

研究・調査報告書

分類番号		報告書番号	担当
A-154	A-169	22-076	滋賀医科大学社会医学講座公衆衛生学部門 三浦克之
題名 (原題/訳)			
Impact on alcohol selection and online purchasing of changing the proportion of available non-alcoholic versus alcoholic drinks: A randomised controlled trial ノンアルコール飲料とアルコール飲料の販売比率を変更することによる、アルコール飲料の選択とオンライン購入への影響：無作為化比較試験			
執筆者			
Clarke N, Blackwell AKM, Ferrar J, De-Loyde K, Pilling MA, Munafò MR, Marteau TM, Hollands GJ.			
掲載誌			
PLoS Med. 2023 Mar 30;20(3):e1004193. doi: 10.1371/journal.pmed.1004193.			
キーワード			PMID
成人、アルコール摂取、 英国、 疫学			36996190
要 旨			
<p>背景： ノンアルコールの選択肢を増やすことは、アルコール消費を減らすための有望な集団レベルの介入である。本研究では、オンライン小売を対象に、ノンアルコール飲料の割合の増加がアルコールの選択と購入に与える影響を推定することを目的とした。</p> <p>方法 イングランドとウェールズに居住し、定期的にオンラインでアルコールを購入している成人 (n = 737) を 2021 年 3 月から 7 月の間に募集した。実際のオンラインスーパーで購入する前に、模擬オンラインスーパーで飲料を選択する方法をとり、参加者は 3 つのグループのいずれかに無作為に割り付けられた：「ノンアルコール 25%/アルコール 75%」、「ノンアルコール 50%/アルコール 50%」、「ノンアルコール 75%/アルコール 25%」。主要アウトカムは、選択した（購入意向あり）アルコールの単位数であり、副次的アウトカムには実際の購入とした。</p> <p>結果： 合計 607 人の参加者（60%が女性、平均年齢 38（18-76）歳が研究を完了し、一次分析対象とした。「75%ノンアルコール (NA)」群では、「25%NA」群と比較して、アルコールを選択しなかった参加者の割合が高かった（13.1%vs 3.4%）。「75%NA」群と「50%NA」群（7.2%）、または「50%NA」群と「25%NA」群には差はなかった。アルコールを含む飲料を選択した参加者（559/607 人）での解析では、「75%NA」群は、「50%NA」群（95%CI -0.44, -0.14; p<0.001）、「25%NA」群（95% CI -0.54, -0.24; p < 0.001）に比べて選択したアルコール単位が少なかったが、「50%NA」群と「25%NA」群との間に差は見られなかった（95%CI -0.24, 0.05; p = 0.178）。全参加者全体では、「75%NA」群で 17.46 単位（95%CI 15.24, 19.68）、「50%NA」群で 25.51 単位（95%CI 22.60, 28.43）、「25%NA」群で 29.40 単位（95%CI 26.39, 32.42）が選択された。これは、「50%NA」群に比べて「75%NA」群で 8.1 単位少なく（32%減少）、「25%NA」群に比べて 11.9 単位少なく（41%減少）、「50%NA」群では「25%NA」群に比べて 3.9 単位少なく（13%減少）選択されたことに相当する。その他すべてのアウトカムにおいて、アルコールの選択と購入は「75%NA」群で一貫して最も少なかった。</p> <p>結論： ノンアルコール飲料の比率を 25%から 50%または 75%へと大幅に増加させることが、アルコールの選択と購入を有意に減少させるという証拠を提供する。このような効果が現実世界のさまざまな環境で実現するかどうかを評価するために、さらなる研究が必要である。</p>			