

【目的】 前報における主婦の就業の有無による加工食品の利用状況の比較では、加工食品の種類により、利用状況に差のあるものとまったく差のないものとに分かれ、就業の有無そのものは、さほど影響のないことがわかった。そこで、本報告では、加工食品の内容についての知識を何により得るか、購入の動機を知る目的で調査をおこなったので報告する。

【方法】 昭和61年5月、本学短大生の世帯を対象に調査用紙を配布し、有効回答230世帯の加工食品の利用状況と内容の知識取得方法、テレビの視聴時間との関連を調査。なお、調査用紙に掲示した、加工食品々目中には、みそ、納豆、豆腐などは除外した。

【結果】 ①加工食品の利用状況は、前回調査と同様の傾向を示し、利用頻度の最も高い食品は、和風だしの素、コンソメ、ブイヨンなどのだし類であった。

②真空パック包装食品の利用状況は、最も利用率の高い食品は、ハム、ソーセージ類であり、週単位の利用が全体の54.4%であり、就業の有無による差はみられなかった。対象的に利用の最も低かったのは、ごはん類であり、利用したことがないと答えたものは全体で85.7%であった。

③加工食品の内容について何で知るかは、最も多いのは、店頭で商品を見て内容を知るという回答が最も多く全体で65%であった、第2位はテレビのコマーシャルによるものであった。

④テレビの視聴率は、全体でみると、1時間半～3時間というのが51.4%であった。他方、ほとんど見ないと回答したものは11.4%であった。就業の有無による差があり専業主婦に長時間視聴者がみられた。