

原 著

家庭調理におよぼす食の社会化の影響

浜島教子 飯塚富美恵 宇山 薫

Influence of Socialization of Dining on Home Cooking

NORIKO HAMAJIMA, TOMIE IIZUKA, and KAORU UYAMA

We have made investigation into the actual conditions how often ordinary families eat prepared food and dine out. As the result, we have found out that many families, in a certain degree, eat prepared foods and dine out. Because of the development of the food service industry, the ever-increasing participation of women in public affairs, and the leisure-oriented society, we think that the number of families doing home cooking tends to decrease, but not to increase by any means. There are people who eat prepared foods or dine out because they do not know how to cook, or because they do not like to cook. Food is, however, connected closely with health. Therefore, home cooking suitable for each family or each person is essential in the future, too.

近年、調理食品や半調理食品が年毎に多く市販されるようになり、持ち帰り弁当も盛況となり、また、ファミリーレストランなどの外食も著しく増加している。

これらの利用の増加原因は外食産業の進展、女性の社会的進出による調理労働の軽減、調理時間の短縮による能率化、冷凍冷蔵庫による食品保管、電子レンジの普及、余暇時間増によるレジャー志向などによるものと考えられる。

そこで、著者らは、今後の調理の指導や食品の選択購入にあたって、「家庭において外部調理をどの程度、利用しているか」の実態を把握し、示唆を得たいと考えた。これまでもこの方面の調査報告はいくつかあるが^{1)~5)}、調査領域が部分的で、しかも以前のものである。

そこで、本研究では最近の一般家庭の実態を家族の食事および家庭調理の視点より調査し、その結果、いくつかの知見を得たので報告する。

方 法

調査対象は東京都の地域の異なる公立の3小学校6年生各校3クラス計345名の家庭とした。回収率は各校ともに85~90%であった。

調査方法は質問用紙を児童に持ち帰らせ、原則として母親に記入を依頼し、クラス担任が回収するという方法をとった。

調査期間は1992年10月初旬であった。

集計結果は χ^2 検定により有意差の検定を行った。

Key words : socialization of dining, home cooking, prepared food

調査結果および考察

1. 調査対象の属性(表1)

調査対象総数(有効数)は302家庭であった。

1) 父母の年齢

父親の年齢は35～39歳，母親の年齢は35歳前後が多い。

2) 家族数 4人63.6%が最も多く，次いで5人21.5%である。

3) 父親の職業 会社員，公務員などのサラリーマンが多く，自営業，自由業，その他は少ない。

4) 母親の職業 専業主婦は46.4%で，パートタイマーを含む有職者は53.6%である。

2. 市販そうざいの利用について(表2)

よく使う家庭が全体で22.1%，「時々使う」30.3%で，たまにしか使わないと全く使わないという利用しない方の家庭は計46.1%と約半々である。1981年のNHK世論調査所による日本人の食生活調査⁶⁾の「たまにしか使わない」30.0%，「全く使わない」46.8%と比較すると本調査は利用家庭がかなり多くなっている。1986年の国民栄養調査⁷⁾では週1～2回以上が25.4%，月1～2回が45.5%，「全く使わない」が29.1%で，本調査の方がやや多く利用している。これは地域差，年齢差もあるが，主として調査年時の違いによるものと思われる。また，そうざいの生産量，販売量⁸⁾が年々増加していることから一般的な傾向であると思われる。

母親の職業別による比較では，フルタイムの利用率が多く，次いでパートタイマーであり，専業主婦は比較的少ないが，全く使わない家庭は36.8%で「よく使う」，「時々使う」を合わせると45.3%の家庭が利用している。

市販そうざい利用の理由については，図1に示す。「作る時間的ゆとりがないから」51.9%，「自分で作るより経済的であるから」23.7%が主な理由となっている。その他，「家族が好むから」，「自分で作るよりおいしい」，「調理することが好きでない」，「調理法を知らないから」という理由が少数ある。

表1 調査対象の属性

	人数	割合(%)
父親の年齢	30～34歳	28 9.3
	35～39	127 42.1
	40～44	124 41.1
	45～49	18 6.0
	50～54	1 0.3
母親の年齢	30～34歳	121 40.1
	35～39	143 47.4
	40～44	36 11.9
	45～49	2 0.7
家族数	2人	6 2.0
	3	24 7.9
	4	192 63.6
	5	65 21.5
	6	15 5.0
父親の職業	会社員	115 38.0
	公務員	97 32.1
	自営業	65 21.5
	自由業	19 6.3
	その他	2 0.7
母親の職業	フルタイム	51 16.8
	パートタイマー	111 36.8
	専業主婦	140 46.4
総数	302	100.0

表2 市販そうざいの利用について(%)

利用度	全体	専業主婦	パートタイマー	フルタイム
よく使う	22.1	16.6	22.5	35.5**
時々使う	30.3	28.7	31.8	30.0
たまにしか使わない	15.3	13.0	16.2	18.8
全く使わない	30.8	36.8	29.5	15.7**
わからない，無回答	1.5	4.9	0.0	0.0
検定	**	**	*	**

*P<0.05 **P<0.01

以前はそうざいはほとんど家庭で手作りされ，市販そうざいは品質が悪い，不経済とい

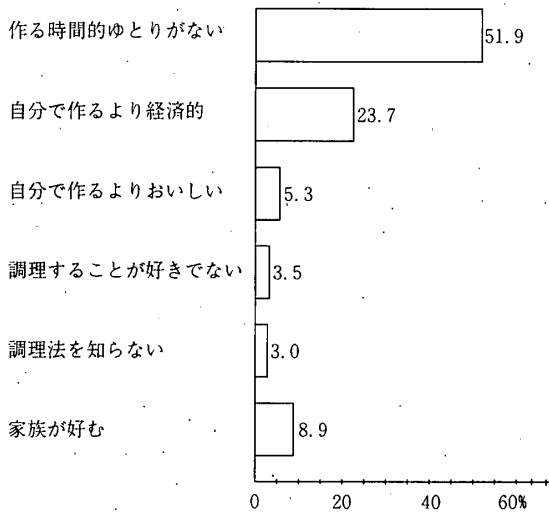


図1 市販そうざい利用の理由 (複数回答)

う理由で使用されなかったが、生産、流通側の改良により、料理によっては、材料を購入し、家庭で手作りするより大量生産、大量販売の品の方が経済的であり、時間的ゆとりがない人や調理を知らない、好きでない人には都合のよい食品となっていることがわかる。

3. レトルト食品の利用について(表3)

「時々使う」は全体で32.3%、フルタイムでは50.1%である。「よく使う」は全体で6.5%、フルタイムでも11.5%である。カレー、シチュー、ハヤシ、ミートソース、マーボ豆腐の素などのレトルト食品の生産量⁸⁾からも時々利用されていることが推察される。

表3 レトルト食品の利用について(%)

利用度	全体	専業主婦	パートタイマー	フルタイム
よく使う	6.5	5.5	5.4	11.5
時々使う	32.3	29.0	28.2	50.1**
たまにしか使わない	29.6	26.4	34.2	28.4
全く使わない	31.6	39.0	32.2	10.0**
わからない、無回答	0.0	0.1	0.0	0.0
検 定	**	**	**	**

**P<0.01

レトルト食品利用の理由については、半調理品利用の理由と合わせて図2に示す。市販そうざい利用の理由と同様、「作る時間的ゆとりがないから」と「自分で作るより経済的であるから」が主な理由である。

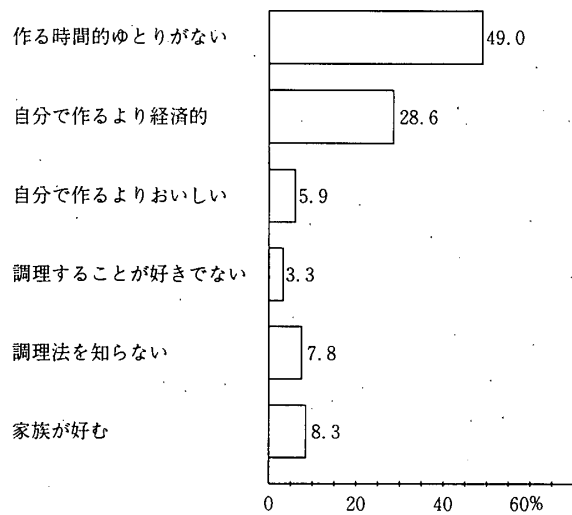


図2 レトルト食品、半調理品利用の理由

4. 半調理品の利用について(表4)

クロquette、フライ、ハンバーグなどの半調理品や調理済み冷凍品の利用は時々使う家庭が最も多く、全体で34.4%、「よく使う」は全体で18.8%であり、「全く使わない」は22.9%である。1986年の国民栄養調査⁹⁾の週1~2回が30.4%、ほとんど毎日と週3~4回が10.7%と比較すると、本調査は利用度がやや多くなっている。前述のそうざい利用の増加と同様、主として調査年時による違いによるものと思われる。また、半調理品や調理済み冷凍品の生産量が年毎に増加している⁸⁾ことから利用度の増加は推察される。

表4 半調理食品の利用について(%)

利用度	全体	専業主婦	パートタイマー	フルタイム
よく使う	18.8	16.1	17.6	29.0*
時々使う	34.4	32.1	37.9	33.0
たまにしか使わない	20.4	25.8	17.9	11.2
全く使わない	22.9	23.3	20.7	26.6
わからない、無回答	3.5	2.7	5.9	0.2
検 定	**	**	**	**

*P<0.05 **P<0.01

5. 家族といっしょの外食について(表5)

月に1~2回が全体で31.2%、3~4回が7.9%、5回以上はわずかである。その他の多くは年に2~6回というような利用度である。1991年の農林水産省の全国調査⁹⁾による

と、月1～2回が36.5%，週1回が11.1%，週2～3回以上が1.4%であり、本調査の利用度の方がやや低い。

表5 家族といっしょの外食について(%)

利用度	全体	専業主婦	パートタイマー	フルタイマー
月に5回以上利用している	1.1	0.9	1.3	1.3
3～4回	7.9	3.6	12.4	8.9
1～2回	31.2	31.4	30.7	32.0
ほとんど利用していない	35.4	40.8	27.6	34.5
その他	24.4	22.7	27.3	22.9
検 定	**	**	**	**

**P<0.01

外食利用の理由については図3に示す。「食事作りの時間がない時」41.0%が最も多く、次いで気分転換、家族が希望、家族団らんなどの理由である。

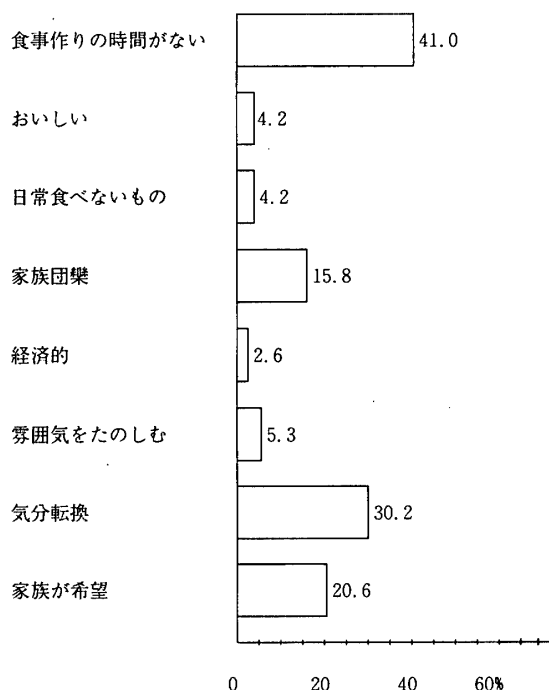


図3 外食利用の理由

6. 持ち帰り弁当の利用について(表6)

週1～2回が21.1%，月に1～2回51.2%で、母親の職業別では有職者の方が週1～2回の使用において利用度が高い。しかし、「ほとんど利用しない」人は職業の有無にかかわらず25～26%あり、「ほとんど毎日」や「週3～4回」とよく利用する人はいずれもわずかである。1991年の食糧庁の調査⁹⁾によると1ケ

月間で利用したことのある家庭が74%で、「ない」が26%であり、本調査の結果とほぼ同様である。

表6 持ち帰り弁当の利用について(%)

利用度	全体	専業主婦	パートタイマー	フルタイマー
ほとんど毎日	0.8	0.6	1.0	1.0
週3～4回	0.8	0.9	0.7	0.7
週1～2回	21.1	15.0	24.5	29.5*
月に1～2回	51.2	57.1	47.1	43.8
ほとんど利用しない	26.1	26.4	26.7	25.0
検 定	**	**	**	**

*P<0.05 **P<0.01

持ち帰り弁当の理由については図4に示す。食事作りの時間がない時56.4%が主な理由で、めんどう、好むから、献立不要、経済的という理由もある。

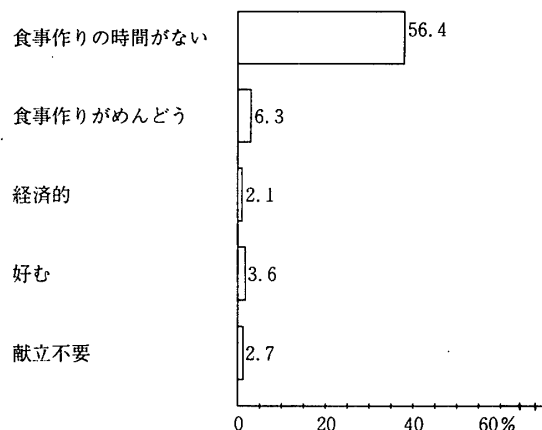


図4 持ち帰り弁当利用の理由

7. 既製調理品の利用について(表7)

既製品が多く出廻り、家庭での手作りが以前より減少しているであろうと思われる料理と菓子6品について調査した。ケーキ以外はかつては、各家庭で手作りされていた行事食である。既製品利用度の高いものとしては柏餅の86.7%，ケーキの64.5%で、比較的手作りされているものとしては、ちらしずしの68.6%，おはぎの55.6%があげられる。手作りと既製品の併用では、おせち料理の44.1%，のり巻きずしの21.3%が多い方である。品数が多く、手間のかかるおせち料理は、全部手作りする家庭は32.3%である。以前は、おせ

ち料理は年末のうちにすべて手作りし、正月3日間、食したものであるが、他の食品が豊富な現代では、作っても家族が食べないという状況もある。わずかではあるが、おせち料理を全く食べない家庭が出て来ているのには年代の変化がみられる。柏餅は既製品が明らかに主流になっていることがわかる。食べたことがない人もいる時代になっている。おはぎの手作りが比較的多いのは、あまり手間がかからないものであることや心をこめてとか、

砂糖を減らして健康によい、家族好みの品をという理由である。調理法を知らないために、既製品購入にしている人もある。家事の合理化、生活の充実志向の現代、外食産業の進展と共に既製品利用も進むと思われるが、調理法を伝承し、日本の行事食の家庭内手作りのよさも失わないようにしたいと考える。即ち、時間的余裕のある人はすべて手作りがよいであろうし、調理時間をあまり多くとりたくない人は手作りのよさを残して既製品との併用

表7 既製品の利用とその理由(%)

料理名	調達方法	平均	理由
おせち料理	手作り	32.3	習慣になっている、手作りの方がおいしい。
	既製品	11.5	時間の節約、面倒である、あまり食べない。
	両方	44.1	手間のかかるものは購入する、全部作ると大変である。
	その他	13.9	食べない、実家へ帰って食べる。
ケーキ (誕生日・クリスマス)	手作り	22.5	添加物が入っていない、安い、心がこもっている、作るのが好き。
	既製品	64.5	手間がかからなくてよい、自家製はおいしくない。
	両方	11.4	スポンジを購入して、家で飾る。
	その他	2.6	祝わない、食べない。
おはぎ	手作り	55.6	心がこもっている、好みの味にできる、添加物が入っていない。
	既製品	28.7	食べたい時に購入できる、時間がないので、上手に作るができない。
	両方	15.7	作る時もあるし、作らない時もある。
	その他	0	
柏餅	手作り	7.8	習慣になっている、おいしい。
	既製品	86.7	手間がかかる、作ったことがない、作るものではないと思う、あまり食べない。
	両方	0	
	その他	5.5	食べたことがない。
ちらしずし	手作り	68.6	おいしい。
	既製品	13.1	家では作らない習慣、あまり食べない。
	両方	18.3	行事の時は作るが、他は購入。
	その他	0	
のり巻きずし	手作り	51.7	おいしい、作るのが好き。
	既製品	24.6	時間がないので、あまり食べない。
	両方	21.3	行事の時は作るが、他は購入。
	その他	2.4	食べない。

が望まれる。

以上の調査結果より、家庭における外部調理の利用度を全般的にみると、多くの家庭で或程度利用されていることが明らかである。今後、外食産業の一層の進展、女性の社会的進出(職場、ボランティア活動、趣味、スポーツなど)により、外部調理の利用度は増大することはあっても、低下する方向にはないであろう。かつて、衣服は各家庭で材料(布や糸)を購入し、手作りされていたが、既製品が一般化したように、食物の既製品化も順次一般化するであろう。しかし、食物は個人の健康と直接関係深く、365日3回、間食を含めるとさらに使用頻度が高いものであるから、各家庭、個人に適した手作りは将来共に必要であり、外部化には限界があると思われる。

一方、外食産業の健全な発展は、豊かな食生活を実現する上で必要であるだけでなく、農水産物の重要な仕向け先として生産部門とのかかわりを有していること、あるいは、国民の雇用機会の維持、増大に大きな役割を果たしているという説¹⁰⁾や、家事労働の社会化^{11,12)}や食生活にかかわる家事労働の社会化の進展などについての多くの実態報告^{13,14)}にみられるように、社会変化の影響によって、家庭調理は変化せざるを得なくなっている面もある。また、主婦または家事担当者の意識は、家事、社会参加、趣味ともに大事とするものが、職業の有無にかかわらず多く¹⁵⁾、したがって、家庭調理の労力軽減、調理時間の短縮による能率化は今後も望まれるであろうと思われる。手作りを大事にしたり、調理をレジャー、趣味とする家庭もあり、分極化するという説¹⁵⁾もあるが、一般家庭における外部調理の利用度は、現状あるいは増加傾向にあると思われる。

このような状況の中で、心身の健康に密接な家庭の日常食および調理は、加工食品や外部調理品に依存し過ぎないように、手作り部分を大切にしていかなければならないと考える。また、外部調理に対しては、健康と安全性、サービス面の充実が望まれる。

要 約

一般家庭の外部調理利用の実態を調査し、考察した結果、次のような知見を得た。

- 1)市販そうざいは「よく使う」22.1%、「時々使う」30.3%で、「たまにしか使わない」と「全く使わない」を合わせて46.1%で、利用率は約半々である。利用の主な理由は「作る時間的余裕がない」や「自分で作るより経済的である」である。「調理することが好きでない」や「調理法を知らないから」という理由も少数ある。
- 2)レトルト食品は「時々使う」は32.3%、「全く使わない」31.6%で、「よく使う」は6.5%と少数である。母親の職業別ではフルタイムが「時々使う」50.1%で、専業主婦やパートタイマーより利用率が高い。
- 3)家庭で揚げる、焼く、蒸す、電子レンジ加熱などにより、仕上げ調理をする半調理品の利用は、よく使う18.8%、時々使う34.4%であり、母親の職業別の差はあまりない。理由は「作る時間ゆとりがないから」、「自分で作るより経済的」が主な理由である。
- 4)家族といっしょの外食は、月に1~2回が31.2%、年に2~6回が約20%である。外食利用の理由は、「食事作りの時間のない時」が最も多く、次いで気分転換、家族が希望、家族団らんなどである。
- 5)持ち帰り弁当は週1~2回が21.1%、月に1~2回が51.2%と時には利用している家庭が多い。理由は食事作りの時間のない時、めんどう、好むから、献立不要でよいなどである。
- 6)既製調理品と菓子6品の調査の結果、柏餅は86.7%、ケーキ(誕生日、クリスマス用)は64.5%が既製品を利用し、手作りは少ない。おせち料理は手作りと既製品の併用が44.1%で手作り32.3%、既製品11.5%を上廻っている。おはぎ、ちらしずしは手作りが半数以上であるが、家では作らない習慣、食べたい時に購入して食べればよいという時代の変化もみられる。少数ではあるが、おせち料理や柏餅を食べたことがないという家庭もあり、時

代の変化がみられる。

以上の調査項目より、多くの家庭で或程度外部調理が利用されていることが明らかであり、今後、外食産業の一層の進展、女性の社会的進出により家庭内調理は減少することはあっても増加方向にはないことが推察される。調理法を知らない、調理が好きでないために既製調理品や外食を利用する人もいる。しか

し、食物は心身の健康と関係深いものであるから、各家庭、個人に適した手作り調理は、将来共に必要であり、現代の栄養、食品、衛生さらに生活全般を考えた調理教育が望まれる。

終りに、本調査に協力して下さった小学校の先生や父母・児童の皆様には感謝いたします。

文 献

- 1) 巨理ナミ, 吉中哲子: 家政誌 **32**, 492(1981)
- 2) 谷田沢典子, 西脇泰子他: 日本食生活文化調査研究報告集 昭58・59年度助成対象219(1985)
- 3) 谷田沢典子, 西脇泰子他: 聖徳学園女子短大紀要 **11**, 55(1985)
- 4) 栗田とよ子, 岡部多美子他: 桜美林短大紀要 **19**, 11(1982)
- 5) 藤沢和恵: 中京女子大紀要 **20**, 183(1986)
- 6) N H K 放送世論調査所編: 日本人の食生活 p58(1983) 日本放送出版協会
- 7) 厚生省健康増進栄養課編: 国民栄養の現状 p55(1988) 第一出版
- 8) 外食産業総合調査研究センター: 外食産業統計資料集 p552~554, 572(1992)
- 9) 食品流通情報センター: 食生活データ総合統計年報 p235, 280(1992)
- 10) 外食産業研究会編: 外食産業の動向と今後の方向 p3(1985) 地球社
- 11) 伊藤セツ, 大森和子他: 家政誌, **29**, 545(1978)
- 12) 長沢由喜子, 壁谷沢万里子: 家政誌, **43**, 1084(1992)
- 13) 天野寛子, 大森和子他: 家政誌, **29**, 552(1978)
- 14) 壁谷沢万里子, 長沢由喜子: 家政誌, **39**, 1152(1988)
- 15) 田崎龍一: どう変わる? 食生活と加工食品 p87(1982) 光琳