

米飯のおいしさに関する消費者の意識調査  
東京ガス 關 ○住吉雅子 鈴木一成  
お茶の水女大 家政 畑江敬子 島田淳子

<目的> 米は白飯としてのみならず種々の方法で調理され、広く食されている。しかし、これら種々の飯のおいしさに必要な要因については明らかでない。そこで本研究は消費者が米飯のおいしさに必要とする要因を認識することを目的に、特に6つの米飯料理をとりあげてアンケート調査を実施した。

<方法> (1) 調査対象: 首都圏在住の15歳-60歳の793名。(男性359名、女性434名) (2) 調査時期: 平成1年6月-7月。(3) 調査内容: 白飯及び予備調査により知名度の高かった上位5種の米飯料理のおいしさに必要な因子として考えられる米の価格・銘柄・新古及び飯の味・香り・色・温度等15の項目について、その必要度を7段階の尺度を用いて判定させ、その結果を因子分析した。

<結果> (1) 全ての料理について属性による差は見られず、おいしさに対する共通の認識がみられた。(2) 6つの米飯料理を(被験者数×対象の数)×15のマトリックスをもとに因子分析した結果、米飯のおいしさの第1因子として有名銘柄・新米等の米本来の特性、第2因子として味・甘味・香りによる化学的なおいしさが認められ、両因子の累積寄与率は75%であった。特に白飯において因子負荷量が高かった。(3) 対象別の因子分析では、白飯とおにぎりに必要なおいしさは第1因子が化学的なおいしさで第2因子が米本来の特性であった。チャーハン・ちらし寿司・ピラフについては、第1因子として米本来の特性、第2因子として硬さによるテクスチャーがあげられた。(4) カレーライス はふっくら感・粘り・硬さ等において他の5つの料理とは異なる因子パターンを示した。