

# 温かい米飯の販売及び購入について

## On the Sale and Purchase of the Warm Cooked Rice

(1988年4月7日受理)

高 早 苗 山本純子 佐々木敦子 大羽和子 菅 淑江  
Sanae Koh Junko Yamamoto Atsuko Sasaki Kazuko Ohba Yoshie Suga

**Key words:** 飯, 女子学生, 購入

### I は じ め に

わが国の米の消費量は年々漸減傾向をたどる一方、動物性食品の摂取比率は漸増<sup>1)</sup>し、栄養素エネルギー比率は理想値の限界に達しつつあり、健康に及ぼす影響が懸念されている<sup>2)</sup>。

また、このような食生活の変化は、長年培われてきた日本人の食生活感や食文化をも変化させかねない。

このような現状打開の一助として昨今米の見直し、あるいは米の消費拡大が叫ばれている。しかし、昭和61年度の1人1日当たり米の摂取量は212.1gと過去最低を記録した<sup>3)</sup>。

一方、ここ数年温かい持ち帰り弁当の販売店や店頭で電子レンジを備えた惣菜店が出現し、既成品は冷たいものという概念を打ち破る販売方法が浸透しつつある。

著者らはこのような販売店で温かい米飯(白飯)が販売されていることに注目し、新しい米の消費形態としての可能性を探りたいと考えた。そこで今回、女子学生及び主婦を調査対象として、温かい米飯の購入状況及び販売や購入に対する意識調査を行い分析を試みたので以下に報告する。

### II 調 査 方 法

#### 1. 調査対象

- (1) **女子学生** 本学家政科家政専攻、食物栄養専攻及び幼児教育科1, 2学年に在籍する女子学生403名。通学形態は自宅通学65.8%, 寮または下宿34.2%, 居住地域は主として岡山市, 福山市, 倉敷市及びその周辺地域である。以下女子学生と称する。
- (2) **30歳代主婦** 岡山市及び倉敷市内の公立小学校2校, 公立幼稚園1園に通学(通園)する児童(小学校3年生及び幼稚園児)の家庭における調理担当者392名。  
年齢構成は30歳代95.4%, 20歳代4.6%, 居住地域は市の近郊に位置し, 従来からの農業従事世帯と新興住宅世帯の混在地域である。有職者(非常勤を含む)35.2%, 専業主婦64.8%である。以下30歳代主婦と称する。
- (3) **40歳代主婦** 上記女子学生の家庭における調理担当者247名。年齢構成は40歳代79.4%, 50歳代11.3%, その他9.3%, 居住地域は女子学生と同様, 有職者60.3%, 専業主婦38.9%である。以下40歳代主婦と称する。

2. 調査時期

昭和61年 6 月及び昭和62年12月

3. 調査方法

自記入選択方式（一部自由記述を含む）の調査用紙を留置法により配布回収した。有効回収率は女子学生88.8%，30歳代主婦90.0%，40歳代主婦54.4%であった。

III 結果及び考察

1. 温かい米飯の購入実態

(1) 購入経験者の割合 (図 1, 表 1 参照)

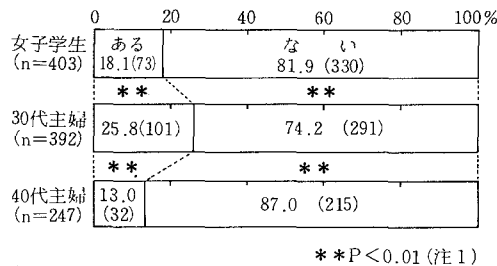


図 1 購入経験

(炊きたての温かいご飯を今までに購入したことがありますか)

表 1 職業の有無と購入経験

購入経験	職業有		職業無		無記入	
	30歳代主婦	40歳代主婦	30歳代主婦	40歳代主婦	30歳代主婦	40歳代主婦
購入経験〔あり〕	割合(%) 35.7 人数 36	割合(%) 65.6 人数 21	割合(%) 62.3 人数 63	割合(%) 34.4 人数 11	割合(%) 2.0 人数 2	割合(%) 0 人数 0
購入経験〔なし〕	30.9 90	59.6 128	65.7 191	39.5 85	3.4 10	0.9 2

温かい米飯の購入経験者の割合は女子学生18.1%，30歳代主婦25.8%，40歳代主婦13.0%であった。いずれの対象も購入未経験者の割合が経験者のそれを上回り、米飯購入は広く一般に普及した状態とはいえなかった。30歳代主婦とその他の対象間に有意差が認められた。女子学生の購入経験者に下宿または寮生活者の割合が高く、1人暮らしあるいは自炊との関連性が推察された。また主婦の就業は家事の負担を増大させることから関連性が推測されたが、30歳代、40歳代ともに就業と購入に関連性は認められなかった。

(2) 購入頻度 (注) 以下(4)までは購入経験者を対象としている。(表 2 参照)

これは30歳代、40歳代主婦のみの調査結果である。これまでの購入回数はそれぞれ「年数回」が50%以上を占め、次いで「月数回」の割合が高く、米飯の購入は日常的なこととして取り入れられては

(注 1) \*印は上下のグラフ間に有意差が認められたことを示す。以下のグラフにおいても同様。

表2 米飯の購入状況

対 象 項 目	女子学生 n = 73		30歳代主婦 n = 101		40歳代主婦 n = 32	
	実 数	割 合	実 数	割 合	実 数	割 合
・購 入 の 動 機	人	%	人	%	人	%
すぐ食べられる	37	50.7	45	44.5	12	37.5
不足分の補い	18	24.6	43	42.6	17	53.1
炊くのが面倒	4	5.5	3	3.0	0	0
ご飯を食べる人が少ない	0	0	1	1.0	0	0
おいしい	1	1.4	1	1.0	0	0
その 他	13	17.8	8	7.9	3	9.4
無記入	0	0	0	0	0	0
計	73	100.0	101	100.0	32	100.0
・購 入 頻 度						
数回／年			67	66.3	17	53.0
数回／月			17	16.8	11	34.4
1～2回／週			0	0	2	6.3
ほとんど毎日			0	0	0	0
その他			15	14.9	2	6.3
無記入			2	2.0	0	0
計			101	100.0	32	100.0
・購 入 価 格						
まあまあ	50	68.4	58	57.3	20	62.5
高い	8	11.0	14	13.9	5	15.6
安い	8	11.0	13	12.9	4	12.5
わからない	7	9.6	14	13.9	3	9.4
無記入	0	0	2	2.0	0	0
計	73	100.0	101	100.0	32	100.0
・購 入 す る 1 回 量						
2～3人分	18	24.6	54	53.4	16	50.0
1人分	51	69.9	32	31.7	12	37.5
4～5人分	4	5.5	12	11.9	3	9.4
それ以上	0	0	0	0	1	3.1
無記入	0	0	3	3.0	0	0
計	73	100.0	101	100.0	32	100.0

ず、非常時用の意味あい強いようであった。

(3) 購入の動機及び購入する1回量

米飯を購入する一番の動機は、「すぐ食べられる」または「不足分の補い」であった。出現数は少ないが「ご飯を炊くのはめんどろ」が女子学生の5.5%，30歳代主婦の2.9%に見られ、40歳代主婦は0%であったことから炊飯に対する意識に年代差があることがうかがわれた。また「購入したご飯はおいしい」はいずれの対象にもほとんど出現せず、購入の動機は簡便性に重点が置かれていた。1回の購入量は1人分または2～3人分であり、女子学生に1人分の割合が高く、自分のための購入が主であった。

(4) 購入価格

各対象とも「まあまあ」が60%を占め、高値感、安値感を大きく上回った。

2. 温かい米飯の販売及び購入に関する意識

(1) 今後の購入者の動向 (図2～5参照)

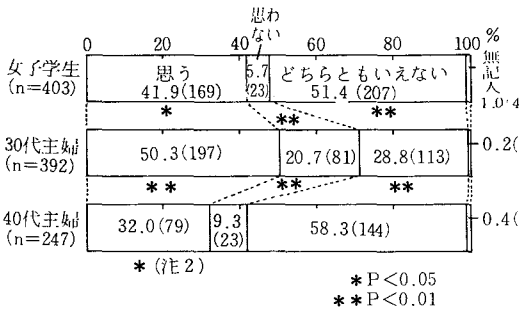


図2 今後の米飯購入者の動向  
(今後ご飯を購入する人がふえると思いますか)

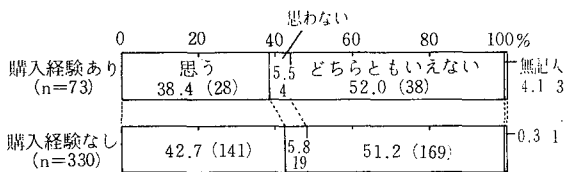


図3 今後の米飯購入者の動向と購入経験  
(女子学生)

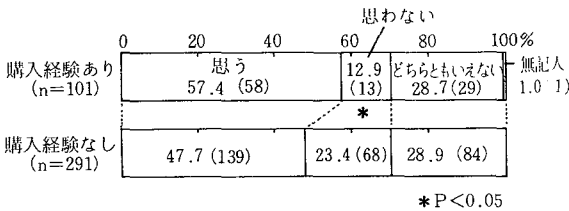


図4 今後の米飯購入者の動向と購入経験  
(30歳代主婦)

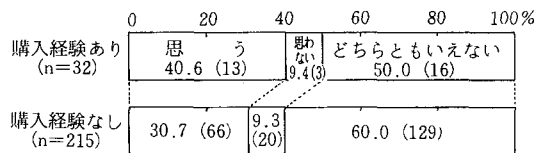


図5 今後の米飯購入者の動向と購入経験  
(40歳代主婦)

今後米飯の購入者が増えると思うかという質問に対し、女子学生及び40歳代主婦は「わからない」が50%以上を占め、米飯の販売が一般的な事柄として判断されるに到っていないようであった。これに対し30歳代主婦の「わからない」の割合は有意差をもって低く女子学生、40歳代主婦に比べやや関心が高いようすがうかがえた。各対象の「増えると思う」「思わない」の割合は、いずれも前者が後者を大きく上回り、全体的には「今後購入者は増える」と考えられていると言えよう。図3～5は購入経験の有無別比較である。購入経験の何らかの影響が期待されたが、女子学生及び40歳代主婦は差が全く認められ

(注2) 40歳代主婦と女子学生間に有意差が認められたことを示す。以下のグラフにおいても同様。

ず購入経験があるにも係わらず「わからない」が多数を占めた。30歳代主婦は購入経験群に「思わない」が有意差をもって低く、経験が否定的意見を減少させたものと推察された。

・購入者が増える理由、増えない理由（表3参照）

表3 今後ご飯を購入する人が増えると思う理由、思わない理由

項目	対象	女子学生	30歳代主婦	40歳代主婦
増えると思う理由		%	%	%
手軽・便利・簡単		38.5	34.6	38.0
炊くのは面倒		25.4	3.5	7.6
共働きの増加		9.5	30.8	19.0
一人暮らし、核家族の増加		11.8	28.5	16.5
増えると思わない理由				
ご飯は簡単に炊ける		39.1	28.8	17.4
おいしくない・好みに合わない		—	33.9	30.4
不経済		8.7	33.9	—
その他		—	3.4	—

〔注〕 女子学生、40歳代主婦は自由記入を整理集計したもの、30歳代主婦は学生及び40歳代主婦の集計結果より選択肢を設け、複数回答したものを集計している。

30歳代、40歳代主婦の購入者増の理由は「手軽、便利、簡単」であり、次いで「共働き一人暮らしの増加」であった。結果1の(3)において購入経験者の購入動機は簡便性にあることを指摘したが、ここで

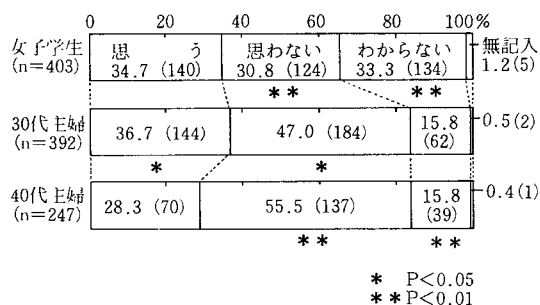


図6 手軽に購入できることに対する意識 (温かいご飯がパン同様にいつでもどこでも買えたら良いと思いますか)

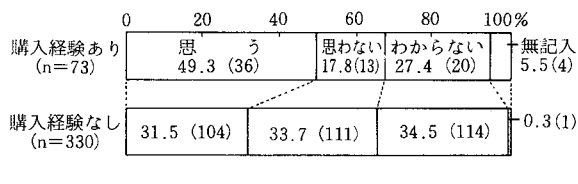


図7 手軽に購入できることに対する意識と購入経験 (女子学生)

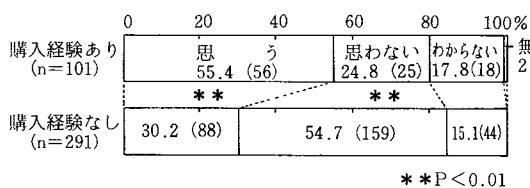


図8 手軽に購入できることに対する意識と購入経験 (30歳代主婦)

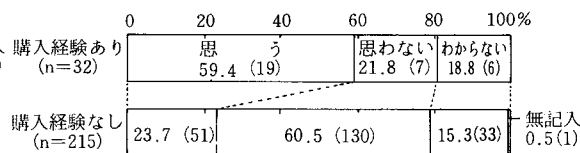


図9 手軽に購入できることに対する意識と購入経験 (40歳代主婦)

も簡便性が最も重視されていた。女子学生の場合は「手軽」の次に「炊くのはめんどう」があがっており、結果1の(3)において指摘した炊飯に対する意識の年代差がここでも見られた。購入者が増えると思わない理由として30歳代、40歳代主婦が高い割合を示したのは「おいしくない、好みに合わない」であった（「好みに合わない」は主としてご飯の硬さに対する表現）。一方、女子学生は「ご飯は簡単に炊ける」が最も高く、嗜好上の理由はほとんど見られず対照的な結果であった。

(2) 手軽に購入できることに対する意識 (図6～9参照)

温かい米飯がパン同様いつでもどこでも購入できたら良いと思うかという質問である。

この質問は対象本人の購入意志を問う内容のためか、「わからない」は後退した。30歳代、40歳代主婦は「良いと思わない」が最も高い割合で出現し、「良いと思う」を大きく上回り主婦の拒否傾向が認められたが、特に40歳代に顕著であった。女子学生は各選択肢がほぼ同数で出現しており、主婦よりも「わからない」は有意に高く「思わない」は有意に低いなど主婦と傾向を異にした。購入経験の有無別比較では、いずれの対象も購入経験群は「良いと思う」が高く、未経験群は「思わない」が高く、購入経験による意識の差が明確に現れた。しかし各対象とも購入経験群における「思わない」、「わからない」の合計が40～50%を占めることは、購入経験があるにも係わらず抵抗感を持つ者の存在を示唆している。

(3) 米の消費拡大に関する意識 (図10～13参照)

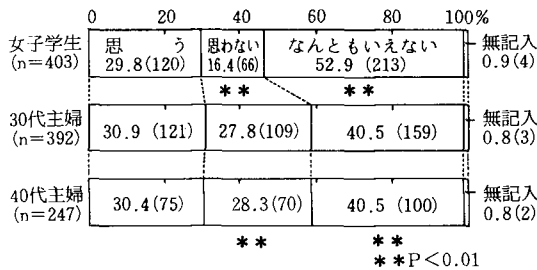


図10 米の消費拡大に関する意識

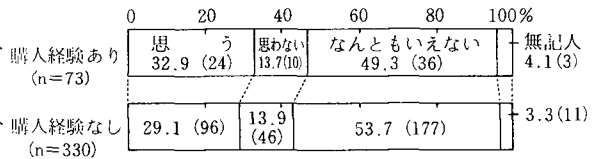


図11 米の消費拡大に関する意識と購入経験 (女子学生)

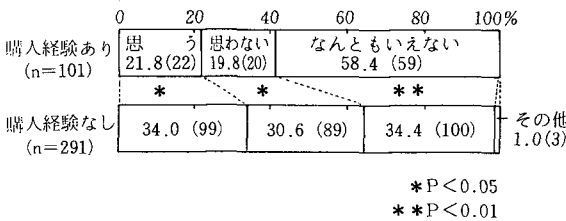


図12 米の消費拡大に関する意識と購入経験 (30歳代主婦)

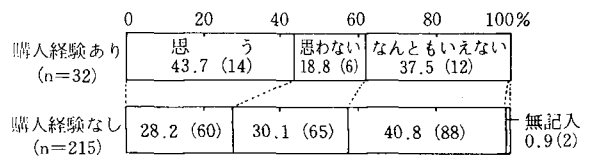


図13 米の消費拡大に関する意識と購入経験 (40歳代主婦)

米飯の販売が米の消費拡大に役立つと思うかという質問である。これに対し各対象とも「なんともいえない」の割合が最も高く、結果2の(1)今後の購入者の動向の場合と同様質問に対する戸惑いが感じられた。中でも女子学生は主婦に比べ「なんともいえない」が高く、「思わない」は有意に低いなど主婦とはやや異なった傾向を示した。このように女子学生は中間意見が多数を占める傾向が見られ、中間意見が少なく意思表示が明確な30歳代主婦と対照的であった。購入経験の有無別比較では、女子学生及び40歳代主婦に購入経験の影響は全く認められなかった。しかし30歳代主婦では購入経験群に「なんともい

えない」が60%も出現し、前述の(1), (2)に見られた積極的、肯定的意見は後退した。結果1で述べたとおり購入経験者の購入頻度や1回の購入量は少ない。このような実体験が結果に反映したものと考えられる。

3. 今後の購入について

(1) 購入経験者の場合 (図14, 15参照)

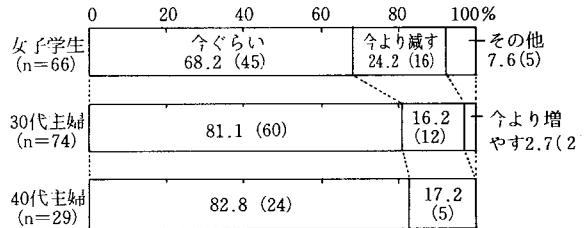
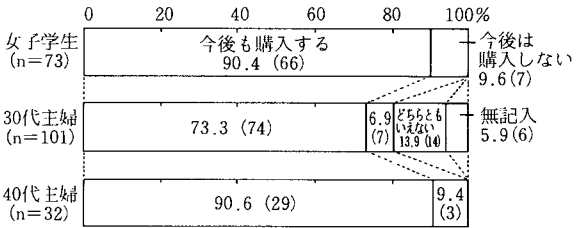


図14 今後の米飯の購入について (購入経験者)

図15 今後も米飯を購入する人の購入回数

30歳代主婦のみ選択肢に中間意見が入っているため、他の対象と若干傾向を異にするが各対象とも「今後も購入」が多数を占め、ほぼ一致していた。しかし各対象とも「今後は購入しない」が10%弱であるが存在し、購入経験が必ずしもその後の購入に直結しないことが示唆された。今後も購入するグループの購入回数は、各対象とも「今ぐらい」が最も高く「今より減らす」も20%前後存在し、今後の購入に対しやや消極的傾向が見られた。

(2) 購入未経験者の場合 (図16参照)

女子学生は「なんともいえない」が最も高く50%を占め、次いで「今後も購入しない」の40%であった。したがって傾向としては拒否的であると言える。30歳代、40歳代主婦は「今後も購入しない」の割合が最も高く、購入に対する強い拒否傾向が示されたが、一方「今後購入する」が15%存在したことは、今後の可能性を探る上で注目される。

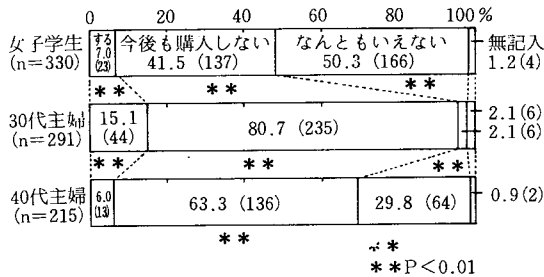


図16 今後の米飯の購入について (購入未経験者)

・今後も購入しない理由 [注] 回答方法は結果2の(1)と同様 (表4参照)

各対象が最も高い割合を示した理由は、女子学生は「家にご飯がある」、30歳代、40歳代主婦は「自分で炊く」であった。このことから女子学生には炊飯に対する依存的姿勢が、主婦には自主性や責任感が示唆された。この他に多く出現した理由は、嗜好面、経済性及び米の自給であった。衛生面の不安や販売店が近所がないことは主たる理由ではなかった。

表 4 今後ご飯を購入しない理由

項目	対 象	女子学生	30歳代主婦	40歳代主婦
自分で炊くから		—%	41.6%	35.0%
家で炊いた方がおいしい		17.0	18.0	27.5
不 経 済		8.8	13.0	15.6
米を作っている		8.5	21.7	10.4
衛生面に不安		—	—	8.6
近所に販売店がない		—	8.7	1.6
家に炊いたご飯がある		33.7	—	—

## IV ま と め

最近温かいご飯が販売されているが、どのように利用されているのであろうか、今後米の新しい消費形態として定着する可能性はどうであろうか、このような興味から今回の調査研究を開始した。その結果は次のようであった。

## 1. 温かい米飯の購入実態

- ① 購入経験者は全体の約20%、購入頻度は年数回～月数回で一部の普及に留まっていた。
- ② 購入の動機は簡便性にあり、価格はほどほどと考えられていた。
- ③ 主婦の就業と購入に関連性はなかった。
- ④ 女子学生の結果から、一人暮らしや自炊生活は購入開始のきっかけになると思われた。

## 2. 温かい米飯の販売及び購入に関する意識

- ① 全体的に中間意見が多く、一般的事項として判断されるに到っていないと思われた。
- ② 今後購入者は増加すると考えられており、その理由は簡便性であった。主婦は購入者増の要因として共働きや一人暮らしを重視していたが、実際には影響は無く、意識と実際に大きな隔たりがあった。女子学生には炊飯をめんどうと感じる者が見られた。
- ③ 今後購入者は増加しないと考える理由として、主婦は嗜好面を女子学生は炊飯の機能面をあげた。
- ④ 手軽に購入できることに対し、主婦は拒否的であった。購入経験は肯定的に作用した。

## 3. 今後の購入について

- ① 購入経験者は今後も購入を続けるが、その量は現状維持であった。
- ② 購入未経験者は今後の購入に対し拒否的であり、その理由は主婦は「自分で炊く」、女子学生は「家にご飯がある」で、両者の立場の違いが端的に現れた。

今回の結果より、ただちに米飯の販売や購入の将来を展望することは難しくまた危険である。しかし、今回の調査対象に関しては次の2点が考えられた。

その1は女子学生の動向である。調査結果から得られた彼女らの特徴は無関心、依存的、簡便志向であった。したがって今後親元から独立し、また主婦として食事づくりに主体的に係わりを持ったときどう行動するか注目される。その2は主婦の動向である。30歳代は積極的、行動的、40歳代は消極的、保



守的などの相違点は見られたものの、炊飯や食事づくりに対する自主性、責任感は一致していた。しかし将来彼女らが子育てから解放され、夫婦二人暮らしあるいは一人暮らしとなったとき、さらに老人世帯、独居老人となったときどう変化するであろうか。家庭の食料品費に占める加工食品費、中でもテイクアウト食品、調理食品費は増大しているという<sup>4)</sup>。また、高齢者にこれらの食品の利用率が高いとの指摘もある<sup>5)</sup>。温かい米飯の販売は、長年家でご飯を炊き食べてきたわれわれ日本人にとって非常に重大な問題提起をしているとも言えよう。今後も引き続き注目して行きたいと考えている。

〔付記〕 本研究は昭和62年度岡山県「女子学生による米食改善研究委託事業」を受けて行ったものである。

この一部は第34回日本家政学会中四国支部研究発表会において発表した。

## 文 献

- 1) 食糧栄養調査会編：1987年版 食料・栄養・健康，pp. 182～184，医歯薬出版，(1987)
- 2) 阿部達夫：食生活の変遷と疾病構造の変化，新時代の臨床栄養・病態栄養，pp. 3～16，ライフ・サイエンス・センター，(1986)
- 3) 厚生省保健局健康増進栄養課：昭和61年国民栄養調査成績の概要，栄養日本，Vol. 31, 81～89，日本栄養士会，(1988)
- 4) 奥野和夫：食料需給—食料需給の飽和と食料供給—，1987年版 食料・栄養・健康，pp. 8～14，医歯薬出版，(1987)
- 5) 松浦龍雄：高齢者の食生活と外食産業， 同上 ， pp. 84～95