コンビニエンス・ストアの利用の実態と食生活状況

難 波 敦 子^{*1}, 尾 立 純 子^{*2}, 浅 野 真 智 子^{*3}, 瓦 家 千 代 子^{*4},
島 田 豊 治^{*5}, 深 蔵 紀 子^{*6}, 安 田 直 子^{*7}, 山 本 悦 子^{*8}

^{*1} 常磐会短期大学, ^{*2} 大阪市立環境科学研究所付設栄養専門学校, ^{*3} 大阪国際女子大学,
^{*4} 元大阪市立環境科学研究所付設栄養専門学校, ^{*5} 東大阪短期大学, ^{*6} 大阪国際女子短期大学,
^{*7} 金蘭短期大学, ^{*8} 大阪女子学園短期大学

The Actual Circumstances of Use at Convenience-Stores and Situation of Dietary Life

Atsuko Nanba^{*1}, Junko Odachi^{*2}, Machiko Asano^{*3}, Chiyoko Kawaraya^{*4},
Toyoharu Shimada^{*5}, Noriko Fukakura^{*6}, Naoko Yasuda^{*7} and Etsuko Yamanoto^{*8}
^{*1} Tokiwakai Junior College; ^{*2} College of Osaka City Institute
of Public Health and Environmental Sciences; ^{*3} Osaka International Women's College;
^{*4} College of Osaka City Institute of Public Health and Environmental Sciences (retd.);
^{*5} Higashiosaka Junior College; ^{*6} Osaka International Women's Junior College;
^{*7} Kinran Junior College; ^{*8} Osaka Jyosigakuen Junior College

緒 言

コンビニエンス・ストア(以下、コンビニ)は、大規模店が提供できないような便利さ(コンビニエンス)を顧客に提供することを目的にした小型スーパーストア¹⁾として、近年全国どの地域でもみられるようになってきた。1969年に最初の1店舗ができて以来、1998年には全国で51,575店舗と急成長を遂げ、その売上高の41.9%が食品関係であるといわれる²⁾。弁当やパン類等食事に關するもの、お菓子等おやつ類、飲み物、酒類等々、種類は少ないものの、食事のための必要最低限の品を得ることができる。また、購入した食品をその場で温めたり、湯を提供する等のサービスもある。

コンビニは、24時間、あるいは夜遅くまで営業していることから、以前は若者が利用する店との印象が強かったが、今では性・年齢に関係なく利用されており、

我々の食生活に大きな役割を占めつつあるのではないかと考えられる。若い年代のコンビニの利用状況についての報告は見受けられるものの³⁻⁵⁾、幅広い年齢階層についての報告はみられない。そこで、本研究ではコンビニでの食品購入の実態やコンビニ利用の将来等を、性別、年齢階層別に調査した。また、コンビニ利用と食生活状況、生活習慣や健康状況との関連についても検討した。

方 法

1. 対象と調査期間

対象者は、大阪府下の大学、短期大学、専門学校に在学する学生の周辺に住む人々の中から抽出した。調査員である学生には、調査対象者の性、年齢階層を指定し、できるだけそれに近い対象者を探させ、偏りが生じないようにした。期間は平成10年12月から11月1月で、留

表1 調査対象者

(人)

	10歳代		20歳代		30歳代		40歳代		50歳代		60歳代以上		計		総計
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	
常勤	3	0	55	11	75	29	81	15	95	18	15	6	324	79	403
パートタイム・アルバイト	9	3	10	8	3	31	0	57	3	33	6	5	31	137	168
内職・家庭内アルバイト	0	0	1	1	0	3	0	7	0	1	0	0	1	12	13
自家就業・自由業	1	1	3	0	9	3	21	19	17	13	14	4	65	40	105
学生・生徒	91	102	50	102	1	2	0	0	0	0	0	0	142	206	348
専業主婦	0	1	0	0	0	18	0	48	0	36	0	19	0	122	122
無職	0	1	3	0	0	1	0	0	1	1	32	34	36	37	73
その他	1	0	3	1	2	4	0	1	2	1	1	6	9	13	22
計	105	108	125	123	90	91	102	147	118	103	68	74	608	646	1,254

め置き方式により調査を行った。調査対象者は表1のとおりである。

2. 調査項目

(1) 利用状況

① 利用の有無：コンビニ利用の有無の回答と、利用なしの者はその理由として“近くにない”、“価格が高い”、“品数が少ない”、“何となく”、“その他”から1項目選択させた。

② 利用回数：“毎日のよう”から“ほとんどない”まで6段階の中から選択させた。

③ 利用理由：理由として考えられる13項目を示し、その中から3項目までを選択させた。

④ 購入品目：コンビニで販売されている主たる食品17品目を選び、その中から購入経験のある品目全てを選択させた。

⑤ 料理別利用頻度と満足度：購入経験のある品目のうち、食事時に食されることが多いと思われるおにぎり、弁当、おかず、サラダについて調査をした。利用頻度は②と同様に6段階とし、満足度は“かなり満足”から“かなり不満”までの4段階と“分からない”から選択させた。

(2) コンビニ利用の有無と食生活状況・生活習慣・健康状況との関連

食生活状況は、朝昼夕の喫食状況や食品のとり方等の普段の食生活について33項目を、生活習慣は、睡眠・休息・運動についてや家族との食事等20項目を、そして、健康状況は、疲れやすい等身体の症状やイライラする等の精神的な症状等19項目を調査した。回答は“は

い”、“どちらかというとはい”、“どちらともいえない”、“どちらかというといえ”、“いいえ”とした。このうち“はい”、“どちらかというとはい”を合わせ集計した。本論文には集計結果、高率を示した食生活状況8項目、生活習慣4項目、そして健康状況7項目を示した。

(3) コンビニに望むことや将来の利用

① コンビニに望むことや改良して欲しいこと：8項目を設定した。当てはまる項目全てを選択させた。

② コンビニ利用の将来：“もっと利用”、“少なくなる”、“現在と変わらない”から1項目を選択させた。

3. 集計と統計処理

性別、年齢階層別に集計をした。料理別利用頻度と満足度、コンビニ利用の有無と食生活状況・生活習慣・健康状況の4項目は、年齢階層別で0となる階層が多かったため、性別のみ集計した。

男女間及び年齢階層別の差は χ^2 検定、段階的な回答項目のある設問についてはスピアマン順位相関係数による検定を行った⁶⁾。

結 果

1. コンビニの利用状況

(1) コンビニ利用の有無

コンビニの性別、年齢階層別平均利用率を図1に示した。男性の平均利用率は85.0%、女性は83.9%であり、男女間の差はみられず、全体としては84.4%の者が利用していた。年齢階層別にみると、10歳代から30歳代では90%以上の利用率であったが、40歳代以降は減少傾向がみられ、60歳代以上では約45%であった。

図1 コンビニ利用の有無

年齢階層間では表2のとおり、10歳代と20歳代、20歳代と30歳代、40歳代と50歳代では差は認められなかったが、10歳代では30歳代以降のどの年齢階層に比べても利用率が高く、60歳代以上ではどの年齢階層より利用率は低く、差が認められた。

利用しない人の理由は“何となく”36.5%，“近くにない”21.8%が多かった(図2)。女性では“価格が高い”を挙げる者が男性に比べ高い割合を示した($p < 0.001$)。

(2) 利用回数

利用している者の利用回数は、全体では“週に1～2回”が一番多く26.6%，“毎日のよう”が10.4%であった(表3)。20歳代男性では“毎日のよう”に利用している者は24%であった。そして、10歳代の男女、20歳代の男性は、80%以上の人が1週間のうちに1度は何らかの理由でコンビニを利用していた。年齢階層間では、10歳代は50歳代、60歳代以上に比べ利用回数の割合が高く、差が認められた($p < 0.05$)。同様に、20歳代は40歳代($p < 0.05$)と60歳代以上($p < 0.01$)との間に

表2 コンビニ利用の有無—年齢階層別検定結果—

	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代以上
10歳代	/					
20歳代	ns	/				
30歳代	6.9**	ns	/			
40歳代	41.9***	46.2***	18.5***	/		
50歳代	50.5***	56.0***	24.7***	ns	/	
60歳代以上	136.6***	152.2***	93.6***	46.7***	33.9***	/

** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$, ns: 有意差なし (χ^2 検定による)

差が認められ、20歳代のほうが利用率が高かった。男女間で順位に差が認められたのは、10歳代、30歳代、40歳代、60歳代以上であり、男性のほうが女性に比べ利用回数が多かった。

(3) 利用理由

利用理由は、13項目の中から3項目の複数回答とした(表4)。全体で1位は“食事・おやつ”で50.4%、2位は“突然必要”40.0%、3位は“遅くまで開いている”37.2%であった。性別にみると、女性が男性に比べて高い割合を示した項目は、“突然必要”45.4%であり、男性は34.2%であった($p < 0.001$)。また、“買い忘れ”も女性31.9%に対し男性13.7%と差が認められた($p < 0.001$)。年齢階層別にみると、特に高い割合になったのは、10歳代、20歳代の若い世代では“食事・おやつ”

図2 コンビニを利用しない理由

表3 利用回数

	人(%)												計		総計
	10歳代 ^{a,ac}		20歳代 ^{a,b,***d}		30歳代 ^a		40歳代 ^{a,b}		50歳代 ^{a,n}		60歳代以上 ^{a,*,c,***d}		男性	女性	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	
	105	106	121	123	86	85	83	116	91	78	31	34	517	542	1,059
毎日のよう	18	19	29	18	13	4	2	1	4	2	0	0	66	44	110
	(17.1)	(17.9)	(24.0)	(14.6)	(15.1)	(4.7)	(2.4)	(0.9)	(4.4)	(2.6)	(0)	(0)	(12.8)	(8.1)	(10.4)
週に3～4回	44	21	43	35	19	12	7	8	4	6	2	4	119	86	205
	(41.9)	(19.8)	(35.5)	(28.5)	(22.1)	(14.1)	(8.4)	(6.9)	(4.4)	(7.7)	(6.5)	(11.8)	(23.0)	(15.9)	(19.4)
週に1～2回	23	38	25	46	27	26	24	21	28	7	11	6	138	144	282
	(21.9)	(35.8)	(20.7)	(37.4)	(31.4)	(30.6)	(28.9)	(18.1)	(30.8)	(9.0)	(35.5)	(17.6)	(26.7)	(26.6)	(26.6)
月に2～3回	8	11	13	12	13	18	23	39	24	24	5	9	86	104	190
	(7.6)	(10.4)	(10.7)	(9.8)	(15.1)	(21.2)	(27.7)	(33.6)	(26.4)	(30.8)	(16.1)	(26.5)	(16.6)	(19.2)	(17.9)
稀にある	9	12	8	8	10	4	20	38	27	32	12	13	86	107	193
	(8.6)	(11.3)	(6.5)	(6.5)	(11.6)	(4.7)	(24.1)	(32.8)	(29.7)	(41.0)	(38.7)	(38.2)	(16.6)	(19.7)	(18.2)
ほとんどない	3	0	2	1	3	0	4	8	4	5	2	2	18	16	34
	(2.9)	(0)	(0.8)	(0.8)	(3.5)	(0)	(4.8)	(6.9)	(4.4)	(6.4)	(6.5)	(5.9)	(3.5)	(3.0)	(3.2)

^a 性別間で有意差あり ($p < 0.05$)。^{a-d} 同一文字間で有意差あり (* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$)。

表 4 利用理由

人(%)

	10歳代**abcde		20歳代**afgh		30歳代**bij		40歳代**cfi		50歳代**dgi		60歳代以上**eh		性別計		総計
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	
	105	106	121	123	86	85	83	116	91	78	31	34	517	542	1,059
1. 食事・おやつ	79	78	87	91	44	26	35	25	32	15	8	12	285	247	532
	(75.2)	(73.6)	(71.9)	(74.0)	(51.1)	(30.6)	(42.2)	(21.6)	(35.2)	(19.2)	(25.8)	(35.3)	(55.1)	(45.8)	(50.4)
2. 食事をつくるのが面倒	6	4	10	11	11	3	0	3	3	1	2	1	32	23	55
	(5.7)	(3.8)	(8.3)	(8.9)	(12.8)	(3.5)	(0)	(2.6)	(3.3)	(1.3)	(6.5)	(2.9)	(6.2)	(4.2)	(5.2)
3. 買い忘れ***	8	5	7	16	25	36	17	62	17	37	7	17	71	173	244
	(7.6)	(4.7)	(5.8)	(13.0)	(29.1)	(42.4)	(20.5)	(53.4)	(18.7)	(47.4)	(22.6)	(50.0)	(13.7)	(31.9)	(23.1)
4. 場所が便利	15	16	21	28	19	30	12	13	16	7	12	6	95	90	185
	(14.3)	(15.1)	(17.4)	(22.8)	(22.1)	(35.3)	(14.5)	(11.2)	(17.6)	(9.0)	(38.7)	(17.6)	(18.4)	(16.6)	(17.5)
5. 遅くまで開いている	33	24	66	39	47	43	26	45	33	22	8	8	213	181	394
	(31.4)	(22.6)	(54.5)	(31.7)	(54.7)	(50.6)	(31.3)	(38.8)	(36.3)	(28.2)	(25.8)	(23.5)	(41.9)	(33.4)	(37.2)
6. コピー機がある***	16	48	16	31	8	23	14	16	17	20	9	4	80	142	222
	(15.2)	(45.3)	(13.2)	(25.2)	(9.3)	(27.1)	(16.9)	(13.8)	(18.7)	(25.6)	(29.0)	(11.8)	(15.5)	(26.2)	(21.0)
7. 毎日買い物を するものがある	1	2	6	0	2	0	1	0	3	0	1	0	14	2	16
	(0.9)	(1.9)	(5.0)	(0)	(2.3)	(0)	(1.2)	(0)	(3.3)	(0)	(3.2)	(0)	(2.7)	(0.4)	(1.5)
8. ここしか売っていない	1	1	3	1	0	1	2	2	0	1	1	0	7	6	13
	(0.9)	(0.9)	(2.5)	(0.8)	(0)	(1.2)	(2.4)	(1.7)	(0)	(1.3)	(3.2)	(0)	(1.4)	(1.1)	(1.2)
9. 何となく	51	47	44	45	8	6	7	3	9	2	0	3	119	106	225
	(48.6)	(44.3)	(36.4)	(36.6)	(9.3)	(7.1)	(8.4)	(2.6)	(9.9)	(2.6)	(0)	(8.8)	(23.0)	(19.6)	(21.2)
10. おいしい物がある	10	3	1	6	1	5	1	1	2	0	0	0	15	15	30
	(9.5)	(2.8)	(0.8)	(4.9)	(1.2)	(5.9)	(1.2)	(0.9)	(2.2)	(0)	(0)	(0)	(2.9)	(2.8)	(2.8)
11. 突然必要***	19	29	29	34	27	39	42	81	48	48	12	15	177	246	423
	(18.1)	(27.4)	(24.0)	(27.6)	(31.4)	(45.9)	(50.6)	(69.8)	(52.7)	(61.5)	(38.7)	(44.1)	(34.2)	(45.4)	(40.0)
12. 駐車場がある	0	0	4	1	5	2	3	1	3	2	3	0	18	6	24
	(0)	(0)	(3.3)	(0.8)	(5.8)	(2.4)	(3.6)	(0.9)	(3.3)	(2.6)	(9.7)	(0)	(3.5)	(1.1)	(2.3)
13. その他	10	5	2	8	9	5	5	4	4	8	0	1	30	31	61
	(9.5)	(4.7)	(1.6)	(6.5)	(10.5)	(5.9)	(6.0)	(3.4)	(4.4)	(10.3)	(0)	(2.9)	(5.8)	(5.7)	(5.8)

*** 性別間で有意差あり ($p < 0.001$)。 ** 同一文字間で有意差あり ($p < 0.01$)。

や“何となく”であり、40歳代、50歳代では“突然必要”となった。特に、10歳代は、全ての年齢階層間に対して利用理由に差が認められた ($p < 0.01$)。

(4) 購入品目

食品に関する購入品目を表5に示した。全体で第1位はパン購入で73.9%と高く、2位はおにぎりの68.0%であった。4位である弁当は、“利用したことがある”者は全体で64.9%であったが、10歳代男性では81.9%と高率であった。牛乳、パン、サラダの購入割合は、男性に比べ女性が有意に高かった ($p < 0.001$)。カップラーメン等レトルト食品は、男性の購入割合が高く ($p < 0.001$)、かつ若年齢者層で利用率が高い傾向がみられた。

年齢階層別では、パンが1位になったのは30歳代、40歳代、50歳代、そして60歳代以上の女性であるのに対し、40歳代、50歳代、そして60歳代以上の男性では弁当が1位になった。10歳代、20歳代そして30歳代の男性は清涼飲料水が1位であるが、女性は10歳代はお

にぎり、20歳代はお菓子、30歳代はパンとなった。

(5) 料理別利用頻度と満足度

購入品目17種類の中からおにぎり、弁当、おかず、サラダについて、利用回数と満足度を男女別に集計した(表6)。どの品目も男女とも少数ではあるが、“毎日のよう”に利用している者もあり、おにぎりや弁当では50%以上の人が満足していた。しかし、どの品目でも少数ではあるが“不満”をもっている者がいた。性別で順位の相関を検定したところ、おにぎり、サラダで男性のほうが女性に比べ利用頻度が高い割合になった ($p < 0.05$)。また、満足度では、おにぎりでは女性のほうが男性に比べ満足度が高く ($p < 0.01$)、弁当でも同様の傾向 ($p < 0.05$) が認められた。

2. コンビニ利用の有無と食生活・生活習慣・健康状況との関連

表7のとおり、コンビニ利用の有無別食生活状況については、男女間で“間食の食べ過ぎ”、“食事をするのが

表5 購入品目

人(%)

	10歳代		20歳代		30歳代		40歳代		50歳代		60歳代以上		性別計		総計
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	
	105	106	121	123	86	85	83	116	91	78	31	34	517	542	1,059
1. 弁当	86 (81.9)	72 (67.9)	89 (73.5)	89 (72.4)	58 (67.4)	61 (71.8)	63 (75.9)	53 (45.7)	50 (54.9)	39 (50.0)	13 (41.9)	14 (41.2)	359 (69.4)	328 (60.5)	687 (64.9)
2. パン***	92 (87.6)	90 (84.9)	92 (76.0)	108 (87.8)	62 (72.1)	68 (80.0)	47 (56.6)	92 (79.3)	45 (49.5)	55 (70.5)	11 (35.5)	21 (61.8)	349*** (67.5)	434*** (80.1)	783 (73.9)
3. お菓子**	91 (76.7)	91 (85.8)	90 (74.4)	110 (89.4)	48 (55.8)	60 (70.6)	35 (42.2)	69 (59.5)	26 (28.6)	31 (39.7)	5 (16.1)	20 (58.8)	295*** (57.1)	361*** (66.6)	656 (61.9)
4. おかず	17 (16.2)	22 (20.8)	27 (22.3)	34 (27.6)	16 (18.6)	17 (20.0)	5 (6.0)	19 (16.4)	8 (8.8)	6 (7.7)	3 (9.7)	5 (14.7)	76 (14.7)	103 (19.0)	179 (16.9)
5. サラダ***	40 (38.1)	54 (50.9)	41 (33.9)	70 (56.9)	16 (18.6)	27 (31.8)	4 (4.8)	19 (16.4)	8 (8.8)	6 (7.7)	2 (6.5)	2 (5.9)	111*** (21.5)	178*** (32.8)	289 (27.3)
6. うどん・麺類	33 (31.4)	31 (29.2)	35 (28.9)	42 (34.1)	14 (16.3)	21 (24.7)	11 (13.3)	18 (15.5)	7 (7.7)	7 (9.0)	3 (9.7)	3 (8.8)	103 (19.9)	122 (22.5)	225 (21.2)
7. おでん	32 (30.5)	35 (33.0)	29 (24.0)	46 (37.4)	14 (16.3)	18 (21.2)	10 (12.0)	11 (9.5)	6 (6.6)	7 (9.0)	2 (6.5)	5 (14.7)	93 (18.0)	122 (22.5)	215 (20.3)
8. 中華まん	69 (65.7)	64 (60.4)	55 (45.5)	75 (61.0)	27 (31.4)	37 (43.5)	10 (12.0)	31 (26.7)	12 (13.2)	12 (15.4)	2 (6.5)	6 (17.6)	175 (33.7)	225 (41.5)	400 (37.8)
9. 唐揚げ	75 (71.4)	62 (58.5)	61 (50.4)	63 (51.2)	21 (24.4)	28 (32.9)	11 (13.3)	20 (17.2)	5 (5.5)	7 (9.0)	2 (6.5)	5 (14.7)	175 (33.8)	185 (34.1)	360 (34.0)
10. 清涼飲料水	97 (92.4)	92 (86.8)	100 (82.6)	107 (87.6)	65 (75.6)	60 (70.6)	46 (55.4)	60 (51.7)	39 (42.9)	26 (33.3)	6 (19.4)	10 (29.4)	353 (68.2)	355 (65.5)	708 (66.9)
11. おにぎり	96 (91.4)	95 (89.6)	88 (72.7)	107 (87.0)	54 (62.8)	65 (76.5)	48 (58.7)	66 (56.9)	37 (40.7)	39 (50.0)	9 (29.0)	16 (47.1)	332 (64.2)	388 (71.6)	720 (68.0)
12. 冷凍食品	17 (16.2)	16 (15.1)	20 (16.5)	21 (17.1)	9 (10.5)	7 (8.2)	9 (10.8)	15 (12.9)	3 (3.3)	4 (5.1)	2 (6.5)	2 (5.9)	60 (11.6)	65 (12.0)	125 (11.8)
13. 調味料	15 (14.3)	14 (13.2)	17 (14.0)	15 (12.2)	10 (11.6)	12 (14.1)	4 (4.8)	14 (12.1)	1 (1.1)	9 (11.5)	1 (3.2)	2 (5.9)	48 (9.3)	76 (14.0)	124 (11.7)
14. カップラーメン等 レトルト食品***	67 (63.8)	44 (41.5)	69 (57.0)	56 (45.5)	39 (45.3)	28 (32.9)	28 (33.7)	26 (22.4)	22 (24.2)	8 (10.3)	5 (16.1)	5 (14.7)	230 (44.5)	167 (30.8)	397 (37.5)
15. 果物・生鮮食品	15 (14.3)	19 (17.9)	17 (14.0)	21 (17.1)	6 (7.0)	12 (14.1)	3 (3.6)	12 (10.3)	1 (1.1)	5 (6.4)	1 (3.2)	3 (8.8)	43 (8.3)	72 (13.3)	115 (10.9)
16. 牛乳***	50 (47.6)	48 (45.3)	40 (33.1)	71 (57.7)	40 (46.5)	49 (57.6)	26 (31.3)	53 (45.7)	19 (20.9)	35 (44.9)	6 (19.4)	19 (55.9)	181 (35.0)	275 (50.7)	456 (43.1)
17. アルコール	37 (35.2)	37 (34.9)	58 (47.9)	61 (49.6)	37 (43.0)	22 (25.9)	16 (19.3)	23 (19.8)	17 (18.7)	7 (9.0)	7 (22.6)	4 (11.8)	172 (33.3)	154 (28.4)	326 (30.8)

、* “性別計”の性別間で有意差あり (** $p < 0.005$, *** $p < 0.001$)。

面倒である”の2項目に差が認められ、いずれも利用あり群で高い割合となった。全体で1位は、利用あり群では“間食の食べ過ぎ”40.5%であったが、利用なし群では、“生野菜を全く食べない”37.2%となり、コンビニ利用の有無別に差が認められた ($p < 0.001$)。

生活習慣として挙げた項目で、コンビニ利用の有無では男女間や全体で有意差は認められなかった。しかし、全体では利用なし群は利用あり群に比べ、全ての項目でその割合は高い傾向を示した。健康状況は、コンビニ利用の有無別で男女差はなかった。しかし、総計では、7

項目とも利用あり群が利用なし群に比べ高い割合になり、全体としては差が認められた ($p < 0.01$)。このことから、利用あり群は利用なし群に比較し、健康状況は良好でないことがうかがわれた。

そこで、コンビニ利用者の食生活状況、生活習慣、健康状況に及ぼす要因の1つとして考えられるコンビニ利用の時間帯を、利用回数が“毎日のよう”、“週3～4回”と回答した者について調べたのが図3である。年齢階層別では、男性の10歳代は12時から17時での利用が高く、ほかの年齢階層と差が認められた ($p < 0.01$)。そして、

表 6 料理別利用頻度と満足度

	人(%)							
	おにぎり		弁当		おかず		サラダ	
	男性 332	女性 388	男性 359	女性 328	男性 76	女性 103	男性 111	女性 178
〈利用頻度〉								
1. 毎日のよう	13 ^a (3.9)	12 ^a (3.1)	24 (6.7)	6 (1.8)	4 (5.3)	2 (1.9)	3 ^b (2.7)	5 ^b (2.8)
2. 週に3～4回	34 (10.2)	27 (7.0)	36 (10.0)	26 (7.9)	3 (3.9)	6 (5.8)	3 (2.7)	4 (2.2)
3. 週に1～2回	77 (23.2)	77 (19.8)	82 (22.8)	46 (14.0)	16 (21.1)	10 (9.7)	19 (17.1)	27 (15.2)
4. 月に2～3回	65 (19.6)	87 (22.4)	71 (19.8)	60 (18.3)	13 (17.1)	13 (12.6)	20 (18.0)	41 (23.0)
5. 稀にある	94 (28.3)	129 (33.2)	106 (29.5)	136 (41.5)	26 (34.2)	37 (35.9)	36 (32.4)	61 (34.3)
6. ほとんどない	20 (6.0)	27 (7.0)	24 (6.7)	46 (12.8)	14 (18.4)	35 (34.0)	18 (16.2)	35 (19.7)
〈満足度〉								
1. かなり満足	22 ^{***} (6.6)	33 ^{***} (8.5)	9 ^d (2.5)	8 ^d (2.4)	2 (2.6)	2 (1.9)	7 (6.3)	9 (5.1)
2. まあ満足	171 (51.5)	230 (59.3)	100 (46.2)	177 (53.9)	19 (25.0)	40 (38.8)	37 (33.3)	75 (42.1)
3. どちらとも いえない	91 (27.4)	68 (17.5)	130 (36.2)	97 (29.5)	32 (42.1)	32 (31.1)	39 (35.1)	56 (31.5)
4. かなり不満	4 (1.2)	14 (3.6)	27 (7.5)	38 (11.9)	5 (6.6)	12 (11.7)	7 (6.3)	26 (14.6)
5. 分からない	3 (0.9)	5 (1.3)	3 (0.8)	4 (1.2)	1 (1.3)	9 (8.7)	3 (2.7)	6 (3.3)

^{a-d} 同一文字間で有意差あり (* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$)。

22～24時のコンビニ利用では、男性の10歳代、20歳代の利用が高率であることから、男性が女性に比較して利用率が高くなる傾向があった。更に、図4に示すように、遅い時間帯の利用者の多い10歳代、20歳代、30歳代男性での朝食欠食が高い割合となり、男女間で差異が認められた ($p < 0.05$)。表には示していないが、コンビニ利用あり群での単身者では、“朝食を食べないことがある”とした者は、10歳代 75%、20歳代 60%、30歳代 82%と高い割合であった。ほかの年代での単身者はいないため、これらの間での差異は認められなかった。

3. コンビニへの希望

コンビニへの希望や改良して欲しいと思うことを表8に示した。“安く”して欲しいが59.3%、“住宅の近くに欲しい”が23.8%あった。また、どの年代でも男性より女性のほうが高い割合になったのは、“果物や野菜があればよい”であり、性別の総計では有意差が認められた ($p < 0.001$)。年齢階層別にみると、どの年齢階層も1位が“安く”して欲しいであった。中でも特に10歳代と

20歳代では70%以上となったが、年齢が高くなるに従い割合は低くなり、60歳以上では32.4%であった。それに対し、年齢階層が大きくなるに従い割合が高くなったのは、“24時間営業否”であった。全体としては、10歳代では30、40、50歳代、60歳代以上と差が認められた ($p < 0.01$)。また、60歳代以上は全ての年齢階層との間に差が認められた ($p < 0.01$)。

4. コンビニ利用の将来

将来のコンビニの利用について、どのように考えているかを図5に示した。どの年代でも“現在と変わらない”が高い割合を示し、“少なくなる”は全体の3.3%と低い割合であった。年齢階層別では10歳代は“もっと利用”の割合が高く、全ての年齢階層との間に差が認められた ($p < 0.05$, $p < 0.01$)。すなわち、10歳代の若年齢者層は、今後“もっと利用する”と予測する割合がほかの年齢層に比較して高かった。

表7 コンビニ利用の有無と食生活・生活習慣・健康状況

人(%)

利用の有無	男性		女性		総計	
	あり	なし	あり	なし	あり	なし
	517	90	517	98	1,034	188
〈食生活状況〉						
朝食を食べないことがある	206 (39.8)	12 (13.3)	129 (24.9)	5 (5.1)	335**** (32.4)	17**** (9.0)
栄養のバランスを考え食事をするのは億劫である	205 (39.6)	33 (36.7)	143 (27.7)	25 (25.5)	348 (33.6)	58 (30.9)
生野菜を全く食べない	172 (33.3)	33 (36.7)	178 (34.4)	37 (37.8)	150 (14.5)	70 (37.2)
料理をつくるのは嫌い	206 (39.8)	36 (40.0)	94 (18.2)	17 (17.3)	300 (29.0)	54 (28.7)
手づくり料理を好まない	56 (10.8)	3 (3.3)	52 (10.2)	5 (5.1)	108 (10.4)	7 (3.7)
間食の食べ過ぎ [#]	174 (33.7)	13 (14.4)	245 (47.4)	36 (36.7)	419 (40.5)	49 (26.1)
好き嫌いが多い	122 (23.6)	10 (11.1)	98 (18.9)	16 (16.3)	220 (21.3)	26 (13.8)
食事をするのが面倒である [#]	100 (19.3)	4 (4.6)	101 (19.5)	13 (13.3)	201 (19.4)	17 (9.0)
〈生活習慣〉						
睡眠が十分とれている	263 (50.8)	72 (80.0)	239 (46.2)	61 (62.2)	502 (48.5)	133 (70.1)
食事時間が十分とれている	383 (74.1)	71 (78.9)	338 (65.4)	78 (79.6)	721 (69.9)	149 (79.3)
運動を毎日心がけている	156 (30.2)	37 (41.1)	130 (25.1)	35 (35.7)	286 (27.9)	72 (38.3)
夕食は家族一緒にとる	265 (51.3)	63 (70.0)	332 (64.2)	55 (56.1)	597 (57.7)	118 (62.8)
〈健康状況〉						
疲れやすい	256 (49.5)	34 (37.8)	238 (45.8)	52 (53.1)	494** (47.8)	86** (45.7)
食欲がない	29 (5.6)	2 (2.2)	10 (1.9)	5 (5.1)	39 (3.8)	7 (3.7)
無気力である	102 (19.7)	12 (13.3)	111 (21.5)	12 (12.2)	213 (20.6)	24 (12.8)
寝つきが悪い	91 (17.6)	6 (6.7)	93 (17.9)	19 (19.4)	184 (17.8)	25 (13.3)
自分の健康が気になる	135 (26.1)	20 (22.2)	89 (17.2)	14 (14.3)	224 (21.7)	34 (18.1)
イライラする	153 (29.6)	20 (22.2)	161 (31.1)	22 (22.4)	314 (30.4)	42 (22.3)
朝起きにくい	257 (49.9)	15 (16.6)	282 (54.5)	25 (25.5)	539 (52.1)	40 (21.3)

[#] 性別間で有意差あり ($p < 0.05$)。 ^{a, b} 同一文字間で有意差あり (** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$)。

考 察

家庭の食生活は簡便化傾向にあり⁷⁾、総務省による家計調査によると、調理済み食品や嗜好品(菓子類を含む)の食料品中に占める割合は、1998年には10.2%であり⁸⁾、年々増大する傾向にある。著者らも調理済み食品の利用

について調査をしたが、その結果、調理担当者は手づくり意識はもつものの、時間がない、面倒等の理由で、調理済み食品の利用をしていることを報告した⁹⁻¹¹⁾。

調理済み食品の利用が増大してきている要因の1つとして、手軽に得られることが挙げられるが、この役割を

図3 時間帯による利用率(週に3~4回から毎日と回答した者)

図4 性別・年齢階層別欠食率

果たしているのはコンビニの存在ではないかと考えられる。本調査でも、高齢者層では若年齢者層に比較すると利用率は低いものの、どの年齢者層でもコンビニを利用していることが分かった。特に、30歳までの年齢者層のコンビニの利用率は90%以上であり、週に3~4回以上の利用は10歳代、20歳代では50%となった。

コンビニの食品のほとんどは、即時に食することが可能である。本調査で弁当を利用したことがある者は64.9%であり、特に10歳代男性では81.9%であった。女子大生の弁当に関する調査でも、“つくる時間が足りない”、“荷物になる”等の理由でテイクアウト食品を含む外食弁当の利用率は46.7%にもなるとの報告があり¹²⁾、男子では特にこの傾向は強いと考えられ、利用率が高く

なったものと思われる。足立ら¹³⁾の調査では、“子どもだけで夕食を買う”者が30.3%あり、その購入場所のトップにコンビニが挙げられている。また、“イライラあり”の子どものほうが購入割合が高いとしている。若年齢者層がコンビニで購入する率の高い食品は、清涼飲料水、おにぎり、パン、菓子、弁当であったが、これらの食品は炭水化物が主で、たとえ弁当であっても、たんぱく質は充足できるがほかの微量栄養素を充足することは難しいことが明らかになっている^{14~16)}。また、調理済み食品の使用頻度の高い家庭ほど、栄養素等の充足率が低いとの報告もある¹⁷⁾。鈴木¹⁸⁾は中学生に対し、食生活内容といじめ行動、心の健康状態との関連性を調査したところ、食生活内容が悪くなるに従いイライラしたり、

表8 コンビニに望むことや改良して欲しいこと

人(%)

	10歳代**abcd		20歳代*c.**fgh		30歳代*c.**gij		40歳代**bfj		50歳代**cjk		60歳代以上L**dhjk		性別計		総計
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	
	105	108	125	123	90	91	102	147	118	103	68	74	608	646	1,254
1. 新鮮な野菜	17 (16.2)	26 (24.1)	18 (14.4)	27 (22.0)	19 (21.1)	26 (28.6)	15 (14.7)	41 (27.9)	24 (20.3)	19 (18.4)	12 (17.6)	10 (13.5)	105 (17.3)	123 (19.0)	228 (18.2)
2. 果物・野菜があればよい	12 (11.4)	28 (25.9)	14 (11.2)	27 (22.0)	11 (12.2)	26 (28.6)	16 (15.7)	33 (22.4)	18 (15.3)	21 (20.4)	7 (10.3)	9 (12.2)	78# (12.8)	144* (22.3)	250 (19.9)
3. 品数を多く	30 (28.6)	34 (31.5)	40 (32.0)	35 (28.5)	24 (26.7)	16 (17.6)	20 (19.6)	24 (16.3)	26 (22.0)	14 (13.6)	10 (14.7)	4 (5.4)	150 (24.7)	127 (19.7)	277 (22.1)
4. 安く	79 (75.2)	80 (74.1)	86 (68.8)	95 (77.2)	58 (64.4)	64 (70.3)	52 (51.0)	97 (66.0)	66 (55.9)	60 (58.3)	26 (38.2)	20 (27.3)	367 (60.4)	416 (64.4)	743 (59.3)
5. 24時間営業否	0 (0.0)	5 (4.6)	6 (4.8)	4 (3.3)	6 (6.7)	12 (13.2)	12 (11.8)	23 (15.6)	20 (16.9)	25 (24.4)	15 (22.1)	11 (14.9)	60 (9.9)	80 (12.4)	140 (11.2)
6. 24時間営業賛	18 (17.1)	28 (25.9)	19 (15.2)	14 (11.4)	8 (8.9)	8 (8.8)	9 (8.8)	6 (4.1)	11 (9.3)	6 (5.8)	2 (2.9)	3 (4.1)	65 (10.7)	65 (9.8)	130 (10.4)
7. 住宅の近くに欲しい	32 (30.5)	49 (45.4)	34 (27.2)	34 (27.6)	20 (22.2)	23 (25.3)	15 (14.7)	27 (18.4)	24 (20.3)	18 (18.5)	15 (22.1)	21 (28.4)	126 (20.7)	172 (26.6)	298 (23.8)
8. その他	6 (5.7)	3 (2.8)	8 (6.4)	9 (7.3)	8 (8.9)	2 (2.2)	6 (6.0)	4 (2.7)	5 (4.2)	1 (1.0)	8 (11.8)	9 (12.2)	41 (6.7)	28 (4.3)	69 (5.5)

* 性別間で有意差あり ($p < 0.001$)。** 同一文字間で有意差あり (* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$)。

図5 コンビニ利用の将来

カッとする割合が高く、いじめ行為を行っている者は、食生活内容が悪い生徒に圧倒的に多かったことを報告している。本調査でも、男性のコンビニ利用あり群で“朝起きにくい”が高い率を示し、次いで“疲れやすい”、“イライラする”も高率であった。また、単身者のコンビニ利用ありの者では、特に10歳代から30歳代において“朝食を食べないことがある”が高率であった。夜遅

く利用する若者が多いが、そのことが睡眠時間を短縮することや、朝食を欠食することにつながっていくことが考えられ、生活習慣、健康状況にも、悪影響を及ぼすのではないかと考えられる。

コンビニの存在は、いつでも、どこでも調理済み食品を購入でき、場所を選ばず、空腹を満たすことができる。このことは、必ずしも家で食事をする必要がないことに

つながる。1991年に行った我々の調査でも、家族と夕食をしなくても何とも思わないとした学生が、男子43.2%、女子31.4%あった¹¹⁾。10年経過した現在では、より簡単に食事が得られるようになってきていることから、この割合はもっと高くなり、家族一緒に食事をする機会はますます少なくなっているものと考えられる。

2000年3月、新しい「食生活指針」が提唱され、食事は栄養素等の摂取だけでなく、家族の団らんや人との交流を大切にすることが示された¹⁹⁾。富岡²⁰⁾は、幼児に対する食教育を重要とする母親は、重要としない母親に比べ外部食導入が少なく、家族一緒に食事をするが多かったことを報告している。幼児期の外部食の導入は、食習慣の形成に影響を及ぼすものと考えられる。食習慣は急に変えることは難しい。今後、若年者層の食生活と生活習慣の改善への指導が必要と考えられる。

一方、60歳以上の高齢者においてもコンビニを利用する者が45%あった。特に、弁当は、男性では1位となり、男女ともにコンビニ利用者の約41%が購入していた。電通²¹⁾が行った高齢者を対象にした調査でも、惣菜、弁当の利用は高い割合を示している。“味付けが合わない”や“添加物が不安”等の不満はあるものの、特に1人暮らしの高齢者では、“料理をつくるのが面倒”、“少量つくるのが難しい”等の理由から、身近にあるコンビニ等で弁当や惣菜を購入していることが報告されている。日本は今後高齢化が進み、高齢者世帯や単身世帯が増加する傾向にある²²⁾。調理済み食品が身近にあるコンビニ等で購入できることは、高齢者にとっては必要なことになってくると考えられる。

将来のコンビニの利用は、“現在と変わらない”が全体では高い率になった。“もっと利用”の率は若い年齢層で高い傾向にあり、特に10歳代の男性では44.8%であった。現在コンビニを活用しているこれらの若者が、将来コンビニを利用していく可能性は大きいと考えられる。

本調査で女性が利用する理由として“遅くまで開いている”、“突然必要”、“買い忘れの補充”の割合が高かったことや、女性が男性より望む割合が高くなった“果物・野菜があればよい”、全体として割合の高かった“安く”や“住宅の近くに欲しい”、また、利用しない理由として女性が男性より割合が高かった“値段が高い”が解消する等の条件が整えば、女性がコンビニを利用する機会は今後増加していくのではないかと考えられる。

24時間、または遅くまで営業するコンビニが、食品購入の場所として地域社会の中で根づいてきつつあることがうかがえる。2000年、日本では「健康日本21」が策定され²³⁾、よりきめ細かな指導がなされようとしている。そのような動きの一方、実際には、食事やその一部をコンビニ等で購入する調理食品に頼る傾向がみられ

る。これからは、利用する側の食生活に対する意識が問われることとなり、今後はコンビニの利用時間や適正な食品選択の教育も必要になってくるであろう。また、提供側も不足とする栄養素や過剰な栄養素を是正した、栄養バランスのとれた弁当の提供や、商品内容の提示も必要になってくる。今回の調査では、各食品のコンビニでの購入経験の有無を知ることができたが、栄養面については調査できていない。今後は、1日の摂取栄養素量のうち、コンビニで購入し、摂取した食品の栄養素量の占める割合や、購入品目と購入時間、食した場所等を調査していく必要があると考えている。

要 約

全国どの地域でもみられるようになったコンビニの売上高の4割が食品であることから、コンビニが我々の食生活に大きな役割を占めつつあるのではないかと考えた。そこで、コンビニで販売されている物のうち、食品の購入に関する事項について、性別、年齢階層別に調査した。また、コンビニ利用と食生活、生活習慣、健康状況との関連も検討した。平成10年12月から11年1月にかけて、大阪府下を中心に1,254人に対して調査を行った。その結果は次のとおりである。

1) コンビニの利用は、10歳代から30歳代では90%以上であったが、60歳代以上でも45%となった。コンビニ利用理由の1位は“食事・おやつ”のためが50.4%であり、“突然必要”や“買い忘れ”は女性の割合が男性より高く、差が認められた。購入品目では、食べ物として一番高い購入割合になったのはパンで、73.9%であった。次いで、おにぎりが68.0%であった。4位は弁当で64.9%であり、60歳以上のコンビニ利用者でも41%が利用していた。男性に比べ女性の割合が高くなったのは、牛乳、パン、サラダであり、男性が高くなったのはカップラーメン等レトルト食品であった。

2) コンビニの利用あり群は、利用なし群に比べて、食生活状況では“間食の食べ過ぎ”、“食事をするのが面倒である”の項目で高い割合になり、男女間に差が認められた。生活習慣、健康状況では、男女間で差は認められなかった。

3) コンビニに望むことは、“安くして欲しい”が59%で1位であった。女性は男性に比べ“果物・野菜があればよい”が高い割合になり、差が認められた。

4) コンビニの活用は、将来も“現在と変わらない”とした者が69.7%と高い割合を示し、“少なくなる”は3.3%であった。

*

なお、この論文の一部は第46回日本栄養改善学会学術総会で発表した。

文 献

- 1) 現代用語の基礎知識2000, p.508 (2000) 自由国民社, 東京
- 2) 日本, 米国, 中国, 台湾, コンビニエンスストア統計'99, コンビニ4月号, 196～199 (1999)
- 3) 多賀昌樹, 戸田貞子: 学生アパート街へのコンビニエンスストアの出店に伴う本学学院生の食生活の変化 (第1報), 第46回日本栄養改善学会講演集, p.140 (1999)
- 4) 多賀昌樹, 戸田貞子: 学生アパート街へのコンビニエンスストアの出店に伴う本学学院生の食生活の変化 (第2報), 第47回日本栄養改善学会講演集, p.216 (2000)
- 5) 佐々木敏, 辻とみ子, 片桐あかね, 下田妙子: コンビニエンスストアでの購入食品数と栄養素・食品摂取量の関連, 日本栄養・食糧学会誌, 53, 215～226 (2000)
- 6) 高木博文: ナースのための統計学 (1997) 医学書院, 東京
- 7) 食品産業センター: 家族と食のゆらぎ—いっそう強まる簡便化志向—, pp.119～120 (1995) 食品産業センター, 東京
- 8) 総理府統計局: 統計でみる日本2000, p.61 (1999) 日本統計協会, 東京
- 9) 浅野真智子, 深蔵紀子, 尾立純子, 瓦家千代子, 山本悦子, 伊東ソヨ子, 岡本佳子, 安田直子, 島田豊治, 難波敦子: 大阪周辺での調理済み食品の利用実態, 栄養学雑誌, 45, 107～116 (1987)
- 10) 安田直子, 岡本佳子, 浅野真智子, 深蔵紀子, 尾立純子, 瓦家千代子, 山本悦子, 伊東ソヨ子, 島田豊治, 難波敦子: 調理済み食品利用の背景—食事作りにかかわる要因—, 栄養学雑誌, 48, 107～119 (1990)
- 11) 尾立純子, 難波敦子, 山本悦子, 瓦家千代子, 島田豊治, 伊東ソヨ子, 安田直子, 岡本佳子, 深蔵紀子, 浅野真智子: 夫と妻の食生活の背景—妻の職業の有無別に見た食生活と男女の家事参加—, 生活衛生, 38, 165～173 (1994)
- 12) 平光美津子, 本間恵美, 尾木千恵子, 鷺見孝子, 黒木智奈美, 遠藤仁子, 中村年子: 女子短大生の弁当に関する調査, 第42回日本栄養改善学会講演集, p.82 (1995)
- 13) 足立巳幸, NHK「子どもたちの食卓」プロジェクト: 知っていますか子どもたちの食卓, pp.35～40 (2000) NHK出版, 東京
- 14) 友松滋夫, 加藤保子: 持ち帰り弁当の栄養価, 日本家政学会誌, 41, 1225～1235 (1990)
- 15) 佐伯孝子, 尾立純子: コンビニ弁当の栄養評価—AI, TI値からみた脂っこさ—, 第20回日本家政学会関西支部研究発表会 (1999)
- 16) 川越昌子, 亀井昌治, 川井信子: 市販コンビニ弁当のミネラル類を中心とした栄養成分, 第20回日本家政学会関西支部研究発表会 (1999)
- 17) 厚生省保健医療局健康増進栄養課: 平成4年国民栄養調査結果の概要, 栄養日本, 37, 21～33 (1994)
- 18) 鈴木雅子: 食生活といじめ行為との関連性, 第33回日本栄養改善学会講演集, pp.92～93 (1986)
- 19) 田中平三: 新しい「食生活指針」についての私見, 栄養学雑誌, 58, 145～146 (2000)
- 20) 富岡文枝: 幼児への食教育と両親の食意識及び食行動との関連, 栄養学雑誌, 57, 25～36 (1999)
- 21) 電通関西支社: 高齢化時代の食を考える, 食生活データ総合統計年報2000年版, p.45 (2000) 食品流通情報センター, 東京
- 22) (財)日本統計協会: 統計でみる日本2000, pp.22～23 (2000) (財)日本統計協会, 東京
- 23) 厚生省発健医第115号: 21世紀における国民健康づくり運動(健康日本21)の推進について (2000. 3. 31) (受付: 平成12年3月6日)