

いも類に対する消費者の意識及び 利用実態に関する調査 — その 2 —

財団法人 いも類振興会

前号の項目

はじめに

I. 調査目的

II. 調査方法及び調査票回収状況

III. 調査結果

1. 回答者の内容（年齢層など）

2. ジャガイモに対する消費者の意識及び利用実態

青果用ジャガイモの入手（購入）先／家庭でよく食べるジャガイモの料理／ジャガイモ品種の普及状況／ジャガイモを使った惣菜の利用実態／調理済みや半調理のジャガイモ加工食品の利用実態／まとめ

3. サツマイモに対する消費者の意識及び利用実態

(1) 青果用サツマイモの入手（購入）先
東京・茨城両会場ともスーパーが圧倒的に多く（57.9%）、次いで八百屋さん（18.4%）、直売所（10.7%）の順であった。それぞれの特徴は、東京では八百屋さん（23.0%）、茨城では直売所（23.0%）と「自分で栽培」（10.3%）が多い点である。なお、その他は少なかったが、その内容は「生協」、「実家等からもらう」などであった。これらの状況はジャガイモの場合と似ていたが、自分で栽培する人はジャガイモの場合よりも少なかった（表S-1）。男性は女性に比べてスーパーで買う比率がやや高く、逆に八百屋さんの利用は女性の方が高い。若年層はスーパーで買う人が多く、八百屋さんの利用は比較的少ないのに対し、高年層はスーパーの利用が多ながら、八百屋さんの利用率が若年層よりも高い。直売所は30代～40代の利用が比較的多い。

(2) 家庭でよく食べるサツマイモの料理

東京会場では、蒸かし芋と焼き芋が各々約2割、天ぷら、大学芋及び煮物が各々約1割であったのに対し、茨城会場では、天ぷらが突出して多く約3割、蒸かし芋、焼き芋及

表S-1 サツマイモの購入先

購 入 先	東京会場	茨城会場	計
スーパー	320 (62.3)	118 (48.6)	438 (57.9)
デパート	13 (2.5)	6 (2.5)	19 (2.5)
八百屋さん	118 (23.0)	21 (8.6)	139 (18.4)
直売所	25 (4.9)	56 (23.0)	81 (10.7)
通販・ネット販売	7 (1.4)	0	7 (0.9)
自分で栽培	12 (2.3)	25 (10.3)	37 (4.9)
その他	19 (3.7)	17 (7.0)	36 (4.8)
計	514 (100)	243 (100)	757 (100)

注 1) 複数回答も集計に含めた。

2) () 内は%

3) 「その他」は、「生協」、「実家等からもらう」、「食べない」など

び大学芋が各々約16%であった。これら以外の食べ方は低率であるが、品目数は豊富であった。サツマイモでは、蒸かし芋や焼き芋のように自然の味を残した食べ方が目立つ(表S-2)。

(3) サツマイモ品種の普及状況

ベニアズマ以外の品種を食べたことの「ある」人は、全体で39.2%、「ない」人は18.3%、「わからない」人は46.9%であった。「ない」人は東京で多く、「わからない」人は茨城で多かった(表S-3)。

一方、性別・年齢層とのクロス集計では、

男性は10代～60代の広い層で「わからない」が優勢であり、「ある」が優勢なのは70代の高齢層であった。それに比べて女性では、10代～30代の若い世代は「わからない」が優勢、40代以上の世代は「ある」が優勢であった。中高年の女性が、より多くサツマイモの品種に接しているようである。

「ある」と答えた261人中、具体的な品種名を記入しなかった人は126人(48%)いた。記載された品種名は、全体では金時(20.4%)、紫芋(18.3%)及び鳴門金時(16.8%)の3品種が全体の約55%を占めた。会場別では、

表S-2 家庭でよく食べるサツマイモの料理

料 理 等 の 名 前	東京会場	茨城会場	計
蒸かし芋	180 (22.1)	76 (16.4)	256 (20.1)
焼き芋	166 (20.4)	74 (16.0)	240 (18.8)
天ぷら	97 (11.9)	138 (29.8)	235 (18.4)
大学芋	83 (10.2)	78 (16.8)	161 (12.6)
煮物(甘煮、オレンジ煮など)	89 (10.9)	23 (5.0)	112 (8.8)
スイートポテト	45 (5.5)	24 (5.2)	69 (5.4)
サラダ	33 (4.1)	10 (2.2)	43 (3.4)
汁物の具	25 (3.1)	7 (1.5)	32 (2.5)
干し芋	9 (1.1)	9 (1.9)	18 (1.4)
揚げ物、フライ	12 (1.5)	5 (1.1)	17 (1.3)
芋ご飯	14 (1.7)	2 (0.4)	16 (1.3)
きんとん	11 (1.4)	3 (0.6)	14 (1.1)
スナック菓子	10 (1.2)	1 (0.2)	11 (0.9)
洋菓子	9 (1.1)	1 (0.2)	10 (0.8)
グラタン	4 (0.5)	4 (0.9)	8 (0.6)
電子レンジ加熱	5 (0.6)	1 (0.2)	6 (0.5)
シチュー	3 (0.4)	1 (0.2)	4 (0.2)
炒め物	3 (0.4)	1 (0.2)	4 (0.2)
その他	15 (1.8)	5 (1.1)	20 (1.6)
計	813 (100)	463 (100)	1,276 (100)
無効回答	34	11	45

注 1) 回答者1人3品目以内での集計で、()内は%

2) 「その他」は、芋がゆ・すいとん、茶巾しぼり、芋ようかん、ポテト(内容は不明)、アイスクリーム、おでん、和え物、精進あげ、カレー、クラムチャウダー、グラッセ、バター煮、肉とロール、中華ポテト

3) 無効回答の多くは品種名を記載

東京で鳴門金時が最多(25.6%)であるのに対して、茨城では紫芋が最多(36.5%)で、パープルスイートロードも16.8%であった。茨城県ではパープルスイートロードが栽培されており、この品種を「紫芋」と記載した人も少なくないと思われる。同様に、「金時」には「紅赤」以外の似た品種も想定される。品種名不詳又は思い出せない人は、全体では11.5%いて、東京の方が多かった(表S-4)。

ベニアズマ以外の品種を食べたことがある人が約40%で、そのうち半数近くの人が品種名を記入せず、記入した中でも品種名がわからない人が約10%いて、サツマイモの品種に対する関心は概して低いようである。

(4) サツマイモを使った加工食品の利用実態

過去1年間に購入したことのあるサツマイモ加工食品を、「購入したことがない」を含む11の項目の中から選択してもらった。全体では干し芋、焼き芋、和・洋菓子、スナック菓子が各々20%前後で多く、芋焼酎、アイスクリームは7～9%、「購入したことがない」はわずか0.7%であった。茨城は東京よりも「干し芋」、「購入したことがない」が多く、「焼き芋」はやや少なかった(表

表S-3 ベニアズマ以外で食べたことのある品種の有無

有 無	東京会場	茨城会場	計
ある	176 (40.5)	85 (37.0)	261 (39.2)
ない	72 (16.6)	20 (8.7)	92 (13.8)
わからない	187 (43.0)	125 (54.3)	312 (46.9)
計	435 (100)	230 (100)	665 (100)

注：() 内は%

表S-4 ベニアズマ以外で食べたことのある品種名

品 種 名	東京会場	茨城会場	計
金時	27 (23.1)	12 (16.2)	39 (20.4)
紫芋	8 (6.8)	27 (36.5)	35 (18.3)
鳴門金時	30 (25.6)	2 (2.7)	32 (16.8)
パープルスイートロード	2 (1.7)	11 (14.9)	13 (6.8)
コガネセンガン	6 (5.1)	1 (1.4)	7 (3.7)
ベニコマチ	2 (1.7)	4 (5.4)	6 (3.1)
五郎島金時	4 (3.4)		4 (2.1)
その他*	20 (17.1)	13 (17.6)	33 (17.3)
名前不詳 (又は忘れた)	18 (15.4)	4 (5.4)	22 (11.5)
計	117 (100)	74 (100)	191 (100)
無効回答	1	3	4

注 1) 複数回答の集計で、() 内は%

2) *その他：紅芋、高系、べにまさり、安納紅、クイックスイート、太白、こがね芋、こがね金時、農林1号、農林18号、安納芋、紅高系、アヤマラサキ、オキコガネ、タムユタカ、タマオトメ、ヒタチレッド、シロイモ、かぼちゃいも、泉13号

3) 無効回答は、すべて「ベニアズマ」と記入したもの

S-5-1)。

回答者が選択した項目の数から、何種類の加工食品を購入しているかを見たものが表S-5-2である。2種類が最も多く(30.5%)、1～4種類の人が全体の90.3%であった。東京会場では茨城会場よりも種類数がやや多く、最多は8種類であった。また、性別・年代層との関係を見ると、男性は平均2.7種類で70代の人が多く、女性は平均2.6種類で、20代～30代の人が多かった。今回の調査では量的な把握はできないが、種類に関する限りでは、かなり多くの人がサツマイモ加工食品を利用していることがうかがえる。

(5) 焼き芋の利用実態

焼き芋に関する5問の回答内容を表S-6にまとめ、性別、年代層とのクロス集計を行った(集計表は割愛)。

焼き芋を「よく買う」人と「たまに買う」人の合計は、「ほとんど買わない」とほぼ同数で、男性・女性を問わずほぼ同じ傾向であった。買う人は、茨城会場よりも東京会場の方がやや多く、年齢層別では50代以上の

人がやや多く買っていた。

購入先は、東京会場では店舗が多く、茨城会場では「車等での移動販売」や「イベント会場」がやや多かった。全体的には男女とも店舗での購入が多いが、その中でも男性は50～60代、女性はより幅広い30～60代で多かった。

価格については、「納得の範囲」が約50%、「高い」と思う人は約35%、「安い」と思う

人は少なく(7.3%)、特に茨城会場で少なかった。女性の方がやや厳しい見方をしており、男性は約60%が「納得の範囲」、約30%が「高い」と感じているのに対し、女性は「納得の範囲」が約46%、「高い」が約40%であった。「高い」が「納得の範囲」を上回っているのは20代で、逆に「納得の範囲」の比率が比較的高いのは40代と60代であった。

食味については「ほぼ満足」又は「少し満足」と答えた人を合わせると95%にもなり、多くの人が味には不満がないようで、これは、サツマイモそのものが好きということであろう。性別や年齢層による特徴はみられなかった。

購入する季節について尋ねたところ、東京会場、茨城会場とも「寒い季節だけ買う」人が「売っていれば季節に関係なく買う」人よりも多いが、

表S-5-1 過去1年間に購入したサツマイモの加工食品

加工食品の種類	東京会場	茨城会場	計
焼き芋	277 (21.8)	88 (16.6)	365 (20.3)
冷凍焼き芋	23 (1.8)	4 (0.8)	27 (1.5)
干し芋	249 (19.6)	153 (28.8)	402 (22.3)
和・洋菓子	236 (18.6)	112 (21.1)	348 (19.3)
スナック菓子	240 (18.9)	106 (20.0)	346 (19.2)
アイスクリーム	96 (7.6)	23 (4.3)	119 (6.6)
いも酢	3 (0.2)	1 (0.2)	4 (0.2)
芋焼酎	126 (9.9)	36 (6.8)	162 (9.0)
芋ビール(発泡酒)	11 (0.9)		11 (0.6)
その他*	2 (0.2)	1 (0.2)	3 (0.2)
購入したことがない	5 (0.4)	7 (1.3)	12 (0.7)
計	1,268 (100)	531 (100)	1,799 (100)

注 1) 複数回答の集計で、() 内は%

2) その他：大学芋、中華イモ

表S-5-2 過去1年間に購入したサツマイモ加工食品の種類数

購入品の種類数	東京会場	茨城会場	計
1	63 (14.1)	71 (30.0)	134 (19.6)
2	130 (29.1)	78 (32.9)	208 (30.5)
3	123 (27.6)	55 (23.2)	178 (26.1)
4	73 (16.4)	24 (10.1)	97 (14.2)
5	37 (8.3)	6 (2.5)	43 (6.3)
6	12 (2.7)	2 (0.8)	14 (2.0)
7	2 (0.4)	0	2 (0.3)
8	1 (0.2)	0	1 (0.1)
0	5 (1.1)	1 (0.4)	6 (0.9)
計	446 (100)	237 (100)	683 (100)

注 1) 複数回答の項目数で、項目の区分は表S-5-1の種類と同じ

2) () 内は%

表S-6 焼き芋の購入について

質問事項	回答区分	東京会場	茨城会場	計
購入状況	よく買う	59 (13.9)	6 (2.6)	65 (10.0)
	たまに買う	174 (40.9)	90 (39.5)	264 (40.4)
	ほとんど買わない	192 (45.2)	132 (57.9)	324 (49.6)
	計	425 (100)	228 (100)	653 (100)
購入先	車等での移動販売	50 (19.1)	37 (36.3)	87 (23.9)
	店舗	147 (56.1)	33 (32.4)	180 (49.5)
	イベント会場	54 (20.6)	29 (28.4)	83 (22.8)
	その他	11 (4.2)	3 (2.9)	14 (3.8)
	計	262 (100)	102 (100)	364 (100)
価格	高い	80 (34.3)	36 (38)	116 (35.4)
	納得の範囲	119 (51.1)	45 (47)	164 (50.0)
	安い	22 (9.4)	2 (2)	24 (7.3)
	わからない	12 (5.2)	12 (13)	24 (7.3)
	計	233 (100)	95 (100)	328 (100)
食味	ほぼ満足	106 (45.3)	51 (54)	157 (47.7)
	少し満足	119 (50.9)	38 (40)	157 (47.7)
	少しまずい	7 (3.0)	2 (2)	9 (2.7)
	まずい	1 (0.4)	0	1 (0.3)
	わからない	1 (0.4)	4 (4)	5 (1.5)
	計	234 (100)	95 (100)	329 (100)
購入季節	寒い季節だけ買う	131 (58.7)	76 (82)	207 (65.5)
	季節に関係なく買う	92 (41.3)	17 (18)	109 (34.5)
	計	223 (100)	93 (100)	316 (100)

注 1) 「購入先」では複数回答（両会場合わせて 15 人）も含めて集計した。

2) () 内は%

前者は茨城会場が多く、後者は東京会場が多かった。また、後者が比較的多いのは50代以上の年齢層であるが、性別による差異はみられなかった。

焼き芋は女性の好物と見る風潮があるが、本調査からは、男性にとっても劣らず好物であり、また、年齢差もみられなかった。

(6) まとめ（サツマイモ関係）

1. 調査の目的・方法等（前号）

2. ジャガイモについて（前号）

3. サツマイモについて

1) 青果用サツマイモの入手（購入）先

5、6割の人がスーパーで買っており、ほかは少ないながらも、東京会場では八百屋さんが、茨城会場では直売所が目立つのも、ジャガイモの場合と同じ傾向である。

2) 家庭でよく食べるサツマイモの料理

東京会場では、蒸かし芋と焼き芋が各々約2割、天ぷら、大学芋及び煮物が各々約1割に対し、茨城会場では、天ぷらが約3割と突出していた。

3) サツマイモ品種の普及状況

知名度が高い「ベニアズマ」以外の品種を食べたことが「ある」人は約39%で、男性では高年層に、女性では中高年層に多かった。具体的な品種名では、「金時」が約20%、「紫芋」、「鳴門金時」が17～18%で名を連ねたが、特に知名度の高い品種は見られなかった。食べたかどうか「わからない」人が最多の47%で、「ある」人の中でも具体的な品種名を記入していない人が半数近くいることを併せ見れば、ジャガイモ同様に品種に対する消費者の関心は概して低いようである。

4) サツマイモを使った加工食品の利用実態

過去1年間に購入したことのあるサツマイモの加工食品は、干し芋、焼き芋、和・洋菓子、スナック菓子が各々20%前後で多く、東京会場では焼き芋、茨城会場では干し芋が最多であった。2種類の商品を買った人が最多で(31%)、1～4種類の人が全体の90%を占め、男性では70代、女性では20代～30代の人が最多であった。量的なことは分らないが、種類に関する限りでは、多くの人がサツマイモ加工食品を利用していることがうかがえる。

5) 焼き芋の利用実態

焼き芋を「よく買う」人と「たまに買う」人の合計は、「ほとんど買わない」とほぼ同数で、男性、女性とも同じ傾向であった。

購入先は、東京会場では「店舗」が抜群に多く(56%)、茨城会場では「車等での移動販売」(36%)が最多で、都会と地方の違いが見られた。

価格については、50%の人が「納得の範囲」としており、「高い」は35%で、20代では「納得の範囲」よりも「高い」が多かった。女性の方がやや厳しい見方をしていた。

食味については、「ほぼ満足」と「少し満足」の合計が95%にもなり、ほとんどの人が味に不満はないようである。

焼き芋は「寒い季節だけ買う」人が66%で、「売っていれば季節に関係なく買う」人より多く、男性、女性とも似た傾向であったが、60代の人は両者が同数であった。

4. 回答者の意見・希望

全回答者の17.6%の人が「ご意見欄」に記入した。記入した人の比率は、東京会場が茨城会場の約2倍、女性は男性の約4倍、年齢

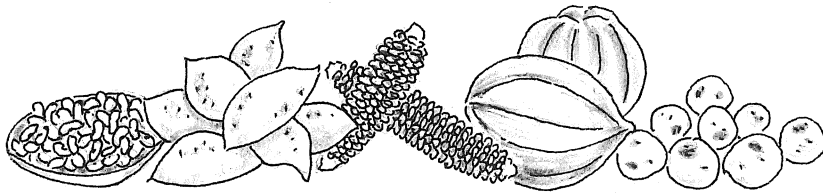
表A-4 「ご意見欄」の内容別件数

内容	東京会場	茨城会場	計	ご意見・ご希望の内容(類型化)
1	41 (43%)	11 (42%)	52 (43.0%)	1: 大好き。おいしい。よく食べる。
2	10 (11%)	2 (7%)	12 (9.9%)	2: 健康によい。栄養・機能的
3	9 (9%)	3 (12%)	12 (9.9%)	3: 料理法、保存法など
4	12 (13%)	5 (19%)	17 (14.0%)	4: 好きな食べ方、味の好み
5	5 (5%)		5 (4.1%)	5: 品種と購入方法
6	7 (7%)	1 (4%)	8 (6.6%)	6: 品質、安全性・表示
7	4 (4%)		4 (3.3%)	7: 価格
8	2 (2%)		2 (1.7%)	8: 情報発信
9	5 (5%)	4 (15%)	9 (7.4%)	9: その他
計	95 (100%)	26 (100%)	121 (100.0%)	

層は30代と50～60代が多かった。

調査票のレイアウトの都合で、ジャガイモとサツマイモについての「ご意見欄」は、サツマイモの質問ページの最後にしか設定できなかったこともあって、内容の多くがサツマイモに関するものであった。その内容の大半

(約43%)は、「おいしい」、「大好きです」、「よく食べる」と言った讃辞で、ほかに「好きな食べ方」や「健康によい」などの意見があった。意見・要望的な内容としては、「レシピがあればよいのだが」、「新しい品種を買える店がない」などがあった(表A-4)。



ジャガイモと映画『飢餓海峡』

北海道で生産されるジャガイモの多くはでん粉(片栗粉)になっているが、それが出てくる映画になかなかめぐり会えない。ようやく見たのがこれ、しかしでん粉工場は舞鶴にあるとの設定の話。水上勉の同名小説を内田吐夢が監督した推理劇。1965年制作。

網走刑務所を仮出所した2人と元仲間の三国連太郎演ずる犬飼多吉が小樽に近い町で質屋の主人を殺して金を奪い放火して函館へと逃亡する。

犬飼がお金をひとり占めするため、「男爵資料館」に近い七重浜で2人を殺し、台風で転覆した青函連絡船層雲丸遭難現場に放置し、自分は小舟で下北半島へと逃亡する。そこで情けをかけてやった女杉戸八重(左幸子)が男の爪を大切に持っていたから、後日又殺

人を犯さざるを得なくなる。

大男は「芋俵なら2俵を軽々担ぐ」人で、俱知安近くの鉱山跡地に馬鈴薯つくりを奨励し、それを300tの運送船「北海丸」で舞鶴に運び、そこに建てた工場のでん粉をとり、このでん粉と魚肉でハンペン、チクワを製造して大成功。偽名の樽見京一郎は名士になり、刑余者更正事業資金に多額の寄付をし、市の教育委員にもなっていた。

ある日、昔酌婦の八重は舞鶴で心中と思わせる死体となって発見された。女の懷中からでん粉工場主樽見京一郎が、刑余更生事業資金に三千万寄贈したという新聞の切り抜きが出て旧悪が露見することになる。

(いも類研究会顧問・浅間和夫)