

大学生における和菓子の食嗜好性について

村上 陽子

A Study on food preference of Japanese-style confectionery of University students

Yoko Murakami

The purpose of this study is to investigate the food preference of Japanese-style confectionery and to clarify the factors having an influence on the food preference. A questionnaire survey was conducted for 267 students who belong to Shizuoka University. Both male and female preferred Western-style confectionery to Japanese-style confectionery. Taste, atmosphere, and texture significantly influenced the choice of Japanese-style confectionery.

キーワード： 和菓子、洋菓子、食嗜好性

1. はじめに

視覚はおいしさを感じる上で大きな役割を果たしており、特に色のもたらす心理的要素は非常に大きい。日本料理においては、色彩が鮮明で美しいことが大切にされるが、見た目の美しさは素材の天然色を生かす調理法、盛り付け方、食器の選び方など、視覚上の演出方法によるところが大きい。

食における色の効果を大切にしてきた我が国には、和菓子という伝統的な菓子がある。

「和菓子は五感の芸術である」といわれるように、和菓子は視覚、味覚、嗅覚、聴覚、触覚のすべてで楽しむことができる。特にきんとうや練りきりに代表される茶席の和菓子は、形状やテクスチャーが多様であり、季節や行事、客の好みによって種類・色・形・材料などが使い分けられている。また、色、形、菓銘などで季節感を楽しむことができる。栄養面でいうと、主原料である小豆はタンパク質や食物繊維を豊富に含み栄養価が高い。さらに、油脂を使わないためカロリーが低いこと、卵や小麦粉に起因する食物アレルギーの心配が少ないことなど、他国の菓子には見られない優れた特徴をもつ。

一方、現代社会においては、食生活の洋風化により、和菓子の喫食頻度は減少傾向にある。親が和菓子を食べないために、和菓子の食経験が皆無という子どもも出てきており、食文化の継承という面において懸念すべき状況である。

前報¹⁾において、大学生を対象として菓子について嗜好性や喫食状況について検討し、和菓子と洋菓子は喫食頻度・喫食場所・喫食理由などに顕著な相違が見られることを明らかとした。本報告では大学生における和菓子に対する食嗜好性および食嗜好性に影響を与える要因を検討した。これは、大学生における和菓

子の食嗜好性とその要因を探り、今後、和菓子を利用した食育教材へ活用することを目的としたものである。

2. 調査方法

1) 調査対象・調査期間

静岡大学教育学部の1・2学年385人(男子174人、女子211人)を対象にした。アンケートの回収率は100%であり、有効回答率は94%(男子164人、女子199人)であった。

調査期間は2007年5月11日～6月8日であった。

2) 調査方法・内容

調査は質問紙法で行い、回答は無記名・選択式とした。調査対象者に質問用紙を配付し、その場で回答してもらい、ただちに回収した。有意差の検定にはコルモゴロス・スミルノフ検定、比率の差の検定を用いた。

調査内容は学生本人に関する項目と和菓子に関する項目である。また、比較として洋菓子を質問項目に入れた。各菓子の定義については、和菓子は「日本風の菓子」、洋菓子は「ミルクやバターを使用した洋風の菓子」とした^{2) - 9)}。尚、せんべいやあられば分類上は和菓子の中の干菓子に属するが、予備調査においてスナック菓子と見なす人がいたため、混同を避けるために、和菓子とは別分類とすることを記載した。

3. 結果および考察

1) 和菓子・洋菓子の嗜好性

和菓子の嗜好性、すなわち、和菓子がどの程度好きか、その度合いを「とても好き」「やや好き」「普通」「あまり好きではない」「嫌い」「どちらでもない」から選択してもらった(図1)。このうち「とても好き」「やや好き」「ふつう」を高嗜好群、「あま

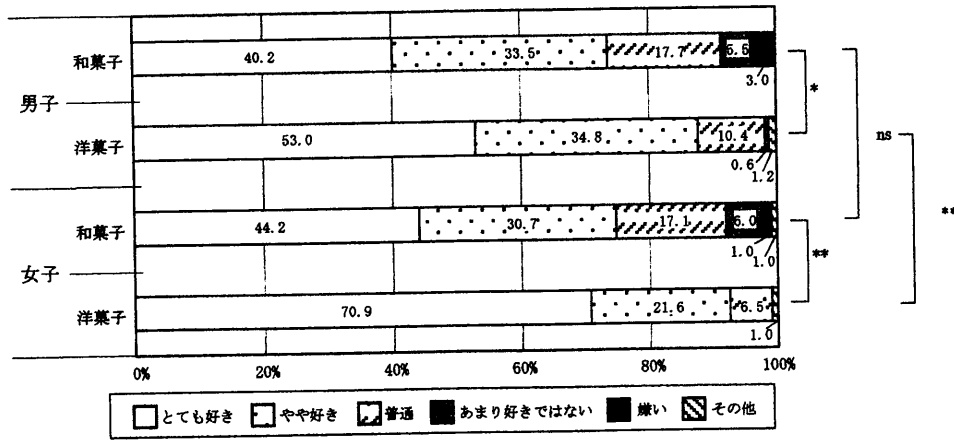


図1 洋菓子和菓子に対する嗜好性

※有意差はコルモゴロス・スミルノフ検定により求めた (** p<0.01, * p<0.05)。

表1 和菓子が好きな理由

分類	選択項目
味	「おいしい」
	「甘い」
	「さまざまな味がある」
	「自分の好みにあっている」
色	「色づかいがきれい」
	「多様な色がある」
見た目 (色以外)	「見た目がきれい」
	「おしゃれ」
	「芸術的」
	「さまざまな形がある」
伝統・習慣	「日本の伝統的な菓子だから」
	「日本の食文化に興味がある」
	「和菓子職人の技が見事」
	「昔からよく食べている」
情緒	「幸せな気分になれる」
	「日本を感じられる」
	「季節感が感じられる」
	「懐かしい味がする」
食材	「使われている食材が好き」
	「食材に多様性がある」
健康	「体によい」 「カロリーが低い」
食感	「食感がよい」
満腹感	「腹持ちがよい」
値段	「手頃な値段」

表2 和菓子が嫌いな理由

分類	選択項目
味	「甘すぎる」
	「甘いものが好きではない」
	「おいしくない」
色	「色が派手すぎる」
	「色づかいが好きではない」
伝統・習慣	「今まであまり食べたことがない」
	「かしこまった感じがする」
	「食べる機会がない」
情緒	「古い感じがする」 「興味が無い」
食感	「食感が嫌い」 「かむのが疲れる」
食べやすさ	「食べにくい」
	「食べるのが面倒くさい」
健康	「体によくない」
	「虫歯になる」
	「太る」
食材	「使われている食材が嫌い」
満腹感	「腹持ちがよくない」
値段	「値段が高い」

り好きではない」「嫌い」を低嗜好群とした。

(1) 和菓子

和菓子の嗜好性について、男子では「とても好き」40.2%、「やや好き」33.5%、「ふつう」17.7%であり、和菓子高嗜好群の割合は91.5%であった。「あまり好きではない」「嫌い」がそれぞれ5.5%、3.0%であり、低嗜好群は10%以下であった。

女子において、和菓子高嗜好群の割合は92.0%であった(「とても好き」44.2%、「やや好き」30.7%、「ふつう」17.1%)。「あまり好きではない」「嫌い」はそれぞれ6.0%、1.0%であり、低嗜好群の割合は男子同様低かった。また、男女間で有意差は認められなかった。

和菓子離れが懸念されている中で、予想したよりも和菓子を嗜好性は高かったといえる。このことから、和菓子離れは和菓子自体を嫌いということが主たる要因ではないことが示唆された。和菓子自体への嗜好性はそれほど低くはないことから、若い世代の人々がもっと和菓子に触れる機会を増やすことが、和菓子への関心をさらに高めるために必要であるといえる。

(2) 洋菓子

洋菓子の嗜好性について、男子では「とても好き」53.0%、「やや好き」34.8%、「ふつう」10.4%であった(合計98.2%)。洋菓子低嗜好群の割合は非常に低く、「あまり好きではない」が0.6%、「嫌い」と答えた人はいなかった。

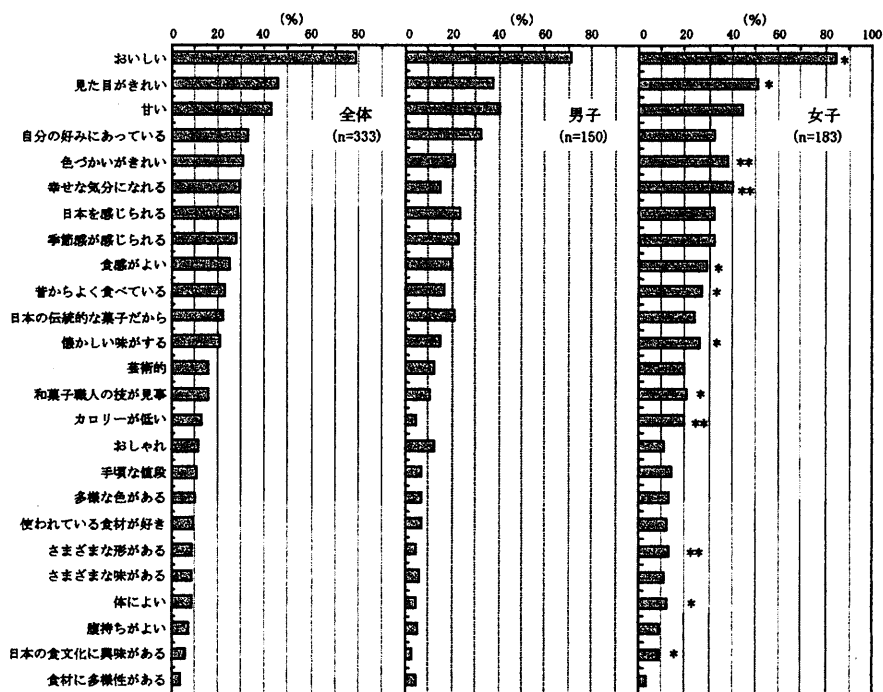


図2 和菓子の好きな理由 (複数回答)

(** $p < 0.01$, * $p < 0.05$)

※男女間の有意差は女子のバーの横に表示

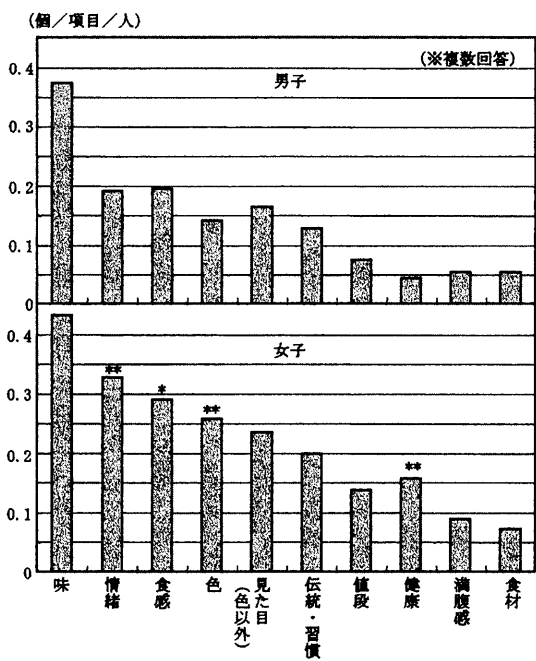


図3 和菓子を好きな理由 (分類別)

(** $p < 0.01$, * $p < 0.05$)

※男女間の有意差は女子のバーに表示

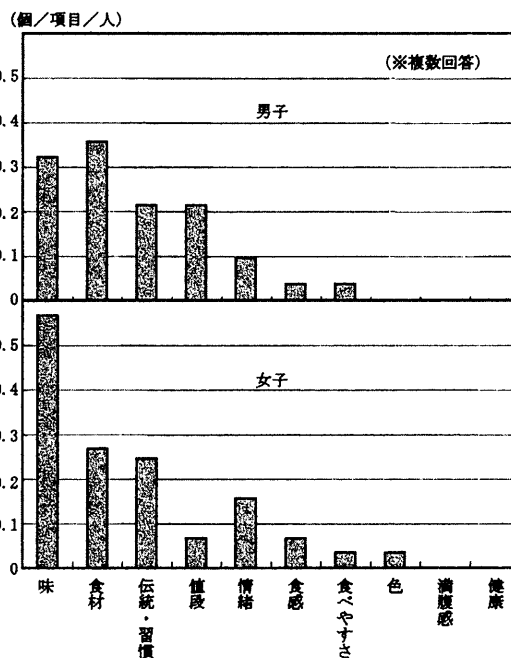


図4 和菓子を嫌いな理由 (分類別)

女子においても、洋菓子高嗜好群の割合は非常に高く (99.0%)、男女間で有意差は見られなかった。また、洋菓子については「とても好き」とする女子の割合が顕著に高く (70.9%)、男子 (洋菓子) に比べて有意に高かった ($p < 0.01$)。また、和菓子における男子および女子の割合と比較しても顕著に高かった (いずれも $p < 0.01$)。

このことから、男女ともに和菓子に比べて洋菓子に対する嗜好性が高く、特に女子においてはその傾向が顕著であるといえる。

2) 菓子の食嗜好性に関わる要因—高嗜好群—

和菓子および洋菓子について、「とても好き」「やや好き」「普通」と回答した高嗜好群に対してその理由を検討した。和菓子については表1、洋菓子については表3から選択してもらった (複数回答)。和菓子では男子150人、女子183人、洋菓子では男子161人、女子197人の回答が得られた。いずれも選択項目をその内容に応じて分類した (表1、表3)。

(1) 和菓子

まず、男子では「おいしい」が最も多く (70.7%)、

表3 洋菓子が好きな理由

分類	選択項目
味	「おいしい」
	「甘い」
	「さまざまな味がある」
	「自分の好みにあっている」
色	「色づかいがきれい」
	「多様な色がある」
見た目 (色以外)	「見た目がきれい」
	「おしゃれ」
	「芸術的」
	「さまざまな形がある」
伝統・習慣	「西洋の伝統的な菓子だから」
	「外国の食文化に興味がある」
	「洋菓子職人の技が見事」
	「昔からよく食べている」
情緒	「幸せな気分になれる」
	「外国を感じられる」
	「季節感が感じられる」
	「懐かしい味がする」
食材	「使われている食材が好き」
	「食材に多様性がある」
健康	「体によい」
	「カロリーが適当」
食感	「食感がよい」
満腹感	「腹持ちがよい」
値段	「手頃な値段」

表4 洋菓子が嫌いな理由

分類	選択項目
味	「甘すぎる」
	「甘いものが好きではない」 「おいしくない」
色	「色が派手すぎる」
	「色づかいが好きではない」
伝統・習慣	「今まであまり食べたことがない」
	「かしこまった感じがする」
	「日本人の好みに合わない」
情緒	「古い感じがする」
	「興味がない」
食感	「食感が嫌い」
	「かむのが疲れる」
食べやすさ	「食べにくい」
	「食べるのが面倒くさい」
健康	「体によくない」
	「虫歯になる」
	「太る」
食材	「使われている材料が嫌い」
満腹感	「腹持ちがよくない」
値段	「値段が高い」

次いで「甘い」(40.0%)、「見た目がきれい」(37.3%)、「自分の好みにあっている」(32.7%)、「日本を感じられる」(23.3%)、「季節感が感じられる」(22.7%)、「色使いがきれい」(21.3%)、「日本の伝統的な菓子」(20.7%)であった(図2)。

女子では、男子同様「おいしい」が最も多く(84.7%)、8割以上の人が和菓子を好む理由として選んでいた。男子では次いで「甘い」であったが、女子では「見た目がきれい」(51.4%)、「色使いがきれい」(38.3%)「自分の好みにあっている」(32.8%)、「日本を感じられる」と「季節感が感じられる」(各32.2%)と続いた。

また、男子に比べて女子が顕著に高かった項目は「色づかいがきれい」「幸せな気分になれる」「カロリーが低い」(すべて $p < 0.01$)、「おいしい」「見た目がきれい」「食感がよい」「昔からよく食べている」「懐かしい味がする」「和菓子職人の技が見事」「体によい」「食文化に興味がある」(すべて $p < 0.05$)であった。

分類別で見ると、和菓子が好きな理由として、男子では「味」が最も多く、次いで②「食感」、③「情緒」、④「見た目(色以外)」、⑤「色」、⑥「伝統・習慣」と続いた(図3)。

女子でも「味」が最も多く、②「情緒」、③「食感」、④「色」、⑤「見た目(色以外)」、⑥「伝統・習慣」、⑦「健康」の順であった。

男女とも「味」「食感」「情緒」「見た目(色以

外)」「色」「伝統・習慣」が上位に来たが、女子では「健康」が上位に来るなど、男子と異なる傾向がみられた。男女を比べると、「情緒」「色」「健康」(以上すべて $p < 0.01$)および「食感」($p < 0.05$)において女子が顕著に高かった。また、外観特性である「見た目(色)」と「色」をあわせて比較した場合、女子は男子より顕著に高かった($p < 0.01$)。

(2) 洋菓子

男子は「おいしい」が最も多く(86.3%)、次いで「甘い」(53.4%)、「自分の好みにあっている」(29.8%)、「幸せな気分になれる」(28.0%)、「さまざまな味がある」(21.2%)、「昔からよく食べている」(18.6%)であった(図5)。

女子においても「おいしい」が最も多く(90.9%)、「幸せな気分になれる」(70.6%)、「甘い」(62.4%)、「自分の好みにあっている」(44.7%)、「見た目がきれい」(38.6%)、「昔からよく食べている」(34.0%)、「さまざまな味がある」(25.4%)、「手ごろな値段」(22.8%)と続いた。男子に比べると、女子は各項目に対する肯定者の数が多いといえる。

分類別にみると、男子では「味」が圧倒的に多く、次いで②「値段」、③「見た目(色以外)」、④「食感」と続いた(図6)。

女子においても「味」が顕著に高く、②「値段」、③「情緒」、④「見た目(色以外)」であった。

和菓子ではそれほど上位でなかった「値段」が洋菓

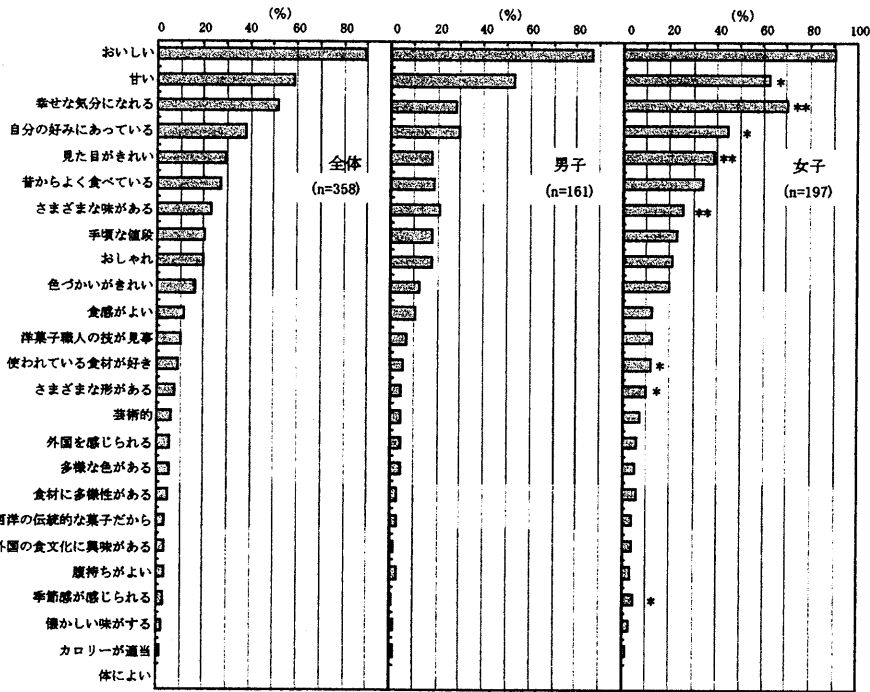


図5 洋菓子の好きな理由 (複数回答)

(** $p < 0.01$, * $p < 0.05$)
 ※男女間の有意差は女子のバーの横に表示

(個/項目/人)

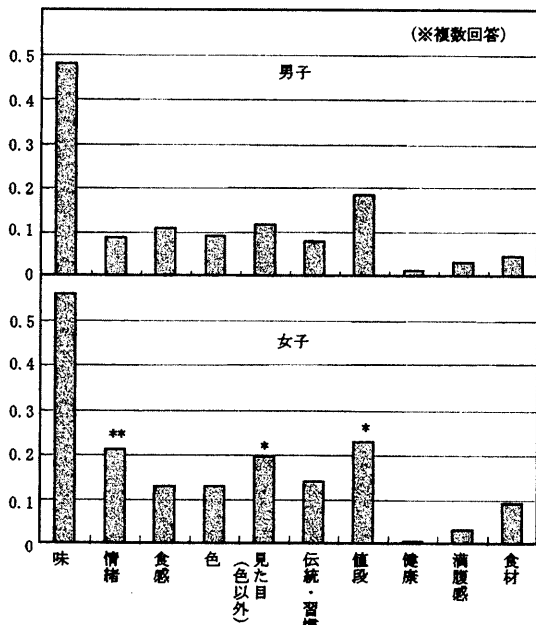


図6 洋菓子を好きな理由 (分類別)

(** $p < 0.01$, * $p < 0.05$)
 ※男女間の有意差は女子のバーに表示

子では2番目にきていたことは、日常的に食す機会の多い菓子だけに「値段」を気にするのではないかと考えられる¹⁾。

男女間で比較すると、女子は「情緒」($p < 0.01$)、「見た目(色以外)」および「値段」(すべて $p < 0.05$)の項目で男子より高かった。また、「見た目(色以外)」と「色」を合わせた外観特性に対する男女差は、和菓子同様、女子の方が高かった($p < 0.01$)。

(3) 和菓子と洋菓子の相違

項目の選択に関しては、和菓子では洋菓子にみられるような極端な差はなく、まんべんなく選ばれていた。このことから、和菓子は様々な面において評価されていることが示唆された。

和菓子および洋菓子の共通点として、「おいしい」「甘い」が上位にきていたことが挙げられる。

一方、男女あわせた全体でみたときに、和菓子では「①おいしい、②見た目がきれい、③甘い、④自分の好みにあっている、⑤色づかいがきれい」と続いたのに対し、洋菓子では「①おいしい、②甘い、③幸せな気分になれる、④自分の好みにあっている、⑤見た目がきれい」であり、順位に両者間で相違がみられた。

和菓子では、洋菓子では上位にこなかった「色づかいがきれい」が上位にきていることや「見た目がきれい」が2番目にきていることなどから、和菓子の色や形などを含む見た目の美しさが多くの人に好まれていると考えられる。「色づかいがきれい」「多様な色がある」と答えた人をあわせると、和菓子では40.8%、洋菓子では21.8%であり($p < 0.01$)、色に関しては和菓子の方が評価されているといえる。

和菓子の特徴の一つである「季節感が感じられる」では、洋菓子(2.8%)に比べて和菓子(22.8%)は顕著に高かった($p < 0.01$)。

また、和菓子ではカロリーの低さが評価されていたが、洋菓子では評価されていなかった($p < 0.01$)。さらに、「体によい」についても和菓子の方が評価されていた($p < 0.01$)。これらのことから、和菓子は洋菓子に比べて健康的なイメージがあると考えられる。

「昔からよく食べている」では、洋菓子の方がやや

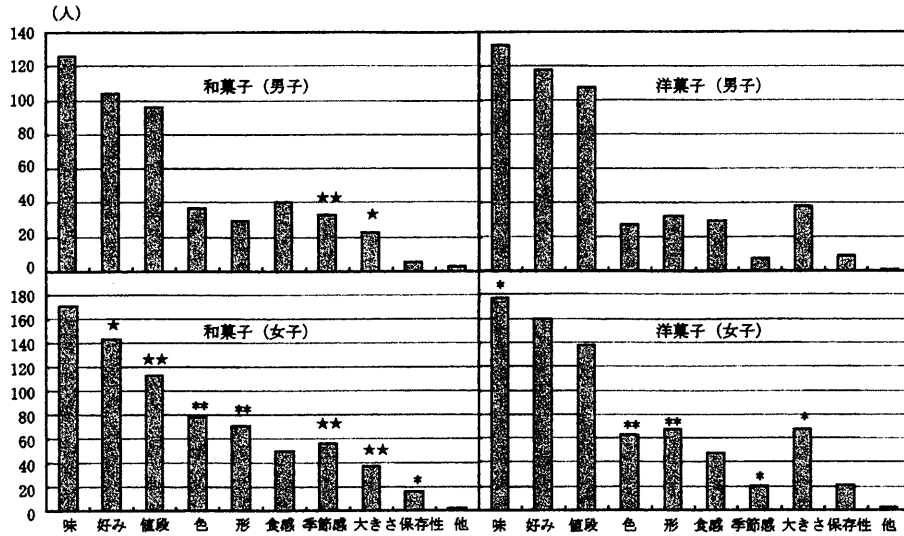


図7 和菓子・洋菓子を選ぶときの基準（複数回答）

※和菓子、または洋菓子における男女間の有意差は女子のバーに表示 (** $p < 0.01$, * $p < 0.05$)。
 ※男子（または女子）における和菓子と洋菓子の有意差は、和菓子のバーの上に表示 (** $p < 0.01$, * $p < 0.05$)。

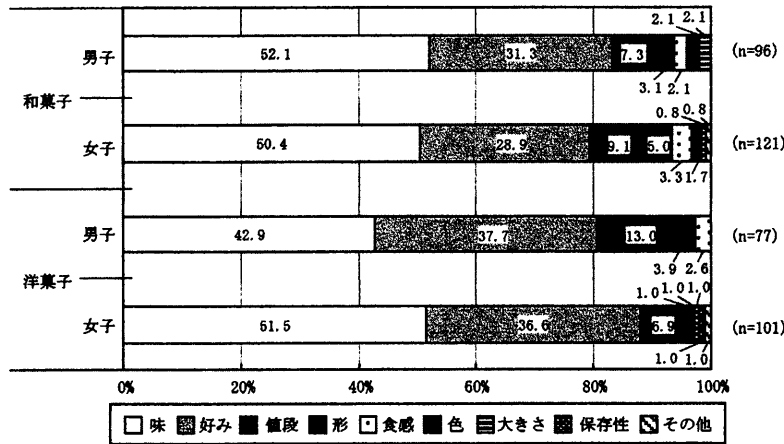


図8 菓子を選択する際に最も重視するもの

高かった（和菓子 22.5%、洋菓子 27.1%）。このことから、今回対象となった大学生にとって、幼少期から食べ慣れ親しんだお菓子は洋菓子というように、洋菓子の普及と和菓子離れが進んでいる様子が伺える。

分類別でみると、「食材」「見た目（色以外）」以外のすべての項目で和菓子と洋菓子の間に有意差が見られた ($p < 0.01 \sim 0.05$)。「情緒」「食感」「色」「伝統・習慣」「満腹感」「健康」については和菓子が高く、「味」「値段」については洋菓子が高かった。

次に、和菓子および洋菓子の嗜好性に関わる要素について男女で比較すると両者間に相違が見られた。

色に関してであるが、和菓子・洋菓子について、「色づかいがきれい」「多様な色がある」のいずれの項目も女子の方が高かった。また、「見た目がきれい」「さまざまな形がある」においても同様の傾向がみられた ($p < 0.01$)。これらのことから、菓子の色を意識している人は、男子より女子の方が多く、女子は菓子に対して見た目の美しさを求めているといえる。

菓子のもたらす心理的な影響についてみると、「幸

せな気分になれる」が和菓子では男子 15.3%、女子 40.4%、洋菓子では男子 28.0%、女子 70.6%と、いずれも女子の方が圧倒的に高かった ($p < 0.01$)。

菓子の健康面で見ると、和菓子の「カロリーが低い」 ($p < 0.01$) 「体によい」 ($p < 0.05$) について男子より女子の方が高く、女子の方が菓子の栄養や健康のことに対する意識が高いといえる。

3) 菓子の食嗜好性に関わる要因—低嗜好群—

和菓子および洋菓子について、「あまり好きではない」「嫌い」と回答した低嗜好群に対してその理由を検討した。和菓子については表2、洋菓子については表4から選択してもらった（複数回答）。和菓子では男子 14人、女子 15人、洋菓子では男子 1名の回答が得られた。

(1) 和菓子

和菓子の食嗜好性を下げる要因として、全体では「甘すぎる」が最も多かった。好きな理由では「甘い」が上位にきていたが、一部の人にとっては甘さが

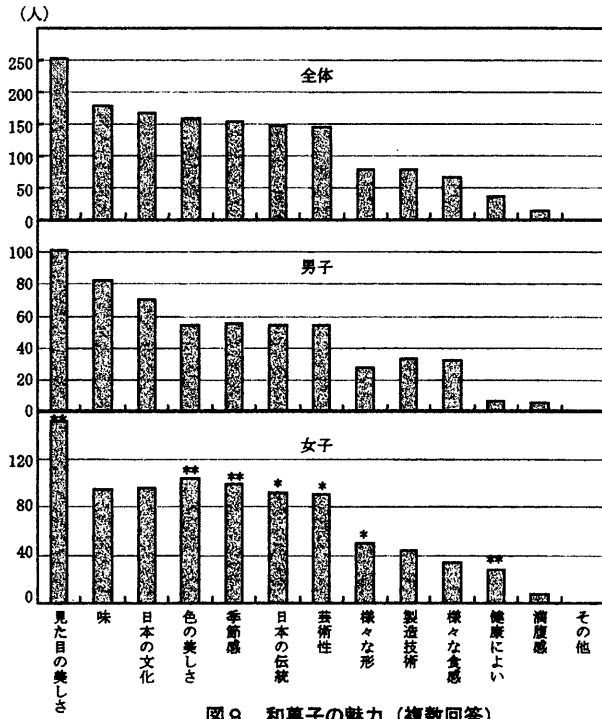


図9 和菓子の魅力 (複数回答)
(** p<0.01, * p<0.05)
※男女間の有意差は女子のバーに表示

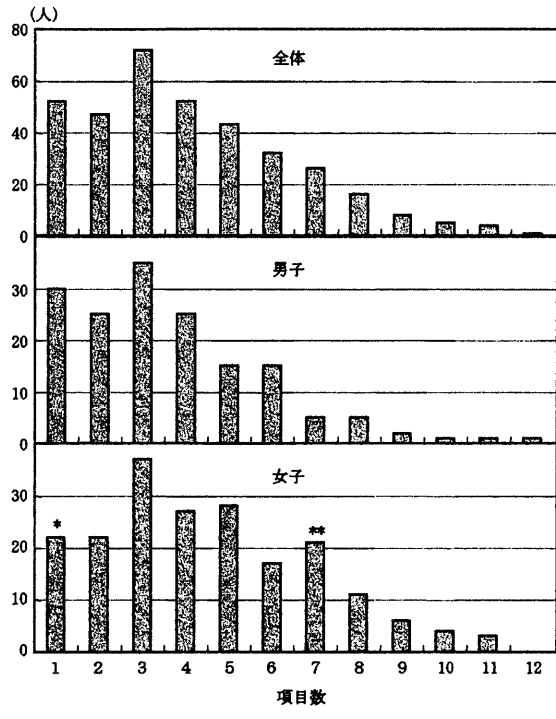


図10 「和菓子の魅力」の選択項目数
(** p<0.01, * p<0.05)
※男女間の有意差は女子のバーに表示

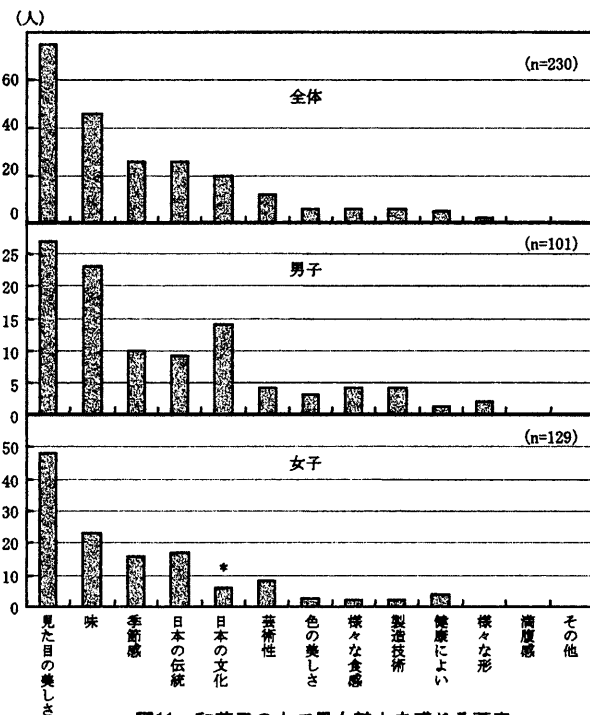


図11 和菓子の中で最も魅力を感じる要素
(** p<0.01, * p<0.05)
※男女間の有意差は女子のバーに表示

嫌いな理由になっていた。次いで「おいしくない」「食べる機会がない」と続き、さらに「興味がない」「今まであまり食べたことがない」という人もおり、味だけではなく、和菓子を食べていないという摂食機会の欠如やそこからもたらされる関心の薄さが和菓子を敬遠する理由の一つとなっていると推測される。

男子は「食べる機会がない」が最も多く(14人中6人)、次いで「甘すぎる」「使われている食材が嫌い」(各5人)、「おいしくない」(4人)、「値段

が高い」(3人)、「かしこまった感じがする」「興味がない」「甘いものがすきでない」(各2人)、「食感が嫌い」「食べにくい」「今まであまり食べたことがない」(各1人)と続いた。

女子では「甘すぎる」が最も多く(15人中10人)、「おいしくない」(7人)、「興味がない」「今まであまり食べたことがない」「食べる機会がない」(各5人)、「使われている食材が嫌い」(4人)、「食感が嫌い」(2人)、「色づかいが好きではない」「古い感じがする」「食べにくい」「かしこまった感じがする」「甘いものが好きではない」「値段が高い」(各1人)であった。

分類別に分析すると、男子は「食材」が最も多く、次いで「味」、「伝統・習慣」および「値段」であった(図4)。女子では「味」が最も多く、次いで「食材」、「伝統・習慣」、「情緒」であり、男女で順位に相違がみられた。男女とも「満腹感」と「健康」を選択する人はいなかった。

(2) 洋菓子

洋菓子において「あまり好きではない」と答えたのは男子1人であり、その理由として「おいしくない」「甘すぎる」「日本人の好みにあわない」であった。

4) 菓子の選択基準

和菓子と洋菓子を選ぶときに、何を基準にしているか回答してもらった(複数回答)。

和菓子において、男女とも「味」(男子76.8%、女子85.9%)、「好み」(男子63.4%、女子71.9%)、「値段」(男子58.5%、56.8%)の順で

選択していた(図7)。

男女間の相違を見ると、「色」と「形」($p < 0.01$)、「保存性」($p < 0.05$)において女子の方が有意に高かった。

洋菓子では、「味」(男子 80.5%、女子 88.9%)、「好み」(男子 72.0%、女子 80.4%)、「値段」(男子 65.2%、女子 69.3%)であった。

男女間では、「色」と「形」($p < 0.01$)、「味」「季節感」「大きさ」($p < 0.05$)において女子が高く、男女で相違が見られた。

和菓子と洋菓子で比べると、男子では「季節感」が和菓子で高く($p < 0.01$)、「大きさ」が洋菓子で高かった($p < 0.05$)。女子においても、「季節感」が和菓子で高く($p < 0.01$)、「値段」と「大きさ」

($p < 0.01$)、「好み」($p < 0.05$)は洋菓子が高かった。このことから、菓子の種類によって選択基準に違いがあることが示唆された。

また、この中から「最も重視する要素」についても回答してもらった。その結果、和菓子・洋菓子とも「味」が最も多く、次いで「好み」「値段」であり、よく似た傾向を示した(図8)。

5) 和菓子の魅力

和菓子の魅力について検討したところ(図9)、男子では「見た目の美しさ」が最も多く(61.6%)、②「味」、③「日本の文化」、④「季節感」、⑤「色の

美しさ」「日本の伝統」「芸術性」と続いた。

女子においても、「見た目の美しさ」が最も多く(75.9%)、②「色の美しさ」、③「日本の文化」、④「日本の伝統」、⑤「季節感」「芸術性」と続いた。

男子では2番目に魅力に感じている「味」が女子では5番目であり、両者で順位に相違が見られた。

また、「見た目の美しさ」「色の美しさ」「季節感」「健康によい」(すべて $p < 0.01$)、「日本の伝統」「芸術性」「様々な形」(すべて $p < 0.05$)において女子の方が高く、女子は見た目の美しさや季節感に魅力を感じているといえる。

次に、13項目の選択項目がある中で、1人が選択した項目数を調べた(図10)。

男子は最も多いのが3項目(21.3%)、次いで1項目(18.3%)、2項目と4項目(15.2%)と続いた。女子では3項目が18.6%で最も多く、5項目14.1%、4項目13.6%と続いた。設定項目の半数である7項目以上選んだのは男子9%、女子22.6%で男子の2倍以上であった($p < 0.01$)。1人あたりの平均は男子4.03項目、女子4.47項目で、女子の方が多かった。

さらに、この中で、和菓子について最も魅力に感じる要素について検討した(男子101人、女子129人)。

男子では「見た目の美しさ」や「味」が圧倒的に多く、続いて「日本の文化」であった(図11)。

女子では「見た目の美しさ」が圧倒的に多く、「味」、「日本の伝統」、「季節感」と続いた。

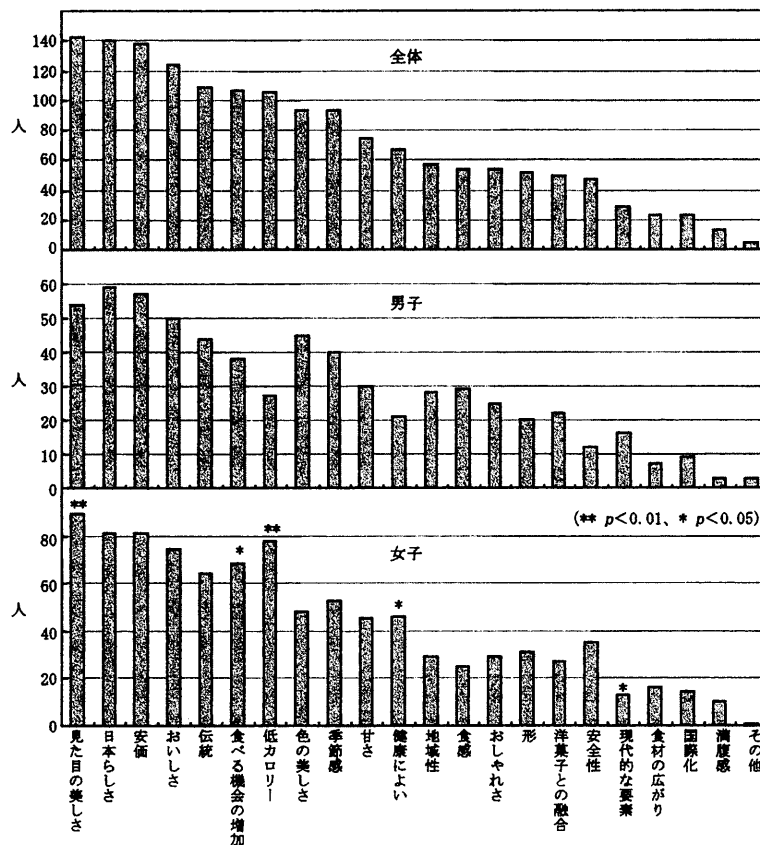


図12 これからの和菓子に求めるもの(複数回答)

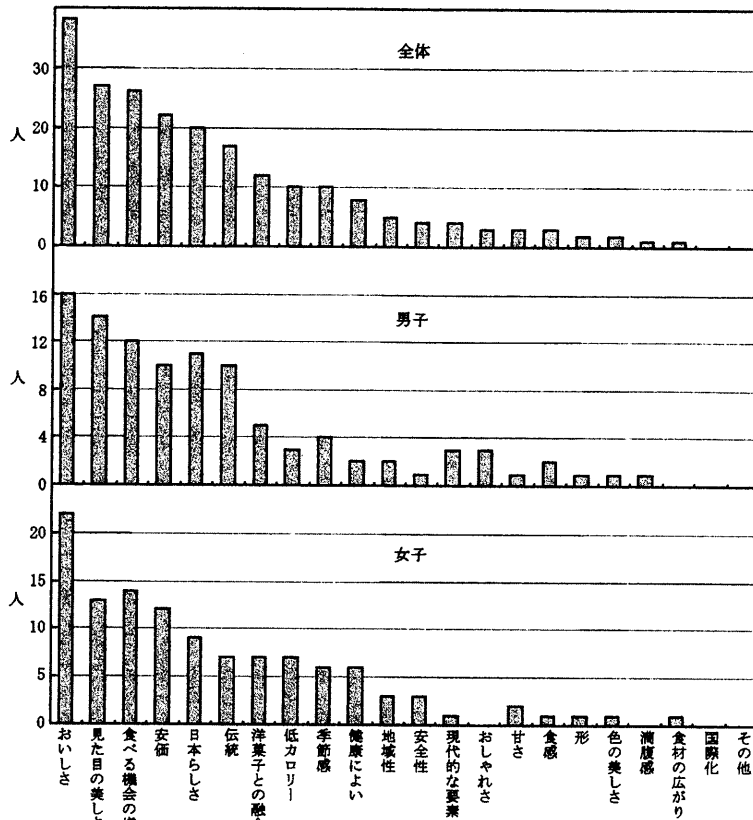


図14 これからの和菓子に最も求める要素

※218人(男子102人、女子116人)回答

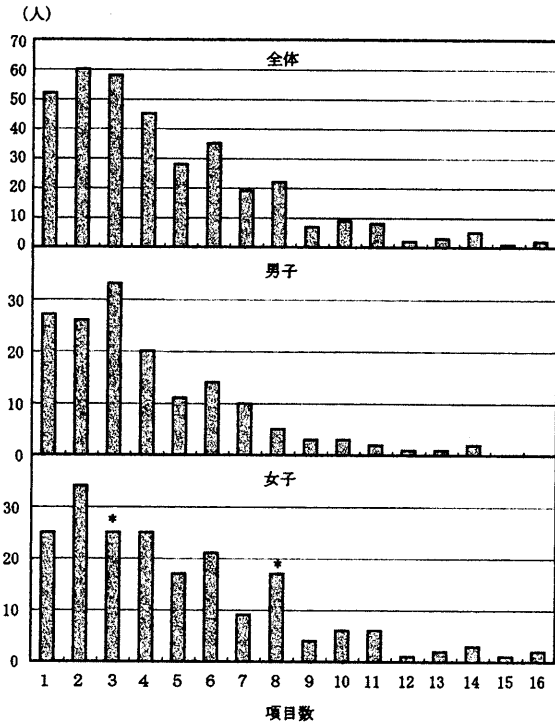


図13 「これからの和菓子に求めるもの」の選択項目数

(**) $p < 0.01$, * $p < 0.05$
 ※男女間の有意差は女子のバーに表示

男女の比較では、「日本の文化」で男子が有意に高かった ($p < 0.05$)。

6) 今後の和菓子に求められる要素

和菓子は嗜好性が低くないにも関わらず、喫食頻度

は洋菓子に比べて低い¹⁾。そこで、我が国の伝統であり重要な食文化である和菓子を伝承していくためにも、今後の和菓子に何が必要か回答してもらった(複数回答)。

男子では「日本らしさ」(57.8%)「安価」(55.9%)「見た目の美しさ」(52.9%)「おいしさ」(49.0%)「色の美しさ」(44.1%)「伝統」(43.1%)、女子では「見た目の美しさ」(76.7%)「日本らしさ」と「安価」(69.8%)、「低カロリー」(67.2%)「おいしさ」(63.8%)「食べる機会の増加」(58.6%)と続いた(図12)。

男女で比較すると、「見た目の美しさ」「食べる機会の増加」「低カロリー」「健康によい」については女子で有意に高く($p < 0.01 \sim 0.05$)、「現代的な要素」については男子が高かった($p < 0.05$)。

また、1人あたりの回答項目数は、男子は2項目が最も多く(16.5%)、次いで3項目、1項目という順であった(図13)。女子では、2項目(17.1%)が最も多く、次いで1項目、3項目および4項目(12.6項目)であった。10項目以上選択した人は男子が5%程度であったのに対し、女子は約10%であった。1人あたりの平均は男子3.90項目、女子4.86項目であり、女子は男子より約1項目多かった。

このことから、女子の方が和菓子の伝承には多くの条件が必要と考えていることが示唆された。

さらに、この中から「最も重視するもの」について

も回答してもらった（図14）。

最も多かったのは、男女とも「おいしさ」（男子15.7%、女子19.0%）であった。男子では次に「見た目の美しさ」（13.7%）「食べる機会の増加」（11.8%）「日本らしさ」（10.8%）と続き「安価」と「伝統」が同数（9.8%）であった。

女子では2番目に「食べる機会の増加」（12.1%）、「見た目の美しさ」（11.2%）、「安価」（10.3%）「日本らしさ」（7.8%）と続き、男女で順位に差異が見られた。

「食べる機会の増加」が男女で多かったことから、いま現在では和菓子を食べる機会は少なく、和菓子が疎遠な存在となっていることが伺える。さらに「安価」が上位にきており、和菓子には「値段が高い」というイメージがあると思われる。

これらのことから、値段を安くしたり、食べる機会を増加させたりすることが、和菓子離れを食い止めるきっかけの一つとなると考えられる。

4. まとめ

本研究では和菓子を利用した食育教材開発の一助として和菓子に着目し、大学生における食嗜好性とその要因について検討し、以下の結果をえた。

- (1) 和菓子と洋菓子の嗜好性について、嗜好性の高い者の割合は和菓子では91.7%、洋菓子では98.6%であり、和菓子の嗜好性は低くはなかった。
 - (2) 好きな理由を分類別にみた場合、和菓子・洋菓子とも「味」に関する項目が最も多く選択されていた。
 - (3) 洋菓子に比べて、和菓子はその色や形などを含む見た目の美しさが多くの人に好まれていた。また、女子と男子では、女子の方が菓子の外観を意識している人が多かった。
 - (4) 和菓子を嫌いな理由として、味以外に、食経験不足や欠如があげられた。このことから、和菓子文化の伝承と普及のためには、幼少の頃から和菓子に接する機会を増大する必要があることが示唆された。
 - (5) 和菓子の魅力について検討したところ、大学生は、和菓子のもつ「見た目の美しさ」に最も魅力を感じていることが明らかとなった。また、「色の美しさ」と答えた人は全体で4割以上おり、女子では半数以上の人が和菓子の色の美しさを魅力に感じていた。
- また、男子よりも女子の方が和菓子の魅力を多く挙げていることから、女子の方が和菓子への興味が強いと考えられる。男子は女子よりも「日本の文化」である点に魅力を感じていた。
- (6) 今後の和菓子に求められる要素として、「見た目の美しさ」が多く挙げられていた。和菓子にとって、見た目は非常に重要であると考えられる。
 - (7) 今後の和菓子に求められる要素について、「低カロリー」「健康によい」の項目に関しては、男子より

女子の方が割合が高く、女子の方が健康に対する意識が高く、それを菓子にも求めていると考えられる。

(8) 和菓子について、洋菓子との融合や現代的な要素を求める人よりも、日本らしさや伝統を求めるの方が圧倒的に多く、日本に昔からある和菓子の文化や伝統を守っていくことが望まれている。しかしながら、洋菓子との融合や現代的な要素、またおしゃれさを求める人が少なからずいることから、昔ながらの伝統のある和菓子を守りながらも、現代的な要素などを取り入れた新たな和菓子を作っていくことも念頭に入れておく必要がある。

本研究成果は、角田育（当時、静岡大学教育学部4年生）の尽力による。また、アンケート調査に御協力くださった静岡大学教育学部の方々に深謝致します。

本研究は平成19年度科学研究費補助金（課題番号：18700604）により行われたものである。

【参考文献】

- 1) 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）、第59号、pp.21-36（2008）に掲載予定
- 2) 吉村藤子・梶田武俊・亀山春・橋本慶子・加田静子・高木節子編集：『理論と実際の調理学辞典』、朝倉書店、p.75、p.491（1987）
- 3) 平宏和、芹澤正和、梶浦一郎、竹内昌昭、中井博康、香川達郎：『五訂増補日本食品標準成分表 準拠 食品図鑑』、女子栄養大学出版部、p.557（2006）
- 4) 山本侯充、今泉弘勝：『洋菓子・和菓子・デザート百菓事典』、東京堂出版、p.46、p.278（1997）
- 5) 渡辺長男、鈴木繁男、平尾裕之、小原哲二郎：『製菓事典』、朝倉書店、p.10、pp.2-14（1981）
- 6) 川端晶子、瀧上匠子：『おいしさの表現事典』、渡辺製本株式会社、p.277（2006）
- 7) 新しい食生活を考える会：『食品解説つき 新ビジュアル食品成分表 増補版』、大修館書店、p.202（2005）
- 8) 日本家政学会編集：『家政学事典』、朝倉書店、p.474（1990）
- 9) 日本調理科学会：『新版総合調理科学事典』、光生館、p.538（2006）