

食材としての芳香性植物の認知度および日常飲食利用の有無による印象の違い

小澤直子・岩崎 寛

千葉大学大学院園芸学研究科
e-mail : naoko.ozawa@chiba-u.jp

A Study on Awareness of Aromatic Plants and Whether Daily Consumption Affects of their Impression

Naoko OZAWA and Yutaka IWASAKI

Graduate School of Horticulture, Chiba University

Summary

We investigated the awareness of the aromatic plants (herbs) and whether daily consumption affects impression of the herbs in order to promote utilization of herbs as foods in daily life. The degree of recognition was higher in Oriental herbs even without consuming it, while the awareness was lower for European herbs. Furthermore, there were differences between the sexes; women had higher degrees of familiarity to herbs. In addition, daily consumption affects impression of the herbs; herbs used as foods tended to give a good impression on the subjects. However, since the good impression on these foods may influence on the daily use of them vice versa, the causal connection wasn't clear. Unlike the result of awareness as foods, daily consumption rate of each herb was not clearly divided by European and Oriental, suggesting that the amount of information on cuisine menus and the history as foods might influence on it.

Keywords : Eating, European herbs, gender, impression, Oriental herbs
食べる, 西洋ハーブ, 性差, 印象, 東洋ハーブ

はじめに

ストレス社会の現在, 緑や植物の有する療法的効果が注目され, 精神的な癒しやリラクゼーションを求め, 植物の天然揮発成分を抽出した精油を使用したアロマセラピーは一般社会に幅広く取り入れられており, また学術分野でも精油の有効性に関する研究が進んでいる。

近年アロマセラピーは, 医療現場でも導入されており, 真正ラベンダーには浮腫を改善する成分 (春田, 2006) や, 副交感神経を優位にする成分および抗酸化作用成分を含むこと (谷田, 2004) や, ローズマリーやレモンの精油には集中力を高め, 記憶力を強化する刺激的な作用があり, ラベンダーやオレンジの精油には鎮静作用があることが報告されている。これらハーブの香りを, 人間の基本的な生体調節機構として持ち合わせているサーカディアンリズムに合わせて香りを使い分けることでより脳の活性化や鬱状態の改善などに役に立つ (神保・浦上, 2008) ことが報告されている。しかし, アロマセラピーは精油を利用したものであり,

芳香植物 (ハーブ) の「栽培」「食材」「香り」などといったヒトの四感 (視覚・味覚・触覚・嗅覚) を通した日常生活への利用は限られている (小澤・岩崎, 2013a)。

既往研究において, 芳香性植物の印象と日常利用について年代別の違いを調べた結果, 精油を嗅いだ際の香りの嗜好性には年代間において差異は見られないが, 日常生活での利用の種類, 「栽培」「食材」「香り」の取り入れ方については, 年代によって差が見られ, 特に20歳代以下では芳香性植物自体の利用が少なかった (小澤・岩崎, 2013b)。しかし, 年代により利用が限られる中でも「食材」, つまり飲食利用については, 20歳代を含む全年代で多く利用されていた (小澤・岩崎, 2013b) ことから, 芳香性植物を日常生活に取り入れる手法として, アロマセラピーに代表される精油による「香りを楽しむ」だけではなく, 芳香性植物を「食材として楽しむ」を加えることで, より多くの人々がハーブと関わりを持つ契機となり得ると考えられた。

本研究では, まずハーブを食材としてどれだけ認知し日常利用しているか, さらに既に日常利用している人の有無および利用の有無によるハーブへの印象の違い

平成26年7月7日受付, 平成26年10月18日受理.

人植関係学誌. 15(1):1-7, 2015. 論文 (原著).

いについて現状を調査することを目的とした。既往研究において、芳香性植物利用は20歳代以下では少ないことが明らかとなったため、今後利用拡大のカギを握るとみられる20歳代以下の若者を調査の対象者とした。

本論では、芳香性植物を園芸店・スーパーマーケットなどで一般消費者に使用されている呼称である「ハーブ」として扱う。西洋・東洋の分類については、オリエンタルハーブ（東洋ハーブ）として紫蘇・山椒・薄荷（ハッカ）・柚子・檜・蓬の香りの生理・心理的効果の解析（趙ら，2007）や、西洋ハーブとして月桂樹（ローレル）・アーティチョーク・セージの脂質吸収抑制成分の解析（松田・吉川，2003）などがあるが、西洋・東洋に明確な定義はない。そこで、本論では、飲食調査を行うことから、スーパーマーケットにおいて「ハーブ」の呼称で販売されている植物を「西洋ハーブ」とし、薬味として日本人に馴染みのある植物を「東洋ハーブ」とした。

調査方法

1. 西洋ハーブと東洋ハーブの飲食実験調査

ハーブの飲食実験調査は2013年10-11月の間に、20歳代以下の男女66人を対象に実施した。男女比率は、男44%・女56%、年齢構成は、10歳代5人（男1，女4），20歳代61人（男28，女33）であった。実験フローを第1図に、実験に使用したセットを第2図に示す。実験説明後に同意書へ記入してもらい、質問紙調査およびSD法による印象評価を行った。質問紙調査は印象評価の前後に行った。

一連の実験に使用した植物は全8種で、西洋ハーブとして4種、ローズマリー (*Rosmarinus officinalis*)、スペアミント (*Mentha spicata*)、イタリアンパセリ (*Petroselinum neapolitanum*)、スウィートバジル (*Ocimum basilicum*) を、東洋ハーブとして4種、シソ (*Perilla frutescens* var. *crispa*，紫蘇)，ネギ (*Allium fistulosum*，葱)，ミョウガ (*Zingiber mioga*，商品は花茗荷という)，ショウガ (*Zingiber officinale*，生姜) を選定した。全8種は大型一般スーパーで市販されており、一般消費者の購入が容易なものを選定した。

各植物は、葉物は現物のまま、ネギ、ショウガ、ミョウガについては縦にスライスした形状にて提示した。

SD法による飲食印象評価前の質問紙調査で尋ねた質問項目は、「あなたの前に置かれている芳香植物（ハーブ）について」と前置きしたうえで、①この植物を見たことが（ある・ない・わからない）、②一度でも食べたことが（ある・ない・わからない）、③どのようにして食べたか、④植物の名前（知っている場合）、の4問であった。なお、印象評価の際に名前を先入観により判断されることを防ぐために、植物名を

ハーブの飲食実験フロー

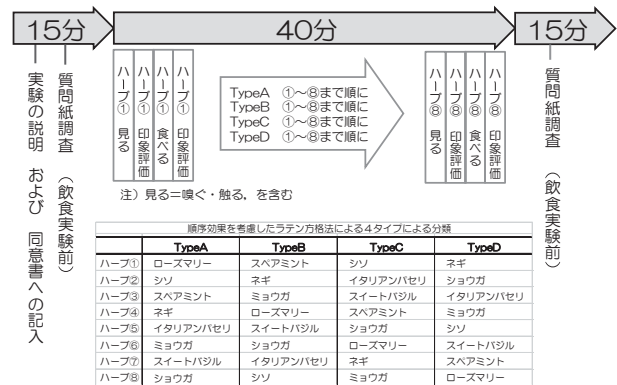


Fig 1. Schedule and design of the experiment on eating herbs. 第1図. 飲食実験フロー.

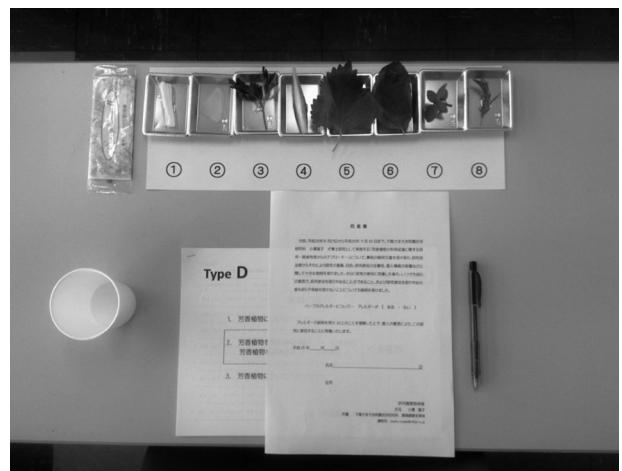


Fig 2. Setting for experiment of eating herbs. 第2図. 飲食実験セット.

伏せた上での調査とした。

また印象評価後の質問紙調査では、植物名を明らかにした上で、日常で飲食するか、各植物を使用して料理を作るか、一般スーパーで販売されていることを知っているか、飲食した各植物についての感想を尋ねた。

SD法による印象評価については、上品な-上品でない、高級な-高級でない、好きな-嫌いな、など24種類の形容詞対を7段階で評価してもらうことで実施した。好きな-嫌いな、の形容詞対を例に挙げると、非常に好きな-とても好きな・まあまあ好きな・どちらでもない・まあまあ嫌いな・とても嫌いな・非常に嫌いなという尺度で評価することとした。各種共に「見る（嗅ぐ・触る，を含む）」「食べる」という行為に対して印象評価をもらった。調査は、順序効果を考慮し、ハーブの飲食順序をA, B, C, Dの4種類のパターンを用意し、ラテン方格法を用い、ハーブを飲食する順番を入れ替えて実施した。

結果および考察

1. 西洋ハーブ・東洋ハーブの食材としての認知度および日常利用

1) SD法による印象評価前の質問紙調査結果

最初に8種ハーブの食材としての認識について尋ねた結果を第1表に示す。全8種の植物について、「見たことがあるか」「食べたことがあるか」を尋ねた結果であるが、「見たことがある」と答えた割合の高い順に、シソ(95.5%)、ミョウガ(95.5%)、シヨウガ(84.8%)、イタリアンパセリ(69.7%)、ネギ(68.2%)、ローズマリー(65.2%)、スウィートバジル(53.0%)、スペアミント(45.5%)であった。また、「食べたことがあるか」について「ある」と答えた割合の高い順は、シソ(90.9%)、ミョウガ(89.4%)、シヨウガ(80.3%)、ネギ(69.7%)、イタリアンパセリ(47.0%)、スウィートバジル(47.0%)、ローズマリー(34.8%)、スペアミント(30.3%)であった。また、カイ二乗検定および残差分析を行った結果については、西洋ハーブは、「見たこと」「食べたこと」それぞれに対して、負、すなわち「見たことがない」「食べたことがない」に1%または5%の有意差が、東洋ハーブは正、「見たことがある」「食べたことがある」が、それぞれ「見たことがない」「食べたことがない」に対し1%水準で有意に高かった。SD法による印象評価前に実施した質問紙調査では植物名を伏せていたが、東洋ハーブの食材としての認知度は高く、一方で西洋ハーブは低いことがわかった。

次に、全8種のハーブ名について、知っている場合としたうえで記述回答してもらった結果についてカイ二乗検定および残差分析を行った結果を全体と性別に分け第2表に示す。結果より、東洋ハーブについてはネギを除く3種類で正(知っている)に1%の有意差が認められた。ネギについて有意でなかった理由として、提示した形状が縦4分の1にスライスしたものであったために、植物名を判別し難かったことが一因と考えられた。

その一方で西洋ハーブについては、全体と男性においては全4種類で負(知らない)に1%の有意差が認められた。女性についてもローズマリー、イタリアンパセリについては負(知らない)に1%の有意差が認められ、スペアミントについても5%の負(知らない)の有意差があった。しかし、スウィートバジルについては有意差がみられなかった。

これらの結果より、全体として東洋ハーブは、名前を伏せ、さらに飲食せずとも認知度が高く、西洋ハーブは逆に認知度が低いことがわかった。また認知度には性差があり、男性よりも女性の方に認知度が高いこともわかった。

次に、西洋・東洋のハーブ名の認知(正解)数を比較したところ、平均正解数は、西洋ハーブが1.2種類、東洋ハーブが3.3種類であった。さらに、西洋・東洋それぞれ何種類認知(正解)しているか、カイ二乗検定および残差分析を行った結果を第3表に示す。西洋ハーブ・東洋ハーブの正解数は1%水準で有意差が認められ、残差分析より、正(認知している)に1%の

Table 1. Recognition of 8 types of herbs.
第1表. 8種ハーブの食材としての認識について。

	n = 66 (単位=%)								
	ローズマリー	スペアミント	イタリアンパセリ	スウィートバジル	シソ	ネギ	ミョウガ	シヨウガ	カイ二乗検定
見たことがある	65.2	45.5	69.7	53.0	95.5	68.2	95.5	84.8	
見たことがない	16.7	21.2 ▼▼	9.1	19.7 ▼	1.5 ▲▲	12.1	0.0 ▲▲	6.1 ▲	**
わからない	18.2	33.3	21.2	27.3	3.0	19.7	4.5	9.1	
食べたことがある	34.8	30.3	47.0	47.0	90.9	69.7	89.4	80.3	
食べたことがない	31.8 ▼▼	21.2 ▼▼	10.6 ▼	12.1 ▼	0.0 ▲▲	10.6	4.5 ▲▲	7.6 ▲▲	**
わからない	33.3	48.5	42.4	40.9	9.1	19.7	6.1	12.1	

注1) カイ二乗検定有意差: **=1%有意, *=5%有意
注2) 残差分析有意差: ▲▲=1%正に有意, ▲=5%正に有意, ▼▼=1%負に有意, ▼=5%負に有意

Table 2. Awareness ratio of names for the 8 herbs.
第2表. 8種のハーブ名の認知(正解)割合。

	(単位=%)									
	ローズマリー	スペアミント	イタリアンパセリ	スウィートバジル	シソ	ネギ	ミョウガ	シヨウガ	カイ二乗検定	
名前を知っている	33.3	36.4	12.1	39.4	90.9	63.6	90.9	81.8		
名前を知らない	66.7 ▼▼	63.6 ▼▼	87.9 ▼▼	60.6 ▼▼	9.1 ▲▲	36.4	9.1 ▲▲	18.2 ▲▲	**	
名前を知っている	17.2	17.2	3.4	20.7	86.2	51.7	82.8	69		
名前を知らない	82.8 ▼▼	82.8 ▼▼	96.6 ▼▼	79.3 ▼▼	13.8 ▲▲	48.3	17.2 ▲▲	31 ▲▲	**	
名前を知っている	45.9	51.4	18.9	54.1	94.6	73	97.3	91.9		
名前を知らない	54.1 ▼▼	48.6 ▼	81.1 ▼▼	45.9	5.4 ▲▲	27	2.7 ▲▲	8.1 ▲▲	**	

注1) カイ二乗検定有意差: **=1%有意, *=5%有意
注2) 残差分析有意差: ▲▲=1%正に有意, ▲=5%正に有意, ▼▼=1%負に有意, ▼=5%負に有意

Table 3. Percentage of awareness of names of European and Oriental herb plants.

第3表. 西洋ハーブ・東洋ハーブの植物名の認知(正解)数の割合.

n=66			
	西洋ハーブ	東洋ハーブ	カイニ乗検定
0種類	40.9% ▲▲	3.0% ▼▼	**
1種類	25.8% ▲▲	3.0% ▼▼	
2種類	15.2%	13.6%	
3種類	9.1%	21.2%	
4種類	9.1% ▼▼	59.1% ▲▲	
平均正解数	1.2 種類	3.3 種類	
注1) カイニ乗検定 ** =1%有意差			
注1) 残差分析: ▲▲=1%正に有意, ▼▼=1%負に有意			

有意差が認められたのは、西洋ハーブは「0種類」「1種類」、東洋ハーブは「4種類」であった。また負（認知していない）に1%の有意差が認められたのは、西洋ハーブは「4種類」、東洋ハーブは「0種類」「1種類」であった。このように、正解数からみても、今回使用した芳香植物の名前の認知については、食材として東洋ハーブは認知度が高く、西洋ハーブは低いことが明らかとなった。

2) SD法による印象評価後の質問紙調査結果

SD法による印象評価後に尋ねた質問紙での質問項目は、各植物名を明らかにした上で、①普段、このハーブを（よく食べる・時々食べる・あまり食べない・食べない）、②自分でこのハーブを料理することがある・ない、③一般スーパーの食品（野菜）売り場で販売していることを（知っている・知らない）④一般スーパーで購入したことがある・ない ⑤今回試食した感想（記述）の5問であった。

はじめに、日常で飲食するかを尋ねた。結果を第3図に示す。利用割合が、20%前後・65%以上・85%以上と3種の傾向があることがわかる。

さらにカイニ乗検定および残差分析を行った結果を第4表に示す。結果より、正（日常飲食する）に1%の有意差がみられたシソ、ネギとショウガ、負（日常飲食しない）に1%の有意差がみられたローズマリー、スペアミントとイタリアンパセリ、正（日常飲食する）に5%の有意差がみられたミョウガ・スウィートバジル

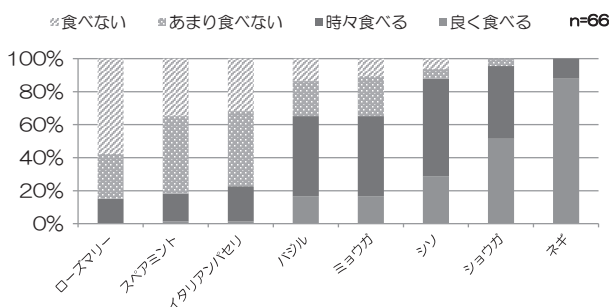


Fig 3. Percentage of daily consumption of 8 herbs.

第3図. 各ハーブの日常飲食する割合.

ルに3分類されることがわかった。

西洋ハーブ・東洋ハーブの明確な定義がないため、今回の研究においては、一般スーパーマーケットでハーブと呼ばれるものを西洋ハーブ、料理に香りづけをする薬味として馴染みのあるものを東洋ハーブとしたが、日常飲食利用については、認知度の低い西洋ハーブの中でもスウィートバジルのように65%以上が日常飲食利用しているもの、逆に認知度の高い東洋ハーブの中でもミョウガのように他の3種と比較して日常飲食利用がそれほど高くないものがあることがわかった。

西洋ハーブの中で飲食利用割合が65%以上であるスウィートバジルは、イタリア料理の食材として多く使われているハーブである。日本での利用増加は、日本にイタリア料理ブームが到来したことが関係すると考えられる。イタリア料理は1980年代後半のバブル期に最盛期を迎えたが、バブル崩壊後も高級感のあるフレンチよりも、カジュアルな装いを帯びたイタリア料理が人気を博し、日本全国にイタリア料理店が拡大した（澤口, 2012）。1988年には日本イタリア料理協会が設立され、日本におけるイタリア料理の普及に重要な役割を果たした（澤口, 2012）。

日本の大手スーパーマーケットの野菜売り場では、トマトとスウィートバジルを隣り合わせに陳列するなど、パスタやピザに代表されるイタリア料理に欠かせない素材の一つでもあるスウィートバジルは、近年日本人に慣れ親しみやすい食材になったと考えられる。

今回使用した全8種のハーブは、全国展開の大手スーパーマーケットの野菜売り場で一般に売られているハーブを取り上げた。質問紙では、各ハーブについてスーパーで市販されていることを知っているか、また、料理をするかしないかを尋ねた。その結果をクロス集計し第5表に示した。また、販売されているのを認知しており、料理をするかしないかについてカイニ乗検定を行ったところ1%の有意差が認められ、ハーブの種類により市販されていることを知りながらも日常の料理の材料として使用するところまでには至っていないことが示された。さらに残差分析を行ったところ、東洋ハーブのネギ・ショウガは100%が市販されていることを知っており、正、つまり「料理することがある」に1%の有意差が認められた。一方で、ローズマリー、スペアミント、イタリアンパセリとミョウガは、負、つまり市販されていることを知りながらも「料理をしない」に、5%または1%の有意差が認められた。スウィートバジル・シソについては有意差がみられなかった。これらの結果より、市販されていることを知っていることが、必ずしも日常で料理することに繋がるとは限らず、特に西洋ハーブについてその傾向が顕著であることが示された。しかし一方でスウィートバジルは、日常の料理に材料として使用していることの有無に有意差が認められず、食材として使用し

Table 4. Percentage of daily intake of 8 herbs.
第4表. 全8種のハーブに関する日常飲食の割合.

										n=66	
	ローズマリー	スペアミント	イタリアンパセリ	バジル	ミョウガ	シソ	ショウガ	ネギ	カイニ乗検定		
日常飲食する	15.2% ▼▼	18.2% ▼▼	22.7% ▼▼	65.2%	65.2%	87.9% ▲▲	95.5% ▲▲	100% ▲▲	**		
日常飲食しない	84.8% ▲▲	81.8% ▲▲	77.3% ▲▲	34.8%	34.8%	12.1% ▼▼	4.5% ▼▼	0% ▼▼			

注1) カイニ乗検定有意差: **=1%有意, *=5%有意
注2) 残差分析有意差: ▲▲=1%正に有意, ▲=5%正に有意, ▼▼=1%負に有意, ▼=5%負に有意

Table 5. Awareness of each herb as a commercial product in the supermarket and whether or not daily cooking.
第5表. 各ハーブがスーパーで市販されていることの認知度および日常で料理することの有無.

															n = 66 (単位: %)											
															スーパーで販売されているのを…											
															ローズマリー			スペアミント 無回答=1.5%			イタリアンパセリ			スイートバジル		
															知っている	知らない	合計	知っている	知らない	合計	知っている	知らない	合計	知っている	知らない	合計
日常で料理することが…	ある	6.1	▼	3.0	9.1	3.0	▼▼	3.0	6.1	6.1	▼▼	1.5	7.6	27.3	3.0	30.3										
	ない	19.7	▲	71.2	90.9	19.7	▲▲	72.7	92.4	37.9	▲▲	54.5	92.4	36.4	33.3	69.7										
	合計	25.8		74.2	100	22.7		75.8	100	43.9		56.1	100	63.6	36.4	100										
																紫蘇			葱			茗荷			生姜	
															知っている	知らない	合計	知っている	知らない	合計	知っている	知らない	合計	知っている	知らない	合計
ある	54.5		0	54.5	90.9	▲▲	0	90.9	28.8	▼▼	0	28.8	77.3	▲▲	0	77.3										
ない	45.5		0	45.5	9.1	▼▼	0	9.1	69.7	▲▲	1.5	71.2	22.7	▼▼	0	22.7										
合計	100		0	100	100		0	100	98.5		1.5	100	100		0	100										

注2) 残差分析有意差: ▲▲=1%正に有意, ▲=5%正に有意, ▼▼=1%負に有意, ▼=5%負に有意

ていることも示唆された。その要因の一つとして、料理メニューとしての情報が他の3種よりも一般に認知されている可能性が考えられた。

上述のように、西洋ハーブの食材としての認知度の低さは、料理をする・しないに関係なく、古来より薬味として使用割合の高い東洋ハーブとは食の歴史の長さの違い、文化的背景の違いも関係していると考えられた。スイートバジルのように上述したイタリア料理の流行が、消費者の日常利用に結び付けたことは、食材として利用したいという興味を抱く条件が、未だ多くの西洋ハーブには揃っていないことも要因であると考えられた。

2. 日常飲食利用の有無による西洋ハーブ、東洋ハーブの印象の違い

全8種のハーブについて、日常飲食利用しているか、していないかによる、「食材」としての印象の違いをみるために2タイプ（飲食利用あり・飲食利用なし）に分けて比較を行った。2タイプの分類には、良く食べる・時々食べる、を「飲食利用する」、あまり食べない・食べない、を「飲食利用しない」とした第4表を用いた。各ハーブで日常飲食利用の割合は異なり、ネギについては100%が飲食利用していたため2タイプによる比較はできなかった。

まず、「飲食利用する」「飲食利用しない」を東洋ハーブ、西洋ハーブに分け、「食べる」の印象プロフィー

ルを第4図に示した。回答の「どちらでもない」の値に縦線を引いたが、西洋ハーブ、東洋ハーブともに、日常飲食利用をしていると、利用していないよりも全体的に印象がポジティブ傾向であった。全体として2タイプの印象の違いをみると、飲食利用している人は、していない人よりも「好きな」「甘い」「食べられた」「親しみやすい」「香りのよい」「すっきりした」という好印象を持つ傾向が示唆された。

次に、ハーブごとに「飲食利用する」「飲食利用しない」についてT検定を行った結果を第6表に示した。T検定は「見る（嗅ぐ・触るを含む）」「食べる」の両方共に行った。

結果より、まずハーブ別に見ると、飲食利用割合により3グループの一つに分類されたスイートバジルとミョウガにおいて特に多くの形容詞対で有意差がみられた。また、スペアミント、イタリアンパセリ、シソは「見る（嗅ぐ・触るを含む）」よりも「食べる」の検定で多くの形容詞対に有意差が認められた。

また、形容詞別にみると、「見慣れた」「食べ慣れた」は全体的に「飲食利用あり」の人の方が「飲食利用なし」の人よりも有意に高いハーブが多いことが認められた。これは普段食べていることによる当然の結果であった。また「好きな」という嗜好性を示す形容詞でも有意差が多くみられた。日常飲食利用している食材については、印象が好ましいとする傾向もみられた。

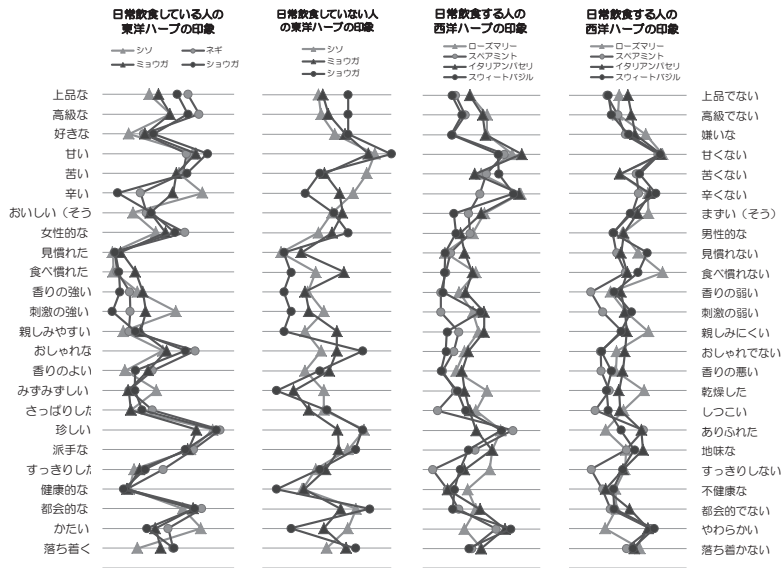


Fig 4. Impression profile for 8 herbs with or without daily consumption.
 第4図. 西洋・東洋ハーブの印象評価縦グラフ(飲食利用の有無).

Table 6. The differences in impressions of 8 herbs with or without daily consumption (T-test).
 第6表. 日常の飲食利用の有無による8種のハーブの印象の違い(T検定).

ハーブ名	ローズマリー	スペアミント	イタリアンパセリ	スウィートバジル	シソ	ネギ	ミョウガ	ショウガ
日常飲食利用の有無(人数)	日常食べる=10 日常食べない=56	日常食べる=12 日常食べない=54	日常食べる=51 日常食べない=15	日常食べる=43 日常食べない=23	日常食べる=58 日常食べない=8	日常食べる=66 日常食べない=0	日常食べる=43 日常食べない=23	日常食べる=63 日常食べない=3
	見る 食べる	見る 食べる	見る 食べる	見る 食べる	見る 食べる	見る 食べる	見る 食べる	見る 食べる
上品な—上品でない	*			**				
高級な—高級でない								
好きな—嫌いな			**	**	*	*	**	**
甘い—甘くない				*	*			*
苦い—苦くない					*			
辛い—辛くない								
おいしい(い) そう—まず(い) そう	*			**	**	*	*	**
女性的な—男性的な			*					
見慣れた—見慣れない	*	**	*	**	**		*	**
食べ慣れた—食べ慣れない	*	*	*	**	**	*	**	**
香りの強い—香りの弱い				**	**			
刺激の強い—刺激の弱い			*					
親しみやすい—親しみにくい	*			**	**	*	*	**
おしゃれな—おしゃれでない				**				*
香りのよい—香りの悪い			*	**	**			*
みずみずしい—乾燥した								
さっぱりした—しつこい					*	*		*
珍しい—ありふれた	*			*	**	**		
派手な—地味な				**				
すっきりした—すっきりしない			*	*	*	*	**	*
健康的な—不健康な			*	*	*	*	*	*
都会的な—都会的でない			*	*				
かたい—やわらかい								
落ち着く—落ち着かない				**	*	*	*	**

おわりに

本研究により、西洋ハーブは食材としての認知度が低く、東洋ハーブは認知度が高いことがわかった。さらにハーブ名については、東洋ハーブは全体の平均が3.3種類の正解率であるのに対し、西洋ハーブの平均は1.2種類と東洋ハーブと比較して低いことがわかった。また、ハーブ名の認知については性差があり、女性は男性よりもハーブ名を認知していることがわかった。

また、西洋ハーブと東洋ハーブの食材としての印象は、飲食利用をしているか、していないかにより異なり、飲食利用している食材について良い印象を持つ傾向に

あることがわかった。しかしこの結果は、その食材について良い印象を持っていることにより日常飲食利用をしていることも考えられ、今回の結果からはその因果関係については明らかにならなかった。

また、各ハーブの日常飲食利用については、食材としての認知度の結果のように西洋・東洋と2分されず、日常飲食利用割合は食の歴史や料理メニューの情報伝達などに起因することも考えられた。

今回の結果より、食材としていかに消費者に幅広く認知され、飲食利用への興味を持つかが、今後、ハーブの日常利用の拡充へ繋がる鍵となると考えられる。イタリア料理の食材としてスウィートバジルが認知さ

れているように、他の西洋ハーブについても、ハーブの効能や成分だけでなく、利用のためのレシピなどの一般消費者への提供が期待される。

今回の飲食実験においては、ハーブを食材として素材自身を扱い、全8種類共に生食で実験を行った。しかし、ハーブは加熱により香気濃度と嗜好度が変化することが明らかとなっている(塩田, 1991)。今回の印象評価後に行った質問紙で自由回答による感想においても、ネギについては加工した方が好まれる。次の段階として、各ハーブに最適な調理加工(生食を含む)を施したうえでの印象評価を測る必要がある。

摘 要

芳香性植物の日常生活での利用には年代差があるものの、「栽培」「食材」「香り」の中でも食材については幅広い年代で利用があることが既往研究でわかり、芳香性植物を日常生活に取り入れる手法として、「食材として楽しむ」ことを取り上げ、食材としての認知度と日常利用の有無による印象の違いについて調査した。その結果、東洋ハーブは、名前を伏せ、さらに飲食せずとも認知度が高く、西洋ハーブは逆に認知度が低かった。また、認知度には性差があり、女性で高い傾向にあった。西洋ハーブと東洋ハーブの食材としての印象は、飲食利用の有無により異なり、飲食利用している食材について良い印象を持つ傾向にあった。しかし、その食材について良い印象を持っていることにより日常飲食利用をしていることも考えられ、今回の結果からはその因果関係については明らかにならなかった。各ハーブの日常飲食利用については、食材としての認知度の結果のように西洋ハーブと東洋ハーブとは2分されず、食の歴史や料理メニューの情報量なども影響することが示唆された。

謝 辞

本研究を行うにあたり、実験調査にご協力いただいた被験者の皆さまに心より深く感謝申し上げます。

引用文献

- 趙 炫珠・李 宙營・藤井英二郎.2007. オリエンタルハーブの香りの生理・心理的効果の脳血液動態及びSD法による解析. 環境情報科学論文集 21:207-212.
- 春田博.2006. 真正ラベンダー(精油)浮腫改善のメカニズムについて. 日本アロマセラピー学会誌 5(1):51-55.
- 神保太樹・浦上克哉. 2008. 高度アルツハイマー病患者に対するアロマセラピーの有用性. 日本アロマセラピー学会誌 7(1):43-48.
- 松田久司・吉川雅之.2003. 西洋ハーブに脂質吸収抑制成分を探る-ローレル,アーティチョーク,セイジ. 薬学雑誌 123(-):14-17.
- 小澤直子・岩崎寛.2013a. 芳香植物の香りに対する年代別の印象評価および嗜好性に関する研究. 人間・植物関係学会雑誌 12(2):7-12.
- 小澤直子・岩崎寛. 2013b. 芳香植物を「食べる」ことに関する意識について. 人間・植物関係学会 2013年大会研究発表要旨.26-27.
- 澤口恵一. 2012. 日本におけるイタリア料理の産業史とコックのライフ・ヒストリー研究:その序論的考察. 大正大学研究紀要 97:143-154.
- 塩田教子. 1991. 肉料理におけるハーブの利用. 活水論文集家政科編. 34:37-48.
- 谷田恵子.2004. 真正ラベンダーの香りが副交感神経活動に及ぼす影響-心拍変動の周波数解析を用いた検証. 日本アロマセラピー学会誌 3 (1):45-51.