

ラーメンの販売と製品開発に関する研究報告

— 女子短期大学生のラーメンの嗜好性を参考として —

川 俣 幸 一・片桐百合菜*・田 中 良 子**・
志 摩 妃 沙***・山 本 綾****・塩 澤 信 也*****

A Study of Favorite Japanese Noodle for Women's College Students

Koichi KAWAMATA, Yurina KATAGIRI*, Ryoko TANAKA**

Hisa SHIMA***, Aya YAMAMOTO**** and Nobunari SHIOZAWA*****

Abstract : Chinese noodle, Ramen, is popular food in Japan. However, there is no free detailed report that notes Ramen's needs and/or favorite in Japanese people, especially women's college student. In this study, we elucidate that needs for Ramen's selling and development in our subjects.

As the result, in our subjects, instant noodle eating probability was higher the students lived in South Nagano prefecture than the one lived in other area. The middle Nagano prefecture students were eager to have the ramen in restaurant, significantly. In addition, udon was the most favorable noodle, ramen, spaghetti in descending order.

In conclusion, these results suggested that bold noodle with heavy miso soup and thin noodle with light soy sours soup may be suitable for our subjects, but not the regionalism in Nagano was not seen in this study. Complement of this report, we reported the two successfully cases. One was the Ramen selling of our college festival, the other was the product development, Tsukemen containing buckwheat flour.

Key words : Ramen (ラーメン), women's junior college student (女子短期大学生), needs (ニーズ), product development (製品開発)

目 的

一説によれば、国内における新規のラーメン屋の出店数は3,500店舗にも上るとされ、毎年それと同数の店舗が閉店していると言われている¹⁾。閉店の理由には立地や値段設定、地域性なども考えられるが、メインター

ゲットとなる客層の生活スタイルや味のニーズを見誤ることが大きな理由と考えられる。全国にはラーメン屋の店舗数が約40,000店あるとされ¹⁾、そのうち閉店する店舗は毎年全体の9%程度であるものの、近年では商店街の活性化や休眠物件の活用によりラーメン販売を利用するケースも多く²⁻⁴⁾、閉店は個人の問

2015年3月3日受付；2015年11月9日受理

*健和会病院 **株式会社アロー ***株式会社ブーランジュエリー横浜

****株式会社クロスカンパニー *****丸五製麺

題ではなく地域の問題にもなっている。

さて、ラーメンを販売するにあたり客層の生活スタイルやニーズを探る事は重要であるが、これら情報は世代別、職業別、性別、地域別などにも依存するため、それぞれのケースについて論じられる必要がある。加えて、個人でこのような情報を自由に利用できる環境は殆ど無いため、この事もニーズのミスマッチを誘因している。その一方で、国内におけるラーメン（いわゆる日本式拉麺）の歴史は130年ほどであるが^{5,6)}、その市場規模は4,500億円に上り⁷⁾、外食産業全体（24兆円）が低下傾向にある中で⁸⁾、今でも増加傾向にある。一方で、生活習慣病の改善に対して定期的なラーメンの喫食はシリアルの喫食に及ばない結果や⁹⁾、インスタントラーメンの食べ過ぎが種々の生活習慣病を引き起こす報告もあるが^{10,11)}、食べ過ぎによる弊害はどの料理にでも起こりうるものである。現実として、これだけラーメンが日本人の好きな麺料理として浸透している今、例えば学校給食や病院給食などで献立をたてる栄養士や調理師においては、それを献立から取り除くのではなく上手に付き合っていかななくてはならないのであろう。しかしながら日本人を対象としたラーメンのニーズ・嗜好性に関して詳細に自由に利用できる報告は、我々の調べたところ殆ど見当たらない現状があった。

以上の背景より、我々は日本人の抱くラーメンに対する一資料を作成する目的のなかで、今回は長野県南部地域に通学する女子学生を対象にラーメンに関する嗜好調査を実施したので、その結果を報告する。加えて2013-2014年度にかけて我々は調査結果を元にしたラーメン販売を行う機会に恵まれたので、事例として示す。

方 法

1. アンケートについて

本科学生1-2年生のうち平成25-26年度に

かけて配布が可能であった7クラス（360人）を対象にラーメンの好みに関するニーズアンケートを配布した。配布時期はそれぞれの年の6-7月に統一した。

アンケート内容は、ラーメンが好きか嫌いかを問う1項目、頻度や場所、支払える価格帯を問う3項目、ラーメンの好み（味、スープ、麺、具）を問う4項目、最も好きな麺料理を選択する1項目からなり、質問数は属性の回答を含めて全11項目であった。基本的に最も当てはまる回答を1つだけ選択させたが、問5-4「ラーメンの具のスタイルで好きなのは何ですか？」においてのみ最大5つの複数回答を許した。質問項目の詳細は表2と表3にて回答結果と共に示した。

2. 倫理的配慮

前提として本取り組みに際しては事前にクラス担任ならびに参加者自身の承諾のもと実施した。アンケート配布は各クラスの担当学生と、看護学科2年生に関しては配布を委託された学生が行った。配布時にヘルシンキ宣言に基づき調査の趣旨を説明した。また提出は自由意思に基づくものであり回答の有無や内容に依り回答者が何ら不利益を得る事が無い事、無記名式のアンケートであるため個人は特定されない事、教育と研究目的以外には使用しない事、成績には関係がない事、目的を成した際には速やかにシュレッダーにて廃棄する事、記入を以て同意となる旨などを伝えた。また不必要な心理的不安を除くため、配布・回収は基本的に担当学生に任せ、調査現場に筆頭著者（ゼミ担当教員）は同席をしなかった。

3. 統計処理

単純集計の表記は人数（%）で表した。統計処理ソフトにはSPSS ver. 17.0を使用した。統計的有意水準は5%とした。全体281人の結果に対しては χ^2 検定（適合度検定）にて

漸近有意確率（両側）を求めた。次いで、得られた結果に地域性があるのかを確認する目的で二段階の検定を実施した。具体的には第一段階のスクリーニング調査として χ^2 検定（同等性検定）により漸近有意確率（両側）を求めた。その後、第二段階として、有意差の認められた各項目においては特徴的なセルを明確に特定化するため調整済み標準化残差の検定（標準化残差値 ± 1.96 以上＝危険率5%以下で有意差あり）を行った。なお全ての χ^2 検定において、期待度数5未満のセルが20%以上存在するデータに対してはFisher's exact testを実施して正確有意確率（両側）を求めた。しかしながら一部のデータにおいては本体のメモリ不足のため演算不可となったため、そのようなデータに対しては漸近有意確率（両側）の結果を便宜上スクリーニングとしての判断に採用し、その旨は図表に脚注として示した。

結果および考察

1. アンケートについて

本科学学生1-2年生のうち平成25-26年度にかけてクラス担当をつけて配布が可能であった7クラス計360人を対象にアンケートを配布し287人の回答を得た（回収率79.7%）。このうち未回答・誤回答のあったものを除いた281人を分析対象とした（有効回答率97.9%）。回答者の属性は、学年別においては1年生133人（47.3%）、2年生148人（52.7%）、出身別においては北信26人、東信17人、中信55人、南信168人、県外15人であった（表1）。なお本学のある南信が最も回答者が多い結果となったが、東信と北信は中信と比しても人数が少なかったため、検出力を高めるため以降の地域別の分析においてはセルを統合し、東・北信として再分類した。

2. ラーメンに関する調査アンケートの結果

ラーメンに関する調査アンケートの結果は

表1 回答者の属性

	人数 (%)
全体	281 (100.0)
学年	
1年生	133 (47.3)
2年生	148 (52.7)
出身（実家）	
北信	26 (9.3)
東信	17 (6.0)
中信	55 (19.6)
南信	168 (59.8)
県外	15 (5.3)

表2に示した。問1では調査の前提となるラーメンの好き嫌いを問うものとし全体281人において「大好き」または「好き」と回答した者の数は236人（84.0%）を占めた。 χ^2 適合度検定においても $p < 0.001$ と有意な結果を示した。類似した報告では10代女性の91.3%、20代女性の95.1%がラーメンを「とても好き」または「やや好き」や¹²⁾、九州・東京の3世代で調査した報告では小学生の86%、学生の85%、成人の68%がラーメンを「大好き」または「好き」と選択したとしている¹³⁾。ラーメンが国民食と言われて久しいが^{5,6)}、今回の結果は先行研究と同様に、本学に通う学生の大部分がラーメンを好んでいることを示していた。しかしながらこの回答結果に長野県の南信、中信、東・北信といった地域性は見られなかった（ $p = 0.135$ ）。

問2では一か月に食べるラーメンの回数を問うものとした。全体の結果でも回答に偏りが見られたものの（ $p < 0.001$ ）、地方別に分析すると他地域の学生と比較して南信では3回程度食べる学生が有意に多かった。またそれを裏付ける形で、中信出身の学生は南信出身の学生と比較してラーメンを食べない（ほぼ0回）との回答が多かった。同様に問3で

表2 ラーメンに関する調査アンケートの結果

	全体 (n=281)	p値 ¹⁾	地方別 ²⁾			p値 ³⁾
			南信(n=168)	中信(n=55)	東・北信(n=43)	
<u>問1. ラーメンは好きですか？</u>						
1. 大好き	108 (38.4)	<0.001	69 (25.9)	16 (6.0)	21 (7.9)	0.135
2. 好き	128 (45.6)		70 (26.3)	27 (10.2)	19 (7.1)	
3. ふつう	44 (15.7)		29 (10.9)	11 (4.1)	3 (1.1)	
4. 嫌い	1 (0.4)		0 (0.0)	1 (0.4)	0 (0.0)	
5. 大嫌い	0 (0.0)		0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	
<u>問2. 一か月に何回食べますか？</u>						
1. 4回以上	33 (11.7)	<0.001	21 (7.9)	2 (0.8)	8 (3.0)	<0.001
2. 3回程度	50 (17.8)		41 (15.4)	4 (1.5)	3 (1.1)	
3. 2回程度	76 (27.0)		43 (16.2)	19 (7.1)	12 (4.5)	
4. 1回程度	86 (30.6)		52 (19.5)	15 (5.6)	12 (4.5)	
5. ほぼ0回	36 (12.8)		11 (4.1)	15 (5.6)	8 (3.0)	
<u>問3. 食べるとしたら主にどこで食べますか？</u>						
1. ラーメン専門店	136 (48.4)	<0.001	64 (24.1)	37 (13.9)	23 (8.6)	0.014 ⁵⁾
2. 中華料理店	19 (6.8)		12 (4.5)	3 (1.1)	2 (0.8)	
3. ファミリーレストラン	0 (0.0)		0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	
4. フードコート	11 (3.9)		8 (3.0)	1 (0.4)	2 (0.8)	
5. 生麺タイプのラーメンを自宅	37 (13.2)		27 (10.2)	6 (2.3)	4 (1.5)	
6. インスタントラーメンを自宅	41 (14.6)		35 (13.2)	3 (1.1)	3 (1.1)	
7. カップラーメンを自宅	37 (13.2)		22 (8.3)	5 (1.9)	9 (3.4)	
<u>問4. ラーメンをお店で食べるにあたって、いくらまでお金を出せますか？</u>						
1. 400円未満	18 (6.4)	<0.001	14 (5.3)	2 (0.8)	2 (0.8)	0.370
2. 400-599円	53 (18.9)		36 (13.5)	11 (4.1)	5 (1.9)	
3. 600-799円	136 (48.4)		80 (30.1)	29 (10.9)	20 (7.5)	
4. 800-999円	66 (23.5)		35 (13.2)	12 (4.5)	13 (4.9)	
5. 1000円以上	8 (2.8)		3 (1.1)	1 (0.4)	3 (1.1)	
<u>問5-1. ラーメンの味のスタイルで最も好きなのは何ですか？</u>						
1. 味噌	80 (28.5)	<0.001	46 (17.3)	12 (4.5)	17 (6.4)	0.814
2. 塩	43 (15.3)		27 (10.2)	8 (3.0)	6 (2.3)	
3. 醤油	99 (35.2)		57 (21.4)	23 (8.6)	13 (4.9)	
4. 博多豚骨	26 (9.3)		16 (6.0)	6 (2.3)	3 (1.1)	
5. 醤油豚骨	21 (7.5)		14 (5.3)	5 (1.9)	2 (0.8)	
6. 胡麻	12 (4.3)		8 (3.0)	1 (0.4)	2 (0.8)	
<u>問5-2. ラーメンのスープのスタイルで最も好きなのは何ですか？</u>						
1. こってり系	71 (25.3)	<0.001	42 (15.8)	14 (5.3)	9 (3.4)	0.874
2. あっさり系	143 (50.9)		82 (30.8)	31 (11.7)	24 (9.0)	
3. 魚介系	31 (11.0)		18 (6.8)	5 (1.9)	5 (1.9)	
4. 辛味系	36 (12.8)		26 (9.8)	5 (1.9)	5 (1.9)	
<u>問5-3. ラーメンの麺のスタイルで最も好きなのは何ですか？</u>						
1. 太麺ストレート	57 (20.3)	0.013	34 (12.8)	10 (3.8)	8 (3.0)	0.229
2. 太麺ちぢれ	83 (29.5)		46 (17.3)	17 (6.4)	12 (4.5)	
3. 細麺ストレート	85 (30.2)		57 (21.4)	19 (7.1)	8 (3.0)	
4. 細麺ちぢれ	56 (19.9)		31 (11.7)	9 (3.4)	15 (5.6)	
<u>問5-4. ラーメンの具のスタイルで好きなのは何ですか？ (最大5つ選択)⁴⁾</u>						
1. 焼豚	177 (15.5)	<0.001 ⁴⁾	103 (9.6)	37 (3.4)	26 (2.4)	0.761
2. メンマ	194 (17.0)		117 (10.9)	36 (3.3)	31 (2.9)	
3. のり	94 (8.2)		52 (4.8)	25 (2.3)	10 (0.9)	
4. わかめ	72 (6.3)		39 (3.6)	16 (1.5)	15 (1.4)	
5. 普通のねぎ	120 (10.5)		70 (6.5)	21 (2.0)	18 (1.7)	
6. 味付辛ねぎ	28 (2.5)		14 (1.3)	7 (0.7)	6 (0.6)	
7. コーン	93 (8.1)		63 (5.9)	15 (1.4)	12 (1.1)	
8. 煮卵	148 (13.0)		86 (8.0)	27 (2.5)	25 (2.3)	
9. もやし	139 (12.2)		94 (8.7)	21 (2.0)	18 (1.7)	
10. キムチ	18 (1.6)		11 (1.0)	2 (0.2)	4 (0.4)	
11. きくらげ	49 (4.3)		28 (2.6)	9 (0.8)	8 (0.7)	
12. 辛子高菜	10 (0.9)		4 (0.4)	2 (0.2)	3 (0.3)	

1) … 全体に対する χ^2 値 (適合度検定)

2) … 全体の人数から県外者15人を除いた結果を更に地方別に分類した

3) … 各設問と地方別とのクロス集計に対する χ^2 値 (同等性の検定)

4) … 全回答数1142に対する各項目の数 (%) を示し、適合度検定を実施した

5) … 正確有意確率が算出できなかったため
漸近有意確率を示した

… 調整済み標準化残差値 +1.96以上

… 調整済み標準化残差値 -1.96以下

は食べるとしたらどこで食べるかを問うものとしたが、南信の学生はインスタントラーメンを自宅だという回答が有意に多い割合であったが、中信出身の学生は専門店で食べる学生が多かった。これら問2-3の結果は、南信の学生が自宅でインスタントラーメンを食べる回数が多い事を間接的に示唆しているが、これには中信や東・北信出身の学生はアパートまたは寮暮らしとなる住居スタイルが関与しているものと考えられる。30-40年前の昔の学生とは異なり^{14,15)}、近年では一人暮らしに対するインスタントラーメンの否定的な情報も多く手に入るようになったため、一人暮らしの学生ほどインスタントラーメンを自粛した生活をしているのかもしれない。しかしながら今回の結果はインスタントラーメンに注目した専門のアンケート調査を経たものではないため、この知見の再確認を今後の検討課題としたい。一方で、幼少期から南信に住む学生と比べて、アパートまたは寮暮らしとなる学生ほど新しい街で新生活を送るにあたりラーメン屋を食べ歩く(外食)回数が多くなる可能性も示唆された。どちらの

ケースにおいてもラーメンの食べ過ぎとなるのは好ましくないため、場合によっては自宅生に対するインスタントラーメンの多食や、アパートまたは寮暮らしの学生が行うラーメン屋めぐりに関して注意喚起をする必要もあるのかもしれない。問4ではラーメンに対する経済感覚を問うものとした。全体として最も選ばれたのは600-799円の帯域であったが、その経済感覚に地域性は見られなかった($p=0.370$)。

問5の1-4は女子学生の抱くラーメンへの嗜好性を明らかにするために行った。好みの味やスープ、麺を問う3項目では、全体として醤油味、あっさり味、細麺ストレートが最も好まれ、複数回答とした具ではメンマが最もニーズが高かった。一方で、これら傾向に地域性は見られなかったものの、しかしながらラーメンの味付けやスープ、麺においては女子学生ならではの嗜好性(関連性)が存在するものと考え、この3群(ラーメンの味付け、スープ、麺)におけるクロス集計を行った(表3)。検定は表2にて地域性が見られなかったため、全体281人おける結果を

表3 最も好きな麺料理に関する調査アンケートの結果

	全体 (n=281)	p値 ¹⁾	地方別 ²⁾			p値 ³⁾
			南信(n=168)	中信(n=55)	東・北信(n=43)	
問6. 次の麺料理の中で最も好きなのは何ですか？						
1. そば	15 (5.3)	<0.001	9 (3.4)	3 (1.1)	3 (1.1)	0.765 ⁴⁾
2. うどん	75 (26.7)		44 (16.5)	16 (6.0)	10 (3.8)	
3. スパゲティ	66 (23.5)		40 (15.0)	13 (4.9)	9 (3.4)	
4. ラーメン	69 (24.6)		41 (15.4)	11 (4.1)	13 (4.9)	
5. ソーメン	8 (2.8)		6 (2.3)	1 (0.4)	1 (0.4)	
6. 長崎ちゃんぽん	7 (2.5)		4 (1.5)	2 (0.8)	1 (0.4)	
7. 皿うどん	3 (1.1)		3 (1.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	
8. 焼きそば・焼うどん	17 (6.0)		8 (3.0)	6 (2.3)	2 (0.8)	
9. 冷麺	5 (1.8)		2 (0.8)	2 (0.8)	0 (0.0)	
10. つけめん	7 (2.5)		5 (1.9)	1 (0.4)	1 (0.4)	
11. 冷し中華	6 (2.1)		5 (1.9)	0 (0.0)	1 (0.4)	
12. 沖縄そば	3 (1.1)		1 (0.4)	0 (0.0)	2 (0.8)	

1) … 全体に対する χ^2 値(適合度検定)

2) … 全体の人数から県外者15人を除いた結果を更に地方別に分類した

3) … χ^2 値(同等性の検定)

4) … 正確有意確率が算出できなかったため漸近有意確率を示した

示した。その結果、Aの味付けとスープのクロス集計では、こってり系ならば味噌や豚骨2種、あっさり系なら醤油や塩を組み合わせるとして有意に好んでいることが明らかとなった。また醤油豚骨には魚介系、胡麻には辛味系が加えて好まれていた。Bの味付けと麺においては、味噌は太麺2種との相性が、醤油豚骨には細麺ちぢれが有意に好まれていた。これらの結果は、味噌ラーメンであればこってり系で太麺にニーズがある事を明白に示していた。また醤油ラーメンや塩ラーメンであればあっさり系が良い事が示され、Cのスープと麺においてあっさり系は細麺ストレートが良い事を鑑みると、女子学生の醤油ラーメンや塩ラーメンの麺の好みは細麺ストレート

にあるものと考えられる。近年、ご当地ラーメンなど様々なパターンのラーメンが販売されており^{16,17)}、その中には濃厚醤油ラーメンやあっさり豚骨ラーメンなども存在するが、女子学生を対象に販売する際にはクラシクな上述した組み合わせが良いものと思われる。

最も好きな麺料理を問うた表4では、最も好まれたのはうどん(75人)であり、次いでラーメン(69人)、スパゲティ(66人)と続き、その嗜好性にも地域性は見られなかった。類似した研究においては、これまでに近々が九州と東京に住む男子学生89人と女子学生562人の合わせて651人を対象に麺料理の嗜好性について質問したところ¹³⁾、スパゲ

表4 ラーメンの味、スープ、麺におけるクロス集計の結果

A. 味とスープ					
	こってり系	あっさり系	魚介系	辛味系	p 値 ¹⁾
醤油	9 (3.2)	74 (26.3)	8 (2.8)	8 (2.8)	<0.001 ²⁾
味噌	27 (9.6)	31 (11.0)	9 (3.2)	13 (4.6)	
塩	2 (0.7)	29 (10.3)	6 (2.1)	6 (2.1)	
博多豚骨	18 (6.4)	7 (2.5)	1 (0.4)	0 (0.0)	
醤油豚骨	13 (4.6)	1 (0.4)	6 (2.1)	1 (0.4)	
胡麻	2 (0.7)	1 (0.4)	1 (0.4)	8 (2.8)	
B. 味と麺					
	太麺ストレート	太麺ちぢれ	細麺ストレート	細麺ちぢれ	p 値 ¹⁾
醤油	19 (6.8)	24 (8.5)	35 (12.5)	21 (7.5)	0.007 ²⁾
味噌	23 (8.2)	34 (12.1)	15 (5.3)	8 (2.8)	
塩	6 (2.1)	13 (4.6)	16 (5.7)	8 (2.8)	
博多豚骨	5 (1.8)	5 (1.8)	11 (3.9)	5 (1.8)	
醤油豚骨	2 (0.7)	4 (1.4)	6 (2.1)	9 (3.2)	
胡麻	2 (0.7)	3 (1.1)	2 (0.7)	5 (1.8)	
C. スープと麺					
	こってり系	あっさり系	魚介系	辛味系	p 値 ¹⁾
太麺ストレート	20 (7.1)	19 (6.8)	7 (2.5)	11 (3.9)	0.016
太麺ちぢれ	26 (9.3)	38 (13.5)	9 (3.2)	10 (3.6)	
細麺ストレート	16 (5.7)	56 (19.9)	6 (2.1)	7 (2.5)	
細麺ちぢれ	9 (3.2)	30 (10.7)	9 (3.2)	8 (2.8)	

n=281

1) … χ^2 値 (同等性の検定)

2) … 正確有意確率が算出できなかったため漸近有意確率を示した

… 調整済み標準化残差値 + 1.96以上

… 調整済み標準化残差値 - 1.96以下

ティ、ラーメン、うどんの順に好まれたと報告している。また福岡の学生70人のみに類似した質問をしたところラーメンが最も多かったとしている¹⁸⁾。味に関して嗜好性があるとする報告は多くあるが^{12,19)}、地域によりうどんやラーメン、スパゲティなどの嗜好性がある事が今回明らかとなった。なお長野県は信州そばが特産にあるが、我々の結果ではそばは全体として5番目の15人の選択であった。学生を対象に麺料理を販売する際には留意する必要があるのかもしれない。

3. 事例の紹介① (学園祭でのラーメン販売)

我々のゼミでは2013-2014年度にかけて本学の学園祭でラーメンを販売する機会に恵まれた。表4の結果を元に2013年度はあっさり醤油ラーメンと、濃厚味噌ラーメンを販売した。価格は表2の間4の結果より、お金を出せる上限が600-799円台に集中していたため、原価を100円に設定し、通常の1/2サイズの半ラーメンを300円で販売した。販売2時間半で220食を売り上げる結果となった。2014年度においては地域食材をテーマとし飯田産の豚とネギを使用した焼豚しょうゆラーメンを販売した。原価の設定は行わず前年度と同じく半ラーメンを300円で販売したが、販売2時間で120食を売り上げた。なお、これら三種類の自家製ラーメンのうち喫食後の評価が最も高かった(10点満点のアンケートで平均8.02点であった)味噌ラーメンのレシピを図1に示した。なお、あっさり醤油ラーメンは7.60点、焼き豚しょうゆラーメンは7.63点であった。

4. 事例の紹介② (産学連携のラーメン販売)

我々のゼミでは2014年度に長野県大学地域連携事業の助成金により産学連携のラーメンを商品化・販売する機会に恵まれた。主とし

て生麺タイプの麺の開発であったが、地域性と健康の観点からそば粉入りの小麦麺とした。またスープは鰹節系の醤油味とし、最終的にはそば切りと食べ方が似ているつけ麺スタイルでの提供とした。これらの決定にはアンケートによりあっさり醤油が好まれると言う知見が前提となった(表2)。販売価格は1パック(2人前)で350円に設定した(税込)。そば粉入りつけ麺のレシピは図2に示した。南信州・飯田産業センター売店や短大近くのセブンイレブン(飯田市立病院前店)、A・コープあいぱんいいだ店などを中心に180食が販売された。今後はより地域食材の消費需要に応えつつ、ゆくゆくは自家製の特性を生かして減塩ラーメンや減脂ラーメンの提供も考えられよう。

5. 総合考察

以前に我々のゼミでは、学園祭でラーメンを喫食しアンケート調査にご協力いただいた長野県在住者が多く含まれるとされる社会人など21人を対象に回答を集計した結果²⁰⁾、味噌系、あっさり系、豚ダシ系、細麺ちじれ系に多くの意見が寄せられたことを報告している。今回は類似した調査を長野県南部地域に通学する女子学生を対象に実施した。

その結果、2つの知見が明らかとなった。まず1つ目は女子学生のラーメンに関する横断調査の結果である。今回の結果では、おそらくは自宅生が多いものと考えられる南信学生のインスタントラーメンの喫食頻度が他地域と比較して多かった。先行研究と比較すると、男女合わせて1228人を対象とした調査によれば¹²⁾、年間にインスタントラーメンを喫食する回数は男性30.5杯、女性25.3杯であり、女性では週1回の頻度が最も多く(22.5%)を占めていたとしている。更にこのデータではインスタントラーメンを多く喫食する世代が10代32.3%、20代31.7%と他世代と比して多い事も示している。他方、高橋

が岩手県の短大生を対象に行った調査によればインスタントラーメンを選ぶ理由として「調理が簡単」が全体の42.7%として最も選ばれたと報告している²¹⁾。10-20代女性の基本的な料理に関する学習意欲は非常に高いとする増澤らの報告もあるため²²⁾，簡単な手料理のやり方を示すことでインスタントラーメンを選ばせない，またはインスタントラーメンに野菜などを多く加えた調理実習などは，女子学生を対象とした食育活動において有効な取り組みとなるのかもしれない。更に言えば，2011-2013年度の総務省の家計調査

によれば全国の県庁所在地・政令指定都市の比較において²³⁾，一世帯あたりのインスタントラーメンの消費量が最も少ないのは長野県（長野市）が2.14kgと全51都市中で最も少なかった。隣接する新潟県（新潟市）が3.32kgで8位，愛知県（名古屋市）が2.79kgで29位，岐阜県（岐阜市）が2.51kgで41位，山梨県（甲府市）が2.24kgで48位であったため，この事は47都道府県として考えた時に長野・山梨・岐阜エリア周辺の県民性としてインスタントラーメンをあまり食べない傾向があるものと考えられる。しかしな



図1 濃厚味噌ラーメンのレシピ (60食分：半ラーメンにして120食)

が若い世代（例えば南信の学生など）にこの傾向が見られないとすれば、この好ましい食生活の特徴が失われないように若年期から指導をする必要もあろう。特にこれは将来それぞれの家庭で家計を預かる可能性の高い若い女性において、この地域ならではの重要な指導となるのかもしれない。またこの家計調査では外食（中華そば）に使う金額の多い県庁所在地・政令指定都市では長野県（長野市）が全51都市中で6位の8,718円であることも示しており²³⁾、この結果は先に述べた一人暮らしや寮暮らしと考えられる学生がラーメンは外食するものと考えている事象を間接的に支持するものなのかもしれない。

続いて2つ目は、女子学生の抱いていたラーメンに対する嗜好性であった。今回の我々の結果では、醤油系、あっさり系、細麺ストレート系、具ではメンマに最も多くの回

答が寄せられた。ラーメン嗜好の地域性を性別で分けた結果は見当たらなかったが、男女合わせて1228人を調査したデータとしては女性の28.1%が醤油ラーメン、18.8%が豚骨ラーメン、17.2%が味噌ラーメンを好むと報告している¹²⁾。また男女を合わせた調査ではあるが醤油ラーメンは首都圏と北陸・新潟で、味噌は東北と北海道、北関東・甲信で、塩は関西、豚骨は九州で好まれる傾向があり、北から南にかけて味噌、醤油、塩、豚骨の順に嗜好がシフトすると結論付けている¹⁹⁾。これら先行研究は、今回の対象群が醤油ラーメンを好む傾向にあったことと矛盾するものではなかった。換言すれば、これらの知見は長野県南部地域に通学する女子学生をメインターゲットにラーメン店を営む場合に、メンマや焼豚、煮卵の載った細麺ストレートのあっさり系醤油ラーメンの提供が無難なファーストチョイスとなる事、また太麺の濃厚味噌ラーメンの組み合わせが有効である事を示唆した。更には、事例①で示した学園祭でのラーメン販売にて濃厚味噌ラーメンが最も好まれた事実と、あっさり醤油ラーメンが原価の縛りの無かった焼き豚しょうゆラーメンと同等の評価であったとする事実と矛盾していなかった。一方で、ラーメンよりもうどんが好まれていた現状も学園祭の成功を考えた際には考慮すべき事情であろう。

最後になるが、健康な人に向けての栄養情報ではラーメンは食べ過ぎの弊害が多く発信される傾向にあるが、例えば学校給食や入院患者における給食においてラーメン（ここでは生麺タイプとして）とはご馳走の日であり、小食な方に食べてもらうきっかけにもなる。このような調査が世代別、職業別、性別、地域別ごとに蓄積することで、食に携わる方々の麺の日の献立をたてる際の一助になればと考える。

生麺（つけ麺）

材料（粉10kgとして）

小麦粉（70%、傾奇者、日清製粉） 7kg
 そば粉（30%、減菌そば粉、日穀製粉） 3kg
 水（加水率36%） 3.6L
 食塩（1%、塩事業センター） 100g
 粉かん水（0.1%、オリコ赤飛龍） 10g
 エタノール（1%、食品添加物） 100g
 その他（小麦たんぱく1%、増粘多糖類0.5%）

切り番 20番（ちぢれ）

賞味期限 10日間

つけ麺スープ

三栄フーズ社製、味献上つけめんスープ



図2 そば粉入りつけ麺のレシピ

ま と め

女子学生の抱くラーメンに対する嗜好性を明らかにするためにアンケート調査を実施した。その結果、自宅が近い南信の学生は他地域の学生と比してインスタントラーメンを食べる頻度が多く、一方で中信の学生はラーメンを専門店で外食する頻度が有意に多かった。

今回の対象者において、最も好まれる麺料理はうどん、ラーメン、スパゲティの順であった。ラーメンの味やスープ、麺の好みにおいては、太麺の濃厚味噌ラーメンや細麺のあっさり醤油ラーメンなどの組み合わせが好まれている背景が推察できた。しかしながら、これら麺料理の嗜好性、ラーメンの嗜好性においては長野県内における地域性は見られなかった。

謝 辞

本研究にご協力いただいた飯田女子短期大学の学生ならびにアドバイザーの先生方に心より感謝申し上げます。We also thank Mr Carr Lance (Lecturer at California State University, Fullerton) and his wife for helping us edit the English text.

引用文献

- 1) 大和製作所. “年間650億円の損失を少しでも減らす為に”. <http://www.yamatomfg.com/yamato_company/?id=3> (16. Dec. 2014).
- 2) 小林憲一郎：新時代のタウンマネジメントと商店街活性化—武家屋敷三景と北海道旭川市ラーメン村—. 専門店, **602**, 30-33, 2001.
- 3) 坂本義朗：小田原城下らーめん宿場町—商店街活性化と観光客誘致を図り既存スーパーの地階に開設—. レジャー産業資料, **37**(5), 20-25, 2004.
- 4) 井上淳生：地域商業の現状と活性化の課題—北海道江別市の地場産小麦粉を使った地域活性化の取り組みを事例に一. 流通, **18**, 61-71, 2005.
- 5) 安藤百福監修：ラーメンのルーツを探る—進化する麺食文化—, フーディアム・コミュニケーション, 東京, 1998, pp. 143-215.
- 6) 奥村彪生：日本めん食文化の一三〇〇年. 社団法人農山漁村文化協会, 東京, 2009, pp.330-371.
- 7) バウンド：はじめての「ラーメン店」, 技術評論社, 東京, 2010, pp.7-27.
- 8) 食の安全・安心財団. “外食産業統計資料集2013年版”. <<http://www.anan-zaidan.or.jp/data/index.html>> (16. Dec. 2014).
- 9) Zhang J, Li L, Song P, et al : Randomized controlled trial of oatmeal consumption versus noodle consumption on blood lipids of urban Chinese adults with hypercholesterolemia. *Nutr J*, **11** (54), 1-8, 2012.
- 10) Iwata T, Arai K, Saito N, et al : The association between dietary lifestyles and hepatocellular injury in Japanese workers. *Tohoku J Exp Med*, **231** (4), 257-263.
- 11) Shin HJ, Cho E, Lee HJ, et al : Instant noodle intake and dietary patterns are associated with distinct cardiometabolic risk factors in Korea. *J Nutr*, **144**(8), 1247-1255, 2014.
- 12) バルクリサーチサービス. “ラーメンに関する調査”. <<https://repose.jp/3714/3/52.html>> (16. Dec. 2014).
- 13) 近雅代, 沼田貴美子, 江後迪子, 他：ラーメンの世代別, 地域別嗜好—福岡, 長崎, 大分, 熊本, 鹿児島, 東京の場合—. 福岡女子短大紀要, **61**, 25-39,

- 2003.
- 14) 渡辺純子, 草間正夫: 家庭における加工食品の利用に関する考察. 東京家政大学研究紀要, **5**, 89-96, 1965.
- 15) 斉藤礼子, 関野小百合: 一人暮らし大学生の食生活に関する研究. 東京家政大学研究紀要, **23**(2), 113-123, 1983.
- 16) 日本地域開発センター: ご当地ラーメンによるまちづくり. 地域開発, **531**, 1-47, 2008.
- 17) 新横浜ラーメン博物館. “全国ご当地ラーメン”. <http://www.raumen.co.jp/raupedia/study_japan> (16. Dec. 2014).
- 18) 近雅代: 福岡の世代別ラーメン嗜好について. 福岡女子短大紀要, **60**, 37-44, 2002.
- 19) 日本能率協会総合研究所. “生活者ホットアンケート”. <http://www.jmar.biz/hot/html/dai23-1_3html> (16. Dec. 2014).
- 20) 飯田女子短期大学食物栄養専攻ブログ. “2013ラーメンゼミの学園祭アンケート結果”. <<http://www.iidawjc.ac.jp/food/?p=23143>> (16. Dec. 2014).
- 21) 高橋壽美子: 本学短大生の食に関する意識調査—インスタントラーメンについての一考察—. 盛岡大学短期大学部紀要, **10**, 11-26, 2000.
- 22) 増澤康男, 岸田恵津, 久保加織, 他: 学習者の視点を取り入れた食物教育に向けてのアンケート調査—学校教育にのぞまれているもの—. 日本家政学会誌, **53**(1), 65-77, 2002.
- 23) 総務省統計局. “家計調査 (家計収支編) 調査結果”. <<http://www.stat.go.jp/data/kakei/5.htm>> (16. Dec. 2014).