

若い世代における寿司および郷土料理の 摂取状況とイメージ

- 兵庫県姫路市の学生を対象として -

坂本 薫, 奥谷 香¹, 作田 はるみ²

人間環境部門, 先端食科学研究センター, 日本栄養専門学校 (非)¹, 神戸松蔭女子学院大学²

Intake and Image of Sushi and Local Cuisine in Young Generation

- Investigation on the students in Himeji City, Hyogo -

Kaoru SAKAMOTO, Kaori OKUTANI¹, Harumi SAKUDA²

School of Human Science and Environment, and
Research Institute for Food and Nutritional Science, University of Hyogo
1-1-12 Shinzaike-honcho, Himeji, 670-0092 Japan
Japan Nutrition College¹, Kobe Shoin Women's University²

Abstract: We examined the intake and image of sushi and local cuisine in young generation. We investigated how frequently they eat sushi, the way they eat sushi and what their family structure is like. The result showed that nuclear families tend to eat sushi more frequently than extended families. Their favorite sushi is "conveyor belt sushi." Extended families tend to eat sushi in the "annual events" at home more frequently than nuclear families. While sushi is generally regarded as delicious, having excellent appearance, pleasant and ornate, they don't see sushi as being either traditional or nostalgic. They regard local cuisine as traditional, rustic, country basis, nostalgic and suited for the elderly. These results suggested that image of sushi has been changed as sushi-eating situation in young generation changes.

Keywords: sushi, local cuisine, image of sushi

1. はじめに

寿司は、鮓とも鮓とも表され、その原型は、魚と米飯とを一緒に漬け、自然発酵によって米のでんぷんからできる乳酸により魚に特異の風味をつけるとともに、酸によって魚を長期保存するものであった¹⁾。はじめは長期発酵させるナレズシ (ホンナレ) であったが、室町時代には発酵期間を短縮させて1週間程度で食するナマナレと呼ばれるものを中心となった。現在の寿司のように米飯や魚に酢をかけたハヤズシが作られるようになったの

は、江戸中期または十八世紀末から十九世紀初頭であるといわれている^{1,2)}。

このように、長い歴史を経て日本人の食生活に受け継がれてきた寿司は、祭りやお祝い事、通過儀礼などさまざまな伝統的な「ハレの日」に食べられてきた。神へのお供え物「神饌」にも使われ、祭礼の後の直会 (なおらえ) で氏子が「すし」を食べる³⁾。北海道から青森県・秋田県、石川県・福井県に広範囲に分布する「いざし」や福井県の「ヘシゴずし」、長野県の「万年ずし」などは、

年末から年始にかけて作り、食べられる。和歌山県「さばのナレズシ」、栃木県「アユずし」、広島県「しばずし」等は秋祭りのごちそうとして各家庭で作られる。日本の寿司のルーツといわれる滋賀県の「フナずし」は、正月に向けてフタが開けられ、各種行事や祭礼の折に供される。他にも、盆に作られる秋田県の「赤ずし」など、地域の行事や祭りと結びついた事例は多い²⁾。このように寿司は、結婚式や葬式・法事などの人生儀礼から正月や盆、祭りなどの年中行事、子どもの遠足や運動会などに至るまで、さまざまな「ハレの日」の特別な食べ物、地域の祭礼や行事に密着した郷土料理として親しまれてきた。しかし、最近では、回転寿司や持ち帰り用調理済み食品(中食)としての利用も多くなっており、若い世代の寿司に対するイメージは変化してきている可能性がある。

筆者らは、「食環境の市場変化と消費者行動の関わり - 中食の流通と消費 -」において、当時急速に需要の拡大が見られた「中食」等の食生活への影響は少なくないことを指摘している⁴⁾。また、永野らの 1982 年の料理の伝承についての調査⁵⁾では、白和えや茶碗蒸し、さばの味噌煮等の古典的イメージの強い和食は家庭内で伝承されているとしていたが、筆者らが 2006 年に行った同様の調査⁶⁾では、母から子へと受け継がれる料理の種類は、和風料理ではなく鶏のから揚げ、トンカツ、エビフライ等の外来料理になっており、1982 年の調査結果とは全く異なった。

このように、料理の伝承や料理のイメージは、食環境の変化により異なってくる。そこで、現代の若い世代の寿司の摂取状況とイメージについて明らかとすることを目的として、寿司の摂取状況とイメージについて、現在の若い世代に兵庫県播磨地域を中心として尋ねることとした。また、寿司は元来、地域の祭礼や行事に密着した郷土料理であったと考えられるが、現在では寿司と郷土料理とのイメージには乖離が見られる可能性がある。そこで、同時に郷土料理についても尋ね、寿司に対するイメージと郷土料理に対するイメージとにどのような差異があるのかについて検討することとした。

2. 方法

2.1 調査対象および調査時期

調査は、兵庫県姫路市にある A 大学食環境栄養課程 4 年生 37 人、3 年生 36 人、健康創造コース 2 年生 24 人および同じく B 栄養専門学校 1 年生 78 人、2 年生 72 人、計 247 人を対象に 2015 年 7 月に実施した。

なお、A 大学食環境栄養課程の学生は管理栄養士養成

課程の学生であり、B 栄養専門学校の学生は栄養士養成課程の学生である。

2.2 調査方法

調査は、調査用紙を配布し、無記名式の自記式質問紙法にて行った。調査に際しては、調査の目的、参加は自由意志によるものであること、いつでも中断できること、調査結果は個人が特定できることはなく、結果を研究以外には使用しないことを十分に説明し、同意が得られた対象者から調査用紙を回収した。

2.3 調査内容

調査は、基本属性ならびに寿司・郷土料理について行った。寿司については、食べる頻度や種類、入手方法、自宅で寿司を食べる場面について尋ね、郷土料理については、出身地の郷土料理の認知、食体験、家庭における郷土料理の伝承状況、郷土料理の伝承についての意識について尋ねた。寿司・郷土料理どちらにも共通する調査内容は、調理体験、調理意欲、全般のイメージの 3 つである。イメージの項目は、基本的因子の項目を文献^{7,8)}より収集し、寿司と郷土料理の両方に用いる同一項目を 20 項目選び、使用した。

2.4 分析方法

本研究では若い世代の特徴について明らかにすることが目的であるので、30 歳代以上の者 8 人は削除し、10~20 歳代のみを対象とした。また、欠損値のある 10 人も分析対象からはずし、229 人のデータを分析対象とした。家族構成については、核家族と拡大家族に分け、三世代家族以上と回答した者を拡大家族とした。

調査内容は、単純集計およびクロス集計を行い、寿司・郷土料理のイメージの評価は、対応する反対語を左右に配し、SD 法の段階評定に対して左側から非常に (1 点)、やや (2 点)、どちらでもない (3 点)、やや (4 点)、非常に (5 点) を与えて数値化した。寿司・郷土料理の評定の相違を調べるためそれぞれの平均評点を求めた。

家族構成と寿司を食べる頻度や種類、入手方法、場面および寿司・郷土料理のイメージ、郷土料理のイメージと食体験について検討し、有意差検定を行った。有意差検定は、 χ^2 検定および 5 以下の度数がある場合は、Fisher の直接確率検定を行った。寿司・郷土料理のイメージの比較には、Mann-Whitney の検定を使用した。

3. 結果

3.1 対象者の基本属性

対象者の属性基本を表 1 に示した。性別では、男性が 12.2%、女性が 87.8%であった。10 歳代、20 歳代の人数は、ほぼ同程度であった。対象者の出身地は、兵庫県

が67.2%、兵庫県以外が32.8%であった。家族構成については、核家族が69.4%、拡大家族が30.6%であった。なお、「ご自身が生まれ育った家族構成についてお尋ねします」と明記した上で調査を行ったところ、「一人暮らし」、「単身」と回答した者はなかった。

表1. 対象者の基本属性 (n=229)

項目		
性別	男性	28 (12.2)
	女性	201 (87.8)
年代	10歳代	109 (47.6)
	20歳代	120 (52.4)
出身都道府県	兵庫県	154 (67.2)
	兵庫県以外 [#]	75 (32.8)
家族構成	核家族	159 (69.4)
	拡大家族	70 (30.6)

n(%)

[#]対象者の出身地を兵庫県以外で日本8地方区分に従って分類、北海道1,東北2,関東4,中部9,近畿(兵庫県除く)20,中国25,四国8,九州・沖縄6

3.2 寿司を食べる頻度と家族構成

寿司を食べる頻度と家族構成を表2に示した。寿司を食べる頻度は、多い順に「2~3か月に1回」、「月に2~3回」、「月に1回」、「半年に1回」、「1年に1回以下」、「週に1回」、「食べない」であった。核家族と拡大家族では、寿司を食べる頻度に違いがみられ、核家族では「月に1回以上」62.3%、「月に1回未満」37.7%、拡大家族では、「月に1回以上」41.4%、「月に1回未満」58.6%であった。また、月に1回以上寿司を食べる割合は、核家族の方が拡大家族より高かった ($p < 0.01$)。

表2. 寿司を食べる頻度と家族構成

	全体 n=229	核家族 n=159	拡大家族 n=70
週に1回	6 (2.6)	5 (3.1)	1 (1.4)
月に2~3回	67 (29.3)	53 (33.3)	14 (20.0)
月に1回	55 (24.0)	41 (25.8)	14 (20.0)
2~3か月に1回	75 (32.8)	45 (28.3)	30 (42.9)
半年に1回	17 (7.4)	8 (5.0)	9 (12.9)
1年に1回以下	7 (3.1)	5 (3.2)	2 (2.8)
食べない	2 (0.9)	2 (1.3)	0 (0.0)
月に1回以上 ^{a)}	128 (55.9)	99 (62.3)	29 (41.4)
月に1回未満 ^{b)}	101 (44.1)	60 (37.7)	41 (58.6)

n(%)

a)週に1回,月に2~3回,月に1回の頻度で食べると回答した人

b)2~3か月に1回,半年に1回,1年に1回以下,食べないと回答した人

 χ^2 検定,核家族と拡大家族,** $p < 0.01$

3.3 寿司の食べ方と家族構成

寿司の入手方法と家族構成を表3に示した。食べることが多い寿司の入手方法については、多い順に「外食(回転寿司)」、「店で購入したもの」、「家庭で作られたもの」、

「外食(回転寿司以外)」、「出前」であった。特に外食(回転寿司)は、対象者の85.2%が利用しており、家庭で作られたものに比べて外食(回転寿司)や中食である店で購入したものを食べる機会が増えていることが表れている結果であった。核家族と拡大家族では、有意な差はみられなかった。

表3. 寿司の入手方法と家族構成(複数回答)

	全体 n=229	核家族 n=159	拡大家族 n=70	
家庭で作られたもの	54 (23.6)	33 (20.8)	21 (30.0)	n.s.
店で購入	106 (46.3)	70 (44.0)	36 (51.4)	n.s.
外食(回転寿司)	195 (85.2)	136 (85.5)	59 (84.3)	n.s.
外食(回転寿司以外)	11 (4.8)	9 (5.7)	2 (2.9)	n.s.
出前	8 (3.5)	7 (4.4)	1 (1.4)	n.s.

n(%)

 χ^2 検定, Fisherの直接確率, 核家族と拡大家族, n.s.: not significant

自宅で寿司を食べる場面と家族構成を表4に示した。自宅で寿司を食べる場面については、多い順に「普段の食事」、「年中行事(正月、節分、ひな祭り、お盆など)」、「誕生日・「お祝い」、「来客時」、「記念日」であった。また、自宅では「食べない」と答えた者もあった(データ示さず)。核家族では「普段の食事」(66.0%)、拡大家族では「年中行事」(75.7%)に多く食べられており、自宅で寿司を食べる場面が年中行事である割合は、拡大家族の方が核家族より高かった ($p < 0.01$)。

表4. 自宅で寿司を食べる場面と家族構成(複数回答)

	全体 n=229	核家族 n=159	拡大家族 n=70	
普段の食事	144 (62.9)	105 (66.0)	39 (55.7)	n.s.
年中行事	136 (59.4)	83 (52.2)	53 (75.7)	**
記念日	11 (4.8)	6 (3.8)	5 (7.1)	n.s.
誕生日	42 (18.3)	30 (18.9)	12 (17.1)	n.s.
お祝い	42 (18.3)	27 (17.0)	15 (21.4)	n.s.
来客時	21 (9.2)	11 (6.9)	10 (14.3)	n.s.

n(%)

 χ^2 検定, Fisherの直接確率, 核家族と拡大家族,** $p < 0.01$, n.s.: not significant

食べることが多い寿司の種類と家族構成ならびに食べる頻度を表5に示した。食べることが多い寿司の種類については、多い順に「握り寿司」、「海苔巻き(太・中・細巻き)」、「手巻き寿司」、「いなり寿司」、「ちらし寿司」、「盛り合わせ寿司」であった。特に「握り寿司」については、対象者のほとんどが食べることが多いと答えている。核家族と拡大家族では、食べることが多い寿司の種類に違いがみられ、ちらし寿司を食べる割合は拡大家族の方が核家族より高かった ($p < 0.05$)。また、核家族で寿司をよく食べる(月1回以上食べる)者は、月1回未満の者より握り寿司・手巻き寿司をよく食べていた ($p < 0.05$)。

表5. 食べる事が多い寿司の種類と家族構成ならびに食べる頻度 (複数回答)

	全体 n=229	家族構成 [#]		(a)	月1回以上	月1回未満 (b)	
		核家族	拡大家族				
握り寿司	207 (90.4)	核家族	148 (93.1)	n.s.	94 (63.5)	54 (36.5)	*
		拡大家族	59 (84.3)		27 (45.8)	32 (54.2)	n.s.
海苔巻き	67 (29.3)	核家族	48 (30.2)	n.s.	29 (60.4)	19 (39.6)	n.s.
		拡大家族	19 (27.1)		9 (47.4)	10 (52.6)	n.s.
いなり寿司	46 (20.1)	核家族	28 (17.6)	n.s.	18 (64.3)	10 (35.7)	n.s.
		拡大家族	18 (25.7)		7 (38.9)	11 (61.1)	n.s.
ちらし寿司	44 (19.2)	核家族	25 (15.7)	*	15 (60.0)	10 (40.0)	n.s.
		拡大家族	19 (27.1)		8 (42.1)	11 (57.9)	n.s.
手巻き寿司	53 (23.1)	核家族	38 (23.9)	n.s.	24 (63.2)	14 (36.8)	*
		拡大家族	15 (21.4)		4 (26.7)	11 (73.3)	n.s.
盛り合わせ	12 (5.2)	核家族	9 (5.7)	n.s.	6 (66.7)	3 (33.3)	n.s.
		拡大家族	3 (4.3)		1 (33.3)	2 (66.7)	n.s.

n(%), [#]核家族:n=159, 拡大家族:n=70

Fisherの直接確率, (a)核家族と拡大家族, (b)月1回以上と月1回未満, *p<0.05, n.s.:not significant

3.4 寿司・郷土料理の調理意欲と調理体験

寿司・郷土料理の調理意欲と調理体験を表6に示した。寿司を作ってみたいと答えた者は56.8%、郷土料理を作ってみたいと答えた者は66.4%であった。寿司を作ることができる答えた者は42.4%、郷土料理を作ることができる答えた者は17.0%であった。

作ることができる寿司は、多い順に「手巻き寿司」55人、「ちらし寿司」53人、「海苔巻き」25人、「いなり寿司」23人、「握り寿司」13人、「創作寿司」1人であった。また、「何でも作れる」と回答した者が2名あった。兵庫県出身者が作ることができる答えた郷土料理名は、多い順に「いかなごのくぎ煮」3人、「明石焼き」2人、「そうめん・にくてん・ひねぼん・そばめし・おひら」各1人という結果であった。

表6. 寿司・郷土料理の調理意欲と調理体験 (n=229)

	寿司	郷土料理
作ってみたい	130 (56.8)	152 (66.4)
作ることができる	97 (42.4)	39 (17.0)

n(%)

3.5 寿司と郷土料理のイメージ

寿司と郷土料理のイメージを図1に示した。寿司については、好きでおいしそうで、見た目が良く、楽しいイメージが持たれており、田舎的とも都会的とも、伝統的とも現代的とも、年配者むけとも若者むけとも思われていなかった。郷土料理については、伝統的で、田舎的、なつかしく、年配者むけのイメージで、甘いとも甘くないとも、塩辛いとも塩辛くないとも思われていなかった。寿司と郷土料理のイメージ項目の多数に有意な差がみら

れた ($p < 0.05$, $p < 0.001$)。有意な差がみられなかったイメージ項目は、すっぱい、親しみやすいであった。

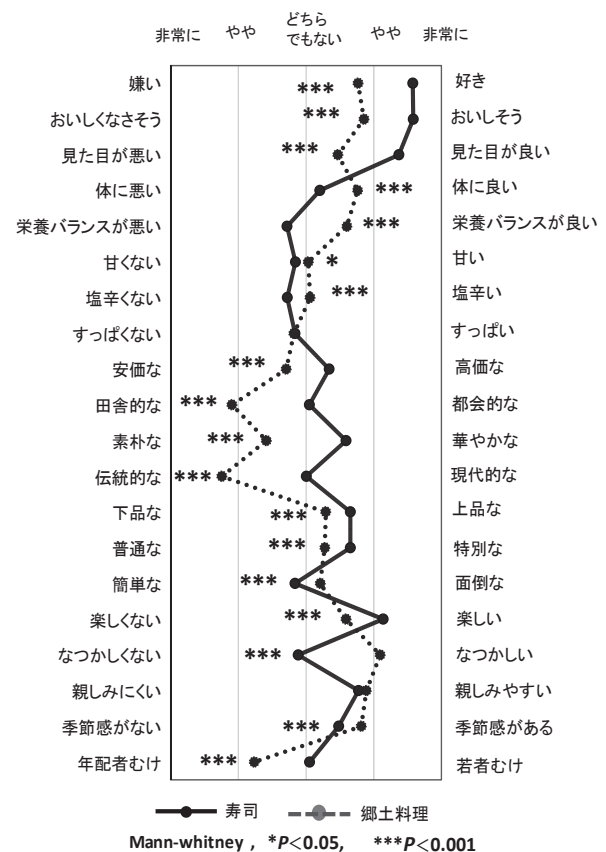


図1. 寿司と郷土料理のイメージ(n=229)

3.6 郷土料理の認知・食体験とイメージ

郷土料理の認知・食体験を表7に示した。出身地の郷土料理を知っていると答えた者は54.1%、出身地の郷土料理を食べたことがあると答えた者は52.8%であった。家庭での伝承については、作られている (または、以前

に作られていた) 郷土料理があると答えた者は 29.3%、出身地以外の郷土料理を知りたい、食べてみたいと答えた者は、66.4%、郷土料理に寿司は含まれていると答えた者は48.9%であった。

表7. 郷土料理の認知・食体験 (n=229)

	回答あり
郷土料理を知っている	124 (54.1)
郷土料理を食べたことがある	121 (52.8)
家庭で作られている郷土料理がある	67 (29.3)
出身地以外の郷土料理を知りたい、食べてみたい	152 (66.4)
郷土料理に寿司は含まれている	112 (48.9)

n(%)

次に、郷土料理の食体験とイメージを図2に示した。郷土料理を食べたことがあると答えた者は、好きでおいしく、田舎的で伝統的、なつかしく、親しみやすいイメージを持っており、普通とも特別とも思っていなかった。食体験の有無によるイメージ項目の多数に有意な差がみられ、郷土料理を食べたことがないと答えた者は、食べたことがある者よりも体に良く ($p<0.01$)、栄養バランスが良く ($p<0.05$)、特別 ($p<0.01$) と思っていた。

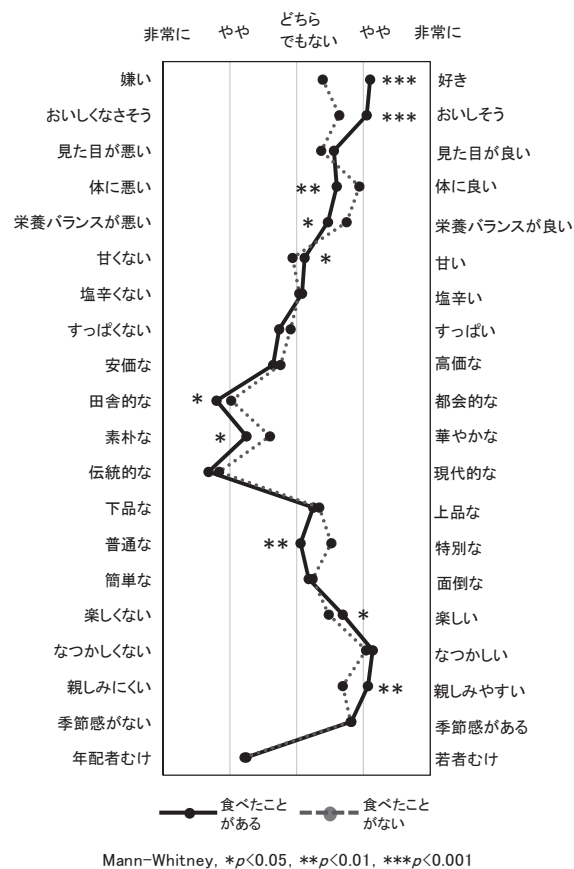


図2. 郷土料理の食体験とイメージ (n=229)

郷土料理の認知、食体験がある兵庫県出身者が挙げた料理名を表8に示す。知っている郷土料理名と食べたことがある郷土料理名とはほぼ同様な回答結果であった。

表8. 郷土料理の認知・食体験がある兵庫県出身者が挙げた料理名 (n=229, 複数回答)

	料理名
知っている	いかなごのぎ煮(45)・明石焼き(4)・ひねぼん(3) かつめし(3)・にくてん(3) 姫路おでん(2)
	はも鍋・ぼたん鍋・かきの佃煮・ホルモン焼きうどん 播州ラーメン・そうめん・たこ飯・モロヘイヤうどん じゃぶ・おひら・ちよぼ汁・しし汁・くじら料理
食べたことがある	いかなごのぎ煮(43)・明石焼き(4)・ひねぼん(3) かつめし(3)・にくてん(2) 姫路おでん(2)
	はも鍋・ぼたん鍋・かきの佃煮・ホルモン焼きうどん 播州ラーメン・そうめん・たこ飯・じゃぶ・おひら ちよぼ汁・しし汁・くじら料理

(n): 人数 数字のないものは1名のみ

3.7 郷土料理の伝承方法

郷土料理の伝承方法を表9に示した。出身地の郷土料理を伝えていくことについてどのように考えるかについては、多い順に「昔のまま伝える」、「材料をアレンジして伝える」、「作り方をアレンジして伝える」、「味付けをアレンジして伝える」、「伝える必要はない」であった。「昔のまま伝える」が83.8%であった。また、自由回答の中には、「家庭の味で伝える」、「親しみやすいように伝える」、「町おこしに利用する」と、郷土料理の伝え方についての考えを示す意見もあった。

表9. 郷土料理の伝承方法 (n=229, 複数回答)

	回答あり
昔のまま伝える	192 (83.8)
作り方をアレンジして伝える	43 (18.8)
味付けをアレンジして伝える	39 (17.0)
材料をアレンジして伝える	49 (21.4)
伝える必要はない	3 (1.3)

n(%)

4. 考察

4.1 家族構成と寿司の摂取状況

日本の食文化を代表した料理のひとつである寿司には、郷土料理として伝承されてきた種々の郷土寿司が存在し、お祝いや年中行事と密接に関わって育まれてきた。しかし松山下等は、春祭り・秋祭りの「ご飯・すし」は、30歳未満での喫食率が低いことから、若い世代への継承の希薄化を指摘している。寿司は、近年におけるライフスタイルの多様化などの食形態や食生活の大きな変化、回転寿司の全国的な普及によって日常的に食することができるようになってきている。このような現状から、特に

若い世代については、寿司の食べ方や意識も変化している可能性が考えられる。

本調査の対象者は、女性が 87.8% で多数を占めており、出身地は、兵庫県内が 67.2% であった。兵庫県以外は西日本が大半を占めており、東日本出身者は約 7% と少なかった。家族構成については、核家族が 69.4%、拡大家族が 30.6% であった。核家族世帯割合の全国平均値 56.4%¹⁰⁾ より高い値であった。

家庭における郷土料理の伝承については、拡大家族の方が核家族よりも郷土料理が伝承されていることが報告されている^{7, 11)} が、寿司を月 1 回以上食べる割合は、核家族の方が拡大家族よりも高い結果であった。これは、寿司はもはや郷土料理とは捉えられていないことを示唆している可能性がある。

食べることが多い寿司の入手方法は、外食の「回転寿司」が 85.2% であった。民間調査結果¹²⁾ では 81.9%、農林水産省調査結果¹³⁾ では 20 歳代 81% などの全国調査結果と同様な結果を確認できた。今や回転寿司の全国店舗数は 4,000 店舗弱 (日本経済新聞 2013 年) で飽和状態である。市場規模は、4,760 億円 (日本経済新聞 2013 年) と前年比を上回っている状況である。これらも、寿司は「回転寿司」というイメージが定着している要因と考えられる。また、本調査結果において、家族構成によらず回転寿司を食べる者が多かったことから、回転寿司があらゆる世代に浸透していることが推測できる。

寿司の種類や自宅で寿司を食べる場面については、家族構成による違いがみられた。「握り寿司」、「手巻き寿司」は、「月 1 回以上寿司を食べる核家族」がよく食べていた。「ちらし寿司」は、拡大家族がよく食べていた。また、自宅で寿司を食べる場面は「年中行事」であることは、拡大家族が多かった。

秋祭りの「ご飯・すし」は高い年代区分ほど喫食率が高く、祭りの「ご飯・すし」の種類は、春祭りにはどの年代区分でも「ちらし寿司」が多く、秋祭りでは、30 歳代以上で「巻き寿司」、「ちらし寿司」、「押し寿司」が多かったという報告⁹⁾ があるが、このことは、本調査結果と合致する。

4.2 若い世代における寿司のイメージ

対象者にとって、寿司は好きでおいしそうで、見た目が高く、楽しいなどの良好なイメージがある一方で、田舎的とも都会的とも、伝統的とも現代的とも、年配者むけとも若者むけとも思われていない。また、容易に外食 (回転寿司) や販売店で購入によって食することができ、その割合も高い。このような結果から、もはや寿司は、特別な料理という意識が希薄化し、普段の生活の中

で用いられる料理という意識に変化していることが推測される。

4.3 郷土料理の認知・経験

郷土料理は、地域特有の食材をいかし、地域の伝統的な調理方法で、長い年月を経て伝承されてきたものである。郷土料理に対する若い世代の意識調査も行われており、意識・関心は比較的高く、家庭での伝承も良好である実態が認められている反面、必ずしも生活の中に根づいていない実態⁷⁾ も指摘されている。伝承については、若年層への行事食ならびに郷土料理の伝承が困難な状況にあり¹⁴⁾、和食が伝えられなくなっているという調査結果⁴⁾ もある。

郷土料理については、本調査では「私たちが暮らす日本には、四季折々の様々な食材を、地域独自の調理方法によって調理し、長い年月を経て伝承された郷土料理や伝統食、行事食などの食文化が形成されています」と定義し、これを調査表に明記した上で調査を行った。

対象者の郷土料理の認知は 54.1%、食体験がある人は 52.8%、家庭で作られている郷土料理があるのは 29.3% であった。伝承については、認知していてもいなくても「昔のまま伝える」ことに肯定的であり、「作ってみたい」と 66.4% が考え、「出身地以外の郷土料理を知りたい、食べてみたい」と 66.4% が考えている。これらから、家庭で作られている郷土料理があるのは 29.3% とそれほど多くないにもかかわらず、郷土料理に対して肯定的な意見が多く、郷土料理への関心や伝承についての意識があると推測された。

4.4 若い世代における郷土料理のイメージ

対象者が郷土料理にもつイメージは、伝統的、田舎的、なつかしい、年配者むけ、となり、先行研究で報告^{8, 11)} されているイメージとほぼ同様な結果を得た。

また、郷土料理は食体験 (食べたことがある) がある場合は、「好き」、「おいしそう」という嗜好にあったイメージや、「親しみやすい」というイメージも持つ、食体験 (食べたことがある) がない場合でも「体に良い」という健康的なイメージを持つことが確認できた。これらの結果から、郷土料理は食体験を持つことでより良いイメージに変化する項目があることがわかった。このことにより、食体験の機会を設け、増やすことで、郷土料理への関心や意識が高められ、伝承についての意欲も増すことが期待される。

ところが、郷土料理を知っている、食べたことがあると回答した兵庫県出身者が挙げた料理名には、各地域で安価で庶民的な料理として新たに創られている「B級グルメ」、「B級ご当地グルメ」と呼ばれている料理も含ま

れている。メディアは、不特定多数の人に対して即座に情報を拡散させることができるが、この結果は、メディアの影響が大きい現代を象徴しているといえよう。郷土料理は普遍的なものではなく、変化していくものであろうが、若い世代が元来の郷土料理を知り新しい料理との相違を認識しておかなければ、次の世代への伝承はできない。

2013年(平成25年)12月に、「和食：日本人の伝統的な食文化」がユネスコ無形文化遺産に登録された。この登録は、大きな曲がり角を迎え存在感が薄れつつあった「和食」の保護・継承を目的としており、登録を受けて、日本の食文化を見直す活動や働きかけが活発化している。農林水産省によると、ユネスコ無形文化遺産に登録の1年後に行われた和食会議アンケート調査¹⁰⁾において、97.3%が「地場の食材を活かした郷土料理が消失していく」ことを心配しており、登録以降に「和食を食べる機会が増えた」とする人が「減った」とする人の数を大きく上回っているとしている。今後一層、郷土料理への関心や伝承に対する意識が高まることを期待したい。

5. まとめ

寿司は元来、地域の祭礼や行事に密着した郷土料理であったと考えられるが、現在では寿司と郷土料理とのイメージには乖離が見られる可能性がある。そこで、若い世代における寿司および郷土料理の摂取状況を調べ、摂取状況を把握するとともに、それらに対するイメージを調査し、寿司に対するイメージと郷土料理に対するイメージとにどのような差異があるのかについて検討することとした。

寿司を食べる頻度および寿司の食べ方と家族構成を調査した結果、核家族の方が拡大家族よりも寿司を食べる頻度が高い傾向があった。食べることが多い寿司は「回転寿司」であった。また、自宅で寿司を「年中行事」で食べる人が多いのは、拡大家族であった。

寿司のイメージは、好きでおいしそうで、見た目が良く、楽しいイメージで、田舎的とも伝統的とも年配者むけとも思われていないことがわかった。郷土料理については、伝統的で、田舎的、なつかしく、年配者むけとも思われていた。これらのことから、若い世代の寿司の摂取状況の変化に伴い、寿司に対するイメージが「ハレの日」の特別な食べ物、地域の祭礼や行事に密着した郷土料理としての位置づけから異なったものとなってきていることが示唆された。

謝辞

本調査にご協力いただきました学生の皆様に心より感謝申し上げます。

文献

- 1) 日本風俗史学会『図説江戸時代食生活事典』雄山閣(1978) pp.210-219
- 2) 佐藤洋一郎編『米と魚』ドメス出版(2008) pp.176-197
- 3) 宮尾しげを『日本の味名著選集第二巻 鮎』東京書房社(1978) pp.306-307
- 4) 藤井昭子, 新澤祥恵, 坂本薫, 他「食環境の市場変化と消費者行動の関わり—中食の流通と消費—」.『日本調理科学会誌』34(2)2001. pp.165-180
- 5) 永野君子, 他「料理の作り方と伝承について」.『栄養学雑誌』1987. 45(3), pp.133-141
- 6) 坂本薫, 小泉弥栄, 橘ゆかり, 作田はるみ, 他「料理の伝わり方に関する研究」『賢明女子学院短期大学研究紀要』, 2007. 42, pp.89-95
- 7) 石川尚子, 北村由紀子, 加藤征江, 「郷土料理に対する富山大学学生の意識調査」『日本調理科学会誌』2003. 36(4), pp.421-430
- 8) 大家千恵子「山形県の郷土料理の概念イメージ」『日本食生活学会誌』1999. 10(3), pp.101-105
- 9) 松下純子, 後藤月江, 金丸芳, 遠藤千鶴, 長尾久美子, 有内尚子, 高橋啓子「徳島県における行事食の現状」『日本調理科学会誌』2014. 47(1), pp.42-48
- 10) 総務省統計局,『平成22年国勢調査』, (2011) pp.282-283
- 11) 秋山(山王丸)靖子, 岩瀬靖彦, 中谷弥栄子, 西明眞理, 深谷睦, 秋山隆, 寺尾哲, 「郷土料理への関心に及ぼす学童期以前の食体験の影響」『日本食生活学会誌』2014. 24(4), pp.28-37
- 12) マルハニチロ株式会社広報IR部, 「回転寿司に関する消費者実態調査2015」『MARUHA NICHIRO NewsLetter』(2015) pp.1-2, 6
- 13) 農林水産省, 「水産物の消費動向について『平成19年食料品消費モニター第1回定期調査結果』(2007) pp.14-15
- 14) 中嶋名菜, 北野直子, 福山豊, 中嶋康博, 松添直隆, 「阿蘇地域における行事食・郷土料理の年齢別喫食状況の把握」『日本調理科学会誌』2014. 47(5), pp.47-253
- 15) 農林水産省, 「「和食」を未来へ。」(2015) pp.4-5

(平成27年9月30日受付)