

A-62 子供の「おやつ」に関する消費行動の一考察

目白学園女子短大 石川寛子

目的 現代家庭における子供の「おやつ」の消費実態について、これまで種々の角度から検討を試み、発表して来たが、今回はおやつ摂取の形態中、子供がおやつ用として母親から金でもらい、自身の好みによって購入している場合に焦点を絞り、子供の購入動機や購入商品について検討する。そして、現代社会における子供の消費行動と、これに対する食品企業の熾烈な販売攻勢の実態を考察してみようと思う。

方法 調査は次の4方法によっておこなった。

1. 生活構造ならびに環境が、ほぼ同様と考えられる家庭の子供15人に対し、調査票を記入させ、これを集計整理して結果を検討した。
2. 上記子供のうち9人に対し、調査票に記入された「1回に使用し、購入するおやつ代」の平均金額とほぼ同額の金を与え、子供自身の好むおやつ品を自由に購入させ、購入先・購入品内容・その選択動機などを面談聴取し、その結果を検討した。
3. 2)によって多くの子供が購入しているおやつ品のうち数種を購入し、製造場所、年月日、商品内容、容量等、基礎的商品検討を行なった。
4. おやつ食品に対する企業側の働きかけを知るため、食品広告に対する媒体、広告投下量、その変遷を検討した。

結果 子供のおやつに対する消費行動は、「おいしさ」というおやつ本来の味が中心ではあるけれども、新しいもの、未体験のものへの子供らしい好奇心もまた、購入時の心理として強く働いており、そこから種々の問題が生じてくることが判明した。