

## 調理済み・半調理済み食品の利用状況とイメージ ー使用頻度およびイメージの相互関連ー

○高橋 洋子（新潟大）、勝田 啓子（奈良女大）

目的： 食生活の変化を探る指標の1つとして、調理済み・半調理済み食品をとりあげ、それらの利用状況とイメージを尋ねるアンケート調査を行い、居住地域や主婦世代による相違などを検討してきた。本発表では、「インスタント食品を多く使用している人は、レトルト食品も多く使用しているのか」「冷凍食品において、使用頻度と関連の強いイメージは何か」というような、使用頻度およびイメージの相互関連について検討することとした。

方法： 市販のそう菜、持ち帰り食品、冷凍食品、インスタント食品、レトルト食品の5食品について、代表的な品目を数種ずつ示し、品目毎の使用頻度を尋ね、＜使用なし→0点、年数回→0.2点、月1～2回→1点、週1～2回→4点、週3～4回→8点＞として点数化した。イメージは、食品毎に、便利度・味・値段・品質衛生・汎用性・好感度の6項目について、-3点から+3点までの7段階で採点してもらった。調査は郵送法で、時期は平成5年7月、調査地は新潟と東京、対象は大学生をもつ母親（新潟・東京）と幼稚園児をもつ母親（新潟）の3群で、回答者数は3群合計で501名であった。

結果： 食品毎の使用頻度とイメージの点数から、各組み合わせの相関係数を算出し、検定統計量を用いて検定した結果、3群とも5食品に共通して次のような傾向が認められた。(1)1つの食品を多く使用していた人は、他の4食品も多く使用していた(2)1つの食品に高いイメージ点数をつけた人は、他の4食品にも高い点数をつけていた(3)使用頻度と最も関連の強かったイメージ項目は、好感度であった(4)イメージ項目同士では、好感度と味・品質衛生・汎用性の関連が強く見られ、値段については他の項目との関連が比較的低かった。