

流行語としての“まったり”の客観化

—首都圏におけるアンケート調査—

早川文代, 馬場康維*

(小田原女子短期大学, *統計数理研究所)

原稿受付平成13年8月24日; 原稿受理平成14年2月16日

Characterization of “Mattari” as a Vogue-Word by a Questionnaire in the Metropolitan Area around Tokyo

Fumiyo HAYAKAWA and Yasumasa BABA*

Odawara Women's College, Odawara, Kanagawa 250-0045

** The Institute of Statistical Mathematics, Minato-ku, Tokyo 106-8569*

“Mattari,” which is a term for describing food properties, was clarified by a questionnaire to 496 young people in the metropolitan area around Tokyo. The respondents were first asked when and how they had known the term, and the answers reveal that “mattari” is a vogue-word. Second, the association between “mattari” and 52 kinds of food was studied. The panel was asked how “mattari” an item is: very, a little, not at all, and “I’ve never eaten.” The data were analyzed by quantification method III, and their item category values were obtained. Order was apparent among the data categories, showing that there was a common conception of “mattari.” Order was also found among the evaluated items, meaning that scaling of “mattari” was possible, so that the intensity of “mattari” for each kind of food could be quantitatively obtained. Sweets or dairy products such as custard cream, fresh cream, butter cream and carbonara sauce were very “mattari.” Third, the panel was asked whether 53 kinds of terms for describing food properties were close to “mattari” or not. The terms close to “mattari” were “sticky,” “mild,” “spreading slowly in the mouth” and “rich.”

(Received August 24, 2001; Accepted in revised form February 16, 2002)

Keywords: mattari “まったり”, questionnaire アンケート調査, descriptive term 感覚用語, vogue-word 流行語, quantification method III 数量化理論第Ⅲ類.

1. 緒言

食感覚を表現する言葉は、1960年代から、おもにテクスチャー用語についてその定義と体系化の重要性が指摘されており、いくつかのプロファイルが提案されている^{1)~4)}。最近では用語の標準化もISOなどにおいて進んでいる⁵⁾。また、テクスチャー用語以外には、匂い用語^{6)~8)}、油脂の関与する感覚用語⁹⁾などの整理・分類もなされている。

著者らは、食感覚表現の中でも擬音語・擬態語に注目して、その収集、整理、特徴づけを行った^{10)~13)}。その結果、これらの用語の中には、性・年齢などの人の属性によって認知度の異なる用語があることを見出した。また、各用語が、外観、味、匂い、テクスチャー、音、温度のうちのどの食味要因を表現していて、どの

ような食べ物を形容するのかを明らかにした。

これらの食感覚の擬音語・擬態語の中で特徴的なものの一つに、“まったり”が挙げられる。すなわち“まったり”は以下の三つの特徴をもつ。第一の特徴は年齢層による認知度の差である。調査は首都圏で行ったものであるが、年齢層が低いほど認知度が高くなっており、首都圏における新しい言葉であることが示された¹⁰⁾¹²⁾。第二の特徴は汎用性である。“まったり”から連想される食物名は、他の用語に比べて品目数が多く、さまざまな食物名が挙げられていた¹³⁾。第三の特徴は複合性である。人によって、あるいは場合によってウエイトは異なるであろうが、“まったり”はテクスチャーと味という異なる食味要因を複合した内容を表現することが示された¹³⁾。

表1. “まったり”しているかを質問した食物名

アイスクリーム	あじの干物	アボカド	甘エビ
あんこ	鰻の蒲焼き	梅酒	親子丼
カスタードクリーム	かぼちゃの煮付け	カルボナーラ	キャラメル
餃子	クラムチャウダー	クリームシチュー	栗きんとん
小芋（里芋）の煮物	コーンポタージュ	ごま豆腐	こんにゃく
白味噌	すし飯	ゼリー	せんべい
チョコレート	天ぷら	トマト	とろ
トンカツ	豚骨ラーメン	納豆	生ウニ
生クリーム	日本酒	バタークリーム	バナナジュース
ババロア	ハンバーグ	ビーフカレー	ビーフシチュー
ピザ	冷ややっこ	フカヒレのスープ	豚の角煮
プリン	抹茶	マヨネーズ	みたらしだんご
ミルクココア	モンブラン	ヨーグルト	レアチーズケーキ

調査に用いた食物 52 品目。既報¹³⁾のデータ、首都圏在住者および京都府・滋賀県在住者を対象とする予備調査、料理漫画や料理に関するエッセイの検索、インターネットの検索などによって収集した“まったり”していそうな食物を整理し、さらに、ダミーとなる食物を加えた。

そもそも“まったり”は、京都・滋賀地方の方言であり¹⁴⁾¹⁵⁾、これが、近年、首都圏に広まったと考えられる。食に関するこうした言葉の広がり、食嗜好の変化、社会的背景などを反映している。このような事実を踏まえ、“まったり”が何を表しているのかを客観的に示すことは、食品研究や商品開発の際の官能検査はもちろん、食文化研究などの場において有用な情報を提供すると考えられる。

そこで本研究では、近年、首都圏で広がった“まったり”が何を表しているのかを客観的に示すことを目的とした。すなわち、“まったり”はどのような食物に用いられるか、他のどのような形容詞や副詞と関係があるかを、定性的かつ定量的に明らかにしようとした。そのために、首都圏の若年層を対象にアンケート調査を行った。

なお、同様の調査は京都地方でも実施する予定であり、次報¹⁶⁾で報告したい。

2. 調査方法

(1) 調査票の作成

1) “まったり”に関する基礎的な質問項目

“まったり”という言葉を知っているか、いつ知ったか、どのようにして知ったか、などの基礎的な質問を設定した。質問はすべてプリコード回答形式¹⁷⁾をとった。

2) 食物名の選定

どのような食物が“まったり”しているのかを明らかにするために、食物名を提示し、その“まったり感”の強さを質問した。提示する食物名の選定においては、以下の点に留意した。

- ① 選定する食物名群には“まったり”した食物と“まったり”していない食物を含むこと
- ② この調査の後に行う京都地方での調査にも使用可能であること
- ③ 食物名が具体的でイメージしやすいこと
- ④ さまざまな食品群および調理法を網羅していること
- ⑤ 回答者の負担が大きくなりすぎないよう、数十品目に絞ること

上記①②を満たすよう、まず、“まったり”している可能性のある食物名を広く収集した。収集は、既報¹³⁾のデータ、首都圏在住の大学生対象の自由記述形式の予備調査、京都府・滋賀県在住者へのインタビュー、料理漫画や料理に関するエッセイの検索、インターネットの検索などによった。これらを整理し、さらに、前述の③④を満たすよう留意しながら、食生活データ総合統計年報¹⁸⁾のデータを参考にして、最終的に 52 品目を選定した（表1）。

これらの食物名を 50 音順に並べ、各食物について、4 カテゴリー（とても“まったり”している／やや“まったり”している／“まったり”していない／食べたこ

流行語としての“まったり”の客観化

表2. “まったり”と関係あるかを質問した用語

味がはっきりしない	味の調和がとれている	穏やかな感じ
口あたりのよさ	かたい	口どけのよさ
口にゆっくり広がる感じ	くどい感じ	高級感
こく	こってりした感じ	しっとりした感じ
重厚感	水分が多い	水分が少ない
弾力	つるつるした感じ	伝統的な感じ
なめらか	ねっとりした感じ	深み
ベトベトした感じ	ぼってりした感じ	まろやか
珍しい感じ	やわらかい	
とてもあぶらっこい	少しあぶらっこい	あぶらっこさがない
強い甘味	中くらいの甘味	ほのかな甘味
おいしい	おいしくもまずくもない	まずい
熱い	ぬるい	冷たい
強い酸味	中くらいの酸味	ほのかな酸味
強い塩味	中くらいの塩味	ほのかな塩味
ダシの風味が強い	中くらいの強さのダシの風味	ほのかなダシの風味
どろどろ	とろとろ	さらさら
強い苦味	中くらいの苦味	ほのかな苦味

調査に用いた53語。首都圏在住者および京都府・滋賀県在住者を対象とする予備調査、料理漫画や料理に関するエッセイの検索、インターネット検索などによって収集した“まったり”に関係ありそうな語を整理し、さらにダミーとなる語を加えた。

とがない)で、“まったり感”を評価させた。また、同じ食物でも“まったり”しているものと“まったり”していないものがある場合は、回答者がよく食べる状態を想定して回答するよう指示した。

3) 形容語の選定

“まったり”は、他のどのような形容詞や副詞と類似しているのかを明らかにするために、食物の状態を形容する用語（以下、形容語とする）を提示し、“まったり”と関係があるか否かを質問した。提示する形容語の選定は、以下の点に留意した。

① 選定する形容語群には“まったり”に関係がある形容語と関係がない形容語を含むこと

② この調査の後に行う京都地方での調査にも使用可能であること

③ 質とともに強度が重要であると予想されるものは、強度の異なる数段階の形容詞や副詞をつけて並べて提示する（例えば、強い甘味・中くらいの甘味・ほのかな甘味など）

④ 反対語であることが明らかなものは並べて提示する（例えば、かたい・やわらかいなど）

⑤ 一般的な用語で、共通の理解があること

⑥ 回答者の負担が大きくならないよう、数十語に絞ること

以上の点を満たすため、まず、“まったり”と関係がある可能性のある形容語を収集した。収集は食物名の選定に準じた。すなわち、首都圏の予備調査、京都地方の予備調査、漫画やエッセイの検索、インターネット検索などによった。さらに、前述の③④に留意しながら収集した食物名を整理し、⑤を満たすよう、食感覚用語に関する文献^{(1)(6)~(10)(19)}を参考にして、最終的に53語を選定した（表2）。

評価の際には、回答者が感覚を再現しながら評価できるよう考慮した。まず、“まったり”している食物を3つ思い浮かべるように指示し、思い浮かんだ食物の“まったり感”と各形容語との関係の有無を回答者に評価させた。評価の際には、少しでも関係があると思えば「関係がある」と回答するように指示した。

4) フェイスシート

調査票の最後にフェイスシートを設け、性別、年齢、現住所および出身地について質問した。出身地は、15歳までに一番長く住んでいたところと定義し、市区町名で回答させた。また、両親と祖父母の中に京都府・

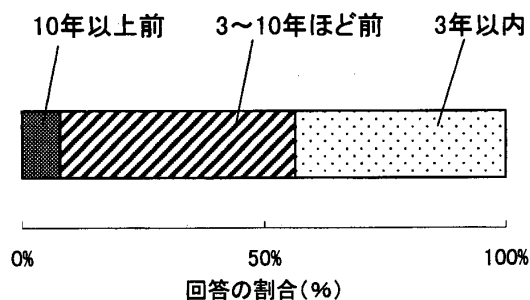


図1. “まったり”を知った時期

首都圏若年層 239 人の調査結果。「何年前から“まったり”を知っていたか」の問に対する回答。

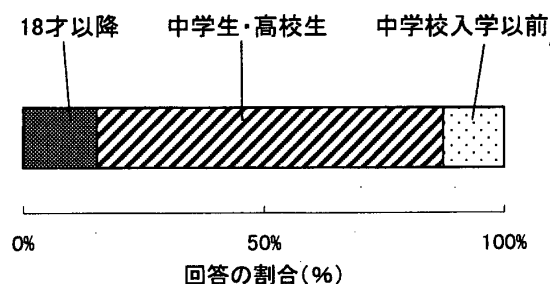


図2. “まったり”を知った時期 (ライフステージ別)

首都圏若年層 239 人の調査結果。「いつから“まったり”を知っていたか」の問に対する回答。

滋賀県に10年以上住んだことがある人がいるか否かについても質問した。

(2) アンケート調査の実施

前報¹⁰⁾の結果より、首都圏における“まったり”の認知度は年齢による差があり、中高年層には認知度が低いことが明らかとなっている。そこで調査は、中高年は対象とせず、若年層の男女を対象とした。

調査は、平成11年12月から平成12年3月にかけて行った。東京都あるいは神奈川県のある大学あるいは短期大学に在籍する学生に調査票を配布し、後日回収した。

(3) 集計・解析

データを単純集計あるいはクロス集計し、数量化理論第Ⅲ類を適用した。集計はExcel 97 for Windows (Microsoft) 上で行い、解析にはStat Partner for Windows Ver. 2.0 (NEC) を用いた。

3. 結果および考察

(1) 対象者

調査を依頼した496人に対して、回答者数は400人(80.6%)であった。ここから、記入漏れや誤記入の多い回答者を除き、さらに、“まったり”という言葉

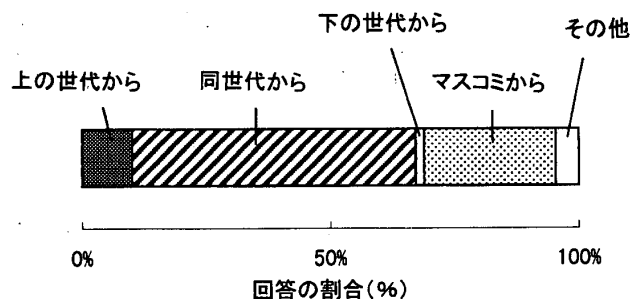


図3. “まったり”を知った伝達経路

首都圏若年層 239 人の調査結果。「何によって“まったり”を知ったか」の問に対する回答。

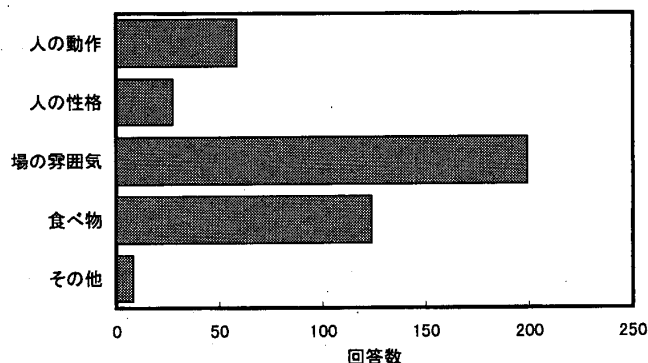


図4. “まったり”が表現することがら

首都圏若年層 239 人の調査結果。「“まったり”は何を表すか」の問に対する回答 (複数回答可)。

を知らなかった人、出身地や現住所が首都圏に該当しない人、両親あるいは祖父母に京都・滋賀出身者がいる人などを除いた。最終的な解析の対象者数は239人であった。対象者の年齢は18~24歳で、男性95人、女性144人であった。

(2) “まったり”に関する基礎的な項目

“まったり”に関する基礎的な質問の回答を図1から図4に示した。

「いつから“まったり”という言葉を知っていたか」という問に対しては、3年以内と3~10年ほど前という回答が90%以上を占め(図1)、ライフステージでは、中学生・高校生の頃という回答が多かった(図2)。“まったり”は、首都圏の若年層に、1990年代に中学生や高校生を中心に広がった言葉であることが推察された。また、「何によって“まったり”を知ったか」の問には、同世代から、次いで、マスコミによって知ったという回答が多く、この2つの回答が約90%を占めていた(図3)。以上より、首都圏の若年層にとっての“まったり”は、同世代あるいはマスコミから知った新しい言葉、すなわち流行語であることが明ら

流行語としての“まったり”の客観化

表3. 各食物のカテゴリー頻度集計および第1数量

	割合 (%)			第1数量		
	とても まったり	やや まったり	まったり していない	とても まったり	やや まったり	まったり していない
アイスクリーム	17.2	56.1	26.4	0.883	0.439	-1.426
あじの干物	0.0	1.7	94.1	—	—	—
アボカド	21.3	26.8	22.2	0.762	-0.604	0.091
甘エビ	11.7	43.5	43.1	1.063	0.255	-0.735
あんこ	34.3	36.8	28.0	1.539	-0.541	-1.062
鰻の蒲焼き	2.5	26.4	65.7	2.335	0.997	-0.337
梅酒	3.8	18.0	71.1	2.769	1.121	-0.404
親子丼	1.3	13.0	84.9	4.846	3.115	-0.312
カスタードクリーム	62.3	30.1	7.5	0.783	-0.950	-2.063
かぼちゃの煮付け	15.9	43.1	38.9	2.180	0.242	-1.051
カルボナーラ	41.4	33.9	19.7	0.850	-0.268	-1.487
キャラメル	29.3	36.8	33.9	2.052	-0.505	-1.020
餃子	1.3	1.3	97.5	—	—	—
クラムチャウダー	16.3	45.2	27.6	1.716	0.128	-1.402
クリームシチュー	33.1	48.1	18.8	1.540	-0.330	-1.736
栗きんとん	42.3	33.9	22.2	1.312	-0.362	-1.843
小芋(里芋)の煮物	13.0	36.8	47.3	1.481	0.880	-1.160
コーンポタージュ	25.9	50.2	23.8	1.714	-0.041	-1.641
ごま豆腐	10.0	20.9	54.8	0.913	0.087	-0.227
こんにゃく	0.0	2.5	97.5	—	—	—
白味噌	5.4	32.2	58.6	2.119	0.687	-0.552
すし飯	1.3	4.2	93.7	—	—	—
ゼリー	1.3	5.9	92.9	—	—	—
せんべい	0.8	2.1	97.1	—	—	—
チョコレート	23.0	52.7	23.8	1.878	-0.132	-1.285
天ぷら	3.3	12.1	84.5	3.846	1.587	-0.297
トマト	0.0	3.3	96.2	—	—	—
とろ	23.0	48.1	28.0	1.163	0.026	-0.925
トンカツ	3.3	8.8	87.4	4.225	2.936	-0.322
豚骨ラーメン	18.4	41.8	38.5	2.156	-0.049	-0.911
納豆	6.7	15.9	72.4	1.088	1.507	-0.518
生ウニ	25.5	36.0	26.4	1.158	0.010	-1.338
生クリーム	55.2	33.9	10.9	1.017	-0.945	-1.651
日本酒	3.3	10.5	79.1	4.015	0.958	-0.251
バタークリーム	44.4	41.0	10.9	1.292	-0.973	-1.845
バナナジュース	25.9	47.3	21.8	1.775	-0.079	-1.347
パパバロア	24.3	46.9	22.6	1.844	-0.437	-1.310
ハンバーグ	0.8	9.6	89.5	—	—	—
ビーフカレー	2.5	22.2	74.9	5.281	1.310	-0.410
ビーフシチュー	7.9	37.7	54.0	2.513	0.141	-0.532
ピザ	5.0	14.6	80.3	2.661	1.601	-0.372
冷ややっこ	0.8	4.6	92.9	—	—	—
フカヒレのスープ	7.5	26.8	50.6	1.388	0.723	-0.580
豚の角煮	15.9	38.1	43.1	1.559	0.623	-1.104
プリン	21.3	44.8	33.9	2.038	-0.080	-1.096
抹茶	9.2	16.3	74.1	2.604	0.342	-0.362
マヨネーズ	27.6	41.4	30.1	2.431	-0.204	-1.153
みたらしだんご	24.3	41.4	33.9	2.481	0.051	-1.169
ミルクココア	18.8	44.8	36.0	2.242	0.074	-0.891
モンブラン	34.7	43.5	19.2	1.574	-0.417	-1.185
ヨーグルト	6.3	34.3	59.4	2.427	0.779	-0.550
レアチーズケーキ	28.5	48.5	21.8	1.340	-0.218	-0.885

52品目の食物名を挙げて“まったり感”の強弱を評価させたアンケート調査の結果、各食物の各カテゴリーの頻度を集計して百分率で示したもの、ならびに数量化理論Ⅲ類により得た第1数量を示したものである。なお、表には「食べたことがない」および無回答の割合を省略したので、3カテゴリーの割合を合計しても100%には満たない食物がある。第1数量の欠損は、「“まったり”していない」に回答が集中したり、「とても“まったり”している」の回答が極端に少ないため、解析から除外したものである。

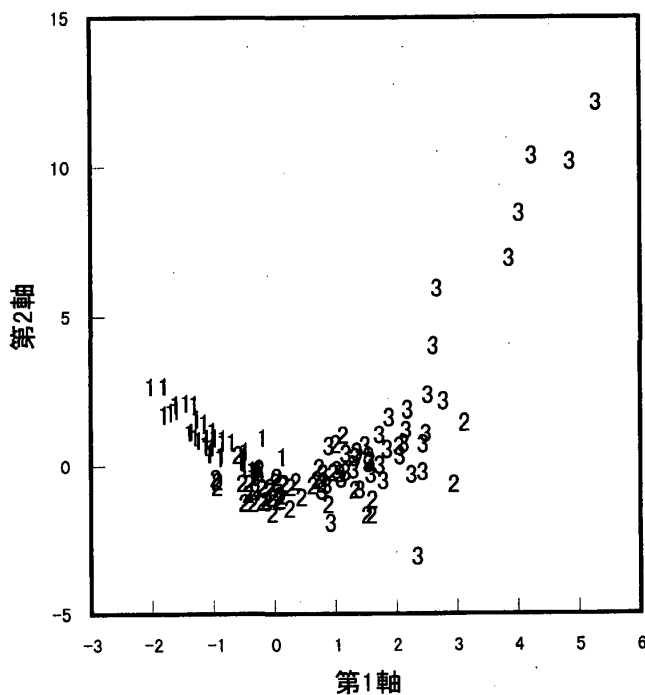


図5. アイテムカテゴリー散布図

43 品目の食物名のデータに数量化理論第Ⅲ類を適用した。図中の数字はカテゴリーを表し、それぞれ、1: “まったく”していない, 2: やや“まったく”している, 3: とても“まったく”しているを示す。

かとなった。このことは、前報¹⁰⁾で明らかにした、年齢層が高いほど“まったく”の認知度が低いということとよく合致する。

また、「“まったく”を何に対してよく用いるか」の問には、「場の雰囲気」が最も多く、次いで「食べ物」であった(図4)。首都圏においては、食べ物以外にも頻繁に用いられることがわかった。この背景にはテレビのアニメ番組^{*1}の影響もあるのではないかと考えられる。

(3) 食物名からみた“まったく感”

首都圏における“まったく感”がどのようなものであるかを、食物名から定量的に明らかにすることを目的として、52の食物の“まったく感”の強弱を数量化することによって“まったく感”の尺度を構築することを試みた。

*¹ 1998年10月からNHK教育テレビで放送された「おじゃる丸」(NHKエンタープライズ21)。主人公は1000年前の貴族の男の子で現代にタイムスリップしたという設定。淡い色調が特徴的で、ゆったりとしたテンポのストーリー。「まったく」は主人公の口癖である。

用いた方法は、既に行った“あぶらっこさ”の尺度化²⁰⁾と同様である。52アイテム(食物)を「とても“まったく”している」「やや“まったく”している」「“まったく”していない」の3カテゴリーで評価させた。

表3左側は、各アイテムのカテゴリーの頻度を単純集計し、百分率で示したものである。数量化理論第Ⅲ類の適用にあたっては、ひとつのカテゴリーに回答が極端に集中しているアイテムは解析から除いた方がよいことが知られている。そこで、ひとつのカテゴリーの頻度が90%を超えているあじの干物などの8品目は解析から除外した。さらに、ハンバーグについても、「とても“まったく”している」の頻度が2人と少なかったため、解析から除外した。上記の9品目は「“まったく”していない」の頻度が高いので、尺度化不可能な“まったく”していない食物と位置づけた。

残りの43アイテムのデータに数量化理論第Ⅲ類を適用し、得られた数量のうち第1数量を表3右側に示した。ほとんどの食物は数量の大小がカテゴリー順になっていた。このことは、回答者が各アイテムにおけるカテゴリーの順序を正しく理解していることを示している。すなわち、各食物を評価する際、“まったく”の選択肢である「とても」「やや」「～ない」に、順序通りの認識があることが確認できた。

つぎに、“まったく”に関して、回答者間に共通の認識が存在するかどうかを検討した。第1軸と第2軸より成る直交座標にアイテムカテゴリーをプロットしたものが図5である。第1軸と第2軸に対する固有値は、それぞれ、0.273および0.109であった。図のように、プロットは2次曲線を描き、カテゴリーは、3: とても“まったく”している, 2: やや“まったく”している, 1: “まったく”していない, と順序順にプロットされた。また、図には省略したが、いずれのカテゴリーにおいてもアイテムは同様の傾向で並んでいた。このことは、データのもつ内容に順序構造があることを示している²¹⁾²²⁾。本研究のデータがもつ内容は、“まったく”である。すなわち、回答者間には“まったく”の強弱に関する共通の認識があることが明らかになった。

各アイテムについて、3つのカテゴリーの第1数量の平均値を求め、“まったく感”の強度とした。求めた“まったく感”の強度を数直線上に示したのが図6である。これは、“まったく”尺度の食物による表現にほかならない。

流行語としての“まったり”の客観化

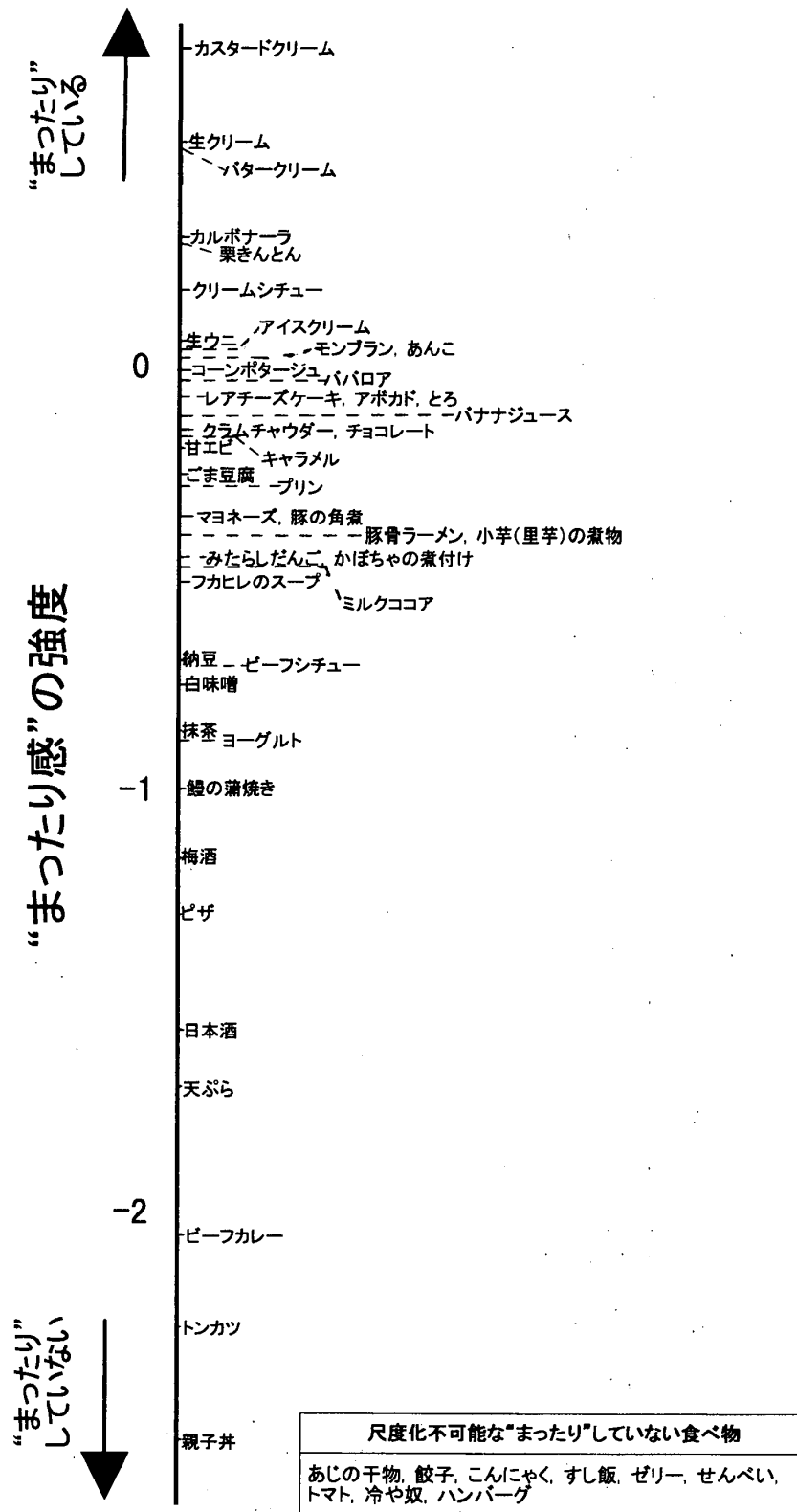
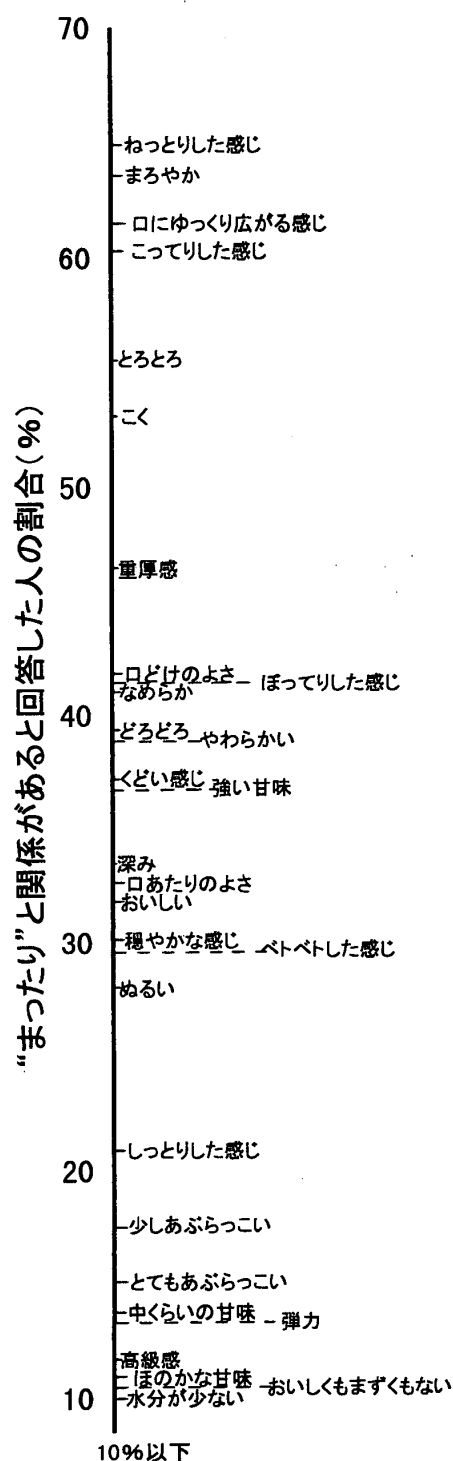


図6. 食物名による“まったり感”の尺度

各食物名について、3カテゴリーの第1数量の平均値を算出し、その数値が大きいほど“まったり感”が強いとみなした。図はその数値を用いた食物のプロットで、食物によって表現された“まったり感”の尺度である。



味の調和がとれている、水分が多い、味がはっきりしない、
 ほのかなダシの風味、ほのかな酸味、ほのかな苦味、ほのかな塩味、
 伝統的な感じ、ダシの風味が強い、まずい、あぶらっこさがない、
 熱い、中くらいの強さのダシの風味、冷たい、珍しい感じ、
 中くらいの塩味、つるつるした感じ、中くらいの酸味、強い苦味、
 かたい、中くらいの苦味、さらさら、強い酸味、強い塩味

図7. 形容語による“まったり感”の尺度

各形容語について“まったり”と関係があると回答した人の割合を算出し、構成した尺度。割合が高いほど“まったり”と関係が強いことを表す。

流行語としての“まったり”の客観化

この“まったり”尺度は、3つのカテゴリーの第1数量を平均して構成したものである。各食物の“まったり感”の強度には幅がある。しかし、この尺度により、各食物のおおよその“まったり感”の相対的な強度が、定量的に把握できる。

例えば、カスタードクリーム、生クリーム、カルボナーラを比較したとき、最も“まったり”しているのはカスタードクリーム、次いで、生クリーム、カルボナーラの順であることがわかる。さらに、3者はおおよそ等間隔であろうことも把握できる。

また、尺度上の食物の配列によって、“まったり感”をもたらす要因についても推定できる。“まったり感”の強いものは、甘いクリーム類や乳製品を用いた料理であるか、ねっとりした感じの食物であった。

(4) 他の形容語からみた“まったり”

各形容語について“まったり”と関係があると回答した人の割合を算出した。これを用いて、形容語による“まったり感”の尺度を構成した(図7)。全体的に見ると、テクスチャーを表現する用語が“まったり”との関係が強い傾向にあるが、「まろやか」「こってりした感じ」「こく」など、主に味を表現する語も挙がっていた。すなわち、“まったり”は、味ともテクスチャーとも関係があると言ってよい。既報³⁾で、多くの擬音語・擬態語について、それらが形容する食味要因を明らかにしたが、その際の結果と同様である。

「ねっとりした感じ」「まろやか」「口にゆっくり広がる感じ」「こってりした感じ」「とろとろ」「こく」などが関係があると回答した人の割合が高く、味、テクスチャーともに、濃厚な感じを表現する用語が“まったり”との関係が強い。また、甘味以外の味は“まったり”には関与していないこと、テクスチャーについては硬さや弾力などは関与していないこともわかる。

前述の食物名による“まったり感”の尺度によって、カスタードクリームや生クリームなどの甘いものや、カルボナーラやクリームシチューなどの乳製品を含むものが、“まったり感”が強いことが明らかになっている。いずれの食物も流動性をもつもので、粘度が高い。これらの結果を形容語の結果と合わせて考えると、“まったり”は、ねっとりとした粘度が高く、こくがある濃厚な味わいで、甘味をもつことが多いと結論づけることができる。

本調査で取りあげた食物名は、食品群、成分、調理法などがさまざまに異なる。個人の食経験もさまざまである。また、形容語に対する認識も多少は異なるで

あろう。このような制約がある以上、本研究により構築した食物名による尺度および形容語による尺度は、厳密な意味での尺度としては限界がある。しかし、“まったり”のように、ある層の人々には認知され、ある層の人々には認知されていないような、あいまいな言葉を定量的に把握するには極めて有用なものであろう。

なお、冒頭でも述べたとおり、“まったり”は、そもそも京都地方の方言である。著者らは京都地方でもアンケート調査および聞き取り調査を実施し、首都圏とは異なる結果を得ている¹⁶⁾。詳細は別途報告したい。

4. 要 約

近年、首都圏に広がった“まったり”という食感覚表現について、首都圏の若年層を対象にアンケート調査を行い、以下の結果を得た。

(1) “まったり”は、ここ数年の間に同世代あるいはマスコミから新しく知った流行語である。

(2) 本研究で対象とした首都圏の若年層には“まったり”に関して共通の概念が存在し、食物名を用いて“まったり感”の尺度を構成することが可能である。

(3) “まったり感”の強い食物は、カスタードクリーム、生クリーム、バタークリーム、カルボナーラなどの甘い物や乳製品を含む物であった。

(4) “まったり”と関係が強い形容語は、ねっとり、まろやか、口にゆっくり広がる、こってり、などであった。

(5) 食物名と形容語の結果を合わせて考えると、“まったり”は、ねっとりとした粘度が高く、こくがある濃厚な味わいで、甘味をもつことが多いと結論した。

以上の結果により、あいまいな流行語である“まったり”の定性的、定量的な把握が可能となった。

調査の実施にあたり、佐藤秀美氏、青山学院大学兼任講師中 一郎氏、中井仁美氏、青山学院女子短期大学松本美鈴助教授にご協力いただきました。深く感謝いたします。(50音順)

引用文献

- 1) Szczesniak, A.S.: Classification of Textural Characteristics, *J. Food Sci.*, **28**, 385-389 (1963)
- 2) Sherman, P.: A Texture Profile of Foodstuffs Based upon Well-Defined Rheological Properties, *J. Food Sci.*, **34**, 458-462 (1969)
- 3) Jowitt, R.: The Terminology of Food Texture, *J. Texture*

- Stud.*, **5**, 351-358 (1974).
- 4) Yoshikawa, S., Nishimaru, S., Tashiro, T., and Yoshida, M.: Collection and Classification of Words for Description of Food Texture, *J. Texture Stud.*, **1**, 437-442 (1970)
 - 5) 大坪研一, 内藤成弘:『食品のテクスチャー評価の標準化』(森 友彦, 川端晶子編), 光琳, 東京, 12 (1997)
 - 6) 下田満哉, 佐々木仁, 土肥由長, 亀田 弥, 箴島 豊: 抽象的匂い用語のキャラクターゼーション, *日食工誌*, **36**, 7-16 (1989)
 - 7) 下田満哉, 佐々木仁, 土肥由長, 亀田 弥, 箴島 豊: 具体的匂い用語のキャラクターゼーション, *日食工誌*, **36**, 17-25 (1989)
 - 8) 下田満哉, 佐々木仁, 塚本祐二, 土肥由長, 亀田 弥, 箴島 豊: 食品の匂い評価と匂い用語のキャラクターゼーション, *日食工誌*, **36**, 26-33 (1989)
 - 9) 早川文代, 畑江敬子, 島田淳子: アンケート調査による“あぶらっこさ”の特徴づけ, *家政誌*, **48**, 19-28 (1997)
 - 10) 早川文代, 岩政由布子, 畑江敬子, 島田淳子: 食感覚の擬音語・擬態語の収集と選定, *家政誌*, **50**, 481-490 (1999)
 - 11) 早川文代: 食感覚を表現する擬音語・擬態語の分類, 小田原女子短大研究紀要, **28**, 53-59 (1998)
 - 12) 早川文代: 性別・年齢別にみた食感覚の擬音語・擬態語, 小田原女子短大研究紀要, **30**, 47-59 (2000)
 - 13) 早川文代, 畑江敬子, 島田淳子: 食感覚の擬音語・擬態語の特徴づけ, *食科工誌*, **47**, 197-207 (2000)
 - 14) 徳川宗賢, 佐藤亮一(編), 徳川宗賢(監修):『日本方言大辞典』, 小学館, 東京 (1989)
 - 15) 井之口有一, 堀井令以知(編):『京ことば辞典』, 東京堂出版, 東京 (1992)
 - 16) 早川文代, 馬場康維: 方言としての“まったり”の客観化—京都地方のアンケート調査および聞き取り調査—, *家政誌*, **53**, 447-456 (2002)
 - 17) NHK放送文化研究所世論調査部:『世論調査ハンドブック』, 大空社, 東京, 90 (1996)
 - 18) 食品流通情報センター(編):『食生活データ総合統計年報'98』, 東京 (1998)
 - 19) 竹内晴彦: 感性評価用語の心理計測と分析, *計量国語学*, **19**, 234-251 (1994)
 - 20) 早川文代, 畑江敬子, 島田淳子: アンケート調査による“あぶらっこさ”の尺度化, *家政誌*, **48**, 161-170 (1997)
 - 21) 岩坪秀一:『数量化法の基礎』, 朝倉書店, 東京, 125 (1987)
 - 22) 駒沢 勉:『数量化理論とデータ解析』, 朝倉書店, 東京, 101 (1982)