

の利用意向も測定した。それは、両者の利用意向とその関連要因の違いを分析することで、公社の食事サービスの特徴が把握できると考えたからである。

利用意向の要因を明らかにするために、要因として考えられる項目を設定し、その項目と利用意向との関連の強さを分析した。

利用意向に関連する要因は、ニーズ要因、利用阻害・促進要因の大きく2つの側面から分析した。ニーズ要因には、買い物・調理の担当者、買い物・調理の私的援助態勢、世帯構成の面から必要度を客観的に評価する指標を位置づけた。すなわち、買い物・調理を自分が担当している、調理や買い物が

できない場合の私的支援が弱い、世帯構成が一人もしくは単独世帯という人では、家庭で食事の用意ができなくなった場合、配食サービスの利用意向が高いのではないかと考えた。

利用促進・阻害要因には、収入の多寡と配食サービスに対する認知を位置づけた。収入の多寡は配食サービスが有料であることからその意向の強弱に経済的要因が影響している可能性がある。さらにサービス内容やそれを提供している公社のことを知っていることがサービスに対する信用を高め、利用を促すことになる可能性も高くなる。

以上の他、年齢階級と性という基本属性も要因に位置づけた。

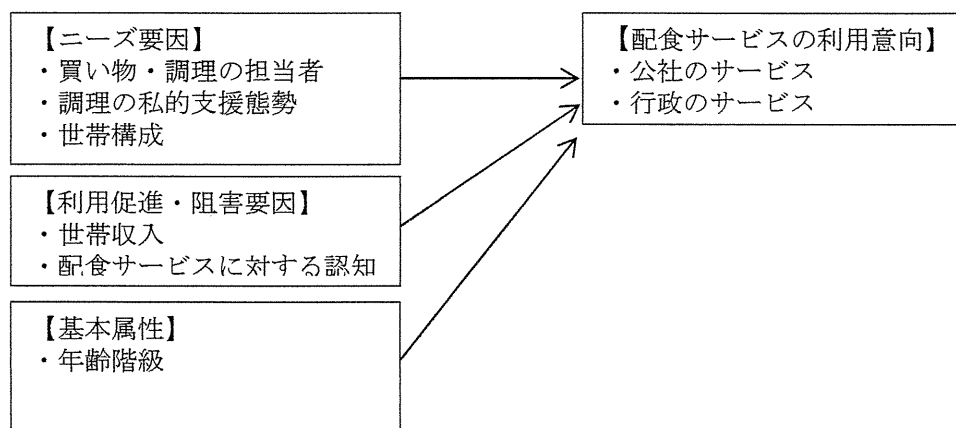


図1-1. 高齢者における配食サービスの利用意向に関連する要因の分析モデル

②測定

a) 利用意向

公社の配食サービスの利用意向は、次のように測定した。調査では、「現在、調布ゆうあい福祉公社では、食事の用意が困難な家庭に対して、月1000円の会費に加え、食事サービスを1食750円で提供しています。ご家庭で食事の

用意ができない状態になった場合、このサービスを利用してみたいと思いますか」と質問し、「利用したい」「利用したくない」の2つの選択肢を用いて回答を得た。「利用したい」「利用したくない」への回答をそれぞれ利用意向「ある」「ない」に該当する2値のカテゴリーとし、分析に用いた。

行政による配食サービスの利用意向については、配食サービスを含む6種類のサービスについて、「現在利用していないが、利用したいと考えている公的な福祉サービスはありますか」という複数回答の質問を用いて測定した。回答に基づき、利用したいサービスの1つとして「配食サービス」を選択した人を利用意向「ある」、選択肢を選択しなかった人を利用意向が「ない」とする2値のカテゴリーを作成し、分析に用いた。

b) 要因

●ニーズ要因

買い物と調理の担当者については、調理をだれが主に担当しているかの質問に基づき、尺度を作成した。すなわち、質問に対する回答結果から、買い物あるいは調理のいずれかを回答者本人が主に担当している場合を「回答者本人が担当している」、買い物と調理のいずれも担当していない場合を「回答者本人が担当していない」とする2値のカテゴリーを作成し、分析に用いた。

調理の私的支援態勢については、次のように尺度を作成した。調査では、「あなたがご自分で食事の用意ができない場合、あなたの家族や友人など身近な人は、食材を買ったり、食事の用意をしてくれると思いますか」という質問文を用いて、「そう思う」「まあそう思う」「あまりそう思わない」「まったく思わない」「このような人はいない」という選択肢を用いて回答を得た。回答に基づき、「そう思う」「まあそう思う」と回答した人を支援態勢が「ある」、

「あまりそう思わない」「まったく思わない」「このような人はいない」と回答した人を支援態勢が「ない」とする2値のカテゴリーを作成し、分析に用いた。

世帯構成については、「単独あるいは夫婦2人暮らしか」「それ以外」の2値のカテゴリーを作成し、分析に用いた。

●利用促進・阻害要因

収入は家族全体の収入で測定した。調査における回答は11段階の選択肢を用いて得たが、分析では、「100万円未満」「100～200万円未満」「200～500万円未満」「500万円以上」の4段階のカテゴリーにまとめた。

公社の食事サービスに対する認知度は、以下の3段階の尺度で測定した。配食サービスを提供している調布ゆうあい福祉公社の名前を知っていたか否かに関する質問に対し、「知らなかった」という選択肢を選択した人については、そもそも公社を知らないということから、認知度が「低い」人とした。公社の名前については「知っていた」と回答したものの、副問として設定した具体的な活動内容に関する認知として「利用会員として登録した人は、家事援助と、食事サービス（昼のみ、夕のみ、昼と夕両方のどれか）を有料で利用することができる」ことを知っていたか否かに関する質問で「知らなかった」の選択肢を選択した人を、認知度が「中程度」の人とし、この副問に対し「知っていた」という選択肢を選択した人を認知度が「高い」人とした。

(2) 子育て期の女性

①取り上げるサービスと分析モデル

図1-2には、分析モデルを示した。

公社は新しいサービスとして、子育て期の女性に対して家庭料理の作り方を学ぶ教室の開催を企画している。そのため、この教室への参加意向を取り上げた。

利用意向に関連する要因は、ニーズ要因、利用障害・促進要因の大きく2つの側面から分析した。ニーズ要因には、調理の悩みと調理の相談支援態勢の面から必要度を評価する指標を位置づけた。つまり、調理に悩みを抱えていたり、調理に関する相談支援態勢が

十分でないと、そのニーズを満たすために家庭料理を学習する機会を得ようとするのではないかと考えた。

利用障害・促進要因には、就労の有無、就学前の子供の有無、公社に対する認知度を位置付けた。就業している、あるいは就学前の子供がいる場合には、時間的な制約から教室への参加意向が低下する可能性がある。さらに、教室を主催する公社のことを知っていることは、教室の信用度を高め、参加意向を促すことになる可能性もある。

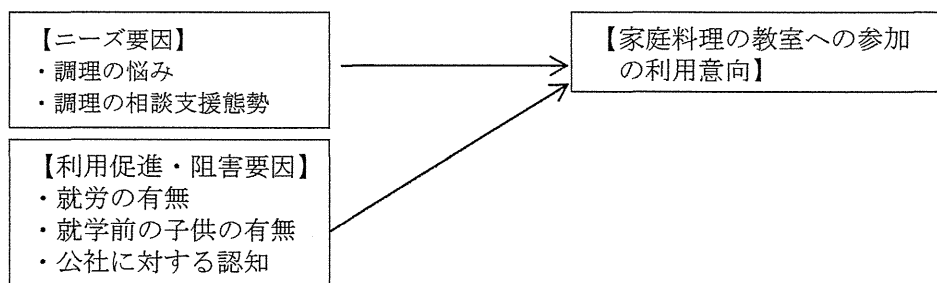


図1-2. 家庭料理の教室への参加意向に関連する要因の分析モデル

②測定

a) 参加意向

調査では、「福祉公社では、子育て中の女性の人たちを対象に、料理に熟達したボランティアから家庭料理の作り方を学ぶ機会を用意したいと考えています。このような機会ができましたら、参加したいですか」という質問文を用い、「参加したい」「参加する意向はない」「わからない」の選択肢を用いて回答を得た。分析に際しては、「参加したい」と「参加する意向はない／わからない」の2値のカテゴリーとした。

b) 要因

●ニーズ要因

調理の悩みに関する質問では、「栄養

価や栄養のバランスが十分に判断できない」「調理方法がよくわからない」「調理のレパートリーが少ない」「調理する時間が取れない」「調理することにストレスを感じている」という5項目の選択肢を示した上で、自分の悩みに該当する選択肢を選択させた。分析に際しては、悩みに関する選択肢を1項目でも選択した人を悩み「あり」、1項目も選択しなかった人を悩み「なし」とする2値のカテゴリーを作成した。

調理の相談支援態勢については、次のように尺度を作成した。調査では、「家庭の調理のことで、悩み事や心配事があった場合、聞いてくれる人はいますか」という質問を行い、「いる」「い

ない」という選択肢を用いて回答を得た。分析では、この回答に基づき、「いる」との回答は支援態勢が「ある」、「いない」との回答は支援態勢が「ない」とする2値のカテゴリーを作成した。

●利用促進・阻害要因

利用阻害・促進要因には、就労の有無、就学前の子供の有無、公社に対する認知を位置づけた。

就業の有無については、「現在、収入のある仕事（パートも含む）をしているか」という質問への回答に基づき、「働いている」と回答した人を就業「あり」、「休職中」「働いていない」と回答した人を就業「なし」とし、分析に用いた。

就学前の子供の有無については、子供の年齢を尋ねた質問を利用し、「乳児（0～3歳未満）」あるいは「幼児（3～6歳）」の子供がいる人を、就学前の子供が「いる」、いずれの年齢の子供もいない人を「いない」とするカテゴリーを作成し、分析に用いた。

公社に対する認知度については、調布ゆうあい福祉公社の名前を知っていたか否かに関する質問を利用し、回答の選択肢である「知っている」「知らなかった」を用いて2値のカテゴリーを作成し、分析に用いた。

3) 公社のボランティア活動への参加意向

(1) 分析モデル

図1-3には、分析モデルを示した。ボランティア活動への参加については、個人が保有する様々な資源が影響していると指摘されている¹⁾。資源の1つ

が人的な資源に関連する階層帰属である。すなわち、学歴が高い場合はボランティア活動に生かせる知識や技術を習得している可能性が高い、収入については高い収入をもっている人ほど規範として社会に貢献という意識が強く、ボランティア活動に加わる傾向が強いと思われる。

加えて性についても資源との関連で位置づけることができる。家事など家庭内の仕事は女性の役割、運転などの外回りの仕事は男性の役割という社会的な規範とともに、その規範に影響されて現実にもそのような仕事をそれぞれが担っている場合が多いことから、ボランティア活動が家庭内の仕事のような場合には女性、外回りの仕事の場合には男性というように性による違いが表れる可能性がある。

資源の3つ目は健康である。ボランティア活動に生かせる技術や知識をもっている、その作業が身体的に負荷のかかるものであるならば、健康状態が良くない人ではボランティア活動への参加には大きな制約を伴う。

他方、参加への機会を増加させるという視点から、社会的ネットワーク、ボランティア活動を提供している公社に対する認知度、配食サービス以外のボランティア活動への参加について要因として位置づけた。社会的ネットワークは、ボランティア活動に関連する知識を入手したり、ボランティア活動にかかわっている人との接触機会が増加するなどボランティア活動への関与の機会を増加させる可能性がある。公社に対する認知については、ボランテ

ボランティア活動の機会を提供している公社の存在やその活動内容を知っていると、会社に対する信用が高まり、参加する際の心理的障がいも低下することになることから、参加意向の強化に貢献する可能性が高い。配食サービス以外のボランティア活動への参加については、他のボランティアをしている場合には、そこで様々な技術を身につけており、またボランティア活動に対する心理的な障がいも減るため、会社のボランテ

ィアに対しても参加への意向を持ちやすいとみることができる。

就業している、さらに子育て期の女性の場合には就学前の子供がいる場合には、そのための時間的制約からボランティア活動への参加意向が低い可能性がある。

以上の他、本研究では基本属性については、性は資源に位置付けたため、年齢階級のみを要因に位置づけた。

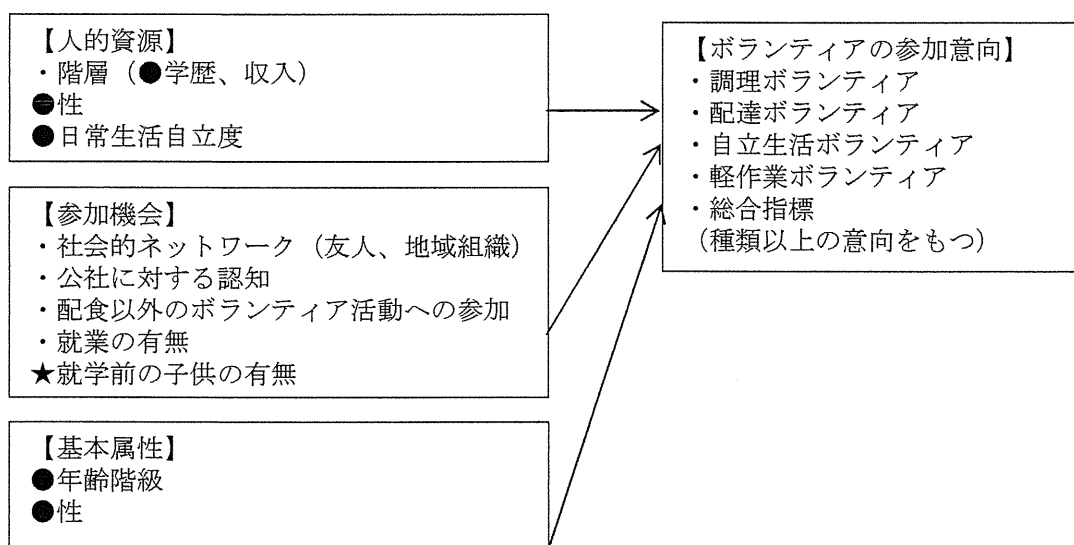


図 1-3. 会社のボランティア活動への参加意向に関連する要因の分析モデル

注 1) ●は高齢者のみ分析に加えた要因である。

注 2) ★は子育て期の女性のみ分析に加えた要因である。

(2) 測定

①参加意向

会社がボランティアを受け入れている活動には3種類ある。具体的には、配食サービスのボランティア、自立生活のためのボランティア、単独世帯などを対象とした軽作業のボランティアの3種類である。配食サービスについては、さらに調理と配達のため、ボランティアの種類としては計

4種類となる。この4種類別々に、参加意向を「参加したい」「参加意向はない」「わからない」の3つの選択肢を用いて測定した。分析では種類別に「参加したい」と「参加意向はない」「わからない」の2値のカテゴリーを作成し、分析に加えた。さらに、この4種類を総合したボランティアへの参加意向に関する尺度も作成した。この尺度は、ボランティア活動について1種類以上

の「参加したい」という活動がある場合と、1種類も「参加したい」というボランティア活動がない場合の2値のカテゴリーで構成した。

以上の4種類のボランティア活動は、高齢者と子育て期の女性に共通していたが、子育て期の女性については、別途ボランティア活動の説明会への参加意向を測定した。すなわち、「調布ゆうあい福祉公社では、公社が行うボランティアについて説明する機会を設けています。このような説明会に参加したいと思いませんか」という質問文で、同じく「参加したい」「参加意向はない」「わからない」という3つの選択肢を用いて測定した。子育て期の女性については、総合尺度を作成する際にはこの項目を加えた。すなわち、説明会への参加を含む5種類の活動に関して、1種類以上「参加したい」との回答がある場合と、1種類も「参加したい」という回答がない場合の2値のカテゴリーで尺度を構成した。

②要因

●人的資源の測定

学歴は、中学卒、高校卒、大学卒以上の3区分とした。世帯収入についての尺度は利用意向に関連する要因の分析の際に用いたものと同様であった。すなわち、家族全体の収入について、調査では11段階の選択肢を用いて回答を得たが、高齢者については、分析に際して「100万円未満」「100～200万円未満」「200～500万円未満」「500万円以上」の4段階に、子育て期の女性では「100万円未満」の頻度が少なかったため、「200万円未満」「200～500

万円未満」「500万円以上」の3段階にまとめた尺度を作成した。

日常生活自立度については、「食事」「着替え」「入浴」「排せつ」「歩行」のいずれかの項目が、「一部手助けが必要」あるいは「全面的に手助けが必要」と回答した人を「障がいあり」とし、以上のいずれの項目とも「一人で支障なくできる」「何とか一人でできる」のいずれかに回答した人を、「障がいなし」とする2値のカテゴリーを作成した。

●参加の機会に関連する要因

社会的ネットワークは、次のように尺度を作成した。調査では、友人や近所の人との交流頻度、地域のグループや団体の会合や集まりへの参加頻度それぞれについて、「1週間に2回以上」「1週間に1回くらい」「1ヶ月に2、3回」「1ヶ月に1回くらい」「1ヶ月に1回より少ない」「まったくない」の6段階の選択肢で測定した。分析では、選択肢をまとめ、「月1回以上」と「月に1回未満」に2値のカテゴリーを作成した。

公社に対する認知度は次のような3段階の尺度で測定した。配食サービスを提供している調布ゆうあい福祉公社の名前を知っていたか否かに関する質問に対し、「知らなかった」という選択肢を選択した人を認知度が「低い」、次いで「知っていた」に回答したものの、「食事サービスの弁当を作ったり、配達しているのは、ボランティアの人たちである」ということを知らなかった人を認知度が「中程度」、この副問に対し「知っていた」という選択肢を選択した人を

認知度が「高い」人とした。

配食サービス以外のボランティア活動への参加については、次のように尺度を作成した。調査では、「近隣の公園や通りなどの清掃等の美化活動」「地域行事・まちづくり活動」など9種類に「その他」「以前参加したことはあるが、今はしていない」「まったく参加したことがない」を加えた12種類の選択肢を用意し、参加の現状を測定した。分析に際しては、ボランティア活動の種類として掲げられている「高齢者や障害者の食事サービス」への参加者を除き、いずれか1つ以上のボランティア活動に参加している人を参加「あり」、「以前参加したことはあるが、今はしていない」「まったく参加したことがない」と回答した人、さらに「高齢者や障害者の食事サービス」以外のボランティアには参加していない人を参加「なし」とする2値のカテゴリーを作成し、分析に用いた。

4) 公社に対する認知度

(1) 分析モデル

図1-4に分析モデルを示した。公社に対する認知度は、大きくニーズ要因と情報入手の機会の2つの側面から要因を分析した。

ニーズ要因については、公社のサービスに対するニーズを有していると、その解決を目指して情報収集する可能性が高いことから、認知度を高めると考えた。ここでいうニーズ要因とは、高齢者の場合には配食サービスの利用意向に関連する要因で用いた項目と共通して、買い物・調理の担当者、調理

の私的支援態勢、世帯構成、加えて調理の自立度、子育て期の女性の場合には、料理教室への参加意向に関連する要因で用いた項目と共通して、調理の相談支援態勢と調理の悩みである。

情報入手の機会には、4つの要因を位置づけた。1つは、情報は人や組織との接触によって伝達されることから、社会的ネットワークを位置づけた。ここでは、社会的ネットワークの種類によって公社に関する情報伝達の機能に差異がみられる可能性も考慮し、友人と地域団体に区分した。さらに、配食以外のボランティア活動への参加を加えた。ボランティア活動の仲間から公社に関する情報が伝えられるなど、他のボランティア活動への参加が公社に対する認知度の向上に貢献する可能性があるからである。3つ目は学歴であり、学歴が高いほど自主的な情報収集能力が高いことから、公社の認知度が高められるのではないかと考えた。さらに、収入を位置づけた。高収入の人では様々な組織や個人との関係をもち、また機器を利用した情報入手を積極的に行うなど低収入の人と比較し情報源が多様でかつ広がりをもつことから、認知度が高くなる可能性があると考えたからである。

さらに、基本属性である年齢階級と性を分析モデルに位置付けた。

(2) 測定

①認知度の測定

調査では、福祉公社を知っていたか否かの質問に対して、「知っていた」と回答した人について、「理念」「有償サービスの利用対象者」「会員への相談サ

ポート」「会員のサービス利用」「ボランティアの活用」「弁当の質」「食事サービスによる安否確認」という活動内容についてそれぞれ「知っていた」「知らなかった」の選択肢を用いて回答を得た。分析では、各活動内容について「知っていた」という回答の数を単純に加算することで尺度化を図った。そもそも福祉公社を知らなかったとした人の点数は0とした。加えて、公社の名前を知っているか否かという2値の 카테고리でも分析した。

②認知度に関連する要因

●ニーズ要因

ニーズ要因は、サービスの利用意向に関連する要因として取り上げたものと同じであるため、当該項目を参照のこと。ただし、調理の自立度は、サービス利用のニーズ要因の中には含まれていなかった。そのため、以下では、この尺度のみ記述する。調査では、「買い

物をする」あるいは「食事を作る」という項目について、「一人で支障なくできる」「何とか一人でできる」「一部手助けが必要」「全面的に手助けが必要」という選択肢を用いて自立度を測定した。これらの項目への回答について、いずれか1項目でも「一部手助けが必要」や「全面的に手助けが必要」と回答した人を「障がいあり」、2項目とも「一人で支障なくできる」や「何とか一人でできる」と回答した人を「障がいなし」とする2値の 카테고리を作成し、分析に用いた。

●情報入手の機会

社会的ネットワーク、配食以外のボランティア活動への参加については、ボランティア活動の参加意向に関連する要因に位置づけられているものと同じであるため、当該項目を参照のこと。

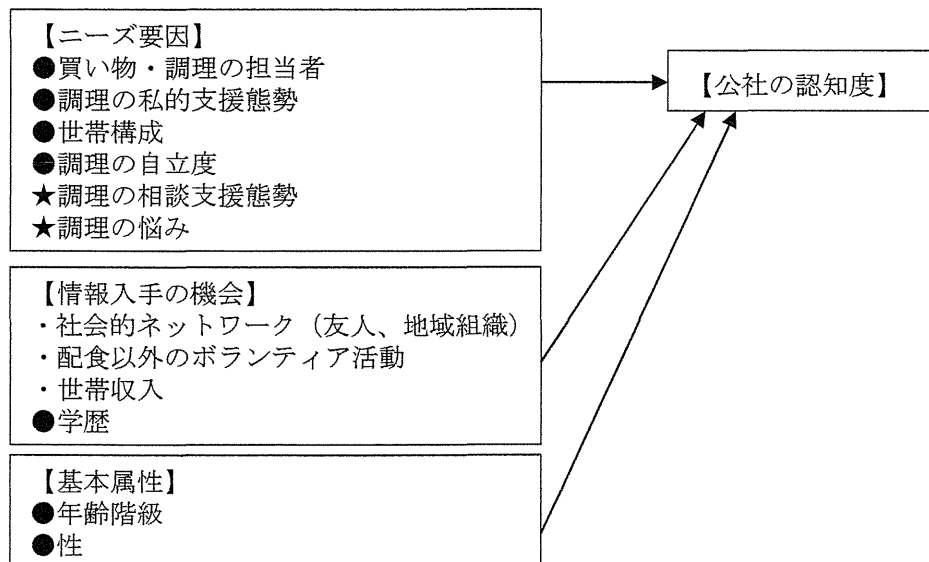


図1-4. 公社に対する認知度に関連する要因の分析モデル

注1) ●は高齢者のみ分析に加えた要因である。

注2) ★は子育て期の女性のみ分析に加えた要因である。

5) 福祉公社の公共性に対する評価

(1) 分析モデル

図1-5には分析モデルを示した。本研究では、公社の公共性に対する評価に関連する要因として、ニーズ要因、公共性を理解する機会、階層の3つを設定した。

ニーズ要因については、公社のサービスに対するニーズを有していると、その解決を目指して活動を展開している公社の公共性に対して肯定的な評価がなされると考えた。公共性を理解する機会には、公社に対する認知と配食以外のボランティア活動への参加の有無を位置づけた。公社は現実には公共性のある活動を展開していることから、

公社の名前を知り、さらにその活動内容を理解することで、公共性への評価が高まるのではないかと考えた。配食以外のボランティア活動を行っている人では、公社も地域におけるボランティアの養成の一翼を担っていることから、公共性への評価が高まるのではないかと考えた。

階層については、学歴や収入といった面での階層が高い人では、公共性の意識が高いといわれていることから、公社の活動の公共性についても評価が高くなるものではないかと考えた。

さらに、基本属性である年齢階級と性を分析モデルに位置づけた。

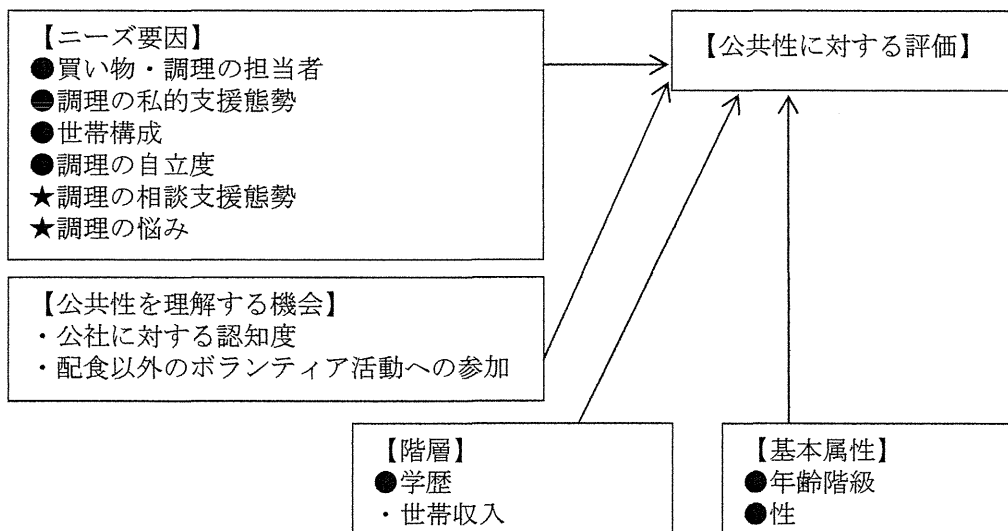


図1-5. 公社に対する認知度に関連する要因の分析モデル

注1) ●は高齢者のみ分析に加えた要因である。

注2) ★は子育て期の女性のみ分析に加えた要因である

(2) 測定

① 公共性に対する評価

「調布ゆうあい福祉公社は、ボランティアの育成や介護保険のサービスの提供を行っています。その運営のために市が補助を出しています。市が補助

を出すことについて、あなたはどのようにお考えですか」という質問に対して、「公共性があるため、市が補助金を出すべきである」「公共性があるとはいえ、できるだけ独立採算で行うべきである」「公共性はあまりないため、独

立採算で行うべきである」「わからない」という選択肢を用いて回答を得た。分析に際しては、「公共性があるため、市が補助金を出すべきである」を選択した人が、公社の公共性を認めているということで、それを選択した人の割合で公共性を評価した。

②要因

●ニーズ要因

サービスの利用意向に関連する要因の分析に用いたニーズ要因と同じ指標を用いている。そのため、当該項目を参照のこと。

●公共性を理解する機会

公社に対する認知度については、以下のように尺度化を行った。調査では、福祉公社を知っていたか否かの質問について、「知っていた」と回答した人について、「理念」「有償サービスの利用対象者」「会員への相談サポート」「会員のサービス利用」「ボランティアの活用」「弁当の質」「食事サービスによる安否確認」という活動の特徴についてそれぞれ「知っていた」「知らなかった」の選択肢を用いて回答をえた。この情報を利用して、「知っていた」という回答の数を単純に加算して尺度を作成した。知らなかったは0とした。分析に際しては、以上の項目数を「0」「1～3項目」「4項目以上」の3区分した。

●階層

ボランティアへの参加意向に関連する要因に位置づけた人的資源の学歴と収入に関する指標と同じであるため、当該項目を参照のこと。

6) 公社のサービスに対するニーズの分布

(1) 高齢者の場合

①分析モデル

図1-6に分析モデルを示した。これは次に記述する子育て期の女性と共通している。ニーズの評価は、買い物・調理の担当者が誰か、買い物・調理の私的支援態勢、世帯構成が単独・夫婦二人暮らし世帯か否かに加えて、買い物や調理に支障があるか否かという点からも行った。ニーズが偏在しているか否かについては、基本属性に加えて、社会的支援態勢や家族構成に大きな差がある階層要因(学歴、収入、家の所有)という側面から検討を加えた。

②測定方法

買い物・調理の担当者が誰か、買い物・調理の私的支援態勢、世帯構成が単独・夫婦二人暮らしか否かについては、サービスの利用意向に関連する要因で用いた尺度と同じであるため、当該項目を参照のこと。

(2) 子育て期の女性の場合

①分析枠組

図1-6に示したように、ニーズは、調理の悩みの有無と調理の相談支援態勢の有無の2側面から評価した。ニーズが偏在しているか否かについては、階層要因(収入)、就業の有無や未就学児の有無といった時間的拘束との関連で分析した。

②測定

調理の悩みの有無と調理の相談支援態勢の有無については、サービスの利用意向に関連する要因を分析するために用いた尺度を同じである。そのため、

当該項目を参照のこと。

5. 倫理的配慮

本研究に必要とされる倫理的配慮には、①調査対象者が調査に協力するかどうかについては、自由意思に基づくこと、②収集した調査データについて、

その保管・管理を徹底すること、③データの解析結果の公表に際してはプライバシーを保持すること、などがある。以上の点について、所属機関の倫理委員会において問題がないか審査を受け、問題がないということで承認された。承認日は2012年1月である。

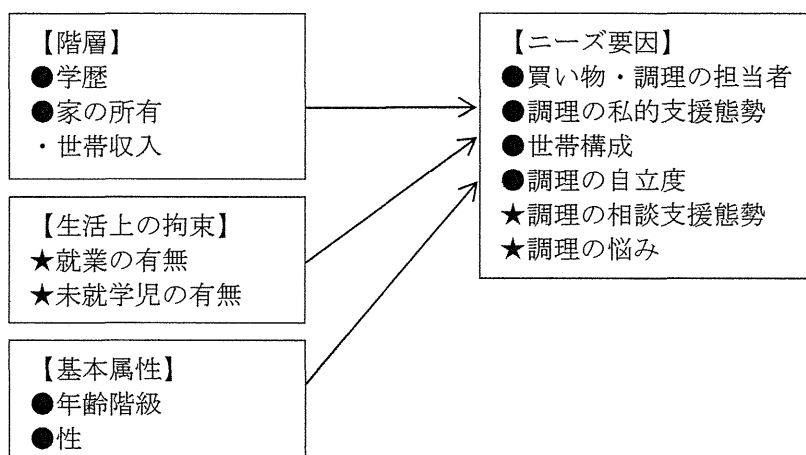


図1-6. ニーズに関連する要因の分析モデル

注1) ●は高齢者のみ分析に加えた要因である。

注2) ★は子育て期の女性のみ分析に加えた要因である

C. 結果

1. 高齢者を対象とした分析結果

1) 公社の配食サービスの利用意向

配食サービスの利用意向は、公社については60.9%と、公的福祉の18.0%と比較してかなり高かった。これは、公社の配食サービスの場合には、調理ができなくなった場合という条件付きであったのに対し、公的福祉の配食サービスについては現在における利用意向を尋ねているという設問の仕方が影響しているのかもしれない。

表1-2は、配食サービスの利用意向に関連する要因の分析結果を示した。ニーズ要因として、調理の支援態勢の

有無、調理の担当者が回答者か否か、単独・夫婦二人の世帯か否かを取り上げ、配食サービスの利用意向との関連を分析した。公社の配食サービスについては、世帯構成との間で有意な関連がみられた。すなわち、単独や夫婦のみ世帯ではそれ以外の世帯と比較して利用意向が高かった。公的サービスについては、10%有意水準未満ではあるが、同じく世帯構成との間で強い関連が観察された。

利用促進・阻害要因として公社の食事サービスへの認知と世帯収入を取り上げた。サービスの認知度が利用意向に有意な効果をもっており、公社が配

食サービスを実施していることを知っている人では 75.2%の人が利用意向をもっているのに対し、公社の名前も

知らない人ではその割合が 54.6%に留まっていた。

表 1-2. 配食サービスへの利用意向に関連する要因 (%)

項目	カテゴリ	公社の 配食サービス	福祉の 配食サービス
調理の私的支援態勢	ある	60.3	17.1
	なし	64.8	20.4
調理の担当者	回答者自身	61.1	20.2
	回答者以外	60.3	13.3
世帯構成	単独、夫婦二人	65.7*	20.5+
	その他	56.2	14.7
公社の配食サービス に対する認知	配食サービスを知っている	75.2**	—
	公社の名前は知っている	64.9	—
	公社の名前も知らない	54.6	—
世帯収入	100万円未満	47.1	17.6
	100-200万円未満	58.8	19.6
	200-500万円未満	65.1	19.7
	500万円以上	61.9	16.7
年齢	60歳台	58.4	19.4
	70歳台	62.5	15.3
	80歳以上	65.8	19.3
性	男性	58.9	14.1
	女性	62.8	20.3
	計	60.9	18.0

注 1) 数値は利用意向のある人の割合である。

注 2) 利用意向と要因のクロス表は、当該項目のみに欠損値をもっているケースを除外している。

注 3) 検定は χ^2 検定である。+; <.10, *;P<.05, **;P<.01

2) 公社のボランティア活動への参加意向

公社のボランティア活動への参加意向をもつ人の割合は種類別にみると、調理については 11.2%、配達については 5.5%、家事援助については 10.1%、軽い作業については 8.9%であった。少なくとも 1 種類以上の活動について参加意向をもつ人の割合は、全体の 19.6%であった。

表 1-3 には、参加意向に関連する要因の分析結果を示した。学歴、収入、性、日常生活自立度など個人がもつ資源との関連では、性による差が大きく、調理については女性が、配達については男性の方が参加意向をもつ人の

割合が有意に高かった。その他の資源は、ボランティア活動への参加意向と有意な関連はなかった。

配食以外のボランティア活動への参加、公社のボランティア活動に対する認知度、友人との交流頻度、地域組織への参加頻度、就業の有無という公社のボランティア活動への参加機会に影響する可能性がある要因との関連では、配食以外のボランティア活動への参加は、調理を除きすべての活動への参加意向に強い効果をもっており（1つを除き 5%有意水準）、配食以外のボランティア活動に参加している人ではしていない人と比較して、配達、家事

援助、軽作業、さらに1つ以上の活動に参加意向をもつ人の割合が高かった。

加えて、本研究では、就業に関しては時間的な制約が大きくなることから、ボランティア活動への参加意向を弱く

すると考えた。しかし、結果は逆で、就業をしている人ではしていない人と比較して、いくつかの種類のボランティア活動において意向が高いという結果が得られた。

表1-3. 会社のボランティアの参加意向に関連する要因 (%)

項目	カテゴリ	調理	配達	家事 援助	軽作業	1つ以上の活動 に参加意向
学歴	中卒	6.9	1.7	13.3	7.0	15.8
	高卒	13.9	6.9	12.2	8.8	22.5
	専門学校、大学	10.4	5.2	8.2	9.4	18.4
収入	100万円未満	15.8	10.5	25.0	5.6	25.0
	100-200万円未満	11.5	6.6	10.2	6.6	20.0
	200-500万円未満	10.9	6.5	11.0	8.9	19.1
	500万円以上	10.6	4.1	8.3	11.8	19.0
性	男性	5.3***	10.1***	8.3	11.2	19.1
	女性	15.3	2.3	11.4	7.3	20.0
配食以外のボランティア活動への参加	あり	13.6	10.0+	19.3**	18.2**	31.8**
	なし	10.3	4.7	7.6	6.7	16.9
会社のボランティア活動に対する認知	ボランティア活動を知っている	13.0	3.3*	15.0	11.4	21.0
	会社は知っているが、ボランティア活動は知らない	13.3	1.2	8.4	7.3	18.3
	会社を知らない	9.4	8.0	8.4	8.3	19.1
友人との交流頻度	月に1回以上	11.9	5.5	11.0	10.0	21.4
	月に1回未満	10.2	5.7	8.7	6.9	16.7
地域組織への参加頻度	月に1回以上	11.6	5.4	12.1	10.8	20.9
	月に1回未満	10.7	5.8	8.3	7.0	18.4
就業	している	13.3	8.2+	15.3**	11.9+	24.2*
	していない	8.7	4.2	6.5	6.9	15.8
年齢	60歳台	15.7**	6.5	13.1**	12.1*	23.5**
	70歳台	10.3	6.4	11.3	8.8	22.0
	80歳以上	2.3	1.1	0.0	1.1	4.7
計		11.2	5.5	10.1	8.9	19.6

注1) 数値は参加意向がある人の割合である。

注2) 参加意向と要因のクロス表は、当該項目のみに欠損値をもっているケースを除外している。

注3) 検定は χ^2 検定である。+; <.10, *; P<.05, **; P<.01, ***; P<.001

3) 会社の活動に対する認知度

表1-4には、会社の名前の認知とさらに活動の内容別の認知の分布を示した。会社の名前を知っていた人は42.1%、知らなかった人は57.9%であった。知っている人に対して、個別の活動内容について具体的に知っているか否かを質問した結果、会社の名前を知っている人と対比した割合でみると、

知っているとの回答割合は、基本理念では70.5%、有償サービスの利用対象では53.4%、相談活動では49.5%、家事食事援助では57.7%、配食ボランティアでは59.0%、弁当の質では1.9%、安否確認では68.2%であった。知らない人を分母に加えた場合、各項目の認知度はすべて30%未満であった。

会社の名前を知らない人について

は0点とし、総計でいくつの活動のことを知っているか、総合得点でみると、0点の人が66.5%であった。0点の人が公社の名前を知らなかった人の割合の57.9%よりも大きかったのは、知っていたものの項目別の認知についてはすべての項目で知らなかった人が

10%程度存在していたということである。1～3項目知っていた人は7.9%、4項目以上知っていた人は25.6%であった。つまり、知っている人は活動内容まで詳細に知っているが、知らない人は名前さえ知らないというように両極に分かれていた。

表1-4. 認知度に関する項目別分布
-知っていたとする人の割合 (%)

項目	
公社の名前	42.1
	↓
基本理念	70.5
有償サービスの利用対象	53.4
利用会員への相談活動	49.5
家事・食事援助	57.7
配食ボランティア	59.0
弁当の質	61.9
安否確認	68.2

注1) 項目ごとに欠損値をもっているケースを除外している。

注2) 公社の個別の内容についての認知度は、公社の名前を知っている人に対する割合である。

表1-5に、公社に対する認知度に関連する要因分析の結果を示した。ニーズ要因との関連では、調理の主な担当者が回答者自身であるという人ではそうでない人と比較して、公社の活動のうち認知している項目数の平均や公社の名前を知っている割合が有意に高かった。

情報の入手機会については、友人との交流頻度、地域組織への参加頻度、配食以外のボランティア活動への参加の有無が、公社の活動のうち認知している項目数の平均、公社の名前を知っている割合のいずれに関しても有意な効果があり、友人との交流や地域組織への参加が1か月に1回以上の人ではそれ未満の人と比較して、また、他の

ボランティア活動に参加している人ではしていない人と比較して、公社の活動で認知している項目数の平均や公社の名前を知っている割合が高かった。

基本属性との関連では、性による差が有意であり、女性では男性と比較して、公社の活動のうち認知している項目数の平均や公社の名前を知っている人の割合が高かった。調理の主な担当者では女性の割合が高いことから、調理の主な担当者が回答者であることで認知度が高いのは、性による分布の違いが反映している可能性がある。そのことを確認した結果、調理の主な担当者が回答者である場合に認知度が高いのは、その層に女性が多いからであることがわかった。

表 1 - 5. 会社に対する認知度に関連する要因

項目	カテゴリ	活動のうち認知している項目数	会社の名前を知っている人の割合
調理の私的支援態勢	あり	1.71	41.3
	なし	1.63	45.0
調理の主な担当者	回答者自身	1.87*	46.7**
	回答者以外	1.29	31.6
買物・調理の自立度	障がいあり	1.62	39.6
	障がいなし	1.68	42.1
世帯構成	単独、夫婦二人	1.76	43.4
	その他	1.63	41.0
学歴	中卒	1.95	45.9
	高卒	1.78	43.2
	専門学校、大学	1.48	38.2
友人との交流頻度	月に1回以上	1.88*	45.3*
	月に1回未満	1.35	35.8
組織への参加頻度	月に1回以上	2.30***	52.6***
	月に1回未満	1.04	31.0
配食以外のボランティア活動への参加	あり	2.64***	55.5**
	なし	1.44	37.2
年齢階級	60歳台	1.59	38.3
	70歳台	1.81	43.2
	80歳以上	1.66	48.9
性	男性	1.23**	30.4***
	女性	2.01	50.2
		1.69	42.1

注1) 要因別の知っている項目数あるいは会社の名前を知っているか否かのクロス表は、当該項目のみに欠損値をもっているケースを除外している。

注2) 検定は要因が2値の場合 t 検定、3値以上の場合は分散分析である。+;P<.10, *;P<.05, **;P<.01, ***;<.001

4) 公共性に対する評価

(1) 評価の分布と配食サービスの利用意向・ボランティア活動への参加意向との関連

「公共性があるため、市が補助金を出すべきである」「公共性があるとはいえ、できるだけ独立採算で行うべきである」「公共性はあまりないため、独立採算で行うべきである」「わからない」の選択肢に対する回答割合は、それぞれ 54.1%、15.6%、2.4%、28.0%であった。公共性を認めている人が半数程度占めていることになる。

表 1 - 6 には、「公共性があるため、市が補助金を出すべきである」と回答した人（公共性に対する肯定的評価）とそれ以外の選択肢に回答した人とで、配食サービスの利用意向がある割合、あるいはボランティア活動への参加意向がある（4種類のうち1つ以上に参加意向あり）割合に差があるか否かを分析した結果を示した。「公共性があるため、市が補助金を出すべきである」と回答した人では、それ以外の回答者と比較して、いずれの割合も 15%程度高く、有意な差がみられた。

表1-6. 公社の公共性に対する評価の内容別にみた

項目	配食サービスの利用意向・ボランティア活動への参加意向	
	配食サービスの利用意向あり	ボランティア活動への参加意向あり
公共性の評価	公共性あり・補助金必要	67.2**
	公共性あり・独立採算／	52.9
	公共性なし／わからない	26.4***
		12.0

注1) クロス表は、当該項目のみに欠損値をもっているケースを除外している。

注2) 検定は χ^2 検定である。+;P<.10, *;P<.05, **;P<.01, ***;P<.001

(2) 公共性に対する評価に関連する要因 準で公共性に対する評価と関連がみられた。その傾向は、公社に対する認知度が低いほど、また、世帯構成が単独や夫婦二世帯ではそれ以外の世帯と比較して、公共性に対する評価が高いというものであった。

表1-7には、公社の公共性に対する評価に関連する要因の分析結果を示した。ニーズ、公共性を理解する機会、階層の各要因のうち、公社に対する認知度が有意に、世帯構成が10%有意水

表1-7. 公社の公共性の評価に関連する要因 (%)

項目	カテゴリ	
調理の私的支援態勢	あり	54.1
	なし	55.1
調理の主な担当者	回答者自身	53.0
	回答者以外	55.7
買物・調理の自立度	障がいあり	52.4
	障がいなし	54.2
世帯構成	単独、夫婦二人	58.3+
	その他	50.6
	公社の認知度	
(活動の中で知っている項目の数)	0項目	50.3*
	1～3項目	60.3
	4項目以上	65.7
他のボランティア活動への参加	あり	59.8
	なし	54.2
学歴	中卒	49.2
	高卒	53.0
	専門学校、大学	56.9
	世帯収入	
100万円未満	100万円未満	55.6
	100-200万円未満	47.6
	200-500万円未満	59.4
	500万円以上	54.5
年齢	60歳台	58.8
	70歳台	53.0
	80歳以上	44.7
性	男性	58.2
	女性	51.3
	計	54.1

注1) 表の数値は、公共性があるため、補助金を出してもよいと回答した人の割合である。

注2) クロス表は、当該項目のみに欠損値をもっているケースを除外している。

注3) 検定は χ^2 検定である。+;P<.10, *;P<.05, **;P<.01, ***;P<.001

5) サービスニーズの広がり

高齢者における配食サービスのニーズの出現割合は、調理に支障があるで見ると 8.9%、調理の私的支援態勢がないで見ると 19.3%、調理の担当者が自分自身ということで見ると 67.2%、単独や夫婦のみの世帯で見ると 48.4%であった。

表 1-8 に、配食サービスへのニーズに関連する要因を分析した結果を示した。分析に用いた要因は、これまで食生活上問題が集中していると指摘されてきた階層、社会的ネットワーク、

基本属性であった。

階層要因との関連では、収入や住居の所有の有無による差が大きく、特に 100 万円未満の人、賃貸に住んでいる人では、調理の私的支援態勢がない、調理の担当者が自分自身、単独・夫婦のみの世帯の割合が高かった。

基本属性との関連では、調理の支障については性と年齢階級による差が有意で、男性では女性と比較して、また年齢階級が高くなるに伴って調理に支障のある人の割合が高かった。

表 1-8. 配食サービスへのニーズに関連する要因 (%)

項目	カテゴリ	調理に 支障	調理の私的 支援態勢なし	調理の担当者が 自分自身	単独・夫婦
学歴	中卒	12.1*	23.8	60.7***	34.9
	高卒	4.4	17.8	79.9	49.1
	専門学校、大学	11.8	18.3	57.2	50.9
世帯年収	100 万円未満	11.1	47.4***	94.4**	88.9***
	100-200 万円未満	6.3	36.5	74.6	69.8
	200-500 万円未満	9.1	18.3	69.8	62.1
	500 万円以上	8.8	10.6	58.6	26.8
住居	持家	9.4	17.7*	64.2**	45.8***
	賃貸	6.5	26.6	78.0	63.6
世帯構成	単独、夫婦二人	9.1	27.1***	74.5***	-
	その他	9.3	11.7	59.9	-
年齢	60 歳台	5.7***	18.0	66.4	44.8
	70 歳台	7.4	20.3	71.8	49.8
	80 歳以上	20.4	20.0	58.9	54.3
性	男性	13.4**	16.5	33.8	50.5
	女性	5.9	21.1	89.6	47.0
	計	8.9	19.3	67.2	48.4

注 1) クロス表は、当該項目のみに欠損値をもっているケースを除外している。

注 2) 検定は χ^2 検定である。+:P<0.10, *:P<0.05, **:P<0.01, ***:P<0.001

2. 子育て期の女性の分析結果

1) 家庭料理の教室への参加意向と関連要因

調布ゆうあい福祉公社が子育て中の女性の人たちを対象に料理に熟達したボランティアから家庭料理の作り方

を学ぶ機会を用意した場合に、「参加したい」と回答した人が 33.3%、「参加する意向はない」と回答した人が 38.4%、「わからない」が 28.3%であった。参加する意向のある人がどのような特徴をもっているか、「参加する意

向はない／わからない」の回答者と比較した。

表1-9には、その結果を示した。ニーズ要因として、調理の悩みと調理の相談支援態勢を取り上げ、家庭料理の教室への参加意向との関連を分析したが、ニーズ要因は有意な効果がみられなかった。

利用促進・阻害要因として、就学前の子供の有無、就業の有無、公社に対する認知、家計収入を取り上げた。就学前の子供の有無が有意な効果をもっており、子供のいる人ではない人と比較して家庭料理の教室への参加意向が強かった。

表1-9. 家庭料理の教室への参加意向に関連する要因 (%)

項目	カテゴリ	参加意向をもつ人の割合
調理の悩み	ある	34.9
	ない	29.5
調理の相談支援態勢	ある	34.6
	ない	29.2
親との同居	同居	27.0
	別居	34.3
就学前の子供の有無	いる	53.3**
	いない	27.7
就業の有無	就業	29.9
	未就業	39.5
公社に対する認知度	名前を知っていた	30.0
	名前を知らなかった	34.3
世帯収入	200万円未満	30.0
	200-500万円未満	37.1
	500万円以上	32.2
	計	33.3

注1) 数値は利用意向のある人の割合である。

注2) 利用意向と要因のクロス表は、当該項目のみに欠損値をもっているケースを除外している。

注2) 検定は χ^2 検定である。+;P<0.10, *;P<0.05, **;P<0.01, ***;P<0.001

2) 公社のボランティア活動への参加意向

公社のボランティア活動については、調理については18.6%、配達については7.7%、家事援助については14.2%、軽い作業については10.5%、ボランティアの説明会については18.4%が参加意向を示していた。いずれか1つ以上の活動に参加意向をもつ人は全体の23.6%であった。

表1-10には、公社のボランティア活動への参加意向に関連する要因の分

析結果を示した。収入という個人がもつ資源との関連では、説明会への参加が有意な効果を示しており、参加意向をもつ人の割合は、世帯収入が200万円未満の人では36.8%と、500万円以上の13.2%と比較し約3倍高かった。

友人との交流、地域組織への参加、配食以外のボランティア活動への参加、公社の認知度といった参加への機会に影響する可能性がある要因との関連では、いずれの要因もほとんど有意な効果をもっていなかった。

表1-10. 会社のボランティア活動の参加意向に関連する要因

項目	カテゴリ	調理	配達	家事 援助	軽作業	説明会	活動の1つ 以上を選択
世帯収入	200万円未満	25.0	20.0	20.0	18.8	36.8*	37.5
	200-500万円未満	18.6	7.1	14.3	13.6	24.6	20.3
	500万円以上	18.9	6.6	13.2	7.4	13.2	24.1
就業の有無	就業	16.8	5.8	10.2*	16.7*	16.2	16.9
	未就業	22.0	11.0	21.0	6.8	22.5	34.7
就学前の 子供の有無	いる	23.9	6.5	13.3	12.2	13.6	24.4
	いない	16.8	8.1	14.5	10.0	19.2	23.3
友人との交流頻度	月に1回以上	24.8*	8.9	13.9	9.4	18.0	25.9
	月に1回未満	13.4	6.7	14.4	11.3	18.8	21.7
地域組織への 参加頻度	月に1回以上	24.4	10.3	20.5	13.4	20.8	28.4
	月に1回未満	15.5	6.3	10.6	8.9	17.1	21.0
配食以外のボランテ ィア活動への参加	あり	16.3	9.3	16.3	13.9	23.8	16.7
	なし	19.7	7.5	14.0	9.9	17.0	25.2
会社の名前	知っている	20.7	7.5	17.5	21.1*	20.0	23.7
	知らない	10.0	7.8	13.5	7.9	18.2	23.7
	計	18.6	7.7	14.2	10.5	18.4	23.6

注1) 数値は参加意向がある人の割合である。

注2) 参加意向と要因のクロス表は、当該項目のみに欠損値をもっているケースを除外している。

注3) 検定は χ^2 検定である。+: $P<0.10$, *: $P<0.05$, **: $P<0.01$, ***: $P<0.001$

3) 会社の活動に対する認知度

(1) 会社に対する認知度の分布

表1-11には、会社に対する認知度の分布を示した。会社の名前を知っていた人は18.3%、知らなかった人は81.7%であった。知っている人に対して、個別の活動内容について具体的に知っているか否かを質問した結果、会社の名前を知っている人の対比の割合で見ると、基本理念は25.0%、有償サービスの利用対象は22.5%、相談活動は12.5%、家事食事援助が30.0%、配食ボランティアが30.0%、弁当の質が20.0%、安否確認が37.5%であった。知らない人も分母に加えた場合、各項目の認知の割合はすべて10%未満であった。

会社の名前を知らない人について

は0点とし、総計でいくつの活動を知っているか、総合得点で見ると、0点の人が89.0%であった。0点の人が会社の名前を知らなかった人の割合の81.7%よりも大きかったのは、知っていたものの項目別の認知についてはすべての項目で知らなかった人が10%程度存在していたということを意味する。1~3項目知っていた人は7.8%、4項目以上知っていた人は3.2%であった。つまり、子育て期の女性の多くは、会社の活動を詳細に知らないということであった。

会社に対する認知度に関連する要因の分析の際には、認知度の測定は、知っているか否かに加えて、活動のうち知っている項目数の2側面から行った。

表 1-11. 認知度に関する項目別分布
- 知っていたとする人の割合 (%)

項目	
公社の名前	18.3
	↓
基本理念	25.0
有償サービスの利用対象	22.5
利用会員への相談活動	12.5
家事・食事援助	30.0
配食ボランティア	30.0
弁当の質	20.0
安否確認	37.5

注1) 項目ごとに欠損値をもっているケースを除外している。

注2) 公社の個別の内容についての認知度は、公社の名前を知っている人に対する割合である。

(2) 公社に対する認知度に関連する要因

表 1-12 には、公社に対する認知度に関連する要因の分析結果を示した。

いずれの要因も、活動のうち認知している項目数、公社の名前を知っているか否かに有意な効果ももっていなかった。

表 1-12. 公社に対する認知度に関連する要因

項目	カテゴリー	活動のうち認知している項目数	公社の名前を知っている人の割合
調理の悩み	ある	0.28	17.8
	ない	0.32	18.2
調理の相談支援態勢	ある	0.28	17.2
	ない	0.71	29.2
友人との交流頻度	月に1回以上	0.38	22.0
	月に1回未満	0.26	13.9
地域組織への参加頻度	月に1回以上	0.34	17.9
	月に1回未満	0.29	18.4
配食以外のボランティアへの参加	ある	0.26	23.3
	ない	0.33	16.9
収入	200万円未満	0.47	31.6
	200-500万円未満	0.24	12.9
	500万円以上	0.36	18.9
	計	0.32	18.3

注1) 要因別の知っている項目数あるいは公社の名前を知っているか否かのクロス表は、当該項目のみに欠損値をもっているケースを除外している。

注2) 検定は χ^2 である。+: $P<0.10$, *: $P<0.05$, **: $P<0.01$, ***: $P<0.001$

4) 公社の公共性に対する評価

(1) 公共性の評価に対する分布と料理教室への参加意向・ボランティア活動への参加意向

「公共性があるため、市が補助金を出すべきである」「公共性があるとは

いえ、できるだけ独立採算で行うべきである」「公共性はあまりないため、独立採算で行うべきである」「わからない」の回答割合は、それぞれ 61.6%、17.4%、2.3%、18.7%であった。公共性を認めている人の割合は 60%程度