

第4報 類似食品の Semantic Profile 分析

帯廣 大谷 短期大学 生活科 學 山下 昭 池添 博彦

目的 食品の採擇性と嗜好に関する研究の中で、食品認識にみられる共通性、および心理的な面での食品特性の採擇方について検索するため、類似食品の semantic profile を求め、その内容を分析したので報告する。

方法 一般に攝取される食品について、その類似食品を上位3位まで求め、個々の食品の semantic profile value を分析した。

結果 穀製品としてのソバの類似食品はうどんで、類似率63.06である。両者の profile value の平均値は、ソバ 0.289, うどん 0.854 であり若干うどんの方が高い。野菜では、人参に対して大根が類似率42.34で挙げられ、各々の profile value は -0.295 と 0.057 で、人参は特に低い値である。セロリに対しては類似率44.14でパセリが類似食品であるが、profile value はいづれも低く、-0.269 と -0.235 である。果實ではサリゴホに対して類似率25.23でイチゴがあり、両者の値はそれぞれ1.391 と 1.988 と高く、ことにイチゴの値は大きかった。魚及び水産物ではセウまでは類似率30.63 でのしんがあり、profile value は各々 0.584 と 0.324 である。かにはについては、類似率67.57でエビがあり、各々の profile value は 1.378 と 1.659 で、魚に較べるとかなり大きい。肉製品では、ソーセージに対して類似率80.18でハムが類似食品で、それぞれ 0.088 と 0.647 とソーセージの値はやはり低い。