

《原著》

## 管理栄養士養成校新入生（女子）の食品に関する基礎知識

野村 幸子\* 成田 味穂\*

### 研究目的

平成12年の栄養士法改正により、管理栄養士の業務が明文化された。その中で給食経営管理では給食の運営や関連資源を総合的に判断し、栄養面、安全面、経済面全般のマネジメント能力の習得が目標とされている。給食経営の中で食材料費の給食原価に占める割合が高いこと。食品の品質が食事の品質に及ぼす影響が大きいことなどにより、品質の良い食材料を適正価格で購入することは、食材料管理に重要である。また、献立計画をするには、栄養、衛生、食品、調理などに関する知識と技術を基礎として、栄養量、衛生、原価、作業能力・効率、季節などを考慮した献立作成をしなければならない。さらに喫食者のウォンツを満足させるメニューの開発が求められる。そのためには生産技術・加工技術の発達や輸送手段の発達・指定産地制度による全国産地からの供給の一般化、農産物の自由化や経済面による輸入量の増加によって多種多様となっている食品について、新しい情報を常に把握しておく必要がある。そのような中、学生に献立作成を課す際、日常生活の中で身につくであろう、基本的な食品に関する知識が乏しく感じられる。そこで、給食経営の食材料管理、栄養・食事管理等を指導する資料として、入学してきた学生がどの程度食品に関する基礎知識を持っているかを、平成17・18年の2年間に管理栄養士養成校に入学した学生について調査した。その中で女子学生について検討したので報告する。

### 調査方法

#### 1. 調査対象と時期

食品の基礎知識について、平成17・18年に本学に入学した学生323名（H17年170名、H18年153名）を対象に5月にアンケート調査を実施した。調査は質問紙法の選択式で、一部記述式とした。回収率は100%、回答未記入者、年齢の高い学生1名を省いた結果、有効回答数285名（有効回答率88.2%）であった。本報告は有効回答のうちの女子249名（87.4%）について分析した。

#### 2. 調査内容

質問項目は、食品の購入先（デパート、スーパーマーケット、コンビニエンスストア、小売店、生協、その他）、食品を購入に行くことの好き・嫌い（好き、嫌い、どちらとも言えない）、食品を購入に行く頻度（毎日、週3～4回、週1～2回、月1～2回、ほとんど行かない）、食品の情報についての興味（興味がある、興味がない、どちらとも言えない）、食品情報の取得先（デパート、スーパーマーケット、コンビニエンスストア、小売店、生協、新聞、雑誌、テレビ、ラジオ、インターネット、父親、母親、祖父、祖母、友人、先生、その他）、調理の好き・嫌い（好き、嫌い、どちらとも言えない）、調理あるいは調理の手伝い頻度（毎日、週3～4回、週1～2回、月1～2回、

\*名古屋学芸大学 管理栄養学部管理栄養学科

ほとんどしない)、献立作成の好き・嫌い(好き、嫌い、どちらとも言えない)、大学入学前までの献立作成回数(何回も献立を立てた、数回献立を立てた、献立を立てたことがない)について該当する欄に○をつけてもらった。なお、献立作成の好き・嫌いの理由については記述式で回答を求めた。しょうゆ、みそについて知っている種類を記述式で回答を求めた。食品の原材料に関する知識について、パン用小麦粉、天ぷら用小麦粉、スポンジケーキ用小麦粉、片栗粉、コーンスターチ、白玉粉、豆腐、ゼラチン、寒天、ひじきと例示した12語(薄力粉、中力粉、強力粉、海藻、動物性たんぱく質、植物性たんぱく質、じゃがいもデンプン、とうもろこしデンプン、うるち米、もち米、大豆)の中から関連する語を選択式で求めた。野菜・いも類、果物・種実類、魚介類の出回り期(店頭での販売)について、春・夏・秋・冬・年中の中から選択式で回答を求めた。出回り期は、名古屋市中央卸売市場年報2003~2005年版<sup>1)</sup>の3年間の月別食品取扱量を資料とし、春夏秋冬の四季に分類して集計した。四季については3~5月「春」、6~8月「夏」、9~11月「秋」、12~2月「冬」とした。その結果を伊藤和枝等<sup>2)</sup>を参考に、取扱量の一番多い季節を「10」とし、その他の季節の取扱量より指数を求め、「5」以上を出回り期とした。その出回り期を正解とした。回答者のデータ解析にはExcel統計Ver.5.0を用いた。

## 結果および考察

### 1. 食品の購入・情報、調理等

調査対象の属性を表1に示す。食品の購入・情報、調理等について表2に示す。食品の購入先として「スーパーマーケット」が圧倒的に多く96.8%が回答している。次に「コンビニエンスストア」40.6%、「デパート」24.9%であり、わずかに小売店があった。その他の回答はなかった。回答された購入先4種に有意差が認められた( $p < 0.01$ )。食品を購入に行くことが「好き」と78.3%が回答している。回答された食品を購入に行くことに有意差が認められた( $p < 0.01$ )。食品を購入に行く頻度を43.1%が「週1~2回」と回答した。次に27%が「週3~4回」であった。したがって、70%の学生が1週間に1回以上食品を購入に行っている。食品を購入に行く頻度に有意差が認められた( $p < 0.01$ )。食品を購入に行くことが「好き」な学生、1週間に1回以上食品を購入に行く学生ともに圧倒的に多い。しかし、食品の購入先が主として3種であり少ない。その理由としては、多くの学生が家庭での調理担当者ではないと考えられるので食品購入先の選択が狭いと考える。食品の情報に88.4%が興味をもっており、その食品の情報の取得先として1位「テレビ」、2位「スーパーマーケット」とともに70%前後であった。3位「母」、4位「雑誌」であった。情報の取得先6位までに有意差が認められた( $p < 0.01$ )。給食経営では食品の新しい情報を常に把握しておく必要があり、食品を購入に行くことが好きな学生が多いこと、食品の情報に興味がある学生が多いことは良い傾向である。しかし、新しい食品情報の取得先の一つである「新聞」が20%強と低かった点に、今後の指導が必要と考える。調理が「好き」な学生が81.9%と圧倒的に多い。調理あるいは調理の手伝いをする頻度は「週1~2回」と回答した学生が一番多く33.7%であった。

表1 調査対象の属性

n=249			
項目		人数	%
年齢	18歳	227	91.2
	19歳	20	8.0
	20歳	1	0.4
	21歳	1	0.4
卒業した高校の専門学科	普通	227	91.2
	理数	5	2.0
	食物	3	1.2
	総合	3	1.2
高校生時の居住地	その他	11	4.4
	愛知県	134	53.8
	岐阜県	34	13.7
	三重県	28	11.2
	静岡県	25	10
	その他	28	11.2

表2 食品の購入・情報、調理等

		n=249
調査項目	回答項目	%
食品の購入先 (上位4つ)	スーパーマーケット	96.8
	コンビニエンスストア	40.6
	デパート	24.9
	小売店	7.2
食品を購入に行くことの好き嫌い	好き	78.3
	嫌い	2
	どちらとも言えない	19.7
食品を購入に行く頻度	毎日	7.3
	週3～4回	27
	週1～2回	43.1
	月1～2回	14.1
	行かない	8.5
食品の情報についての興味	ある	88.4
	ない	0.8
	どちらとも言えない	10.8
食品情報の取得先 (回答6位まで)	テレビ	73.9
	スーパーマーケット	66.3
	母	57.4
	雑誌	45.8
	友人	28.1
	新聞	23.7
調理の好き嫌い	好き	81.9
	嫌い	2
	どちらとも言えない	16.1
調理あるいは調理の手伝い頻度	毎日	33.0
	週3～4回	14.9
	週1～2回	33.7
	月1～2回	12.4
	ほとんどしない	6
献立作成の好き嫌い	好き	31.7
	嫌い	6.4
	どちらとも言えない	61.9
大学入学前までの献立作成回数	何回も献立を立てた	18.1
	数回献立を立てた	48.2
	献立を立てた事がない	33.7

次に「毎日」している学生が33.0%であった。週3～4回を加えると、一週間のうちに調理あるいは手伝いをしていた学生は81.6%になる。一方「月1～2回」「ほとんどしない」が18.4%である。照井等が4年制大学管理栄養士専攻3年生の調査<sup>3)</sup>の中で、食事作りの体験が、献立作成の構成要素となる食品や料理の知識の習得に関係し、食生活の中に適応する能力を持つと考えると報告している。本調査は新入生に対する調査であるが、調理あるいは調理の手伝いを1週間に1回以上する学生が81.6%と高く、今後の基礎技術の習得に良い傾向である。献立作成の好き・嫌いについては「どちらとも言えない」学生が一番多く61.9%であった。その理由として55.8%（表3）が「作成したことがないので分からない」と回答している。次に献立作成が「好き」な学生は31.7%で

表3 献立作成に対する意識とその理由  
(回答5位まで)

意識	理由	%
好き n=79	物事の計画を立てることが好き	27.8
	いろいろな料理あるいは食材の組み合わせを考えるのが楽しい	22.8
	栄養バランスの良い献立を作れると良いから	17.7
	バランスの良い食事を摂りたいから	7.6
	自分の食べたいものを食べれるから	6.3
嫌い n=16	栄養バランスを考えるのが難しい	37.5
	作成方法が分からない	25
	めんどう	25
	レポートリーが少ないため、上手に献立を立てることができない	25
どちらとも言えない n=154	作成したことがない、あまり作成したことがないので分からない	55.8
	めんどう	9.1
	レポートリーが少ないため。上手に献立を立てることができない	7.8
	献立を立てるのは難しそうで大変だから	6.5
	献立について理解していないからどのようにすれば良いか分からない	5.8

あった。その理由としては「計画を立てることが好き、楽しい」が50.6%であった。大学入学前までに献立を「何回も立てた」学生と「数回立てた」学生を合わせると66.3%であり、「献立を立てたことがない」学生は33.7%であった。献立作成の「好き」「嫌い」と献立作成回数に有意差が認められた ( $p < 0.01$ )。献立作成は管理栄養士として栄養・食事管理の基本技術である。この献立作成が「好き」な学生は現状維持ができるように、「どちらとも言えない」学生の半数が「献立を作成したことがないので分からない」、「嫌い」な学生は「栄養バランスを考えるのが難しい」などの理由を挙げている。これらの理由は、今後の指導によって「好き」になる可能性がある。この両者に対しては基本技術の献立作成が「好き」になるような教育を工夫することが課題である。

## 2. 学生の知っているしょうゆ、みそ

学生が知っているしょうゆとみその種類を表4に示す。しょうゆについて、JASの分類による「薄口しょうゆ」は「淡口しょうゆ」を合わせて(重複している回答は1とした)84.7%、「濃口しょうゆ」は68.7%と、ともに多くの学生が回答している。しかし、一般的しょうゆである「濃口しょうゆ」の回答が「薄口しょうゆ」に比べて少ない。高木亨<sup>4)</sup>はしょうゆの種類別使用割合について全国平均で濃口しょうゆ55%、薄口しょうゆ23%と報告している。「薄口しょうゆ」と「濃口しょうゆ」に有意差が認められた ( $p < 0.01$ )。JASの分類にあるその他の知っているしょうゆについて「溜しょうゆ」「白しょうゆ」の回答はあったが、「再仕込しょうゆ」の回答はなかった。JASの分類以

表4 しょうゆ、みその種類

			n=249
分類	種類		%
しょうゆ	J	薄口しょうゆ	84.7
	A	濃い口しょうゆ	68.7
	S	溜しょうゆ	31.7
		白しょうゆ	22.1
	みそ		
色		赤みそ	92
		白みそ	91.6
		合せみそ	66.3
原料	豆みそ	八丁みそ	29.7
		豆みそ	15.3
	米みそ	麴みそ	16.1

外のしょうゆについて、「だししょうゆ」「減塩しょうゆ」「丸大豆しょうゆ」「甘口しょうゆ」など11種類のしょうゆを回答している。学生が知っているみそとしては単純な色による「赤みそ」92.0%、「白みそ」91.6%とほとんどの学生が回答している。原料による回答は少ないが、この地方の特産である「八丁みそ」が29.7%、「豆みそ」15.3%であった。その他として「合せみそ」66.3%、「麴みそ」16.1%であった。これら6種のみその回答に有意差が認められた ( $p < 0.01$ )。その他に醸造なめみそ、加工なめみそなど、20種のみそが回答された。食品成分表の分類名の米みそ（甘みそ、淡色辛みそ、赤色辛みそ）、麦みそなどの回答はなかった。その理由として、本調査は、本校への入学以前に取得している知識を把握するため、入学後すぐの5月に実施しており、今までに食品成分表の知識が少ないとともに、まだ本校での食品成分表についての指導が行われていない時期であるので、回答がなかったと考える。

### 3. 食品と提示した関連語

食品と提示した関連語との回答を求め、その正解結果を表5に示す。パンに使用する小麦粉を「強力粉」と正解したのは69.2%、天ぷらの衣に使用する小麦粉を「薄力粉」74%、スポンジケーキに使用する小麦粉を「薄力粉」83.6%と高い正解率であった。パン、天ぷら、スポンジケーキに使用する小麦粉の正解に有意差が認められた ( $p < 0.01$ )。片栗粉を「じゃがいもデンプン」と正解したのは50%であったが、コーンスターチを「とうもろこしデンプン」と回答したのは85.2%と高い正解率であった。コーンスターチの正解が高かったのは、コーンそのものがとうもろこしを表しているからであろう。片栗粉とコーンスターチの正解に有意差が認められた ( $p < 0.01$ )。白玉粉の原料について「もち米」と回答したのは52%であった。豆腐の原料を「大豆」と回答したのは98.8%とほとんどの学生が正解であった。ゼリーに使う材料であるゼラチンを「動物性たんぱく質」と回答したのは52.8%であり、寒天を海藻と回答したのは46%と、ともに半数くらいの正解であった。ゼラチンと寒天の正解に有意差は認められなかった。ひじきについては96%とほとんどの学生が正解であった。調査結果より食品とその関連語との正解が80%以上の食品と50%位の食品とに分かれている。本調査は数ある食品の中で10種類についてだけの調査であるので、多くを網羅しているわけではないが、食品と関連語を正確に知ることはその特性が理解でき、栄養・食事管理、作業管理等の適切な管理に結び付けることができるので重要である。これからの指導、学習を充実させなければならない。

表5 食品と関連語

		n=249
食品	関連語	%
パン用小麦粉	強力粉	69.2
天ぷら用小麦粉	薄力粉	74
スポンジケーキ用小麦粉	薄力粉	83.6
片栗粉	じゃがいもデンプン	50
コーンスターチ	とうもろこしデンプン	85.2
白玉粉	もち米	52
豆腐	大豆	98.8
ゼラチン	動物性たんぱく質	52.8
寒天	海藻	46
ひじき	海藻	96

パン、天ぷら、スポンジケーキに使用する小麦粉の正解に有意差が認められた ( $p < 0.01$ )。片栗粉を「じゃがいもデンプン」と正解したのは50%であったが、コーンスターチを「とうもろこしデンプン」と回答したのは85.2%と高い正解率であった。コーンスターチの正解が高かったのは、コーンそのものがとうもろこしを表しているからであろう。片栗粉とコーンスターチの正解に有意差が認められた ( $p < 0.01$ )。白玉粉の原料について「もち米」と回答したのは52%であった。豆腐の原料を「大豆」と回答したのは98.8%とほとんどの学生が正解であった。ゼリーに使う材料であるゼラチンを「動物性たんぱく質」と回答したのは52.8%であり、寒天を海藻と回答したのは46%と、ともに半数くらいの正解であった。ゼラチンと寒天の正解に有意差は認められなかった。ひじきについては96%とほとんどの学生が正解であった。調査結果より食品とその関連語との正解が80%以上の食品と50%位の食品とに分かれている。本調査は数ある食品の中で10種類についてだけの調査であるので、多くを網羅しているわけではないが、食品と関連語を正確に知ることはその特性が理解でき、栄養・食事管理、作業管理等の適切な管理に結び付けることができるので重要である。これからの指導、学習を充実させなければならない。

### 4. 食品の出回り期

食品の出回り期について、名古屋市中心卸売市場年報（2003～2005年版）<sup>1)</sup>を参考とした野菜・いも類、果物・種実類、魚介類の出回り期を表6に、学生が回答した出回り期を表7に示す。ねぎの出回り期は「年中」である。学生の77.1%が出回り期を「年中」と回答した。次に多い「冬」との有意差が認められた ( $p < 0.01$ )。じゃがいもは夏から12月まで収穫出荷され、翌年の5月までは貯蔵して出荷するので出回り期は「年中」である。学生の69.5%が出回り期を「年中」と回答した。次に多い「秋」との有意差が認められた ( $p < 0.01$ )。春レタスの大都市近郊でのトンネル栽

表6 野菜・果物・魚  
出回り時期  
(名古屋市中央卸売市場)

食 品	出回り期
ねぎ	年中
じゃがいも	年中
レタス	年中
ピーマン	年中
キャベツ	年中
ブロッコリー	年中
大根	年中
トマト	年中
なす	年中
かぼちゃ	年中
さといも	年中
さつまいも	年中
菜の花	冬春
とうがん	夏
白菜	年中
れんこん	秋冬春
かぶ	秋冬春
カリフラワー	秋冬春
小松菜	年中
すいか	夏
くり	秋
柿	秋
メロン	夏
もも	夏
なし	夏秋
いちご	冬春
みかん	秋冬
ぶどう	夏秋
りんご	秋冬春
いちじく	夏秋
さんま	秋
たら	秋冬
あさり	春夏
さわら	年中
かつお	春夏秋

表7 野菜・果物・魚の出回り時期  
(学生回答2位まで)

n=249  
%

食 品	出回り期		
ねぎ	年中	77.1	冬 13.3
じゃがいも	年中	69.5	秋 8.4
レタス	年中	61.4	春 18.5
ピーマン	年中	60.6	夏 31.3
キャベツ	年中	58.2	春 27.3
ブロッコリー	年中	58.2	春 15.3
大根	年中	57	冬 29.3
トマト	年中	55.4	夏 38.2
なす	年中	44.6	夏 34.9
かぼちゃ	年中	44.2	冬 16.5
さといも	年中	42.2	冬 20.5
さつまいも	年中	38.2	秋 37.3
菜の花	春	83.5	年中 7.2
とうがん	冬	59.8	夏 12.9
白菜	冬	50.6	年中 34.9
れんこん	年中	42.2	春 19.3
かぶ	冬	39.4	年中 23.7
カリフラワー	年中	37.3	春 21.7
小松菜	春	32.5	年中 26.1
すいか	夏	86.3	年中 7.2
くり	秋	85.1	年中 5.6
柿	秋	81.5	秋冬 7.6
メロン	夏	48.2	年中 26.1
もも	夏	40.2	秋 25.3
なし	秋	58.2	夏 21.3
いちご	春	58.2	年中 13.7
みかん	冬	53.4	年中 25.3
ぶどう	秋	47	夏 25.7
りんご	年中	45.4	秋 18.5
いちじく	夏	31.7	秋 29.7
さんま	秋	69.5	年中 15.3
たら	冬	45.4	年中 24.1
あさり	年中	39	夏 26.1
さわら	春	32.1	年中 21.7
かつお	年中	30.9	春 18.1

培、夏秋レタスの冷涼な地域での露地栽培、冬レタスの比較的温暖な地区でのトンネル栽培でレタスの出回り期は「年中」である。学生の61.4%が出回り期を「年中」と回答した。次に多い「春」との有意差が認められた ( $p < 0.01$ )。ピーマンは施設栽培により出回り期は「年中」である。学生の60.6%が出回り期を「年中」と回答した。次に多い「夏」との有意差が認められた ( $p < 0.01$ )。キャベツは季節に合わせた品種が作られ「年中」出回っている。学生の回答も「年中」が一番多く58.2%であった。次に多い回答「春」との有意差が認められた ( $p < 0.01$ )。ブロッコリーの出回り期は「年中」である。学生の58.2%が出回り期を「年中」と回答した。次に多い「春」との有意

差が認められた ( $p < 0.01$ )。大根は春大根、夏大根、秋冬大根と栽培されて「年中」出回っている。学生の回答も「年中」が一番多く57%であった。次に多い「冬」との有意差が認められた ( $p < 0.01$ )。トマトはハウス栽培の普及により出回り期は「年中」である。学生の55.4%が出回り期を「年中」と回答した。次に多い「夏」との有意差が認められた ( $p < 0.05$ )。なすはハウス栽培の普及により出回り期は「年中」である。学生の44.6%が出回り期を「年中」と回答した。次に多い「夏」との有意差は認められなかった。かぼちゃは各地より季節を問わず供給されているとともに、日本向けに栽培された輸入物により出回り期は「年中」である。出回り期を「年中」と回答した学生は44.2%であった。次に回答が多い「冬」との有意差が認められた ( $p < 0.01$ )。さといもの出回り期は「年中」である。初夏から秋まで収穫して出荷される。秋から翌年までは、秋に収穫して貯蔵したものが出荷される。学生の42.2%が出回り期を「年中」と回答した。次に多い「冬」との有意差が認められた ( $p < 0.01$ )。さつまいもは秋に収穫されたものが土中や貯蔵庫で貯蔵されて、翌年の6月頃まで順次出荷される。そして暖地でトンネル栽培されたものの出荷が初夏から始まるので、出回り期は「年中」である。学生の回答も「年中」が一番多く、38.2%が回答している。次に多い「秋」との有意差は認められなかった。菜の花の出回り期は「冬春」であるが、学生の回答に「冬春」の回答はなく、「春」が83.5%と圧倒的に多かった。柴田等の調査<sup>5)</sup>で女子学生が春をイメージする食品として菜の花を2、3位に挙げているので、本調査の学生も菜の花を春に出回る野菜とイメージしていると推察する。とうがんの出回り期は「夏」である。しかし、学生の回答は「冬」が59.8%と一番多く、「夏」は12.9%であった。とうがんを「冬瓜」と表記することを知っていて、間違った出回り期であるが「冬」と回答していると推察する。「冬」と「夏」との有意差が認められた ( $p < 0.01$ )。白菜は秋冬を中心としてトンネル栽培による春白菜、高冷地の夏白菜と出回り期は「年中」である。しかし、学生の回答は「冬」が50.6%で一番多く、「年中」は34.9%であった。「冬」と「年中」との有意差が認められた ( $p < 0.05$ )。れんこんの出回り期は「秋冬春」である。しかし、学生の回答は「年中」が42.2%と一番多く、「秋冬春」の回答はなかった。かぶの出回り期は「秋冬春」である。しかし、学生の回答は「冬」が39.4%で一番多く、「秋冬春」の回答はなかった。カリフラワーの出回り期は「秋冬春」である。しかし、学生の回答は「年中」が37.3%と一番多く、「秋冬春」の回答はなかった。小松菜はハウス栽培などにより出回り期は「年中」である。しかし、学生の回答は「春」が32.5%と一番多く、次が「年中」の26.1%であった。「春」と「年中」との有意差は認められなかった。

青果物の出回り期は品種・育種の改良、栽培技術の進歩、産地間のリレー出荷、農産物流通技術の進歩発達、農産物の自由化や経済面による輸入量の増加によって周年供給が可能となっており、出回り期が「年中」の14種の野菜のうち12種について、学生の回答も出回り期を「年中」と回答した学生が一番多い。その中で2種については70%前後の学生が「年中」と回答しているが、その他の野菜は40~60%の回答であった。出回り期が「年中」以外の野菜については、その出回り期と学生が一番多く回答した出回り期とは一致していない。

次に果物等11種について述べる。すいかの出回り期は「夏」である。学生の回答も「夏」が圧倒的に多く86.3%であった。すいかは柴田等の調査<sup>5)</sup>で女子学生が「夏」をイメージする食品として1位に挙がっている。次に多い「年中」との有意差が認められた ( $p < 0.01$ )。くりの出回り期は「秋」である。学生の85.1%が「秋」と回答した。くりは柴田等の調査<sup>5)</sup>で女子学生が「秋」をイメージする食品として1位に挙がっている。次に多い「年中」との有意差が認められた ( $p < 0.01$ )。柿の出回り期は「秋」である。学生の81.5%が出回り期を「秋」と回答した。次に多い「秋冬」との有意差が認められた ( $p < 0.01$ )。メロンの出回り期は「夏」である。学生の回答は「夏」が48.2%であった。次に多い「年中」との有意差が認められた ( $p < 0.01$ )。ももの出回り期は「夏」である。学生が「夏」と回答したのは40.2%であった。次に多い「秋」との有意差が認められた ( $p$

<0.05)。なしの出回り期は「夏秋」であるが、学生の回答は「秋」が58.2%と一番多い。「夏秋」は三番目の回答として僅か9.2%であった。「夏秋」と「秋」に有意差が認められた ( $p < 0.01$ )。いちごは品種改良や栽培技術の進歩で出回り期は「冬春」であるが、学生は「春」が一番多く58.2%が回答している。「冬春」は11.6%と三番目の回答である。「春」と「冬春」に有意差が認められた ( $p < 0.01$ )。みかんの出回り期は「秋冬」であるが、学生の回答に「秋冬」はなく、53.4%が「冬」と一番多い回答である。ぶどうの出回り期は「夏秋」である。しかし、学生の回答に「夏秋」はなく、「秋」が一番多く47%であった。りんごの出回り期は「秋冬春」であるが、学生の回答に「秋冬春」の回答はなく、「年中」と45.4%が一番多く回答している。いちじくはハウス栽培、露地栽培されたものが出荷され、出回り期は「夏秋」である。しかし、学生の回答に「夏秋」の回答はなく、「夏」の回答が一番多く31.7%であった。果物11種について、その出回り期と学生の一番多い回答とが一致した果物は5種あり、その中ですいか、くり、柿の3種については80%強と回答率が高い。しかし、2種については50%弱の回答率であった。果物の出回り期と学生の一番多い回答が一致しなかった果物は、出回り期が複数季にわたっているのに対し、学生は一季で捉えている。

次に魚介類について述べる。さんまは「秋」が出回り期である。出回り期と同じ「秋」と回答した学生は69.5%と一番多く、他の魚等に比べて回答が多い。柴田等の調査<sup>5)</sup>で女子学生が秋をイメージする食品としてさんまを2位(40%強)に挙げており、本調査でもさんまを秋の魚とイメージして回答が多かったと考える。次に多い「年中」との有意差が認められた ( $p < 0.01$ )。たらの出回り期は「秋冬」である。学生の回答に「秋冬」はなく、「冬」が45.4%と一番多い。柴田等の調査<sup>5)</sup>で冬をイメージする魚として10%が回答している。あさは「春夏」が出回り期であるが学生の回答に「春夏」はなく、「年中」が39%と一番多かった。さわらの出回り期は「年中」である。しかし、学生の回答は「春」が一番多く32.1%であった。さわらを漢字で「鱈」と表記する事を知っていて「春」が多かったのであろう。「年中」は次に多い回答であり、「春」と「年中」に有意差は認められなかった。かつおの出回り期は「春夏秋」であるが、学生の回答に「春夏秋」はなく、「年中」が30.9%と一番多い回答であった。5種の魚介類についての調査結果について、出回り期と一致した回答は野菜、果物より全般的に低い。魚ばなれの影響と考える。その中でさんまのみが回答率が高かった。

食品の出回り期について、正解を一点として合計点を求め、その合計点と食品を購入に行く頻度とに有意差は認められなかった ( $p < 0.01$ )。しかし、今までは管理栄養士として食の専門家になるという意識で買い物をしてきた学生は少なく、漫然と買い物をしてきたと考えられるので優位差が認められなかったと推察する。木村等の調査<sup>6)</sup>で食材購入調査が食材購入技術の修得に有効な手段と報告しており、今後は食品購入時においても管理栄養士になるに必要な基本技術修得を意識してのぞみ、給食経営技術の向上を望む。

## 要約

これからの管理栄養士に望まれる給食経営管理技術を指導する資料として、入学してきた学生がどの程度食品に関する基礎知識を持っているかを調査し、次の結果を得た。

1. 食品の購入先としてほとんどの学生が「スーパーマーケット」を挙げており、次に「コンビニエンスストア」を半数が挙げています。食品を購入に行くことが「好き」な学生は80%弱であり、食品を購入に行く頻度としては70%の学生が1週間に1回以上であった。食品の情報に90%弱が興味をもっており、その食品の情報の取得先として「テレビ」「スーパーマーケット」と共に70%前後であった。調理が「好き」な学生が80%強と高率であり、80%強の学生が調理あるいは調理の手伝いを1週間に1回以上している。献立作成の「好き」「嫌い」について、60%強が



「どちらとも言えない」と回答している。大学入学前までに献立を立てたことがある学生は70%弱である。

2. 学生が知っているしょうゆは「薄口しょうゆ」85%、「濃口しょうゆ」70%弱であった。みそは「赤みそ」「白みそ」ともに90%強であり、「合せみそ」70%弱であった。食品成分表の分類名の米みそ、麦みその回答はなかった。
3. 食品と提示した関連語との回答で、パン、天ぷらの衣、スポンジケーキに使用する小麦粉、コーンスターチ、豆腐の原料、ひじきについては70~80%と高い正解であった。一方、片栗粉、白玉粉、ゼラチン、寒天の正解は50%前後であった。
4. 出回り期が「年中」の野菜について、学生の回答もほとんどの種類について「年中」と一番多く回答している。野菜の出回り期と学生が回答した出回り期（一番多い）が一致しない野菜の中で、菜の花は出回り期が「冬春」であるのに対し、80%強の学生が出回り期を「春」と回答している。果物について果物等11種のうち、すいか、くり、柿、メロン、ももの5種については、出回り期と学生が回答した出回り期（一番多い）が一致している。次に魚については、野菜・果物より全般的に出回り期と学生が回答した出回り期（一番多い）の一致率が低い。その中でさんまのみが出回り期の「秋」と学生が回答した出回り期（一番多い）が一致しており、70%と高い。

## 文献

- 1) 名古屋市中央卸売市場年報2003~2005年版, 名古屋市市民経済局生活流通部消費流通課
- 2) 伊藤和枝等: New 給食管理, 第1版第6刷, 医歯薬出版, 39, 2006
- 3) 照井眞紀子, 鈴木久乃: ある栄養士教育課程における学生の献立作成能力の要因, 栄養学雑誌, 58, 84 (2000)
- 4) 高木亨: 醤油の好みと地域特性, 日本食生活学会誌, 15, 273 (2005)
- 5) 柴田圭子, 安原安代: 四季をイメージする食品と料理, 日本調理科学会誌, 30, 146 (1997)
- 6) 木村友子, 亀田清, 菅原龍幸: 給食経営管理実習における献立計画に及ぼす食品情報と女子大生の食行動調査, 日本食生活学会誌, 14, 110~111 (2003)
- 7) 在原泰子, 板木利隆, 中村丁次, 矢澤進, 吉田企世子: 野菜ブックー食育のためにー, 独立行政法人 農畜産業振興機構