

家事サービスの利用要因に関する構造的分析 (第3報)

生活意識因子との相関

長 沢 由 喜 子, 壁谷沢 万里子*

(岩手大学教育学部, *元 福島大学教育学部)

平成4年5月28日受理

Structural Analysis of Factors in the Use of Domestic Services (Part 3) Correlation to Factors of Life Consciousness

Yukiko NAGASAWA and Mariko KABEYASAWA*

Faculty of Education, Iwate University, Morioka 020

** Former Faculty of Education, Fukushima University, Fukushima 960-02*

Following the report of Part 2, the correlation between domestic life consciousness and use of services relative to food was analyzed by factor analysis.

The results obtained were as follows:

- (1) The controlling factor of service-uses was consciousness of the value of homemaking, and the promoting factors were consciousness of negative view toward sex roles, men and women cooperation, skimping house-hold tasks, thinking much of economical value, and rationalization of house-hold tasks.
- (2) Consciousness of the value of homemaking effected most the service-uses and that of rationalization of house-hold tasks next. And the others equally effected less.
- (3) With diversification of life style, the way of promoting service-uses was more complicated, and which may be the cause of remarkable increase of service-uses.

(Received May 28, 1992)

Keywords: domestic service 家事サービス, use factor 利用要因, domestic consciousness 家政的意識, food service 食生活関連サービス, factor analysis 因子分析.

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捉えようとするものである²⁾³⁾。

前報³⁾では、家政的生活意識を家事サービスの利用抑制要因として捉え、その検証を行った。得られた結果において家事サービス利用に影響する家政的生活意識として、手づくり意識、性別分業観、家事技術の自己評価を特定することができ、その傾向は食生活関連サービスにおいて顕著であることが明らかとなった。しかし特定された生活意識はきわめて限られており、さらに家政的生

活意識をより広く捉えることにより、家事サービスの利用促進および利用抑制との関連をより明確にする必要がある。

したがって本報は、前報³⁾に引き続き家事サービス利用要因としての家政的生活意識に着目するとともに、サービス利用の対象を食生活関連サービスに焦点化し、家事サービスの利用構造をより鮮明に捉えることを目的とする。家政的生活意識因子と家事サービス因子の相関分析を試みることにより、生活意識と家事サービスの利用促進・抑制との関連が因子間関連としてより構造的に捉えられると考える。

表 1. 家政的生活意識・家事サービス利用調査項目

家政的生活意識調査項目	家事サービス調査項目
1. 便利な電気製品は積極的に購入して家事を合理化したい	1. 冷凍食品のハンバーグ
2. 安い店があれば多少遠くても買いに出掛けたい	2. 冷凍食品の揚げ物(コロッケ, とんかつなど)
3. 多少高くても添加物の入っていない食品を購入した方がよい	3. 冷凍食品の中華(ギョウザ, シュウマイ, 春巻など)
4. 自分は家事より外で仕事をする方が好きである	4. 冷凍食品のフライドポテト
5. 趣味や習い事をするために家事時間を短縮させたい	5. 冷凍食品のミックスベジタブル, コーン, グリーンピース
6. 「男は仕事, 女は家庭」という考え方は当然だと思ふ	6. 冷凍野菜(かぼちゃ, 枝豆など)
7. 広告などを利用し経済的な買い物心掛けをすべきだ	7. 冷凍食品の魚介類(いか, エビなど)
8. 仕事で疲れて家事の手間を抜いてしまうのは仕方がない	8. 冷凍食品のピラフ
9. 両親と同居している方が女性には外で働きやすい	9. 冷凍食品のピザ
10. 家事との両立が難しくれば家事をすべきでない	10. レトルト食品のミートボール, ハンバーグ
11. 収入が少なくても精神的に満足できる生活がほしい	11. レトルトカレー
12. 常に栄養面を重視して献立を考えるべきである	12. レトルト食品のシチュー, スープ
13. 家事は家族が健康で幸せな生活を送る上で大切な仕事だと思ふ	13. レトルト食品の白飯, 赤飯, 釜飯
14. 仕事をすると家族を犠牲にしてしまうと思ふ	14. レトルトや缶詰のミートソース
15. 夫はもっと家事に協力してほしい	15. カップラーメン
16. 貯蓄の種類や金利についての知識を持ちたい	16. 袋入りインスタントラーメン
17. 女性は家事のためになかなか自由な時間を持ってない	17. マーボー豆腐の素
18. 既製品ばかり利用すると愛情が薄れると思ふ	18. ごはんの素(釜飯, 五目ずし, 炒飯など)
19. 主婦の家事は社会的にもっと評価されるべきだ	19. 調理済みの油揚げ(おひなりさん)
20. 家庭科は男女が共に学ぶべきである	20. カット野菜(キャベツのせん切りなど)
21. 手づくりの方が安上がりの場合は手づくりするべきである	21. 漬物, 梅干し
22. 子どもが小さい時は主婦は育児に専念すべきだ	22. ほんだし, いらごだし
23. 多少お金をかけても家事を合理化したい	23. つゆの素, めんつゆ
24. 食事にすることは自分でやらないうちが済まない	24. 半調理品のギョウザ, シュウマイ
25. 家庭の味を伝えるためにも手づくりした方がよい	25. 電子レンジ食品(温めるだけのピラフなど)
26. 老後のために十分な蓄えをしておきたい	26. オープントースター食品(グラタンなど)
27. これからの時代は女が仕事をし男が家庭を守るのもよい	27. そうざいのサラダ
28. 人並み以上の暮らしをしたい	28. そうざいのハンバーグ, ミートボール
29. 仕事を続けていくためには家族の協力が必要である	29. そうざいの揚げ物(コロッケ, とんかつ, 鶏から揚げなど)
30. 家族のためなら自分の欲求を少しくらい抑えてもよい	30. そうざいの中華(ギョウザ, シュウマイなど)
31. できるだけ手づくりするように心掛けたい	31. そうざいの揚げだし豆腐
32. 子どもも男女の別なく家事を手伝うべきだ	32. そうざいのきんぴらごぼう
33. 家族と過ごす時間を十分にとった方がよい	33. そうざいの煮物(ひじき, かぼちゃ, 切干大根など)
34. どんなに忙しくても料理だけは手抜きするべきでない	34. そうざいのてんぷら
35. 掃除や洗濯は自分でやるのが好きでないと気が済まない	35. そうざいのバック入り寿司
36. 料理をすることが好きである	36. 店屋物の出前
37. 家事が面倒だと思ふことがある	37. 市販の弁当(ホッカホッカ弁当など)
38. 主婦が外に出ている時は夫と子どもが食事作りをしてほしい	38. 家族との外食(ここの1カ月間でどれだけしたか)
39. 主婦のつきあいのために家事の手を抜くことがあってもよい	
40. 手づくりよりも既製品の方が安いものは既製品を購入したい	
41. 衝動買いはするべきではない	

2. 研究方法

(1) 調査方法

家事サービス利用は、主として家事の合理化を目的とする場合が多く、その意味において利用要因としての家政的生活意識は主婦としての役割遂行とのかかわりが大きい。そこで家政的生活意識の調査項目を設定するにあたり、主婦としての女性の役割概念を検討すると、役割遂行に伴う活動は、① 基本的生命・生活維持関連の活動、② 次世代育成関連の活動、③ 経済関連活動、④ 創造・余暇関連活動の4つに分類される。さらにこれらの活動は、① 家事労働・健康管理、② 教育、③ 家計管理・職業、④ 余暇としてカテゴリーを具体化することができる⁴⁾。これらに基づき、家事労働観として食生活関連を中心に家事労働評価および家事遂行に伴う義務・責任感を取り上げるとともに、さらに性別分業観、家計管理観、家庭生活観、職業観、余暇観などを問うこととした⁵⁾。それぞれを軸として偏りなく調査項目が含まれるよう予備調査を通じて項目の選定を行い、本調査項目として最終的に表1に示す41項目を決定した。調査実施にあたっては、各カテゴリーの項目をランダムに並べ替

え、「非常に思う」、「やや思う」、「どちらとも言えない」、「あまり思わない」、「全く思わない」の5段階尺度による回答とした。

一方、家事サービス項目については、食生活関連サービスにおいて生活意識の影響が顕著であった前報の結果に基づいて、その対象を食生活関連サービスに絞り、生活意識同様に予備調査を通じて最終的に表1に示す38項目を決定した。利用程度は既報同様「よく利用する」、「ときどき利用する」、「利用したことがある」、「利用したことがない」の4段階尺度である。

さらに調査対象者の社会的属性については、本人の年齢・職業・学歴および家族の続柄・年齢に加えて、単身赴任や遠隔地在学など不在家族による食生活傾向の変化を想定し同居別居の別を記入させた。

調査対象者は、① 盛岡市内の公立小学校1・2年生児童、② 岩手県立高等学校生徒、③ 旧制岩手県立女学校同窓会会員それぞれの家庭における家事担当者である。

①、②の児童生徒の家庭には学校を通じて配布回収し、③の同窓会会員については郵送により、いずれも自記式質問紙による調査を実施した。得られた回答数793の

中から、属性項目および生活意識項目・家事サービス項目に不備のあるデータを削除し、最終的に510を有効数として以下の分析処理を行った。

調査期日は1990年9～10月である。

(2) 分析方法

調査対象者の家政的生活意識因子および食生活関連サービス因子の抽出を目的として主因子法による因子分析を行うとともに、抽出された各因子得点に基づく特徴的傾向の把握および相関分析を試みた。

データ処理は岩手大学情報処理センター TSS による SAS を利用して行った。

3. 結果および考察

(1) 調査対象者の概要

属性別構成は表2に示すとおりである。年齢は既報において家事サービス利用の傾向が顕著に異なる3群による分類とし、学歴は調査対象校の所在地との関連および旧制女学校同窓会会員を対象としたことから中学校卒がきわめて少数であったため2群による分類とした。家族型および職業の分類は既報に準ずる。

表2より、年齢は36～50歳の比率が高く約半数を占める。家族型との関連を年齢別にみると、若年齢群および中年年齢群では7割以上が核家族であり、高年齢群では4割が子どものいない夫婦のみ世帯である。職業は各年代ともに無職が最も多く、次に勤務者と続く。年齢別にみると若年齢群と高年齢群では無職が6割以上を占めるが、中年年齢群では4割台と減少し、その分パート・内職が多い。学歴は年齢別では若年齢群ほど高学歴であり、資料は示さないが勤務者の学歴が他群に比較して高い。また前述調査対象者の選定による影響を反映し、既報に比較し全体的に高学歴の傾向が認められる。

(2) 生活意識・家事サービス利用の全体傾向

生活意識に関しては、「非常に思う」5点、「やや思う」4点、「どちらとも言えない」3点、「あまり思わない」2点、「全く思わない」1点とし、さらに家事サービス利用に関しては「よく利用する」4点、「ときどき利用する」3点、「利用したことがある」2点、「利用したことがない」1点として各項目の回答を点数化し、調査項目ごとに平均値および標準偏差を算出した。

標準偏差の小さな項目から全体に共通する傾向をみると、生活意識では、大切な仕事としての家事評価 (No. 13, 19), 老後の蓄え (No. 26), 仕事をする上での家族協力 (No. 29), 家族と過ごす時間の大切さ (No. 33) が際だって高い。しかし全体として否定的評価を示す性別分

表 2. 調査対象者の属性

他属性 年齢	家族型			農・自 営業 など	職業			学歴		計
	核家族	拡大家族	夫婦のみ		勤務者	パート・内職	無職	短大・大学卒	高校・旧高女卒以下	
35歳以下 (15.4)	65 (76.5)	20 (23.5)	0 (0.0)	8 (9.4)	15 (17.7)	7 (8.2)	55 (64.7)	50 (58.8)	35 (41.2)	85 (100.0)
36～50歳 (50.7)	190 (76.3)	59 (23.7)	0 (0.0)	23 (9.2)	66 (25.5)	49 (19.7)	111 (44.6)	129 (51.8)	120 (48.2)	249 (100.0)
51歳以上 (33.9)	64 (36.3)	39 (22.2)	73 (41.5)	22 (12.5)	32 (18.2)	12 (6.8)	110 (62.5)	66 (37.5)	110 (62.5)	176 (100.0)
計 (100.0)	319 (62.6)	118 (23.1)	73 (14.3)	53 (10.4)	113 (22.2)	68 (13.3)	276 (54.1)	245 (48.0)	285 (52.0)	510 (100.0)

(注) 年齢群 () 内タテ％値
家族型・職業・学歴群 () 内ヨコ％値

業観に関する項目群 (No. 6, 27) では標準偏差が大きく、個人差が大きい事実を確認することができる。一方家事サービス利用では、だしの素やつゆの素などの利用率が際だって高く、既報との比較において普及率が著しく高まっている実態に注目できる。逆にレトルトの主食食品やカット野菜は利用度・標準偏差ともに低く利用対象者が依然として限定されている。

以上の全体傾向は、既報の結果を裏付けるものであるため資料を省略するが、それと同時に食生活関連の家事サービス利用が短時間の中に著しく日常生活に浸透しつつある実態を示す事実として捉えられる。属性別傾向に関しては、後述の平均因子得点による分析においてその特徴を明らかにすることとする。

(3) 因子分析

生活意識とサービス利用との関連をより詳細に捉えることを目的とし、生活意識・家事サービス利用それぞれに主因子法による因子分析を試みた。固有値1.0以上で規準化バリマックス回転を行った結果、生活意識では10因子、家事サービス利用では8因子が抽出された。表3-1に生活意識、表3-2に家事サービス利用における因子負荷量を示す。各々の因子を構成する項目に共通する特徴から因子の解釈を行った結果を表3-1, 3-2の右欄に示す。

(4) 属性別平均因子得点

生活意識と家事サービス利用因子の平均因子得点を属性別に算出することにより、属性別傾向を検討した結果を以下に述べる。

1) 生活意識

各属性の生活意識パターンを図1に示すとともに、属性間における各因子得点のt検定結果を表4に示す。

年齢別では、高年齢群において第1因子の食事手づくり志向、第7因子の家事合理化志向が高く、第8因子の計画的消費志向は年齢が高くなるとともに高まる傾向が認められる。また第2因子の性別分業肯定志向は若年齢群・高年齢群が高く中年年齢群で低くなっており、第3因

表 3-1. 生活意識因子負荷量

因子	評定項目	因子負荷量										共通性	因子の解釈
		I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X		
I	36. 料理をすることが好きである	.70	-.11	.03	-.18	.01	.17	.00	-.06	.06	-.16	.59	食事手づくり志向
	24. 食事に関することは自分でやらないと気が済まない	.69	-.26	.03	-.14	-.09	.02	.12	.01	-.12	-.12	.62	
	25. 家庭の味を伝えるためにも手づくりした方がよい	.69	.13	.12	.01	.15	.04	-.00	.19	.02	.15	.59	
	34. どんなに忙しくても料理だけは手抜きするべきでない	.63	.15	-.04	-.19	.23	-.00	.10	.02	.00	-.10	.52	
	31. できるだけ手づくりするように心掛けたい	.51	.18	-.03	-.04	.44	.01	-.08	.12	.11	.08	.53	
II	14. 仕事をすると家族を犠牲にしてしまうと思う	-.02	.71	.03	.09	.09	-.01	.04	.04	.02	.03	.53	性別分業肯定志向
	10. 家事との両立が難しければ女は仕事をするべきでない	.14	.69	-.11	-.14	.05	-.07	-.02	-.12	.13	.08	.57	
	22. 子どもが小さい時は主婦は育児に専念すべきだ	.19	.64	.02	-.02	.03	.13	-.06	.17	-.05	.10	.50	
	6. 「男は仕事、女は家庭」という考え方は当然だと思う	.21	.61	-.35	.03	-.05	-.02	.02	-.07	.06	-.14	.57	
III	20. 家庭科は男女が共に学ぶべきである	.01	-.06	.70	-.07	.25	-.11	.09	-.04	.02	-.13	.60	男女協力志向
	32. 子どもも男女の別なく家事を手伝うべきだ	-.04	-.07	.55	.08	.54	-.01	.03	.06	-.02	-.06	.62	
	27. これからの時代は女が仕事をし男が家庭を守るのもよい	-.06	-.20	.55	.12	-.23	.04	-.02	-.09	-.15	.12	.46	
VI	39. 主婦のつきあいのために家事の手を抜くことがあってもよい	-.13	.03	.13	.68	-.01	-.03	.15	-.08	.08	-.10	.54	家事手抜き志向
	8. 仕事で疲れて家事の手間を抜いてしまうのは仕方がない	-.20	-.02	-.06	.67	.05	.11	.03	-.09	-.04	.05	.53	
	38. 主婦が外に出ている時は夫と子どもが食事作りをしてほしい	.01	-.15	.46	.51	.09	-.13	-.07	.06	.00	-.05	.53	
V	33. 家族と過ごす時間が十分にとつた方がよい	.04	.06	.08	-.18	.58	-.07	.15	.25	.01	.08	.48	家族生活重視志向
	13. 家事は家族が健康で幸せな生活を送る上で大切な仕事だと思う	.19	-.12	-.03	.04	.55	.11	.04	.14	.17	-.01	.43	
	32. 子どもも男女の別なく家事を手伝うべきだ	-.04	-.07	.55	.08	.54	-.01	.03	.06	-.02	-.06	.62	
	29. 仕事を続けていくためには家族の協力が必要である	.00	-.08	.24	.22	.54	.13	-.14	-.09	-.17	.10	.59	
VI	7. 広告などを利用し経済的な買い物をするべきだ	-.04	-.08	-.07	-.02	.10	.77	.00	.01	-.07	-.12	.64	経済性重視志向
	2. 安い店があれば多少遠くても買いに出掛けたい	-.01	.08	.05	-.16	-.09	.67	.10	-.08	.13	.19	.56	
VII	1. 便利な電気製品は積極的に購入して家事を合理化したい	.02	-.04	-.03	.01	.11	.24	.77	-.07	-.10	-.01	.67	家事合理化志向
	23. 多少お金をかけても家事を合理化したい	.13	-.00	.13	.21	.04	.00	.73	-.03	.09	-.00	.62	
VIII	41. 衝動買いはするべきではない	.12	-.02	-.02	-.02	.17	.04	-.15	.62	.00	.02	.45	計画的消費志向
	3. 多少高くても添加物の入っていない食品を購入した方がよい	.15	.02	.01	-.06	.09	-.06	.37	.51	-.05	-.18	.47	
IX	11. 収入が少なくても精神的に満足できる生活がしたい	.04	.14	.10	.07	.03	.14	.09	-.00	.72	.03	.58	生活充実志向
	2. 人並み以上の暮らしをしたい	.05	-.10	.12	.14	-.06	.19	.22	-.06	-.55	.20	.49	
X	9. 両親と同居している方が女性はやや働きやすい	-.05	.14	-.07	.05	.17	.20	-.10	-.15	-.10	.67	.59	職業重視志向
	4. 自分は家事より外で仕事をする方が好きである	-.20	-.37	.07	-.02	-.01	-.23	.23	.11	.00	.57	.62	
寄与率 (%)													
		因子別	16.8	12.2	11.9	10.6	10.2	9.5	8.9	7.3	6.4	6.2	
		累積	16.8	29.0	40.9	51.5	61.7	71.2	80.1	87.4	93.8	100	

表 3-2. 家事サービス因子負荷量

因子	評定項目	因子負荷量										共通性	因子の解釈
		I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X		
I	16. 袋入りインスタントラーメン	.74	-.02	.08	.05	.07	-.03	.09	.17	.59	インスタント食品 ・冷凍凍立食品		
	15. カップラーメン	.73	.07	.12	.09	.02	-.07	.17	.20	.64			
	2. 冷凍食品の揚げ物 (コロッケ、とんかつなど)	.65	.16	.26	-.03	.13	.18	-.02	-.14	.58			
	19. 調理済みの油揚げ (おひなさん)	.61	.03	-.08	.13	.28	.18	.01	-.05	.51			
	4. 冷凍食品のフライドポテト	.52	-.04	.16	.18	.14	.33	.11	-.04	.47			
II	29. そうざいの揚げ物 (コロッケ、とんかつ、鶏から揚げなど)	.01	.73	.08	.05	.01	.07	.05	.17	.62	そうざい		
	30. そうざいの中華 (ギョウザ、シュウマイなど)	.12	.72	.07	.19	.05	.07	-.01	.17	.58			
	27. そうざいのサラダ	.05	.62	.01	.34	.14	-.02	.02	.18	.56			
	28. そうざいのハンバーグ、ミートボール	.22	.62	.08	.14	.10	-.03	.17	-.06	.51			
III	8. 冷凍食品のピラフ	.13	.03	.73	.04	.08	.16	.11	.04	.59	主食冷凍・ レンジ食品		
	25. 電子レンジ食品 (温めるだけのピラフなど)	-.06	.11	.58	.24	.03	.11	.32	.03	.53			
	9. 冷凍食品のピザ	.39	.01	.57	.15	-.01	.01	.01	.18	.53			
IV	33. そうざいの煮物 (ひじき、かぼちゃ、切干大根など)	-.02	.27	.10	.77	.03	.03	.05	.09	.68	和風そうざい		
	32. そうざいのきんぴらごぼう	-.07	.30	.08	.72	.06	.02	-.08	.04	.63			
	22. ほんだし、いりごだし	.08	.00	.06	-.05	.77	-.10	.10	.06	.62			
V	23. つゆの素、めんつゆ	.18	.17	.11	.05	.76	.05	-.03	.10	.68	だし・つゆ		
	6. 冷凍野菜 (かぼちゃ、枝豆など)	-.02	.11	.01	.08	-.09	.76	.16	.08	.63			
	5. 冷凍食品のミックスベジタブル、コーン、グリーンピース	.26	-.11	.11	.16	.13	.68	.16	.01	.62			
	7. 冷凍食品の魚介類 (いか、エビなど)	.06	.20	.23	-.21	.03	.57	-.08	.10	.48			
	12. レトルト食品のシチュー、スープ	.15	.16	.13	.06	-.09	.03	.68	.08	.55			
VII	11. レトルトカレー	.36	.09	.21	.18	.02	.01	.60	.23	.62	レトルト食品		
	36. 家族との外食 (ここ1カ月間でどれだけしたか)	-.00	.21	.05	.12	.02	.20	.07	.60	.43			
VIII	36. 店屋物の出前	-.02	.10	.04	-.02	.20	-.03	.15	.59	.46	外食・出前		
	寄与率 (%)												
		因子別	21.7	17.4	12.0	11.7	9.9	8.8	9.3	8.2			
		累積	21.7	39.1	51.1	62.8	72.7	82.5	91.8	100			

子の男女協力志向は若年齢群・中年年齢群が高く高年齢群で低くなる傾向が捉えられる。

家族型別では、夫婦のみ世帯において第1因子の食事手づくり志向および第7因子の家事合理化志向が高く、高年齢群の傾向を反映しているが、第10因子の職業重視志向が低い傾向は独自である。全体的に核家族では顕著な特徴は認められず、拡大家族における職業重視志向の高さは若夫婦に共働きが多い実態を反映していると思われる。

職業別では、勤務者群と無職群に特徴的傾向が認められる。すなわち、第2因子の性別分業肯定志向は無職群において高く勤務者群において低い傾向が顕著であり、さらに勤務者群では第10因子の職業重視志向が他群に比較し際だって高く、第6因子の経済性重視志向が低い傾向が認められる。さらに農業・自営業群はより勤務者群に近く、パート・内職群はより無職群に近い形で両者の中間的傾向を示す。

学歴別では、高学歴群において性別分業肯定志向が低

家事サービスの利用要因に関する構造的分析（第3報）

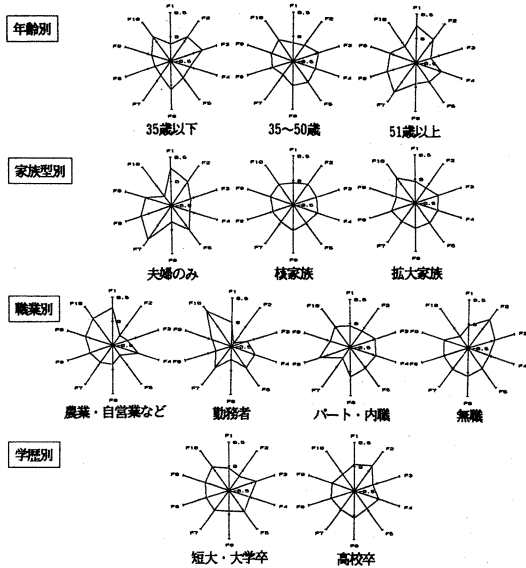


図 1. 生活意識の因子得点パターン

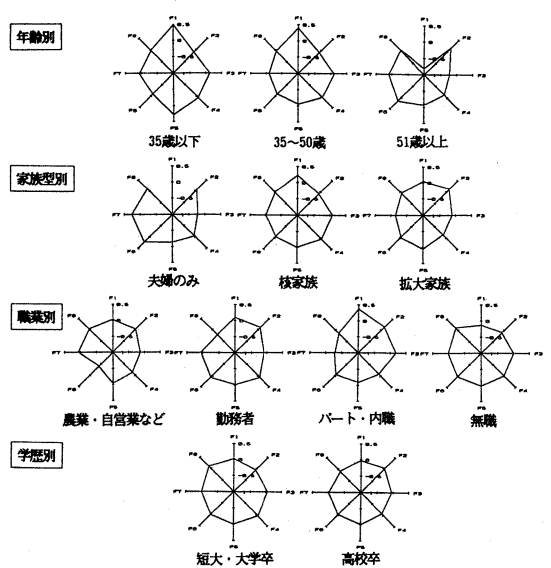


図 2. 家事サービス利用の因子得点パターン

く、男女協力志向が高い傾向が明らかであるが、他の因子に関してはほとんど差が認められない。

以上において性別分業観とかかわる第2因子および第3因子が示す傾向は、前報の結果を裏付けている。しかし第1因子の食事手づくり志向は、前報とは異なり、職業ではなく年齢と強いかわり方を示している。この結果は、前報における手づくり意識が選択肢の内容において実態を反映させるものであったためと考えられ、実態においては時間の拘束度とかかわって職業による影響が大きく、意識においては年齢による影響が大きい⁶⁾ことを示す事実として捉えられる。さらに本報では属性とのかかわりにおいて、家事合理化志向、経済性重視志向、職

業重視志向、計画的消費志向などの位置づけを明らかにすることができると同時に、家事手抜き志向、家族生活重視志向、生活充実志向は属性による偏りがみられない意識であることが明らかとなった。

2) 家事サービス利用

各属性の家事サービス利用パターンを図2に示すとともに、属性間における各因子得点のt検定結果を表5に示す。

年齢別では、第1因子のインスタント・冷凍献立食品および第3因子の主食冷凍・レンジ食品の利用が若年齢群・中年年齢群において高く、高年齢群で低い傾向が顕著であり、さらに高年齢群では第2因子のそうざい利用が

表 4. 生活意識の平均因子得点間t検定結果

	35歳以下										35~50歳										
	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	
35~50歳		*									/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
51歳以上	**	**					**	*			**	*	*					**			

	夫婦のみ										核家族										
	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	
核家族	*						**			*	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
拡大家族	*						**			**	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/

	短大・大学卒									
	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10
高校卒以下	**	*								

	農業・自営業など										勤務者										パート・内職										
	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	
勤務者											/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
パート・内職					*						*				*	*	*	*	*	*	*	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
無職	*	**								**	**	*			**	*	*	*	*	*	*	**						*			

註) 1%有意 ** 5%有意 *

表 5. 家事サービス利用の平均因子得点間 t 検定結果

	35歳以下								35~50歳							
	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8
35~50歳					**				/	/	/	/	/	/	/	/
51歳以上	**	*	**		**				**	**	**			*		

	夫婦のみ								核家族							
	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8
核家族	**								/	/	/	/	/	/	/	/
拡大家族	**						**		/	/	/	/	/	/	/	/

	短大・大学卒							
	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8
高校卒以下								*

	農業・自営など								勤務者								パート・内職							
	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8
勤務者						**			/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
パート・内職																*								
無職						**		*								**	**	**					**	

(註) 1%有意 ** 5%有意 *

高い。既報においては、高年齢群に第1, 第3因子の利用抑制は認められたが, 第2因子の利用促進は認められず, 手づくり意識の高い高年齢群におけるサービス利用がそうざいにおいて伸びを示す事実注目できる。さらに若年齢群では, 第5因子のだし・つゆの利用が顕著に高く, 第6因子の冷凍素材食品もやや高い傾向を示す。

家族型別では, 夫婦のみ世帯において高年齢群の利用傾向を反映して第1因子のインスタント・冷凍献立食品における利用低下が著しい一方で, 第7因子のレトルト食品がやや高い傾向が認められ, レトルト食品の利便性および調理の簡便性が少人数家族の高年齢群の利用を促していると推察される。

職業別では, 第1因子のインスタント・冷凍献立食品の無職群における利用が他群に比較してやや低い一方, 第8因子の夕食・出前では無職群の高さと勤務者群の低さの対比に注目できる。さらに農業・自営群における第6因子の冷凍素材食品, パート・内職群における第7因子のレトルト食品に利用の落ち込みが認められる。

学歴別では, 高学歴群において第8因子の夕食・出前が高い以外に差は認められない。

以上のように, 高年齢群のそうざい利用, 夫婦のみ世帯のレトルト食品利用および無職群の夕食・出前利用など新たな利用傾向が捉えられ, 既報調査後5年間の時間経過に伴い, 食生活関連における個々のサービスの意味づけが大きく変容する過程が捉えられたと考える。

(5) 因子間相関

1) 調査対象者全体

対象全体の生活意識因子と家事サービス因子との相関係数を算出した結果を図3に示す。因子間相関図より, 食事手づくり志向によるインスタント・冷凍献立食品お

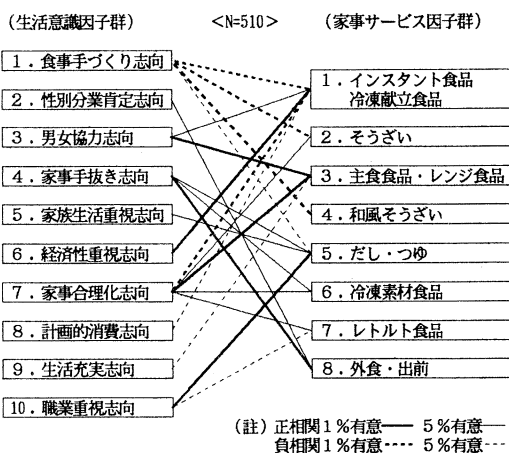


図 3. 生活意識・家事サービス因子間相関図 (全体)

よび各種そうざいの利用抑制が顕著である一方, 男女協力志向および経済性重視志向によるインスタント・冷凍献立食品の利用促進が認められる。同時に男女協力志向は主食・レンジ食品の利用を促進している事実から, 新たな食生活関連サービスの利用を促す意識として捉えられる。家事合理化志向についても主食・レンジ食品, 冷凍素材食品, レトルト食品などの新たなサービス利用の促進傾向は認められるが, 同時に高年齢群の利用が高いそうざいの利用促進および高年齢群の利用が顕著に低いインスタント・冷凍献立食品の利用抑制が認められる事実注目できる。したがって高年齢群に特徴的にみられる家事合理化志向の高さが, そうざいの利用を促進する一方でインスタント・冷凍献立食品の利用を抑制する傾向が全体傾向に反映していると考えられる。高年齢群における家事合理化志向は, あくまでも新たなサービスを

表 6. 全体因子間相関の属性別比較

全体相関		属性	年齢			家族型			職業			学歴	
			若年齢	中年年齢	高年齢	夫婦	核	拡	自営業	勤務者	パート	無職	大卒
1. 食事手づくり志向	1. インスタント・冷凍献立食品 -**	▲	▲	▲	▲	▲	△	▲		△	▲	▲	▲
	2. そうざい -**	▲	▲	▲	▲	▲	▲			△	▲	▲	▲
	4. 和風そうざい -**		△	△	▲	▲					▲	▲	▲
	5. だし・つゆ -*			△					▲				
2. 性別分業肯定志向	8. 外食・出前 *		○			○						○	
3. 男女協力志向	1. インスタント・冷凍献立食品 *						●				●	○	
	3. 主食・レンジ食品 **		○			○		○					
4. 家事手抜き志向	5. だし・つゆ *		●					●				○	
	6. 冷凍素材食品 *		●			●						○	
	8. 外食・出前 **		○	○			●				○	●	
5. 家庭生活重視志向	5. だし・つゆ *	○					○					●	
6. 経済性重視志向	1. インスタント・冷凍献立食品 **			●		○		○	○		●	○	○
7. 家事合理化志向	1. インスタント・冷凍献立食品 -**	△		▲		▲					▲	△	▲
	2. そうざい *			○				○					○
	3. 主食・レンジ食品 **	○		○		●					●	○	
	6. 冷凍素材食品 *			○						○	○	●	
	7. レトルト食品 *		○							○			
8. 計画的消費志向	1. インスタント・冷凍献立食品 -*						△				△		△
9. 生活充実志向	3. 主食・レンジ食品 -*					▲					△		▲
10. 職業重視志向	5. だし・つゆ **		●				●				▲	○	○
	7. レトルト食品 -*										△		

註) 正相関 1%有意●(**), 5%有意○(*)
負相関 1%有意▲(-**), 5%有意△(-*)

取り入れることを意味するのではなく、これまでの生活スタイルを維持しつつ手間が省ける範囲内の時間・労力の節約を指すと推察される。その意味で家事合理化志向は、新たなライフスタイルを背景とする進歩的合理化志向と、保守的家事遂行の実態を背景とし、その上での要求の顕在化としての合理化志向とを含むと思われる。さらにだし・つゆの利用と家事手抜き志向、家庭生活重視志向および職業重視志向との関連が認められ、家族との時間や職業労働時間に価値をおく意味が家事手抜き志向とサービス利用との結びつきを助長していると考えられる。外食・出前については、家事手抜き志向と性別分業肯定志向との関連が認められる。性別分業肯定志向が外食・出前の利用を促す事実からは、外食・出前サービスが単なる家事手抜きの対象にとどまらず、家族中心の新たなライフスタイルを象徴する生活行動として定着している実態が窺える。計画的消費志向、生活充実志向、および職業重視志向にみられる新たな形態のサービス利用抑制に関しては、後述属性別比較において検討することとする。

2) 属性別相関比較

どのような属性の相関が前述全体相関における相関に、大きく影響しているかをより明確に捉えることを目的とし、各属性別に生活意識と家事サービス因子間の相関係数を算出した。

表6に示すように、食事手づくり志向では、インスタ

ント・冷凍献立食品の負相関が夫婦のみ世帯を含めた高年齢群と勤務者群を除く他の属性群すべてに認められ、きわめて共通性の高い相関であることが明らかである。同様にそうざいも共通性は高いが、若年齢群と自営・自由業および勤務者を除く点で年齢群の対比に注目できる。また性別分業肯定志向と外食・出前利用の相関が中年年齢群、核家族世帯、高学歴群の相関を反映している事実は、前述の考察を裏づけている。

家事手抜き志向は、一般的に中年年齢群、高学歴群における相関が大きく影響しており、一方経済性重視志向とインスタント・冷凍献立食品との相関は若年齢・中年年齢群に認められない点が特徴的である。さらに家事合理化志向との相関は、そうざい利用において高年齢群の影響が認められ、前述の考察を裏づけている。しかし、インスタント・冷凍献立食品では合理化意識の高い高年齢群以外における相関の影響がみられ、前述属性別生活意識において保守的家事遂行とかわかると推察された家事合理化志向の存在が、高年齢群に限定されない事実をここにおいて確認できる。

家庭生活重視志向、計画的消費志向、生活充実志向、および職業重視志向に関する相関については、属性との関連における特徴的な傾向が認められず、直接的に家事サービス利用に影響を及ぼす意識として特定できない。前述家事手抜き志向とのかかわりにおいて位置づけたように利用促進・抑制を助長する補助的意識因子として解

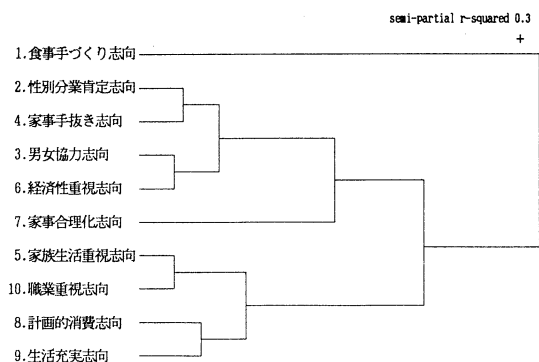


図4. クラスター分析融合過程

積するのが妥当であると考えられる。

なお、各属性独自に認められる相関についての検討も行ったが、全体相関とのかかわりにおける相関以上に特筆すべき結果を得ることができなかつたため省略する。

(6) クラスター分析

前述の結果に基づき、各生活意識を家事サービス利用要因として明確に位置づけることを目的とし、生活意識因子のグルーピングを試みた。各家事サービス因子との全体の相関係数を変数とし、WARD法によるクラスター分析を試みた結果を図4に示す。

融合過程に明らかのように、食事手づくり意識はいずれのサービス因子とも負相関を示すことから利用抑制効果がきわめて大きく利用抑制要因として単独クラスターを形成している。さらに、性別分業肯定志向と家事手抜き志向は外食・出前利用との正相関において類似度が高く、男女協力志向と経済性重視志向はインスタント・冷凍献立食品利用との正相関において類似度が高いことから、いずれも利用促進要因としての融合がみられる。また家事合理化志向は、主食・レンジ食品との正相関において男女協力志向と類似し、冷凍素材食品との正相関において家事手抜き志向と類似することから、他の4因子と融合して5因子による利用促進要因としてのクラスターを形成している。したがって、保守的家事遂行に伴う意識としての家事合理化志向は、一部サービスに限定された抑制効果を示す意識として位置づけられ、その影響を凌いで促進効果が大きいと判断できる。一方、家族生活重視志向と職業重視志向はだし・つゆの利用において共通して正相関を示し、計画的消費志向と生活充実志向は際だった特徴的相関が認められない点で共通することから4因子が融合してクラスターを形成しているが、これらは利用要因として特定するには至らず、前述補助的要因のクラスターとして捉えられる。

以上、クラスター分析により利用促進要因と利用抑制要因をそれぞれ特定することができたと考える。各属性間の平均因子得点の開きが大でサービス利用への影響が大であるほど図4における各クラスターの融合レベルが高くなっており、その意味において家事サービス利用への各因子の影響度は食事手づくり志向が最も大きく、家事合理化志向がこれに続き、他の4要因は影響度において並列であることが明らかとなった。

4. 要約

前報に続き、家事サービス利用要因としての家政的生活意識に着目するとともに、サービス利用の対象を食生活関連サービスに焦点化し、家政的生活意識因子と家事サービス因子の相関分析を試みた結果は以下に要約される。

(1) 主因子法による因子分析の結果、生活意識では10因子、家事サービス利用では8因子が抽出された。

(2) 平均因子得点による属性別生活意識パターンの比較においては、高齢群の食事手づくり志向および家事合理化志向の高さ、中年群の性別分業肯定志向の低さ、勤務者群の職業重視志向の高さおよび経済性重視志向の低さなどが新たに認められた。

(3) 同様に家事サービス利用パターンの比較においては、高齢群のそうざい利用、夫婦のみ世帯のレトルト食品利用、および無職群の外食・出前利用の高さなどが新たに認められた。

(4) 生活意識と家事サービスの因子間相関においては、① 食事手づくり志向によるインスタント・冷凍献立食品およびそうざい利用抑制の共通性がきわめて高いこと、② 性別分業肯定志向による外食・出前利用促進が新たなライフスタイルを象徴する生活行動として定着していること、③ 家事合理化志向に含まれる進歩的合理化および保守的家事遂行の2つの意識がそれぞれに利用促進および利用抑制にかかわることなどが明らかとなった。

(5) クラスター分析により、家事サービス利用抑制要因として食事手づくり志向、利用促進要因として性別分業肯定志向・男女協力志向・家事手抜き志向・経済性重視志向・家事合理化志向の5因子を特定できるとともに、家族生活重視志向・計画的消費志向・生活充実志向・職業重視志向の4因子を補助的利用要因として位置づけることができた。

(6) 各要因が家事サービス利用におよぼす影響度は、食事手づくり志向が最も高く、つぎに家事合理化志向が続き、さらに性別分業肯定志向・男女協力志向・家事手

抜き志向・経済性重視志向が並列に位置づけることが明らかとなった。

以上、既報との比較において家事サービスの伸びが著しい事実に基づき、属性との関連において利用促進および利用抑制要因を特定することができ、利用構造をより鮮明に捉えることができたと考える。ライフスタイルの多様化を反映し、利用抑制構造に比較し利用促進構造が複雑化している実態が明らかであり、今後の利用予測においてはライフスタイルを軸とした分析が有効となると思われる。

最後に、本研究は財生命保険文化センター学術振興委員会による家庭経済学調査研究助成の対象として行われたものであることを記し、深く感謝の意を表したい。

引用文献

- 1) 経済企画庁(編)：平成2年版国民生活白書，18(1990)
- 2) 壁谷沢万里子，長沢由喜子：家政誌，39，1141～1153(1988)
- 3) 長沢由喜子，壁谷沢万里子：家政誌，41，697～706(1990)
- 4) 総合研究開発機構：女性の生き方と今後のライフコース設計，総合研究開発機構，東京，28(1985)
- 5) 総合研究開発機構：女性の生き方と今後のライフコース設計，総合研究開発機構，東京，306～308(1985)
- 6) 生命保険文化センター，野村総合研究所(編)：日本人の生活価値観，東洋経済新報社，東京，32(1980)