

食生活と衣生活における女性の消費実態と意識(カ1報) 食生活について
 大寺前女子短大 ○河野昭子 香月文子 笹山益子 青羽邦子 中野武乃
 西川安也 樋口英子

目的 女子短大生とその母親を対象として、食生活の調査を行ない、消費行動と意識について、8つの志向別に考察した。

方法 調査対象者は、1492人で、専業主婦500人、有職主婦492人、学生500人の3グループより成る。節約志向として安売り広告に対する反応、本格志向としてコーヒーと紅茶の入れ方、レジャー志向として外食と喫茶店の利用、手作り志向としてパン、菓子作り、だしのとり方、簡便志向として持ち帰り食品の利用、高級志向としてデリカテッセンの利用、ファッション志向としてワインの利用とテーブルセッティングについて、健康志向として食品添加物、加工品の日付への関心について、それぞれ質問した。結果は、 χ^2 検定及びカテゴリカルデータ解析プログラムのCATRAPにより、情報量規準AICを算出した。

結果 安売り広告に対する反応、外食、デリカテッセンとワインの利用には、グループ間に差がみられない。その他の質問についてはグループ間に差がみられ、専業主婦、有職主婦、学生の消費パターンが異なる特徴を持っている事が分った。次に全質問につきAIC値を算出し、グループ間や志向間での差を検討した。グループ分けと関連が1番大きい質問はだし作りで、次に菓子作り、料理の心かけ、持ち帰り食品、かいわけ、食品添加物、コーヒーの入れ方と続く。又コーヒー本格派と紅茶本格派に、興味深い差が認められた。