

アトウォーターの助言はビタミンについて触れていない。壊血病、脚気、ニコチン酸欠乏症候群など、ビタミン不足による古典的な病気と食べ物とのあいだに何らかの関係があるということが知られていたが、具体的な原因はまだ解明されておらず、ビタミンは発見されていなかった。20世紀のはじめ、科学者が各種のビタミンの構造と機能を相次いで解明し始めると、農務省はすぐにこの科学的な進歩を消費者向けの助言に取り入れた。1915年頃までには、食品の栄養的な価値、食生活における特定の食品の役割、家庭または学校での子どもたちに適した食べ物について、「主婦向け」に情報を提供する少なくとも30種類のパンフレットが農務省によって作成されていた。

食品群

1917年、農務省は、推奨される食生活について初の総合的な文書を発表した。「食品の選び方」と題する14ページのパンフレットである。これは、農務省が現在に至る慣例を築いたという意味で注目に値する。農務省は、健康のために必要だとその時点で知られていた栄養素をもつ食品を五つのカテゴリーに分けることにより、食品群の形式を確立したのである。五つのカテゴリーとは、果物と野菜、肉類その他のタンパク質の多い食品（子どものための牛乳を含む）、シリアルとその他のデンプン質の食品、菓子類、および脂肪の多い食品である。また、このパンフレットによって、食生活の助言に関する農務省の方針に今なお適用され続けている原則も確立された。「特定の食品または食品の組み合わせを推奨しない。体の組織を作り、その機能を正常に保ち、筋肉の活動に必要なエネルギー源を供給するために、食品から取り入れるべきものを簡潔に説明する。それぞれの食品がこうしたニーズをどのように満たすのかを一般的に示し、体内でのそれらの使われ方に従って食品を分類する」という原則である。これから説明するように、このアプローチは健康的な食生活の一部としてすべての食品を推奨することを可能にし、いずれかのグループの食品を制限するよう助言することを排除する。

このパンフレットを発行したとき、農務省は、脂肪と砂糖の摂取を制限するというアトウォーターの助言を無視した代わりに、新たに発見された「微量栄養素」、すなわち生命にとって不可欠であるが少量しか必要とされないビタミンとミネラルにスポットライトを当てた。食品メーカーや農業生産者はすぐにそれを支持した。それらを強調することが生じるマーケティング上の可能性に気づいたからである。彼らは、自分たちの商品の市場に限りがあることを知っていた。アメリカではすでに食べ物が増えすぎたおかげで、すでに全人口に十分な量を上回るカロリーが供給されていた。そのようななかで、ビタミンとミネラルの発見は健康と長寿に必要なものとして自分たちの商品を売り込むのに使えると食品生産者は考えたのだった。食用とされるすべての動物と植物はビタミンとミネラルを含んでいる。したがって、すべての食品がこの二つの栄養素をセールスポイントとすることができた。1923年に農務省が出した出版物は、この点を強調している。「アメリカのほとんどの地域で利用できる食品の数は非常に多く、農法の改良のおかげで常に増え続けている。……こうした食品のうち、健康に良い、または魅力のある食生活に貢献するものとして取り入れられないものはない。」

1920年代、農務省は、家族向け、幼い子どもへの母親向け、およびティーンエイジャー向けの食生活の助言の基礎として、脂肪と糖類を含む五つの食品群を用いた。1930年代になると、同省は、特にビタミンとミネラルが多く含まれる食品を「体を守る」食品として取り上げた。たくさんパンフレットを発行し、そのような食品群を多く食べることによって不可欠の栄養素の不足を防止する必要があると強調した。しかし、こうした食品群の数は折々に変化した。その理由の一つは、「体を守る」食品の値段の高さが消費者の購買に及ぼす影響を考慮したことである。たとえば、大恐慌時代の食生活の手引きは、食品の選択が農業にとって広範な意味をもつこと、および生産者は「各種の食品がそれぞれの消費者集団の食卓にどのくらい上るのか、経済状況の変化に従ってその消費がどの程度増減するのかを知りたい」と望んでいることを説明した。このときの食生活の手引きは、食品群の数を12に増やし、初めて牛乳を独立したカテゴリーにしている。