Japan society of Home Economics

日本家政学会誌 Vol. 53 No. 5 407～415 (2002)

年齢層による年中行事の認知と実施状況の相異

真部 真里子，橋 本 慶 子*

(同志社女子大学生活科学部，* 青山学院女子短期大学)

原稿受付平成13年5月18日；原稿受理平成14年2月16日

Differences of Knowledge and Practice of Annual Events between Generations

Mariko MANABE and Keiko HASHIMOTO*

Faculty of Human Life and Science, Doshisha Women's College of Liberal Arts, Kyoto 602-0893
** Aoyama Gakuin Women's Junior College, Shibuya-ku, Tokyo 150-8366*

The significance of annual events in Japan changed after World War II. We studied how people in urban areas were concerned with annual events in order to clarify the factors effecting the view of annual events. The events in which many people participated satisfied the requirements as follows: befitting to the spirit of modern life, usefulness for the education of children, helpfulness in communication among family members and friends or effective as a commercial strategy. On the other hand, the events, which were recently introduced into Japan or were based on the agricultural rites, were unfamiliar with people in urban areas. The view of annual events varied according to generations, which were caused by the difference of social situations, such as World War II and the crest of rapid economic growth in childhood.

(Received May 18, 2001; Accepted in revised form February 16, 2002)

Keywords: annual events 年中行事, questionnaire アンケート, life style 生活様式, urban 都市, generation 年齢層.

1. 緒 言

日本の年中行事が，第二次世界大戦後，大きく変容したことは多くの研究者によって指摘されている（田中 1992；井上とサントリー不易流行研究所 1993；石井 1994；矢野 1998）．戦後，特に高度経済成長後，村落共同体を基盤に祖霊や五穀豊穣祈願など農耕儀礼を背景として行われてきた年中行事の多くが都市生活から脱落し，現在行われている伝統的年中行事もその内容が大きく変化したというのである．確かに，この時期の生活の変化は著しく且つ急激であった．しかし，現代の都市生活者が，年中行事のように永年受け継いできたものに関する意識をすべて変えてしまったとは考えにくい．年中行事に関して，その知識の入手先を調べた調査では，回答者の80%が「子どものころから行なっていた」と答えている（三和銀行広報部 1993）．このように，年中行事に対する考え方には，現代の状況だけでなく，幼少期の生活の影響も大きい．たとえば，現代日本人の居住歴についてみると，経済発展と産業の高度化による都市への人口集中によって，高齢者は農村で生まれ育ちそのまま留まったものが多く，壮年層の多くは農村で生まれ，進学・就職で都市へ移住し，若者は都市で生まれ育ったものが主流である（人口問題審議会等 1988）．このことは，各人の暮らしは様々であっても，年齢層によって成人までの生活環境がおよそ分類できることを示唆している．

そこで，本研究では，東京都とその近郊という比較的都市部に居住する人々の年中行事に対する認知と実施状況を調査し，その結果を回答者の年齢層別に検討した．すなわち，年齢層間で生じた差異の原因を考察することによって年中行事の認知や実施に影響する社会的要因の顕在化を試みた．

2. 調査方法

1996年1月，青山学院女子短期大学家政学科在学生ならびに東京都ならびに隣接県に在住の同短期大学同学科卒業生を対象に年中行事に関する質問票を在学生100名，卒業生200名に配布し，自己記入法により回答してもらい，在学生96名，卒業生163名より回

NII-Electronic Library Service

Japan society of Home Economics

表1.

a. 回答者の年齢分布

層	人数
全	259
65歳以上	20
55～64歳	47
45～54歳	65
35～44歳	20
25～34歳	11
学生	96

b. 調査行事

正月	七草	鏡開き	小正月	節分
バレンタイン・デー	雛祭り	春彼岸		
灌仏会（花祭）	端午の節句	夏越しの祓い		
七夕	お盆	土用の丑	重陽の節句	月見
秋彼岸	玄猪	ハローウィン	感謝祭	
七五三	新嘗祭	冬至	クリスマス	大晦日

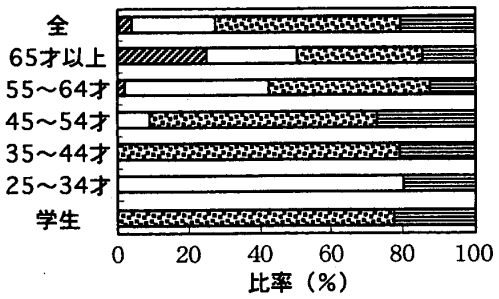


図1. 回答者の家族形態

▨：一世代（一人暮らし），□：一世代夫婦，▩：二世代（夫婦と未婚の子および親と夫婦），▤：三世代（親と子家族）.

答を得た（表1a）. 調査は，回答者の基本属性（年齢・住所・家族形態）と表1bに示した年中行事25項目を回答者が知っているか（認知しているか），調査前1年間（1995年2月～1996年1月）に実施したかについてたずねた．本調査では，認知と実施の質的内容の妥当性は回答者の判断にまかせた．年中行事25項目は，井之口（1959）の主要年中行事表から数を絞って抽出し，さらに欧米由来の行事を加えた．なお図1に回答者の年齢と家族形態分布を示した．（以下本文中の回答者の年齢は，調査時のものを使用する.）回答者の中で，家族形態を「二世代」としたもののうち，55～64歳と45～54歳の年齢層のそれぞれ2件のみが「本人（ならびに夫）・親」の二世代で，他は全年齢層を通じてすべて「本人（ならびに夫）・未婚の子」の二世代であった．また，「三世代」としたものは，65歳以上の層では，すべて「本人・子・孫」であったが，それ以下の年齢層では，55～64歳の層の2件を除きすべて「本人（ならびに夫）・親・子」の三世代であった．

表2. 年中行事の年齢層別平均認知・実施行事数

	認知（件）	実施（件）
全	21.4±1.9	11.9±4.1
学生	20.1±1.8	10.6±3.6
25～34歳	20.2±1.8	8.7±4.0
35～44歳	20.6±1.7	13.0±4.3
45～54歳	22.3±2.7	12.3±3.6
55～64歳	22.7±2.3	12.3±3.5
65歳以上	23.1±1.9	15.5±5.0

調査行事25項目中.

3. 結果および考察

(1) 年齢層別年中行事の認知・実施状況

調査した年中行事25項目について，全回答者の平均認知行事数は21.4件で，全調査行事の85%以上を認知していた（表2）．年齢層別に検討すると，年齢が上昇するに伴って，行事の認知数も上昇した．一方，平均実施行事数は，65歳以上で最も多く，概ね年齢が上昇するに伴って実施数も上昇する傾向が認められたが，認知数で認められた程の年齢との相関はなかった．また，全回答者の平均実施行事数は平均認知行事数の55%となり，認知されている行事の約半数は実施されていなかった．

そこで，各行事の認知と実施状況のちがいを明らかにするために，各行事について，年齢層別に認知率と実施率の相関図を作成した（図2）．いずれの年齢層でも，今回調査したほとんどの行事が軸上に分布した．認知率の高低と実施率の高低に正の相関があるならば行事は左下から右上の対角線上に分布するので，この結果は，行事の認知率の高低が，実施率の高低にほとんど反映しないことを示唆している．また，個々の行事の非認知率と実施率を年齢層別に検討すると，小正月のように，年齢層によって認知と実施状況の異なる行事があり，回答者の年齢層を無視して年中行事の認知・実施状況を考察することはできないことがわかった（図3）.

NII-Electronic Library Service

Japan society of Home Economics

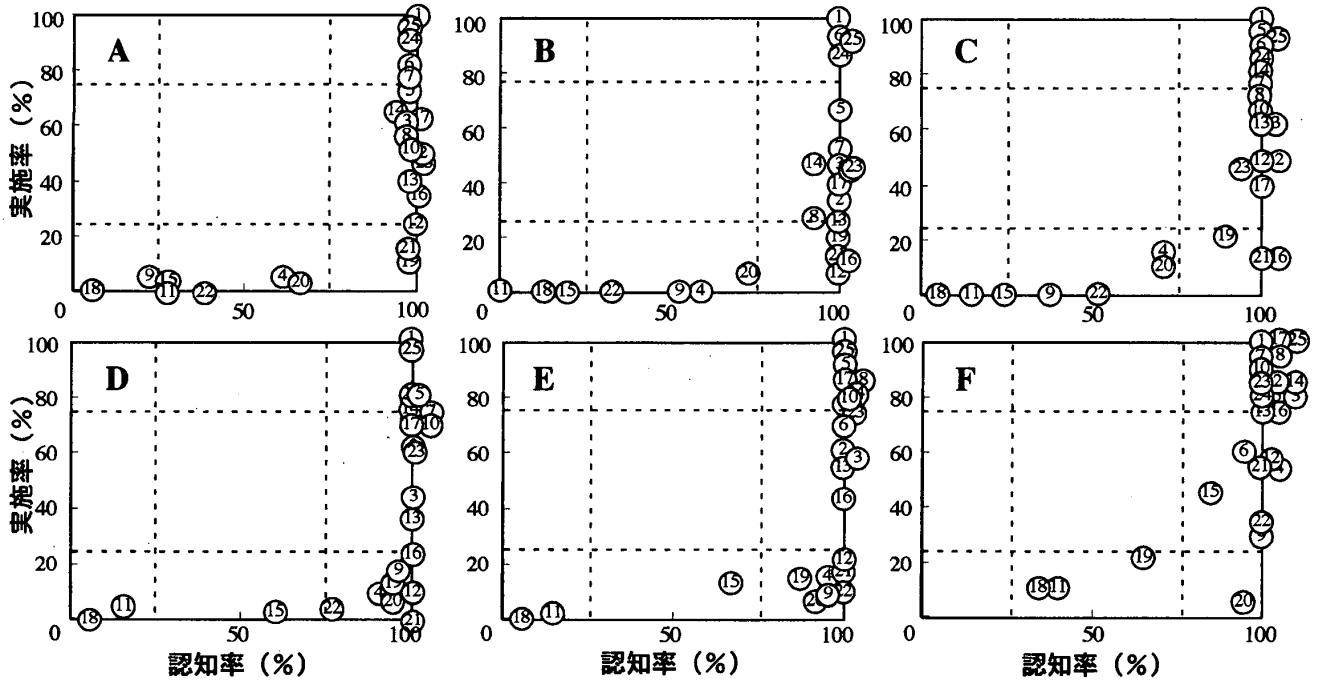


図2．年中行事における認知率と実施率との相関性

各行事の認知率と実施率は次式にて算出した．認知（もしくは実施）率＝行事を認知（もしくは実施）していると回答した人数/全回答者数．A：学生，B：25～34歳，C：35～44歳，D：45～54歳，E：55～64歳，F：65歳以上．1：正月，2：七草，3：鏡開き，4：小正月，5：節分，6：バレンタイン・デー，7：雛祭り，8：春彼岸，9：灌仏会（花祭），10：端午の節句，11：夏越しの祓い，12：七夕，13：お盆，14：土用の丑，15：重陽の節句，16：月見，17：秋彼岸，18：玄猪，19：ハローウィン，20：感謝祭，21：七五三，22：新嘗祭，23：冬至，24：クリスマス，25：大晦日．

(2) 年齢層別認知-実施状況による年中行事の分類

上述の年中行事の年齢層別認知-実施状況をもとに，調査行事25項目の分類を試みた（表3）．すなわち，認知状況，実施状況それぞれについて，回答者の75％以上が認知（もしくは実施）している場合を高認知（高実施），25％以下の場合を低認知（低実施），その間を中認知（中実施）に区分し，年齢層による各行事の位置付けの変化を追跡し，次のように分類した．1．全年齢層で高実施，2．全年齢層で高認知だが若年齢層で実施率が低下，3．全年齢層で高認知だが高年齢層で実施率が低下，4．高年齢層で高認知で実施率も中程度だが若年齢層で実施・認知率が低下，5．全年齢層で低実施で高年齢層で認知率も低下，6．全年齢層で低実施で若年齢層で認知率も低下，の6群である（表3）．

1群の全年齢層で高い実施率を示したものは，正月，大晦日，クリスマスであった．正月は，近年，年末年始の海外旅行者の増加などにみられるように行事的意識が希薄になりつつある．多くの家庭で，正月行事の信仰的伝統的背景は失われ，各家庭に伝承された正月料理も簡略化，外部化が進行している（真部と橋本1999）．しかし，同居家族の枠を越えた“いえ”のコミュニケーションの場としての重要性も認識されており，1993年の「都市生活に関する世論調査」では，家族で大切に行っている年中行事の1位であった（経済企画庁 1995）．また，クリスマスは，1935年前後には，宗教的意味がほぼ欠落し，盛り場で男性が騒いで過ごす口実的存在となり，1960年以降家庭的な行事へと変化をとげた（井上とサントリー不易流行研究所1993）．近年，若年齢層においては「恋人たちの行事」として取り上げられることが多い（石井 1994）が，女子短大生を対象にした調査においても，84.4％がクリスマスの食事を家庭で作ると回答している（下坂等1994）．本来の宗教性は希薄であるが，家庭に浸透したことで，しっかりと日本に定着した行事といえよう．このように家庭内での意義の高いものは実施率も高く1群に分類されると考えられる．

2群，3群は，全年齢層で高認知であるが特定の年齢層で実施率が低かった群である．若年齢層で実施率が低かった2群は該当する行事が最も多くなったが，同一群内でも状況に差が認められた．2群で，実施率が高い行事の1つである土用の丑は，祭祀に関係なく，

NII-Electronic Library Service

Japan society of Home Economics

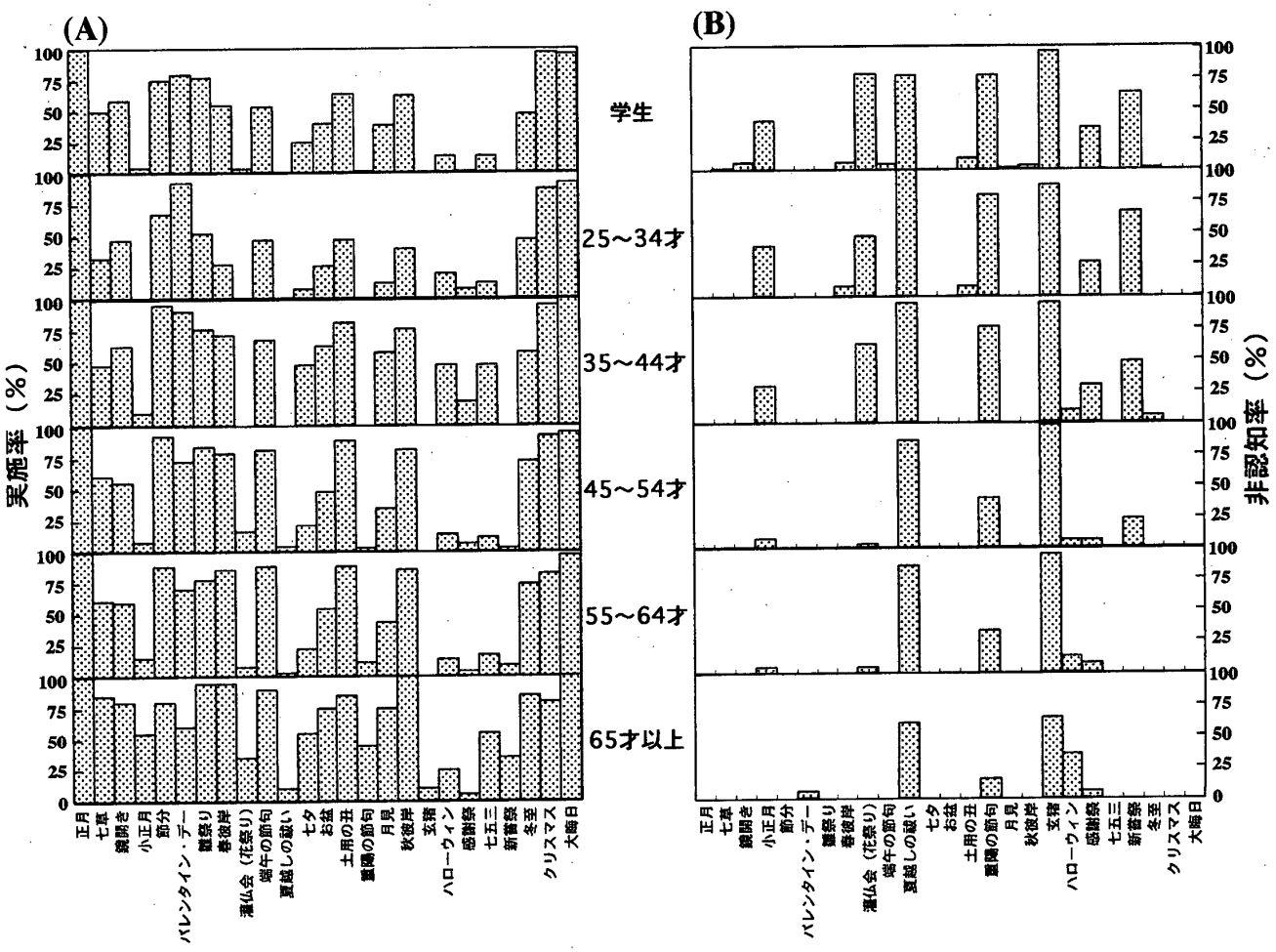


図3．各年齢層における年中行事の非認知率と実施率

各行事の非認知率と実施率は次式にて算出した．非認知（もしくは実施）率＝行事を認知していない（実施している）と回答した人数/全回答者数．A：実施率，B：非認知率．

行事というよりも風習に近い．1800年前後に，商人の機略にウナギが利用され，暑中の栄養補給として丑の日にウナギを食べるという風習ができ，現在に残ったとされる（本山 1958）．しかし，現代でもウナギの輸入の1/4が7月に，なかでも土用の丑の日の4，5日前に集中することからも，いかに定着率が高いかが理解できる（産経新聞社 1997）．また，節分も実施率の高い行事であった．人気の高い理由として，単に伝統だけではなく学校・幼稚園などの行事として取り上げられること，遊びの要素が大きいことなどが挙げられている（井上とサントリー不易流行研究所 1993）．今回の調査でも，学童期前後の子どものいる35～44歳の年齢層で最も実施率が高かった．七夕が35～44歳の年齢層で実施率が高かったこともこのことが影響していると考えられる．三和銀行の調査でも，この年齢層は，年中行事についての情報源として「子どもの学校や幼稚園」を挙げている比率が，他の年齢層の2倍以上であった（三和銀行広報部 1993）．しかし，五節句由来で現在は子ども中心の行事の代表格と考えられる雛祭りならびに端午の節句について，今回の調査ではこのような傾向は認められなかった．35歳以下の年齢層でやや実施率が下がるものの他の年齢層では高認知・高実施であるため特徴がとらえられなかったのかもしれない．

65歳以上の年齢層でのみ高実施で64歳以下では実施率が50%前後に下がるものに七草があった．七草が容易に手に入らないためと考えられた．しかし，バブル期にスーパー・マーケット等の客寄せとして七草セットが販売され，以後定番化し，さらに1，2年前に発売されたフリーズドライ品の売り上げも順調に伸びている（片岡，私信*1）．バブル期前の1982年には実施率が28%だったのが，1992年には40%に上昇し

*1 2001年，丸果東京中央青果株式会社 片岡修二氏に取材．

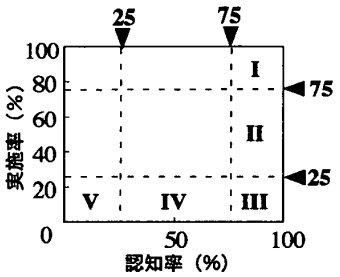
NII-Electronic Library Service

Japan society of Home Economics

表3．年中行事の年齢層別認知-実施状況に基づく分類

	分類	高年齢層→若年齢層	行事名
1群	全年齢層で高実施	Ⅰ	正月・大晦日・クリスマス
2群	全年齢層で高認知 若年齢層で実施率が低下	Ⅰ → Ⅱ	節分・土用の丑 雛祭り・春/秋彼岸・端午の節句 七草・鏡開き・お盆・冬至
		Ⅱ → Ⅲ	七五三・七夕
3群	全年齢層で高認知 高年齢層で実施率が低下	Ⅱ → Ⅰ	バレンタイン・デー
4群	高年齢層で高認知 若年齢層で実施・認知率が低下	Ⅱ → Ⅲ → Ⅳ Ⅱ → Ⅳ → Ⅴ	小正月・新嘗祭・灌仏会（花祭） 重陽の節句
5群	全年齢層で実施率が低い 高年齢層で認知率も低下	Ⅳ → Ⅲ	ハローウィン
6群	全年齢層で実施率が低い 若年齢層で認知率も低下	Ⅲ → Ⅳ Ⅳ → Ⅴ	感謝祭 玄猪・夏越しの祓い

Ⅰ，Ⅱ，Ⅲ，Ⅳ，Ⅴ；右図参照．



たという報告もある（三和銀行広報部 1993）．このように材料の入手や調理が容易になることによって，今後の実施率の低下は抑止されるかもしれないと推察される．

2群には，今後実施率が一層低下するのではないかと危惧されるものもある．鏡開きは，65歳以上で80%，64歳以下であっても60～50%程度実施されていた．しかし，「鏡餅消費実態調査」によると，鏡餅を飾る習慣は続いているものの，鏡餅を1月11日に片付けた家庭は30%程度であった．また，鏡餅型の容器に個包装された小餅をいれた商品の売り上げが伸び，1999年には家庭で購入された鏡餅の23.1%をしめていた（佐藤食品工業 1999）．鏡餅を飾る習慣は失われなくとも，鏡開きの意義は薄れてきていると推察される．また，祖先をまつる行事のお盆やお彼岸は，45歳以上の年齢層では，50%以上の実施率であった．1995年に行われた「お墓に関する意識調査」でも，お盆，春秋彼岸に墓参する人は命日よりも多かった（日本経済新聞社 1995）．しかし，お彼岸については，学生，25～34歳の年齢層で実施率が他の年齢層と比べて著しく低く認知率も100%ではなかった．お盆についても，若年齢層で実施率が低く，また，7，8月の海外旅行者数が年々増加し，そのピークがお盆時期であること（日本交通公社 2000）などから，今後，実施率が減少するのではないかと考えられる．核家族の住宅からは神棚や仏壇などの祭祀的空間が失われ，お墓・郷里が生活空間と遠隔化し，レジャー志向が高まるなど，生活スタイルの変化が日常的に祖先とのつながりを考える機会の喪失を導き，そのことが，お盆，お彼岸の年中行事の衰退につながるのではないかと危惧する声もある（産経新聞社 1989）．

3群は2群とは逆に高年齢層で実施率が低かった行事である．バレンタイン・デーは，1958年にチョコレートが売り出されたのを皮切りに（家庭総合研究会 1990），日本に定着し，1989年には推定500億円の市場に成長した（株式新聞社 1989）．本調査でも，45歳以上の年齢層でやや実施率が低かったが，全年齢層において高認知であった．当初，思春期～20歳代の女性を中心に行われたものが，これを経験した層が成長するに伴って，友人，職場，家族のコミュニケーシ

NII-Electronic Library Service

Japan society of Home Economics

ョンツールの1つとして高年齢層にも拡大していった行事といえよう．商業が仕掛けたワナであっても実行する人が多くなり，新しい風俗として社会を拘束する力をもったと考えられる（井上とサントリー不易流行研究所 1993）．

このように，行事が実施されるには，その行事が認知されているだけでなく，まず現代の生活に合致していること，さらに，商業戦略として有効であること，学校などの教育に活用されること，友人・家族などのコミュニケーションに役立つことが必要であると考えられる．

4群，5群，6群は，特定の年齢層で実施率だけでなく認知率も低かった群である．まず，4群は高年齢層では高認知だが若年齢層で認知率が低かった行事である．小正月は，元旦前後（大正月）が年神祭祀的性格であるのに対して，農耕予祝的性格と大正月の最終行事的な意味合いを合わせ持ち，1955年前後までは，大正月と共に正月のクライマックスであった（田中 1992）．経済の高度成長により農耕的価値観が都市生活と切り離され，正月休暇期間も限られているため，実質的正月期間の短縮化がおこり，小正月の認知率が低下したものと考えられる．また，重陽の節句，新嘗祭は，共に宮中の祭儀的色彩を有し，殊に新嘗祭は，現在も皇室では最も重要な行事の一つとして実施されている．1955年前後までは，民間でも，宮中行事とは別に各地の農耕行事と組み合わされて，重陽の節句，新嘗祭，玄猪のいずれかの日に，収穫祭，豊作感謝の祭りが行われていた（郷田 1959）．先述のように都市生活が農耕文化と隔絶することによって，認知率が低下したと考えられる．また，暦，祝祭日の変更も行事の認知に影響していると推察される．重陽の節句は，幕府が五節供として公的祝日として定めたことによって民間に広がったが，1873年に廃止された．公的祝日として否応なくその名を認知させられることがなくなったのである．また11月23日は，明治時代以来，新嘗祭として祝日であったが，1948年に「勤労感謝の日」とおきかえられた．今回の調査で新嘗祭は55歳以上の年齢層では認知率が100%であるのに対して，54歳以下で認知率が著しく低下した．50歳以下の回答者は勤労感謝の日の制定以後に生まれていることから，勤労感謝の日制定によって新嘗祭の認知率の低下を招いたのではないかとも考えられる．

欧米由来のハローウィンと感謝祭が全年齢層で実施率の低い5群と6群にそれぞれ分類された．いずれも日本に入って歴史が浅く，先のクリスマスやバレンタイン・デーのように日本人の生活に浸透していないことがわかった．ハローウィンについては，1976年から菓子メーカーがハローウィン関連商品を販売し，バブル期には市場に大いに出回り，現在では，バブル期のような賑やかさはないものの若者向けの行事が催されており，ハローウィン関連商品の売り上げも徐々に伸びつつある（株式新聞社 1989；日本経済新聞社 1997；高木，私信*2）．本調査でも64歳以下の年齢層では高認知であった．欧米で見られる子どもの楽しみとしての行事ではなく，若者の遊び心に根ざした1つのファッションとして実施率が上昇する可能性も考えられる．このような外来行事が日本に定着するには，業界による消費機会の提供やメディアによる宣伝だけでは不十分であるのも事実である（石井 1994）が，少なくともバレンタイン・デーやハローウィンにおける認知・実施の拡大は，商業先導型であるといえる．

6群の玄猪と夏越しの祓いは，64歳以下の年齢層で低認知低実施となり65歳以上の年齢層でも1/3強しか認知しておらず，25項目の年中行事の中で最も認知率の低い行事であった．近年，和菓子店では，消費の掘り起こしを目的としてそれぞれにちなんだ伝統的な和菓子を期間限定にて発売し，いずれも順調な売り上げを示している．しかし，夏越しの祓いのお菓子「水無月」の場合，この風習が根強く残る京都では，販売量が6月30日にピークとなり他の販売日の10倍以上となるのに対して，東京では，期間中ほぼ同程度の販売量で6月30日も他日の2，3倍の上昇にすぎない（日高，私信*3）．このことから，東京では，「水無月」が購入されても，季節のお菓子としてであって，夏越しの祓いという行事が意識されているわけではないと推察される．しかし，欧米由来の行事だけでなく伝統的な年中行事についても，商業的戦略によって認知を促す可能性が示唆された．

このように，認知率の低い行事には，日本に導入されて歴史の浅いものと伝統的行事でありながら農耕的価値観の衰退により都市生活から排除されたものが混在している．言い換えれば，社会変化の影響を顕著に受けた行事が挙がったといえよう．また，行事の認知に商業戦略が深く関わっていることも明らかとなった．

*2 2001年，モロゾフ株式会社ホームページ事務局 高木英智氏に取材．

*3 2001年，株式会社虎屋広報 日高亜矢氏に取材．

NII-Electronic Library Service

Japan society of Home Economics

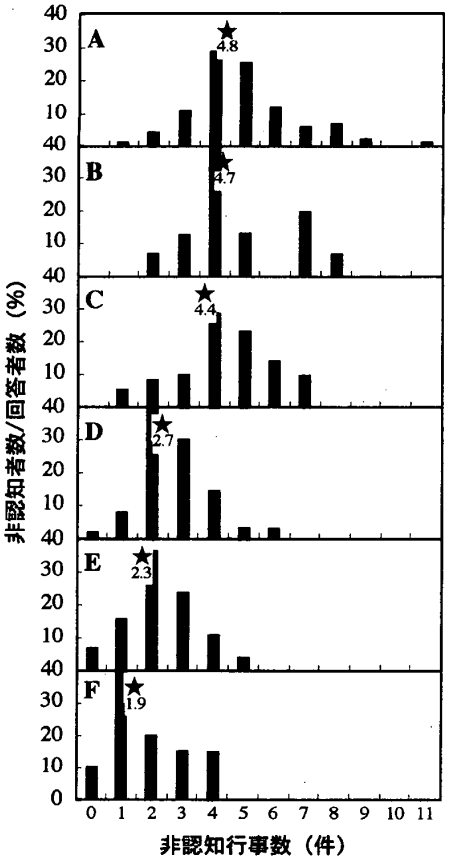


図4．各年齢層における回答者の非認知行事数分布
★，平均非認知行事数．A：学生，B：25～34歳，C：35～44歳，D：45～54歳，E：55～64歳，F：65歳以上．

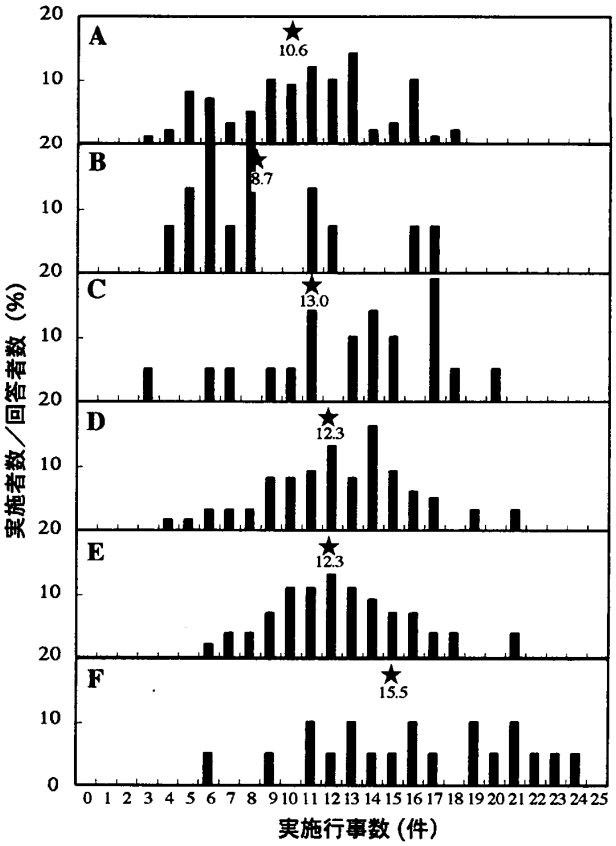


図5．各年齢層における回答者の実施行事数分布
★，平均実施行事数．A：学生，B：25～34歳，C：35～44歳，D：45～54歳，E：55～64歳，F：65歳以上．

(3) 年齢層による年中行事に対する意識のちがい

上述のように，年齢層によって年中行事への関わりは大きく異なる．回答者の非認知行事数と実施行事数の分布を年齢層別に検討したところ，年齢層によって平均非認知および実施行事数が異なるだけでなく，回答者の非認知行事と実施行事数の分布も異なることがわかった（図4，5）．各年齢層間の非認知および実施行事数について，t検定を行ったところ，行事の認知については，44歳以下の年齢層と45歳以上の年齢層の2グループに，実施については，34歳以下の年齢層，35歳以上64歳以下の年齢層と65歳以上の年齢層の3グループに分けられた（図6）．

先に，節分や七夕といった教育の場に取り入れられているような行事は，家族に幼児や小学生程度の子どもがいるかどうかがその行事の実施状況を左右することを述べた．サントリー不易流行研究所（1992）の行った調査でも，節分，雛祭り，子どもの日，七夕は子どもの年齢がその実施に大きく影響していた．また，お盆，大晦日，彼岸，月見，冬至，花見は，親同居家族の方が別居家族よりも実施率が顕著に高いことも報告している．行事を個別に検証すると家族形態もその実施を左右する大きな要因であることがわかる．また，臼井（1978）は，親同居や子どもの年齢の他に，相続もしくは創設世帯かどうかも行事の実施に大きく影響することを報告している．しかし，年中行事全体の取り扱いについての差異について検討したこのt検定の結果には，家族形態などのちがいはあまり明確には現れなかった．

そこで，人間の文化的価値基盤は幼少期に形成されると考え，各グループの幼少期の時代背景を検討した．行事の認知については45歳を境にグループ化されたが，45歳の回答者は，第二次世界大戦後の混乱期がほぼ収束し，朝鮮戦争による特需景気の後押しで戦後の経済的復興が始まった頃に生まれた．日本が前近代的なイエ，ムラ共同体を解体し合理的組織化を通して日本型ファシズムの再来を防止しよう（塩原 1996）と経済・社会の民主化を進展させた時代である．このことは，行事の認知状況が，戦前の日本の価値観の影響を受けた層とその価値観を排除しようと努めた時代

NII-Electronic Library Service

Japan society of Home Economics

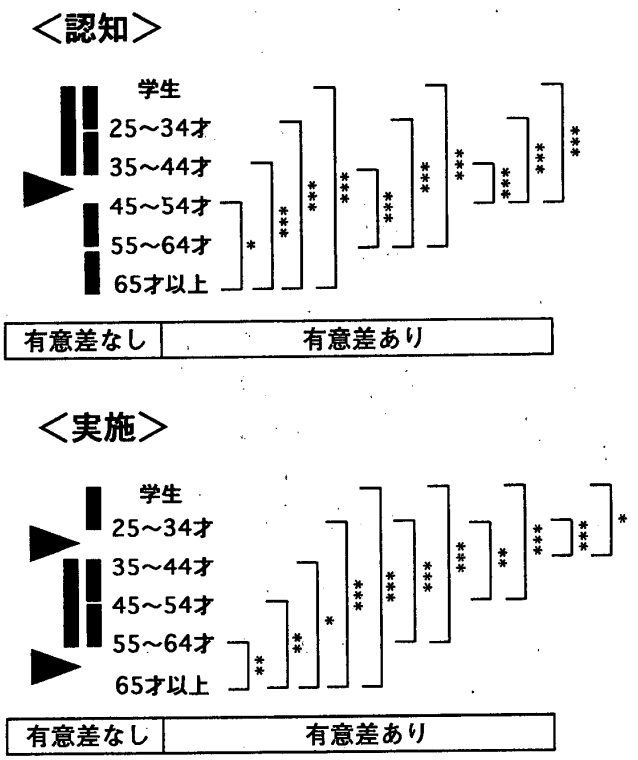


図 6．非認知行事数と実施行事数の年齢層別相異についての統計的検定

検定は t 検定を用いた．▬：有意差無し，*：$\alpha<0.05$，**：$\alpha<0.01$，***：$\alpha<0.005$．▶：検定に基づく年齢層による回答者の分類箇所．

以降の層で異なることを示唆している．一方，行事の実施については，35 歳と 65 歳の二つの境界が認められた．65 歳以上の年齢層は，「昭和一ケタ」と呼ばれる世代以上の年齢層で，第二次世界大戦中と戦後の困難な時代を乗り越えた世代である．また，35 歳以下の年齢層は池田内閣の「国民所得倍増計画」実施以降に誕生した世代，高度経済成長期以降に幼少期を過ごした年齢層である．高度経済成長によって，日本の産業構造は第 1 次産業から第 2・第 3 次産業先導型へと変化した．すなわち，年中行事の実施状況は，まず戦前の価値観による教育を受けたかどうか，さらに戦後世代については，社会的文化的基盤が農耕主導型か商工業主導型かによって異なるのではないかと考えられる．

4. 結　　語

本調査は，東京近郊という比較的都市部を取り上げたため，地方とは異なる点も多いと考えられる．しかし，一般的に，都市部の社会的変化が，地方へと伝播するのも事実であり，その速度は加速傾向にある．そのため，本調査結果は，我が国における一般的傾向を反映している面もあると考え，以下のように総括する．

年中行事の認知と実施は，個々の行事で差が認められたが，認知，実施ともに，現代の生活に合致している必要があった．特に実施率が高くなるには，学校教育に活用されること，商業戦略に有効であること，もしくは友人家族のコミュニケーションに役立つ行事であることが必要であった．日本に導入されて歴史の浅い外来の行事や農耕的価値観の強い行事は認知も低くなった．

さらに，年中行事全体と人々の年齢層の関係を検討すると，認知状況からは 45 歳，実施状況からは 35 歳と 65 歳を境にグループ化することができた．各グループの年齢層の人々が生きてきた社会情勢の相異から，日本の社会構造と生活様式を大きく変えた「第二次世界大戦」と「高度経済成長」が年中行事の認知と実施状況にも顕著に影響していることが明らかとなった．認知状況には，第二次世界大戦前の価値観の有無が関与し，さらに認知されている行事が実施されるには，農耕社会的価値観の有無が関与していると考えられる．また，青木（1990）は日本文化の内容の変化の時期区分を第 1 期「否定的特殊性の認識」（1945～1954），第 2 期「歴史的相対性の認識」(1955～1963)，第 3 期「肯定的特殊性の認識」前期（1964～1976），後期（1977～1983），第 4 期「特殊性から普遍性へ」（1984～）と分類している．東京都ならびに隣接県の家庭を対象とした本研究でのグループ分けは，第 1 期から第 3 期によく対応していた．日本文化の変容時期と年中行事の取り扱いの年齢層別相異に共通点が見いだされたのは，年中行事が，日本文化を特徴づける一面を担っているためではないだろうか．社会情勢がいかに日本文化に影響していくかを明らかにする一助として，さらに年中行事の内容の変化についても検討課題としたい．

調査にご協力くださった青山学院女子短期大学家政学科在学生ならびに卒業生の方々に深く感謝致します．また，取材にご協力いただきました株式会社虎屋広報日高亜矢氏，丸果東京中央青果株式会社片岡修二氏ならびにモロゾフ株式会社ホームページ事務局高木英智氏に謝辞申し上げます．

引　用　文　献

青木　保（1990）『「日本文化論」の変容：戦後日本の文化とアイデンティティー』，中央公論社，東京，28

NII-Electronic Library Service

Japan society of Home Economics

郷田洋文（1959）年中行事の地域性と社会性，『日本民俗学大系 7』，平凡社，東京，173-194
井之口章次（1959）年中行事一覧，『日本民俗学大系 7』，平凡社，東京，239-248
井上忠司，サントリー不易流行研究所（1993）『現代家庭の年中行事』，講談社，東京，133-136
石井研士（1994）『都市の年中行事—変容する日本人の心性』，春秋社，東京，126，181
人口問題審議会，厚生省大臣官房政策課，厚生省人口問題研究所（1988）『日本の人口・日本の家族』，東洋経済新報社，東京，112
株式新聞社（1989）株式新聞 10 月 31 日号
家庭総合研究会（1990）『昭和家庭史年表』，河出書房新社，東京，283
経済企画庁（1995）『平成 7 年版国民生活白書』，大蔵省印刷局，東京，95，133
真部真里子，橋本慶子（1999）正月料理の準備と喫食にみる伝統の継承と変化，調理科学，**32**，120-127
本山荻舟（1958）『飲食事典』，平凡社，東京，58
日本経済新聞社（1995）日本経済新聞 8 月 10 日号夕刊
日本経済新聞社（1997）日本経済新聞 10 月 17 日号夕刊
日本交通公社（2000）ニュースと資料，21 号
産経新聞社（1989）産経新聞 9 月 24 日号
産経新聞社（1997）産経新聞 7 月 18 日号夕刊
三和銀行広報部（1993）暮らしの行事を振り返る，三和銀行ホームコンサルタント調査レポート，**179**，13，29
佐藤食品工業（1999）「第 3 回鏡餅消費実態調査」概要（報道関係用資料），4-7
サントリー不易流行研究所，㈱シィー・ディー・アイ（1992）『現代家庭の年中行事』，サントリー㈱不易流行研究所，大阪，363-374
下坂智恵，下村道子，近藤四郎（1994）青年女子の食意識と家事行動に関する研究，家政誌，**45**，1103-1114
塩原　勉（1996）変容する日本文化，『日本文化の社会学』，岩波書店，東京，222
田中宣一（1992）『年中行事の研究』，桜楓社，東京，46-49，218-219，522
臼井和恵（1978）中高年の家庭行事，『家族周期と世代間扶養』（中鉢正美編），至誠堂，東京，306-320
矢野敬一（1998）高度経済成長期における年中行事の再編成とその意義，静岡大教育学部研究報告，**48**，21-44

NII-Electronic Library Service