

目的 第1報～第6報までと同じく、家事サービスの利用実態を把握することにより、今後の生活様式形成の動きを予測する手掛かりを得ようとするものである。これまでの研究において、主婦の生活意識とりわけ手づくり意識および性別分業観が利用に影響する事実が確認された。本報は、この生活意識の影響に着目し、因子分析による意識・サービスの構造化の試みに基づき、利用との関連をより明確に捉えることを目的とする。

方法 盛岡市内の主婦を対象とし1990年8月～10月に生活意識（41項目）および家事サービス利用（食生活関連38項目）に関する自記式質問紙による調査を実施した。得られたデータを点数化し、属性別に生活意識・サービス利用各々に χ^2 検定による検討および平均SD得点の算出、さらに因子分析による検討を試みた。有効回答数は793である。

結果 因子分析の結果、生活意識・サービス利用ともに10因子が抽出された。各々の因子得点パターンを対応させるとともに、平均SD得点・ χ^2 検定結果を総合的に考察した結果は以下に要約される。①冷凍食品（一品料理）・インスタント食品は若年齢群利用限定型として性別分業否定志向との正対応、食事手づくり志向、家事合理化志向、計画的食生活志向との負対応が認められる。②そうざいは年齢無関係利用型サービスと高齢群利用促進型サービスとに分類され、家事手抜き志向が建て前としての手づくり意識を凌ぐ影響を示す。③漬物・だしの素・素材冷凍食品・出前・外食は利用定着型として高齢群の利用とかかわるが意識との関連は明らかではない。以上、意識構造はきわめて複雑であるが、属性別意識と共通意識とを明確に位置づけることにより、さらに考察を深めたい。