

専攻の違いによる地域生産農産物の既視体験と実物認識等に関する考察 ～岡山県特産黄ニラについて～

A Study on Visual Experience and Real Recognition of Local Agricultural Products by Difference of Majors — Okayama Prefecture Special Product Yellow Chive —

(2019年3月29日受理)

加賀田江里 北島 葉子 山崎 真未 山内 有信* 村上 淳*
Eri Kagata Yoko Kitajima Mami Yamasaki Arinobu Yamaichi Jun Murakami

Key words : 地域農産物の認知度, 既視体験, 黄にら, にら, 栄養系の大学生, 家政系の短期大学生

要 約

地域農産物に関する知識や意識, 認知度などについての調査は散見される程度で, 特に岡山県など近隣県における地域農産物に関する調査は見られない。私たちは高等教育機関(大学, 短大)に在籍する若年成人世代に対して黄にらを含めた地域生産農産物に関する知識・意識や食生活への活用状況などについてのアンケート調査票を作成し調査を行った。本報では対象者を栄養分野の大学生と家政学分野の短期大学生の2群に分類する等の分析を行い, 地域農産物(にら・黄にら)の既視体験と実物判断認識等に関する検討を行った。

対象は栄養分野の大学生1年生20名, 2年生37名, 家政分野の短期大学生1年生42名, 2年生42名である。その結果, ①食材や調理に関して, 家政分野を専攻する短期大学生よりも栄養分野を専攻する大学生に関心が高かった。②対象者には岡山県出身者が多かったが, 黄にらに対する認知度は高いとは言えなかった。③にらおよび黄にらに関しては, 既視体験の頻度や場所に関わりなく, 画像による実物を判断認識することはできる者が多かった。

若年成人世代における地域農産物の活用を高めるためには, 知識と実物をつなぐことで食材への意識を高め, それらの選択に活用できるようにする食育が求められると考えられた。

1. はじめに

1950年代以降, 我が国の食の水準は向上し, 現在では好きなものを好きなきに手に入れることが可能となった。その結果, 食生活における問題点のひとつである偏食や欠食などの食事の乱れが問題となってきている¹⁾。

国民健康・栄養調査によると, ビタミンやミネラルの供給源として重要である野菜の摂取量は, 平成29年の結果では, 成人の野菜摂取量平均値は 288.2g, 男性 295.4g, 女性 281.9g である²⁾。野菜には糖尿病や高血圧症などの生活習慣病を予防する効果があることが多くの研究から明らかにされており, 若い世代の野菜摂取量を増加させることは重要といえる³⁾。

岡山県には特産野菜が多くあるが, その中でも黄にらは生産量が全国で第1位であり, またその生産量は7割を占めている⁴⁾。黄にらはねぎ属に属する野菜であり, 同じねぎ属にはにんにく, たまねぎ, らっきょうがある。にんにくはガンや老化, 生活習慣病の予防に効果を示す有効成分を多く含み, 「機能性食品」と呼ばれている⁵⁾。にらにも機能性成分が含まれていることが報告されており⁶⁾, 黄にらにも機能性成分が含まれる可能性も考えられ, 地域農産物としての認知や利用の高まりが期待される。

私たちは, 前報⁷⁾において大学生および短期大学生の若年成人層で, 調理への関心があっても食材への関心が薄いことや岡山県在住者が多いにもかかわらず岡山県

*広島修道大学

特産品に関する認知度は高くはないことなどを報告した。

今回本報では、対象者を栄養分野の大学および家政分野の短期大学の学生に分類し、岡山県特産農産物の一つである黄にらの既視体験や実物認識を中心に考察した結果を報告する。

2. 方法

本研究はアンケート調査票を作成し、16項目からなる質問を設定し実施した。回答にはマークシートを用い、回答記入例（マークシート）を配布し、その場で回答・回収する方法とした。回答の際には質問用紙に一旦記入後、回答者本人がマークシートへ転記する形とした。質問用紙とマークシートはいずれも回収し、後日データ入力前に記入漏れ、間違いがないか確認を行った。調査は平成24年12月に実施し、調査対象は栄養分野の大学生は、1年生20人、2年生37人、家政分野の短期大学の学生は、1年生42名、2年生42名であった。アンケートの内容については、前報に報告した通りである⁷⁾。

全ての項目については単純集計を行い、全体の傾向について観察したうえで、対象者を専攻別に分類し、にら・黄にらに関するいくつかの質問項目についてクロス表を作成し、 χ^2 検定を行いその違いを分析した。統計解析には、統計解析ソフトHAD⁸⁾を用いた。

3. 結果および考察

1) 調査対象者の状況

調査対象者の出身県は、対象者全体では、岡山県75.2% (106名)、香川県4.3% (6名)、その他(中国地方)16.3% (23名)、その他(中国地方以外)4.3% (6名)の割合であった(表1)。中国地方出身者合計は91.5% (129

名)と全体の9割以上を占めた。

また対象者全体では、自宅から通っている者は83.7% (118名)、自宅外から通っている者は、16.3% (23名)であった。専攻分野別にみると栄養分野の大学生では、自宅通学が75.4% (43名)、家政学分野の短大生は89.3% (75名)であり、短大生のほうが自宅通学者の割合が高かった。

2) 日常生活における食材の購買行動頻度と調理頻度について

「食材の購買行動頻度」については、日常的に買い物に行っている学生は多いとは言えないと思われた。買い物の頻度は、食材への関心を示す指標のひとつと考えられるが、「全く行かない」が12.1% (17名)、「1週間に1回よりも少ない」が22.7% (32名)と全体の約35%の学生がほとんど自分で食材の買い物に行かないという結果となった。コンビニエンスストアを利用した買い物は、若い世代では多いと思われるが、コンビニエンスストアでは食品加工品は多く販売しているが、食材自体の販売をしているところはまだまだ少ない。また、買い物に「全く行かない」学生が、大学では3.5% (2名)に対し、短大では17.9% (15名)と短大に通っているが学生のほうが買い物に全く行かない者が多かった ($p < 0.05$)。

また、「普段の調理頻度」について全体では、「ほぼ毎日」が9.9% (14名)、「1週間に4～5日程度」が6.4% (9名)、「1週間に2～3日程度」が14.2% (20名)であった。

「料理はほとんどしない」学生も全体の29.1% (41名)と約30%存在していた。特に、「料理はほとんどしない」学生は大学では21.1% (12名)、短大では34.5% (29名)と、有意な差はないものの短期大学の学生のほうが料理をしない傾向があることが窺えた。

食材購買頻度が低いことについては、調理担当者が大学では母親が61.4% (35名)、短大では78.6% (66名)と母親の割合が多いことが影響していると考えられる。

表1. 調査対象者の出身地

	調査対象者の出身地				専攻分野別計
	岡山県	香川県	その他(中国地方)	その他(中国地方外)	
栄養学分野の大学生	71.9 (41)	8.8 (5)	14.0 (8)	5.3 (3)	100.0 (57)
家政学分野の短期大学生	77.4 (65)	1.2 (1)	17.9 (15)	3.6 (3)	100.0 (84)
調査対象者出身地計	75.2 (106)	4.3 (6)	16.3 (23)	4.3 (6)	100.0 (141)

※ 値は、% (人数) で示した。

調理頻度では、全体の1/3程度が料理に親しんでいることが示され、買い物頻度とは対照的な結果となった。その一方で料理をほとんどしない学生も全体の30%程度存在し、栄養分野および家政分野の学生といえども食への興味関心の低さが窺える結果となった（表2）。

3) 野菜や果物の地域農産物（農業特産品）の認識について

今回の調査研究では、岡山県及び周辺県において生産されると考えられる地域農産物および一般に生産される野菜や果物を交えて、岡山県の地域農産物の認知度を調査した。項目には、「きゅうり」、「もやし」、「なす」、「きぬさや」、「なばな」、「黄なら」、「モロヘイヤ」、「すいか」、「白桃」、「ピオーネ」、「梨」、「みかん」、「柿」の13食材を挙げた。なかでも、岡山県産地域農産物として著名と思われた3つの食材「黄なら」、「白桃」、「ピオーネ」についての認識の程度についてその結果を示した（図1）。

「岡山の特産品と認識している」割合は、「白桃」92.2%、「ピオーネ」85.8%、「黄なら」71.6%の順であった。「白桃」や「ピオーネ」は、今回調査票に列挙した他の農産物と比較しても特産品としての認知度は高い割合を示した。「黄なら」の特産品としての認知度は、私たちが予測よりも高い割合を示した。

専攻別にみると「白桃」は「岡山の特産品と認識している」割合が、大学生96.5%、短大生89.3%で3種のうち最も高い値を示した。「ピオーネ」は、大学生91.2%、短大生82.1%といずれも高い値を示し、白桃、ピオーネは大学生および短大生の間ではともに広く岡山県の特産品として認知されていることが明らかとなった。

その一方で「黄なら」の岡山県特産品としての認識は大学生では91.2%であった。短大生では58.3%と低値であった。栄養分野の大学生では、9割以上の学生が岡山県の特産品と認識していたが、家政系の短大生では、6割以下の学生しか岡山県の特産品と認識していないという結果で、両群間に明らかに有意な差が見られた（ $p < 0.001$ ）。

これは今回調査対象となった大学では、JA全農おかやまなどと協賛するイベントが年に何度かあり、岡山県の地域農産物について学ぶ機会もあったため、「黄なら」を岡山県の特産品と意識している者の割合が高くなったのではないかと考えられた。ただそれは、大学祭などを通じたJA全農おかやまと協力しての開催イベントであった。そのことは大学生の方がより主体的に学び情報を発信する側であり、短大生の側はそういったイベントに参加し受動的に学ぶ側であったために生じた差ではないかと推測された。

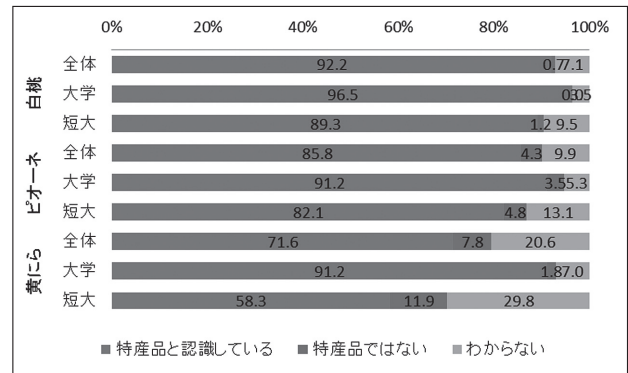


図1. 主な岡山県特産品の認識について

表2. 専攻分野別調査対象者の買い物頻度と調理頻度について

	買 い 物 頻 度						専攻分野別計
	毎日	2日に1回	1週間に2~3回	1週間に1回	1週間に1回未満	全く行かない	
栄養学分野の大学生	3.5 (2)	7.0 (4)	28.1 (16)	26.3 (15)	31.6 (18)	3.5 (2)	100.0 (57)
家政学分野の短期大学生	8.3 (7)	14.3 (12)	31.0 (26)	11.9 (10)	16.7 (14)	17.9 (15)	100.0 (84)
調査対象者全体計	3.4 (9)	11.3 (16)	29.8 (42)	17.7 (25)	22.7 (32)	12.1 (17)	100.0 (141)
	調 理 頻 度						専攻分野別計
	ほぼ毎日	1週間に4,5日程度	1週間に2,3日程度	1週間に1日程度	1か月に1日程度	料理はほとんどしない	
栄養学分野の大学生	12.3 (7)	5.3 (3)	15.8 (9)	29.8 (17)	15.8 (9)	21.1 (12)	100.0 (57)
家政学分野の短期大学生	8.3 (7)	7.1 (6)	13.1 (11)	19.0 (16)	17.9 (15)	34.5 (29)	100.0 (84)
調査対象者全体計	9.9 (14)	6.4 (9)	14.2 (20)	23.4 (33)	17.0 (24)	29.1 (41)	100.0 (141)

※1 値は、% (人数) で示した。

※2 χ^2 検定 * $p < 0.05$

4) ならおよび黄にらの既視体験

ならおよび黄にらの既視体験の場所について分析した。ならに関しては、「見たことがない」が、大学生0.0% (0名), 短大生4.8% (4名), 「覚えていない」が、大学生1.8% (2名), 短大生で3.57% (3名)であった(表3)。

黄ならに関しては、「見たことがない」が、大学生0.0% (0名), 短大生4.8% (4名), 「覚えていない」が、大学3.5% (2名), 短大で15.5% (13名)であった(表4)。「見たことがない」、「覚えていない」の選択肢を回答した者を合わせて、「ならや黄ならについて既視体験がない者」とすると、ならは、大学生1.8% (1名), 短大生8.3% (7名)であり、黄ならは、大学生3.5% (2名), 短大生20.2% (17名)であった(表3, 表4)。この結果からはならについては、大学生と短大生のほとんどの者が既視体験をもち、ならの視認性が高いことが予想できる。しかし黄ならに関しては、大学生では既視体験をもつ者がほとんどであるのに対して、短大生では約20%の学生が既視体験がなく、大学生に比べ視認性が低くなることが予想できた。また、既視体験場所として全体の概観は、ならは、「スーパーやデパート」89.4% (126名)が最も多く、次に「畑」22.7% (32名), 「ふれあい市場・朝市」19.9% (28名)であった。黄ならは、ならと同様に「スー

パーやデパート」47.5% (67名)が最も高く、次に「その他」19.2% (27名), 「ふれあい市場・朝市」で11.4% (16名)であった。

ならについては、「既視体験 畑」では栄養分野の大学生の既視体験者の割合が、「既視体験 ふれあい市場・朝市」では家政系の短大生の既視体験者の割合が、有意に高かった。

黄ならについては、「既視体験 覚えていない」では家政系の短大生の方が既視体験者の割合が有意に高く、「既視体験 畑」, 「既視体験 ふれあい市場・朝市」では栄養系の学生が家政系の短大生に比べ既視体験者の割合が有意に高かった。

一般的にならはスーパーや小売店で数多く取り扱われているが黄ならは、ならに比べどちらかというと高級食材的な扱いを受けることも多い。一般のスーパーや小売店では取り扱われている所が少なく、取り扱いがある場合もその占有面積が小さい場合が多い。また、ならは通常商業栽培する場合においても、家庭菜園の場合においても、いわゆる露地栽培で、特に特殊な栽培方法をとるわけでもないため、特殊な栽培法である遮光栽培を行わないといけない黄ならに比べると目に留まり易く、逆に黄ならは目に留まりにくいということがあると考えられる。特に意識するきっかけがない場合はどうしても既視

表3. 専攻分野別調査対象者の既視体験（なら）について

	に ら の 既 視 体 験							専攻分野別計
	ない	覚えていない	スーパーやデパート	雑誌・車内広告	畑	ふれあい市場・朝市	その他	
栄養学分野の大学生	0.0 (0)	1.75 (1)	91.23 (52)	19.30 (11)	40.35 (23)	11.90 (18)	5.26 (3)	100.0 (57)
家政学分野の短期大学生	4.76 (4)	3.57 (3)	88.10 (74)	9.52 (8)	10.71 (9)	31.58 (10)	3.57 (3)	100.0 (84)
調査対象者全体計	2.85 (4)	2.85 (4)	89.36 (126)	13.48 (19)	22.70 (32)	19.86 (28)	4.26 (6)	100.0 (141)

※1 値は、% (人数) で示した。ならの既視体験は複数回答可能としたため、分析については、各選択肢について集計時、「yes」or「no」回答に直し、「yes」の値を示した。

※2 χ^2 検定 * p < 0.05, ** p < 0.01, *** p < 0.001

表4. 専攻分野別調査対象者の既視体験（黄なら）について

	黄 に ら の 既 視 体 験							専攻分野別計
	ない	覚えていない	スーパーやデパート	雑誌・車内広告	畑	ふれあい市場・朝市	その他	
栄養学分野の大学生	0 (0)	3.51 (2)	68.42 (39)	10.53 (6)	12.28 (7)	19.30 (11)	19.30 (11)	100.0 (57)
家政学分野の短期大学生	4.76 (4)	15.48 (13)	33.33 (28)	7.14 (6)	2.38 (2)	5.95 (5)	19.05 (16)	100.0 (84)
調査対象者全体計	2.84 (4)	10.64 (15)	47.52 (67)	8.51 (12)	6.38 (9)	11.35 (16)	19.15 (27)	100.0 (141)

※1 値は、% (人数) で示した。ならの既視体験は複数回答可能としたため、分析については、各選択肢について集計時、「yes」or「no」回答に直し、「yes」の値を示した。

※2 χ^2 検定 * p < 0.05, ** p < 0.01, *** p < 0.001

体験が低くなるのが今回の調査結果からも窺われた。

5) ならおよび黄なら画像による正しい実物認識について

今回の調査では、ならを含めて6種類、黄ならを含めて同様に6種類の食品を画像で示しその実物認識の程度を測定した。まずならについてであるが、選択肢3番にらの画像を配置し、他それぞれ選択肢1番アスパラガス、2番細ねぎ、4番にんにくの芽、5番パセリ、6番三つ葉の画像を提示した(図2)。また黄ならについては、選択肢2番に黄ならの画像を配置し、他それぞれ選択肢1番もやし、3番ホワイトアスパラガス、4番うど、5番まこもたけ、6番長ねぎの画像を提示した(図3)。それぞれにら、黄ならだと思うものを選択させた。

まずならでは、らの画像を正しく認識できた者は、栄養分野の大学生80.7% (46名)、家政系の短大生65.5% (55名)であり、既視体験の割合が両分野の学生とも9割程度で高い割合であったことを踏まえると、特に家政系の短大生で低いと考えられた。この画像認識での誤選択は、選択肢2番の「細ねぎ」に集中しており、大学生19.3% (11名)、短大生33.3% (28名)であった(表5)。確かに両者の画像はよく似ており、間違ふこと

もあるかもしれないが、細ねぎは根元部分が栽培中土中にあるため白化しており、また先端部分が尖っているなどの特徴が見られ、それに対して、なら画像は、まず販売段階で根元部分が切除されているため地上部分は根元部分がやや薄い緑色だが上部へ向かって濃緑色となっており、また葉の先端部分が細ねぎと同様に尖っているが扁平な葉のため柔らかく、細ねぎが先端部分に向かって真っすぐにシャキッとなっているのに比べ、やや曲がって見える特徴がある。他の選択肢に提示した野菜類は色が緑ということでは一致しているが、それぞれ茎の部分のみや葉の部分も特徴があるなどにらと見分けが付きやすい。それにもかかわらず、正しい画像を選べなかった者が多く見られたのは、普段の料理頻度との関連が考えられたため、普段の料理頻度と画像認識正誤2区分で χ^2 検定付きクロス分析を行ったところ、画像認識が正しい者と間違った者の間で、「料理をほとんどしない」の項目で有意な差($p < 0.01$)が見られた。いくら既視体験があると言っても、料理頻度が低いと、食材の画像を正確に見分けるだけの食材イメージ(特徴)を把握、理解していなかったものと考えられた。

図2. ならを含めた選択画像一覧

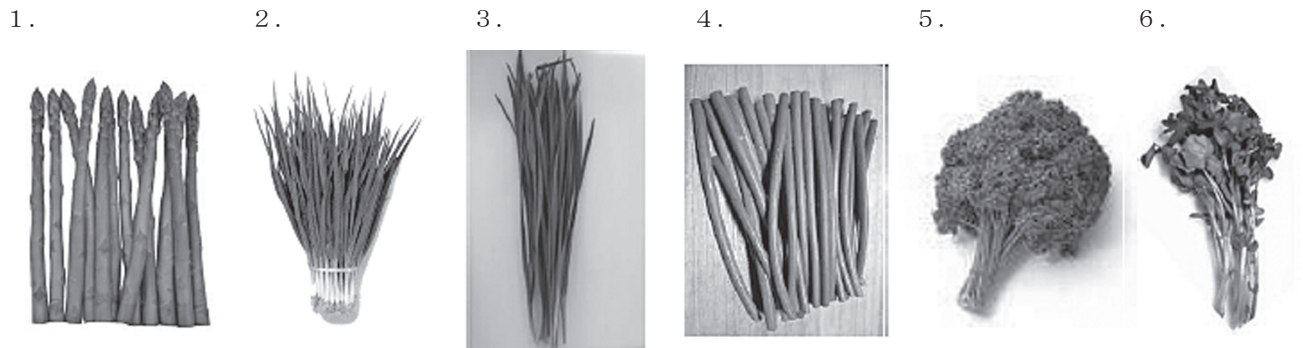


図3. 黄ならを含めた選択画像一覧

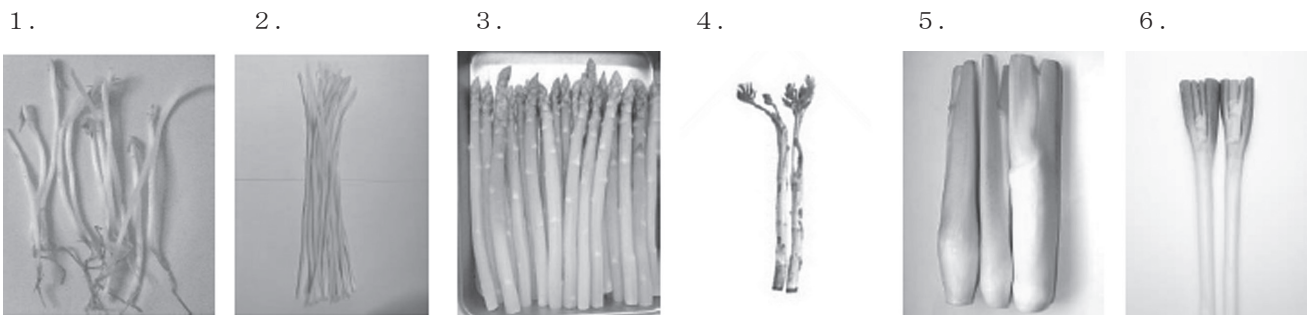


表5. 調査対象者の専攻分野別ならの正しい実物認識（画像）について

	実物認識画像の食品名							専攻分野別計
	アスパラガスの画像	細ねぎの画像	にらの画像	にんにくの芽の画像	パセリの画像	三つ葉の画像	無回答	
栄養学分野の大学生	0 (0)	19.30 (11)	80.70 (46)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	100.0 (57)
家政学分野の短期大学生	0 (0)	33.33 (28)	65.48 (55)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1.19 (1)	100.0 (84)
調査対象者全体計	0 (0)	27.66 (39)	71.36 (101)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (1)	100.0 (141)

※1 値は, % (人数) で示した。

※2 χ^2 検定 * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

表6. 調査対象者の専攻分野別黄ならの正しい実物認識（画像）について

	実物認識画像の食品名						専攻分野別計
	もやし の画像	黄なら の画像	ホワイトアスパラガスの 画像	うど の画像	まこもたけ の画像	長ねぎ の画像	
栄養学分野の大学生	0 (0)	100.00 (57)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	100.0 (57)
家政学分野の短期大学生	0 (0)	95.24 (80)	3.57 (3)	0 (0)	1.19 (1)	0 (0)	100.0 (84)
調査対象者全体計	0 (0)	10.64 (141)	3.57 (3)	0 (0)	1.19 (1)	0 (0)	100.0 (141)

※1 値は, % (人数) で示した。

※2 χ^2 検定 * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

また黄ならについては、栄養分野の大学生では、選択肢2番の黄ならの画像を選んだものが100%（57名）で、家政系の短大生では、同様に95.2%（80名）と高い割合であった。少数だが短大生では、ホワイトアスパラガス3.6%（3名）、まこもたけ1.2%（1名）を選んだ者もいた（表6）。黄ならは色が特徴的であり、名称にも「黄」が使われていることから、にらの形状をした黄色のものという認識で画像をよく見さえすれば判断ができたと思われる。そのせいか既視体験の割合が低く体験場所も限られていたものの、正しい画像認識が出来た者が高くなったものと考えられた。

6) にらと黄ならの相違点の知識について

ニラと黄ならの違いの知識について分析した。「作り方（栽培方法）」は、栄養分野の大学生68.4%（39名）、家政系の短大生40.5%（34名）、「知らない」は、大学生10.5%（6名）、短大生38.1%（32名）、「取れる季節（旬）」は、大学生8.8%（5名）、短大生9.5%（8名）、「形状」は、大学生3.5%（2名）、短大生1.2%（1名）であった（表7）。黄ならはにらを軟白栽培して生産し、歯切れの良い食感と甘み、鮮やかな黄色が特徴で、岡山県における黄なら栽培は1870年頃から始まったとされている。その栽培方法は、軟白栽培であり、露地栽培で定植したにら株を地際から刈り取り、直後からしばらくの期間、農業用

黒ビニルでトンネル被覆を行って軟白栽培を行い、被覆終了日に地際から刈り取り直後日中の太陽光に露光し収穫する⁹⁾。したがって、畑で見かける場合は、軟白栽培中の黒ビニルトンネル（実物は見えない）、刈り取り後の短い時間であるが、日光照射時間の日中の短い間しかないと思われる。「作り方（栽培方法）」を知っている」というのは、上述の内容を考慮すると、やはり実際の場面を見るというよりも報道などのメディアや流通の際に情報提供される媒体からの情報を得る機会がなければ獲得できない知識と思われる。

今回の結果で、家政系の短大生が栄養系の大学生より「知らない」で有意に高い割合であったこと、加えて「作り方（栽培方法）」で家政系の短大生より栄養系の大学生の方が有意に高い割合であったことを併せて考えると、今回はにら・黄ならという食材のほんの一部の事ではあるが、家政系の短大生においては、食環境を構成する2つのアクセス¹⁰⁾のうちの情報のアクセスの面で、健康や栄養・食生活に関する情報を的確に得られる状況づくりをする必要性が考えられた。

表7. 調査対象者の専攻分野別から・黄にらの相違点の知識について

	にら・黄にらの相違点の知識						専攻分野別計
	知らない	種(品種)	作り方(栽培方法)	食べられる部分(可食部)	取れる季節(旬)	形状	
栄養学分野の大学生	10.53 (6)	8.77 (5)	68.42 (39)	0 (0)	8.77 (5)	3.51 (2)	100.0 (57)
家政学分野の短期大学生	38.10 (32)	10.71 (9)	40.48 (34)	0 (0)	9.52 (8)	1.19 (1)	100.0 (84)
調査対象者全体計	26.95 (38)	9.93 (14)	51.77 (73)	0 (0)	9.22 (13)	2.13 (3)	100.0 (141)

※1 値は、% (人数) で示した。

※2 χ^2 検定 * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

4. ま と め

今回の調査分析では、栄養分野の大学生、家政分野の短期大学生を対象に日常生活における購買頻度、調理頻度、岡山県地域農産物の認識、にら、黄にらの既視体験、実物認識などについて分析を行った。

「食材の購買行動」では、自分でほとんど買い物に行かない学生が全体の約35%であった。食材の買い物に「全く行かない」学生は短期大学に多く見られた。また「調理頻度」では、料理はほとんどしない学生が全体の30%程度存在し、特に短期大学でその割合は高かった。

岡山県の地域生産農産物については、その認知度は低いと予想していたが、白桃、ピオーネについては大学、短期大学の学生どちらも認知度が高かった。それに対して黄にらについては、大学ではその認知度は高かったものの短期大学では60%程度の認識であった。

にらの既視体験では、大学生、短期大学生どちらも高い既視体験を有していた。一方黄にらの既視体験では、大学生はほとんどの者が既視体験を有していたが、短期大学生は20%程度の学生が既視体験を有さなかった。また実物画像認識については、大学生ではにら80.7%、黄にら100%が正しく認識でき、短期大学生ではにら65.5%、黄にら95.2%が正しく認識していた。

にらでは、既視体験の割合が高かったものの、実物認識できた短大生の割合が低かった。この理由のひとつとして普段の料理頻度との関連が考えられたため、普段の料理頻度と画像認識正誤2区分でクロス分析を行ったところ、画像認識が正しい者と間違った者の間で、「料理をほとんどしない」項目で有意な差 ($p < 0.01$) が見られた。既視体験があると言っても、料理頻度が低いと食材の画像を正確に見分けるだけの食材イメージ(特徴)

を把握、理解していなかったものと考えられた。一方黄にらでは、既視体験の割合が低いながらも、実物認識できた学生の割合が高かった。これは黄にらの色が特徴的であること、名前に色を表す「黄」が入っていることから、にらの形状を理解していれば、後は黄色が確認できれば、画像を正しく判断ができたと思われる。

にらと黄にらの相違点では、正しく回答した者の割合は栄養分野の大学生で68.4%、家政分野の短期大学生で40.5%であった。黄にらは黒ビニルで覆いをして光を遮断して栽培する独特の栽培方法で作られているため、実際にその栽培方法を見ることは少なく、実際の場面を見るというよりもメディアや流通の際に情報提供される媒体から情報を得る機会がないと獲得できない知識であると思われた。

今回私たちが調査分析したのは、にら、黄にらという一部の食材のことではあるが、家政分野の短期大学生においては健康や栄養・食生活に関する情報に対して積極的に獲得をしていく機会を提供することや獲得意思を高める必要があると考えられた。

文 献

- 1) 富永美穂子, 清水益治, 森敏昭, 児玉憲一, 佐藤一精: 「中・高生および大学生の食生活を中心とした生活習慣と精神的健康度の関係」, 日本家政学会誌, Vol. 52, No. 6, 499-510, (2001).
- 2) 平成29年「国民健康・栄養調査」結果の概要: <https://www.mhlw.go.jp/content/10904750/000351576.pdf>
- 3) 池上幸江, 梅垣敬三, 篠塚和正, 江頭祐嘉合: 「野菜と野菜成分の疾病予防及び生理機能への関与」,

栄養学雑誌, Vol.61, No. 5, 275-288 (2003).

- 4) 岡山県ホームページ : <http://www.pref.okayama.jp/page/446153.html>
- 5) 藤田哲 : 「にんにくと健康」, New Food Industry, 36, 1-10 (1994).
- 6) 齋藤容徳, 大島一則, 矢吹友二, 向田佳孝 : 「宇田靖栽培管理がにらの機能性成分含有量に及ぼす影響」, 栃木農試研報, 66, 19-25 (2011).
- 7) 加賀田 江里, 笠間 基寛, 多田 幹郎, 嶋田 義弘, 北島 葉子, 村上 淳 : 「大学生および短期大学生の地域農産物に関する意識調査」, 中国学園紀要, 12号, 1-8 (2013).
- 8) 清水裕士 : 「フリーの統計分析ソフトHAD : 機能の紹介と統計学習・教育, 研究実践における利用方法の提案」, メディア・情報・コミュニケーション研究, 1, 59-73 (2016).
- 9) 岡 修一 : 「にらの軟白栽培における露光処理が葉色に及ぼす影響」, 岡山県農業研報, 6, 25-29 (2015).
- 10) 健康づくりのための食環境整備に関する検討会 : 「健康づくりのための食環境整備に関する検討会報告書」, 厚生労働省, 9-12 (2004).