

# 消費組合利用者の購入内訳

——主婦の年齢・職業別による相違——

櫻迫 明美\*・畠山 敏慧\*\*・斉藤千鶴子\*\*

Contents of Purchases by Consumers' Cooperative Users  
——Differences by Age and Occupation of Housewives——

Akemi KASHISAKO, Toshie HATAKEYAMA and Chizuko SAITOU

**Key words:** 購入内訳 contents of purchases, 協同組合利用者 consumers' cooperative,  
素材 raw materials, 半調理 half-cooked food, 調理済 cooked food, 冷凍 frozen

## 1 はじめに

近年女性の社会進出が目ざましくなり<sup>1)</sup>、生活の中で家事労働の内容に変化がみられるようになった。衣生活では、手作りから既製品利用に徐々に移行し、四分の一世紀がたとうとしている。その原因は既製品の質・量の向上に目ざましいものがあった。これに反し、一般女性の衣服を作る技術は低下し、それに伴い自分で作製した衣服より既製品の方がより良くなり始めた。また、女性の購買力の増加<sup>2)</sup>等が考えられる。このような家事労働の外注化は社会全体が工業化を進め、効率を高めるのと似ている。家事労働の外注化は、1)自作品より良くできる。2)購入力がある。3)家事労働の軽減。4)家事労働時間の短縮の4点が整うと加速的に進むと考えられる。

食の分野においても、この傾向がみられるのではないかと思われる。現在でも佃煮・レトルト・インスタント食品が出回り、主婦の家事労働軽減・時間短縮につながっている。しかし、嗜好面ではいまだ一般には受け入れられていない現状である。

生活協同組合（生協）の利用者である我々は1989年頃より組合員向けカタログ品目の変化を感じた。また購入者（主婦）の年齢・職業の有無により購入品目の違いを感じた。「生協」と言われる特殊な販売ではあるが食生活の変化を知るために組合の協力を得て消費者の動向を調査し、その結果を報告する。

## 2 調査対象・方法

### 1. 調査対象

組合が1989年7月に行ったアンケート1300の中からランダムに706を選び、組合員の年齢・職業をとり、この組合員の食品購入状況を1989年6月～1990年5月までを資料とした。利用者の年齢・職業別は図2・4に示す。

### 2. 食品の分類（表1）

素材・半調理・調理済とした。冷凍・冷凍外の集計は上記の三分類の中からわけた。半調理はある程度手を加えて焼いたり・揚げたり煮たりすれば食べられる食品、調理済はそのまま食べられる食品や電子レンジで温めるだけの食品に分類した。しかし、牛乳・卵・豆腐のように、そのまま食べられるものは素材とした。手を加えて卵豆腐として商品化したものと区別した。

これから多く出回ると思われる半調理の内容を焼き物・揚げ物・煮物・その他に分類した。

商品カタログ（週一回発行）に掲載される商品の回数を求めた（図1内円）。商品掲載回数の多少で購入に差を出さない配慮をした。購入回数は同一人が同じ物を2ヶ以上購入しても1回と数えた。

### 3. 集 計

1) 年齢・職業別に素材・半調理・調理済に分類し、平均購入回数・内容割合・冷凍割合を求めた。

2) 年齢・職業別に半調理の内容とその割合を求めた。

\* 元広島県立神辺工業高等学校

\*\* 生活科学科

表1 食 品 の 調 理 分 類

食品分類	素 材	調 理 分 類				調 理 済
		焼 き 物	揚 げ 物	煮 物	そ の 他	
果 物	リンゴ・みかん・苺・バナナなど調理されていない物					ジャム・缶詰
野 菜	馬鈴薯・人参・ほうれん草・こんにゃく			煮しめセット 野菜の水煮	切り干し大根	漬物
米	精白米・胚芽精米など				餅	ピラフ（冷）・赤飯
食パン						食パン
菓子パン						ロールパン・クロワッサン・サンライズ・あんぱん・クリームパン
麺 類	素麺・パスタ・そばの乾麺など				カップ麺・餃子の皮袋入りインスタントラーメン	
魚 介 類	刺身・切身魚・いか・たこ・えび・たらこなど	うなぎの蒲焼き	イカリング（冷） 魚のフライ（冷）		みりん干し・味噌漬・干し魚・煮干など	いかの塩辛・サケ、サバの缶詰など
肉 類	牛肉・豚肉・鶏肉など	冷凍ハンバーグ	チキンナゲット 串カツ・フライドチキンなど		餃子・味噌漬・シューマイなど	ハム・ウインナー・ソーセージ・鶏レバー煮込み（冷）・ミートボールなど
乳 製 品	牛乳					ヨーグルト・チーズ・スモークチーズ・スライスチーズなど
卵	鶏卵・うずら卵					卵豆腐・温泉卵（タレ付き）・錦豆腐（冷）など
海 藻	もずく・生ワカメなど				カットワカメ	味付けのり・青のり・海苔昆布の佃煮・ところてんなど
豆 類	大豆・豆腐				ヤングインゲン（冷）	納豆・油揚げ・煮豆金時など
菓 子	ホットケーキの素					大福・アイスクリーム・シュークリーム・スナック類・せんべい・ショートケーキ・クッキー・チョコレートなど
ジュース					粉末ジュース	缶ジュース・乳酸菌飲料・コーヒー牛乳・飲むヨーグルト・パック入りジュースなど
そ の 他			てんぷらセット		インスタント味噌汁・レトルトパック食品	ふりかけ・鍋物セット（魚・肉・野菜）・おでんセット・ポタージュスープ・茶碗蒸しなど

## 3 結果及び考察

## 1. 生協利用者の年齢・職業分布

30歳代が利用者の約半数を占める。生協がスローガンにしている食の安全性つまり農薬・食品添加物<sup>3)</sup>を意識した若い人達で子供も小さく、特に食べ物に対する配慮が大きいと考えられる。

職業別では無職が全体の40%近くであった。

## 2. カタログ掲載と購入割合 (図1)

図の外円は購入割合で素材は無農薬といわれながら掲載より購入が少ない。主婦の調理離れも考えられるがその他配達等他の要因もある。半調理は予想したより利用が少なかった。内容(図1-2)でも揚げ物が多い。冷凍の利用は(図1-3)掲載数が少ないが、利用が多い。週1回の配達も関係すると考えられる。家庭用冷蔵庫、電子レンジ等の普及で冷凍品の扱いが容易になり、子供を含む調理を得意としない人々が利用しやすくなったことがあげられる。冷凍技術<sup>4),5)</sup>が進歩し新しい食品保存分野が開けたことを意味し、従来の安からうまざからうではなく、原料の新鮮さや使用されやすい大きさに処理されている等のこころ配りが感じられる商品が多いためであろう。

## 3. 年齢別素材・半調理・調理済(冷凍を含む)

## 購入回数とその割合(図2)

図2をみると、22~25歳は新婚時代。26~30歳は子供が幼稚園児で弁当を作る時代。31~40歳は子供が小学生で学校給食があり手抜きできる時代。41~50歳は中・高校生がおり旺盛な食欲に対処する時代。51~78歳は子離れの頃で大量の食事を作る必要はない時代。

ちなみに31~35歳と36~40歳(子供小学生時代)の食品購入分布は殆ど一致している。調理済の利用も高く出来上ったものや、手軽に調理できるものを利用している。またこの分類の(表1)中には菓子類が含まれ、これは子供の帰宅後のための菓子購入ではないかと察せられる。

41~50歳代は全食品(冷凍を含む)とも購入回数が多い。割高感のある調理済食品でなく素材・冷凍を用い、経済的かつ大量に作り得る手作りがうかがえる。26~30歳代でも弁当のために素材の購入割合が多くなっている。

56歳以上になると素材・調理済が多くなり、手作りと手軽さを求めている。一方、冷凍品は生より味が劣

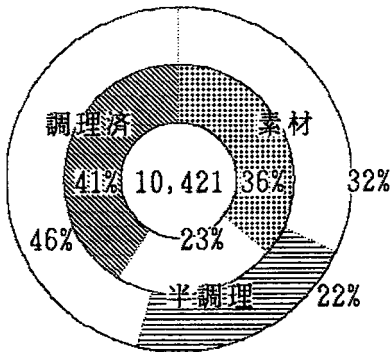


図1-1 素材・半調理・調理済

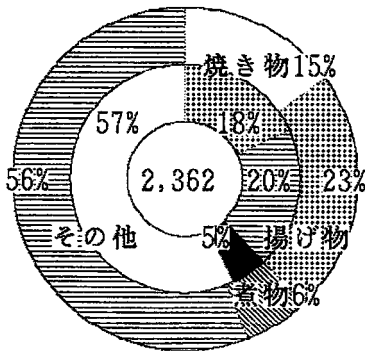


図1-2 半調理の内訳

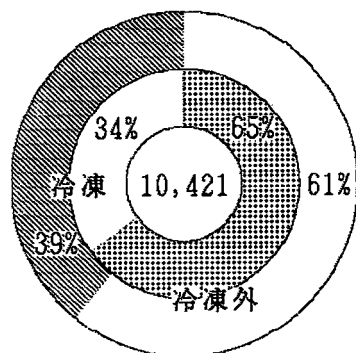
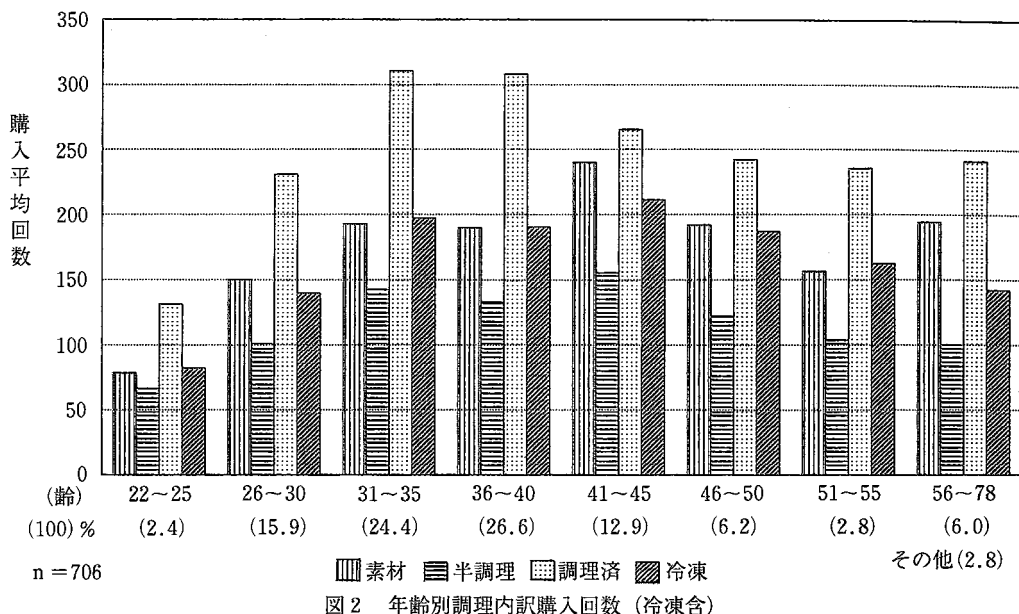


図1-3 冷凍・冷凍外

円内: カタログ掲載割合

円外: 購入割合

図1 食品のカatalog掲載回数及び購入回数



るイメージがあるのか利用が少なくなっている。

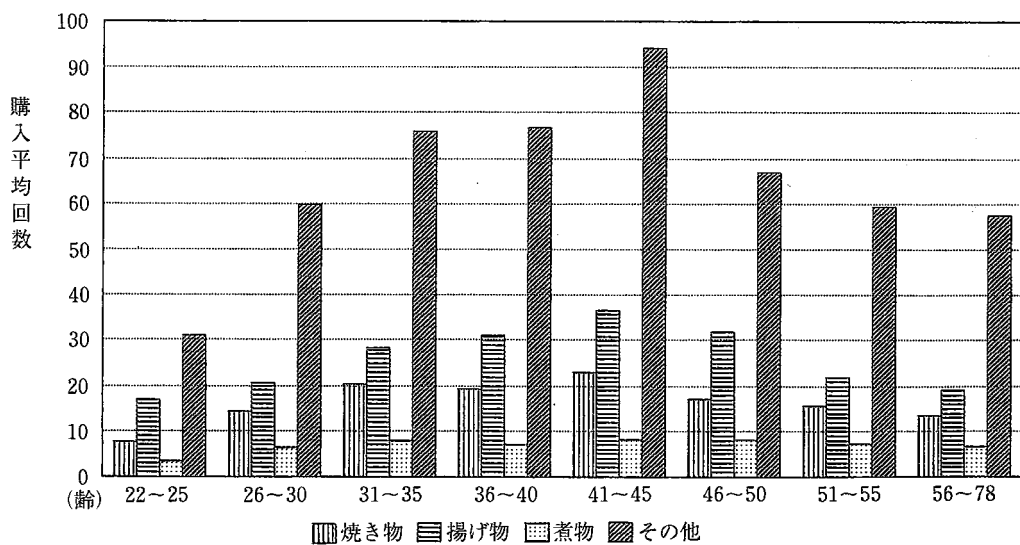
21~25歳の若い年代は半調理の購入回数は少ないが購入割合になると多くなる。また、食欲旺盛な中学生をもつ41~45歳代の親も半調理を利用している。

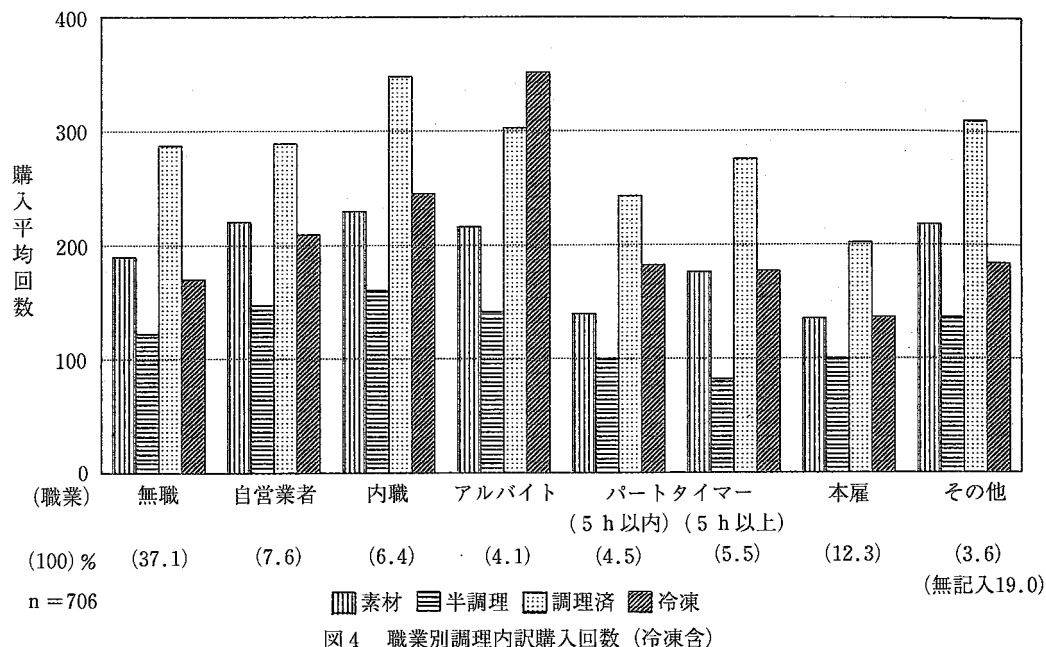
購入割合は年齢別による差は少なかった。

#### 4. 年齢別半調理内訳購入回数とその割合

“その他”が多いのは従来のインスタントのラーメン・味噌汁・スープ等をここに分類したためである。

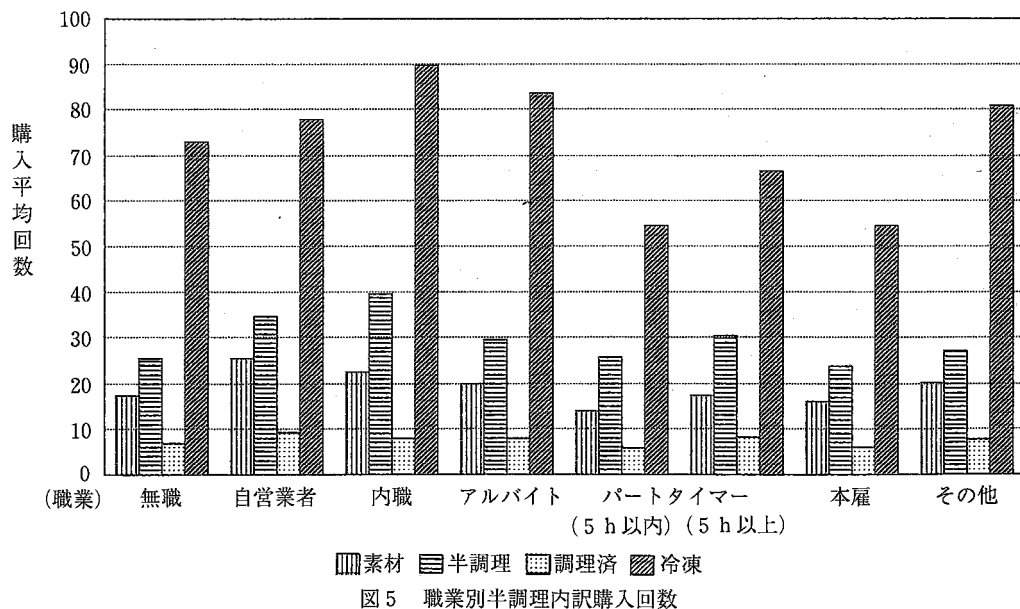
家庭に若い人がいる年代に揚げ物購入割合が多く、手軽にカロリー補給をしている。嗜好も合う上に、調理技術の研究<sup>6)</sup>により電子レンジ解凍後の味の劣えが少なくなってきたのも原因の1つである。





31～35歳・51～55歳の年代では焼き物が他よりわずかに多い。若い年代はハンバーグ、後者は焼き鳥・うなぎのかば焼である。焼き物は室内を汚すのと木炭を使用しない現在では、家庭で作るより既製品のかば焼が良くなっている。従来料理の本にはかば焼の作り方

が掲載されていたが、昭和62年頃<sup>7)</sup>よりでき上ったかば焼を使つての料理がみられ始めた。その他、例えば、餃子の皮を作ることを指導していた時代があり、つぎにでき上った皮を用いての餃子作りに移行し、最近では作つてある餃子を如何にして食卓に供するか等の変



化がみられている。

## 5. 職業別素材・半調理・調理済（冷凍を含む）

### 購入回数とその割合（図4）

内職組がすべての食品をよく利用していた。またパート5h以内の人とともに手軽な調理済購入割合が多い。収入のために長時間働くことが収入に直接関係するため、買い出しの必要のない、生協を利用することが多いと察せられる。

本雇の人は冷凍物を多く利用するものと思ったが、解凍に時間がかかるためか利用は少い。しかし半調理物の購入割合は高く、調理済の購入割合は低いなどそれなりに食生活<sup>9)</sup>に気をつけているようである。

自営業の購入割合は素材・半調理が他グループより多く、手軽な調理済割合が少なくなっていることは手作りをしているからだと考えられる。袖井<sup>9)</sup>によると自営業は外食が多いとされていたが、インスタント食品使用を少なくし、外食で家事労働の軽減・短縮を行っているとも察せられる。

## 6. 職業別半調理内訳購入回数とその割合（図5）

菓子類を含む手軽なインスタント類が無職・アルバイト組に多く利用され、購入割合も多い。内職・パート組は揚げ物が多い。両者とも子供とのかかわり合いのことと考えられる。なお、職業別による購入割合は年齢別と同様に少差であった。

以上年齢・職業別にみたが子供の成長と関係が深く、成長とともに食事内容の違いがあらわれていた。職業別でも親離れる子供にあわせ親の勤務時間が長くなり食生活も変化してきた。

食の安全性を求めている組合員でもインスタント類の利用が多く、手軽さを優先した食生活をしていると察せられる。

## 要 約

経済の高度成長に伴い家庭生活にもその影響が現われている。最近、食の分野にも変化が感じられ、生協の協力を得て消費者の動向を年齢・職業別に分けて調査した。食品分類はカタログにより素材・半調理・調理済とし、今後増加すると思われる半調理の内容を焼き物・揚げ物・煮物・その他と分類した。また、冷凍品もあわせて調査した。

1. 生協利用者は30歳代が、職業別では無職グループが多数であった。

2. カタログ提示回数と購入回数との間には一致性が見られず、調理済・冷凍の購入回数が多かった。

3. 年齢別間・職業別間のあいだにはそれぞれ素材・半調理・調理済の購入割合・半調理内の購入割合の差は少なかった。

4. 年齢別食品購入回数（冷凍を含む）の多いのは食欲旺盛な子供をもつ年代であった。

5. 年齢別食品購入の特徴は、主婦の年齢が40歳を境に、40歳以下では調理済の利用が多く手軽さを求めている。40～55歳は冷凍素材の利用も多く、また新しい技術で出てきた半調理の利用も目立った。

6. 職業別で食品購入回数の多いのは内職・アルバイト・自営業・無職の順であった。冷凍はアルバイト・内職・自営業の順に多い。

7. 職業別食品購入の特徴は、主婦の長時間労働が収入増加に関係する職業は素材から調理せず、手軽なものの利用が多かった。

以上年齢・職業別にみたが、子供の成長と関係が深く、成長とともに食事内容の違いがあらわれていた。

農業・食品添加物をおそろしいと意識しながら調理済の使用が約半数を占めていた。手軽さやバラエティに富む食生活がより優先されていると思われる。

終わりにあたりまして、資料の提供をいただきました生協に厚くお礼申し上げます。

## 引 用 文 献

- 1) 経済企画庁編：国民生活白書，大蔵省印刷局，1992，65.
- 2) 家計消費研究会編：家計簿からみたニッポン，大蔵省印刷局，1992，87.
- 3) 総理府広報室編：食生活・農村の役割，月刊世論調査，1991，5，24.
- 4) 田中武夫：解凍法について，調理科学，1969，2，48.
- 5) 山根昭美：氷温食品，第14回調理科学中・四国支部総会特別講演，1987.
- 6) 鮫島正樹：おいしい惣菜学天ぶら，Smow 1994，378，28～29.
- 7) 堀江泰子：夏休みにつくるそうめん・スパゲッティ，NHK きょうの料理，1987，8，70.
- 8) 家計経済研究所編：現代核家族の風景，大蔵省印刷局，1991，41～47.
- 9) 表真美，袖井孝子，小澤千穂子：食生活と家族関係，第42回日本家政学会研究発表，1990.

### Summary

Rapid economic growth of our society has given its effect on our family life. As a result, a change has been felt recently in the field of our eating habits. We have examined it with the cooperation of a consumers' cooperative society. The method of the investigation is as follows: trend of consumers is observed by age and occupation; according to catalogs, food items are classified into raw materials, half-cooked food and cooked food, and further half-cooked food with would increase in the future is classified into baked food, fried food, boiled food and other items; and frozen food is also investigated. Results can be summarized as follows:

1. Most of the users of the consumers' cooperative are in their age of 30 and have no outside work than housekeeping.
2. There is observed no conformity between the frequency of catalog displays and that of purchases, and cooked food and frozen food are purchased most frequently.
3. There are found few differences between users classified by age and those classified by occupation in the rate of purchases of raw materials, half-cooked food and cooked food and also in the rate of purchases of individual items of half-cooked food classified as above.
4. In the users classified by age, those who purchase food (including frozen one) most frequently are the age group who has children with a huge appetite.
5. Characteristics of food purchases in view of users' age differ at housewives' age of 40 as a border line: housewives less than 40 years old very often use cooked food and appreciate readiness of them; while those 40 ~55 years old use frozen raw materials more frequently and also often use half-cooked items processed with new techniques.
6. In view of users' occupation, housewives who are homemaker have the greatest frequency of food purchases, followed by those who are arbeit, self-employed and without any other jobs than housekeeping, in order. Frozen food is purchased frequently by arbeit, homemakers and self-employed workers in order.
7. As for characteristics of food purchases by users' occupation, housewives who have an occupation in which their long-time work leads to an increase of their income more often use ready-mix food rather than to cook raw materials.

The trend of food purchases of housewives as above discussed is deeply related to the growth of their children and the contents of diet begin to differ with their growth. About a half of the housewives use cooked food, although they feel agricultural chemicals and food additives are terrible. This fact seems to reflect the tendency that a food life with a plenty of readiness and variety has been preferred by housewives.