

食品のイメージについての一考察

柏倉久代 篠原能子

Studies on the Image of Foods

Hisayo Kashiwagura Yoshiko Shinohara

緒言

食品の分類は各食品に含まれる主なる栄養素により3~18群までの多くの分類方法がある。通常これら食品群分類を用いて、日常食の作成指導がなされている。

しかし、調理材料や料理の選択には各人がもっている食品に対するイメージが、大きく関与していると考えられる^{1),2)}。赤羽ら³⁾は、食品の消費傾向を消費者の食品に対するイメージとの関わりについて検討している。また食品とその食品を使った料理のイメージの関連を年代や地域別に考察した調査⁴⁾や、食品のイメージとその食品の日常食における使用頻度との関連についての調査⁵⁾など食品のイメージについては多くの調査^{6),7)}がある。経済の高度成長により、食生活が豊かになり、国際化 高級化などの多様化の傾向で、豊富な食物が安易に入手できる現在において、食品や料理の選択は栄養的実質より、そのファッション性やフィーリングによるものがさらに多くなってきていると考えられている⁴⁾。

一方国民栄養調査⁸⁾によれば外食産業の発達により、外食率は著しく増加の傾向にあり、総数では平成2年をピークに横ばい状態だが、若年層や40代の女子では、なお増加傾向である。また調理済み食品やテイクアウトの発達で、家庭でも食素材から調理をすることが次第に減少している。したがって自分で多くの調理を手がけた経験のない世代では、実際には摂取している食品でも、素材がどんな食品であるか認識していない場合が多くみられる。

そこで学生の食生活の動向を把握する一方法とし

て、主として調理実習書に出現する120種類の食品を選び、そのイメージを構成している要因や日常食との関連について検討を行った。

調査方法および解析方法

1. 調査対象および時期

都内および近郊から通学する女子短大の新入年生120名を対象とし、平成3年4月~5月に実施した。

2. 食品イメージ調査

(1) 食品の選択

調理実習書5冊、料理専門雑誌および、学生がよく参考にする一般料理雑誌(オレンジページ等)の1年分から、出現頻度の高い食品120種類を選択し、表1に示した。

(2) 調査・解析方法

表2に示した食品のイメージを反映するような15項目の設問を作成し、SD法を用いて5点評点尺度により、120食品についての評点を各自記入する方法をとった。

SD法(semantic differential method)はイメージの計量手段として、現在よく使用されている。試料の印象を形容詞の対からなる多数の尺度によって多面的に評価する方法で、Osgoodによって言葉の意味を測定するために考案されたものである^{9),10)}。

各食品の評定平均値により相関行列を求め、主成分分析を行い、食品のイメージによる類別を試みた。

表1 120食品の群別分類

食品群	食 品 名				
魚貝類 および加工品	あじ	かれい	舌ひらめ	ぶり	いか
	いわし	さけ	鯛	ひらめ	えび
	かじきまぐろ	さば	たち魚	まぐろ	かき
	かつお	さわら	たら	わかさぎ	たこ
	かます	さんま	にじます	あさり	ほたて貝
	アンチョビー	オイルサーディン	かに缶	さけ缶	ツナ缶(シーチキン)
	はんぺん・つみれ	ちくわ・さつまあげ	みがきにしん		
肉類 および加工品	牛肉	鶏肉	豚肉	内臓	ひき肉
	ラム	ソーセージ	ハム	ベーコン	ゼラチン
卵類	鶏肉				
乳製品	カッテージチーズ クリームチーズ				
豆類 および加工品	うずら豆	大豆水煮	厚揚げ	油揚げ	
	高野豆腐	豆腐	納豆	はるさめ	
いも類	さつま芋	さと芋	じゃが芋	やま芋	こんにやく
種実類	栗	ぎんなん	ごま		
野菜 および加工品	青しそ	かいわれ	かぼちゃ	こまつな	さやえんどう
	サラダ菜	ししとう	しゅんぎく	たい菜	ちんげん菜
	にら	にんじん	パセリ	ブロッコリー	ほうれん草
	みつば	うど	えだ豆	オクラ	カリフラワー
	かぶ	キャベツ	きゅうり	グリーンピース	グリーンアスパラガス
	小たまねぎ	ごぼう	さやいんげん	セロリー	ズッキーニ
	だいこん	たけのこ	たまねぎ	トマト	なす
	白菜	はくらん	はす	ふき	ピーマン
	芽キャベツ	もやし	レタス	かんぴょう	コーン缶
	トマト水煮	ミックスベジタブル			
きのこ類	えのきだけ	水くらげ	しめじ	生しいたけ	なめこ
	干しいたけ	マッシュルーム			
海藻類	ひじき	わかめ	寒天		
その他	ふ				

3. 食事調査

イメージ調査を行った同じ対象者に連続3日間の食事の献立と料理名、それに使用したすべての食品を記入させ、食品の出現頻度を集計した。

結果および考察

1. 食品イメージ調査

120種類の食品の、各評価項目について、評点値の平均を算出し相関行列を求め、主成分分析を行った。第1主成分、第2主成分における因子負荷量、寄与率、累積寄与率を、表3に示した。寄与率は第1主成分で32.7%、第2主成分で30.1%、累積寄与率は第2主成分で62.9%、第3主成分では79.4%となった。したがって第2主成分で約63%を説明することができた。

次に主成分得点を用いて、各食品の第1主成分をX軸に、第2主成分をY軸にとり、2次元布置図を作成し図1に示した。

第1主成分(X軸)は「食欲をそそる—そそらない」、「日常よく使う—使わない」、「よく食べる—食べない」、「これからも使いたい—使いたくない」など食品への関心の度合いを示す項目が寄与していることがわかる。また第2主成分(Y軸)は、「家庭向き—来客向き」、「若向き—年配向き」、「和風—洋風」など嗜好や経済面などを示す項目が寄与しているといえる。

この結果から、表4に示すように、120食品は、AからMまでのグループに類別することができた。

また各グループのイメージは、表5に示すように特徴づけられることができる。すなわちAは家庭向きで、日常的で、よく使用される食品、Bは和風で、庶民的で、よく使用される食品、Kは若向きで、洋

表2 食品に対するイメージ項目と評価

	非 常 に	や や に	ど ち ち え え ら ら な な い い と と も	や や に	非 常 に	
1. 食欲をそそらない	-2	-1	0	+1	+2	食欲をそそる
2. 現代風						昔風
3. 日常あまり使わない						日常よく使う
4. 年配向き						若向き
5. 安価である						高価である
6. めったに食べない						よく食べる
7. 庶民的						ぜいたくである
8. スタミナがつかない						スタミナがつく
9. 家庭向き						来客向き
10. 洋風						和風
11. 料理がめんどう						料理が手軽
12. ヘルシーでない						ヘルシーである
13. 嫌き						好き
14. 居酒屋向き						レストラン向き
15. これからも使いたい						使いたくない

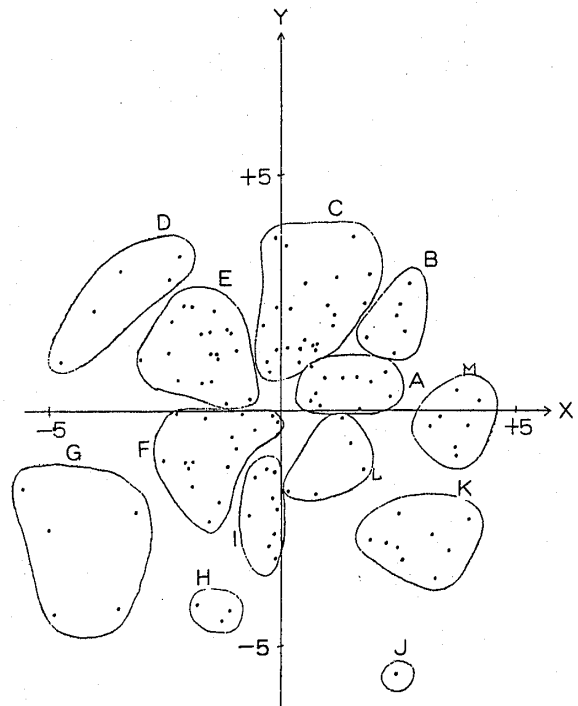


図1 120食品の主成分得点による二次元布置図

風で、よく使用される食品、Mも日常的で、よく使用される食品とのイメージが得られた。一方Dは年配向きで、日常的にはあまり使用しない食品、G、H、Iは洋風で、来客向きで、日常あまり使用しない食品とのイメージが得られた。

表6に示した「知名度の低い食品」とは「知らない、あるいは「食べたことのない」と回答した割合の高かった食品である。魚では「かます」「さわら」「わかさぎ」「みがきにしん」が高い値を示した。豆・野菜では「うずら豆」「大豆水煮」「うどん」「たいさい」が高い値を示した。

2. 食事調査

表7に、食事調査の3日間の献立から、食品の出現頻度をしらべ、出現率で分類した結果を示した。最も出現頻度の高かったのは鶏卵で、1日1個以上摂取している。また、きゅうり、たまねぎ、トマト、にんじんなどが比較的高い頻度であった。一方、出現頻度の低いのは、高野豆腐、わかさぎ、オクラ、ししとう、カリフラワー、セロリ、たいなどであった。

イメージ調査と、食事調査の結果を検討すると、イメージ調査で食品グループM(日常よく使う、よく食べる、これからも使いたい)や、A(日常よく使う、よく食べる、家庭的)のグループには食事調査

表3 主成分の因子負荷量・寄与率・累積寄与率

評価項目	成分	第1主成分	第2主成分
1.		0.36976	-0.09207
2.		-0.04733	0.40652
3.		0.42679	0.02957
4.		0.14060	-0.39788
5.		-0.10436	-0.26239
6.		0.43280	0.02713
7.		-0.16004	-0.23736
8.		0.12839	-0.20442
9.		-0.17775	-0.33484
10.		-0.02711	0.37967
11.		0.22326	0.0117
12.		0.03318	0.26729
13.		0.41106	-0.04529
14.		0.00958	-0.41124
15.		-0.40803	-0.01727
因子負荷量		4.90750	4.52235
寄与率(%)		32.7	30.1
累積寄与率(%)		32.7	62.9

表4 主成分分析による食品分類

食品グループ	食品名	食品グループ	食品名	食品グループ	食品名	食品グループ	食品名
A	ぶり かつお さつまいも かぼちゃ かいわれ にんじん ほうれんそう えだまめ たけのこ たまねぎ なす	C	ごま 干しいたけ 生しいたけ しめじ えのきだけ さといも ひじき こんにやく	F	かじきまぐろ かれい ひらめ かき たこ 内臓 たいさん パセリ カリフラワー グリーンピース 小たまねぎ セロリー はくらん ピーマン 芽キャベツ ゼラチン	J	牛肉
						D	ぎんなん うど はす ふき ふ
B	あじ さんま だいこん はくさい もやし わかめ	E	かます さわら たちうお たら にじます わかさぎ みがきにしん うずら豆 大豆水煮 高野豆腐 青じそ ししとう しゆんぎく みつば オクラ かぶ かんぴょう きくらげ 寒天	L	まぐろ あさり いか サラダ菜 ブロッコリー		
						C	いわし さば はんぺん・つみれ ちくわ・さつまあげ 厚揚げ 油揚げ 豆腐 納豆 やまのいも さやいんげん さやえんどう こまつな にら チンゲンツアイ ごぼう
H	したびらめ カッテージチーズ クリームチーズ						
		I	ほたてがい かに缶 さけ缶 くり グリーンアスパラガス トマト水煮 ミックスベジタブル マッシュルーム				

表5 食品グループ別イメージ

食品グループ	イメージ	食品グループ	イメージ	食品グループ	イメージ
A	家庭向き 日常よく使う よく食べる	F	洋風 若向き 現代風 日常あまり使わない	K	若向き 洋風 よく食べる 好き これからも使いたい
B	日常よく使う 和風 庶民的				
C	家庭向き 和風 昔風 年配向き	G	現代風 洋風 日常あまり使わない めったに食べない これからも使いたくない	L	洋風 若向き よく食べる
D	年配向き 和風 めったに食べない 日常あまり使わない	H	洋風 若向き 来客向き レストラン向き	M	日常よく使う よく食べる 好き これからも使いたい
		I			
E	日常あまり使わない 和風 めったに食べない	J	若向き 食欲をそそる レストラン向き 好き		

表7 日常食における食品の出現頻度

頻度(%)	食品名	食品グループ	頻度(%)	食品名	食品グループ		
100以上	鶏卵	M	1~4	さつまいも かつおぶり	A		
50~99	たまねぎ にんじん	A		さんま はくさい あじ	B		
	きゅうり トマト	M		生揚げ ひじき えのきだけ 干しいたけ しめじ なめこ さば 練製品 チンゲンツアイ いわし やまのいも	C		
20~49	たけのこ	A				うどふ きふ	D
	わかめ だいこん	B				きくらげ 大豆水煮 さわら たちうお 青じそ	E
	豆腐 油揚げ	C		かれい セロリー	F		
	牛肉	J		マッシュルーム ほたてかい	I		
	鶏肉 豚肉 ハム	K		ベーコン	K		
10~19	じゃがいも きやべつ レタス	M		ブロッコリー	L		
	ほうれんそう	A		0.6~1	えだまめ	A	
	もやし	B			こまつな	C	
	生しいたけ ごぼう にら ごま	C			ぎんなん	D	
	ピーマン	F			オクラ ししとう 高野豆腐 わかさぎ	E	
えびまぐろ ひき肉 ソーセージ コーン缶	K	ひらめ 内臓 カリフラワー			F		
5~9	かぼちゃ なす	A	たい	G			
	こんにやく さといも 納豆 さやいんげん さやえんどう	C	くり	I			
	みつばかぶ	E					
	グリーンピース	F					
	グリーンアスパラガス	I					
	いか	L					
	さけ	M					

表6 知名度の低い食品

食品名	食品グループ
かます さわら たちうお にじます わかさぎ みがきにしん うずら豆 大豆水煮	E
たいさい はくらん ひらめ	F
アンチョビー オイルサーデン ラム ズッキーニ	G
したびらめ	H
うど	D

で出現頻度の高い食品が含まれている。また食品グループD（年配向き、和風で日常あまり使わない）や、E（和風、日常めったに食べない）や、F（洋風、現代風、日常あまり使わない）なかでもG（現代風、洋風、日常めったに食べない）には、食事調査で出現頻度の低い食品が含まれていた。

これらは、表6の「知名度の低い食品」のグループともよく一致している。

日常食で使用されている食品数は少なく3日間で

出現率10%以上の食品数は30食品に過ぎない。料理名でもフライパン利用の炒め料理や、サラダのような簡単な調理法が多くみられた。

この結果から食品のイメージと日常使用される食品がその選択にあたって関連づけられたこと、また日常あまり使用されていない食品は知名度も低いことも明らかになった。また日常使用される食品数は非常に限られており、したがって調理法も限られ、食事内容も貧しくなっていることが推測される。

今後、さらに食品や料理についての情報は多くなり調理加工品や、調理済み食品の普及は益々伸びを見せることが考えられる¹¹⁾。栄養や食品の基礎知識は学んでも、食品の種類やその利用方法を豊富に身につけていないと、栄養指導の媒体作成や献立作成の場では、よい成果をもたらすことができない。できるだけ、多くの食品にふれる機会をつくり食品への関心を深めることが必要と思う。さらに近未来、家庭での食事管理者となるであろう学生たちに、できるだけ多くの食品にふれる機会をつくり、食品への関心を深めることが、豊かな食生活への大きな要素ということが出来る。今回は入学直後の学生を対

象にしたが、2年間の教育により、どのような変化が見られるか、さらに調査を試みたいと考える。

要 約

都内および近郊から通学する女子短大の新入年生120名を対象にSD法による120種の食品のイメージ調査と連続3日間の食事調査を行った結果、以下の結果を得た。

- 1) SD法の15項目の各設問の評点平均値から主成分分析を行った結果、120食品は12のグループに分類された。
- 2) 連続3日間の食事調査からは、最も出現頻度の高い食品は、鶏卵であり、1日1回摂取していた。最も出現頻度の低い食品は、こまつな、ぎんなん、オクラ、高野豆腐であった。
- 3) イメージ調査で(家庭的でよく使い、よく食べて、これからも使いたい)食品のグループには、食事調査でも出現頻度の高い食品が入り、(和風の年配向きで日常あまり使わず、めったに食べない)食品のグループと(洋風で現代風で若向きであるが、日常あまり使わない)食品のグループは、食事調査でも出現頻度が低く同時に知名度も低かった。

文 献

- 1) 岸田典子他：栄養学雑誌 50 211~218 (1992)
- 2) 中沢和子著：イメージの誕生 日本放送出版協会 (1980)
- 3) 関千代子他：栄養学雑誌 42 329~338 (1984)
- 4) 山口和子他：栄養学雑誌 45 117~132 (1987)
- 5) 村山篤子他：川村短期大学紀要 (1985)
- 6) 広田直子他：第40回日本栄養改善学会講演集 238~239 (1993)
- 7) 石田京子他：第40回日本栄養改善学会講演集 312~313 (1993)
- 8) 厚生省保険医療局保険増進栄養課編：国民栄養の現状 第一出版 (1993)
- 9) 岩下豊彦著：SD法によるイメージの測定 川島書店 (1983)
- 10) 日科技連官能検査委員会編：新版官能検査ハンドブック 日科技連出版 (1973)
- 11) 永野君子他：栄養学雑誌 45 133~141 (1987)