

## 食品の購入形態からみた食生活に関する研究

平田 道憲 岩重 博文 木下 瑞穂  
片山 徹之 一ノ瀬孝恵 日浦美智代

### はじめに

われわれは、家庭生活全般を総合的に把握するための教材化を目標として、これまでに、家庭科教育における二つ以上の分野を関連づけるような教材のあり方について検討してきた。本研究もこの基本的な考え方を継続している。本研究においては、家庭経営の中の家庭経済や消費生活の分野と栄養を中心とする食生活の分野との関連をとらえようとした。

家庭経済や消費生活の分野を中学生や高校生に学習させる場合に考慮すべき問題点は数多くあると思うが、ここでは、次の二点を指摘しておきたい。

第一は、現代の生活が多種多様な商品を購入し、消費して営まれているなかで、実際に中学生や高校生が家計管理に関与することはほとんどないことである。中学生や高校生の段階では、自分たちが日常生活で多種多様なものやサービスを消費していることやそうしたものやサービスが商品として販売され、家計所得によってそれらを購入していることを理屈としては理解しているであろう。こづかいをもらってほしいものや必要なものを購入する機会はかなりあるであろうし、買い物の手伝いをする生徒であれば、日常生活に必要なものやサービスを購入する経験もつとができる。しかしながら、自分のこづかいの管理を別として家計管理に生徒自身が関与することは少ない。炊事、掃除、洗濯、買い物、幼い子どもの世話などの家事労働は、全員ではないにしても手伝った経験のある生徒もかなりいるけれども、家計管理という家事労働を手伝った経験のある生徒はほとんどいないのではないか。

第二は、商品を購入し消費して生活することの意味を理解することは、単に経済や流通の問題を理解することだけを意味しているのではないということである。つまり、商品を購入し消費することの目的は、生活の質を向上させることにあるということを理解させなければならない。生活の質を向上させるために必要な商品をどのようにして見分けるか、あるいは、将来の生

活の質の向上のためにはどの程度現在の消費を我慢して貯蓄をする必要があるかといった観点から消費生活を考えることができるようにしなければならない。

本研究は、ここで指摘した問題点を直接解決することを目的としているものではない。しかし、このような問題点を念頭におき、食生活分野を題材として、食品の購入形態と保存や廃棄との関連をとらえることを目的としている。方法としては、高校生を対象とした質問紙調査を実施した。

本稿では、はじめに本研究の具体的な枠組みについて述べたあと、研究で用いた調査の概要を説明する。続いて調査結果の分析について、購入形態、食品の保存と廃棄、およびそれらの関連について検討し、最後に結論と今後の展望について述べる。

### I 研究の枠組み

我が国における戦前・戦後の食生活上の問題は、栄養素欠乏やそれと関連した種々の疾病などが中心であった。これらの問題の背景には戦争や経済的な問題などが存在することは明らかであるが、直接的には人間と食物の関係であり、人間の目指す方向性は明確であったといえよう。すなわち、質的にも量的にもいかに十分に食物を確保し、摂取するかという問題であった。それはまた、食物の不足による食物の側の問題であったともいえよう。

戦後より今日に至るまでの50年余りの間に、我が国の食生活は経済的な発展とともに、大きく変動してきた。食べたい物は、何でも、いくらでも食べられるようになってきた。その結果、食生活における問題も大きく変動してきた。そのひとつの問題として、動物性食品の摂取過多などに代表される過剰栄養の問題があり、その結果としての肥満や生活習慣病の増加が懸念されるようになってきた。これらの問題は、人間と食物の関係で考えると人間の側の問題といえよう。すなわち、人間がいかに食すべきかという問題であり、

---

Michinori Hirata, Hirofumi Iwashige, Mizuho Kinoshita, Tetsuyuki Katayama, Takae Ichinose, Michiyo Hiura : A study on the eating habits reflected in the purchase of foods

食に関して人間の目指す方向性の変更を余儀なくされている状況といえよう。

さらに、近年、問題視されている拒食症や孤食の問題は、食に関わる問題ではあっても食物そのものの関わりはきわめてうすく、従来の食物分野のみでは解決のできない深く人間に関わった問題といえよう。このように考えてみると現代の食生活の問題は、人間の考え方、生き方および生活様式などと密接に関わっており、これらのことが強く反映されるともいえる。

これまでにわれわれは、食生活に関する問題をこれまでのようなたんに食物あるいは栄養素摂取という観点からではなく、若い世代と高齢者世代の同居や別居がそれぞれの世代の食生活にいかなる影響をおよぼすかについて、人間どうしの関わりあいの問題として、とくに精神面を中心に、栄養学分野と家庭管理学分野などが連携することにより検討してきた。

基本的な問題意識は同様であるが、本研究ではこれまでの研究と視点を変えて、食品の購入形態と利用ということについて検討した。各家庭あるいは各人による食品の購入の仕方が、たんに経済や流通の問題ばかりでなく栄養的な問題に結びつくのではないだろうかと考えたのである。経済的な観点から考えると一度に大量に購入することが有利である。しかしながら、消費期限などを考慮すれば、消費する量も多くなるのではないだろうかと考えたのである。栄養過剰の問題が我が国以上に深刻化している米国などでは、食品の購入形態も我が国の食品購入形態と比較して、一度に購入する量が大量であるようにも思われる。

また、栄養的な問題のみでなく経済的であるかのように思える纏め買いが、結果的には廃棄などの無駄につながっている可能性も考えられる。このように食生活のいちばん最初の過程であるとも考えられる食品の購入という過程が、人間の栄養状態にながしかの影響をおよぼし、人間生活の質をも考慮するうえでよい材料にもなりうるのではないかというのが、本研究の契機となる仮説である。

ここでは、手始めとして、卵、牛乳、菓子類およびジュースといった食品を取り上げ、その購入形態、消費期限の取り扱い、廃棄経験について調査した。したがって、栄養状態との関連については今回は触れていない。

## II 調査の概要

本研究を進めるために、研究方法として次に示す質問紙調査を実施した。調査の概要は次のとおりである。

### (1) 調査対象：

広島大学附属高等学校 1年生および2年生から各

2クラス(計4クラス)

男子94名、女子66名、計160名

### (2) 調査時期：

1999年12月3日～10日

### (3) 調査方法

附属教官が教室で生徒に配布し、宿題調査の方法で後日学校に持参させて回収した。

### (4) 回収状況

有効回収票数は、89票、有効回収率は55.6%であった。

### (5) 調査内容

食品の購入形態(購入者、購入時の重点項目)、冷蔵庫内の食品の数量と消費期限、食品の消費期限に対する取り扱い、食品の廃棄、および属性

### (6) 調査回答者の属性

#### 1) 性別

回答者の性別は男子40名、女子42名(性別不詳7名)であった。(1)で示したとおり調査対象者数は男子の方が多くにもかかわらず、回答者数は女子の方が多い。男女別の回収率をみると、男子42.5%に対して女子63.6%となる。この調査においては、回収締め切り日を設け、それまでに回収されたもののみを集計の対象とした。男女の回収率に差があったことについてはいくつかの要因が考えられるが、調査内容に対する関心の相違はその一つと考えることができる。つまり、食品の購入や保存、廃棄といったテーマの調査に対して男子よりも女子の方が関心が高かったのではなからうか。

#### 2) 家族形態

「普段一緒に住んでいる人」を父母、祖父母、兄弟姉妹、その他について複数回答で質問した。回答者の家族形態としては核家族が84.3%(75人)を占めている。両親および祖父母と同居している拡大家族は12.4%(11人)である(その他および無回答が3.4%)。附属高校の生徒の場合、拡大家族の比率は相対的に低い傾向にあるが、今回の調査結果の拡大家族の比率は、これまでの附属高校での調査より低い。

#### 3) 同居の家族人数

同居の家族人数では、4人家族がもっとも多く43.8%(39人)である。3人以下の家族と5人以上の家族の比率はほとんど等しく、それぞれ27.0%(24人)と28.1%(25人)となっている。

#### 4) 母親の就業状況

「普段一緒に住んでいる人のうち、職業をもっている人」を父母、祖父母、兄弟姉妹、その他について複数回答で質問した。父親母親共に働いているいわゆる共働き世帯の比率は43.8%(39人)である。これに、母親だけが働いている世帯(今回の調査ではすべて母親の一人親世帯)を加えると、母親が就業している比率は

52.8% (47人) になる。

### Ⅲ 高校生における食品の購入

ここでは、高校生を含む家族の食品購入の形態について検討する。具体的には、食品の購入者およびその食品を購入するときに重点をおく項目について分析する。調査で質問した食品は次の4種類である：1) 卵、2) 牛乳、3) 菓子類、4) ジュース。今回の調査では、可能なかぎり高校生自身の食品購入について質問したいと考え、はじめに、高校生でも購入の機会が多いと考えられる菓子類とジュースを質問に含めることにした。加えて嗜好品だけではなく一般の食事で用いられる食品についても質問しようと考えた。しかしながら、食事の材料となる肉、魚、野菜などは種類が多く質問が複雑になるので、比較的種類が少なく答えやすいと考えられる卵と牛乳を項目に選んだ。

#### (1) 食品の購入者

上述した4種類の食品について、父母、祖父母、兄弟姉妹、本人、その他のだれが購入するかについて該当する人をすべて複数回答で質問した。

##### 1) 卵の購入者

図3-1は卵の購入者である比率を父母と本人について示したものである。本人(全)は男女をあわせたものである。卵のような食事で用いられる食品は炊事を担当する比率の高い母親が購入者になる比率が高いことはむしろ常識的な結果といえる。96.6%の母親が卵の購入者である。一般に父親の家事労働分担が低いことは先行研究によって明らかになっている。今回の調査においても、父親が卵の購入者である比率は12.4%である。生徒本人が卵を購入する比率は14.6%であり、父親とほぼ同程度である。むしろ注目すべきは性別による差であり、男子生徒が購入者となる比率が5.0%であるのに対

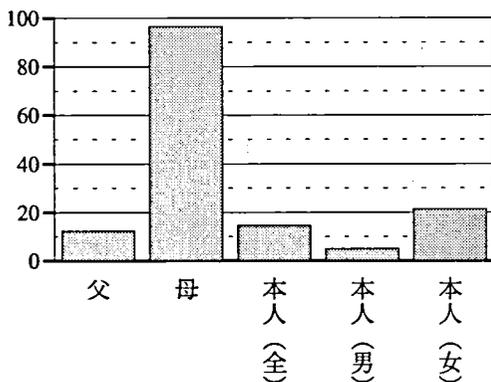


図3-1 卵の購入者

して、女子生徒が購入者となる比率は21.4%である。

##### 2) 牛乳の購入者

図3-2は牛乳の購入者の比率を示したものである。牛

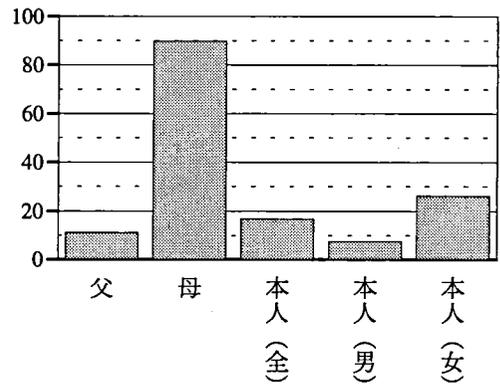


図3-2 牛乳の購入者

乳の購入者の比率は卵の場合に類似している。母親が購入者である比率は89.9%であり、父親が購入者である比率は11.2%である。生徒本人が牛乳を購入する比率は16.9%である。生徒の性別による相違も卵の場合と同様にみられ、男子生徒が購入者となる比率が7.5%であるのに対して、女子生徒が購入者となる比率は26.2%である。

##### 3) 菓子類の購入者

菓子類のような嗜好品の購入者の比率は卵や牛乳の場合とはかなり異なっている。図3-3は菓子類の購入者の比率を示している。母親が購入者である比率は卵や牛乳の場合と同様高く89.9%である。父親が購入者である比率は母親と比較して低いことは卵や牛乳の場合と変わらないが、比率は21.3%であり、卵や牛乳の場合よりかなり高い。注目すべきは生徒本人が菓子類を購入

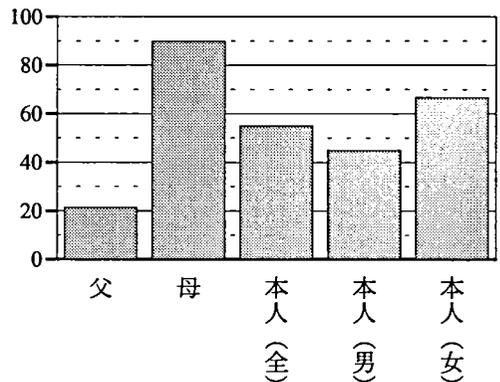


図3-3 菓子類の購入者

する比率であり、55.1%に達している。卵や牛乳の場合よりも相当に高く、父親が購入する比率よりもかなり高い。性別による相違は菓子類の場合にもみられ、男子の45.0%に対して、女子は66.7%を示している。

#### 4) ジュースの購入者

図3-4はジュースの購入者の比率を示したものである。ジュースも菓子類と同様嗜好品であり、購入者の比率も菓子類の場合とおおむね類似している。父親が購入者である比率は23.6%であり、生徒本人が購入者である比率は菓子類と同じ55.1%である。しかしながら、ジュースと菓子類とでは若干の相違も認められる。母親がジュースの購入者である比率は他の家族成員と比べれば高いけれども、その比率は74.2%であり、上の三つの食品と比べると低くなっている。もう一つの違いは生徒の性別による相違がないことである。男子がジュースを購入する比率は52.5%、女子がジュースを購入する比率は54.8%とほとんど相違がない。

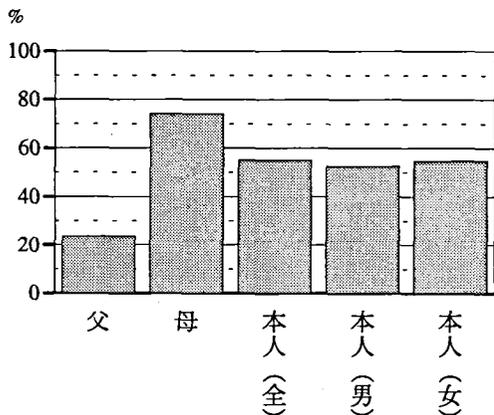


図3-4 ジュースの購入者

#### 5) まとめ

以上、4種類の食品ごとに購入者の特徴を分析した。ここで、全体的な特徴を次の三点にまとめておきたい。第一に、比率の違いはあるものの、購入者の中心は予想されたとおり母親である。第二に、高校生が購入者になる比率は菓子類やジュースでは半数程度になるが、卵や牛乳では低いことである。第三に卵、牛乳、菓子類を生徒本人が購入する比率には性別による差がみられ、男子より女子の方が高いことである。

第三の点については、高校生においても家事労働分担が男子よりも女子の方が高いという男女の性別役割分業を反映しているとみることができる。菓子類の男女差には、男女の嗜好の相違が反映されているかもしれないが、卵と牛乳については、女子が買い物を担当するという性別役割分業がかかわっているのではなか

ろうか。そもそも調査の概要において述べたような男女の回収率の差（女子の方が高い）にも性別役割分業が関係しているかもしれない。

この点に関連して、母親の就労の有無によって生徒本人が食品を購入する比率に差があるのではないかと考えた。すなわち、母親が就労している方が生徒本人が食品、とくに卵や牛乳を購入する比率が高くなるのではないかと予測した。しかしながら、調査結果を分析したところ、どの食品においても、母親の就労と生徒本人が購入する比率には関連が見いだせなかった。

#### (2) 食品購入時の重点項目

上述の4種類の食品について、購入する場合に重点をおく項目を質問した。項目としては、価格などの経済性、味などの品質、メーカー、適量、消費期限を取り上げた。高校生自身の考えをとらえるために、各食品について、生徒本人が購入者である場合に回答してもらおうサブクエスチョンとした。設問では単一回答を指示したのであるが、宿題調査形式を採用したこともあって、実際には複数回答が多かった。そのため、集計に際しては、複数回答として処理した。

##### 1) 卵購入の重点項目

図3-5は卵を購入する際の重点項目を示したものである。回答者の総数（生徒本人が購入者である数）が13人と少ないことには注意する必要がある。卵購入の重点項目としては、消費期限をあげたものが53.8%と最も多い。次いで、経済性と品質がともに23.1%である。メーカーと適量をあげたものはなかった。

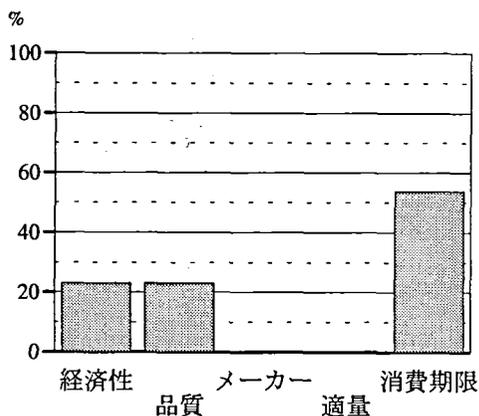


図3-5 卵購入の重点項目

##### 2) 牛乳購入の重点項目

牛乳購入の際の重点項目を示したのが図3-6である。牛乳の場合も回答者の総数は少ない（15人）。卵と同様、消費期限を重点項目とする比率がもっとも高く、その数値は80.0%と卵の場合より大きい。次いで経済性を重

点項目とするものが多く、40.0%である。品質、メーカー、適量をあげたものは少ない（実数で一人あるいはなし）。

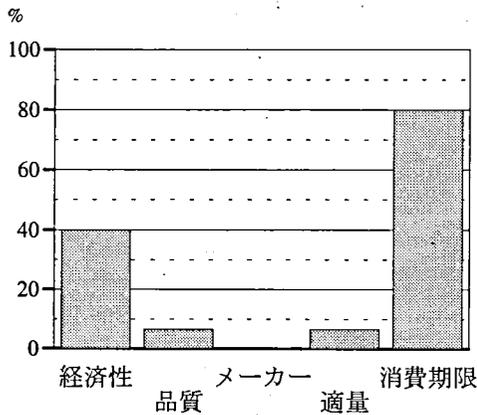


図3-6 牛乳購入の重点項目

### 3) 菓子類購入の重点項目

図3-7は菓子類を購入する際の重点項目を示したものである。回答者総数は49人と卵や牛乳の場合よりはかなり多い。菓子類購入の重点項目としては、卵や牛乳と異なり、消費期限をあげる比率が少なく12.2%である。かわって、菓子類購入の場合には、経済性や品質を重点項目にあげる生徒が多くなる。経済性が38.8%、味などの品質が36.7%である。メーカーや適量をあげる比率は少ない。

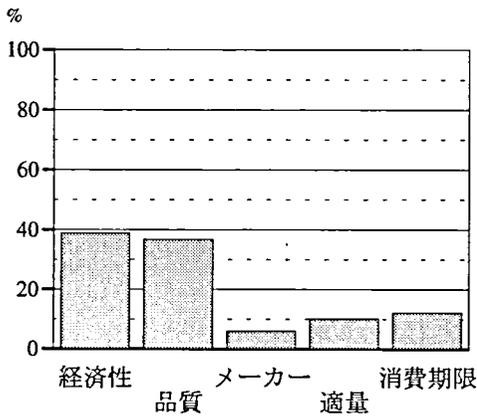


図3-7 菓子類購入の重点項目

### 4) ジュース購入の重点項目

ジュースの回答者も菓子類と同じ49人である。重点項目を示したのが図3-8である。ジュース購入の際にもっとも重点をおくのは味などの品質であり44.9%である。次いで経済性に重点をおく比率が高く20.4%である。菓

子類の場合と同様、消費期限を重点項目にあげる比率は高くなく14.3%である。メーカーや適量をあげる比率はここでも少ない。

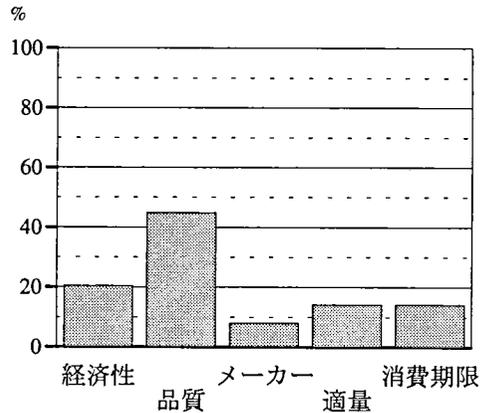


図3-8 ジュース購入の重点項目

### 5) まとめ

4種類の食品購入の重点項目をまとめると次のとおりである。卵や牛乳の場合は消費期限に重点がおかれている。生徒本人が購入することが多い菓子類やジュースでは消費期限はあまり気にせず、味などの品質に重点がおかれる。菓子類の場合はこれに経済性が加わる。ここでの回答は生徒本人のものであり、主たる購入者である母親が購入する場合は異なるかもしれないが、食品によって購入する際に重点をおく項目が異なっていることは明らかになった。

## Ⅳ 高校生とその家庭における食品の保存と廃棄

Ⅲにおいては高校生の食品の購入の状況について検討した。購入した食品はすぐに使用される場合もあるが、いったん保存しておいて必要ときに使用するという形態も一般的である。一定期間の食事計画をもとに食品の必要量を計算し、保存容量と消費期限の関係を想定しながら食品を購入するのが食生活管理の一部である。

今回の研究では高校生を対象とした調査を実施しているため、こうした食生活管理をとらえることは困難であった。そこで、高校生でも可能な範囲で食品の保存状況、消費期限、それに関連する食品の廃棄について質問した。ここでは、その調査結果について検討する。

### (1) 卵および牛乳の保存状況

卵および牛乳の保存状況について検討した。卵の保存状況は、全体の70%の家庭において保存していた。全家庭における平均の保存個数は、6.6個となった。また、

牛乳を保存している家庭は、全体の74.2%であり、全家庭における平均の保存量は969mlとなった。我が国でカルシウムが栄養所要量に達しない原因のひとつに、牛乳などの乳製品の摂取不足がよくいわれるが、本研究における保存率と保存量をみると我が国においてもかなりの割合で食生活の中に牛乳が浸透してきていることが予想される。

次に表4-1に卵および牛乳の保存状況を核家族と拡大家族別で示した。

表4-1 家族形態別にみた卵および牛乳の保存状況

	核家族	拡大家族
<b>卵</b>		
保存している (%)	69.3	81.8
保存量 (個)	6.1	11.5
<b>牛乳</b>		
保存している (%)	73.3	81.8
保存量 (ml)	1009	1214

値は、核家族 (75 家族) および拡大家族 (11 家族) の平均値

卵においても牛乳においても、拡大家族の方が核家族と比較して、保存率、保存量とも高かった。保存量が拡大家族の方が高いのは、一日に消費する量が多いことから予想できるが、保存率においても拡大家族の方が高くなっているのは興味深い。

家族形態による食品保存の状況の違いについては、さらに検討する価値があるように思われる。

母親の就業状況と食品保存の関係についても検討したが、大きな違いは見られなかった。

なお、保存されている牛乳や卵の消費期限についても調査したが、明かな消費期限切れの牛乳や卵は見当たらなかった。しかし、消費期限が不明なものはいく例か認められた。

## (2) 食品の消費期限に対する取り扱い

卵、牛乳、菓子類およびジュースの消費期限に対する高校生本人および家庭での取り扱いの結果を図4-1および図4-2に示した。

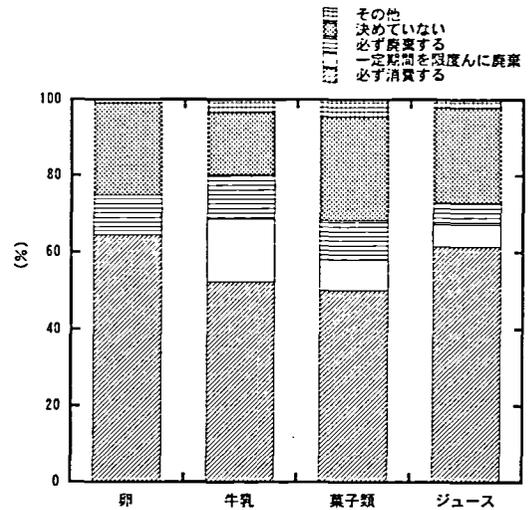


図4-1 食品に対する賞味期限の取り扱い (本人)

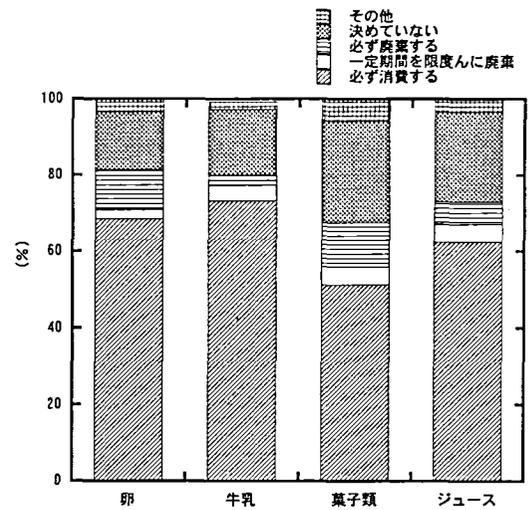


図4-2 食品に対する賞味期限の取り扱い (家庭)

高校生本人の結果をしてみると、消費期限までに必ず消費する人がすべての食品において半数以上を占めた。消費期限が切れた食品は、必ず廃棄する、または一定期間を限度に廃棄すると答えた者は、卵で9%、牛乳で24%、菓子類で33%、ジュースで10%であった。いずれの食品においても高校生の約70%から80%が消費期限に対して何らかの対処をしていることがわかる。

また、家庭内での取り扱いについても、全体的にほぼ高校生本人の結果と類似しており、約70%から80%の家庭で、消費期限に対して何らかの対処をしていることが示された。家庭内での取り決めについては、とくに、牛乳を消費期限までに消費する家庭の割合が全体の70%を占め、高校生の50%と比較して、顕著に高

くなっていた。

割合としては少なかったが、消費期限切れの食品を一定限度で廃棄するという回答の具体的な日数は、どの食品も約2から3日であった。

いずれにしても、食品摂取の段階での食品の消費期限のもつ意味が、実際に非常に大きいことがわかり、適正な消費期限の設定が望まれる。また、消費者としては、消費期限の実質的な意味を知り、いかなる取り扱いが適切であるのかを学んでいく必要がある。

### (3) 食品の消費期限切れによる廃棄経験

食品の消費期限切れによる廃棄率を一年間の廃棄経験で表したのが図4-3である。

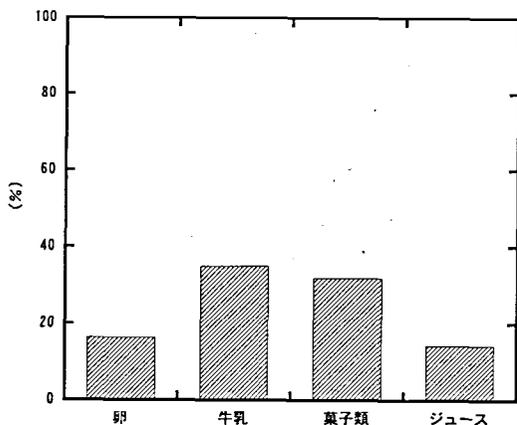


図4-3 食品の消費期限切れによる廃棄経験

卵およびジュースは、消費期限切れにより全家庭の20%前後が廃棄した経験をもつ。また、牛乳や菓子類については、ほぼ40%の家庭で廃棄経験があることがわかる。この廃棄経験と高校生の食品購入の重点項目との関係についても検討したが、本研究においては、明らかな関係は認められなかった。

さらに、廃棄経験のある家庭の廃棄頻度について示した結果が表4-2である。

卵の廃棄頻度は、1ヶ月に1回程度以上で90%以上を

表4-2 消費期限切れによる廃棄頻度

	卵	牛乳	菓子類	ジュース
廃棄頻度 (%)				
2~3日に1回	16.7	10.3	0	15.4
1週間に1回程度	33.3	10.3	15.4	23.1
1ヶ月に1回程度	41.7	44.8	19.2	23.1
半年に1回程度	8.3	31.0	42.3	15.4
1年に1回程度	0	3.4	23.1	23.1
合計	100	100	100	100

一年間に廃棄経験のある家庭における廃棄頻度

占め、牛乳の場合は70%程度を占めた。牛乳の場合は1年間での廃棄経験率も高く、かなりの量が廃棄されている可能性がある。食品購入の重点項目の結果では牛乳と卵はとくに、消費期限に重点をおいて購入している割合が高い。それにもかかわらず、牛乳や卵の廃棄率が高いのは、牛乳や卵の日保ちの悪さにも原因がある。牛乳や卵における購入の形態、調理法の多様化および保存法の工夫など食物的にもまだまだ検討する必要があるのではなかろうか。そして、何より重要なことは、多くの牛乳を廃棄している可能性があることをまず認識すべきだということであろう。菓子類やジュースは、卵や牛乳と比較してそれほど頻繁に廃棄されてはいなかった。

### おわりに

本研究のねらいは家庭経営の中の家庭経済や消費生活の分野と栄養を中心とする食生活の分野とを関連させた教材を開発することであった。牛乳という食品は、スーパーマーケットで消費期限を確認してお金を払って買うという部分だけ取り上げれば家庭経済や消費生活分野の学習である。成長に必要な栄養素であるカルシウムが多く含まれる食品で一日の所要量はどの程度であるかという部分だけ取り上げれば食物学分野の学習である。

日常生活において牛乳を購入するという行為は、この両方の分野の知識を統合して実行される行為である。実際には、前述したとおり、一定期間についての食生活の計画をもとに各種食品の必要量を考え、保存方法と保存容量を考慮しながら購入計画を考えるというのが、日常の家庭経営である。その際、他の消費財の購入とのバランスも考えなければならない。

家庭科教育の目標はそれぞれの分野で学習したことをどのように統合して生活の質を高めていくかについて考えさせることだと思う。ところが、中学生や高校生は、実際の家庭経営に参加する機会が少ないため、家庭科で学んだ知識を日常生活の中で統合するような経験をもちにくい。そのためにも、家庭科教育においてそれをとらえるような教材開発が必要だと思う。

今回設定した食生活分野の場合、食品の購入と食生活との関係をより深く分析するためには、食生活計画担当者、つまり大部分の家庭では母親に質問する方が適切である。しかし、本研究においては、そもそも食品の購入経験の少ない高校生自身に、質問紙調査に回答することによって、食品を購入することの意味や自分の家庭の冷蔵庫の中にある食品について目を向けさせたいと考えた。その結果、高校生本人からみた食品の購入、保存、廃棄などについてのいくつかの知見を

得ることができた。

たとえば、消費期限に重点をおいて購入する牛乳を結果的には廃棄する可能性があることなどが示唆された。この結果を別の視点からみれば、廃棄させないために無理に飲食してしまうという食生活が考えられるかもしれない。つまり、経済性や保存を考慮して食品を購入することは、食生活を変化させる可能性をもつ。この変化には長短両面があると考えられるが、そのようなことまで含めた教材の開発を今後の研究課題と考えていきたい。