

インスタント食品に対する主婦の利用と知識

関口 紀子

(昭和55年9月30日受理)

Housewives' Opinon on Convenienced Food and their Utilization

Noriko SEKIGUCHI

(Received September 30, 1980)

緒 言

最近の食生活の多様化の中で、家庭へのインスタント食品の進出はめざましく、消費も増加¹⁾²⁾³⁾の状態にあるが、家事労働、栄養、経済、食品公害などの面から食生活に何らかの影響を与えているのではないかと思われる。そこで家族の食事を作る立場にある主婦を対象にインスタント食品の利用状況や意識、知識について調査を行ったのでここに報告する。

調査方法

1. 調査時期：昭和54年7月
2. 調査対象；東京都北区，群馬県高崎市内の幼稚園・保育園児を持つ主婦1282名を対象にインスタント食品として、インスタントラーメン，レトルト食品，冷凍食品についてアンケート調査を実施した。(表1)回収数881(68.7%)で、有効数841(65.6%)であった。インスタントラーメン利用者841名，レトルト食品697名，冷凍食品797名である。
3. 調査項目
 - a. 世帯状況，(家族構成，主婦の年齢，主婦の職業，月収，1ヶ月の食費)
 - b. 利用頻度，利用目的
 - c. 主婦の意識(価格，味，品質，栄養価，利用方法)
 - d. 主婦の知識(保存方法，賞味期間)
 - e. メーカーに対する要望

調査結果および考察

1. インスタント食品の利用頻度と目的

インスタント食品の利用頻度を(表2)時々利用する(月1~2回)，よく利用する(週1~3回，週4~7回，週7回以上)に分け，世帯状況の家族構成，主婦の年齢，主婦の職業，月収，1ヶ月の食費から利用頻度をみると，主婦の年齢では，インスタントラーメンは20歳代と40歳代の主婦の利用が低く，またレトルト食品では逆に20歳代，40歳代の利用が高く，それぞれ年齢間による差がみられた。月収では，インスタントラーメンで15万未満の家庭に利用頻度が高く，20万円以上は低い。又冷凍食品においては，15万円未満の世帯の利用が高く共に月収による差がみられた。食費では5万円未満の利用が高く，他の食費との間に有意差がみとめられた。いずれの食品においても家族構成や主婦の職業の有無別では，利用頻度との関連はみられなかった。

以上よりインスタント食品の利用頻度は，若く収入の低い世帯に利用されており，食生活の一部となっている。さらに，利用する目的についてみると，(図1)料理が簡単，保存がきくがどの食品でも上位をしめており，冷凍食品は，不意の来客に便利のため利用していると答えている主婦が多かった。

2. インスタント食品の主婦の意識
 - 1) インスタントラーメン

価格については，普通59.6%，安い31.9%，高い5.0%の順で半数の主婦が普通と答えている。味についても価格同様普通と答えたのが69.2%と半数以上で，おいしい14%おいしくない12.7%で，特においしいとは思われていず，価格，味共に普通という主婦の評価である。栄養価については，(図2)に示す通り69.9%の主婦が栄養不足を認識しており，喫食時の工夫においても，(図3)野菜類，卵類，肉類などを加えて不足を補っていて，良

表 1 対象

		実 数		%				
調 査 対 象	配 布 数	1282						
	回 収 数	881		68.7				
	有 効 数	841		65.6				
		インスタントラーメン		レトルト食品		冷 凍 食 品		
		人数・百分率		人数・百分率		人数・百分率		
		実数	%	実数	%	実数	%	
利 用	利用している	841	100.0	697	82.9	797	94.8	
	利用していない	0	0.0	139	16.5	39	4.6	
	無 記 入	0	0.0	5	0.6	5	0.6	
イ ン ス タ ン ト 食 品 を 利 用 し て い る	家 族 構 成	複 合 家 族	253	30.1	203	29.1	238	29.9
		核 家 族	581	69.1	489	70.2	552	69.2
		他	7	0.8	5	0.7	7	0.9
		無 記 入	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	主 婦 の 年 齢	20 歳 代	177	21.1	154	22.1	168	21.1
		30 歳 代	622	73.9	511	73.3	588	73.8
		40 歳 代	35	4.2	28	4.0	33	4.1
		無 記 入	7	0.8	4	0.6	8	1.0
	主 婦 の 職 業	有	165	19.6	139	20.0	154	19.3
		無	669	79.6	553	79.3	637	79.9
		無 記 入	7	0.8	5	0.7	6	0.8
	月 収	15万円未満	124	14.7	103	14.8	119	14.9
		15万円～	324	38.5	274	39.3	306	38.4
		20万円以上	364	43.3	295	42.3	345	43.3
		無 記 入	29	3.5	25	3.6	27	3.4
	食 費 (1ヶ月)	5万円未満	172	20.5	147	21.1	164	20.6
5万円～		419	49.8	349	50.1	404	50.7	
8万円以上		236	28.1	189	27.1	218	27.4	
無 記 入		14	1.6	12	1.7	11	1.3	

い傾向がうかがえた。主婦の職業別に検討したが差はみられなかった。

2) レトルト食品

レトルト食品の知識については、よく知っていた41.5%、名前だけ知っていた20.8%、知らなかった35.4%で内容もよくわからずに無意識的に利用している主婦が多い。このことは、テレビや新聞などマスコミの影響が大きいのではないと思われる。価格、味については、インスタントラーメン同様普通が70%以上であった。利用

方法も63%の主婦が他の材料と組合せて利用していることがわかる。主婦の職業別には差は認められなかった。

3) 冷凍食品

品質について、普通58.1%、比較的良い30.4%、良い4.1%、よくない5.7%の順で、他のインスタント食品同様である。価格については、安い44.5%、普通34.0%、高い17.3%で手軽に購入しやすく思われているが、職業の有無別にみると、職業無の一部の主婦に高いと思われるっており有意差がみられた。(p<0.05)

インスタント食品に対する主婦の利用と知識

表 2 インスタント食品の利用頻度

世帯状況		インスタント食品					レトルト食品					冷凍食品				
		利用回数		人数		x ²	利用回数		人数		x ²	利用回数		人数		x ²
		時々	よく	人数	%		時々	よく	人数	%		時々	よく	人数	%	
家族構成	複合家族	85	29.1	157	30.1	0.116	151	28.2	47	31.5	1.930	56	27.9	179	30.9	0.752
	核家族	205	70.2	360	69.1		379	70.9	102	68.5		144	71.6	397	68.5	
	他	2	0.7	4	0.8		5	0.9	0	0.0		1	0.5	4	0.7	
	無記入	0	0.0	0	0.0		0	0.0	0	0.0		0	0.0	0	0.0	
主婦の年齢	20歳代	52	17.8	120	23.0	※ 6.580	110	20.6	43	28.8	※ 8.990	39	19.4	127	21.9	5.580
	30歳代	231	79.1	373	71.6		404	75.5	95	63.8		157	78.1	420	72.4	
	40歳代	7	2.4	25	4.8		18	3.4	10	6.7		3	1.5	29	5.0	
	無記入	2	0.7	3	0.6		3	0.6	1	0.7		2	1.0	4	0.7	
主婦の職業	有	60	20.6	101	19.4	0.206	105	19.6	30	20.1	0.032	45	22.4	108	18.6	1.393
	無	228	78.1	417	80.0		427	79.8	117	78.5		154	76.6	468	80.7	
	無記入	4	1.3	3	0.6		3	0.6	2	1.4		2	1.0	4	0.7	
月収	15万未満	28	9.6	95	18.2	※※ 16.273	76	14.2	26	17.5	0.800	20	10.0	96	16.6	※ 6.638
	15万～	103	35.3	209	40.1		210	39.3	58	38.9		72	35.8	227	39.1	
	20万以上	149	51.0	205	39.4		228	42.6	62	41.6		99	49.3	243	41.9	
	無記入	12	4.1	12	2.3		21	3.9	3	2.0		10	4.9	14	2.4	
食費(1ヶ月)	5万未満	44	15.1	120	23.0	※※ 9.615	115	21.5	28	18.8	1.596	37	18.4	122	21.0	3.472
	5万～	144	49.3	261	50.1		262	48.9	82	55.0		95	47.3	304	52.4	
	8万以上	97	33.2	134	25.7		148	27.7	87	24.8		64	31.8	148	25.5	
	無記入	7	2.4	6	1.2		10	1.9	32	1.4		5	2.5	6	1.0	

※P<0.05 ※※P<0.01 (注) 時々利用する(月1~2回)、よく利用する(週1~3回、週4~7回、週7回以上)

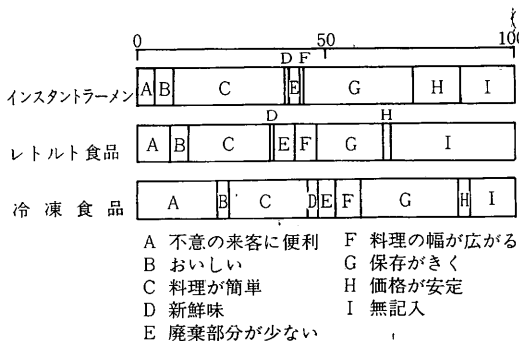


図 1 インスタント食品の利用目的

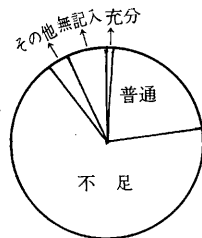


図 2 インスタントラーメンの栄養価について

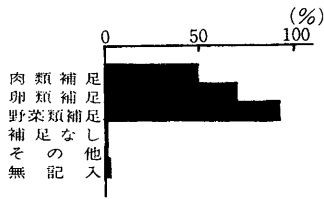


図3 インスタントラーメンに対する食品補足

表3 レトルト食品の知識と保存の仕方

知識	人数	よく知っていた		名だけ知っていた		知らなかった		χ^2
		人数	%	人数	%	人数	%	
常温	114	39.5	31	21.4	60	24.3	**	
冷蔵庫	149	51.6	95	65.5	148	59.9		
冷凍庫	20	6.9	12	8.3	25	10.1		
無記入	6	2.0	7	4.8	14	5.7		

**P<0.01

3. インスタント食品の主婦の知識

1) インスタントラーメン

油脂の酸敗などの影響などから賞味期間は、製造年月日より6ヶ月と表示されている。はたして、どの程度の主婦が正しく理解しているかを主婦の年代別から賞味期間の知識をみたのが(図4)である。3ヶ月、6ヶ月と答えた主婦が多く、1年と答えている主婦が15名(1.8%)おり、内9名が20歳代の主婦で、賞味期間を知らずに利用している。検定の結果年代間に有意差がみとめられた(p<0.01)。

2) レトルト食品

レトルト食品の知識別、保存の仕方について(表3)に示した。約40%の主婦はレトルト食品についての知識

を持ち常温で保存しているが、60%の主婦は知らずに冷蔵庫、冷凍庫を用いていた。年代別賞味期間の知識を(図4)でみると、3ヶ月、1ヶ月の回答が多く、年代別に関係なく賞味期限2年よりも早目に利用しており、よい傾向がみられた。

3) 冷凍食品

昭和53年9月から規格が設けられ、JASマークがついたが、どの程度の主婦が認識しているかを年代別にみた。若い年代ほど情報に敏感であると思っていたが、各年代とも73%~77%でよく知られていた。

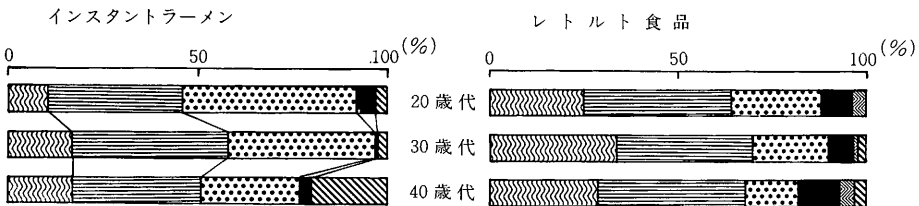
4. メーカーに対する要望

インスタント食品のメーカーに対する主婦の要望をみると、「製造年月日を見やすく」62.3%、「味の研究」57%、「栄養価の表示」43.4%が上位をしめ、購入時にみやすく一目でわかるような表示を望んでいることがわかる。

要 約

近年インスタント食品の家庭への進出のめざましい中で、今回インスタントラーメン、レトルト食品、冷凍食品について主婦を対象に調査した結果。

- ① インスタント食品は、ほとんどの主婦が利用しているが、その中でも20歳代の主婦の利用率が高く、月収、食費の高い階層の利用率は低かった。さらに利用頻度をみると、インスタントラーメン、冷凍食品の頻度は高く、レトルト食品は低い。
- ② 利用の目的は、いずれも料理が簡単、保存がきくことから利用が多く、冷凍食品のみ、不意の来客のためにも役立っている。
- ③ 価格、味、品質については普通と答えた主婦が多く満足傾向にある。
- ④ インスタントラーメンの栄養価については、栄養不足を認識し、他の食品で補足していた。
- ⑤ 賞味期間、保存法については、どの食品も正しく



〰 1ヶ月 ≡ 3ヶ月 ⋯ 6ヶ月 ■ 1年 ▨ 2年 ▩ 3年 ▧ N.A

図4 主婦の年代別賞味期間の知識

理解していなかった。

今後も、インスタント食品の利用が増加すると思われるが、食事担当者である主婦への適切な利用法について、指導の必要性を感じた。

謝 辞

本研究にあたり、ご指導いただきました、本学齋藤礼子助教授に感謝すると共に、調査にご協力下さいました友栄幼稚園、聖母の騎士幼稚園、大森保育園、大成保育園、長野幼稚園、城之内保育園の園長並びに諸先生、園

児の母親、調査担当の小島弘子さん、平山由紀子さんに厚く御礼申し上げます。

文 献

- 1) 森雅央：食品の商品学，医歯薬出版，（1972）
- 2) 上野三郎：レトルト食品のすべて，日本衛生技術研究会，（1978）
- 3) 日本冷蔵株式会社研究所：要説冷凍食品，建帛社（1979）