措置（罰則に関する経過措置を含む。）は、政令で定める。

謝辞

最初に、秋山美紀先生、武林亨先生、内山映子先生に尽くしませぬ感謝の意を表明します。3年間見守り教え導いてくださり、ありがとうございました。先生方の温かく真摯なご指導がなければ、この論文はおろか、研究の一つも実現することはありませんでした。先生方が伝授してくださったことは数えきれません。疫学的研究の思考方法、データベースや統計ソフトの使用方法、ヘルス・プロモーターとしての態度、未来に向けて挑戦する心、今を大事にする心、フィールドを通してコミュニケーションの力を体感する喜び、これらすべてがこれからの私の人生をも支え続けてくれるものだと思います。

続いて、秋山研究会の皆に、感謝します。秋山研究会の皆にはたくさんの学びと刺激、励ましと喜びをもらい続けました。秋山研究会にいくのが毎回どんなに楽しみだったことでしょう。論文執筆にあたり、一人だったら心が折れてしまうようなときも、皆がいたからこそ、こうして最後まで粘り続けることができました。アンケートのプレテストに協力してくださったのも秋山研究会の皆です。

秋山研究会に入るきっかけをくださったのは濱田庸子先生でした。大学に入りたての 1 年間、乳児と母親を訪問し観察するときと、乳幼児精神保健について論文を読む時間は今も幸福なときとして心の風景にあります。私の言葉に耳をむけ、研究の方向について優しく相談にのってくださった濱田先生と出会えたからこそ、その後の研究の道を定めることができました。さらに、学生向けのアンケートを配布する際、濱田先生は授業内での配布を快く許可してくださいました。心から感謝を申し上げます。

同様に、授業内でのアンケート配布を寛大にも許可してくださいました小川克彦先生、古石篤子先生、後藤純一先生、東海林祐子先生、ティースマイヤ・リン先生に深く感謝致します。

アンケート回答に協力していただいた湘南藤沢キャンパスの皆様、本当にありがとうございました。また、アンケート配布に時間を作って協力してくださった友人たち、池田早華子さん、伊東夕季さん、坂根加奈子さん、林英里さん、福室枝里佳さん、宮嶋歩さん、元島千恵子さん、及び大学生最後の夏休みにアンケートのデータ入力を引き受けてくださった上平晃代さんに感謝します。特に、池田早華子さん、伊東夕季さんには育児雑誌の広告の内容分析にあたっても協力していただきました。もう一人、溝江菜央さんにも内容分析を手伝っていただきました。この場を借りてお礼申し上げます。

日本における母乳代用品広告などに関して何かしらの取り決めが必要と考えていた私に、法案作成の「ほ」の字から教えてくださった岡田順太先生、及びリーガルワークショップの授業内で法案作成のために親切にも一緒に活動してくださった美谷島克基さんをはじめとするこんぺい

党のメンバーたちに感謝いたします。また、同法案作成の際、「国際規準」に関する詳細を丁寧に教えてくださった三浦孝子さまに心からお礼申し上げます。

妊娠中の女性向けのリーフレット作成にあたり、素敵なイラストを描いてくださった三浦友萌さん、内容に関してきめ細やかなご指摘をくださり、監修を引き受けてくださった大山牧子さま、多田香苗さま、沢潟裕子さまに深い感謝の意を申し上げます。

そして、日本語版 IIFAS の使用を承諾してくださり、その信頼性と妥当性に関して親切に丁寧な情報をくださった大塚恵子さまに心より多大な感謝を申し上げます。

その他、随所で関わり、支えてくださったすべての方に感謝いたします。特にメディア・センターの方々には 4 年間、大変お世話になりました。

最後に、根気が必要なこの一年、私を見守り支え応援し続けてくれた両親と家族、大学内外で力づけてくれた友人たちに、感謝します。

授乳に関する情報政策のための基礎研究
ー育児雑誌における母乳代用品広告の量的・質的分析
授乳に関する大学生の経験、認識、将来の展望ー

2012年4月20日　　初版発行

著者　本郷愛実

監修　秋山美紀

発行　慶應義塾大学 湘南藤沢学会
〒252-0816　神奈川県藤沢市遠藤5322
TEL:0466-49-3437

Printed in Japan　　印刷・製本　　ワキプリントピア

SFC-SWP 2012-004

■本論文は研究会において優秀と認められ、出版されたものです。