C 153　嗜好用語からみた菓子類の戦後変化

大妻女大家政　大森正司　○岡本順子　目白短大生活　矢野とし子　香川大教育　加藤みゆき
産能短大　田中　功　㈱外国文献社　中村　重男

〔目的〕　食材料が豊かになった昨今、季節、地域性を問わず、常に何でも食されるようになってきた。しかし、この中から何を選択するか、その要因として考えられるものには利便性、価格、嗜好等いろいろあり、また、その時々の時代性が反映される。本研究では健康問題を食嗜好の観点から明らかにすることを目的として、従来の「好き」「嫌い」の尺度による調査と同時に、食嗜好の表現法の用語を一つのコード表としてまとめ、食嗜好の構造を明らかにするツールとして使用した。今回は昭和２０年から戦後の菓子類を数点選び、その変遷を嗜好用語の移り変わりから考察した。
〔方法〕　試料として、森永ミルクキャラメル（昭和２０年）、明治ミルクチョコレート（同３０年）、明治スナック　カール（チーズ味）（同４０年）、明治たけのこの里（同５０年）、明治グミ（オレンジ味）（同６０年）を各年代を代表するものとして使用した。パネルは本学学生、８３０余名を対象にエリスの方法を参考にして、嗜好調査を行った。各尺度の嗜好の理由を自由に記述させて、その中の形容詞、形容動詞的用語を集め、機械集計した。
〔結果〕　①パネルの特性については朝食は自分で作って食べているのが比較的多く、疲れている、寝不足や便秘がちであるとの自覚症状を有しているものも多く認められた。
②用いられた形容詞の種類数は１３０～１５０、個数は１３００～１５００であった。また個数の９０％をカバーする形容詞の種類数は１０前後で、特にグミは１５種ともっとも多く認められた。