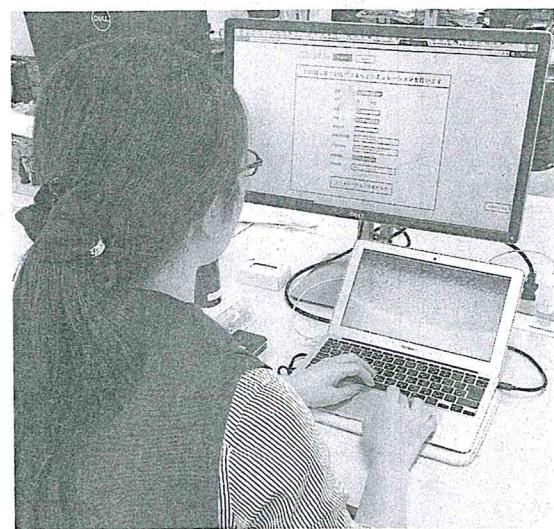


多くの人を悩ませる肥満。せっかく覚悟を決めて取り組んだダイエットも、気が付けば減量前よりも体重が増えていた、という人も多いのではないだろうか。一体何が足りなかつたのか。「ダイエット後」こそが大切という見落とされがちなポイントが注目を集め始めている。

「痩せたままでいるにはどうしたらいいのか。その研究は今までほとんどされて来なかつた」。そう語るのは『最後のダイエット』などの著書がある予防医学者の石川善樹氏だ。石川氏は減量に成功するにはダイエット期間を「体重を減らす減量期間」と「落とした体重をキープする維持期間」に分けることが大切だと説く。先の見えない減量を続けるとモチベーションの維持も困難になる。適度に減量と維持を繰り返すことで適正な体重に近づけるという考え方だ。

リバウンドを防ぐカギを握るのが維持期間だ。ダイエットで抑えるべきカロリーは年齢や性別、現状と目標とする体重、期間によって変わってくる。実は医学・生理学の分野でも瘦せるために必要とされる正しいカロリー計算の仕方が分かったのは2011年のことだった。米国立衛生研究所のケビン・ホール博士らが解明し、学会で話題を呼んだ。



「減量シミュレーター」では必要な項目を入力するとダイエットプランが表示される

—ライナード—

リバウンド防ぎたい!

ダイエット後の維持期間に着目

■ カロリー、ウェブで計算

医学博士の石川氏が説く
ダイエットのコツ

前提=ダイエットは減量期と維持期に分ける

▼お菓子を減らす4つの方法

- ①お菓子を禁止しない
- ②食べる分量を決める
- ③高級なものに替える
- ④お菓子以外を食べる
(ナッツ・ヨーグルト・ビーフジャーキー・コンビニのサラダチキンがオススメ)

▼お酒を減らす4つの方法

- ①水と一緒に飲む
- ②おつまみは野菜や海藻から
- ③高級なお酒に替える
- ④テレビやネットを見ながら飲まない

▼スロースクワットは効果大

- ①5秒かけてしゃがみ、5秒かけて立ち上がる
- ②筋肉量が増えて基礎代謝があがる
- ③アフターバーン効果で代謝効率があがる
- ④成長ホルモンが出る

「減量シミュレーター」などを精緻化して開発したのが「減量シミュレーター」だ。

スマートフォン(スマホ)やパソコンから誰でも無料で利用できる仕組みになった。減量シミュレーターではまず、年齢や性別、体重、職場での仕事の仕方や休日の過ごし方、目標とする体重や減量期間などを入力する。そつすると1日の基礎代謝と平均摂取カロリー、減量期と維持期の体重変化のグラフが示される。これがダイエットプランだ。

「子どもを産んでから体重が増えたままなんです」。こう悩みを打ち明けるのは川崎市に住む加藤幸子さん(40、仮名)だ。妊娠前は50kg強だった体重が出産後に60kgまで増加。ぽっこり出てしまった下腹が悩みの種だ。

加藤さんは夫のすすめで減量シミュレーターを使うことにした。目標体重は57kg、目標日数は60日に設定した。シミュレーションの結果、減量期の60日間に減らすべきカロリーは1日当たり348kcal、その後の維持期では128kcalであることが分かった。

シミュレーション結果が表示されるウェブサイトには「プリンリ101kcal」「オーキング(30分)=108kcal」など、参考となるカロリーがずらりと表示されている。加藤さんは消費すべきカロリーが明確に表示されると減量にも取り組む狙いがある。

里研究所病院・糖尿病センター長の山田悟氏は「口カボ食はおいしいことが大前提。そうでないと継続ができない」と話す。最近はアミレスやコンビニでも低糖質のメニューが増えてきているという。口カボと一般的な糖質制限の違いは、その緩やかさにある。例えば飯は半分おかずからは芋類を抜く。その代わりに血糖値を上げないたんぱく質や油は満足まで食べる。そして1食あたりの糖質量を20g、1日当たりの合計を130g以下に抑えれば血糖値の増加が抑えられ、ダイエットにも役に立つといふ。

厳しそうな糖質制限は結構リバウンドを招くということも、緩やかな糖質制限としての口カボが注目される背景の一つとして考えられるそうだ。(小川和広)



「ロカボマーク」普及めざす

食の業界、低糖質を明示

一般的な認知度がまだ高いとは言えない「ロカボ」だが、普及を目指す動きも活発になってきた。キリンや江崎グリコなどが加盟する「食・樂・健康協会」は「ロカボマーク」(写真)を作成。低糖質の食品に表示したり、イベントで使用したりすることで、知名度の向上を図っている。

マークは商標権も取得している。新たにマークを表示した商品を発売するためには、ロカボの条件を満たすほか、食・樂・健康協会への加盟が必要となる。

外食産業などでもロカボ対応が進んでいる。すかいらーくが6月から、同社のファミリーレストラン「ガスト」で低糖質の麺類とスイーツのメニューの販売を始めたほか、ジョナサンも対応している。健康志向の高まりを受け、若い女性や体形を気にする中年男性などの需要を取り込む狙いがある。