

目的 ①野菜に対する消費購買行動の今日的な特徴を明らかにすること。②消費主体に関する諸要因（たとえば、「世帯員数」「主婦の年齢」「1か月の平均食料費」等々）のうちどのような要因が消費者の野菜消費購買行動を規定するのかを、定量的に把握し分析すること。等

方法 「やまい等の消費動向に関するアンケート調査」（59年1月、於京都市）により得られたデータを基に、①セマンティック・ティファレンシャル法（S.T法）を用いて、野菜の購入や消費に関する消費者の意識や習慣の特徴を分析する。②アンケート回答者（及びその家族）の持つ主体的諸要因のうち何が野菜を使った「各調理形態の採用頻度」や野菜に対する食品イメージを規定するのかを、 $m \times n$ 次元クロス表による属性間の独立性検定（ χ^2 検定）を用いて分析する。

結果 食生活における野菜の位置づけをみると、健康食品としての高い関心と評価が寄せられており、積極的な消費意欲を示している。但し、食味性においてもの品質に関しては、消費意欲の有無とは無関係に、消費者の嗜好にばらつきがみられる。野菜を使った調理の形態・野菜に対する食品イメージの両面からみて、野菜の購入や消費に対しては、消費者の持つ様々の主体的要因が影響を与えていると考えられる。