

目的 食品に對するイメージ分析の爲に、一般に廣く攝取されてゐると思われる代表的食品について、その食品名を被反應語として學が特定の對象グループにおける連想語を求め、食品特性を調べたので報告する。

方法 日常攝取される機會の多い食品52種を學が、個々の食品に對する反應連想語について、對象グループ別による分析を行なつた。

結果 各食品に對する連想語は、年齢の若いグループ、年上のグループおよび女性、男性の4つのグループに分けて分析した。イチゴの連想語は「赤い」が一番多く、次いで「ジム」である。バナナでは「黄色」が一番で、次いで若い女性では「長い」でありその他のグループでは「臺灣」である。ブドウはいずれのグループも「ワイン」が多く、次いで「赤い」と「種」が多い。クリは若い女性では「イカ」が多いが、他のグループでは「茶碗蒸し」が一番である。牛肉の連想語はいずれも「ステーキ」と「ステーキ」が多い。羊肉では「ジンギスカン」が壓倒的に多い。チョコレートは「甘い」がいずれも一番で、次いで「虫歯」「茶色」であった。トマトは若い男性では「ケチャップ」が一番であるが、その他のグループでは「ソース」が多い。漬物の連想語は若い女性で「たくわん」が一番であり、その他では「大根」が一番であり二位は「キューリ」である。サンドイッチは若い人では「ハム」、年の上の人では「ハン」が一番である。カレーライスの連想語では「辛い」と「インド」が多く、サンマではいずれのグループも「秋」が一番で、次いで「焼く」である。スシの反應語は女性では「生ズシ」、若い男性は「ノリ」、年上の男性では「魚」が最も多い。サラダはいずれのグループでも「マヨネーズ」が多かった。