

# 大学生の食生活と健康意識

## ～コンビニ利用から見る現状～

鶴巻央寧（文教大学情報学部広報学科）

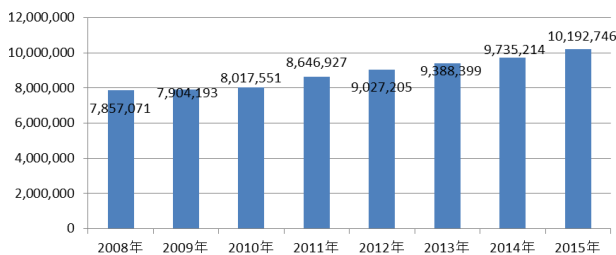
### 1. 調査研究の概要 ～調査研究の目的と背景～

今やコンビニは、私たちの生活になくてはならないものとして存在している。食品から日用品までありとあらゆる商品が並び、銀行ATMの利用や荷物の発送、チケットの購入など、そのサービスは多岐にわたる。店舗数の多さは、いつでも手軽に行けるという利便性を生んだ。

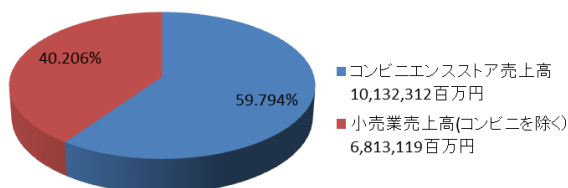
そもそもコンビニエンスストアとは一体何なのか。経済産業省の商業統計における業態分類（経済産業省、2002年）では、「飲食料品を扱っていること」「セルフサービス方式を採用していること」「売り場面積が30㎡以上250㎡未満であること」「営業時間が14時間以上であること」の4つが定義されている。

コンビニを含めた小売業の業界団体である日本フランチャイズチェーン協会の統計を見ると、2008年から2015年の年間売上高は年々増加していることが分かる。2014年度のコンビニ市場の総売上高は10兆1323億1200万円。一方、同協会加盟の小売業全体の売上高は16兆9454億3100万円であった（以下、グラフ参照）。国内における小売業の売り上げは、大部分がコンビニによって上げられていると言っても過言ではないのだ。

年間売上高(百万円)



小売業売上高(2014年度)



ここで少し、コンビニの歴史を振り返る。平野によれば、景気が右肩上がり続けていたバブル景気の日本において、コンビニの利用方法は二分化していたという（平野、2011年）。まず一つは、コンビニ＝夜遊びのシメとしてなくてはならないものだったということ。好景気に沸いたこの時期、街はタクシーがつかまらないまま夜を明かす人たちが溢れ、会社の接待などが今よりも多かったため、全国の繁華街は「眠らない街」として大盛況だった。このような状況下で「コンビニ夜食」が定番化。活動時間が長ければ長いほど、深夜のコンビニは街のホットスポットとなっていた（平野、2011年）。

そしてもう一つは、忙しいビジネスマンたちの「駆け込み商店」だったということ。残業の日々が続き、仕事をしながらコンビニ弁当という人が大勢いたため、何でも揃うコンビニは重宝された（平野、2011年）。

しかしバブル時代において、コンビニは生活の一部ではあったものの、生活のメインではなかった。

それがバブル崩壊後、節約消費の代表として、「中食」の分野、つまり、家庭以外で調理された商品を購入し、家庭の食卓で食べる食事形態で、消費者の時間の節約という新たな市場を開拓。これによりバブル崩壊以降も、安定的な成長軌道を歩んだ（平野、2011年）。

このように、社会の変化と共に、ここまで大きく成長してきたコンビニであるが、そこで扱われている食品に抵抗がある人は少なくないはずだ。「コンビニ弁当には保存料や添加物など、健康に悪影響をもたらすものが使用されている」といったイメージは強い。2006年にアイブリッジ社が行った調査でも、20歳代女性の68.7%がコンビニ弁当に対して「高カロリー」という印象を抱いており、51.3%が「健康に悪い」と考えていることが明らかとなった（アイブリッジ、2006年）。

しかし実は、保存料などを使っていない弁当を製造するコンビニも存在する。ローソンはその代表だ。もう10年以上前から、保存料も合成着色料も使っていないという（上阪、2015年）。糖質が気になる消費者に向けたパンや、減塩・低カロリーの健康スナックも販売。また、テレビ電話を活用した24時間お薬相談など、健康維持のサポートも行

っている。

そういったコンビニがあるにもかかわらず、どうしてコンビニ弁当はここまで、「食の安全」のイメージが薄いのだろうか。今回この調査を実施しようと考えたのも、ここに疑問を感じたことが始まりだ。

大学生はまだまだ若く、比較的健康である。私たちの親世代に比べれば、自分の健康を気にすることも少ないのではないか。だとすれば、コンビニ弁当に対する抵抗も小さく、印象もそこまで悪くないかもしれない。そもそも、どのくらいの健康意識を持っているのだろうか。

そのような疑問を感じると共に、「健康」は生きていく上で基本となるもので、そこに問題意識を持つことの重要性を感じたため、今回この調査を実施した。

大学生の健康意識、コンビニ弁当に対する印象などが、コンビニ弁当購入頻度や居住形態、ライフスタイルなどどのような関連を持つのか、明らかにしたい。

## 2. 調査研究の方法

### 【調査時期】

2015年12月18日、12月19日、12月21日

### 【調査対象者】

文教大学湘南キャンパスで開講されている  
「クロスメディア・コミュニケーション」  
「マーケティング・コミュニケーション」  
「交通事業論」の受講生

### 【調査主体】

文教大学情報学部広報学科3年 鶴巻央寧

### 【調査方法】

紙面による自記式の調査票を用いた集合調査

### 【主な質問項目】

- コンビニ利用に関して  
コンビニ利用状況を把握するため、利用頻度や目的、コンビニ弁当の購入頻度などを項目に設定。また、コンビニ弁当を購入しない者を対象に、その理由を尋ねた。
- コンビニ弁当に対する印象  
大学生の、コンビニ弁当に対する印象を得点化するため、「おいしい」「低カロリー」「栄養バランスがよい」などの8項目を設定し、それぞれの印象を5段階で評価してもらった。
- ライフスタイルに関して  
コンビニ利用にはライフスタイルが関係しているという考えのもと、朝食摂食頻度や夕食開始時刻を尋ねた。また、食生活満足度も項目に設定した。

### • 健康意識に関して

今回の調査の主軸となる健康意識を知るため、「睡眠、休養を十分にとるように心がけている」「健康に関する知識を増やすようにしている」などの21項目を独自に設定。それぞれの項目について普段どれほど意識しているのか、5段階で回答してもらった。

### 【有効回答数】

依頼数：134

有効回答数：126

	男性	女性	合計
回答者	38.1% (48)	61.9% (78)	100% (126)

	1年	2年	3年	4年	合計
回答者	13.5% (17)	72.2% (91)	11.9% (15)	2.4% (3)	100% (126)

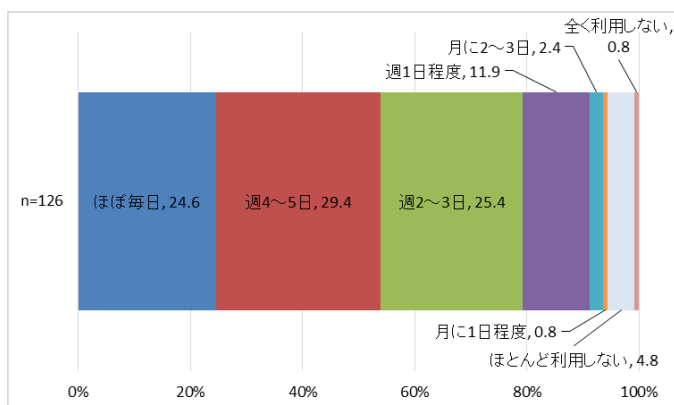
## 3. 調査研究の成果

### 3-1. コンビニ利用とコンビニ弁当に対する印象

回答者の内訳は、所属学科をみると、「情報社会学科」17.5%、「メディア表現学科」43.7%、「国際理解学科」1.6%、「国際観光学科」36.5%、「広報学科」0.8%となっている。居住形態は、「一人暮らし（寮も含む）」が56.3%、「実家暮らし」が39.7%、「その他」が4.0%である。

まず、大学生のコンビニ利用頻度を図表-1に示す。ここで、「ほぼ毎日」「週4~5日」「週2~3日」と回答した者を“ヘビーユーザー”、“週1日程度”“月に2~3日”を“ミドルユーザー”、“月に1日程度”“ほとんど利用しない”を“ライトユーザー”、“全く利用しない”を“ノンユーザー”とする。その結果、ヘビーユーザーが79.4%、ミドルユーザーが14.3%、ライトユーザーが5.6%、ノンユーザーが0.8%であり、ヘビーユーザーが全体の約8割を占めていることが明らかとなった。

図表-1. コンビニ利用頻度



続いて、コンビニ利用者にコンビニ弁当の購入頻度を尋ねた結果を図表-2 に示す。先ほどと同じようにユーザー分けすると、ヘビーユーザーが 37.6%、ミドルユーザーが 27.3%、ライトユーザーが 23.9%、ノンユーザーが 11.1% であった。ここから、ヘビーユーザーとミドルユーザーで、全体の 6 割以上を占めていることが分かる。

コンビニ弁当ノンユーザーに、コンビニ弁当を購入しない理由を尋ねたところ、「価格が高いから」という回答が 30.0%と最も多く、次いで「栄養バランスが悪いから」「自炊するから」が 10.0%であった。

また、コンビニ弁当を購入しない理由として「他に好きな商品があるから」と回答した者に、具体的な商品名を尋ねたところ、「おにぎり」「パン」「サラダ」といった回答が得られた。これらは、コンビニ弁当の「競合商品」と言える。

続いて、コンビニ弁当に対する印象をみていきたい。ここでは、「おいしい」「低カロリー」「栄養バランスがよい」「鮮度がよい」「安心だ」「満腹感が得られる」「価格が安い」「手軽に食べられる」の 8 項目それぞれについて、「1.全くそう思わない」から「5.とてもそう思う」までの 5 段階で評価してもらった。その結果を図表-3 に示す。数値が大きいほど、コンビニ弁当に対する印象がよいことを表している。最も平均点が高かったのは「手軽に食べられる」で 4.25 点であった。次いで、「おいしい」という評価が 3.9 点と高く、味も評価されていることが分かる。

### 3-2 ライフスタイルと健康意識

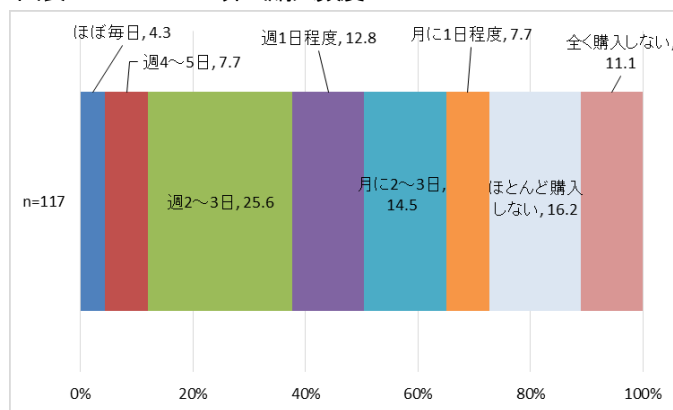
朝食摂食状況や間食の頻度など、ライフスタイルに関する質問の回答を以下に記す。

図表-4 は朝食の摂食状況を示している。「ほぼ毎日」食べると回答した者は 39.7%で、全体の 4 割程であった。また、「ほとんど食べない」「全く食べない」という回答は 23%で、全体の 2 割以上を占めていることが分かった。

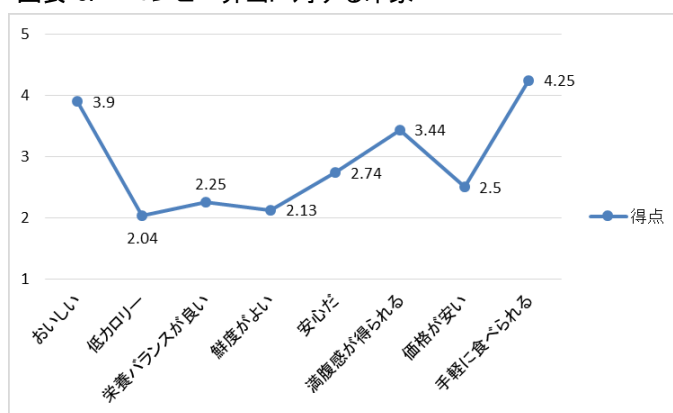
朝食を食べないことがある者を対象に、その理由を尋ねた。その結果一番多かった回答は、30.3%で「身支度などの準備で時間がないから」であった。次いで、「もっと寝ていたいから」が 23.7%となった。

続いて、間食の頻度を尋ねた結果を図表-5 に示す。「ほぼ毎日間食する」「週 4~5 日間食する」と回答した者は、35.2%であった。しかし、「ほとんど間食しない」「全く間食しない」という回答も 20%と、全体の 2 割を占めていることが分かった。

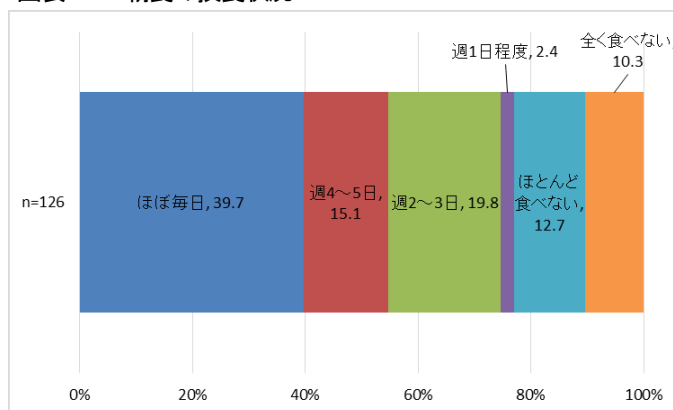
図表-2. コンビニ弁当購入頻度



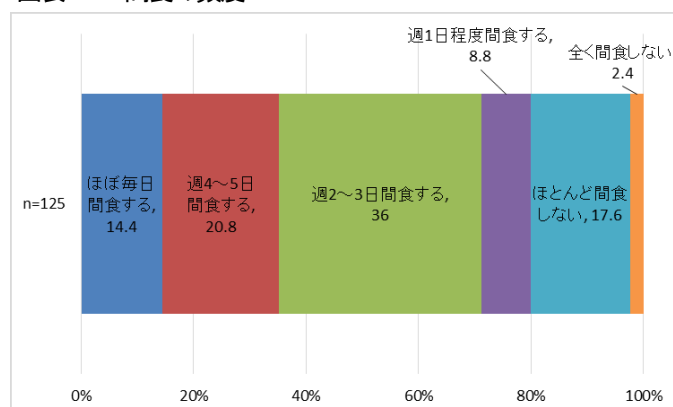
図表-3. コンビニ弁当に対する印象



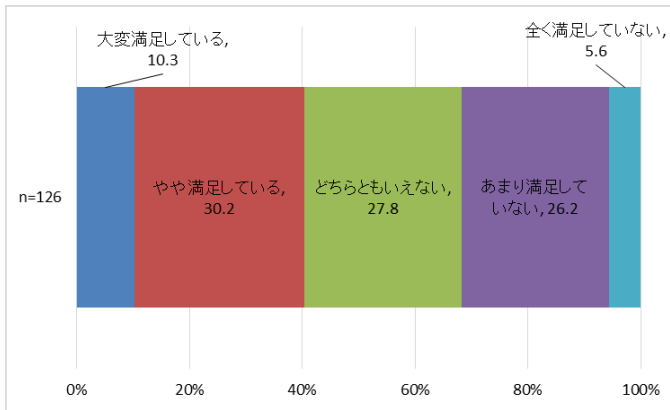
図表-4. 朝食の摂食状況



図表-5. 間食の頻度



図表-6. 食生活満足度



食生活満足度の結果を表したのが、図表-6である。「大変満足している」「やや満足している」という回答が40.5%、「あまり満足していない」「全く満足していない」という回答が31.8%であった。現在の食生活に満足している者が、やや多いといえる。

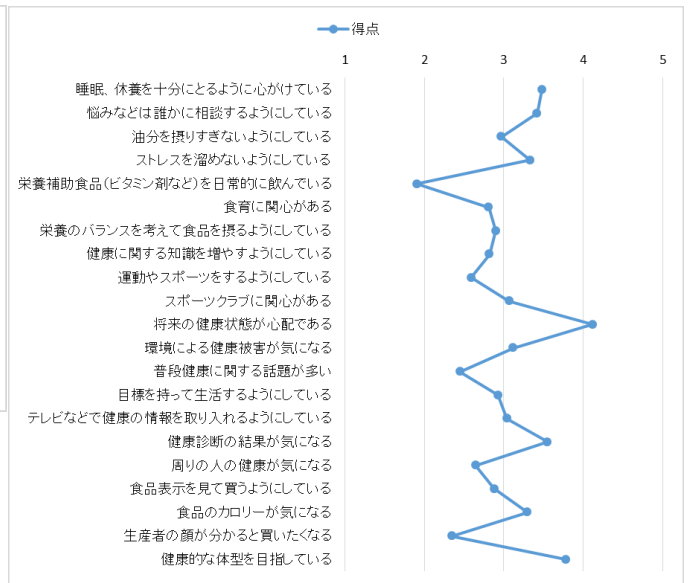
健康意識を明らかにするため、普段健康に関してどれほど意識しているか、21項目それぞれについて5段階で回答してもらった。それぞれの項目の平均点を図表-7に示す。最も平均点が高かったのは「将来の健康状態が心配である」という項目で、4.12点であった。次いで、「健康的な体型を目指している」が3.78点と高くなっていた。

### 3-3. コンビニ利用と居住形態の関連

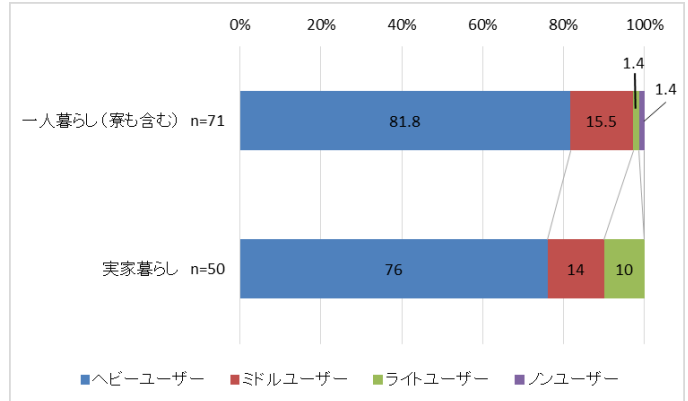
コンビニ利用には居住形態が大きく関わっているのではないかと（居住形態「3.その他」はサンプル数が極端に少ないため、グラフに掲載しない）。実家暮らしよりも一人暮らしの方が、コンビニ利用頻度が高いと考える。そこでまず、居住形態別にコンビニ利用頻度をみてもみる。その結果を図表-8に示す。ヘビーユーザーをみると、「一人暮らし（寮も含む）」で81.8%、「実家暮らし」で76%となっており、一人暮らしでのヘビーユーザーが、若干多いことが分かる。また、ライトユーザーに着目すると、「一人暮らし（寮も含む）」が1.4%であるのに対し、「実家暮らし」では10%であった。ライトユーザーは、実家暮らしの者に多いといえる。しかし、コンビニ利用頻度に対して居住形態による差がみられるかどうかを検定するため、カイ2乗検定を行ったところ、有意な関連はみられなかった（ $X^2=6.097$ ,  $df=7$ ,  $n.s.$ ）。

続いて、居住形態別にコンビニ弁当の購入頻度をみてもみる。その結果を図表-9に示す。どのユーザーに着目しても、「一人暮らし（寮も含む）」と「実家暮らし」で大

図表-7. 健康意識

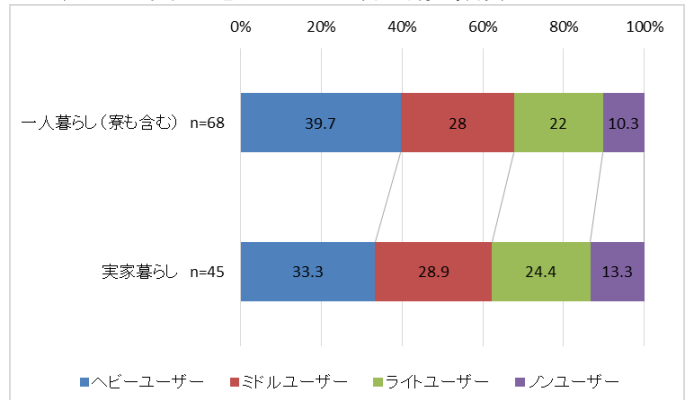


図表-8. 居住形態別コンビニ利用頻度



※  $X^2=6.097$ ,  $df=7$ ,  $n.s.$

図表-9. 居住形態別コンビニ弁当購入頻度



※  $X^2=9.728$ ,  $df=7$ ,  $n.s.$

きな差がみられないという結果になった。カイ2乗検定でもやはり、有意な関連はみられなかった（ $X^2=9.728$ ,  $df=7$ ,  $n.s.$ ）。

図表-10は、居住形態別コンビニ弁当に対する印象、8項目それぞれの平均点を表している。コンビニ弁当の印象に対して居住形態による差がみられるかどうか、平均の差を検定するため一元配置分散分析を行った。その結果、「栄養バランスがよい」「価格が安い」の2項目で有意差がみられた(栄養バランスがよい:  $F=4.287$ ,  $df=120$ ,  $p<.05$ ) (価格が安い:  $F=23.731$ ,  $df=120$ ,  $p<.01$ )。「栄養バランスがよい」という印象に対して、「一人暮らし(寮も含む)」では平均点が2.08点であったのに対し、「実家暮らし」では2.42点であった。このことから、一人暮らしの方が、栄養バランスが悪いと感じていることが分かる。「価格が安い」という印象に対しては、平均点が「一人暮らし(寮も含む)」で2.17点であったのに対し、「実家暮らし」では3.06点となった。一人暮らしの方が、価格が高いと感じている傾向がみられる。

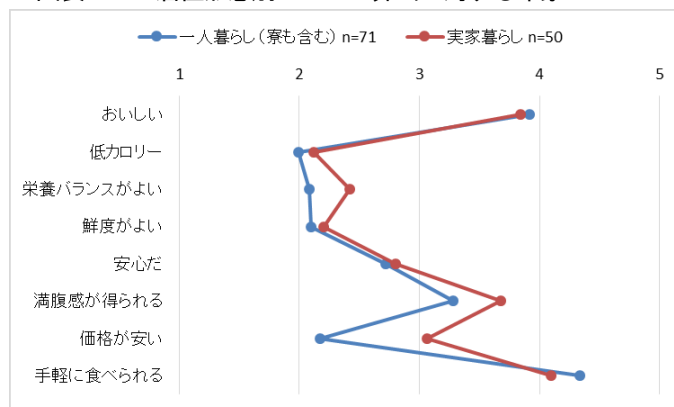
また、コンビニ弁当に対する8項目の印象得点を足し上げた合計点に対して、居住形態による差がみられるかどうか一元配置分散分析を行ったところ、有意差がみられた( $F=5.049$ ,  $df=120$ ,  $p<.05$ )。40点満点中、「一人暮らし(寮も含む)」の平均点は22.59点であったのに対し、「実家暮らし」は24.22点であった。このことから、若干実家暮らしの方が、コンビニ弁当に対する印象が良いことが分かる。

### 3-4. コンビニ弁当購入頻度とライフスタイルの関連

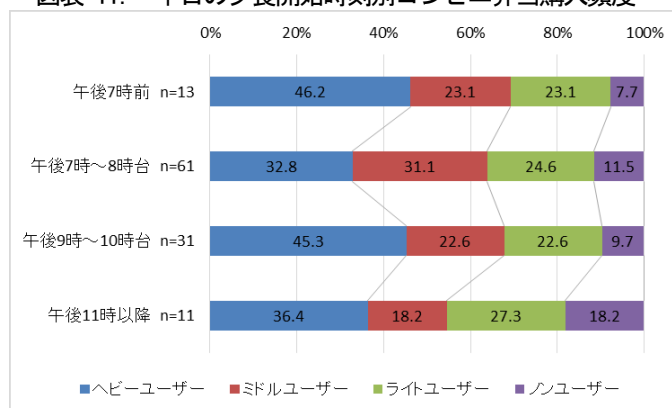
コンビニ弁当購入頻度にはライフスタイルが関わっているのではないかと。そこでまず、夕食開始時刻が遅い者ほど、コンビニ弁当購入頻度が高いと考えた。図表-11は、平日の夕食開始時刻別のコンビニ弁当購入頻度を表している(平日の夕食開始時刻「5. 食べない」はサンプル数が少ないため、グラフに掲載しない)。ヘビーユーザーは、夕食開始時刻が「午後7時前」という回答で46.2%と一番高くなっており、次いで「午後9時~10時台」で45.3%となった。図表をみても、夕食開始時刻の違いでユーザーの割合に大きな差はみられず、コンビニ弁当購入頻度との間には、関連がないといえる。また、コンビニ弁当購入頻度に対して平日の夕食開始時刻による差がみられるかどうかを検定するため、カイ2乗検定を行ったが、やはり、有意な関連はみられなかった( $X^2=16.274$ ,  $df=21$ , n.s.)。

続いて、普段誰と夕食を食べるかによって、コンビニ弁当購入頻度に違いがみられると考えた。普段誰と夕食

図表-10. 居住形態別コンビニ弁当に対する印象

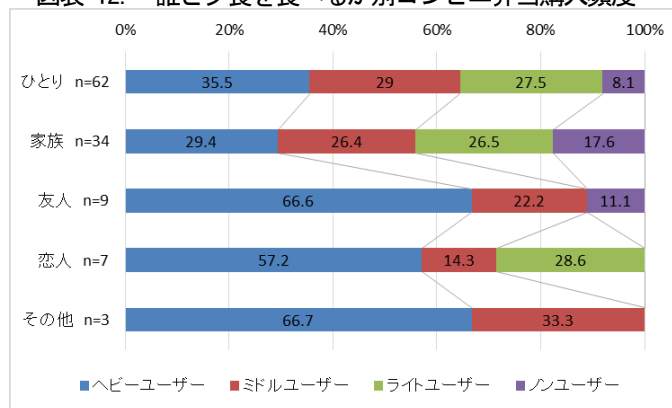


図表-11. 平日の夕食開始時刻別コンビニ弁当購入頻度



※  $X^2=16.274$ ,  $df=21$ , n. s.

図表-12. 誰と夕食を食べるか別コンビニ弁当購入頻度



※  $X^2=41.988$ ,  $df=28$ ,  $p<.05$

を食べるか別のコンビニ弁当購入頻度を図表-12に示す。コンビニ弁当ヘビーユーザーをみると、「家族」で29.4%であるのに対し、「ひとり」では35.5%となっている。また、「ひとり」のノンユーザーが8.1%であるのに対し、「家族」では17.6%である。コンビニ弁当購入頻度に対して、普段誰と夕食を食べるかによる差がみられるかどうかを検定するため、カイ2乗検定を行った。その結果、

5%水準で有意な関連がみられた ( $X^2=41.988$ ,  $df=28$ ,  $p<.05$ )。サンプル数の多い「ひとり」「家族」という回答に着目すると、ヘビーユーザーは「家族」よりも「ひとり」に多く、ノンユーザーは「ひとり」よりも「家族」に多い傾向があった。また、「友人」「恋人」という回答をみると、ヘビーユーザーが特に多いことが分かる。「友人」と夕飯を食べる者のヘビーユーザーは66.6%で、「恋人」と食べる者は57.2%である。「その他」はサンプル数が少ないものの、ヘビーユーザーとミドルユーザーから成り立っていることが図表から読み取れる。

以上のことから、「コンビニ弁当購入頻度」と「普段誰と夕食を食べるか」には、関連がある傾向がみられた。

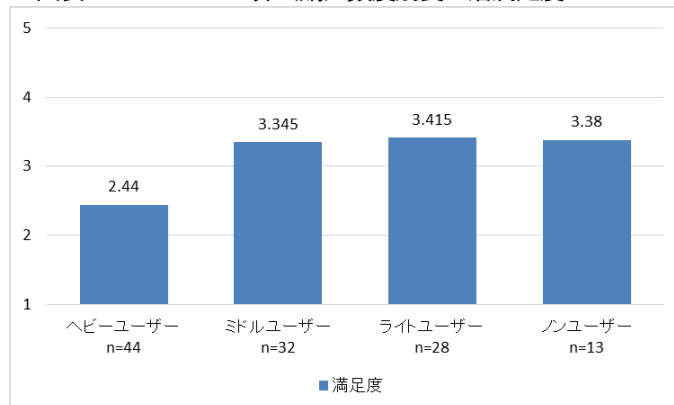
続いて、コンビニ弁当購入頻度別の食生活満足度を図表-13に示す。「コンビニ弁当購入頻度が高い者ほど、食生活満足度が低い」という考えのもと、分析する。図表は、5に近いほど満足度が高く、1に近いほど低いことを表す。すると、やはりヘビーユーザーにおいて満足度が低いという結果になり、ライトユーザーで3.415と一番高くなった。また、食生活満足度に対してコンビニ弁当購入頻度による差がみられるかどうか、平均の差を検定するため一元配置分散分析を行ったところ、有意差がみられた ( $F=2.431$ ,  $df=116$ ,  $p<.05$ )。

### 3-5. 健康意識との関連

ここでは、健康意識に関する尺度を因子分析した結果をまとめていく。図表-14はその結果である。因子分析の結果6つの因子が検出された。その因子を図表-15に示す。第1因子には「情報取得欲求」、第2因子には「食生活向上意欲」、第3因子には「体型維持意欲」、第4因子には「健康への関心」、第5因子には「疲労解消行動」、第6因子には「脅威と悩み相談」と名付けた。

第1因子の情報取得欲求には、「健康的な体型を目指している」という、一見すると異なったような変数がみられる。これは、健康的な体型を目指すことが、一種の情報取得欲求であることを表している。健康的な体型を目指す上では、あらゆる情報が必要だということではない

図表-13. コンビニ弁当購入頻度別食生活満足度



図表-14. 因子分析結果

	因子1	因子2	因子3	因子4	因子5	因子6
食品のカロリーが気になる	.640	.024	.258	.093	.225	-.099
食品表示を見て買うようにしている	.580	.306	.271	.154	-.052	-.061
周りの人の健康が気になる	.575	.111	.066	.053	.037	.302
生産者の顔が分かると買いたくなる	.540	.407	-.276	-.152	.017	.321
健康的な体型を目指している	.490	.233	.077	.120	.220	-.055
健康に関する知識を増やすようにしている	.174	.796	.267	.179	.091	.188
栄養のバランスを考えて食品を摂るようにしている	.248	.601	.144	.018	.095	.014
食育に関心がある	.211	.558	.153	.123	.119	.049
目標を持って生活するようにしている	-.128	.374	.332	.143	.260	.302
運動やスポーツをするようにしている	.040	.264	.729	.038	.047	.022
スポーツクラブに関心がある	.288	.111	.581	-.032	-.007	.090
油分を摂りすぎないようにしている	.202	.163	.409	.033	.339	.107
健康診断の結果が気になる	.479	.125	.035	.506	.026	.151
将来の健康状態が心配である	.086	-.006	-.032	.480	-.124	.040
普段健康に関する話題が多い	.077	.402	.125	.429	.194	.374
テレビなどで健康の情報を取り入れるようにしている	.379	.174	.103	.419	.187	.133
栄養補助食品(ビタミン剤など)を日常的に飲んでいる	-.032	.096	.020	.374	.200	-.067
ストレスを溜めないようにしている	.069	.165	.039	-.008	.628	.027
睡眠、休養を十分にとるように心がけている	.112	.012	.029	.050	.485	.091
環境による健康被害が気になる	.064	.076	.067	.349	-.071	.449
悩みなどは誰かに相談するようにしている	.057	.075	.072	-.058	.283	.438

だろうか。

第2因子では、「目標を持って生活するようにしている」という変数が少し違ってみえる。これは、生活を向上させるためには、食の面での健康に加え、「目標」という精神面での健康が必要であることを表しているように思う。

第3因子では、「油分を摂りすぎないようにしている」というのが、異なった変数に見える。他の2つが運動・スポーツといったものに関連している中で、「油分」に関する変数が1つだけある。これは、体を動かし体型維持に努める上で、油分をどのくらい摂取するかというのは切り離せない関係にあることを表しているのではないだろうか。

続いて、検出された6つの因子をもとに、性別でどのような差がみられるのか分析していく。男女別の因子得点を表したのが図表-16である。「情報取得欲求」「疲労解消行動」において、それぞれ1%水準、5%水準で有意差がみられた。男性よりも女性の方が、情報取得欲求が強く、疲労解消行動の傾向も大きかった。

また、学年別にも分析してみると、「疲労解消行動」において5%水準で有意な差がみられた。その結果を図表-17で示す。3年生・4年生で得点が高く、1年生・2年生で低くなっている。3年生・4年生になるとゼミナールや就職活動などが始まることから、1年生・2年生の時よりも疲労が大きくなるのではないか。そのため、疲労解消行動の傾向も高くなると思われる。

続いて、居住形態による差をみってみる（居住形態「3. その他」はサンプル数が極端に少ないため、グラフに掲載しない）。図表-18に居住形態別の因子得点を示す。「情報取得欲求」において1%水準で有意な差がみられた。一人暮らしよりも実家暮らしの方で、その欲求が強い傾向にあった。

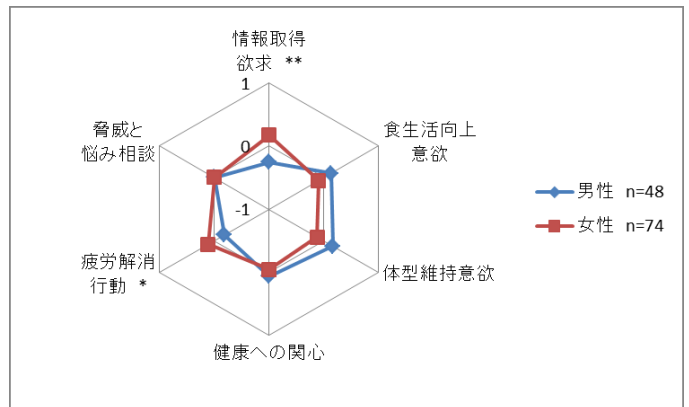
図表-19はコンビニ弁当購入頻度別の因子得点を表している。「情報取得欲求」をみると、ライトユーザー、ノンユーザーの得点がやや高く、ヘビーユーザー、ミドルユーザーが低い。また、「健康への関心」をみると、最も得点が高いのはヘビーユーザーである。しかし、どの因子においても有意差は確認できなかった。

図表-15. 因子分析結果 (6因子)

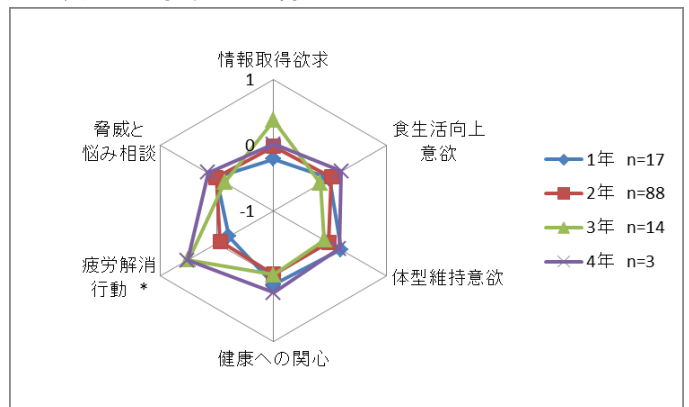
因子 (平方和、寄与率)	因子の内容
第1因子 (2.2, 10.9%) 情報取得欲求	食品のカロリーが気になる、食品表示を見て買うようにしている、周りの人の健康が気になる、生産者の顔が分かると買いたくなる、健康的な体型を目指している
第2因子 (2.1, 10.1%) 食生活向上意欲	健康に関する知識を増やすようにしている、栄養のバランスを考えて食品を摂るようにしている、食育に関心がある、目標を持って生活するようにしている
第3因子 (1.5, 7.2%) 体型維持意欲	運動やスポーツをするようにしている、スポーツクラブに関心がある、油分を摂りすぎないようにしている
第4因子 (1.2, 5.9%) 健康への関心	健康診断の結果が気になる、将来の健康状態が心配である、普段健康に関する話題が多い、テレビなどで健康の情報を取り入れるようにしている、栄養補助食品を日常的に飲んでいる
第5因子 (1.1, 5.5%) 疲労解消行動	ストレスを溜めないようにしている、睡眠、休養を十分こころうように心がけている
第6因子 (0.9, 4.5%) 脅威と悩み相談	環境による健康被害が気になる、悩みなどを誰かに相談するようにしている

※ 平方和と寄与率およびバリマックス回転後の値である。  
寄与率の合計は44.45%である。

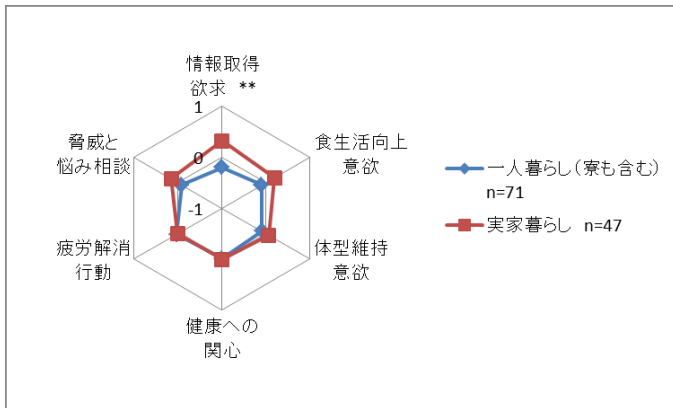
図表-16. 男女別因子得点



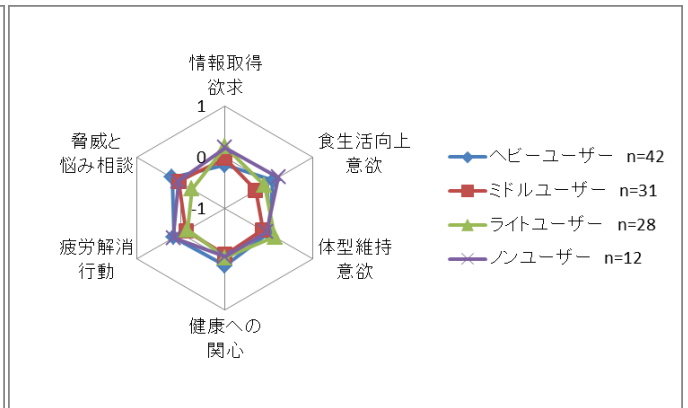
図表-17. 学年別因子得点



図表-18. 居住形態別因子得点

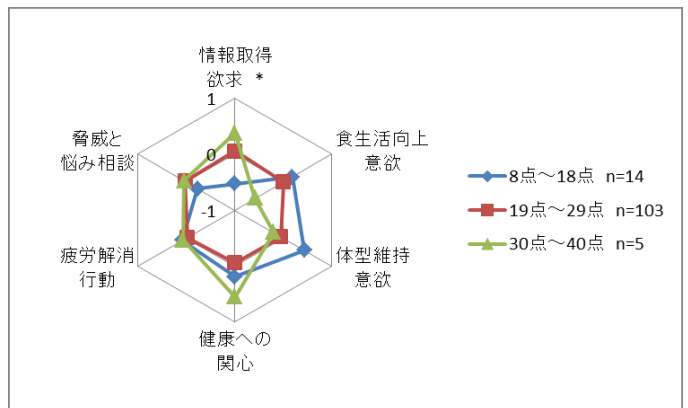


図表-19. コンビニ弁当購入頻度別因子得点



続いて、コンビニ弁当に対する印象評価得点別に因子得点の差をみている。その結果を図表-20に示す。コンビニ弁当に対する印象評価の最低点は8点、最高点は40点であることから、得点を均等に3分割し、それぞれの点数群での違いを分析した。「食生活向上意欲」は、「8点～18点」の群、つまりコンビニ弁当に対する印象評価が低い群においてもっとも高く、次いで「19点～29点」群であった。また、「体型維持意欲」においても同じ傾向がみられた。しかし、有意差は「情報取得欲求」でしか確認できなかった(5%水準で有意)。その因子得点をみると、「30点～40点」群で最も高く、次いで「19点～29点」群であった。このことから、コンビニ弁当に対する印象評価が高くなるほど、情報取得欲求も強くなることが分かった。

図表-20. コンビニ弁当印象評価別因子得点



#### 4. まとめと今後の課題

コンビニ利用には居住形態が何かしらの影響を与えているのではないかと考えていた。生活する上でなくてはならない存在になっており、暮らし・生活の違いが利用に大きく関わってくると感じたからである。しかし、分析の結果有意な関連がみられたのは、「栄養バランスがよい」「価格が安い」というコンビニ弁当に対する2つの印象と8項目の合計得点のみであった。これら3つのことから、一人暮らしよりも実家暮らしの方がコンビニ弁当により印象を持っている傾向にある、ということが読み取れた。

また、コンビニ弁当購入頻度にはライフスタイルが関わっているという考えのもと分析を行ったところ、「普段誰と夕食を食べるか」という項目との間に有意差が確認できた。「友人」「恋人」と回答した者の中で、ヘビーユ

ーザーが大きな割合を占めていた。サンプル数の多い「ひとり」「家族」という回答で比較すると、ヘビーユーザーは「家族」よりも「ひとり」で多くみられ、ノンユーザーは「ひとり」よりも「家族」で多い傾向があった。また、コンビニ弁当購入頻度と食生活満足度の間にも有意な関連があり、ヘビーユーザーほど満足度が低いことが確認できた。

健康意識との関連では、男女別、居住形態別、コンビニ弁当印象評価別において「情報取得欲求」に、男女別、学年別で「疲労解消行動」に有意差がみられた。特に、男女別、居住形態別の「情報取得欲求」が強く、「女性」と「実家暮らし」でその傾向がみられることが明らかとなった。

コンビニ弁当に対する印象をみると、「手軽に食べられる」「おいしい」などのイメージはよかったものの、カロリーや鮮度、栄養バランスに対する印象はよくなかった。大学生も、コンビニ弁当に対する印象は世間と大きく変わらないようだ。

健康意識をみると「30点～40点」群の意識が高い学生もいたが、「19点～29点」の中間層が一番多かった。先



にも述べたように、「健康」は生きていく上で、基本となるものであり、そこに関心を持つことは重要なことである。年齢に関わらず、自分の健康について考えること、健康意識を高く持ち行動することが必要である。

## 【引用文献】

- ・漆原直行 (2008)  
『なぜ毎日コンビニで買ってしまうのか?』  
株式会社毎日コミュニケーションズ
- ・平野和之 (2011) 『コンビニがなくなる日』  
株式会社主婦の友社
- ・上阪徹 (2015)  
『なぜ今ローソンが「とにかく面白い」のか?』  
株式会社あさ出版
- ・「利用上の注意」(経済産業省)  
[http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/syougyo/result-2/h14/pdf/h14g-riyou.pdf#search=%E7%B5%8C%E6%B8%88%E7%94%A3%E6%A5%AD%E7%9C%81+%E3%82%B3%E3%83%B3%E3%83%93%E3%83%8B+%E5%AE%9A%E7%BE%A9'](http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/syougyo/result-2/h14/pdf/h14g-riyou.pdf#search=%E7%B5%8C%E6%B8%88%E7%94%A3%E6%A5%AD%E7%9C%81+%E3%82%B3%E3%83%B3%E3%83%93%E3%83%8B+%E5%AE%9A%E7%BE%A9)
- ・「コンビニエンスストア 統計データ」  
(一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会)  
<http://www.jfa-fc.or.jp/folder/1/img/20160120115626.pdf>  
<http://www.jfa-fc.or.jp/folder/1/img/20151022150417.pdf>
- ・『高カロリー』『健康に悪い』、20代女性のコンビニ弁当イメージ」(日経 BP 社)  
<http://www.nikkeibp.co.jp/news/life06q3/506970/>
- ・『健康』への取り組み」(ローソン)  
<http://www.lawson.co.jp/company/activity/special/feature02.html>

# コンビニ弁当と健康意識に関する調査

2015年12月

文教大学情報学部広報学科3年「社会調査Ⅲ」

調査員：鶴巻央寧

担当教員：日吉昭彦

この授業の一環として、「コンビニ弁当と健康意識」に関するアンケート調査を実施することになりました。

本調査は、大学生のコンビニ利用やコンビニ弁当に対する印象、ライフスタイル・健康意識について把握することを目的としています。

回答者のプライバシー保護に配慮し、ご回答はすべて統計的に処理いたしますので、ご迷惑をおかけすることはございません。是非とも率直なご意見をお聞かせください。迷ったところ、ご意見が、ご協力の程よろしくお願いいたします。

## 【ご記入にあたってのお願い】

1. 調査票には、必ず調査票を受け取ったご本人がご記入・ご回答ください。
2. 該当する質問にはすべてお答えください。
3. お答えはそれぞれの問いの指示に従って、当てはまる番号に○を付けるか、文字をご記入ください。
4. 質問は全部で19問（フェーズシート4問）、回答にかかる時間は5分～10分です。
5. ご記入は黒の筆記用具をお願いします。また、回答を訂正する場合は、前の回答を消しゴムで消すか、×印を付けるなどして、訂正したことを明示してください。設問の内容など、ご不明な点がございましたら調査員にお尋ねください。

「社会調査Ⅲ」の授業のための調査です。無記名ですので率直にお答えください。

問1 コンビニをどのくらいの頻度で利用しますか。(1つに○) n=126

- |              |            |           |       |
|--------------|------------|-----------|-------|
| 1. ほぼ毎日      | 2. 週4～5日   | 3. 週2～3日  | n=126 |
| 24.6         | 29.4       | 25.4      |       |
| 4. 週1日程度     | 5. 月に2～3日  | 6. 月に1日程度 | 0.8   |
| 11.9         | 2.4        | 0.8       |       |
| 7. ほとんど利用しない | 8. 全く利用しない |           | 0.8   |
| 4.8          |            |           |       |

⇒「7・8」を選択した方は問7へ

問2 コンビニでの1回の買い物で、大体どのくらいの金額を使いますか。(1つに○) n=119

- |                 |                |      |
|-----------------|----------------|------|
| 1. 500円未満       | 2. 500～1000円未満 | 45.4 |
| 51.3            | 4. 2000円以上     | 0.8  |
| 3. 1000～2000円未満 | 2.5            |      |

問3 コンビニをよく利用する時間帯はいつですか。(複数回答可) n=119

- |             |             |             |      |
|-------------|-------------|-------------|------|
| 1. 5時～7時台   | 2. 8時～10時台  | 3. 11時～13時台 | 21.5 |
| 2.6         | 18.0        | 18.0        |      |
| 4. 14時～16時台 | 5. 17時～19時台 | 6. 20時～22時台 | 18.4 |
| 9.2         | 18.0        | 18.4        |      |
| 7. 23時～1時台  | 8. 2時～4時台   | 1.8         |      |
| 10.5        | 1.8         |             |      |

問4 コンビニを利用する目的として当てはまるものを、以下から選んでください。(複数回答可) n=119

- |               |               |      |
|---------------|---------------|------|
| 1. 食品の購入      | 2. 本・雑誌・新聞の購入 | 4.0  |
| 83.5          | 4. 文房具などの購入   | 1.1  |
| 3.2           | 6. 荷物の発送・受取   | 1.7  |
| 10.3          | 8. 銀行のATMの利用  | 14.3 |
| 7. チケットの購入・受取 | 10. トイレの利用    | 6.6  |
| 14.9          | 12. 時間つぶし     | 3.2  |
| 2.9           | 14. その他       | 0.9  |
| 9. コピー機の利用    | 11. 立ち読み      | 3.2  |
| 2.9           | 13. 待ち合わせ     | 0.3  |

問5は、問4で「1. 食品の購入」を選択した方にお聞きします。選択していない方は問7へ進んでください。

問5 コンビニ弁当をどのくらいの頻度で購入しますか。(1つに○) n=117

- |              |            |           |      |
|--------------|------------|-----------|------|
| 1. ほぼ毎日      | 2. 週4～5日   | 3. 週2～3日  | 25.6 |
| 4.3          | 7.7        | 7.7       |      |
| 4. 週1日程度     | 5. 月に2～3日  | 6. 月に1日程度 | 7.7  |
| 12.8         | 14.5       | 7.7       |      |
| 7. ほとんど購入しない | 8. 全く購入しない |           | 11.1 |
| 16.2         |            |           |      |

⇒「7・8」を選択した方は問7へ

問 6 コンビニ弁当を食べる時間帯はいつですか。(複数回答可) n=83

1. 朝食 10.1	2. 昼食 54.1	3. 夕食 25.7
4. 夜食 10.1	5. その他 ( ) 0.0	

⇒問 9へ

問 7 コンビニ弁当を購入しない理由は何ですか。(複数回答可) n=39

1. 味が好みではないから 5.7	2. 高カロリーだから 8.6
3. 栄養バランスが悪いから 10.0	4. 鮮度が悪いから 4.3
5. 食品添加物が気になるから 1.4	6. 満腹感が得られないから 5.7
7. 価格が高いから 30.0	8. 自炊するから 10.0
9. 食事をつくってくれる人がいるから 7.1	
10. 他に好きな食品があるから 8.6	11. その他 ( ) 8.6

問 8 それは何ですか。(自由回答) n=5  
おにぎり③、パン③、サラダ、菓子パンなど、お弁当以外

問 8は、問7で「10. 他に好きな食品があるから」を選択した方にお聞きします。 選択していない方は問 9へ進んでください。
---

問 9 コンビニ弁当に対してどんな印象をお持ちですか。  
それぞれについて、当てはまるもの1つに○を付けてください。 n=126

	5.	4.	3.	2.	1.
おいしい	18.3	60.3	15.1	5.6	0.8
低カロリー	0.8	1.6	23.8	48.4	25.4
栄養バランスがよい	0.8	9.5	23.8	45.2	20.6
鮮度がよい	0.8	3.2	31.0	38.1	27.0
安心だ	3.2	16.7	40.5	30.2	9.5
満腹感が得られる	14.3	46.0	15.9	17.5	6.3
価格が安い	1.6	20.6	24.6	32.5	20.6
手軽に食べられる	46.0	42.1	5.6	4.0	2.4

ここからは、ライフスタイルについてお聞きします。

問 10 朝食をどのくらいの頻度で食べますか。(1つに○) n=126

1. ほぼ毎日 39.7	2. 週 4~5日 15.1	3. 週 2~3日 19.8
4. 週 1日程度 2.4	5. ほとんど食べない 12.7	6. 全く食べない 10.3

⇒「1. ほぼ毎日」を選択した人は問 1 2へ

問 11 朝食を食べない理由は何ですか。(複数回答可) n=73

1. もっと寝ていたいから 23.7	2. 身支度などの準備で時間がないから 30.3
3. 朝食を食べるのが面倒だから 10.5	4. 朝食の時間がもつたないから 7.2
5. 食欲がないから 15.1	6. 朝食の準備や後片付けが面倒だから 5.3
7. 高校時代から食べる習慣がないから 3.9	8. お金ももつたないから 2.6
9. 太りたくないから 1.3	10. その他 ( ) 0.0

問 12 間食(夜食も含む)をすることはありますか。(1つに○) n=125

1. ほぼ毎日間食する 14.4	2. 週 4~5日間食する 20.8
3. 週 2~3日間食する 36.0	4. 週 1日程度間食する 8.8
5. ほとんど間食しない 17.6	6. 全く間食しない 2.4

問 13 平日の夕食開始時刻は何時頃ですか。(1つに○) n=126

1. 午後7時前 13.5	2. 午後7時~8時台 51.6	3. 午後9時~10時台 25.4
4. 午後11時以降 8.7	5. 食べない 0.8	

⇒「5. 食べない」を選択した人は問 1 6へ

問 14 平日の夕食を誰と食べることが最も多いですか。(1つに○) n=124

1. ひとり 53.2	2. 家族 30.6	3. 友人 7.3
4. 恋人 6.5	5. その他 ( ) 2.4	

問 15 夕食時にどのくらいの頻度で外食しますか。(1つに○) n=124

1. ほぼ毎日 2.4	2. 週 4~5日 6.5	3. 週 2~3日 25.8
4. 週 1日程度 27.4	5. 月に2~3日 19.4	6. 月に1日程度 4.0
7. ほとんど外食しない 12.9	8. 全く外食しない 1.6	

問 16 どのくらいの頻度で料理をしますか。(1つに○) n=126

1. ほぼ毎日 7.9	2. 週 4~5日 7.9	3. 週 2~3日 27.8
4. 週 1日程度 12.7	5. 月に2~3日 4.8	6. 月に1日程度 1.6
7. ほとんどしない 19.0	8. 全くしない 18.3	

問 1 7 現在の食生活にどの程度満足していますか。(1つに○) n=126

1. 大変満足している	10.3	2. やや満足している	30.2
3. どちらともいえない	27.8	4. あまり満足していない	26.2
5. 全く満足していない	5.6		

問 1 8 普段健康に関してどれほど意識していますか。

それぞれについて、当てはまるもの1つに○を付けてください。 n=126

	5.	4.	3.	2.	1.
睡眠、栄養を十分にとるように心がけている	17.5	41.3	15.9	23.0	2.4
悩みなどは誰かに相談するようにしている	17.5	38.9	22.2	11.1	10.3
油分を摂りすぎないようにしている	5.6	29.4	25.4	35.7	4.0
ストレッチを溜めないようにしている	12.7	37.3	25.4	19.0	5.6
栄養補助食品(ビタミン剤など)を日常的に飲んでいる	7.2	8.8	10.4	15.2	58.4
※n=125					
食育に関心がある	8.7	21.4	25.4	31.0	13.5
栄養のバランスを考えて食品を摂るようにしている	7.1	31.0	18.3	31.7	11.9
健康に関する知識を増やすようにしている ※n=125	8.0	20.8	28.0	32.0	11.2
運動やスポーツをするようにしている ※n=125	10.4	16.8	18.4	30.4	24.0
スポーツクラブに関心がある	21.4	27.0	11.1	18.3	22.2
将来の健康状態が心配である ※n=125	40.8	41.6	8.8	6.4	2.4
環境による健康被害が気になる	14.3	27.8	22.2	27.0	8.7
普段健康に関する話題が多い	4.0	15.1	23.0	36.1	19.8
目標を持って生活するようにしている	11.9	17.5	32.5	27.8	10.3
テレビなどで健康の情報を取り入れるようにしている	11.9	27.8	22.2	28.6	9.5
健康診断の結果が気になる	23.8	38.9	11.9	19.0	6.3
周りの人の健康が気になる	9.5	16.7	23.8	29.4	20.6
食品表示を見て買うようにしている	13.5	25.4	15.9	26.2	19.0
食品のカロリーが気になる ※n=125	19.2	36.8	10.4	22.4	11.2
生産者の顔が分かると買いたくなる	5.6	11.1	23.8	31.7	27.8
健康的な体型を目指している	28.6	42.1	14.3	8.7	6.3

問 1 9 あなたは今、身体面で健康な状態(勉強に支障のない程度)だと思えますか。

(1つに○) n=126	
1. 健康である	39.7
2. ほぼ健康である	43.7
3. あまり健康ではない	15.1
4. 健康ではない	1.6

最後に、あなた自身についてお聞きします。

F 1. 性別 (1つに○) n=126

1. 男性	38.1
2. 女性	61.9

F 2. 学年 (1つに○) n=126

1. 1年生	13.5
2. 2年生	72.2
3. 3年生	11.9
4. 4年生	2.4

F 3. 学部・学科 n=126

1. 情報社会学科	17.5
2. メディア表現学科	43.7
3. 国際理解学科	1.6
4. 国際観光学科	36.5
5. 広報学科	0.8

F 4. 居住形態 (1つに○) n=126

1. 一人暮らし(寮も含む)	56.3
2. 実家暮らし	39.7
3. その他 ( )	4.0

調査は以上です。ご協力ありがとうございました。