

家事サービスの利用要因に関する構造的分析 (第2報)

生活意識を視点として

長 沢 由 喜 子, 壁谷沢 万里子*

(岩手大学教育学部, * 福島大学教育学部)

平成元年11月23日受理

Structural Analysis of Factors in the Use of Domestic Services (Part 2)

Viewpoint of Life Consciousness

Yukiko NAGASAWA and Mariko KABEYASAWA*

Faculty of Education, Iwate University, Morioka 020

**Faculty of Education, Fukushima University, Fukushima 960*

Following the report of Part 1, the use-tendency of domestic services of housewives was analyzed according to their conservative life consciousness.

The results obtained were as follows:

- (1) Regarding consciousness of the value of homemaking and view toward sex roles, the more conservative the housewives and their husbands were, the more their service-uses were controlled.
- (2) The higher their self-estimations of housework techniques were, especially about cooking, the more their service-uses of dietary life were controlled.
- (3) The housewives with higher consumer consciousness or more confidence of their housework techniques, will use less domestic services in future.

(Received November 23, 1989)

Keywords: domestic service 家事サービス, use factor 利用要因, consciousness of the value of homemaking 手づくり意識, view toward sex roles 性別分業観, housework technique 家事技術.

1. 緒 言

本研究は近年における家計サービス支出の増大化傾向¹⁾に着目し、とりわけ家庭生活の変容をもたらす要因として注目される家事サービスの導入を取り上げ、家庭経営的立場よりその利用構造の一端をとらえようとするものである。

第1報²⁾では、家事サービスの利用傾向を利用程度、利用動機および今後の利用意向によりとらえ、対象主婦の社会的属性を軸として分析を行い、その結果を報告した。本報では、さらに家事サービスの利用に影響すると考えられる主婦の生活意識に焦点を当て、それらを軸として分析した結果について報告する。

前報では、利用促進要因として若年群において顕著に「利便性志向」が認められるとともに、利用定着の前提

として「サービスの質評価」の存在が指摘された。一方、利用抑制要因に関しては、高齢群および低学歴群における利用拒否あるいは利用抑制傾向が明らかにされ、非利用に関する意識については、年齢との関連における保守性の存在が示唆された。

したがって本報では、主婦の生活意識のなかでもとくに家事の合理化とかかわってサービスの利用抑制に深く関係すると思われる家政的意識を取り上げることにより、主として非利用にかかわる利用要因を、意識の上から明らかにすることを目的とする。

2. 研究方法

(1) 調査の枠組

家事サービス利用要因の構造に関する理論的枠組は第

1報²⁾に準ずるものであり、利用実態については、取り上げたサービス項目、利用程度を4段階にとらえること、そしてそれをさらに利用・非利用に分けて分析の視点とすることなど、第1報同様である。

消費者としての主婦のサービス利用決定にかかわる内部的思考過程を支配している基本的変数としては、ニーズ・動機・パーソナリティー・認識の四つがあげられるが³⁾、これらのなかで、ニーズ、動機、個人的属性としてのパーソナリティーは前報の分析対象として位置づけられている。したがって、本報において生活意識としてとらえているのは、認識のなかにおけるいわゆる消費者態度であり、社会的・文化的意識のなかでもとりわけ家事の合理化とかかわる家政的意識にまをしばるることにより、家事サービスの利用要因に関する家庭経営学的せまり方が可能になると考える。

本報において分析軸とする生活意識に関し、本報関係項目として取り上げたのは、①手づくり意識、②本人・夫・実家の母・姑の性別分業観、③生活規範、④家事技術の自己評価、⑤生活満足度、以上5項目であり、

さらに生活実態を示すものとして、⑥勤務者の昼食、⑦物価高への対策、⑧実家の母の家事のやり方の3項目を取り上げた。

各調査項目を家事サービス利用と関連づけて取り上げた理由は以下のとおりである。①手づくり意識の場合には、サービスの自給に対する考え方と種々のサービスを貨幣で購入し、時間・労力の軽減を図る家事サービス利用とが対立的にとらえられる。②性別分業観については、本人の保守的意識およびその意識形成に影響を及ぼすと考えられる周囲の人々の保守的意識が、サービス利用とかかわると考えられるため、「男は仕事、女は家庭」という考え方を示すことによって、保守性にかかわる価値観の一つのものさしを推し測ろうとした。③生活規範については、生活の中における余暇の位置づけが、主婦の家事に対する考え方、ひいては生活時間構造の違いともかかわってサービス利用に影響すると考えられる。④家事技術の自己評価は、サービス購入に家事の質を期待する動機が含まれると考えられるため、家事に対する得手、不得手の意識が、直接的にサービス利用とかかわる

表1. クロス分析 χ^2 検定結果一覧 (属性と生活意識、サービス利用程度と生活意識)

サービス項目 (利用程度)	生活意識										
	手 づ く り	性別分業観				生 活 規 範	家事自己評価				満 足 度
		本 人	夫	姑	母		炊 事	洗 濯	掃 除	家 計	
年齢					**					**	
家族型	**				**						
職業	**	**			**	*	*	*	**		
学歴	*	*			*						
調理済み冷凍食品	**	**	**		**	**				*	
素材冷凍食品	**				**	*	*			*	
漬物					**	**		*	**	**	
そうざいの揚げ物・ハンバーグ	*		*		**	**		*		**	
そうざいのサラダ	*				**	**				*	
そうざいの寿司		*			*	*	*			*	
レトルトカレー・シチュー	**		*	*					**		
インスタントラーメン					*				**		
インスタントめんつゆ									*		
インスタントかつおだし									*		
半調理フライ・ハンバーグ	**		**	**	**	**	*				
店屋物出前								**		*	
市販弁当								**		*	
家族との外食			**						**	**	
セータークリーニング									**	**	
ワイシャツクリーニング									**	**	
寸法直し											
リース式化学そうきん											
市販そうきん											
カテログ販売	**	**				**	*		**		
分割払の銀行振替			*								
御用聞き	*										

* 危険率5%以下で有意性あり

** 危険率1%以下で有意性あり

表 2. 職業別手づくり意識

職業	積極的否定	消極的否定	消極的肯定	積極的肯定				その他	N.A. 不明	計
	時代に逆行 時間手数むだ	時間がない	物価高で やむなく	愛情	公害の 不安	個性が でる	余暇の 充実			
農業・自営業 自由業など	5(4.4)	27(23.7)	10(8.8)	173(151.7)				5(4.4)	8(7.0)	228(200)
勤務者	18(7.1)	86(34.1)	18(7.1)	70(61.4)	66(57.9)	26(22.8)	11(9.6)	15(6.0)	12(4.8)	504(200)
パート・内職	2(2.6)	13(16.9)	6(7.8)	151(59.9)	134(53.2)	60(23.8)	10(4.0)	3(3.9)	4(5.2)	154(200)
無職	6(3.0)	8(4.0)	10(5.0)	53(68.8)	42(54.5)	24(31.2)	7(9.1)	13(6.5)	16(8.0)	400(200)
N.A.・不明	2(15.4)	2(15.4)	0(0.0)	141(70.5)				0(0.0)	1(7.7)	26(200)
計	33(5.0)	136(20.8)	44(6.8)	1022(155.8)	128(63.0)	56(28.0)	24(12.0)	36(5.4)	41(6.2)	1312(200)
				425(64.8)	374(57.0)	170(26.0)	53(8.0)			

大項目・小項目共に χ^2 検定危険率1%以下で有意 * 比率の差の検定危険率5%以下で有意 ** 比率の差の検定危険率1%以下で有意 (複数回答)

と推察される。⑤生活満足度については、前述4意識およびサービス利用度とのかかわりを、満足度という形で総合的に検討しようとした。さらに生活実態に関しては、⑥勤務者の場合、昼食は弁当派か外食派かを問うことにより、手づくりの実践度とのかかわりを検討する。⑦物価高への対策では、経済観念とのかかわりを検討する。⑧実家の母のやり方では、性別分業観とは別に母親の家事のやり方が子に与える影響について検討する。

(2) 調査方法
第1報に同じ。

3. 調査結果および考察

生活意識と対象者の属性および家事サービス各項目の利用程度とのクロス分析の結果は、表1に示すとおりである。勤務者の昼食、物価高への対策、実家の母の家事のやり方と各項目との間には χ^2 検定において有意な差が認められなかったため、表には掲げない。

以下、生活意識関連項目別に述べる。

(1) 手づくり意識との関連

手づくり意識については、表2に示すように①時代に逆行、②時間手数むだ、③時間がない、④物価高でやむなく、⑤愛情、⑥公害の不安、⑦個性がでる、⑧余暇の充実、⑨その他の9項目を設定し、⑨を除きこれらをさらに①・②積極的否定、③消極的否定、④消

極的肯定、⑤・⑥・⑦・⑧積極的肯定の4段階に区分して検定を行った。表1より、属性とのクロス分析において有意性が認められた項目は、職業および学歴である。

職業と手づくり意識との関連は表2に示すとおりである。表2より、手づくりを積極的に肯定する場合には「愛情」、「公害不安」をあげるものが圧倒的に多く、「時代に逆行・時間手数むだ」の積極的否定派は、わずか5%にすぎない。また「個性」を取り上げた積極的肯定派、および「時間がない」の消極的否定派がともに20%台を示す事実は、手づくりが見直されてきている現在の状況を反映しているといえよう。職業別では、とくに時間的拘束度の大きい勤務者の場合に「時間がない」の指摘率が高く、時間コスト意識が高い事実を確認することができる。また「愛情」や「個性」はパート・内職群および専業主婦の指摘率がやや高く、「公害不安」は専業主婦の指摘が他群に比してきわだって多く、この群の消費者意識の高さの表れとしてとらえられる。資料は示さなかったが、同様に学歴別でみると、中卒群において、いくぶん手づくり意識否定派が多く消費者意識も低くなる傾向が認められ、逆に短大卒以上では、「愛情」指摘が他群に比して多い事実注目することができる。これらの結果から、低学歴群において、食品公害意識が低く手づくりの積極的否定が多くなる一方、高学歴の専業主婦に、家族の情緒的な面でのつながりを大切にする姿勢が

表 3. 利用程度別手づくり意識

(複数回答)

項目	手づくり意識 利用程度	積極的肯定	消極的肯定 消極的否定	積極的否定	計
調理 済みの 冷凍食品	利 用 (よく又は時々利用)	318(76.1) (29.6)	83(19.9) (18.4) **	17(4.0) (53.1)	418(100) (32.5)
	中 間 (利用したことある)	472(85.8) (43.9)	69(12.6) (38.5)	9(1.6) (18.8)	550(100) (42.8)
	非 利 用 (利用したことない)	285(89.6) (26.5)	27(8.5) (15.1)	6(1.9) (18.8)	318(100) (24.7)
	計	1075(83.6) (100)	179(13.9) (100)	32(2.5) (100)	1286(100) (100)
レトルト カレー・ シチュー	利 用 (よく又は時々利用)	85(73.3) (8.0)	28(24.1) (15.7)	3(2.6) (9.4)	116(100) (9.1)
	中 間 (利用したことある)	407(82.1) (38.2)	72(14.5) (40.2)	17(3.4) (53.1)	496(100) (38.9)
	非 利 用 (利用したことない)	573(86.3) (53.8)	179(11.9) (44.1)	12(1.8) (37.5)	664(100) (52.0)
	計	1065(83.5) (100)	179(14.0) (100)	32(2.5) (100)	1276(100) (100)
半調理 フライ ハン バー グ	利 用 (よく又は時々利用)	224(72.7) (21.2)	68(22.1) (38.9) **	16(5.2) (53.3)	308(100) (24.4)
	中 間 (利用したことある)	464(85.0) (43.8)	72(13.2) (41.1)	10(1.8) (33.4)	546(100) (43.2)
	非 利 用 (利用したことない)	371(90.5) (35.0)	35(8.5) (20.0) **	4(1.0) (13.3)	410(100) (32.4)
	計	1059(83.8) (100)	175(13.8) (100)	30(2.4) (100)	1264(100) (100)

3項目共に χ^2 検定危険率1%以下で有意
(その他・N.A 除く)

註1 ()内上段ヨコ%値 下段タテ%値
註2 * 比率の差の検定危険率5%以下で有意
** 比率の差の検定危険率1%以下で有意
(利用・非利用間および積極的肯定・否定間のみ表示)

うかがえる。

次に、表1より手づくり意識とサービス利用程度とのクロス分析の結果をみると、危険率1%以下では調理済み冷凍食品、素材冷凍食品、レトルトカレー・シチュー、半調理フライ・ハンバーグ、カタログ販売の5項目において有意性が認められた。これを表3に示すように、第1報に準じて利用度を利用・中間・非利用に3分類し、利用程度別に手づくり意識についてみると、いずれにおいても手づくりを積極的に肯定する場合に、利用が抑制されることが明らかである。さらに利用・非利用別に意識の違いをみると、従来家庭で手づくりされているカレーやフライ・ハンバーグなどは非利用において差が認められ、一方、冷凍食品のような新たな価値をもつ加工食品、あるいはそうざいのようにある程度の普及率を示す食品では、利用において差が認められる点が特徴的である。したがって、手づくり意識が決定的に利用傾向にか

かわるのは、両者の性格をあわせもつ場合においてであり、半調理フライ・ハンバーグはその典型例としてとらえられる。

つまり、家庭での手づくりがあたりまえとされるものについては、利用に対する後ろめたさや家庭独自の味の存在などが非利用と深くかかわると同時に、手づくりという言葉が意味する健康・安全志向が利用抑制作用をもつと考えられる。一方、新たな加工形態の食品については、添加物などの点で健康・安全志向とのかかわりが小さい場合には非利用とのかかわりが薄くなり、逆に利便性など他の利用促進要因も加わり、利用において有意差が現れると考えられる。

(2) 性別分業観との関連

本人の性別分業観については「男は仕事、女は家庭」に対する考え方を、表4に示すように、①当然である、②現状ではやむをえない、③主婦としての責務を怠ら

表 4. 職業別本人の性別分業観

職業	肯定		中間	否定		その他 わからない	N.A. 不明	計
	当然である	現状では やむをえぬ	責務総らぬ 範囲で	共に働き 責任分かつ	役割を固定 しない			
農業・自営業 自由業など	45(39.4)	19(16.6)	46(40.4)	13(11.4)	11(9.6)	5(4.4)	5(4.4)	114(100)
勤務者	53(21.1)	26(22.8)**	88(34.9)	97(63.8)	2(1.8)**	9(3.6)	5(2.0)	252(100)
パート・内職	13(5.2)	40(15.9)**	41(53.2)	84(33.3)	13(5.1)**	2(2.6)	3(3.9)	77(100)
無職	15(19.5)	8(10.4)	41(53.2)	16(20.8)	7(9.1)**	11(14.3)	5(6.5)	77(100)
N.A.・不明	84(42.0)	36(18.0)	74(37.0)	26(13.0)	17(8.5)	9(4.5)	7(3.5)	200(100)
	6(46.2)	4(30.8)	6(46.1)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	1(7.7)	13(100)
計	203(31.0)	123(18.8)	255(38.9)	152(23.2)	29(4.4)	25(3.8)	21(3.2)	656(100)

大項目・小項目共に

*²検定危険率1%以下で有意

* 比率の差の検定危険率5%以下で有意

** 比率の差の検定危険率1%以下で有意

ない範囲で職業をもつべき、④共に働き責任を分かつべき、⑤役割を固定しない、⑥その他、⑦わからないの7項目設定し、⑥・⑦を除きこれらをさらに、①・②肯定、③中間、④・⑤否定と3分類し、大項目を設定した。表1より、属性との間では職業および学歴において有意性が認められる。

職業との関連では、表4より、勤務者群に進歩的傾向、農業・自営業・自由業等および専業主婦群に保守的傾向が認められ、パート・内職群はその中間に位置づけられ、予想どおりの結果が得られた。女性の就業形態選択には性別分業観がかかわること、あるいは逆に就業形態が性別分業観形成に影響する事実を確認することができる。資料は示さないが同時に学歴別では、高学歴群に進歩的考え方が多いこと、低学歴群に中間的考え方が多い傾向が認められる。したがって、高学歴の勤務者が最も進歩的な考え方を示すことが明らかである。

次に、サービス利用程度と本人の性別分業観との関連を表1にみると、危険率1%以下では調理済み冷凍食品およびカタログ販売において有意性が認められる。表5により、利用・非利用別意識の違いをみると、性別分業観のあり方が利用にかかわることが明らかであり、食生活関連サービス同様カタログ販売において顕著な傾向が認められる点に注目することができる。表5に示す2項

目ともに第1報において利用程度と職業との関連が認められ、時間的拘束度と利用との関連が明らかにされているため、サービス利用を促進する意味において、性別分業観と時間的拘束度のいずれが優先するかについては特定しがたいが、カタログ販売に限っていうならば、時間的拘束度が優先するとみることができよう。一方、性別分業観にかかわる保守性については、食生活関連サービスに関してのみサービス利用抑制要因として働くことが確認できたと考える。

さらに夫の性別分業意識については、①非常に進歩的、②やや進歩的、③どちらともいえない、④どちらかという保守的、⑤非常に保守的、⑥わからないの6項目を設定し、⑥を除き、表6に示すように①・②進歩的、③中間、④・⑤保守的の3項目を用いて検定を行った。表1より、危険率1%以下では調理済み冷凍食品、半調理フライ・ハンバーグ、家族との外食において有意性が認められる。有意性の認められた項目いずれにおいても夫が保守的であるほど利用が抑制される傾向が明らかであり、保守性と非利用とのかかわりが顕著である。たとえば、表6の家族との外食においてその傾向を確認することができ、夫の保守的意識が外食という家族の行動を大きく規制している事実を読みとることができる。この事実は利用理由とのクロス分析において第1報にお

表 5. 利用程度別本人の性別分業観

項目	性別分業観				
	肯定	中間	否定	計	
調理済みの冷凍食品	利用	60(30.6) (29.7)	78(39.8) (30.7)	58(29.6) (38.9)	196(100) (32.4)
	中間	77(29.6)* (38.1)	111(42.7) (43.7)	72(27.7)* (48.4)	260(100) (43.0)
	非利用	65(43.6) (32.2)	65(43.6) (25.6)**	19(12.8) (12.7)	149(100) (24.6)
	計	202(33.4) (100)	254(42.0) (100)	149(24.6) (100)	605(100) (100)
カタログ販売	利用	7(14.3) (3.5)	21(42.9) (8.3)**	21(42.9) (14.0)	49(100) (8.1)
	中間	79(33.6)* (39.5)*	90(38.3) (35.6)	66(28.1)* (44.0)*	235(100) (39.0)
	非利用	114(35.7) (57.0)	142(44.5) (56.1)**	63(19.7) (42.0)	319(100) (52.9)
	計	200(33.2) (100)	253(42.0) (100)	150(24.9) (100)	603(100) (100)

2項目共に χ^2 検定危険率1%以下で有意
(その他・N.A 除く)

註1 ()内上段ヨコ%値 下段タテ%値
註2 * 比率の差の検定危険率5%以下で有意
** 比率の差の検定危険率1%以下で有意
(利用・非利用間および肯定・否定間のみ表示)

表 6. 利用程度別夫の性別分業観

項目	保守性			計	
	進歩的	中間	保守的		
家族との外食	利用	56(44.6) (25.7)	20(17.7) (12.3)	37(32.7) (16.1)	113(100) (18.5)
	中間	90(36.3)* (41.3)*	70(28.2) (43.2)	88(35.5) (38.2)	248(100) (40.7)
	非利用	72(28.9) (33.0)	72(28.9) (44.5)**	105(42.2) (45.7)	249(100) (40.8)
	計	218(35.7) (100)	162(26.6) (100)	230(37.7) (100)	610(100) (100)

χ^2 検定危険率1%以下で有意
(その他・N.A 除く)

註1 ()内上段ヨコ%値 下段タテ%値
註2 * 比率の差の検定危険率5%以下で有意
** 比率の差の検定危険率1%以下で有意
(利用・非利用間および肯定・否定間のみ表示)

いても確認されており、夫が保守的な場合には「家族が好まない」、逆に進歩的な場合には「まあまあ味だから」、「手軽で便利だから」の指摘率が高く、夫が保守的でない場合に、サービス利用を気軽に受け入れているようすがうかがえる。

しかしこの点に関しても、夫婦の年齢あるいは年齢に伴う嗜好と保守的意識のいずれがサービス利用抑制において優先するか特定しがたい。

なお、実家の母の保守性との関連については、半調理

フライ・ハンバーグにおいて夫の場合と同様の利用抑制傾向が認められるが、姑の保守性との関連は認められない。

(3) 生活規範との関連

生活規範については、余暇および家事に関する考え方のモデルを5種類設定した。すなわち、①家事や仕事から解放されたら余暇には教養や趣味を求めたいとする精神充実型、②現在の生活を大切にし、家族とは別にスポーツや旅行を楽しみたいとする現実重視型、③自己主張

表 7. 利用程度別生活規範

項目	生活規範 利用程度	自己充実 志向	家族中心 志向	社会参加 志向	計
調理済みの 冷凍食品	利 用	130(65.3) (33.2)	59(29.6) (33.9)	10(5.1) (18.5)	199(100) (32.1)
	中 間	173(64.1) (44.1)	77(28.5) (44.3)	20(7.4) (37.1)	270(100) (43.5)
	非 利 用	89(58.9) (22.7)	38(25.2) (21.8)	24(15.9) (44.4)	151(100) (24.4)
	計	392(63.2) (100)	174(28.1) (100)	54(8.7) (100)	620(100) (100)

x²検定危険率1%以下で有意
(その他・N.A 除く)

註1 ()内上段ヨコ%値 下段タテ%値
註2 * 比率の差の検定危険率5%以下で有意
** 比率の差の検定危険率1%以下で有意
(利用・非利用間および肯定・否定間のみ表示)

せず、家族とともに旅行することを楽しみとする平均的中流生活型、④ 保守的な考えをもち、できるだけ家の中にいて団らんを楽しむとする保守的家庭型、⑤ 現在より将来を重視し、ボランティア活動や社会参加など社会に役立つことを望む将来重視型、以上5タイプである。表7は、さらに、①・②の自己充実志向、③・④の家族中心志向、⑤の社会参加志向と3分類したものを示す。

サービス利用程度との関連をみると、表1より、危険率1%以下では、調理済みの冷凍食品、そうざいの揚げもの・ハンバーグ、半調理フライ・ハンバーグにおいて有意性が認められ、表7に典型的に認められるように、いずれのサービス項目においても社会参加志向群の利用が抑制されている傾向が明らかである。しかし、自己充実志向と家族中心志向との間に差は認められず、余暇に対する意識は異なっても、実生活においてはサービス利用の前向きな取り組み方がまだ根を下ろしていない実態をうかがうことができる。社会参加志向と非利用とのつながりは、社会参加志向型に高学歴の高年齢者が多い点より説明することができ、余暇活動が主婦の生活行動のなかに位置づけられた時点において、はじめてサービス利用とのかかわりをもち始めると考えられる。

(4) 家事技術の自己評価との関連

サービス利用とかがわると考えられる家事項目として、炊事、洗濯、掃除、家計、子どもの教育の5項目をあげ、技術評価をA: 100~80点, B: 79~60点, C: 59~40点, D: 39点以下の4段階とし、おのおのについて主観的に評価させた。最も自己評価の高い項目は洗濯であり、ついで炊事、掃除、子どもの教育、家計のやりくりと続く。D 評価はいずれの項目においてもきわめて少数であったため、C, D をまとめて取り扱うこととした。そ

の結果、危険率1%以下で有意性が認められたのは、表1より、職業と炊事および家計、年齢と教育の3項目であった。職業との関連では、専業主婦がいずれの項目においても評価が高く、ついで農業・自営業・自由業など、パート・内職、勤務者と続く。子どもの教育は、年齢を重ねるほど評価が高くなる傾向が認められるが、とりわけ専業主婦と勤務者との差が著しく、時間的拘束度の大きい勤務者の場合には、子どもとの接触時間不足が自信のなさにつながると思われる。家族との接触時間不足を補う意味においても、勤務者の場合にはサービス利用が促進されることになろう。

次にサービス利用との関連をみると、表1より、炊事と食生活関連サービスとの間に有意性の認められる項目が多く、さらに家計のやりくりと家族との外食・セータークリーニングとの間に有意性に注目することができる。たとえば、表8における炊事とそうざいの揚げものやハンバーグとの関連をみると、技術評価が高いほど利用が抑制されることが明らかであり、利用・非利用いずれにおいても利用度に有意差が認められることより、第1報で述べた若年群の利便性志向には、家事技術の未熟さも確にかかわっているとさえいえる。したがって、今年若年群が加齢に伴って利用を伸ばしていくか否かの予想は、きわめて複雑になると考えられる。さらに、同じく表8の家計のやりくりの評価と家族との外食との関連をみると、利用においてのみ有意性が認められ、非利用との関連は薄いと判断できる。また、資料は示さないが、子どもの教育に自信があるほど食品関連項目において非利用と大きく関連しており、食品公害等に対する意識の高さの反映としてとらえられる。いずれの場合にも、属性とのつながりでは40歳代前半の主婦に多く、高学歴の専

表 8. 利用程度別家事の自己評価

項目	自己評価 利用程度	100-80点	80-60点	60点以下	計
		100-80点	80-60点	60点以下	
炊事 ハンパ リゲ	利用	27(14.5) (17.1)	109(58.6) (29.6)	50(26.9) (42.4)	186(100) (28.8)
	中間	84(26.3) (53.2)	185(58.0) (50.1)	50(15.7) (42.4)	319(100) (49.5)
	非利用	47(33.6) (29.7)	75(53.6) (20.3)	18(12.9) (15.2)	140(100) (21.7)
	計	158(24.5) (100)	369(57.2) (100)	118(18.3) (100)	645(100) (100)
家族 との 外食 計	利用	25(21.9) (29.8)	53(46.5) (16.3)	36(31.6) (17.9)	114(100) (18.7)
	中間	23(9.3) (27.3)	148(59.7) (45.5)	77(31.0) (38.3)	248(100) (40.7)
	非利用	36(14.5) (42.9)	124(50.0) (38.2)	88(35.5) (43.8)	248(100) (40.6)
	計	84(13.8) (100)	325(53.3) (100)	201(33.0) (100)	610(100) (100)

χ^2 検定危険率1%以下で有意
(その他・N.A 除く)

註1 ()内上段ヨコ%値 下段タテ%値
註2 * 比率の差の検定危険率5%以下で有意
** 比率の差の検定危険率1%以下で有意
(利用・非利用間および肯定・否定間のみ表示)

業主婦で経済的に恵まれた一群の利用意識の特徴とみることができる。したがって、家事技術の自己評価は、炊事技術の自己評価と食生活関連サービスについては明確なかかわり方を示す傾向が顕著であるが、他領域のサービス項目に関しては、利用とかかわる意識として特定することはできない。

なお、生活満足度との関連については、現在の生活への不満が高いほど利用が促進される傾向が認められるが、本調査において取り上げた意識項目のみによりサービス利用とのかかわりについて言及するには至らなかった。

(5) 生活意識と今後の利用意向との関連

今後の利用意向に関しては、表9に示す「おおいに利用したい」など7項目を設定し、表1において生活意識と利用程度の間有意性の認められたサービス項目についてのみ今後の利用意向と各生活意識項目とのクロス分析を行った。その結果、調理ずみの冷凍食品と手づくり意識(危険率5%以下)および半調理フライ・ハンバーグと炊事技術の自己評価(危険率1%以下)において有意性が認められた。表9の調理ずみ冷凍食品の場合を例にとると「おおいに利用したい」、「事情によって利用したい」とする利用意向を示すのは、手づくり意識に関しては、否定群のなかにおける指摘率が高く、肯定群のなかでもとくに愛情および公害不安指摘群では、全面的利

用拒否の割合が高くなると同時に、質の高まりや価格の低下といった条件つき利用意向も低く、今後の利用に結びつく可能性が最も薄いグループとしてとらえられる。したがって、消費者意識の高さが利用を抑制する要因として働くことが明らかであり、さらに愛情も建て前的な意識ではなく、本音としての指摘であることが確認できる。

さらに、有意性は認められないが、性別分業観とのかわりをみると、本人・夫ともに保守的であるほど利用拒否が強く表れており、一方、本人が進歩的であることと利用意向とは直接に結びつかず、逆に夫が進歩的であるほど利用意向が顕著になっている。したがって、本人が進歩的である場合の利用では、勤務者の時間的拘束によるやむをえない利用実態が含まれると考えられる。また、家事技術の自己評価との関連では、項目の種類を問わず自己評価が高くなるほど利用拒否の割合が高くなる傾向が認められる。

以上の検討結果より、家政的意識の家事サービス利用への影響は、利用ではなく非利用においてより顕著であり、さらに手づくり意識の背景にある健康・安全志向としての消費者意識の高さ、性別分業観における保守性、そして家事技術への自信あるいは熟練度が利用抑制要因としてはたらく事実をとらえることができたと考えられる。

表 9. 今後の利用意向と手づくり意識—調理ずみの冷凍食品の場合—

今後の 利用意向	積極的否定	消極的否定	消極的肯定	積極的肯定				その他	N.A. 不明	計
	時代に逆行 時間手数むだ	時間がない	物価高で やむなく	愛情	公害の 不安	個性が でる	余暇の 充実			
おいに利用 したい	2(9.1)	3(13.6)	4(18.2)	28(127.3)				3(13.6)	4(18.2)	44(200)
事情によって 利用	21(7.5)	86(30.7)	15(5.4)	11(50.0)	10(45.5)	7(31.8)	0(0.0)	11(3.9)	19(6.7)	560(200)
価格が安くな れば利用	0(0.0)	3(15.0)	4(20.0)	408(145.7)				1(5.0)	0(0.0)	40(200)
質が高まれば 利用	1(2.6)	5(12.8)	2(5.1)	180(64.3)	143(51.1)	68(24.3)	17(6.1)	2(5.1)	1(2.6)	78(200)
あまり利用し たくない	8(3.3)	29(11.9)	15(6.2)	15(75.0)	9(45.0)	4(20.0)	4(20.0)	2(5.1)	1(2.6)	486(200)
どちらともい えない	1(3.0)	5(15.2)	3(9.1)	163(67.1) 159(65.4) 61(25.1) 21(8.6)				1(3.0)	4(12.1)	66(200)
その他・N.A.	0(0.0)	5(26.3)	1(5.3)	17(51.5) 18(54.5) 12(36.4) 5(15.2)				0(0.0)	1(5.3)	38(200)
計	33(5.0)	136(20.8)	44(6.8)	1022(155.8)				36(5.4)	41(6.2)	1312(200)
				425(64.8) 374(57.0) 170(26.0) 53(8.0)						

() 内%値 大項目 χ^2 検定危険率1%以下で有意 * 比率の差の検定危険率5%以下で有意 (複数回答)
小項目 χ^2 検定危険率5%以下で有意 (その他・N.A.除く) ** 比率の差の検定危険率1%以下で有意

またそれと同時に利用促進要因に関しても、前報の考察で指摘した利便性志向の背景にある勤務者の時間的拘束度や、質評価における経済的裏付けといった生活実態が、利用を抑制する保守的意識をしいのでサービス利用を促すのではないかとの仮説を得ることができた。したがって、生活実態が利用を促し、生活意識が利用を抑制する利用構造の大筋をそのなかにとらえることができたと考ええる。

4. 要 約

第1報に基づき、家事サービス利用の抑制要因と考えられる保守性に着目し、それを具体的な生活意識としてとらえて分析軸とすることにより、家事サービスの利用傾向に関する分析を行った。

得られた結果は次のとおりである。

(1) 手づくり肯定派は、従来家庭で手づくりされるのがあたりまえとされるものについて継承志向がみられ、一方、手づくり否定派では冷凍食品のような新たな加工形態の食品において利用が促進される傾向が認められ

る。

(2) 本人および夫の性別分業観にかかわる保守性が、サービス利用を抑制する要因として働くことが確認されたが、いずれも食生活関連サービスにおいてその傾向が顕著である。

(3) 余暇に関する意識とサービス利用とのかかわりは希薄であり、今後主婦の生活行動のなかに余暇行動がより明確に位置づけられるとともに変化していくことが予想される。

(4) 家事技術の自己評価では、とくに炊事技術の評価が高いほど食生活関連サービスの利用が抑制される。

(5) 今後の利用意向では、手づくり意識に関連した健康・安全志向としての消費者意識の高さおよび家事技術への自信が利用抑制要因として働くことが確認された。

以上、家事サービスの利用抑制要因としての保守性にかかわる意識として、手づくり意識、本人および夫の性別分業観、家事技術（とくに炊事）の自己評価の存在を確認することができ、とりわけ一部食品関連サービスにおいてそれらの関係を鮮明にとらえることができた。

さらに家事サービス利用において意識より実態が優先する点に関しては、時間コスト⁴⁾あるいは生活コスト⁶⁾による分析の有効性を指摘することができるであろうし、また、本報において保守性として位置づけた意識を、使い捨て浪費の生活から脱却するための節約化、質素化、健康回復、伝統志向としてとらえたとするならば、それらは脱近代を象徴する意識として位置づけられ⁷⁾、その意味において本報は、今後の社会におけるサービス化傾向を分析する手がかりともなりうると考える。この点に関しては、サービス利用にかかわって新しい生活様式を考える場合の新たな検討課題とならう。

引き続き、第1報および本報においてサービス利用要因として特定された項目に関する考察を深めるとともに、本報において仮説として提示された利用実態と利用意識との関連に関し、ケース・スタディーによってそれらを実証することにより、利用要因関連図を導き出したいと考える。

最後に、本研究は(財)生命保険文化センターの家庭経済学振興助成金によるものであることを記し、感謝の意を表したい。

引用文献

- 1) 経済企画庁編：昭和63年版国民生活白書，69 (1989)
- 2) 壁谷沢万里子，長沢由喜子：家政誌，39，1141 (1988)
- 3) 柏木重秋編：消費者行動論，白桃書房，東京，35 (1982)
- 4) 井原哲夫：消費者の経済学，東洋経済新報社，東京，13 (1983)
- 5) 小嶋外弘：価格の心理—消費者は何を購入決定のモノサシにするのか—，ダイヤモンド社，東京，1～13 (1982)
- 6) 松田義幸，中田裕久：生活文化の社会学，誠文堂新光社，東京，32 (1984)
- 7) 星野克美：消費人類学—欲望を解く記号—，東洋経済新報社，東京，70 (1984)