

Recognition of Wagashi among High School Students

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2019-03-28 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 村上, 陽子 メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.14945/00026364

高校生における和菓子の認知

—製法の異なる和菓子に着目して—

村上陽子

Recognition of *Wagashi* among High School Students

Yoko MURAKAMI

Summary

The present study examined the recognition of *wagashi* among 324 high school students. A questionnaire survey was carried out to clarify students' recognition, palatability and eating habits regarding various kinds of *wagashi*. A large number of the students knew the names of different kinds of *mochimono*, such as *ohagi*, *daifuku*, and *dango*, while a small number of them knew the names of different kinds of *nerimono*, such as *nerikiri*, *gyuhi*, and *konashi*. Students had fewer experiences with seeing or eating *wagashi* than hearing their names. Most of the students did not know the materials or cooking methods of *wagashi* and had few experiences with making them. The students showed a higher interest in *wagashi* that they had eaten than those they had not. It is expected that learning about *wagashi* will make students more interested in learning food culture.

キーワード：和菓子 *wagashi*, 認知 *recognition*, 嗜好性 *palatability*, 高校生 *high school student*.

1. 緒言

近年、伝統文化の充実が求められている。伝統文化継承の重要性は、食育基本法をはじめとして改訂教育基本法などで謳われている。これを受けて、平成 20 年告示の学習指導要領、および平成 29 年・平成 30 年告示の学習指導要領において伝統や文化に関する教育の充実が提言されている。

食文化継承のために期待できる伝統文化の一つとして和菓子がある。和菓子は我が国の長い歴史の中で発達したものであり、多様な製法と種類、美しい色彩と造形、繊細な季節感、菓銘による情景表現など、他に類をみない特徴を示す。一方、食生活の洋風化などにより和菓子の喫食頻度は減少し¹⁾、和菓子という食文化を理解・継承する機会が喪失しつつある。

既報において、和菓子の認知や嗜好性について年代や性別による相違を検討し、中学生²⁾や大学生^{3) 4)}における和菓子の嗜好性は低くないものの、喫食経験が少ないこと、男子より女子の方が和菓子に対する興味・関心が高い傾向にあることを報告している。また、幼児は知らない和菓子や食べ慣れない和菓子、特に小豆餡に対する拒否反応が顕著であるのに対し⁵⁾、大学生では饅頭や大福など小豆餡を使った和菓子が洋菓子と同程度に好まれる³⁾など、発達段階によって嗜好する和菓子の種類が異なることを明らかにしている。また、幼児を対象とした調査⁵⁾より、年少段階からの和菓子経験は嗜好性の向上に繋がること示唆されたことから、若い世代において和菓子に対する理解を

深める機会を設けることが重要といえる。

前報⁶⁾において、文化・伝統継承に関する食文化教材開発の一助として、高校生における和菓子の嗜好性や食習慣などを洋菓子やスナック菓子と比較・検討した。その結果、高校生について、和菓子の嗜好性は高いものの、洋菓子やスナック菓子に比べて喫食頻度が低いこと、和菓子の購入方法や嗜好性に関わる要因が男女間で相違があること、和菓子の喫食機会が中学生や大学生とは異なることが示唆された。このように、和菓子の食嗜好性や食行動は年代や発達段階により異なると考えられる。加えて、和菓子は製法や材料により多様な種類が存在するため、各年代に応じた和菓子の認知度や利用状況などを詳細に把握し、実態に応じた効果的な食文化教育を行う必要があると思われる。

本稿では、和菓子を用いた食文化教材の開発と実践に繋げるために、和菓子の製法や種類に着目して、高校生における各種和菓子の認知度や食経験を検討し、一知見を得たので報告する。

2. 方法

(1) 調査対象および調査期間

調査は前報⁶⁾に準じた。静岡県立 A 高等学校の生徒 324 名（男子 130 名、女子 194 名）を対象に、アンケート調査を行った。調査期間は 2015 年 2～3 月、回収率および有効回答率は 100%であった。本稿では「高校生」と記す。

(2) 調査方法および調査内容

調査は自記式質問紙法で行い、無記名・選択式とした。調査対象者に調査用紙を配布し、その場で回答してもらい直ちに回収した。

調査する和菓子の種類は既報に準じた⁷⁾。文献⁸⁾ - ¹⁴⁾を参考にして和菓子を分類し、生菓子、半生菓子、干菓子に大別した。生菓子は「餅物、蒸し物、練り物、流し物、焼き物」に分け、餅物として「おはぎ、大福、団子、柏餅、桜餅、草餅」、蒸し物として「八つ橋、饅頭、ういろう、蒸し羊羹、かるかん」、練り物として「練り切り、求肥、こなし」、流し物として「水羊羹、錦玉羹」、焼き物として「カステラ、どら焼き、きんつば」、半生菓子として「最中、すはま」、干菓子として「あられ、煎餅、かりんとう、おこし、落雁」を用いた。尚、調査においては、製法による分類は示さずに回答してもらった。また、羊羹や最中など、本稿で漢字表記した名前については、ふりがなを付して調査した。

調査においては各種和菓子の名称を提示し、名前の認知度は「名前を聞いたことがありますか」、実物を見た経験は「実物を見たことがありますか」、喫食経験は「食べたことがありますか」、材料に対する認知度は「だいたいの材料を知っていますか」、製法に対する認知度は「作り方をだいたい説明できますか」、調理経験は「作った経験がありますか」、調理に対する意欲は「調理してみたいですか」、和菓子の喫食に対する興味は「食べたいと思いますか」という設問を

たて、いずれも「はい、いいえ」から選択してもらった。得られたデータの有意差は、母比率の検定、マクネマーの検定により検討した。

結果については、高校生の実態を分析するとともに、校種や年代による相違や共通点を把握するため、中学生^{2) 7)}や大学生^{3) 4)}の結果と比較することとした。

3. 結果および考察

(1) 名前の認知度

図1は、名前の認知度について、製法による分類別に高い順に示している。全体において、餅物の認知度はいずれも8割以上と高く、「おはぎ、大福、団子、柏餅、桜餅」は95%以上を示し、「草餅」も89.5%と高かった。8割以上の高い認知度を示したのは、蒸し物では「八つ橋、饅頭」、流し物では「水羊羹」、焼き物では「カステラ、どら焼き」、半生菓子では「最中」、干菓子では「あられ、煎餅、かりんとう」であった。一方、練り物はいずれも認知度が低く、「練り切り、求肥」は約2割、「こなし」は1割以下であった。男女においても同様の傾向が見られた。

男女間で相違がみられたのは、「ういろう、錦玉羹、きんつば、おこし」であり、錦玉羹以外は女子の方が男子より有意に認知度が高かった。

校種や年代における違いを明らかにするために、同様の調査を行った中学生の結果⁷⁾と比較すると、中学生においても餅物の認知度は高く、「おはぎ、大福、

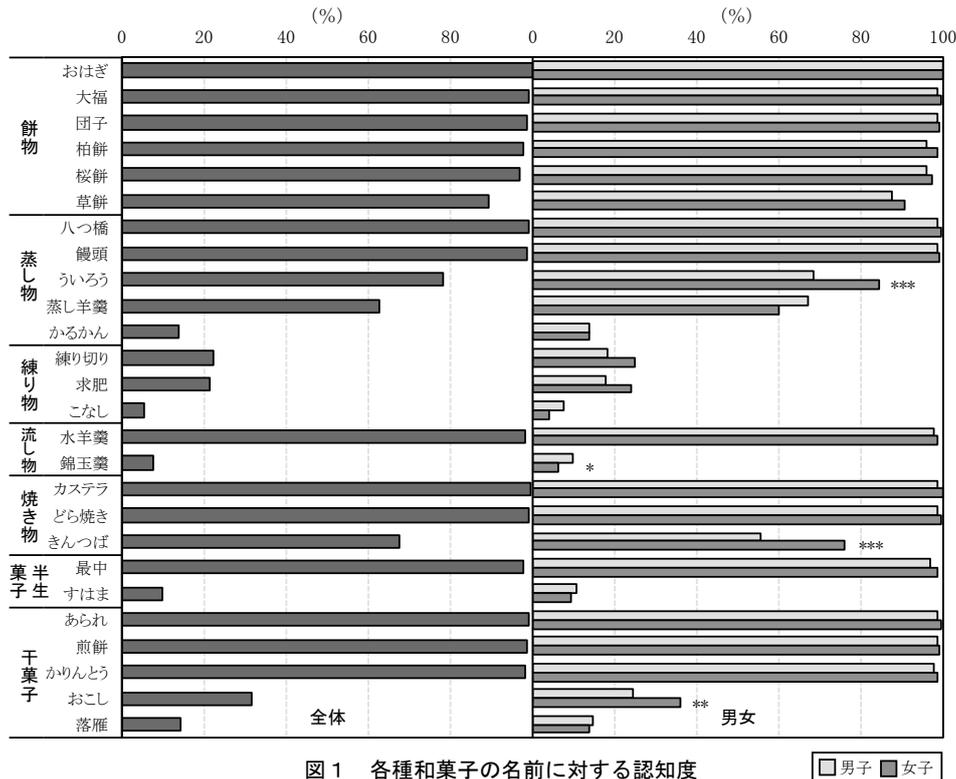


図1 各種和菓子の名前に対する認知度
男女間の有意差は母比率の検定を用い、女子のバーの上に記した (* p<0.1, ** p<0.05, *** p<0.01)。

団子」は 95%以上を示した。一方、各和菓子の認知度の高さは高校生の方が高く、認知度 95%以上を超える餅物の種類は高校生の方が多かった。

認知度 80%以上の和菓子の種類は、蒸し物、流し物、焼き物、半生菓子、干菓子であり、中学生・高校生の間で共通していた。練り物（練り切り、求肥）については、認知度は中学生・高校生とも低かったが、中学生が 2 割以下であったのに対し、高校生は 2 割を超えていた（両者間で有意差あり、 $p < 0.01$ ）。これらのことから、校種が上がることにより、和菓子の認知度は上がるといえる。

男女間の相違をみると、中学生では 10 種類（柏餅、八つ橋、ういろう、求肥、水羊羹、きんつば、あられ、ボウロ、おこし、落雁）について、女子の方が男子より認知度が有意に高かった。高校生で相違がみられたのは 4 種類であることから、校種が上がるると男女間の相違が少なくなることが示唆された。

（2）実物を見た経験

全体において、実物を見た経験が 8 割以上を示したのは、餅物では「おはぎ、大福、団子、柏餅、桜餅」、蒸し物では「八つ橋、饅頭」、流し物では「水羊羹」、焼き物では「カステラ、どら焼き」、半生菓子では「最中」、干菓子では「あられ、煎餅、かりんとう」であった（図 2）。

名前の認知度と比べて、実物を見た経験が有意に低下したものが多く、両者間で有意な相違がみられな

かったのは 10 種類であった（大福、団子、八つ橋、饅頭、カステラ、どら焼き、最中、あられ、煎餅、かりんとう）。名前の認知度が 5 割以上を示したもののうち、実物を見た経験が最も低下したのは「きんつば」（-28.6%）、次いで「ういろう」（-25.6%）であった。名前の認知度の低かった菓子（かるかん、練り切り、求肥、こなし、錦玉羹、すはま）は、名前の認知度に比べて、実物を見た経験がほぼ半減していた。

男女においても、同様の傾向が見られた。男女間で相違が見られたのは、「おはぎ、柏餅、ういろう、蒸し羊羹、錦玉羹、カステラ、おこし」の 7 種類であり、蒸し羊羹と錦玉羹以外は女子の方が有意に高かった。

名前の認知度や実物を見た経験について、男女で差異が生じた理由として、女子は和菓子に対する嗜好性が男子に比べて有意に高いこと⁶⁾、女子の方が和菓子を購入する機会や方法が多様であることから、様々な和菓子に出会う場面が多いため⁶⁾と考えられる。

中学生⁷⁾では、「おはぎ、団子、饅頭、カステラ」を除く全ての和菓子が、名前の認知度に比べて実物を見た経験が有意に低下していた。また、両者間に有意差のある和菓子の種類は中学生の方が多く、その低下の程度も中学生の方が大きかった。このことから、高校生の方が、中学生に比べて、名前の知識と「実物を見る」という経験が結びついているといえる。

男女間で相違が見られたのは、高校生は 7 種類であったが、中学生では 15 種類（おはぎ、大福、柏餅、桜餅、饅頭、ういろう、練り切り、求肥、こなし、水

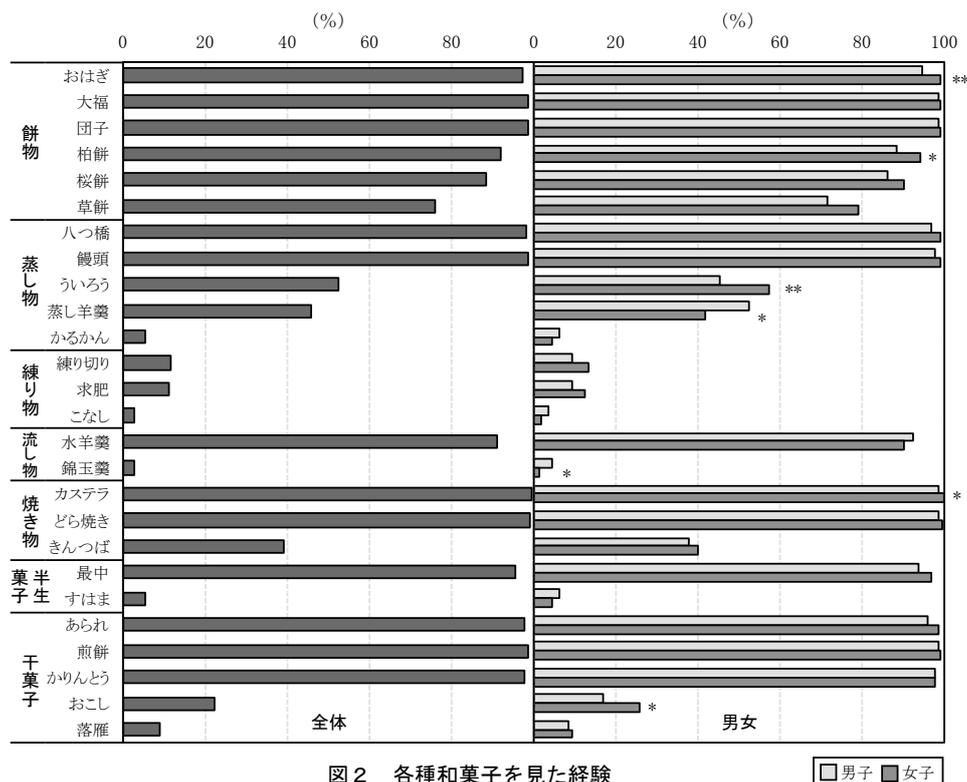


図 2 各種和菓子を見た経験
男女間の有意差は母比率の検定を用い、女子のバーの上に記した (* $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$)。

羊羹，きんつば，あられ，ポウロ，おこし，落雁)であった。名前の認知度同様，実物を見る経験についても，中学生の方が男女の相違が大きく，校種が上がることにによりその差が縮小するといえる。

(3) 喫食経験

全体において，喫食経験が8割以上であったのは12種類であり，餅物では「おはぎ，大福，団子，柏餅」，蒸し物では「八つ橋，饅頭」，焼き物では「カステラ，どら焼き」，半生菓子では「最中」，干菓子では「あられ，煎餅，かりんとう」であった(図3)。

中学生⁷⁾で喫食経験が8割以上であったのは，10種類(おはぎ，大福，団子，饅頭，八つ橋，カステラ，最中，煎餅，かりんとう，あられ)であった。また，他の菓子についても，全体的に高校生の方が中学生より高かった。これらのことから，高校生の方が和菓子の喫食経験が高いといえる。

大福や団子などは，朝作ってその日のうちに食べる「朝生菓子」であり，価格面から見ても庶民的な親しみやすさがある¹¹⁾。おはぎ，柏餅，桜餅，草餅などは，本来，年中行事や人生儀礼を祝うハレの場面で摂取するものであるが，近年，スーパーやコンビニエンスストア，和菓子店などで日常的に販売されるようになってきている。前報⁶⁾において，和菓子の購入方法として，高校生は自分あるいは家族が購入することが多いこと，また，スーパーで買う人が最も多いことが示唆された。そのため，高校生にとって比較的安価で入

手しやすいものが，日常の場面で購入・摂食されていると考えられる。

次に，喫食経験と名前の認知度を比較すると，4種類(団子，カステラ，どら焼き，煎餅)の菓子以外は，前者が有意に低下していた。

喫食経験と実物を見た経験を比較すると，前者が有意に低下していたのは，おはぎ，大福，団子，桜餅，草餅，ういろう，水羊羹，最中(全て $p < 0.01$)，柏餅，八つ橋，蒸し羊羹，きんつば，かりんとう(全て $p < 0.05$)，饅頭 ($p < 0.1$)であった。

和菓子の特徴の一つに季節感がある。和菓子が表す季節感には2種類あり¹¹⁾，一つは「その季節だけに作られる」ことによる季節感の表現である。もう一つは，形や色合い，菓銘の音の響きによる「季節の訪れの表現」である。前者には，おはぎ，柏餅，桜餅，草餅，水羊羹などがあり，後者には練り物(練り切り，求肥，こなし)などがある¹¹⁾。

本研究において，「その季節だけに作られる和菓子」のうち，名前の認知度や実物を見た経験ともに高かったのは「おはぎ，柏餅，桜餅，草餅，水羊羹」であるが，喫食経験は桜餅と水羊羹が約7割，草餅は約5割とやや低下し，実物を見た経験のある者のうち2割以上が喫食経験を有していなかった。また，「季節を表現する和菓子」である練り物(練り切り，求肥，こなし)は，名前の認知度，実物を見た経験，喫食経験，いずれも低かった。

前報⁶⁾において，高校生の和菓子の喫食機会は

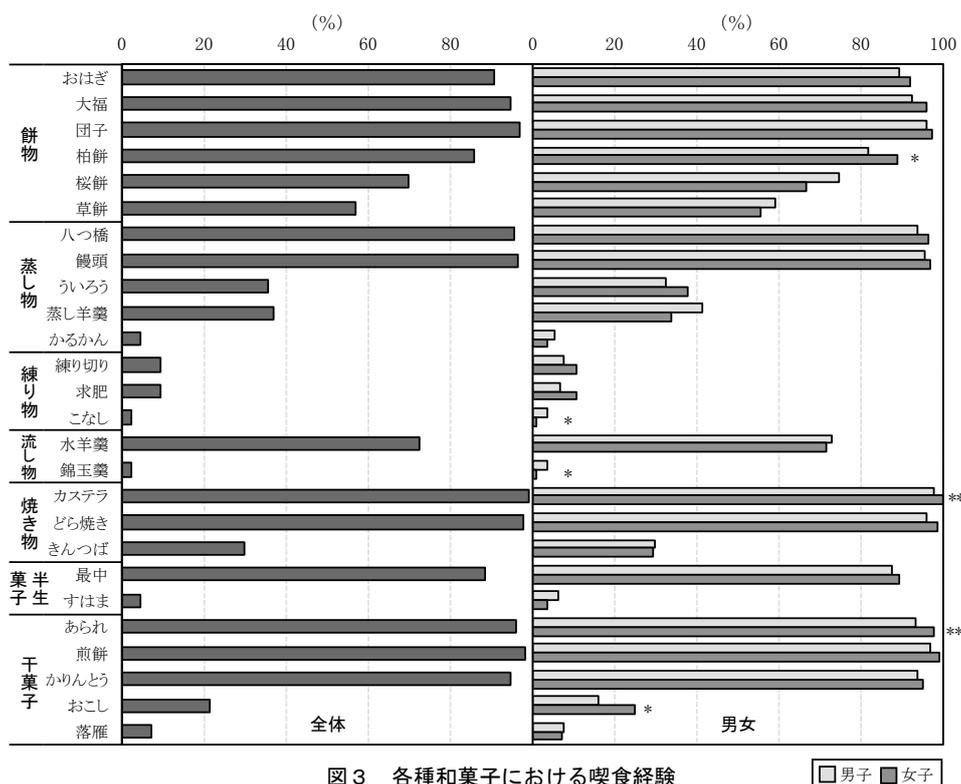


図3 各種和菓子における喫食経験

男女間の有意差は母比率の検定を用い，女子のバーの上に記した (* $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$)。

「おやつ、不定期」などが多く、季節や年中行事・人生儀礼などの行事にあわせて食べる「節句、式典」は低かったことをあわせて考えると、和菓子の多くは季節やTPOを意識せずに食べられることが多いと考えられる。つまり、高校生においては、和菓子のもつ2つの季節感に対する理解が十分でないといえる。そのため、和菓子継承のためには、和菓子が季節感を大事にする我が国の食文化¹⁵⁾を反映していること、また、作る時期や材料、色彩や造形、菓銘を大事にしていることを伝えていく必要があると考えられる。特に、認知度や喫食経験が低かった「季節を表現する」練り物については、多角的・多面的に理解を深めていく必要があるといえる。

(4) 材料および製法に対する認知

全体において、材料に対する認知度はいずれも低かった(図4)。喫食経験が8割以上あったもののうち、材料に対する認知度が5割を超えていたのは「おはぎ」のみであった。男女で相違が見られたのは「おはぎ、大福、団子、柏餅、水羊羹、煎餅」であり、いずれも女子の方が有意に高かった。

実物を見た経験と比べると、材料に対する認知度は、全ての和菓子が有意に低下した。喫食経験者と比較しても、全てのものが有意に低かった。マクネマーの検定により、喫食経験の有無と材料認知の有無の間に有意差が見られたことから、喫食経験がある者の方が材料の認知度が高いことが示唆された。

次に、各和菓子の製法に対する認知度について検討した(図5)。「おはぎ」以外は2割以下と顕著に低く、また、殆ど全ての和菓子が材料に対する認知度に比べて有意に低下した(かるかん、求肥、こなし、錦玉羹を除く)。

中学生⁷⁾においても同様の傾向が見られた。このことから、年齢に伴って和菓子に対する喫食経験は増加するものの、材料や製法に対する知識はほとんど変わらず低いまま推移するといえる。その理由として、学校や家庭における調理機会の減少や喪失が考えられる。近年、社会が消費社会へと変化し、自ら作るよりも既に加工された商品を購入・利用する社会になりつつある⁷⁾。これは、中食や外食産業の発展にみられるように、食の世界においても同様である。和菓子を見たり食べたりする経験はあっても、調理した経験は全くないか、あるいは極めて少なく、今後さらにその機会が失われていくと考えられる。一方で、伝統文化継承のためには、自国の食文化についての知識と食経験、および調理経験をもち、調理技術を伝承していくことが重要である。そこで、調理経験の有無について、次項にて検討した。

(5) 調理経験

全体において調理経験が1割以上であったのは、おはぎ(21.3%)、大福(14.2%)、団子(15.7%)の3種類のみであり、それ以外は著しく低かった(図6)。

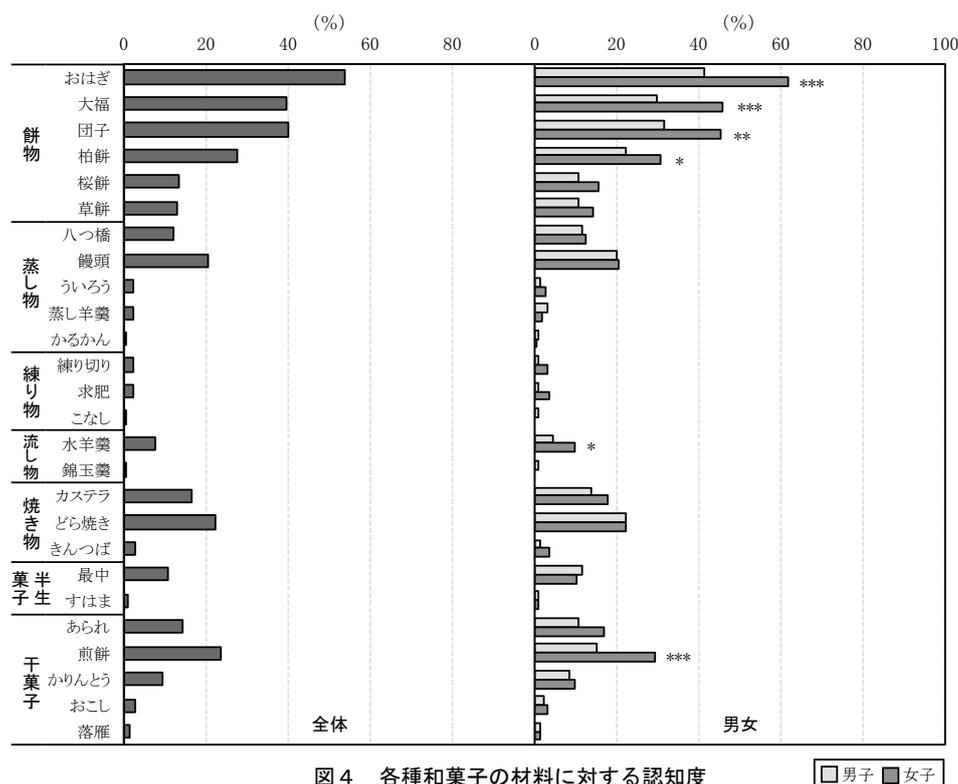


図4 各種和菓子の材料に対する認知度

男女間の有意差は母比率の検定を用い、女子のバーの上に記した(* $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$)。

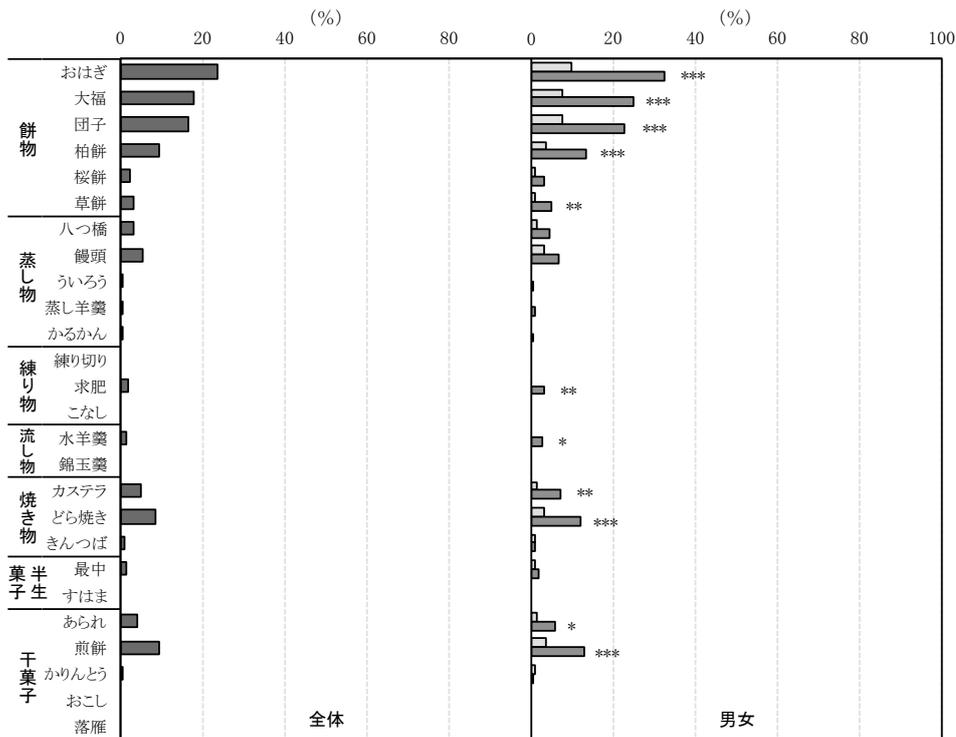


図5 各種和菓子の製法に対する認知度

□男子 ■女子

男女間の有意差は母比率の検定を用い、女子のバーの上に記した (* $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$)。

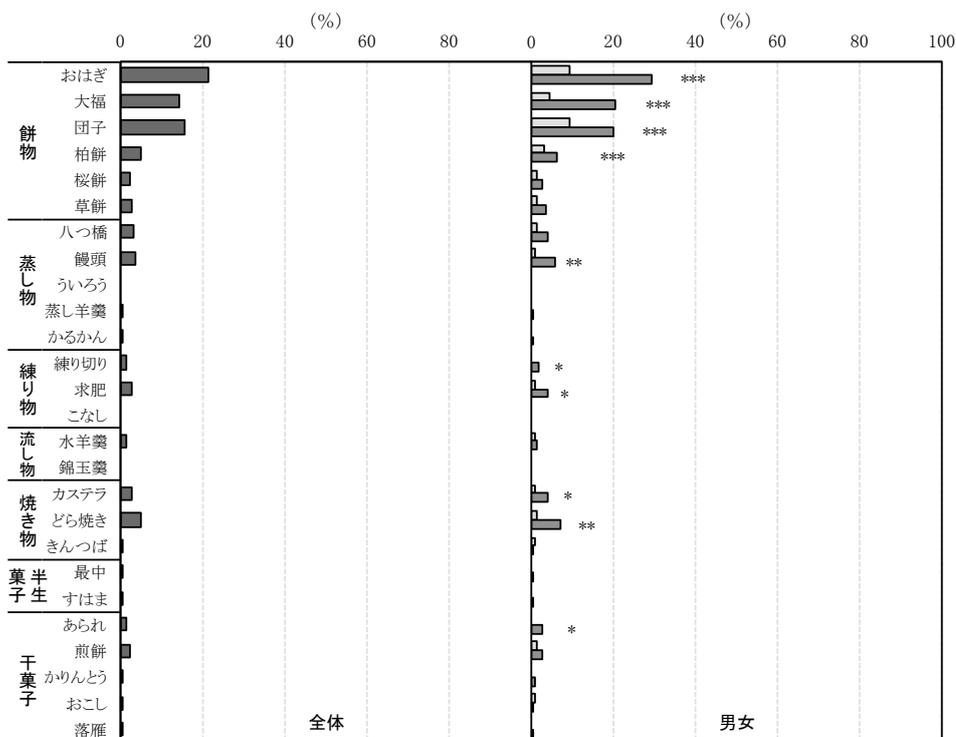


図6 各種和菓子の調理経験

□男子 ■女子

男女間の有意差は母比率の検定を用い、女子のバーの上に記した (* $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$)。

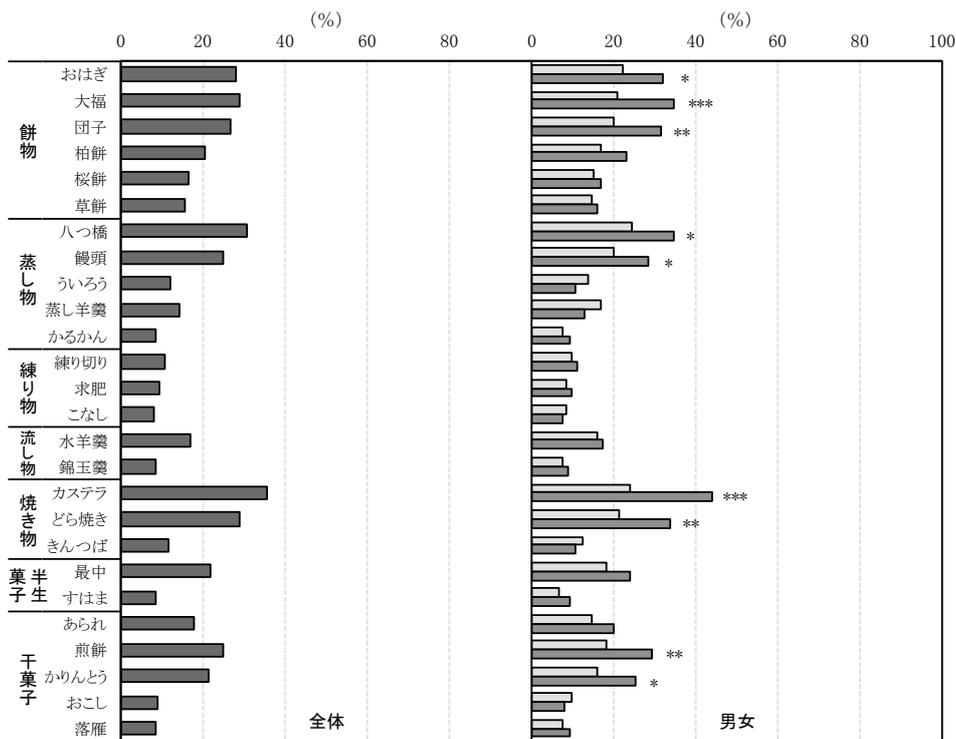


図7 各種和菓子の調理に対する意欲

□男子 ■女子

男女間の有意差は母比率の検定を用い、女子のバーの上に記した (* $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$)。

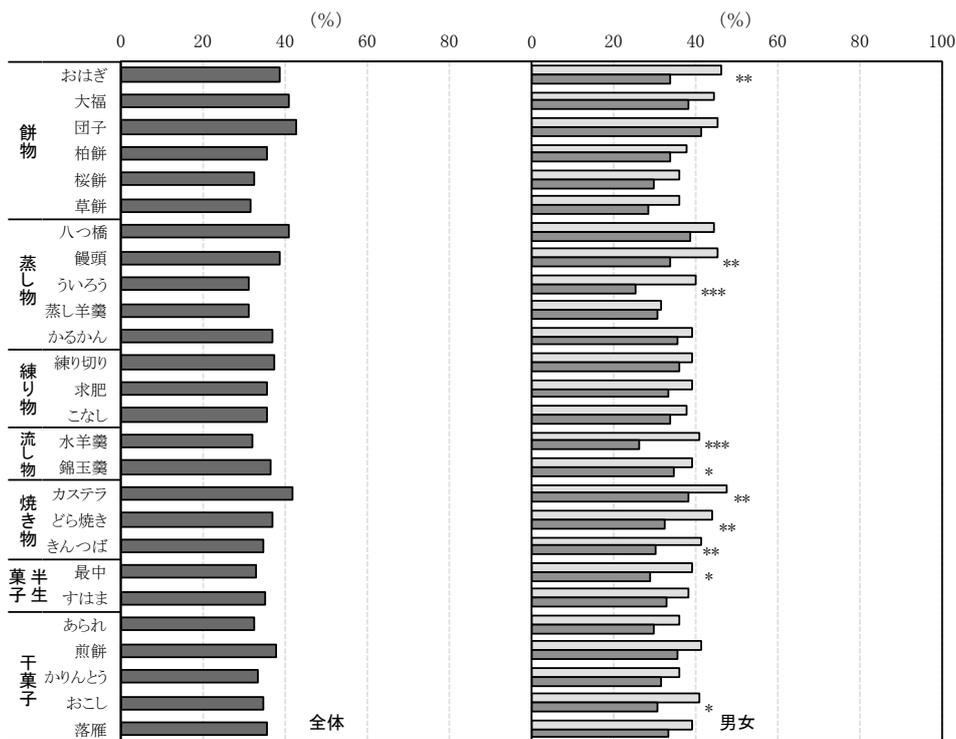


図8 各種和菓子の喫食に対する興味

□男子 ■女子

男女間の有意差は母比率の検定を用い、女子のバーの上に記した (* $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$)。

中学生⁷⁾ および大学生¹⁶⁾ においても、これら3種類の調理経験は他の和菓子と比べて多かった。このことから、調理経験のある和菓子の種類は非常に少ないこと、また、調理経験者は少ないものの、団子・おはぎ・大福は年代に関わらず、家庭や学校などで調理されていることが示唆された。その要因として、作り方が比較的簡単であること、身近な材料で作ることができることが考えられる。

そこで、実際に和菓子を調理してみたいか、調理に対する意欲を検討したところ、総じて低かった(図7)。最も高かったのはカステラ(35.8%)であり、次いで八つ橋(30.6%)と続き、これら以外で2割を超えるものは9種類(おはぎ、大福、団子、柏餅、饅頭、どら焼き、最中、煎餅、かりんとう)であった。これらの多くは、喫食頻度(図3)や材料に対する認知度(図4)が比較的高いものであった。

(6) 各種和菓子の喫食に対する興味

和菓子の喫食に対する興味について検討したところ、31.2~42.9%を示した(図8)。詳細を見ると、名前の認知度や実物を見た経験・喫食経験があるものよりも、これらの経験が少ない、または無いものの方が高かった。例えば、流し物では水羊羹よりも錦玉羹の方が高かった。かるかん、練り切り、求肥、こなし、すはま、おこし、落雁も同様であった。

食経験者を対象に嗜好性を検討したところ、殆どのものが6割以上の高い嗜好性を示した(図9)。

このことから、名前を知らない和菓子、見たり食べたりした経験がない和菓子に対して、生徒は高い興味関心を抱いているといえる。高校生の好奇心を喚起し活用することにより、喫食経験をもつことができる。さらに喫食経験を重ねることで、和菓子のもつ特徴を伝えていくことができると考えられる。和菓子の理解は、我が国の食文化の理解に繋がる。和菓子には多様な種類が存在することから、高校生の興味関心に合わせて学習することで、和菓子の理解や文化継承、ひいては新しい文化創造へと繋げていくことが可能であるといえる。

(7) 和菓子を用いた食文化教育の重要性

和菓子は、視覚、聴覚、味覚、嗅覚、触覚全てで楽しむことのできる「五感の芸術」¹¹⁾といわれている。特に、練り切りやこなしに代表される練り物は、季節にあわせて作られる美しい菓子である。そのため、食べる前には、造形の美しさや色彩の組み合わせで視覚を、菓銘の響きで聴覚を刺激し楽しむことができるものである。また、実際に作ることにより、材料の柔らかさや滑らかさなどについて触覚を通して感知し、食べることにより、味覚や嗅覚、触覚を使って楽しむことができる。和菓子の喫食経験とともに調理経験を増やすことで、こうした特徴について実感をもって理解することができると考えられる。

一方、練り切りやこなしなどの練り物は、茶席に用いられる「上生菓子」である。上生菓子は、次に出て

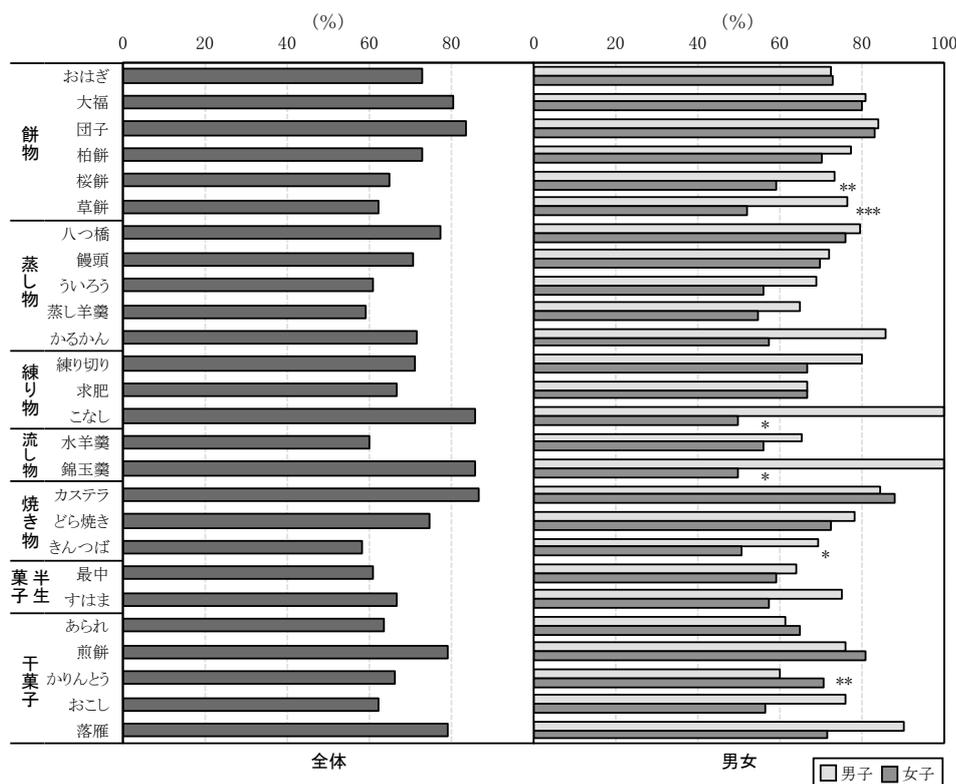


図9 各種和菓子に対する嗜好性(食経験者)

男女間の有意差は母比率の検定を用い、女子のバーの上に記した(* $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$)。

くお茶をおいしくいただくためのものであり、一般の茶の間で出される菓子とは本来異なるものとされる¹⁷⁾。茶会や茶事などの機会に乏しい若者にとって、練り物などの上生菓子は馴染みが薄く、饅頭や団子などの朝生菓子里に比べて価格も高い。その結果として、生活の中で目にする経験や喫食経験が低下すると考えられる。そのため、食文化教育の一環として家庭科や総合的な学習の時間で和菓子を学んだり、社会科（地理）など家庭科以外の教科と関連させて教科横断的に学びを深めたり、小中高の校種間連携教材として用いたりする必要がある。加えて、茶会を学校行事で行ったりするなどの工夫が求められる。

また、和菓子は茶の文化とともに発展したものであり、調査を行った静岡県は茶の生産地である。しかし、他の地域に比べて、茶の文化と和菓子の文化が連動して発達しているとはいえないのが現状である。菓子類の1世帯当たり年間購入金額（都道府県庁所在地及び政令指定都市における品目別ランキング）^{18) 19)}をみると、「ようかん」（静岡市1,041円、全国747円）や「他の和生菓子（ようかんやまんじゅうに分類されない和生菓子。半生菓子も含む。大福もち、おはぎ、どら焼きなど）」（静岡市10,085円、全国9,302円）は、全国平均より高いものの、「まんじゅう」（静岡市1,279円、全国1,321円）や「カステラ」（静岡市718円、全国898円）は低く、順位も「ようかん」（7位）以外は低く（「他の和生菓子」19位、「まんじゅう」28位、「カステラ」34位）、和菓子の種類によって相違が見られた。また、洋菓子に比べて、これら和菓子の消費量は全国的に減少傾向にあることが懸念されている²⁰⁾。

そのため、練り物のみならず、多様な種類の和菓子を用いて学びを広げることにより、各和菓子における材料や製法などの技術、および、それに関わる知恵や工夫、人生儀礼や年中行事との関わりなどを家庭や学校で伝えていくことが重要である。これにより、様々な伝統や文化の特色の理解に繋がるといえる。

4. 要約

高校生について、製法や材料に着目して、和菓子を分類し、各種和菓子の認知度、喫食経験を調査した。その結果、和菓子の種類によって傾向に偏りが見られ、認知度や喫食経験は餅物類が高く、練り物類は著しく低かった。また、喫食経験はあっても、その材料や製造方法を知らない者や調理経験のない者が多かった。

和菓子は、我が国の重要な伝統文化であり、造形の美しさや繊細な色づかいを特徴とする。和菓子の魅力を多角的な視点から伝承していくためには、和菓子に触れる機会を増やし、視覚や味覚などの五感を通して和菓子を体験し、かつ、発達段階や性別、年代に応じ

た学習活動の工夫が求められる。今後は、本調査結果をもとに実践を行っていく。

謝辞

本研究は JSPS 科研費（課題番号 24500941）の助成を受けたものである。調査にご協力いただきました A 高等学校の生徒の皆様様に深謝致します。尚、本研究の一部は守田知世さんと山下夢乃さん（いずれも当時、静岡大学4年）の尽力による。

引用・参考文献

- 1) 全国菓子工業組合連合会：お菓子の生産や消費「世帯主の年齢別でお菓子の消費を見た場合」, <http://www.zenkaren.net/wp-content/uploads/2013/02/331324c59980.pdf> (2018/7/9 取得)
- 2) 村上陽子：中学生における和菓子の食嗜好性と食行動, 日本食育学会誌, **8**, 263-272 (2014)
- 3) 村上陽子：和菓子の嗜好性および喫食状況に関する研究, 静岡大学教育学部研究報告 自然科学篇, **59**, 21-36 (2008)
- 4) 村上陽子：大学生における和菓子の食嗜好性について, 静岡大学教育学部附属教育実践総合センター紀要, **17**, 65-74 (2009)
- 5) 村上陽子：幼稚園児における和菓子の食嗜好と食行動, 家政学研究, **116**, 4-14 (2012)
- 6) 村上陽子：高校生における和菓子の嗜好性と食行動—食文化継承のための教材開発を目指して—, 静岡大学教育学部研究報告 人文・社会・自然科学篇, **69**, 1-16 (2018)
- 7) 村上陽子：中学生における和菓子の認知, 日本食育学会誌, **9**, 355-364 (2015)
- 8) 山口勘蔵：四季の和菓子（秋）, 講談社, pp. 185-195 (1990)
- 9) 早川幸男：菓子入門, 日本食糧新聞社, pp. 11-47 (1997)
- 10) 中山圭子：和菓子の世界, 岩波書店, pp. 33-34, pp. 274-278 (2006)
- 11) 藪光生：和菓子噺, キクロス出版, p. 18, pp. 26-27, pp. 66-69, pp. 80-85 (2006)
- 12) 永瀬正人編：和菓子の技術, 旭屋出版, p. 157, p. 161 (2008)
- 13) 君野倫子：わくわくほっこり和菓子図鑑, 二見書房, p. 106 (2012)
- 14) 日本菓子教育センター編集：和菓子教本, 誠文堂新光社, p. 114 (2012)
- 15) 農林水産省：「和食」がユネスコ無形文化遺産に登録されました, <http://www.maff.go.jp/j/keikaku/syokubunka/ich/> (2013/12/4 取得)
- 16) 村上陽子：大学生における和菓子の学習状況および調理経験, 静岡大学教育学部研究報告教科教育学

- 篇, 41, 177-192 (2010)
- 17) 鈴木勤：茶席の菓子，世界文化社，p. 145, pp. 148-149 (1985)
 - 18) 総務省統計局：家計調査（二人以上の世帯）品目別都道府県庁所在市及び政令指定都市ランキング（平成 27 年（2015 年）～29 年（2017 年）），
<http://www.stat.go.jp/data/kakei/5.html> (2019/2/25 取得)
 - 19) 全国菓子工業組合連合会：お菓子何でも情報館 お菓子の購入はどこが多い？，http://www.zenkaren.net/_0700/_0706 (2019/2/25 取得)
 - 20) 全国菓子工業組合連合会：お菓子何でも情報館 種類別にお菓子の動向をみた場合，http://www.zenkaren.net/_0700/_0708 (2019/2/25 取得)