

〈目的〉辛子めんたいこは、戦後の博多で生まれ今や全国にその名を知られるに至った。本調査開始時の1984年当時は、県条例に要許可業種でないためその製造の実態や消費者の動向などは明確でなかった。そこで我々は第1回1984年、第2回1990年に実態調査を行い報告してきた。今回は、前回の調査より7年後の現状とその動向、また併せて辛子めんたいこに対する意識や嗜好性を把握する目的で実態調査を行ったので報告する。

〈方法〉製造店分布状況：文献調査、32店舗の辛子めんたいこの比較：外装、表示、内容物の比較、その測定方法は、塩分濃度は塩分濃度計（TOA塩分分析計SAT-210）、pHは水分イオン濃度計、色は測色色差計（MINOLUTA色彩色差計CR-200）で行った。嗜好調査：パネル68名、順位法にて解析。菌検査：一般細菌検査、意識調査：対象男女510名、イメージ、消費状況嗜好性などについて自己記入し、電算機FACOM-M760-MODEL4-ANALYSTで解析した。

〈結果〉製造店舗数は前回と大差なく、業者は周辺部から都市中心部へ進出し、規模も大型化。塩分濃度は $5.2 \pm 0.89\%$ で前回に比べ約2%減塩がみられ、測色では明度、彩度、色相とも高い数値を示した。嗜好調査では32種中最も好き嫌いの差があったものを各2種選び解析した結果、有意差は認められなかった。一般細菌数は業者間に差がみられた。意識調査の回収率は71.8%で、購入場所や購入するメーカーは福岡市内、県外で違った傾向がみられた。購入の目安は製造年月日、色のよし悪し、賞味期限、価格の順であった。贈答品用には3000円のを半年に一度購入、家庭用では1000円以下のものが月2~3回購入されていた。また要望として価格、添加物、品質などの改善があげられていた。