

和菓子の嗜好性および喫食状況に関する研究

A Study of Food Preference and Conditions of Use of Japanese-style Confections

村 上 陽 子

Yoko MURAKAMI

（平成20年10月6日受理）

1. はじめに

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。特にきんとんや練りきり、こなしに代表される茶席の和菓子は、①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る、②製法により干菓子、半生菓子、生菓子に分けられるなど形状やテクスチャーが多様である、③色、形、菓銘などで季節感を楽しむことができる、④油脂を使わないためカロリーが低い、⑤原材料として卵や小麦粉を使用しない、あるいはその量が少ないため、これらに起因する食物アレルギーの心配が少ないなど、他国の菓子には見られない優れた特徴をもつ。

しかし、洋菓子の普及とともに和菓子に対する関心が薄れ、特に若い世代の人々においては和菓子の喫食頻度が減少してきていると言われている。その一方で、健康に対する意識の高揚により、和菓子が注目され、見直されつつある。

そこで、本研究では、大学生を対象に、菓子、特に和菓子に注目してその嗜好性について検討した。これは、嗜好性や喫食状況から大学生の意識をはかり、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%、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。有意差の検定にはウィルコクソンの順位和検定、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。比較として、洋菓子、スナック菓子、せんべいを用いた。各菓子の定義についてはさまざまあるが^{1)～8)}、ここでは和菓子は

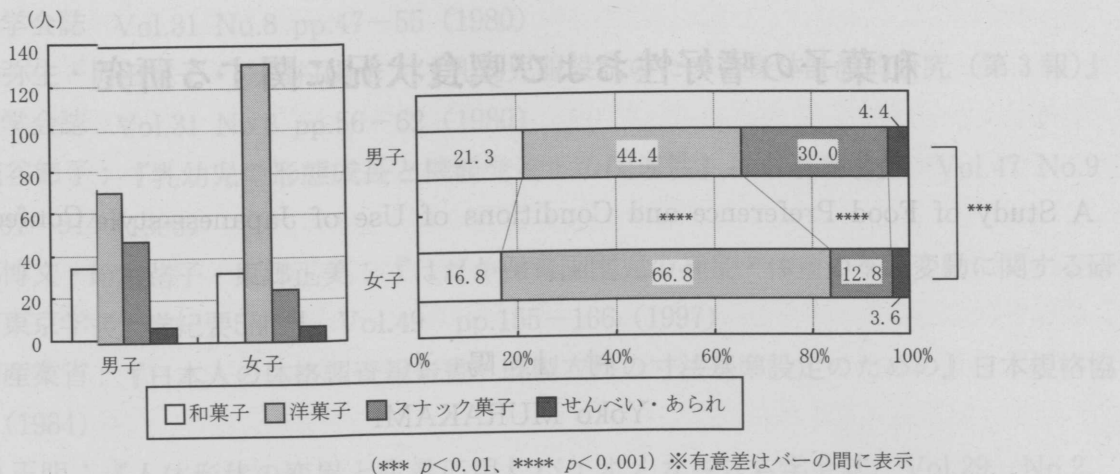


図1 嗜好性の高い菓子の種類

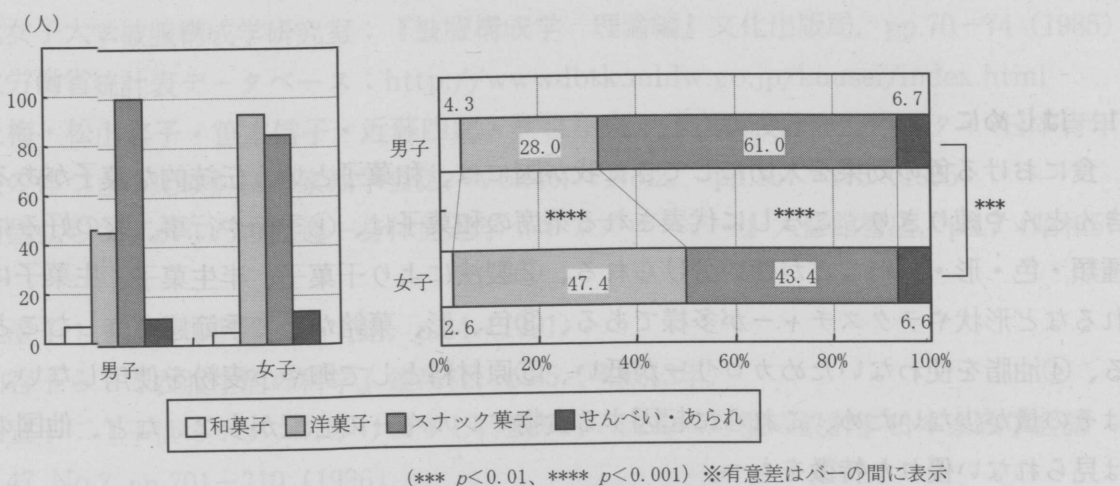


図2 喫食頻度の高い菓子の種類

「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」、スナック菓子は「ポテトチップスやポップコーンのような手軽に食べられる菓子」とした。尚、せんべいやあられは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別項目として設定した。

3. 結果および考察

1) 嗜好性の高い菓子と喫食頻度の高い菓子

(1) 嗜好性の高い菓子

大学生がどの菓子を好むのか、嗜好性の高い菓子の種類と順位を調べるために「和菓子」「洋菓子」「スナック菓子」「せんべい・あられ」の中から好きな順に番号をつけてもらった(図1)。

まず、男女間における嗜好性の傾向について検討したところ、有意差が認められた($p < 0.01$)。

男女別でみると、男子では「洋菓子」が1位であり(44.4%)、続いて「スナック菓子」(30.0%)、「和菓子」(21.3%)、「せんべい・あられ」(4.4%)という結果になった。「和菓子」の割合を他と比較すると、「洋菓子」($p < 0.001$)、「スナック菓子」($p < 0.01$)、「せんべい・あられ」($p < 0.001$)すべてにおいて有意差がみられた。

女子においても1位は「洋菓子」(66.8%)であったが、その割合は男子より顕著に高かった($p<0.001$)。次いで「和菓子」(16.8%)、「スナック菓子」(12.8%)「せんべい・あられ」(3.6%)と続いた。「和菓子」は、「洋菓子」($p<0.001$) および「せんべい・あられ」($p<0.001$)の間で有意差がみられた。

各菓子の嗜好性を男女間でみると、和菓子の嗜好性は男女間で有意差がなかったが、洋菓子およびスナック菓子の嗜好性は男女で異なり、洋菓子は女子、スナック菓子は男子が顕著に高く、男女間で有意差が見られた($p<0.001$)。

(2) 喫食頻度の高い菓子

次に、喫食頻度の高い菓子について検討したところ、男女間で喫食傾向に相違が認められた($p<0.01$) (図2)。

喫食頻度の最も高い菓子は、男子では「スナック菓子」(61.0%)であり、続いて「洋菓子」(28.0%)、「せんべい・あられ」(6.7%)、「和菓子」(4.3%)であった。「和菓子」は「洋菓子」($p<0.001$) および「スナック菓子」($p<0.001$)と比べて有意に低かった。

女子では「洋菓子」の喫食頻度が最も高く(47.4%)、次いで「スナック菓子」(43.4%)、「せんべい・あられ」(6.6%)、「和菓子」(2.6%)という順になった。「和菓子」は、「洋菓子」($p<0.001$)、「スナック菓子」($p<0.001$)、「せんべい・あられ」($p<0.1$)のいずれと比べても低い割合だった。

喫食頻度を男女間で比較すると、洋菓子は女子、スナック菓子は男子の方が喫食頻度が高く($p<0.001$)、嗜好性と同じ結果が得られた。

(1)(2)の結果から、男子では嗜好性については洋菓子、喫食頻度についてはスナック菓子が最も高く、女子では嗜好性・喫食頻度とも洋菓子が最も高かったことから、男女で相違があることが明らかとなった。和菓子の嗜好性は男女とも低くはなかったものの、喫食頻度では下位にあげられることが多く、「和菓子は好きだが、食べる機会がない」ことが示唆された。

2) 嗜好性と喫食行動との関係

菓子の嗜好性と喫食頻度(喫食行動)との関係について検討した(図3)。

(1) 和菓子

男子では、和菓子を「一番好き」と答えたのは164人中35人であった。そのうち、和菓子を「一番よく食べる」と答えたのは4人(11.4%)であり、「一番食べない」が8人(22.9%)であった。和菓子を「一番好きではない」と答えたのは37人であり、その全員が和菓子を「一番食べない」と答えた。

女子では、和菓子を「一番好き」と答えたのは199人中33人であり、そのうち、和菓子を「一番よく食べる」と答えたのは5人(15.2%)、「一番食べない」が9人(27.3%)であった。和菓子を「一番好きではない」と答えたのは57人であり、51人(89.5%)が和菓子を「一番食べない」菓子であると答えた。「一番よく食べる」と答えた人はいなかった。

つまり、和菓子においては、嗜好性・喫食頻度ともに最も高かったのは男子11%、女子15%であり、嗜好性が高くて喫食頻度が低いという割合がその約2倍高いという結果となった。反対に嗜好性・喫食頻度ともに最も低かったのは男子100%、女子90%であり($p<0.05$)、嗜好性の低い人は喫食頻度も低いことが明らかとなった。

(2) 洋菓子

男子で洋菓子を「一番好き」と答えたのは164人中71人であった。そのうち、洋菓子を「一番よく食べる」人が33人（46.5%）であり約半数を占めた。「一番食べない」と答えた人は2人であった。洋菓子を「一番好きではない」と答えた8人のうち、洋菓子を「一番食べる」人はおらず、「一番食べない」が2人であった。

女子では、洋菓子を「一番好き」と答えたのは199人中131人であり、その中で洋菓子を「一番よく食べる」と答えたのは74人（56.5%）と過半数を超えており、「一番食べない」人はわずか2人であった。洋菓子を「一番好きではない」と答えたのは8人であったが、「一番よく食べる」が2人で、「一番食べない」はいなかった。

洋菓子においては、嗜好性・喫食頻度ともに最も高かったのは男子47%、女子57%であり、和菓子と比較した場合、男女ともその割合が高かった ($p < 0.001$)。嗜好性・喫食頻度ともに最も低かったのは男子25%、女子0%であり、和菓子と比較して男女とも有意に低かった ($p < 0.001$)。

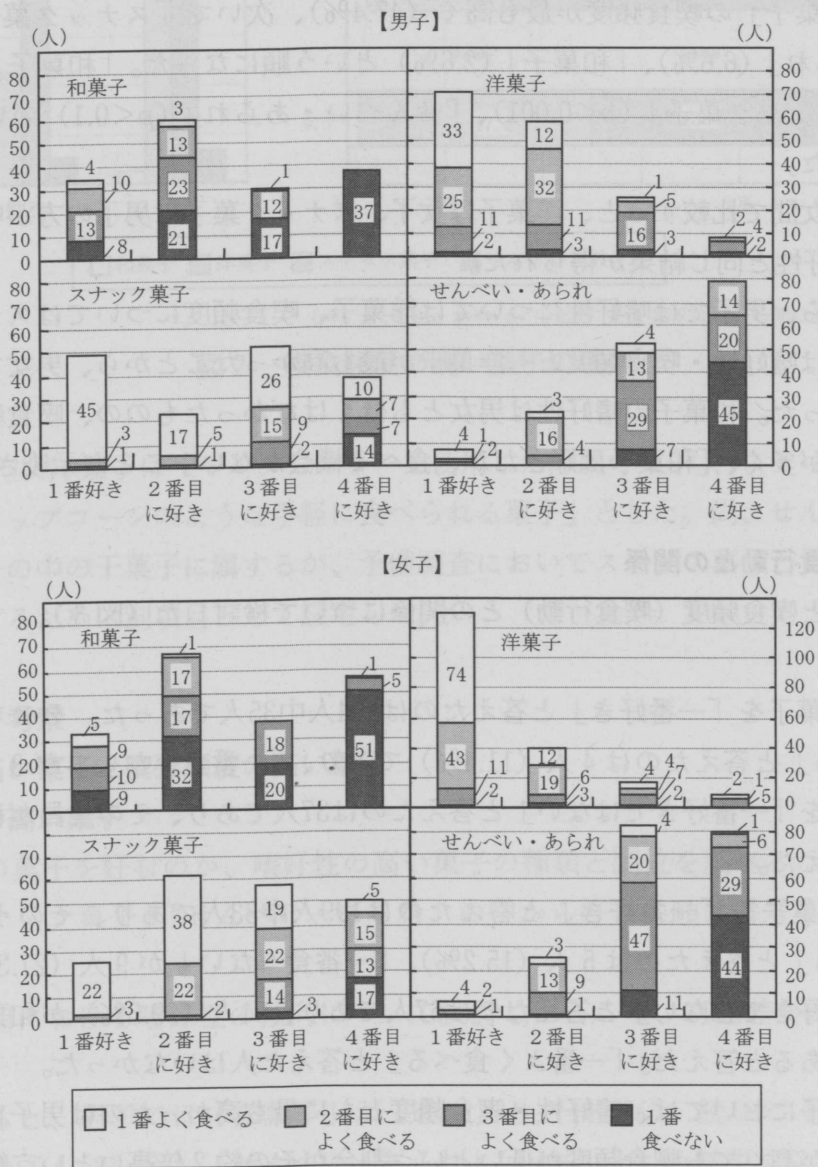


図3 菓子の嗜好性と喫食行動の関係

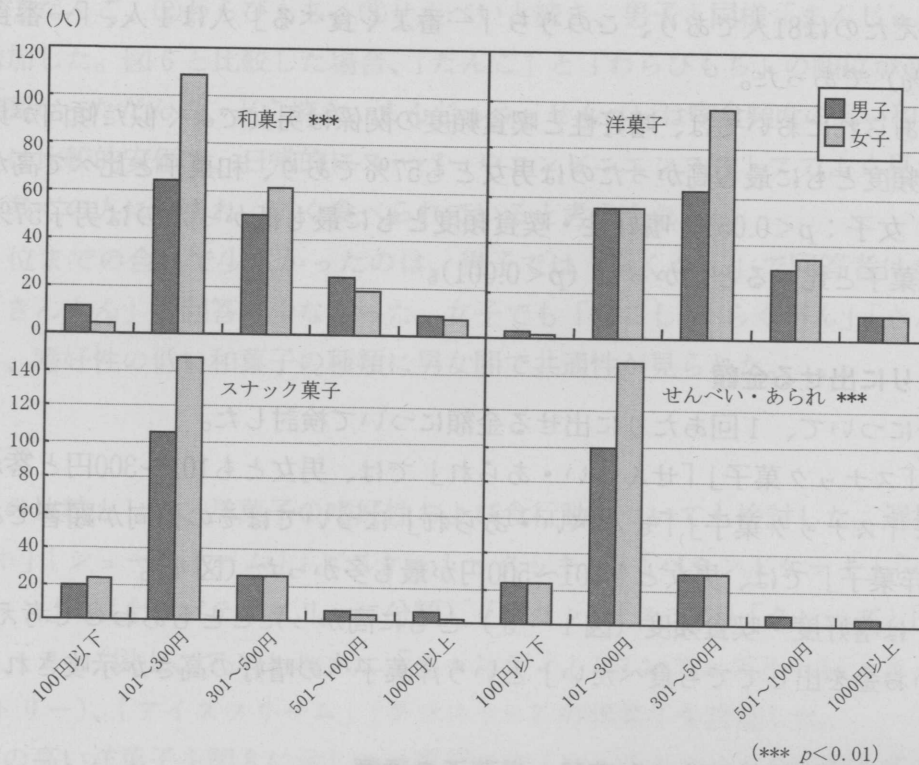


図4 購入時1回あたりに出せる金額

(3) スナック菓子

男子でスナック菓子を「一番好き」と答えたのは164人中49人であり、そのうちスナック菓子を「一番よく食べる」人は45人(91.8%)であり、「一番食べない」人は1人であった。スナック菓子を「一番好きではない」と答えた38人のうち、スナック菓子を「一番食べる」人は10人、「一番食べない」が14人であった。

女子で「一番好き」と答えたのは199人中25人であり、このうち「一番よく食べる」と答えたのは22人、残り3人は2番目と答えた。スナック菓子を「一番好きではない」と答えた50人のうち「一番よく食べる」と答えた人は5人、「一番食べない」が17人であった。

スナック菓子においては、嗜好性・喫食頻度ともに最も高かったのは男子92%、女子88%とほぼ9割が嗜好性と喫食頻度が一致しており、和菓子と比較して顕著に高かった(男女とも $p < 0.001$)。嗜好性・喫食頻度ともに最も低かったのは男子37%、女子34%であり(男女間で有意差なし)、和菓子と比較して低かった($p < 0.001$)。

また、スナック菓子は、嗜好性が低いにも関わらず喫食頻度が高い人の割合について、男女で有意差がみられ($p < 0.05$)、他の菓子には見られない特徴であった。これはスナック菓子の値段が他と比べて比較的安く、手軽に食べられるということが要因の一つであると考えられる。

(4) せんべい・あられ

せんべい・あられについて、男子では「一番好き」と答えたのは164人中7人であり、うち4人が「一番よく食べる」と答えた。「一番食べない」と答えた人はいなかった。せんべい・あられを「一番好きではない」と答えたのは79人であり、このうち「一番食べる」人はおらず、「一番食べない」が45人(57.0%)であった。

女子では、「一番好き」と答えたのは199人中7人であり、このうち「一番よく食べる」と答えたのは4人、「一番食べない」と答えた人はいなかった。せんべい・あられを「一番好きで

はない」と答えたのは81人であり、このうち「一番よく食べる」人は1人、「一番食べない」は44人(54.3%)であった。

せんべい・あられにおいては、嗜好性と喫食頻度の関係は男女でよく似た傾向が見られた。嗜好性・喫食頻度ともに最も高かったのは男女とも57%であり、和菓子と比べて高かった(男子： $p<0.01$ 、女子： $p<0.05$)。嗜好性・喫食頻度ともに最も低かったのは男子57%、女子54%であり、和菓子と比べると低かった($p<0.001$)。

3) 一回あたりに出せる金額

4つの菓子について、1回あたりに出せる金額について検討した。

「和菓子」「スナック菓子」「せんべい・あられ」では、男女とも101～300円と答える人が最も多く、特に「スナック菓子」「せんべい・あられ」についてはその傾向が顕著であった。これに対し、「洋菓子」では、男女とも301～500円が最も多かった(図4)。

「洋菓子」は嗜好度・喫食頻度(図1～3)ともに高かったこともあわせて考えると、「洋菓子なら高いお金を出してでも食べたい」という洋菓子への嗜好の高さが示唆された。

4) 喫食頻度および嗜好性の高い和菓子・洋菓子の種類

(1) 和菓子

和菓子は製造方法や材料により、さまざまに分類される³⁾⁻⁶⁾。和菓子の嗜好性および食行動を探るために、喫食頻度の高いものを答えてもらった(複数回答)。選択肢には、干菓子として「せんべい」「らくがん」「おこし」、半生菓子として「もなか」「ようかん」、生菓子として「わらびもち」「大福」「おはぎ」「だんご」「桜もち」「くずもち」「ういろう」「まんじゅう」「金つば」「どら焼き」「きんとん」「練りきり」、その他として「みつ豆」を設定した。ようかんはその種類により生菓子にも半生菓子にも分類されるが、ようかんの主流となっているのが練りようかんであるため、今回は半生菓子に分類した。

さらに、これら和菓子の中で、嗜好性の高い和菓子を調べるために、好きなもの上位5つに順位をつけてもらった。

喫食頻度の高い和菓子として回答が多かった種類は男女で共通しており、だんご、まんじゅう、どら焼き、せんべい、大福、わらびもち、おはぎ、ようかんなどであった(図5)。

男子では「だんご」が最も高く(約7割)、次いで②まんじゅう、③どら焼き、④せんべいと続き、これらは半数以上が「よく食べる菓子」として挙げた。女子でも男子同様、「だんご」が最も多く(約6割)、②せんべい、③まんじゅう、④大福と続き、2位以降は男子とは順位に違いがみられた。

次に、嗜好性の高い和菓子の種類について検討した(図6、7)。

1番好きな和菓子として、男子では①だんご、②せんべい、③わらびもち、④大福と続いた(図6)。女子では、①わらびもち、②せんべい、③だんご、④大福と続いた。男子と女子では、好きな和菓子の種類と順位に相違がみられた。

1位～5位までの合計を見ると、男女ともに「だんご」が最も多かった(図7)。男子では次いで②どら焼き、③大福と続いた。図6と比較した場合、「まんじゅう」と「どら焼き」の選択数が顕著に増加しており、これらは1位には選ばれないものの嗜好性が高いことを示している。

女子では①だんご、②わらびもち、③せんべいと続き、男子と同様「まんじゅう」と「どら焼き」が増加した。図6と比較した場合、「だんご」と「わらびもち」の順位が逆転していた。

嗜好性が高かっただんご、どら焼き、まんじゅう、せんべいは喫食頻度の高い和菓子でもあった。これらは比較的安価で、日常的にスーパーやコンビニエンスストアでよく見かけるものであるため、多くの人に好まれ、よく食べられていると考えられる。

1位～5位までの合計で少なかったのは、男子では「らくがん」で回答者は全くおらず、「おこし」「きんとん」の回答も少なかった。女子でも「おこし」「らくがん」「きんとん」の回答が少なく、嗜好性の低い和菓子の種類に男女間で共通性が見られた。

(2) 洋菓子

和菓子との比較として、洋菓子の嗜好性および食行動についても検討した。選択肢には「パイ」「ケーキ」「シュークリーム」「ビスケット・クッキー」「パウンドケーキ」「バウムクーヘン」「マカロン」(以上、パティスリーに分類)、「プリン」「スフレ」「クレープ」「ゼリー」「パバロア・ムース」(以上、アントルメ)、「キャンディ」(コンフィズリー)、「チョコレート」(ショコラトリー)、「アイスクリーム」(グラスリー)の洋菓子を設定した。

喫食頻度の高い洋菓子を図8に示した。男子では「アイスクリーム」が最も多く、約8割の人がよく食べると回答した。次いで②プリン、③シュークリームおよびチョコレート、⑤ビスケット・クッキーと続き、これらは半数以上の者が喫食頻度が高い洋菓子として挙げていた。

女子では、「チョコレート」が最も多く、次いで「アイスクリーム」であり、共に約8割の人がよく食べると回答した。続いて③ビスケット・クッキー、④プリン、⑤ケーキ、⑥キャンディ、⑦ゼリーと続いた。いずれも過半数の者がよく食べる菓子として挙げていた。

50%以上の人が「喫食頻度が高い」とした菓子の種類を和菓子と洋菓子で比べると、洋菓子の方が多く、洋菓子の方が親しみやすいものが多いことが示唆された。

嗜好性の高い洋菓子は、男子では①アイスクリーム、②プリン、③チョコレート、④ケーキ、⑤シュークリームであった(図9)。女子では①チョコレート、②ケーキ、③アイスクリーム、④プリンと続き、この4種類で約8割を占めた。

1位～5位までの合計で最も多かったのは(図10)、男女とも「チョコレート」であった。2位以降は、男子では②シュークリーム、③アイス、④プリン、女子では②ケーキ、③アイスクリーム、④プリンと続き、男女で差が見られた。

洋菓子においても、スーパーやコンビニエンスストアで入手しやすいチョコレート、アイスクリーム、キャンディ、ビスケット、クッキー、プリン等の喫食頻度が高いといえる。

1位～5位の合計で最も少なかったのは、男子では「マカロン」であり、「スフレ」「パウンドケーキ」も少なかった。女子では「スフレ」が最も少なく、次いで「マカロン」「パウンドケーキ」と続き、順位に差はあったものの、嗜好性の低い種類に共通性がみられた。

5) 購入方法(購入者)および購入場所

大学生が和菓子や洋菓子をどのような方法で購入しているのか、また、どこで購入しているのかを検討した。回答はあてはまるものをすべて答えてもらった(複数回答)。

(1) 和菓子

和菓子の購入方法(図11)について、男女とも「家族が買う」が最も多かった(80～93%)。

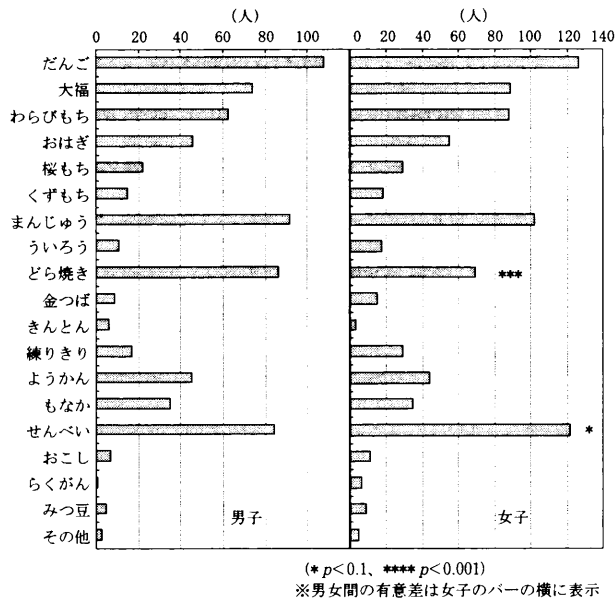


図5 喫食頻度の高い和菓子(複数回答)

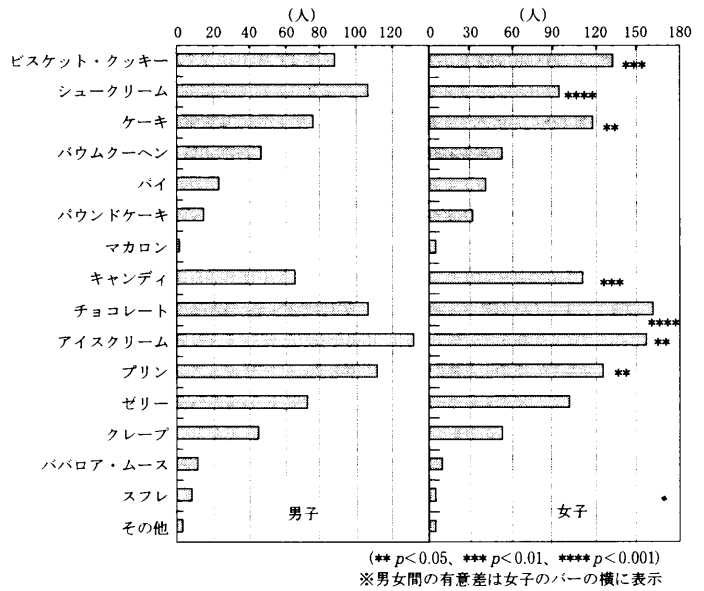


図8 喫食頻度の高い洋菓子(複数回答)

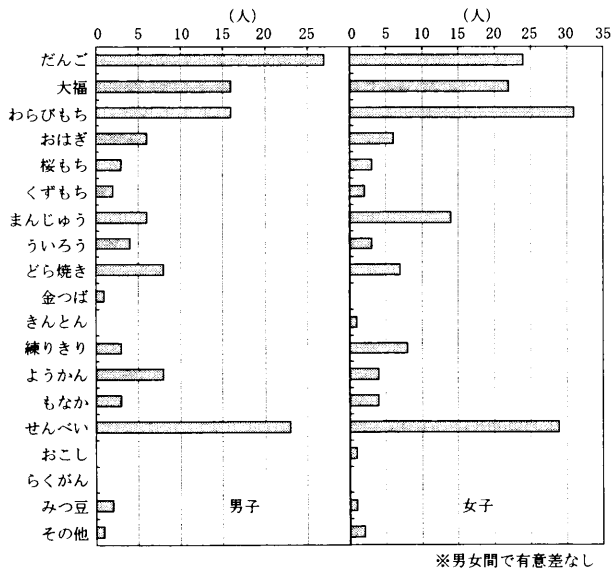


図6 嗜好性の高い和菓子(1位)
(男子129人、女子162人回答)

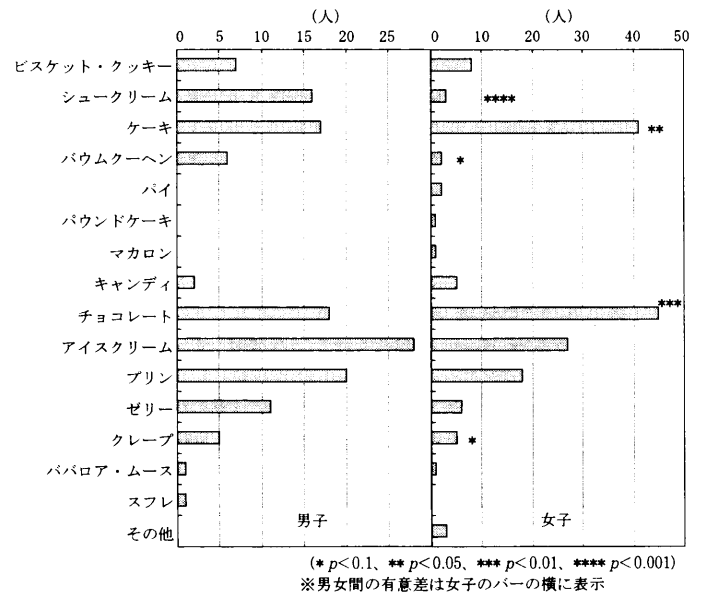


図9 嗜好性の高い洋菓子(1位)
(男子132人、女子168人回答)

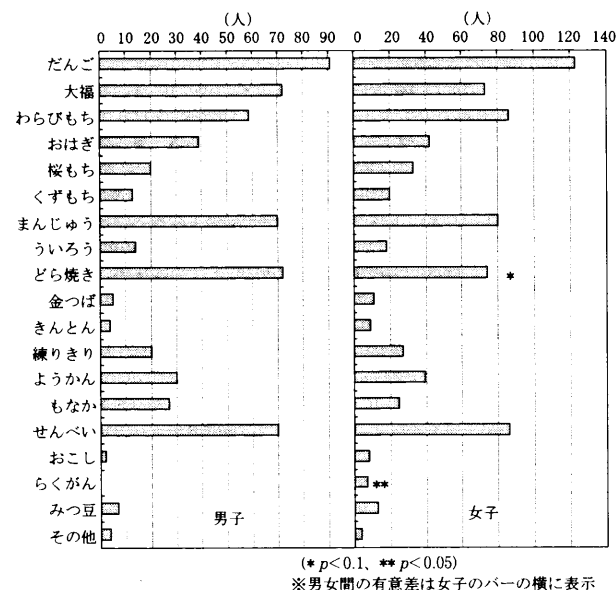


図7 嗜好性の高い和菓子(1~5位の合計)

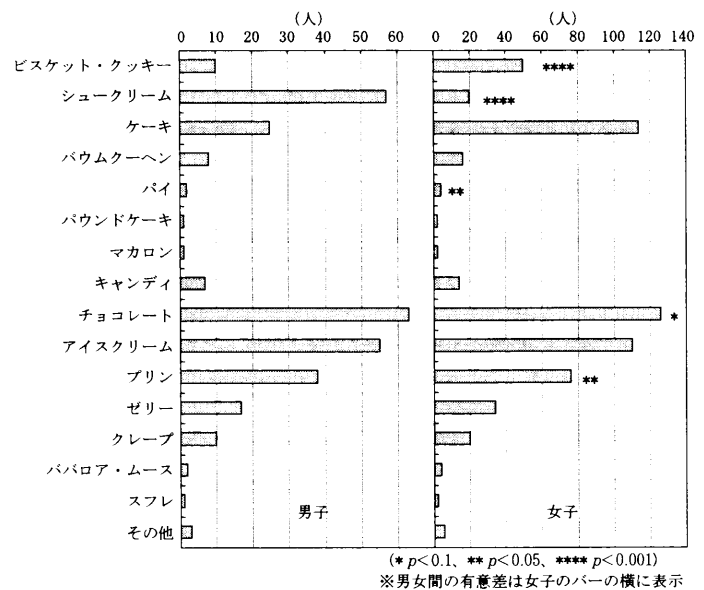


図10 嗜好性の高い洋菓子(1~5位の合計)

次いで男女とも約6割が「自分で買う」と答え、「親戚からもらう」が続いた。男女間で有意差があったのは、「家族が買う」「行事でもらう」「友人が買う」(以上すべて $p < 0.001$)、「親戚からもらう」($p < 0.01$)であった。

購入場所(図12)について、男女とも「スーパー」が最も多く(男子58.5%、女子64.3%)、次いで「和菓子専門店」(男子48.8%、女子63.3%)であり、後者は男女間で相違が見られた($p < 0.01$)。男女間で順位は同じであったが、女子の方が「スーパー」と「和菓子専門店」の利用者の差が小さく、また利用割合も高かった。次いで、男子では「コンビニ」(33.5%)、「デパート」(28.7%)と続いた。女子では「デパート」(43.2%)、「コンビニ」(28.6%)であり、デパートの利用者率に男女で違いがみられた($p < 0.01$)。

(2) 洋菓子

洋菓子における購入方法(図11)であるが、男女間で購入方法の傾向に差が見られた($p < 0.05$)。男子で最も多かったのは「自分で買う」(81.7%)であり、続いて「家族が買う」が(77.4%)であったのに対し、女子では「家族が買う」が最も多く(93.5%)、次いで「自分で買う」(87.9%)であり、いずれも女子の方が高かった。それ以降は男女とも「親戚からもら

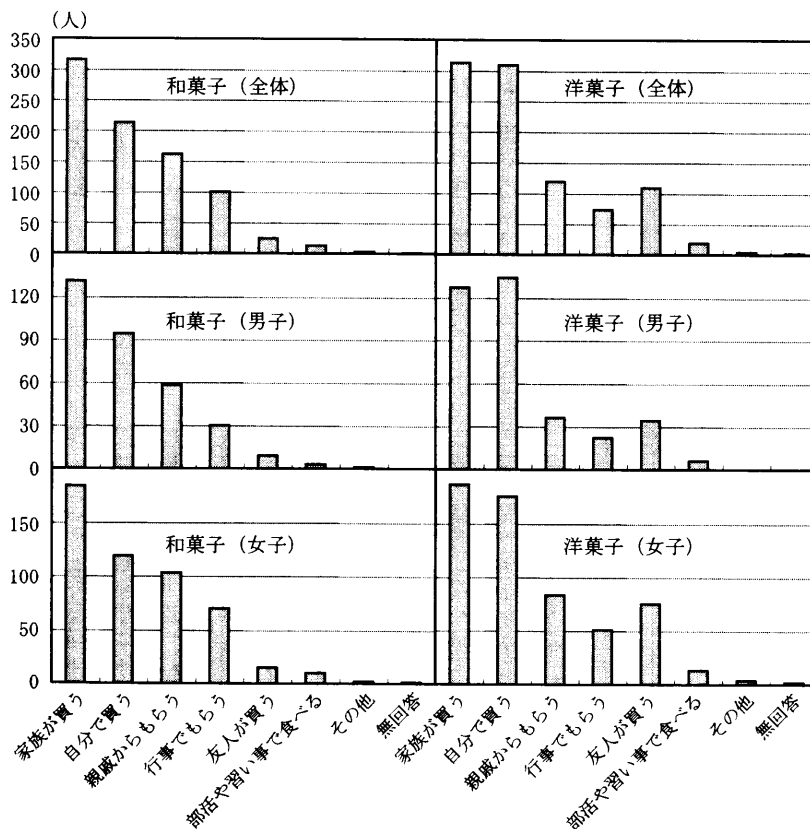


図11 和菓子および洋菓子の購入方法(複数回答)

表1 購入方法における和菓子および洋菓子の相違(男女別)

種類	購入方法						
	家族が買う	自分で買う	親戚からもらう	行事でもらう	友人が買う	部活や習い事で食べる	その他
男子	ns	****	***	ns	****	ns	ns
女子	ns	****	**	**	****	ns	ns

※男子(または女子)について、和菓子と洋菓子の購入方法に相違があるか調べた。
(* $p < 0.1$ 、** $p < 0.05$ 、*** $p < 0.01$ 、**** $p < 0.001$)

う」「友人が買う」「行事でもらう」と続いた。また、男女間で差があったのは「家族が買う」「親戚からもらう」「友人が買う」(以上すべて $p < 0.001$)、「行事でもらう」($p < 0.01$)、「自分で買う」($p < 0.1$)であった。

購入場所(図12)について、その傾向に男女で相違が見られた($p < 0.05$)。男子では「スーパー」が最も多く(67.1%)、次いで「コンビニ」(61.6%)、「洋菓子専門店」(40.9%)、「デパート」(34.1%)であった。女子は男子と同じく「スーパー」が最も多かったが(70.9%)、ほぼ同数で「洋菓子専門店」(70.4%)が続いた。以下、「コンビニ」、「デパート」という順であった。男女間で有意差があったのは「専門店」($p < 0.001$)、「デパート」($p < 0.01$)、「通信販売」($p < 0.01$)であった。

さらに、和菓子と洋菓子の購入方法を男女別に検討すると(表1)、男子では「自分で買う」「友人が買う」(以上すべて $p < 0.001$)、「親戚からもらう」($p < 0.01$)、女子では「自分で買う」「友人が買う」(以上すべて $p < 0.001$)、「親戚からもらう」および「行事でもらう」($p < 0.05$)で有意差が見られた。

同様に購入場所を比較すると(表2)、男女ともに「コンビニ」($p < 0.001$)、「生協」($p < 0.001$)、「通信販売」($p < 0.1$)において、和菓子と洋菓子に相違がみられた。

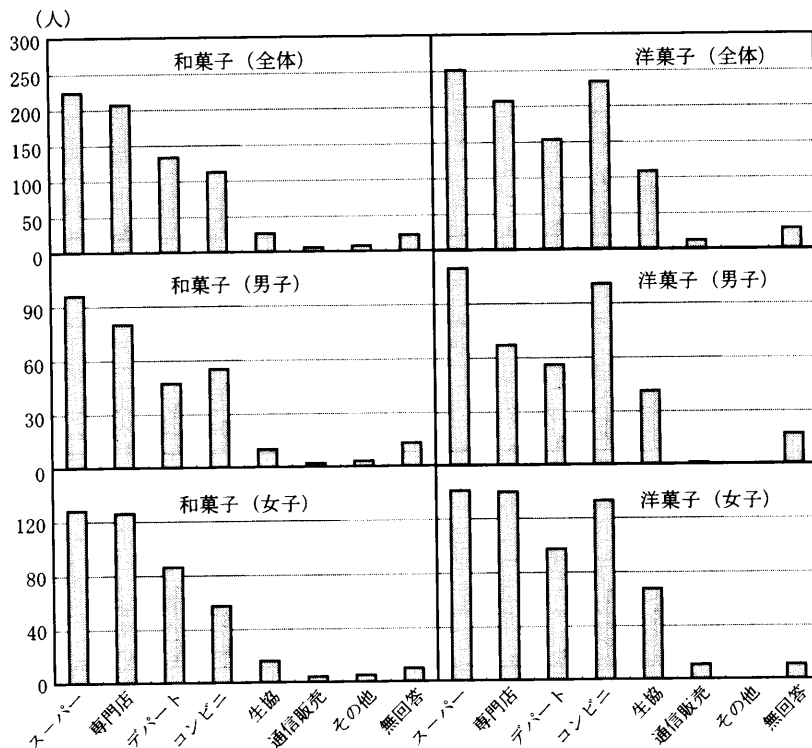


図12 和菓子および洋菓子の購入場所(複数回答)

表2 購入場所における和菓子および洋菓子の相違(男女別)

種類	購入場所						
	スーパー	専門店	デパート	コンビニ	生協	通信販売	その他
男子	ns	ns	ns	****	****	*	ns
女子	ns	ns	ns	****	****	*	**

※男子(または女子)について、和菓子と洋菓子の購入場所に相違があるか調べた。

(* $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$, **** $p < 0.001$)

(3) まとめ

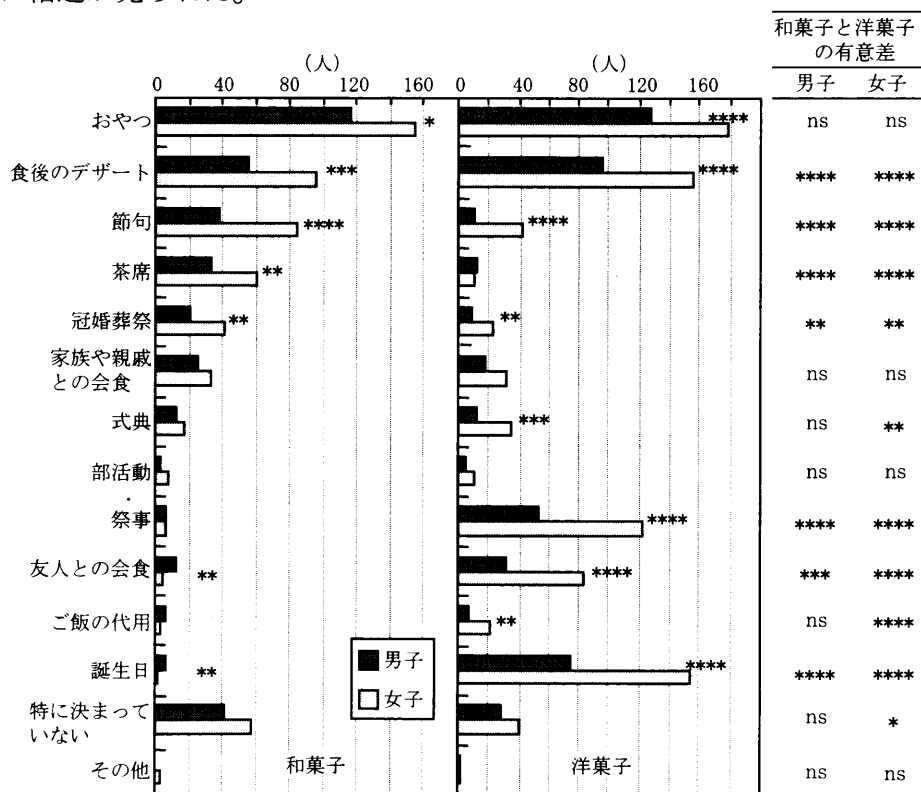
購入方法について、和菓子では「家族が買う」と答えた人が圧倒的に多かったのに対し、洋菓子では「家族を買う」と「自分で買う」と答える割合が男女とも8割を超えていた。「自分で買う」については、男女とも和菓子より洋菓子の方が著しく高かった ($p < 0.001$)。このことから、洋菓子は食べたくなったら自分で買うなど積極的な姿勢が伺える。一方、和菓子では「親戚からもらう」という回答が洋菓子に比べて多く (男子 $p < 0.01$ 、女子 $p < 0.05$)、どちらかというとな誰か他の人からもらったときに食べるものという消極的な様子がみられる。また、和菓子においても洋菓子においても、女子の方が「家族が買う」 ($p < 0.001$)、「自分で買う」 ($p < 0.1$) 割合が男子に比べて高かった。

購入場所に関しては、和菓子も洋菓子もスーパーが最も多く利用されていた。洋菓子に関してはコンビニエンスストアが多く利用されており、和菓子に比べて顕著に高かった (男女とも $p < 0.001$)。コンビニエンスストアで手軽に購入できることが、洋菓子を「自分で買う」と答えた人が多い要因の一つではないかと考えられる。また、和菓子・洋菓子とも各専門店の利用率が女子の方が高いことから (和菓子: $p < 0.01$ 、洋菓子: $p < 0.001$)、女子の方がより専門嗜好があると推測される。

6) 喫食の機会

和菓子や洋菓子をどんなときに食べているのか検討した (図13)。回答は該当するものすべてを答えてもらう複数回答とした。喫食の機会については、期間を限定せず回答してもらった。

まず、和菓子であるが、男女とも「おやつ」において最も多く食べると答えた (男子70.7%、女子77.9%)。男子は「おやつ」に続き、②食後のデザート、③特に決まっていない、④節句、⑤茶席であり、女子では②食後のデザート、③節句、④茶席、⑤特に決まっていないと続き、両方で順位に相違が見られた。



(* $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$, **** $p < 0.001$)
 ※各菓子における男女間の有意差はパーの間に表示

図13 和菓子と洋菓子の喫食機会 (複数回答)



(* p<0.1, ** p<0.05, *** p<0.01) ※有意差はバーの間に表示

図14 菓子の喫食頻度

洋菓子で最も多かったのは、和菓子同様「おやつ」であり（男子78.0%、女子89.9%）、その割合は和菓子より多かった。2位以降をみると、男女とも上位の順位が同じであり、②食後のデザート、③誕生日、④祭事、⑤友人との会食であった。順位は男女で同じであったが、全体的に女子の方がその割合が高かった (p<0.001)。

和菓子と洋菓子とを比べると、「食後のデザート」「祭事」「友人との会食」「誕生日」については洋菓子が顕著に多く (p<0.001)、反対に「節句」「茶席」「冠婚葬祭」については和菓子が多かった (p<0.01~0.001)。このことから、和菓子は日本の伝統に関わる何かがあるときに食べられていると推測される。

「家族との会食」と「友人との会食」をあわせると、和菓子は20.4%、洋菓子は45.2%であり、洋菓子は和菓子の約2倍であった。このことから、人との会食では、和菓子よりも洋菓子が多く食べられていることが分かる。ただし、「家族との会食」は、洋菓子よりも和菓子の方が若干高かったのに対し、「友人との会食」は和菓子よりも洋菓子が圧倒的に高かった (p<0.01~0.001)。和菓子は友人同士で食べることは少なく、家族と食べることの方が多く、反対に洋菓子は家族よりも友人と食べる人が多いことが明らかとなった。

7) 和菓子・洋菓子・スナック菓子の喫食頻度・喫食場所

和菓子、洋菓子、スナック菓子について、どのくらいの頻度で、またどこで食べているのか喫食頻度および喫食場所を検討した (図14)。

(1) 喫食頻度

まず、和菓子であるが、男女ともに「月に数回」が最も多く (43~53%)、次いで「年に数回」、「週に1回」と続いた。「毎日」は皆無に等しく、「週に2~6回」をあわせて考えると、日常的に食べている人は1割に満たなかった。また、「まったく食べない」という人は男子で2.4%、女子で1.5%いた。

次に、洋菓子であるが、男子では「月に数回」が最も多く、「週に2~6回」「週に1回」と

続いた。女子では「週に2～6回」が最も多く、次いで「月に数回」「週に1回」「毎日」と続き、「まったく食べない」という人はいなかった。「毎日」と「週に2～6回」をあわせると男子33.5%、女子51.7%であり、男女で差が見られた ($p<0.001$)。また、和菓子に比べると、その割合は顕著に高かった (男女とも $p<0.001$)。

スナック菓子については、男女とも喫食頻度の順位が同じであり、約40%が「週に2～6回」と答えており、「週に1回」「月に数回」と続いた。「毎日食べる」は3～7%おり、他の菓子より高かった。「毎日」と「週に2～6回」をあわせると男子40.2%、女子46.7%であり、和菓子より喫食頻度が高かった (男女とも $p<0.001$)。

この結果からも、和菓子を食べる機会が他の菓子に比べて非常に少ないことが明らかとなった。1番食べる機会が多いのはスナック菓子であり、安価であり身近なスーパー、コンビニエンスストアなどで購入できることなどから、普段気軽に食べる菓子として多くの人に受け入れられていると思われる。また、洋菓子ではその割合が他の菓子に比べて男女差が大きく、女子が洋菓子を非常に好むということが明らかとなった。

和菓子の喫食については、居住地域も影響があると考えられる。和菓子屋の軒数について、日本三大和菓子どころと呼ばれる京都、金沢、松江と比較した (平成18年度)。それぞれ人口100万人あたりの店舗数は京都市454軒、金沢市は406軒、松江市は216軒、静岡市は180軒であった。静岡市は人口の割には和菓子屋が少ないことが明らかとなった⁹⁾⁻¹³⁾。

また、平成18年度における「ようかん、まんじゅうを除く他の和生菓子の1世帯当たりの年間の支出金額」は、京都市では13,768円、金沢市では16,880円、松江市では15,386円、静岡市

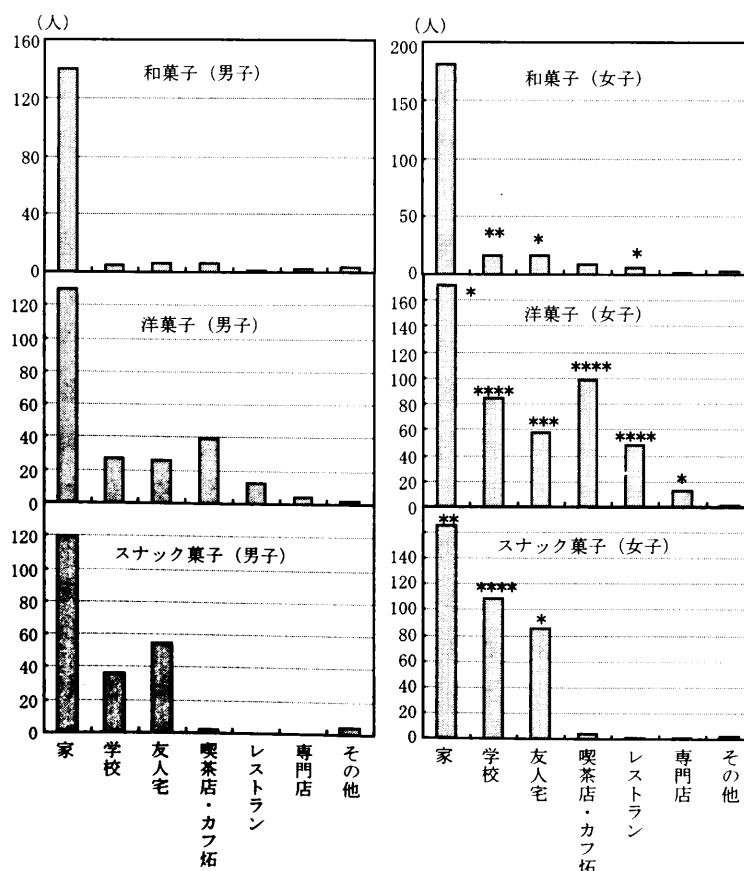


図15 各菓子類の喫食場所 (複数回答)

(* $p<0.1$ 、** $p<0.05$ 、*** $p<0.01$ 、**** $p<0.001$)

※各菓子における男女間の有意差は、女子のバーの上に表示

では8,721円であった¹⁴⁾。静岡市は他の地域の約半分あるいは2/3程度という結果であり、日本三大和菓子どころと言われる地域とくらべると支出が少ないといえる。

つまり、静岡市は京都・金沢・松江のような和菓子が有名な地域とくらべると、和菓子屋の数が少なく、人々が和菓子に触れることのできる機会は少ないと考えられる。

和菓子への関心が薄れつつある今、特に静岡市のような和菓子の文化があまり発展していない地域で、人々がもっと和菓子に関心が持つことができるように和菓子と触れる機会を増やすことは、食文化の伝承という意味でも非常に重要な意味をもつといえる。

(2) 喫食場所

喫食場所について(図15)、和菓子においては、男女ともそのほとんどが「家」で食べられていた(男女で有意差なし)。「学校」($p < 0.05$)、「レストラン」($p < 0.1$)において男女で有意差がみられたが、回答数は非常に少なかった。

スナック菓子は「家」「学校」「友人宅」が主な喫食場所であった。

洋菓子では「家」の他、「喫茶店・カフェ」「学校」の他にも「友人宅」「レストラン」などの回答が続き、さまざまな場所で食べられている様子が伺える。また、女子の約半数が「学校」「喫茶店・カフェ」「友人宅」などでも喫食するとしており、男女で有意差がみられた($p < 0.01 \sim 0.001$)。男子でも約2割の者が、同場所で喫食するとしている。洋菓子では、他の2つの菓子にはあまり見られない「喫茶店・カフェ」の回答が多かった($p < 0.001$)。

また、和菓子と洋菓子の喫食場所で差があったのは、男子では「学校」「友人宅」「喫茶店・カフェ」(以上すべて $p < 0.001$)、「レストラン」($p < 0.01$)であった。女子においては、それに加えて「専門店」で有意差が見られた($p < 0.01$)。

同様に、男子において和菓子とスナック菓子について比較したところ、「家」($p < 0.01$)、「学校」および「友人宅」($p < 0.001$)で顕著な差がみられた。女子についてもほぼ同様であった。

和菓子に関しては、「家」以外の場所で接点が少ないことが問題として考えられる。

4. 要約

近年、核家族化、ひとり親家族、共働き家庭の増加など家族形態の多様化している¹⁵⁾。それに伴い、子どもたちのこ食(孤食、個食、固食、粉食、小食、濃食)が問題となっている。また、食品の加工・保存技術の発達により、加工食品が多様化・多用化するなど食生活の在り方が著しく変化している。このような食事形態がもたらす影響の一つとして、食事内容について保護者の目が届きにくいことや、おやつとして菓子を手軽に入手し(あるいは買い与え)、それを制限なく喫食していることが推測される。

本研究で対象となった大学生についても、幼い頃からコンビニエンスストアやスーパーマーケットなどの菓子を利用してきた可能性が高い。さらに、大学生活を送るにあたり、一人暮らしをはじめた学生も多く、菓子を食事がわりにしている者もいると考えられる。

これまで、地方の特産菓子についての調査は行われている¹⁶⁾が、菓子や嗜好食品に関する調査はほとんどなく、菓子の消費実態についての調査はその対象が女子大生に限定されており¹⁷⁾、同世代の男性を対象を含めた研究はない。また、和菓子に対する食嗜好性や喫食状況についてはほとんど研究が行われていない。

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、和菓子に注目して大学生における菓子の嗜好性について検討し、以下の結果を得た。

- (1) 菓子の嗜好性について、男女とも「洋菓子」への嗜好性が非常に高く、特に女子ではその傾向が顕著であった ($p < 0.001$)。さらに、「洋菓子」は嗜好性、喫食頻度ともに高い菓子といえる。また、女子では「洋菓子」が特に好まれていたが、男子では「スナック菓子」への嗜好も高かった。「和菓子」への嗜好は男女とも低くはなかったものの、喫食頻度では下位にあげられることが多く、「和菓子」は好きだが食べる機会がないことが明らかとなった。
- (2) 菓子の嗜好性と喫食頻度の関係について、「和菓子」「洋菓子」「スナック菓子」「せんべい・あられ」で特徴が異なり、顕著な相違がみられた。
- (3) 嗜好性・喫食頻度の高い菓子の種類について、和菓子ではだんご、どら焼き、まんじゅう、せんべい、洋菓子ではチョコレート、アイスクリーム、キャンディ、ビスケット・クッキー、プリンなどが、嗜好性・喫食頻度ともに高かった。
- (4) 購入方法について、和菓子では「家族が買う」と答えた人が圧倒的に多かったのに対し、洋菓子では「家族を買う」と「自分で買う」と答える割合が男女とも8割を超えていた。和菓子では「親戚からもらう」が洋菓子に比べて多く (男子 $p < 0.01$ 、女子 $p < 0.05$)、誰か他の人からもらったときに食べるものという消極的な様子がみられた。
- (5) 購入場所に関しては、和菓子も洋菓子もスーパーが最も多く利用されていた。洋菓子に関してはコンビニエンスストアが多く利用されており、和菓子に比べて顕著に高かった (男女とも $p < 0.001$)。
- (6) 喫食機会について、洋菓子では、和菓子では少なかった「誕生日」や「友人との会食」が多く、和菓子では洋菓子では少なかった「節句」「茶席」「冠婚葬祭」が多かった ($p < 0.05 \sim 0.001$)。
- (7) 喫食頻度について、和菓子を食べる機会が他の菓子に比べて非常に少なかった。洋菓子ではその割合が他の菓子に比べて男女差が大きく、女子が洋菓子を非常に好むということが明らかとなった。
- (8) 喫食場所については、和菓子はその殆どが「家」で食べられていた。スナック菓子は「家」「学校」「友人宅」が主な喫食場所であった。洋菓子では「家」の他、「喫茶店・カフェ」「学校」の他にも「友人宅」「レストラン」など、さまざまな場所で食べられていた。

以上の考察から、「和菓子」や「せんべい・あられ」など日本の伝統的な菓子の喫食頻度が減少し、「洋菓子」や「スナック菓子」などの菓子が広く食べられるようになってきていることが示唆された。しかし、「和菓子」に対する嗜好は決して低いものではなく、食べる機会の減少が大きな問題であることが推測される。今後は、大学生のような若い世代の人々にも「和菓子」に接する機会を提供し、「和菓子」をもっと身近なものにしていくことが必要である。また、男女間で菓子の嗜好性や喫食頻度に相違が見られたことから、食育教材を開発する際、こうした性差をどのように反映させるかが今後の課題である。

本研究成果は角屋育 (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) 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)
- 2) 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)
- 3) 山本候充、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)
- 4) 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)
- 5) 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)
- 6) 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)
- 7) 日本家政学会編集：『家政学事典』、朝倉書店、p.474 (1990)
- 8) 日本調理科学会：『新版総合調理科学事典』、光生館、p.538 (2006)
- 9) iタウンページ：<http://itp.ne.jp/>
- 10) (京都市公式Webサイト) 京都市情報館「京都市の統計情報」：
<http://www.city.kyoto.jp/sogo/toukei/Population/Estimate/index.html>
- 11) (金沢市公式Webサイト) いいねっと金沢「金沢市統計データ集」：
<http://www4.city.kanazawa.lg.jp/11018/index.jsp>
- 12) (松江市公式Webサイト) 松江市ホームページ「松江市統計情報データベース」：
http://toukei.city.matsue.shimane.jp/toukei/MTD020/MTD020_frame.asp5
- 13) (静岡市公式Webサイト) 静岡市「静岡市統計情報」：
http://www.city.shizuoka.jp/deps/soumu/tokei_index.html
- 14) 統計局「統計データ・ポータルサイト～政府統計の総合窓口～」：
<http://www.stat.go.jp/index.htm>
- 15) 厚生省：国民栄養の現状 (平成8年国民栄養調査結果) (1998)
- 16) 沼田喜美子、平田美由起：「熊本の菓子に対する嗜好の実態」、日本調理科学会 (平成14年度大会) 研究発表要旨集、p.30 (2002)
- 17) 高坂廣志、藤本珠美、東尾志津子：「菓子に関する調査 (第1報) —女子短大生の菓子に対する嗜好性と利用状況—」、大阪女子短期大学紀要、pp.107-113 (2002)