

家庭の調理簡便化とその周辺

Simplification of Home Cooking and Its Periphery

小住 フミ子・北崎 康子

Fumiko Ozumi and Yasuko Kitazaki

(Received October 1st, 1997)

Sence of home cooking has been changing with the times. Various topics, which make us conscious of health and dietary habits, such as delicatessen, half-ready-made foods, eating out, and utilization of home delivery service and food imports are involved in those of simplification of cooking. We requested 64 students to fill in a questionnaire in three parts. The recovery was 96.4%. The results are as follows:

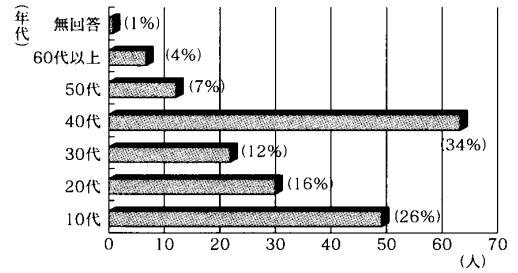
The main reason for purchasing delicatessen or half-ready-made foods was that “they make use of them as makeshift substitutes when they have little time to cook because of their going out or receiving visitors,” while there was the reason that “thinking a menu and cooking are troublesome.” They feel dissatisfied with delicatessen in that “it becomes boring” and “it is strongly seasoned,” while they are satisfied with it in that “it’s fresh “and” it’s cheap.” They are also concious of the plase where farm pruduse is harvested, in other words, whether it is food imports into Japan from abroad or not, when they purchase it. They eat out at a restaurant once a month or so and have hot meals delivered for supper, while they eat fruit and vegetables and endeavor to take in high-quality animal and vegetable protein. It seems that they are very careful about dietary habits in order to preserve their health and keep in shape.

Keywords : delicatessen 中食 (惣菜, 弁当等) home delivery service 宅配
eating out 外食 foods imports 輸入食品
simplification of cooking 調理簡便化

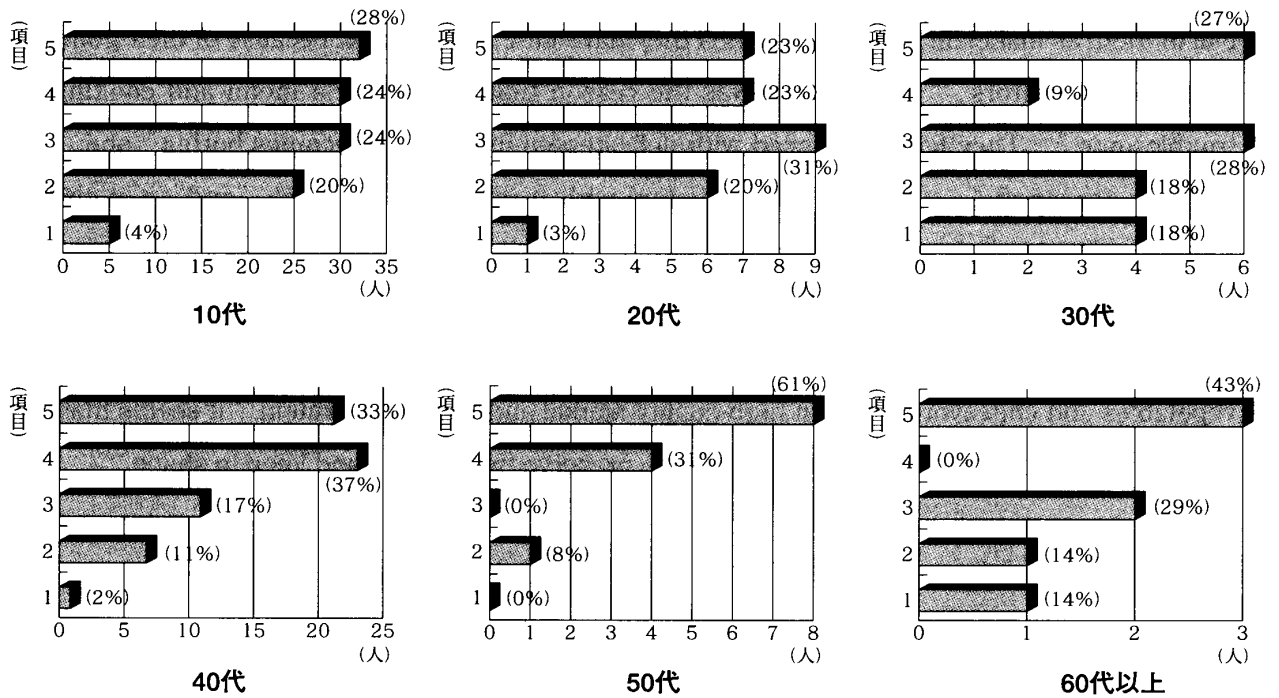
〔目的〕 家庭で調理する価値観が時代と共に変わりつつある。惣菜料理, 宅配, 外食, 輸入食品と話題は多い。都会で働いている人々の昼食, とりわけ夕食時を中心にデパートやスーパー等での総菜料理利用者の数はすさまじいものがある。農業県といわれ比較的食材に恵まれている鹿児島市の, 学生を含む若い人を中心に働き盛りの家庭やその周辺の人々にアンケート調査を行い, 実態を知る手掛かりを得るために行った。

「方法」 本学食物栄養専攻学生64名にアンケート用紙3部ずつを依頼した。留置法。回収率94.4%，調査時期，平成8年8月。回答者は89%が女性でパートを含む会社員32%，学生34%，専業主婦29%，他は無職その他である。

「結果及び考察」 今回調査に協力してもらった人の年齢構成を第1図に示した。年齢は10代別の区切りとし，60代以上の6段階に分けた。持ち帰り弁当や惣菜等の中食市場（デリカテッセン）は，平成6年，7年度の4兆円台から，ついに8年度は5兆1,333億円になって外食市場より伸び率が拡大傾向にある^{1,2)}と云われている。そこで我々の周りでも，どの程度利用されているのか知る意味で，まず惣菜料理（以下含む，半調理食品）購入回数を調べたのが第2図である。



第1図 年齢構成



- 項目 1 ほとんど買う
 2 週に2~3回買う
 3 週に1回程度買う
 4 月に2~3回買う
 5 ほとんど購入しない

第2図 購入の回数

50代，60代ではほとんど購入しない人が多いが，若い人たちは週に1回程度から月に2~3回程度利用していることが分かる。ちなみに20代(31%)，30代(28%)，40代(17%)では週

小住・北崎：家庭の調理簡便化とその周辺

に1回程度の利用であるが50代では一番低い値となり、60代になると再び週に1回程度(29%)または月に2～3回程度(14%)・殆ど購入(14%)と利用していることが分かる。これを平成6年10月首都40km圏に居住する16歳以上の男女個人800人(有効回収票600, 有効回収率75%)に聞いた20代, 30代, 40代の中食利用頻度を週に1回程度利用の人と比較してみると33, 33, 31%で³⁾我々の今回の調査のほうが相対的に弁当, 惣菜類の利用度は低い事が分かる。それでどのような理由で購入しているのか, その理由を聞いてみた。(第1表)

第1表 購入理由 (複数回答)

(単位:人, ()内:%)

項目	年代	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上	合計	順位
共働き等で料理をする時間が無いから		5 (5)	2 (3)	9 (18)	11 (10)	2 (8)	0 (0)	29 (8)	6
外出, 来客等で忙しい時の間に合わせのため		13 (12)	13 (21)	8 (16)	28 (26)	4 (17)	4 (34)	70 (19)	1
料理の献立を考えたり, 料理を作るのが面倒だから		24 (22)	10 (16)	7 (14)	8 (7)	2 (8)	4 (34)	55 (15)	2
家庭料理では作れないものがあるから		8 (8)	6 (10)	6 (12)	15 (14)	2 (8)	0 (0)	37 (10)	4
家庭で作るより安くつくものがあるから		14 (13)	9 (14)	7 (14)	19 (17)	3 (13)	2 (16)	54 (15)	3
家庭で作るより味の良いものがあるから		4 (4)	2 (3)	3 (6)	9 (8)	0 (0)	1 (8)	19 (5)	9
温かい惣菜がすぐ食べられるから		11 (11)	9 (14)	1 (2)	2 (2)	3 (13)	0 (0)	26 (7)	7
近くに惣菜を売る店があるから		8 (8)	6 (10)	7 (14)	6 (5)	4 (17)	1 (8)	32 (9)	5
台所を汚したくないから		4 (4)	0 (0)	1 (2)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	5 (2)	11
家族がその惣菜を好きだから		5 (5)	2 (3)	0 (0)	7 (6)	2 (8)	0 (0)	16 (4)	10
その他		8 (8)	4 (6)	1 (2)	6 (5)	2 (8)	0 (0)	21 (6)	8
合計		104 (29)	63 (17)	50 (14)	111 (30)	24 (7)	12 (3)	364	

全体での順位は①外出, 来客などで忙しい時の間に合わせのため, ②料理の献立を考えたり, 料理を作るのが面倒だから, ③家庭で作るより安くつくものがあるから, ④家庭料理では作れないものがあるから～以下順位の通りである。10代と30代を除いた他の年代では1位に外出, 来客等で忙しい時の間に合わせの為が多く, 30代の「共働き等で料理を作るのが面倒臭いから」という理由は頷けるが, 10代が1位に選んだ「料理の献立を考えたり, 料理を作ったりするのがめんどろだから」という理由は「与えられる事を良し」とする最近の学生の非発動的挙動に対し, これから益々他人依存への食生活が展開していくようで, 考慮する必要があるように思われる。また4位の「家庭料理では作れないものがあるから」という理由も比較的現実的に若い人の調理技術の未熟さ, 器具の不揃いなども含め, なるほどと頷ける理由もあるが, かつて母親から娘に伝承していた調理の技術や味も残したいものである。また中高年者に中食(惣菜, 弁当等)商品を購入する理由を首都圏30kmに居住する55歳以上の外食総研モニターを対象に聞いた所, ①時間の節約になる(42.4%), ②もう1品欲しい時に便利(39%), ③自宅で作る

よりも経済的 (33.9%) の順になっていた⁴⁾。また経済的なことを調べると、平成6年度1回の購入費用⁵⁾は世帯、個人ともに20代から50代では1回当たり平均400~500円が一番多いが、我々の今回の調査では①300~500円 (34%)、②300円未満 (29%)、③500~700円 (22%) となっており、時期が少しはずれているが首都圏の人々より安い購入費用であった。

第2表 惣菜料理の短所 (複数回答)

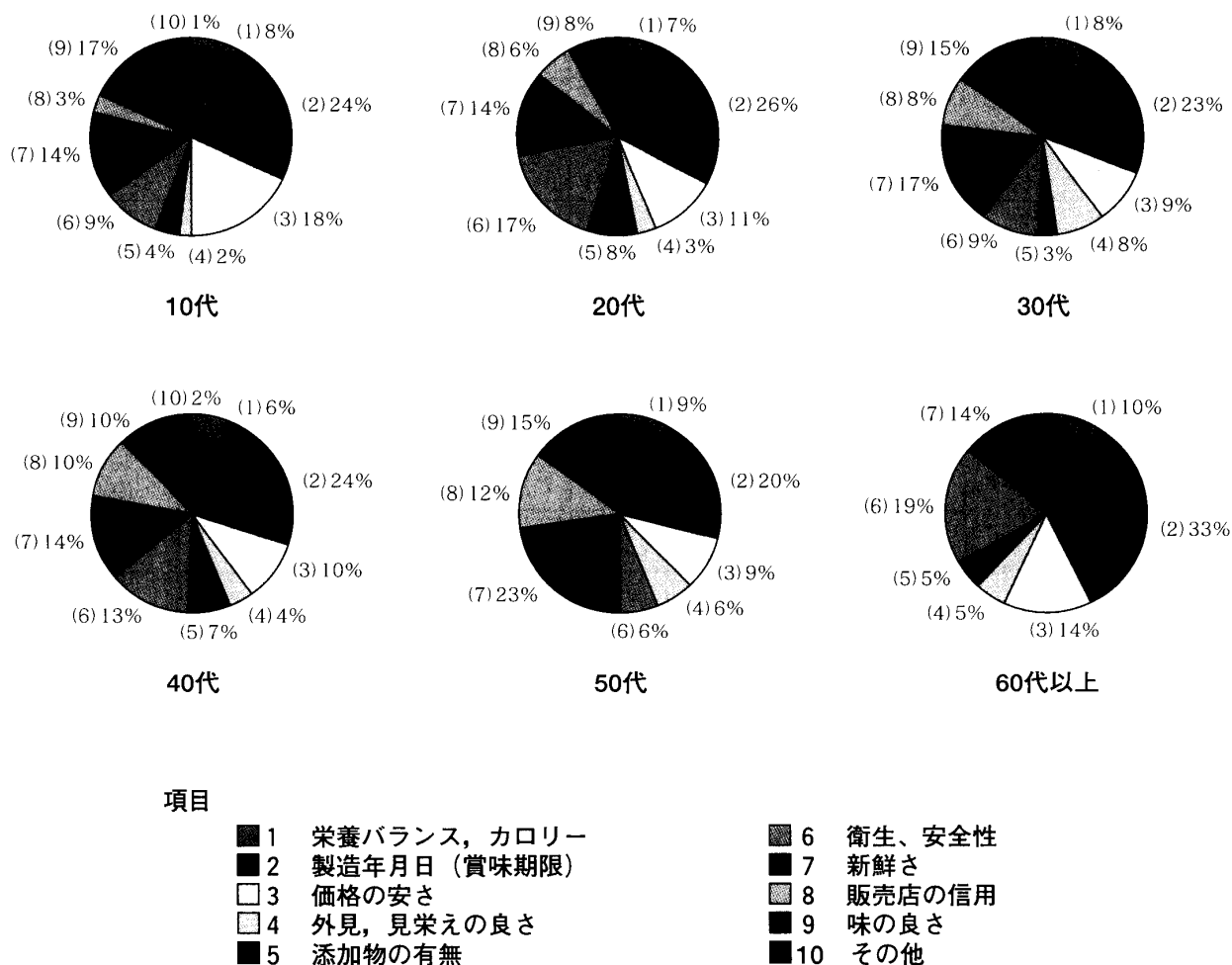
(単位:人, ()内:%)

項目	年代	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上	合計	順位	全国平均	順位
味付けが濃い		15 (11)	14 (17)	8 (13)	28 (17)	8 (22)	2 (10)	75 (15)	2	(51.3)	2
おいしくない		9 (7)	9 (11)	4 (6)	14 (8)	4 (11)	1 (5)	41 (8)	6	(15.7)	7
価格が高い		15 (11)	11 (14)	9 (15)	28 (17)	4 (11)	3 (14)	70 (14)	3	(43.5)	3
不衛生である		9 (7)	4 (5)	2 (3)	5 (3)	1 (3)	2 (10)	23 (5)	10	(8.7)	9
飽きがる		26 (18)	17 (22)	12 (19)	30 (17)	8 (23)	4 (18)	97 (19)	1	(52.3)	1
材料が良くない		9 (7)	5 (6)	3 (5)	9 (5)	2 (6)	2 (10)	30 (6)	8	(20.7)	6
衣の中身がわからない (量が少ない)		20 (15)	4 (5)	3 (5)	23 (14)	2 (6)	2 (10)	54 (11)	4	(42.7)	4
メニュー、品数が少ない		8 (6)	4 (5)	8 (13)	5 (3)	2 (6)	0 (0)	27 (5)	9	(7.9)	10
味に個性がない		8 (6)	10 (12)	7 (11)	12 (7)	2 (6)	4 (18)	43 (9)	5	(28.2)	5
日持ちが悪い		12 (9)	2 (2)	6 (10)	14 (8)	2 (6)	1 (5)	37 (7)	7	(10.1)	8
その他		4 (3)	1 (1)	0 (0)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	6 (1)	11	(5.6)	11
合計		135 (27)	81 (16)	62 (12)	169 (34)	35 (7)	21 (4)	503		2,913	

第2表に惣菜料理の短所について複数回答を求めた所、どの年代も①飽きがる (19%) が1位で②味付けが濃い (14.9%)、③価格が高い (13.0%) の順であった。以下、④衣の中身が分からない、⑤味に個性がない、⑥おいしくない、⑦日持ちが悪い等となっていた。これを農林水産省「惣菜の消費実態について」全国主要都市在住の主婦モニターの平均と比較してみると⁶⁾、1位の理由「飽きがる」から5位「味に個性がない」の理由までは我々の今回の調査と同じ順位であった。不特定多数の人々が店頭で購入する大量炊事の調理品又は半調理品は、管理された同じような味付けで、色々工夫はされているのであろうが、おふくろの“でこぼこした濃淡の味”とは異なり、十人十色の味の好みを満足させるのは困難に思われる。この調査の2位「味付けが濃い」の中では50代の22%の人が筆頭で、10代、30代の人々が低い値になっている。本来味覚閾値は若い年齢が鋭敏に感じ、加齢に伴う味覚閾値の狭さがいわれているが、⁷⁻⁹⁾惣菜料理を利用したここでの10代、30代が50代より「味付けが濃い」とあまり感じていないのが気になる。業者の味に慣らされているようで、今後の長い食生活での生活習慣病が気になる。

第3図に購入する時の選択ポイントを聞いた。平成9年4月から期限表示に変わった製造年

小住・北崎：家庭の調理簡便化とその周辺



第3図 購入する時の選択ポイント

月日はいつ製造されたかよりも、「いつまでに食べるか」が食品によって消費期限、品質保持、または賞味期限などにかわっているが、製造後の月日が1位で新鮮さが2位、以下③価格の安さ、④味の良さ、⑤衛生・安全性の順であった。行政は「製造後店頭にどのような状態で売られているか」の判断を消費者にさせるのではなく、消費期限、品質保持、または賞味期限などの背景を日本人の過度の新鮮志向と、量販店からの返品や日付けにこだわるための深夜作業負担の軽減、食品の製造技術の進歩、あるいは欧米からの国際事情などのためという理由で改正を行った。しかし、都会や街の回転のよい店頭と、田舎の辺地でみかける走る車のスーパーでの消費期限（製造後5日以内）は販売される迄の保存状態によって鮮度が時として異なる事もあるので中食、特に調理済み食品についての確かな判別眼が我々には必要となってきた。

第3表に調理食品への表示の重要性については①製造年月日（賞味期限25%）、②日持ち（保存期間24.1%）が殆ど同じような値を示し、③食品添加物（19.3%）④原材料名（16%）が大きく⑤調理方法及び⑥原材料の産地以下を引き離し、手作りしない、素材や材料の見えないあなた任せの食品に対する不安を感じる事が伺われた。このようにして購入した総菜料理を食

第3表 表示の重要性 (複数回答)

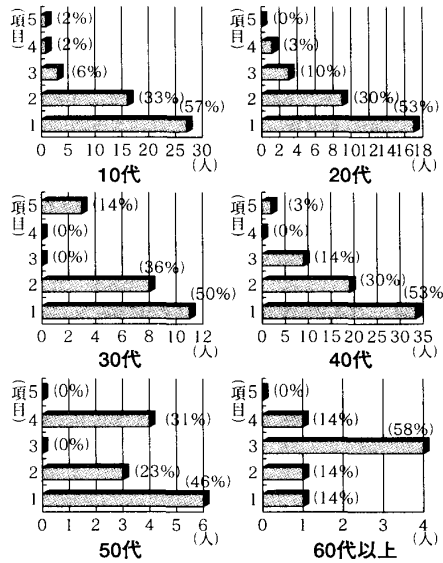
(単位:人, ()内:%)

項目	年代	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上	合計	順位	全国平均	順位
原材料名		27 (18)	13 (15)	10 (15)	28 (16)	4 (12)	3 (14)	85 (16)	4	(56.9)	3
原材料の産地		7 (5)	7 (18)	3 (5)	5 (3)	0 (0)	1 (5)	23 (4)	5	(-)	-
食品添加物		28 (19)	19 (21)	12 (18)	34 (20)	6 (18)	4 (19)	103 (19)	3	(62.8)	2
日持ち(保存期間)		38 (27)	21 (25)	16 (23)	39 (22)	11 (31)	3 (14)	128 (24)	2	(56.5)	4
製造業者名		5 (3)	3 (3)	2 (3)	5 (3)	3 (9)	2 (10)	20 (4)	7	(24.7)	5
製造年月日(賞味期限)		36 (24)	20 (22)	15 (23)	49 (27)	8 (24)	5 (23)	133 (25)	1	(66.7)	1
内容量		1 (1)	1 (1)	2 (3)	1 (1)	1 (3)	2 (10)	8 (2)	8	(9.6)	7
調理方法		2 (1)	3 (3)	5 (8)	12 (7)	1 (3)	0 (0)	23 (4)	5	(15.3)	6
食べ方		1 (1)	2 (2)	0 (0)	1 (1)	0 (0)	1 (5)	5 (1)	9	(3.6)	8
その他		2 (1)	0 (0)	1 (2)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	3 (1)	10	(0.6)	9
合計		147 (28)	89 (17)	66 (12)	174 (33)	34 (6)	21 (4)	531		3,015	

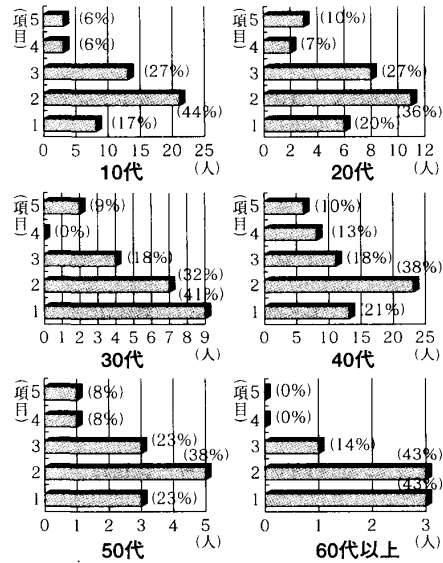
卓へどのようにして取り入れているのか、ここでは表現していないが59%の人は市販惣菜品と手作り料理の組み合わせで利用していると回答し、2位の惣菜料理品のみで食事をするの20%を大きく引き離していた。

第4図の1～5までの設問は、食生活のスタイルについて聞いたのに対し「はい」、「いいえ」の結果である。「新しい料理や食品に興味がある」のは10代から50代の人々で、その中でも10代の学生たちによる興味が一番大きかった。(57%) 60代になると「どちらともいえない」が58%の半数以上を占め、あまり興味がないように思われる。(4-1図)「毎日の献立を考えるのはおっくう」、どちらかといえば「はい」と考える人々は60～80%もおり、30代以上は特に家族への嗜好や栄養、経済等考えながら、毎日の献立作成に頭を痛めている様子が伺える。(4-2図) ちなみに結婚1年目の主婦が毎食のメニューとしてふだん夕食の準備にかかる時間は1時間というアンケート調査もある¹⁰⁾。「食事の買い物はおっくうか」に対して30代、60代を除き各世代ではおっくうがらずに買い物をしている事がこの調査から分かる。ただ30代の「どちらかといえばはい、またははい」と59%の人々が「おっくう」と答えているが、小さな子供がいるためと考えるのは独りよがりであろうか。(4-3図) 一方、60代以上の人々が「はい」(43%)、または「どちらかといえばはい」(29%)と答えており7割以上の人々が買い物に出掛けることをおっくうと解答しているのは、今後食材購入の方法についても店頭迄出掛けて買い物をする諸々の背景を考慮する必要があると思われる。「電子レンジやオーブンを上手に使いこなして料理をつくっているか」の10代、20代では1/3の人が「いいえ」、「どちらかといえ

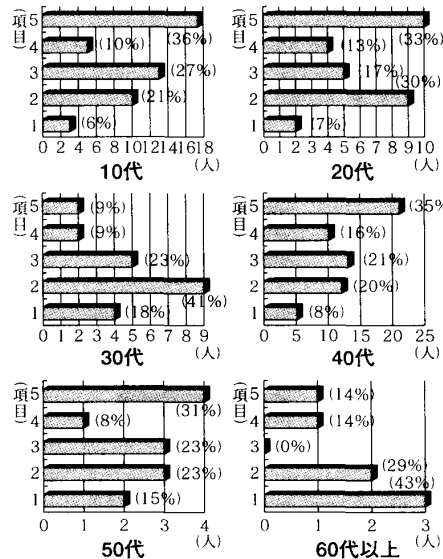
小住・北崎：家庭の調理簡便化とその周辺



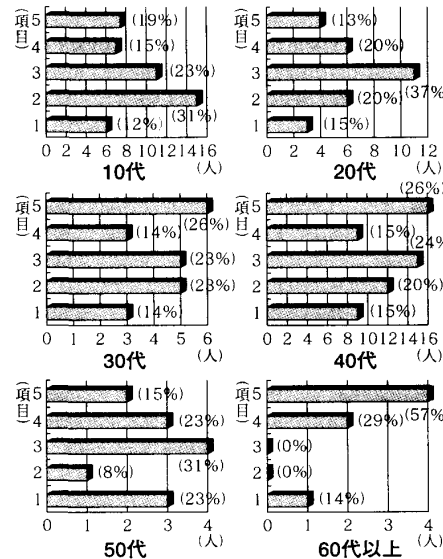
4-1図 新しい料理や食品に興味があるか



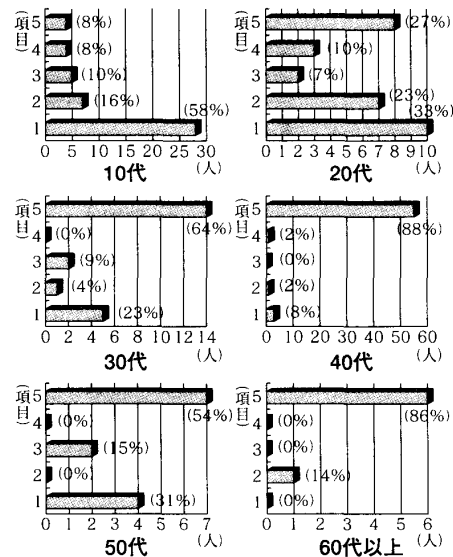
4-2図 毎日の献立を考えるのはおっくうか



4-3図 食事の買い物はおっくうか



4-4図 電子レンジやオーブンを上手に使いこなしているか



4-5図 一日包丁を握らない日があるか

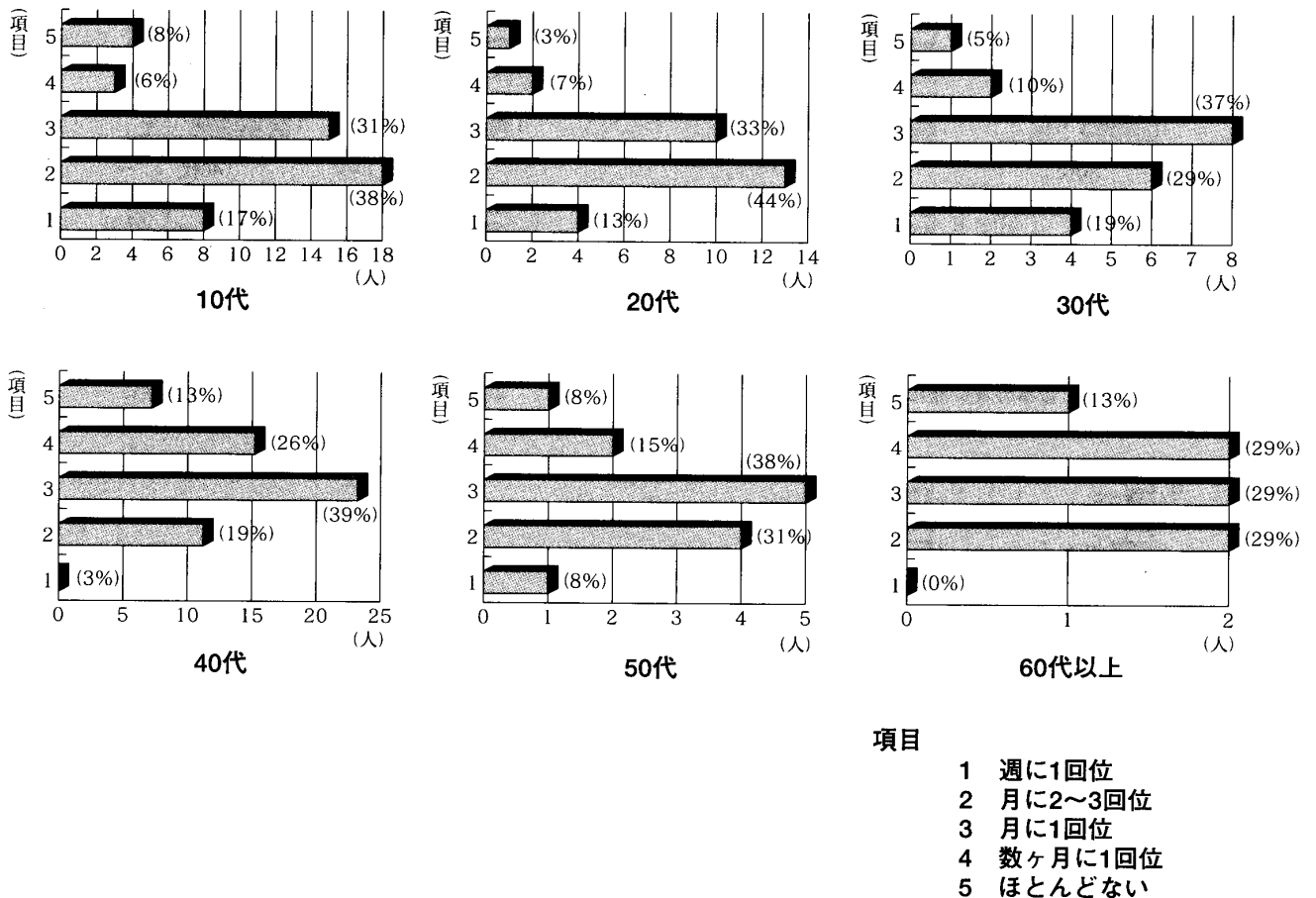
- 項目
- 1 はい
 - 2 どちらかといえば「はい」
 - 3 どちらともいえない
 - 4 どちらかといえば「いいえ」
 - 5 いいえ

第4図 食生活スタイルについて

ばいいえ」と答えているが、他の世代に比較するとそれでも良く使いこなしている。アンケートからは30代、40代では大体同じ傾向で「どちらかといえばはい (23%, 20%)」「はい (14%, 15%)」と低い値で、両年代40%が上手に使いこなしていない。60代以上になると14%の人だけが上手に使いこなしているにすぎない。(4-4図) 次に「一日包丁を握らない日があるか」この設問を設けることに抵抗はあったが、現実には10代、20代を中心にして各年代に包丁を握らない人々が学生の調査した範囲の中に多くいることである。自分で調理する事なく1日の食事を他の人がつくってくれた食事で身体の健康を支えている。不特定多数を相手にする大量調理の惣菜料理利用または外食利用をしているのか又は、家族の誰かが供卓してくれる人がいるからだろうと思われる。(4-5図)

次に今まで見てきた家庭で調理する時間の簡素化や調理技術の手助け、または少量を調理する面倒臭さから、利用している惣菜料理購入の理由を、もう一步自分たちの手を必要としない「外食の回数」について調べてみたのが第5図である。

外食は食べるだけではなく周囲の雰囲気や人との親睦などその効果は大きいものがあり、その結果は10代、20代では月に2～3回が多く、30代以降50代までは月に1回位が一番多かった。

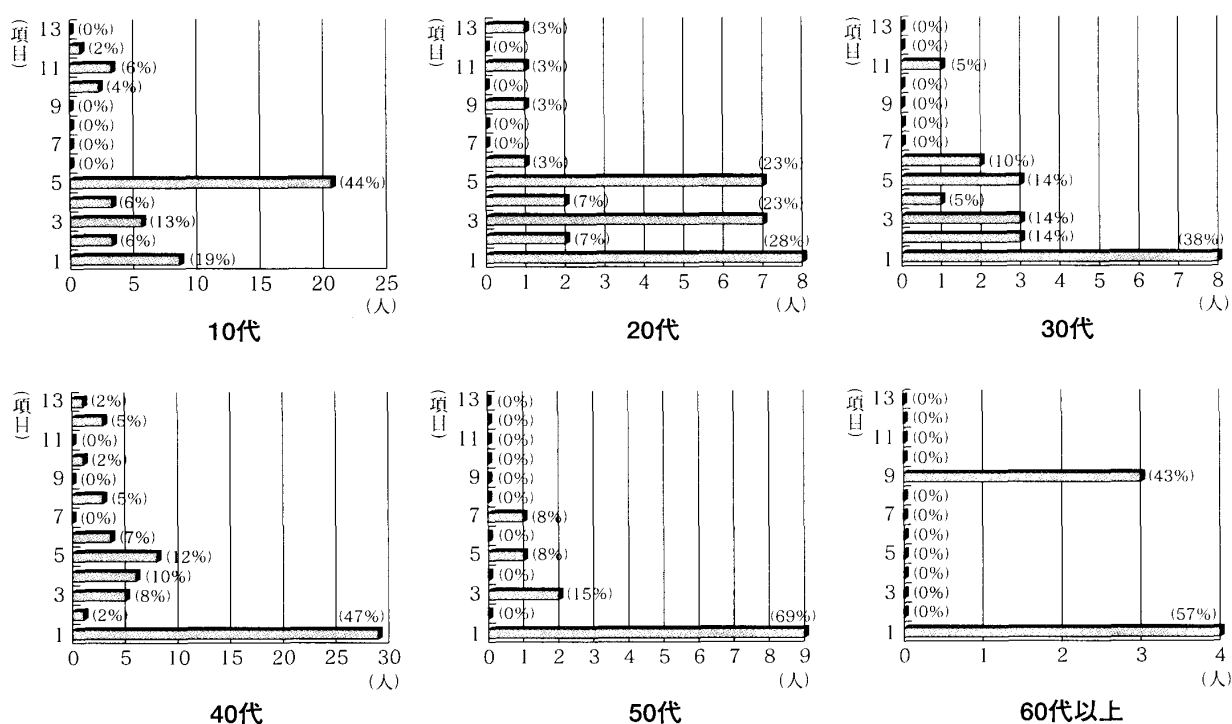


第5図 外食の回数

小住・北崎：家庭の調理簡便化とその周辺

これを平成6年11月10大都市に在住の消費者ライフステージ別にみた外食の利用頻度の全体平均と比較すると¹¹⁾、月に2～3回が30.6%、月に1回以下が29.7%で、あとはぐっと利用頻度は落ちている。ただ単身世帯の人で週に4回以上利用する人は38.5%、週に1回程度利用は30.8%となっていた。また20代、30代で子供のいない夫婦世帯では月に2～3回程度の36.2%が利用し、週に1回程度外食する人は26.1%となっていた。これを10大都市に在住する消費者世帯と比較すると、就学前の子供のいる世帯、小学生のいる世帯、中高生のいる世帯、子供の社会人世帯主60歳未満、子供の社会人所帯主60歳以上、その他の区分とでは、就学前の子供のいる世帯では月に2～3回とやや利用度が多いが、あとは月に1回以下の外食利用が30%代の1位であった。交友関係を中心とした若い人々の会食風景や自分で調理することの困難さ、家庭をもってからの生活の姿をここで伺うことができる。

「外食で美味しいものを食べようと思った時にどのような店で食事をするか」の設問にたい



項目

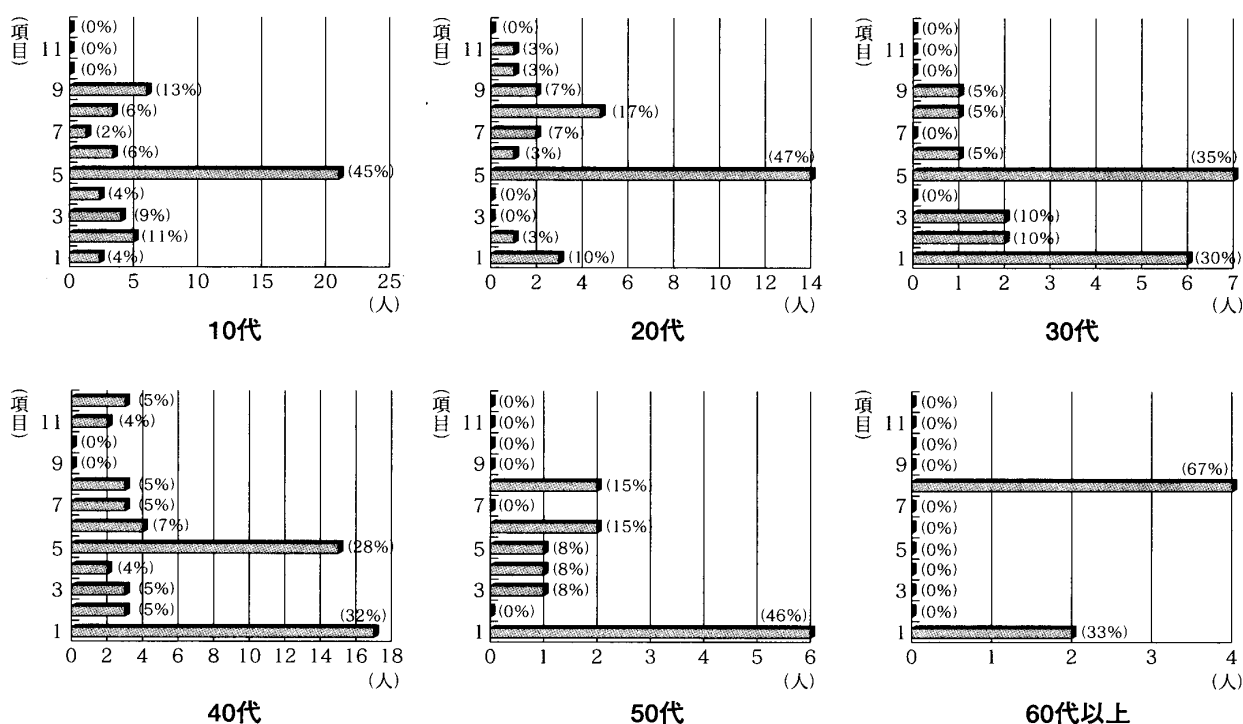
- | | |
|-------------------|---------------|
| 1 和食専門店 (寿司、天婦羅等) | 8 一般食堂 |
| 2 中華専門店 | 9 うどん・そば店 |
| 3 洋食専門店 | 10 ファースト・フード店 |
| 4 焼肉屋 | 11 喫茶店 |
| 5 ファミリーレストラン | 12 居酒屋 |
| 6 ホテルのレストラン | 13 その他 |
| 7 ラーメン店 | |

第6図 美味しい物を食べようと思う時の店の選択

し、10代を除いて他の年代では全て寿司、天麩羅などの和食専門店の1位であった。2位のファミリーレストランは飛び抜けた10代の利用(44%)と20代の利用(23%)の結果であり、以下洋食専門店の順であった。60代ではうどん、そば店が2位である。(第6図)

「食事の支度が面倒なので外ですまそうと思った時に行く店はどこか」の問いに対してはファミリーレストランが1位で、家族の多くの人々が揃って出掛けやすい場所なのかもしれない。年代的なものをみると40代からはやはり和食専門店の利用も多い。(第7図)

食品や食事の宅配サービスの利用状況についてA)過去1年間に利用したことがある宅配サービスとB)今後利用してみたい宅配サービスはどれかを複数回答で求めたのが第4表である。A)過去1年間に利用したことがある宅配サービスはどの年代でも1位は出前を利用している。2位は米屋、酒屋、牛乳屋等の宅配、3位はその他(宅配サービスを利用しない、生活協同組合の利用、設問に該当しなかった等)、4位のパーティ用宅配が、夕食材料宅配より上位を占めていたのは興味があった。B)今後利用してみたい宅配サービスも1位の出前は同じである



項目

- | | |
|-------------------|---------------|
| 1 和食専門店 (寿司、天婦羅等) | 7 ラーメン店 |
| 2 中華専門店 | 8 一般食堂 |
| 3 洋食専門店 | 9 うどん・そば店 |
| 4 焼肉屋 | 10 ファースト・フード店 |
| 5 ファミリーレストラン | 11 喫茶店 |
| 6 ホテルのレストラン | 12 居酒屋 |

第7図 食事の支度が面倒なので外ですまそうと思った時に行く店はどこか

が、2位にカロリーコントロール等健康管理機能やファミリーコンサルタント機能を持つ食事宅配、3位パーティ用宅配、4位米屋、酒屋、牛乳屋等の宅配、5位夕食材料の宅配であった。過去の宅配サービス利用実績A)とこれからの宅配サービス利用の願望B)との差が色々見られるが、解答者は89%が女性故、「カロリーコントロール等健康管理機能やファミリーコンサルタント機能を持つ食事宅配」、「パーティ用宅配」の項目が上位にあがったのかもしれない。

第5表に食生活で気をつけていることは何かを聞いた。その結果全体的な順位としては①野菜や果物を食べる②1日3食をきちんと取るようにする③塩分のとりすぎをさける④鉄分、カルシウムの多い食品をとるとなっているが年代別にみると30代から塩分のとりすぎに気をつけている人々の多いことが分かる。50代、60代では塩分のとりすぎをさけるが1位で、以下動物性脂肪の多いものはさけるとなっており、生活習慣病に対応の姿勢が見られた。また40代までは①野菜や果物を食べるとなっているが、澱粉質をひかえ野菜や果物で太り過ぎに気をつけているのかもしれない。若い10代、20代では「一日3食をきちんと取るように気をつける」となっており、不摂生になりがちな3食の食事摂取を意識していることが分かる。

第8図の「食品に対する旬の感じ方」を示した。①季節感がなくなり淋しい②旬がなくなり

第4表 宅配サービス利用の現実と希望 (複数回答)

(単位：人、()内：%)

項目	年代	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上	合計	順位
出前	A	34 (53)	21 (49)	18 (55)	34 (42)	7 (38)	6 (55)	120 (48)	1
	B	20 (27)	6 (11)	8 (28)	13 (15)	6 (25)	2 (22)	55 (20)	1
米屋、酒屋、牛乳屋等の宅配	A	11 (17)	11 (26)	6 (18)	24 (30)	5 (28)	2 (18)	59 (24)	2
	B	7 (10)	3 (5)	3 (10)	14 (16)	2 (8)	1 (11)	30 (11)	4
冷凍食品の宅配	A	0 (0)	0 (0)	2 (6)	2 (2)	2 (11)	0 (0)	6 (2)	5
	B	2 (3)	2 (4)	3 (10)	2 (2)	1 (4)	0 (0)	10 (3)	10
パーティー用宅配	A	5 (8)	3 (7)	3 (9)	3 (4)	0 (0)	0 (0)	14 (6)	4
	B	21 (29)	8 (15)	2 (7)	10 (11)	1 (4)	0 (0)	42 (15)	3
夕食材料の宅配	A	2 (3)	0 (0)	1 (3)	5 (6)	0 (0)	1 (9)	9 (4)	6
	B	4 (5)	9 (17)	3 (10)	9 (10)	3 (14)	0 (0)	28 (10)	5
食品や日用品の置き売り	A	1 (2)	1 (2)	1 (3)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	4 (2)	7
	B	3 (4)	2 (4)	1 (3)	1 (1)	0 (0)	1 (11)	8 (3)	11
治療・予防食専門の食材の宅配	A	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	10
	B	3 (4)	2 (4)	0 (0)	6 (7)	2 (8)	0 (0)	13 (5)	8
単身者用食材やメニューの宅配	A	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	10
	B	2 (3)	5 (9)	1 (3)	2 (2)	0 (0)	1 (11)	11 (4)	9
カロリーコントロール等健康管理機能やファミリーコンサルタント機能を持つ食事宅配	A	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (6)	0 (0)	1 (0)	9
	B	8 (11)	10 (19)	7 (23)	17 (19)	6 (25)	0 (0)	48 (17)	2
老人、身障者を対象とした食事、もしくは食材の宅配	A	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (1)	0 (0)	1 (9)	2 (1)	8
	B	1 (1)	1 (2)	1 (3)	6 (7)	2 (8)	3 (34)	14 (5)	7
その他	A	11 (17)	7 (16)	2 (6)	11 (14)	3 (17)	1 (9)	35 (13)	3
	B	2 (3)	6 (10)	1 (3)	9 (10)	1 (4)	1 (11)	20 (7)	6
合計	A	64 (26)	43 (17)	33 (13)	81 (32)	18 (7)	11 (5)	250	
	B	73 (26)	54 (19)	30 (11)	89 (32)	24 (9)	9 (3)	270	

A：過去1年間に利用した宅配サービス B：今後利用してみたい宅配サービス

第5表 食生活で気をつけていること (複数回答)

(単位:人, ()内:%)

項目	年代	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上	合計	順位
塩分のとりすぎをさける		13 (7)	9 (8)	10 (14)	34 (13)	9 (20)	7 (28)	82 (11)	3
野菜や果物を食べる		35 (17)	19 (18)	14 (19)	37 (14)	4 (8)	3 (12)	112 (16)	1
鉄分、カルシウムの多い食品をとる		22 (11)	12 (11)	8 (11)	27 (10)	6 (13)	3 (12)	78 (11)	4
動物性脂肪の多いものはさける		13 (7)	7 (6)	7 (10)	23 (9)	8 (17)	3 (12)	61 (9)	7
糖分のとりすぎをさける		19 (10)	6 (5)	6 (8)	21 (8)	3 (6)	2 (8)	57 (8)	9
1日3食きちんととるようにする		26 (12)	15 (13)	4 (5)	34 (13)	5 (10)	3 (12)	87 (12)	2
インスタント食品ではなく手作りを心掛ける		20 (10)	14 (12)	8 (11)	25 (10)	5 (10)	1 (4)	73 (10)	5
添加物の入っていない食品をとる		9 (5)	5 (4)	3 (4)	15 (6)	3 (6)	1 (4)	36 (5)	10
カロリーのとりすぎに注意している		23 (12)	12 (11)	5 (7)	18 (7)	1 (2)	1 (4)	60 (8)	8
栄養バランスを考えた食事をしている		18 (9)	14 (12)	8 (11)	25 (10)	4 (8)	1 (4)	70 (10)	6
合計		198 (28)	113 (16)	73 (10)	259 (36)	48 (7)	25 (3)	716	

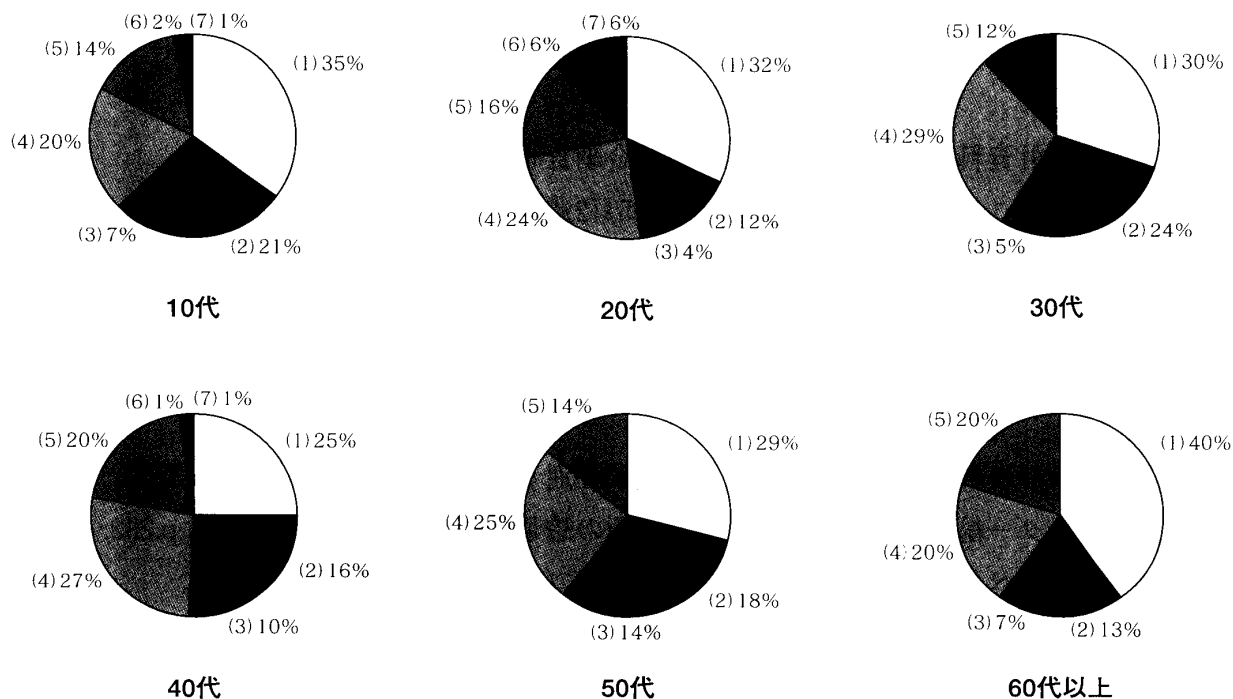
野菜の味や香りが薄くなった③季節感を問わず食べられるので有り難いとなっており、年間を通じた食材供給の背景に、ハウス加温栽培や水耕栽培、または輸入も含めた食品供給地の拡大など、季節を問わない食材の流通に戸惑いが見られた。無理して高い温室栽培のものなどは買わないようにしているとしながら、一方では時代の流れには逆らえないので仕方がないと購入している40代、50代の1割の人々もいる。

第6表は健康を考える時によく食べる食物を聞いたものである。①牛乳②豆腐③納豆④わかめ⑤卵であった。ノンカロリーのわかめを除き、一般に良質蛋白といわれるものであった。本来納豆は東北地方に多く食べられていたものが、戦後の流通機構や栄養改善教育などの効果で、九州最南端の佐多町役場では納豆も作り、今では町民に配給している状態である。

「総括」 以上のように家庭での手料理を惣菜や外食という形態で他人に依頼し、家庭の電化製品の下に益々台所の食事簡便化を我々は求めている。時にグルメと称して贅をつくし、時に健康維持の言葉の下に食生活を「自然の物質循環に依存した農業で作る」または「エコ・クッキング」の取り組みなどいろいろ模索しながら、農家は有機農法で作物を作り始めた。生産地と消費地との拡大が言われながら、今回発表しなかったが77%の人は精肉、野菜、魚介類や果物など食品購入の時には輸入品であるか否かを意識していた。我々の周囲では惣菜料理(デリカテッセン)、宅配、外食、輸入食品など多くの話題のものが調理の簡便化の中に求められる一方で、適切な栄養知識のもとに健康を考え、主体性をもった中食が日々の食事の中に取り入れられていた。

この原稿は日本家政学会第49回大会(東京・共立女子大学 1997.5.31)で発表したものを一部修正し原稿にしたものである。

小住・北崎：家庭の調理簡便化とその周辺



項目

- 1 食事に季節感がなくなりさびしい
- 2 季節を問わずに食べたい時に食べられるのでありがたい
- 3 時代の流れには逆らえないので仕方がない
- 4 旬がなくなり野菜の味や香りが薄くなった
- 5 無理して高い温室栽培のものなどは買わないようにしている
- 6 わからない
- 7 その他

第8図 食品に対する旬の感じ方

第6表 『健康を考える時』によく食べる食物 (複数回答)

(単位：人、()内：%)

項目	年代	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上	合計	順位
豆腐		20 (15)	16 (17)	18 (27)	44 (18)	9 (22)	5 (23)	112 (19)	2
納豆		20 (15)	11 (12)	11 (16)	37 (15)	5 (13)	1 (5)	85 (14)	3
わかめ		12 (9)	10 (11)	5 (7)	33 (14)	5 (13)	2 (9)	67 (11)	4
牛乳		34 (27)	25 (28)	15 (22)	49 (20)	8 (19)	5 (23)	136 (23)	1
いわし		7 (5)	10 (11)	4 (6)	23 (10)	6 (14)	2 (10)	52 (9)	6
とり肉		2 (2)	1 (1)	2 (3)	11 (5)	1 (3)	2 (10)	19 (3)	8
卵		18 (14)	7 (8)	8 (12)	26 (11)	3 (8)	1 (5)	63 (11)	5
こんにゃく		11 (8)	5 (5)	2 (3)	9 (4)	2 (5)	2 (10)	31 (5)	7
玄米		1 (1)	3 (3)	0 (0)	3 (1)	0 (0)	0 (0)	7 (1)	11
ナチュラルチーズ		3 (2)	1 (1)	1 (1)	3 (1)	0 (0)	1 (5)	9 (2)	10
その他		3 (2)	3 (3)	2 (3)	2 (1)	1 (3)	0 (0)	11 (2)	9
合計		131 (22)	92 (16)	68 (11)	240 (41)	40 (7)	21 (3)	592	

文 献

- 1) 外食産業統計資料集1997年版：外食産業総合調査研究センター p.3
- 2) 農業共済新聞：全国農業共済協会，1997年5月2週号
- 3) 外食産業統計資料集1997年版：「中食市場動向調査事業報告書，平成7年3月」外食産業総合調査研究センター p.440
- 4) 外食産業統計資料集1997年版：平成7年度中食市場動態調査事業報告書（平成8年3月） p.474
- 5) 外食産業統計資料集1997年版：世帯個人の属性別1回当たり中食購入金額 p.454.
- 6) 食生活データ総合統計年報1991年版：市販の惣菜料理を購入する主な理由 p.232.
- 7) 小池五郎：食べものの健康学，味覚の年齢変化（zubek），大修館書店，1987.
- 8) 河野友美：食品大事典，味覚，p.814. 真珠書店.（昭和45）
- 9) 西丸震：現代ホーム百科 3，49，学習研究社（1966）
- 10) 南日本新聞：「夫の親」「献立」が悩み，主婦の友社アンケートから，1997.9.15.
- 11) 外食産業統計資料集1997年版：ライフステージ別にみた外食の利用頻度（平成6年）「日本ハム・ソーセージ工業協同組合」，p.118.