

A 154 おにぎりに関する研究(その1) —イメージ・嗜好と消費の実態—
中野和子・上野千佳子・西依恵美・畑崎裕美・山下純子

目的 ここ数年外食産業としてめざましい発展を遂げ、売上げ高でも上位を占めているものの一つにおにぎりがある。そこで、おにぎりに関する市場調査とイメージ調査・実態調査を行なった。

方法 市場調査は官庁関係書類により、イメージ・実態調査はアンケート調査によった。調査対象は福岡県食生活改善推進協議会2員とした。集計処理は分散分析・ χ^2 検定等を行なった。調査期間は昭和56年10月～昭和57年3月である。

結果 市場調査により、福岡県内76.5%以上のスーパーマーケットでおにぎりが販売されていることがわかった。イメージは年代別・職業別等による差は少なく、概念はほぼ共通している。また、実態では市販ものは生活時間との関連で購入され、家庭ものは味覚との関連で作られている。また、市販ものよりも家庭ものへの意識が強くみられ、市販ものへの慣じみは、いまだ薄いことがわかった。