報 文

インスタント食品のイメージと使用状況に関する研究

——女子短大生の家庭の場合——

林 辰 美, 片 山 喜美子

賢明女子学院短期大学

A Study on the Images of the Convenienced Food and its Usage

—— In the Case of College Girls' Families ——

Tatsumi Hayashi, and Kimiko Katayama

Kenmei Women's Junior College

We focussed our survey on measuring the images on, and the frequency of use of, 7 different kinds of convenience foods, viz. Frozen croquettes, frozen hamburger steak, retort-pouched curry stew, powdered potage, powdered bean paste ('miso') soup, frozen 'shao mai' and pouched dry noodles. Using a semantic differential method (S. D. Method), we classified the figures according to residential locality, occupation, and monthly food outlay.

The findings were as follows:

- (1) The image of 'Convenience' was most conspicuous of all survey items, although it was accompanied by a common image of 'rather poorly prepared' food. As to flavors we acquired a bimodal distribution. In terms of 'Healthful' or 'Unhealthful', only pouched dry noodles presented the image of 'Unhealthful'. General images of these convenience foods remained the same, regardless of residential locality, occupation or food outlay.
- (2) These convenience foods were more widely consumed than had been presumed, more especially in rural regions than in urban regions. However, retort-pouched curry stew and powdered bean paste soup were less frequently consumed than the rest.
- (3) Young men in their teens and twenties consumed more pouched dry noodles than the others surveyed.

Jap. J. Nutr., 37 (4) 161~170 (1979)

は じ め に

インスタント食品は、昭和32年頃¹⁾より普及し始めたが、それを規制する法的な基準はなく、その解釈やそれに含まれる範囲も定まっていない。

岡部²⁾は、「加工処理を行うことによって、簡単な調理操作でたべられるようにつくられた食品」と定義し、缶詰・冷凍食品・乾燥食品・濃縮食品を含めており、井上³⁾、桜井⁴⁾らも同様に広義に解釈している。

それに反し、山口⁵⁾、Arnold. E. Bender⁶⁾、木原⁷⁾らは、インスタント食品を狭義に考え、冷凍食品などは含まず、いわゆる即席食品に限っている。

著者らは、インスタント食品を狭義の即席食品に限らず、岡部らと同様に広義に解釈しているが、インスタント食品は現在の食生活の中で徐々に定着してきているように感じる。

最近の食生活の変遷の中で、家庭におけるインスタント食品の消費が、種類、量ともに増加してきている現状は、栄養面、経済面、食品公害などの面からも食生活に大きな影響を与えていると考えられる。

そこで、著者らはこのような食生活の現状や傾向からインスタント食品の調査・研究は食生活を把握するうえで重要であると考え、家庭における食生活は食事担当者が食物を選択してくることからはじまるので、食事担当者について、インスタント食品のイメージと使用状況に関して調査し、検討を行ったので報告する。

調査時期及び方法

昭和52年5月に姫路市にある賢明女子学院短期大学食物科学学生全員の家庭の食事担当者159名を対象にアンケートを実施した。

調査対象の属性として、年代、性、短大生との続柄、住所地、職業、学歴、世帯主の職業、家族構成、年収、1カ月の食費について調べた。

インスタント食品として、そのさきがけとなった即席ラーメン⁸⁾はその中の最も消費量⁹⁾の多い袋入りラーメンを選び、また冷凍食品¹⁰⁾としては、調理食品の中で生産高上位である冷凍コロッケ・冷凍焼売・冷凍ハンバーグの3種を選んだ。乾燥食品として粉末ポタージュスープ・粉末味噌汁を、またレトルト食品¹¹⁾として生産高の最も高いカレーを選んだ。これら計7種類の食品のイメージと知悉率及び使用状況について調査した。

イメージは、S.D. (Semantic Differentials) 法を用い、刺激語については荒井¹²⁾、中島¹³⁾からも報告しているが、著者ら¹⁴⁾が以前の調査に使用したものをも含めて取捨選択し、相対する8組の刺激語を選び、平均値、標準偏差、度数分布、パターン類似率¹⁵⁾などについて統計的に処理し分析を行った。

また、住所地の地域区分、食事担当者の職業の有無、1カ月の食費別による差について同様に検討を行った。

調査結果

1. 調査対象

アンケート配布数159名、有効回答数157名で回収率は98.7%であった。調査対象の属性を表1に示した。年代は40歳代が最も多く、性別は全員が女性であり、短大生との続柄は、ほとんどが母であった。

住所地の地域区分は、姫路市を中心に加古川市、明石市を含む人口15万以上の都市が49.9%で、ついで町村であった。

食事担当者の職業は、無職51.0%、常勤22.3%、パート勤務7.6%、農業・自家営業ともに5.7%、学生4.6%、その他2.5%、無回答0.6%である。

また、最終学歴は旧制度の者は67.5%で、その内訳は小学校31.8%、女学校32.5%、専門学校3.2%であり、新制度の者は32.5%で在学中の者も含めて、中学校10.2%、高等学校13.4%、短大6.4%、大学1.3%、その他0.6%であり、無回答は0.6%であった。

世帯主の職業は、常勤72%、自家営業18.5%、農業5.7%、自由業・無職ともに1.9%であった。

家族数は、4人家族が最も多く、ついで5人家族で、1人または2人家族はなかった。平均家族数は4.64人で、昭和52年3月の住民基本台帳¹⁰⁾の平均家族数の3.29人より多い。

家族タイプは、核家族が約2/3を占めていた。

年収は、300～500万円が過半数を占め、ついで500万円以上であった。

表 1 対象の属性

総数 157 名 (%)

(1) 食事担当者の年代					
10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代
4(2.5)	6(3.8)	3(1.9)	124(79.0)	18(11.5)	2(1.3)
(2) 食事担当者と賢明生との関係					
本人	母	姉	祖母	兄嫁	その他
6(3.8)	144(91.8)	4(2.5)	1(0.6)	0	2(1.3)
(3) 住所地の地域区分					
10大都市	人口15万以上 の 都 市	人口5～15万 の 都 市	人口5万以下 の 都 市	町村	無回答
1(0.6)	78(49.9)	20(12.7)	20(12.7)	36(22.8)	2(1.3)
(4) 家族数					
3人	4人	5人	6人	7人	8人
17(10.8)	64(40.9)	46(29.3)	22(14.0)	4(2.5)	4(2.5)
(5) 家族タイプ					
核家族	三世代		母子家庭		その他
107(68.2)	45(28.7)		4(2.5)		1(0.6)
(6) 年 収					
300万円以下	300～500万円		500万円以上		無回答
27(17.2)	91(57.9)		34(21.7)		5(3.2)
(7) 1人当たり1ヵ月の食費					
1万円以下	1～2万円		2～3万円		3万円以上
13(8.3)	82(52.2)		42(26.8)		14(8.9)

1カ月の食費を調べ、家族数で除して1人当たり1カ月の食費を算出した結果、1～2万円が最も多く、ついで2～3万円であった。

2. S.D. 法によるインスタント食品のイメージ

7種類のインスタント食品の S.D. 法によるイメージを8組の刺激語について測定した結果、イメージの平均値を図1に示した。冷凍焼売と袋入りラーメンは「洋風」を「中華風」におきかえて測定した。

冷凍コロッケは、好み、味、健康に対する印象、栄養価、価格等に対しては、ほぼ中庸のイメージが持たれており、便利さを評価している反面で、やや貧弱であると考えられている。冷凍ハンバーグは冷凍コロッケに似ているが、嗜好、味の点でやや低く評価され、また洋風のイメージが強くなっている。レトルト食品のカレ

一は、嗜好、味、健康に対する印象、栄養価に対してはやや低い評価が持たれ、洋風のイメージは強かった。平均値の差の検定¹⁷⁾をした結果、冷凍コロッケの方が冷凍ハンバーグ・レトルト食品のカレーよりもより「好き、おいしい、健康に良い」ことが、1%の危険率で認められた。また、冷凍ハンバーグ・レトルト食品のカレーの方が冷凍コロッケよりもより洋風であることが認められた。栄養価、価格のイメージについても同様に検定した結果、冷凍コロッケ・冷凍ハンバーグの方がレトルト食品のカレーよりもより栄養価が高く、安いことが認められた。

粉末味噌汁は粉末ポタージュスープよりもわずかであるが、「嫌い」、「まずい」に片寄ったイメージが持たれており、相当に和風で栄養価が低く、やや貧弱である。検定の結果、粉末ポタージュスープの方が粉末味噌汁よりもより「洋風、健康に良い、栄養価が高い、安価、デラックス」であることに1%の危険率で有意差が認められた。

袋入りラーメンは、健康に悪い印象が強くもたれ、栄養価もやや低く、やや貧弱で安い食品イメージである。冷凍焼売の方が袋入りラーメンよりもより「中華風、健康に良い、栄養価が高い、高価、デラックス」であることが検定の結果認められた。

7種のインスタント食品のイメージの度数分布を調べ、そのうち特殊性のみられたイメージについて図2～4に示した。味について(図2)は、冷凍ハンバーグ

図1 インスタント食品のイメージ

図2 インスタント食品の「まずい—おいしい」のイメージの度数分布

・レトルト食品のカレー・粉末味噌汁にばらつきがあり、二峰性がみられた。健康に対する印象(図3)では、袋入りラーメンだけが片寄った分散をしており、健康に悪いイメージをもつ人が86%もあり、他の食品とは、はっきり違いがあることがわかった。便利さ(図4)については、7種の食品とも全て相当に便利に集中した

イメージが持たれ、非常によく似た度数分布であった。

個々のインスタント食品の8組の刺激語によるイメージ構成を1つのイメージパターンとして、イメージのパターン類似率(Pattern Similarity)を算出し、表2に示した。パターン類似率の水準については、田村ら¹⁸⁾や内野¹⁹⁾が報告しているが、本集計では内野が採用している4つの水準、(1)似ている(1~0.995)、(2)やや似ている(0.994~0.990)、(3)やや似ていない(0.989~0.970)、(4)似ていない(0.969~0)に基づいて検討を行った。冷凍コロッケと粉末ポタージュスープ・冷凍焼売、冷凍ハンバーグと粉末ポタージュスープ、粉末ポタージュスープと冷凍焼売、の以上4組は0.999の値で、非常によく似たイメージパターンである。粉末味噌汁は他の6種の食品とのパターン類似率が全て0.969以下で、いずれの食品とも似ていないことがわかった。

つぎに住所地を人口15万以上の都市、人口15万未満の都市、町村の3つの地域に区分し地域によるイメージの差を検定した結果、人口15万以上の都市で、冷凍コロッケ・ハンバーグの利便性が他地域より評価されており、またレトルト食品のカレーで、町村の方がより高価とされていたのみで、他の刺激語では有意差が認められなかった。

食事担当者の職業をパートなども含め何らかの職業をもっている人を有職とし、職業の有無による差を調べた結果、袋入りラーメンの価格にのみ有意差が認められ、有職の方が無職より高価とされていた。

1人当たりの1カ月の食費を1万円以下、1~2万円、2~3万円、3万円以上の4段階に分類し、検定の

図3 インスタント食品の「健康に悪いー健康に良い」のイメージの度数分布

図4 インスタント食品の「不便ー便利」のイメージの度数分布

表 2 インスタント食品のイメージのパターン類似率

冷凍ハンバーグ	0.997					
レトルト食品のカレー	0.993	0.997				
粉末ポタージュスープ	0.999	0.999	0.994			
粉末味噌汁	0.966	0.956	0.963	0.954		
冷凍焼売	0.999	0.997	0.992	0.999	0.954	
袋入りラーメン	0.989	0.983	0.981	0.983	0.968	0.987

	冷凍 コロッケ	冷凍 ハンバーグ	レトルト 食品の カレー	粉末ポター ジュスープ	粉末 味噌汁	冷凍焼売
--	------------	-------------	--------------------	----------------	-----------	------

表 3 インスタント食品の知悉率

N=157

		冷凍 コロッケ	冷凍 ハンバーグ	粉末ポター ジュスープ	粉末 味噌汁
総 計		99.4	96.9	90.4	98.1
住 所 地 域 区 分	人口15万以上の都市	93.7	93.7	89.9	98.8
	人口15万未満の都市	100.0	100.0	90.0	97.5
	町 村	100.0	100.0	91.7	97.2
職 業 の 有 無	有 職	100.0	96.1	88.2	97.4
	無 職	98.8	97.5	92.5	98.8
1人当たりの 1カ月食費	1万円以下	100.0	100.0	61.5	92.3
	1～2万円	100.0	95.1	91.5	97.6
	2～3万円	100.0	97.6	92.9	100.0
	3万円以上	92.8	100.0	100.0	100.0

結果、嗜好・健康・栄養価については有意差は認められなかった。冷凍コロッケ・ハンバーグ・粉末味噌汁の価格に、1万円以下の階層で有意差が認められ、他の階層より高いと思われていた。利便性についてもレトルト食品のカレーは1万円以下の階層でより便利と思われていた。

3. インスタント食品の知悉率及び使用状況

a. 知 悉 率

7種のインスタント食品の知悉率を表3に示した。レトルト食品のカレー・冷凍焼売・袋入りラーメンは全員が知っており、粉末ポタージュスープは最も知られていなかった。住所地別でみると、粉末味噌汁以外は町村の方が知悉率が高い傾向がみられた。職業別では特に大きな差はなかった。食費別でみると、1万円以下の階層で粉末ポタージュスープが著しく低かった。

b. 喫 食 経 験 率

7種のインスタント食品の喫食経験率を表4に示した。袋入りラーメンが最も高く、粉末ポタージュスープは知悉率同様に最も低かった。住所地別にみると、あまり大差はみられないが、冷凍コロッケ・粉末味噌汁・冷凍焼売・袋入りラーメンは都市より町村の方が高かった。職業別にみると、大きな差はないが、粉末ポタージュスープ・粉末味噌汁は無職の方が高く、冷凍コロッケ・冷凍ハンバーグ・冷凍焼売は有職者の方が高かった。食費別にみると、袋入りラーメンは階層に関係なく同じように食べられているが、粉末ポタージュスープは食費が高い階層ほどよく食べられている。

表 4 インスタント食品の喫食経験率

N=157

		冷 コ ロ ッ ケ	凍 ハ ン パ ー グ	レ ト ル ト 食 品 の カ レ ー	粉 末 ボ タ ー ジ ュ ス ー プ	粉 末 味 噌 汁	冷 凍 焼 売	袋 入 り ラ ー メ ン
総 計		85.4	75.8	71.3	59.9	73.9	86.6	98.7
住 所 地 域 区 分	人 口 15 万 以上の都市	73.4	73.4	77.2	64.6	73.4	86.1	98.8
	人 口 15 万 未満の都市	82.5	82.5	65.0	55.0	67.5	87.5	97.5
	町 村	88.9	75.0	63.9	52.8	80.6	88.9	100.0
職業の有無	有 職	88.2	78.9	59.2	68.4	60.5	89.5	98.7
	無 職	82.5	73.8	61.3	73.8	73.8	83.8	98.8
1 人 当 た り の 1 カ 月 食 費	1 万円以下	61.5	84.6	53.8	30.8	84.6	84.6	100.0
	1 ～ 2 万円	95.1	74.4	67.1	58.5	67.1	91.5	98.8
	2 ～ 3 万円	78.6	78.6	81.0	59.5	85.7	90.5	97.6
	3 万円以上	71.5	71.5	78.6	78.6	64.3	64.3	100.0

表 5 インスタント食品の1カ月の使用回数

N=157 (%)

回数	冷 コ ロ ッ ケ	凍 ハ ン パ ー グ	レ ト ル ト 食 品 の カ レ ー	粉 末 ボ タ ー ジ ュ ス ー プ	粉 末 味 噌 汁	冷 凍 焼 売
0	30(19.1)	37(23.6)	83(52.8)	43(27.4)	73(46.6)	23(14.6)
1～3	90(57.4)	84(53.6)	40(25.4)	82(52.3)	51(32.5)	99(63.1)
4～6	16(10.2)	12(7.6)	7(4.6)	5(3.2)	4(2.5)	15(9.6)
7～9	2(1.3)	3(1.9)	0	0	1(0.6)	2(1.3)
10～12	6(3.8)	4(2.5)	0	1(0.6)	1(0.6)	4(2.5)
13～15	1(0.6)	0	0	0	0	0
16～18	0	0	0	0	0	0
19～21	0	0	0	1(0.6)	0	0
無回答	12(7.6)	17(10.8)	27(17.2)	25(15.9)	27(17.2)	14(8.9)

表 6 袋入りラーメンの年代別喫食状況

N=620 (%)

	10歳代		20歳代		30歳代		40歳代		50歳代		60歳代	
	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女
1日1回以上 {	3	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
	(5.0)		(3.3)				(1.6)					
3日に1回 {	8	6	3	1	0	0	1	3	1	0	1	2
	(13.3)(4.5)	(10.0)(1.2)					(1.6)(2.6)	(1.7)			(5.6)(5.7)	
1週間に1回 {	20	38	11	17	1	0	7	9	8	2	1	1
	(33.3)(28.4)	(36.7)(20.5)	(33.3)				(11.5)(7.8)	(13.3)(11.8)	(5.6)(2.9)			
1カ月に1回 {	26	76	11	44	2	4	25	71	27	4	2	10
	(43.4)(56.7)	(36.7)(53.0)	(66.7)(100.0)				(41.0)(61.7)	(45.0)(23.5)	(11.1)(28.6)			
全然食べない {	3	14	4	21	0	0	27	32	24	11	14	22
	(5.0)(10.4)	(13.3)(25.3)					(44.3)(27.9)	(40.0)(64.7)	(77.7)(62.8)			
計	60	134	30	83	3	4	61	115	60	17	18	35

c. 利用状況

家庭におけるインスタント食品の利用状況を図5に示した。カレーと味噌汁はインスタント食品を使わず必ず自分で作る人が過半数を越えているが、焼売では低く、インスタント食品の利用が他に比べて高くなっている。住所別別にその1部を図6に掲げた。ハンバーグと焼売は、町村でのインスタント食品の使用頻度が高く、ポタージュスープは都市での使用頻度が高くなっている。職業別では、コロッケ・ハンバーグ・ポタージュスープ・焼売のいずれの場合も有職者の方が無職よりインスタント食品を使用する頻度が高くなっている。食費別にみると、ハンバーグ・ポタージュスープ・焼売は1～2万円の階層が他の階層より使用頻度が高いことがわかった。

d. 使用回数

6種のインスタント食品の1カ月の使用回数の分布を表5に示した。また1カ月の平均使用回数は、多い順に、冷凍コロッケ3.1回、冷凍ハンバーグ2.9回、冷凍焼売2.8回、粉末ポタージュスープ及び粉末味噌汁は2.5回、レトルト食品のカレー2.4回であった。住所別・職業別にも検討したが、検定の結果、差は認められなかった。食費別にみると、冷凍焼売のみに、1～2万円が2.6回、3万円以上が1.4回で有意差が認められ、1～2万円の階層での1カ月の平均使用回数が多いことが確められた。

e. ラーメンの喫食状況

ラーメンは間食・夜食などにも用いられ、喫食状況が家族の中で異なると

図5 インスタント食品の利用状況

図6 住所地の地域区分による利用状況

考えられるので、家族全員の喫食状況を年代別、性別に調べ、表6に示した。短大生の家庭であるため30歳代が非常に少ないなど、世帯構成に片寄りはみられたが、10歳代の男子が最も多く食べており、ついで20歳代の男子であった。全然食べない人は、50歳代女子、60歳男女で過半数を越えている。住所地、職業、食費別にも検討を行ったが、差はみられなかった。

考 察

インスタント食品の知悉率・喫食経験率は、ともに著者らが考えていたよりも高く、しかも地域差が少なく、むしろ町村の方が高い現状からみて、インスタント食品の家庭における普及が、かなり進んできていることが考えられる。そのことは、最近の全国的に共通しているテレビの広告や地方におけるスーパーマーケットの進出などによる影響が大きいのではないかと考えられる。

7種のインスタント食品のイメージは、全体的にみると、「相当に便利」、「やや貧弱」が、共通してもたれており、インスタント食品の利便性のイメージが定着してきていることが考えられる。また、嗜好と味のイメージは共通性が高く、しかも利用状況との関連が深いように考えられる。利便性が重要視されているインスタント食品ではあるが、これに加えて嗜好と味によって選択し利用されていると考えられる。

著者らは、インスタント食品の利便性、保存性などを生かして適切な利用をすることが好ましいと考えているが、この調査による1カ月の使用回数をみると、全然使用しない人がある反面、使用回数の非常に高い人(粉末ポタージュスープ20回、冷凍コロッケ15回、冷凍ハンバーグ・焼売・粉末味噌汁10回以上)もあったので、その栄養価や食品添加物の影響などの不安が感じられる。

今後ますますインスタント食品の種類が増加し、利用も増すと考えられるが、良心的な食品の開発と消費者の適切な利用について、栄養指導の必要性を感じた。

要 約

著者らは、インスタント食品を広義にとらえ、その中から7種を選択し、それらについてS.D.法を用いてイメージを測定し、また、知悉率・喫食経験率・利用状況・使用回数などを調査し、統計的に処理し分析を行った。また、住所地別、職業別、食費別にも分類して比較検討した結果、次のことがわかった。

- 1) 7種のインスタント食品のイメージは、便利さが高く評価されている反面、やや貧弱だという印象が共通して持たれており、味については、冷凍ハンバーグ・レトルト食品のカレー・粉末味噌汁で二峰性がみられた。また、健康に対する印象は袋入りラーメンにのみ、健康に悪いイメージが強く持たれていた。住所地別・職業の有無・食費別には、あまり大きな差はみられなかった。
- 2) インスタント食品の普及が進んでおり、都市部よりむしろ町村の方が知悉率・喫食経験率ともに高い傾向がみられた。
- 3) 家庭において、カレーと味噌汁はまだ手作りされることが多いが、一般にインスタント食品がかなり浸透していることがわかった。
- 4) ラーメンは、年代別、性別による影響が大きく、10歳代男子・20歳代男子が多く喫食していた。

(本研究の要旨は第24・25回日本栄養改善学会において発表した)

文 献

- 1) 岡部 巍, 口羽章子: インスタント食品, 1 (1967) 医歯薬出版
- 2) 吉川誠次: 大日本百科事典, 2, 399 (1968) 小学館
- 3) 井上吉之, 他: 日本食品事典, 407 (1969) 医歯薬出版
- 4) 桜井芳人: コンビニエンス・フッズ, 柴田書店
- 5) 山口喜久男: 食生活革新産業, 44 (1976) 東洋経済新報社
- 6) Arnold. E. Bender: 栄養・食品用語事典, 135 (1967) 光琳書院
- 7) 木原芳次郎: 世界大百科事典, 2, 545 (1978) 平凡社
- 8) 南 純一: 日本食品工業学会近畿支部結成10周年記念シンポジウム要旨集, 39 (1978)
- 9) 日本即席食品工業協会: 即席めんの需要構造調査 (1977) 11月
- 10) 天野慶之: 日本食品工業学会近畿支部結成10周年記念シンポジウム要旨集, 51 (1978)
- 11) 堤陽太郎: レトルト食品のすべて, 53 (1977) 日本衛生技術研究会
- 12) 荒井光雄: 集団給食の嗜好度測定, 69 (1966) 労働法学出版
- 13) 中島順一, 他: 第32回日本栄養・食糧学会一般講演要旨集, 5 (1978)
- 14) 片山喜美子, 他: 栄養学雑誌, 33, 13, 1 (1975)
- 15) 田村真八郎, 大沢文江: 栄養と食糧, 22, 494 (1969)
- 16) 自治省: 住民基本台帳調査 (1977)
- 17) 立川 清: 治療効果の統計的判定, 30 (1972) 第一出版
- 18) 田村真八郎, 他: 栄養と食糧, 22, 56, 2 (1969)
- 19) 内野澄子: 人口変動と食生活, 56 (1977) 第一出版

(受付: 昭和54年2月28日)