

## イメージ調査から見た現代の京料理

### Modern *Kyo-ryori* (traditional Japanese dishes of Kyoto) through Image Analysis

饗庭照美\* 永岡美沙 富田圭子 南出隆久 大谷貴美子  
(Terumi Aiba) (Misa Nagaoka) (Keiko Tomita) (Takahisa Minamide) (Kimiko Ohtani)

We examined the image of modern *Kyo-ryori* and the attraction of Kyoto. A questionnaire survey was carried out for the residents of Kyoto prefecture, residents outside Kyoto prefecture and chefs of *Kyo-ryori*. Most of the respondents to the questionnaire answered that the image of *Kyo-ryori* was “*Kaiseki-ryori*”, “*Cyakaiseki*” and “Japanese cuisine”. As the image of the color of *Kyo-ryori*, many of those outside Kyoto prefecture described reddish color, and also purplish color that seldom exists in the food themselves. This suggested the feeling of “gorgeousness” and “nobility” towards *Kyo-ryori*. As a result of the factor analysis of the image of *Kyo-ryori*, the first factor that can be described as “emotional grace” was extracted. The result suggests that those eating *Kyo-ryori* imagine the cuisine as representing the traditional culture of Kyoto.

キーワード：京料理 *Kyo-ryori* (traditional Japanese Dishes of Kyoto)；郷土料理 regional dishes；イメージ調査 image analysis；SD法 semantic differential method；因子分析 factor analysis

#### 緒言

京都は平安遷都以来、1200年の歴史をもつ都市である。今でも数多くの伝統行事や伝統芸能、歴史のある古い神社仏閣が残されており、またそれらを支えてきた伝統技術が息づいている文化都市である。これらに触れようと京都を訪れる観光客も多く、テレビや情報誌、観光雑誌などのメディアでは頻繁に京都特集が組まれている。

これらの中には<sup>1)</sup>、「京の美意識のなかで安らぐ」「にっぽんと遊ぼう」などのフレーズがあり、京都は、都としての美を楽しみ、代表的な日本文化を味わえる都市として紹介されている。また『京都千年』<sup>2)</sup>においては、「京都が都であるとき京都人は『京』を売りものにするような業態はとってこなかったが、『京』の産品に憧れをいだき、京くだりものを特別に尊重したのは、京都以外の人々の一方的な思い込みであった」という

記述がある。

「京」という文字や言葉が、1つのブランドとなり、料理や菓子、野菜に「京」という言葉（文字）がつくだけで、1つの特別なイメージが与えられ、そのブランドイメージによって、多くの人々が魅了されているのも事実である。しかし、その一方で、「メディアがばらまき京都幻想だけが一人歩きしている」「京都のイメージは虚像」などの指摘がある<sup>3)</sup>。よく使われる言葉である「京料理」についても、柏井<sup>4)</sup>は「京都らしい雰囲気の中で食べる料理と捉えている人が多い」と記述している。「京料理」のイメージや実態は、はっきりとした定義のない混沌としたものである。

そこで本研究では、京都府内外の人や京料理に携わっている料理人にアンケートによる京料理のイメージ調査を行うことにより、現代の人々がもっている京料理のイメージと京料理の魅力について調査を行なった。

#### 方法

##### 1. 調査時期及び調査対象者

アンケート調査は2001年8月から9月にかけて、全

\* 京都光華女子大学  
(Kyoto Koka Women's University)  
京都府立大学  
(Kyoto Prefectural University)

国生活学校連絡協議会に協力を依頼し、30 都道府県に各 5 名、計 150 名(府外在住の人)と、京都府に 120 名(府内在住の人)のアンケート調査を実施した。アンケートの配布数は 270 部であり、うち 229 部が回収され、回収率は 84.8% であった。府外在住者と府内在住者を合わせた 229 名の調査対象者を一般人と記した。京料理に携わっている料理人 28 名(所属料理屋数: 24 件)にも同様のアンケート(回収率 100%)と聞き取り調査を行った。

## 2. 調査内容

アンケートの概要を表 1 に示した。京都の魅力に関する質問と記述欄において、府外在住の人と府内在住の人は一部、質問の内容を変えた。料理人に対するアンケートも同様に行い、一部は聞き取り調査を行った。

また、結果に示すような 29 の形容詞対を用い、SD 法<sup>5)</sup>により京料理のイメージを調べた。評価は 7 段階評価とした。

## 3. 統計処理

SPSS (WINDOWS 10.0 version) を用いて、統計処理を行った。SD 法で計量化した一般人の京料理のイメージを因子分析(主因子法, VARIMAX 回転)し、抽出された因子の Cronbach's $\alpha$  を求めて信頼度を検証し(0.7 $\leq\alpha$ ), 妥当性が得られた因子については、改めて名前を付け分析した<sup>6,7)</sup>。

## 結果および考察

### 1. 調査対象者の属性

表 2 に調査対象者の属性を示した。一般人の調査対象者 229 名の約 80% 以上は 50 歳以上の女性であった。料理人の調査対象者は 28 名である。料理人の人数は少なかったが、京都の老舗料理屋の主人や料理人であり、経験による貴重な意見を聞くことができた。

### 2. 京都を訪れる目的とその魅力

まず京都を訪れる目的とその魅力について調べた。府外在住の人で、京都を訪れたことのある人にその目的を尋ね、府内在住の人には、府外在住の人がどのような目的で京都を訪れられると思うかを選択肢より 3 つ選んでもらい、選択肢の合計を 100% とし、各々の頻度を示した。以下、図 2~6 も同様に選択肢の合計を 100% とした。結果は図 1 に示したように、府外在住の人は「観光」を目的に京都を訪れた頻度が最も高かったが、府内在住の人は観光以外に伝統行事を挙げた人の頻度が高かった。しかし、府外在住の人は府内在住の人が考えているほど、「伝統行事」を目的に京都を訪れてはいなかった。また、府外在住の人に「今後、京都を訪れたいですか」と尋ねた結果、「ぜひ訪れたい」、「訪れたい」と回答した人は 97.3% であった。府内在住の人には「京都には魅力があると思われませんか」と尋ねた結果、「ある」と回答した人は 96.6% であった。

次に、それぞれに京都の魅力を選択肢の中から 3 つ

表 1. アンケートの概要

府外在住の人	属性	年齢, 性別, 未・既婚, 居住地, 出身地, 京都府在住経験の有無
	京都について	来京回数, 来京目的, 京都の魅力, 今後京都を訪れたいか
	京料理	「京料理」と聞いてイメージする料理, 「京料理」と「日本料理」のイメージの違い 「京料理」という言葉から連想する食品・食材・調理方法 京料理のイメージ (SD 法), 「京料理」を色で表す
	記述欄	京の食文化について, 今後期待するものや是非残してほしい味など 「京料理」とあなたの土地で食べておられるもてなし料理の違い
府内在住の人	属性	年齢, 性別, 未・既婚, 出身地, 京都在住歴
	京都について	他府県の方の来京目的, 京都の魅力の有無
	京料理	「京料理」と聞いてイメージする料理, 「京料理」と「日本料理」のイメージの違い 「京料理」という言葉から連想する食品・食材・調理方法 京料理のイメージ (SD 法), 「京料理」を色で表す
	記述欄	京の食文化について, 今後期待するものや是非残してほしい味など ブランド化しつつあるように思われる「京料理」についての意見
料理人	属性	性別, 年齢, 料理人歴, 店の名前
	京料理	「京料理」と聞いてイメージする料理, 「京料理」と「日本料理」のイメージの違い 「京料理」という言葉から連想する食品・食材・調理方法 京料理のイメージ (SD 法), 「京料理」を色で表す
	記述欄	「京料理」と「日本料理」のイメージの違い

## イメージ調査から見た現代の京料理

表 2. 調査対象者の属性

項目		属性	人数	比率 (%)
一般人 n=229	居住地域	他府県	112	48.9
		京都府	117	51.1
	他府県の内訳	関東	3	2.7
		信越・北陸	22	19.6
		東海	13	11.6
		近畿	17	15.2
		中国	22	19.6
		四国	3	2.7
		九州・沖縄	32	28.6
	性別	男性	14	6.1
女性		213	93.0	
無回答		2	0.9	
年齢	30～39 歳	12	5.2	
	40～49 歳	19	8.3	
	50～59 歳	54	23.6	
	60～69 歳	92	40.2	
	70～79 歳	46	20.1	
	無回答	6	2.6	
料理人 n=28	性別	男性	26	92.9
		女性	0	0.0
		無回答	2	7.1
年齢	10～19 歳	1	3.6	
	20～29 歳	6	21.4	
	30～39 歳	6	21.4	
	40～49 歳	7	25.0	
	50～59 歳	4	14.3	
	60～69 歳	3	10.7	
	無回答	1	3.6	
料理人歴	1～9 年	8	28.5	
	10～19 年	7	25.0	
	20～29 年	5	17.9	
	30～39 年	5	17.9	
	40～49 年	2	7.1	
	無回答	1	3.6	

選んでもらい、図2に示した。居住地に関わらず共に「歴史的文化遺産に触れられる」ことが、京都の魅力の中で最も多かった。次いで「自然が美しい」、「お料理がおいしい」、が挙げられており、京料理が京都の魅力となっていることが示唆された。しかし、「伝統行事に触れられる」については、図1の京都を訪れる目的と同様、府外在住の人には京都の魅力とはなっていなかった。

### 3. 京料理について

村井ら<sup>8)</sup>は、京料理の成立に影響を与えたのは「精進料理」「有職料理」「本膳料理」「茶懐石」「会席料理」であると述べている。そしてこれらの関連について、

室町時代に形が整えられた茶の湯において、茶会の席に出される料理という意味の「会席料理」が禅宗の「精進料理」の影響を受け、「茶懐石」となったことを記述している。また、公家社会の儀式料理である「有職料理」は室町時代に「本膳料理」として発展し、さらに江戸時代に宴会料理である「会席料理」となったことを記述している。「茶懐石」は、空腹をいやし、お茶を味わうための一汁三菜の簡単な料理である。従って、数少ない料理に趣向を凝らし、季節感を演出し、器との調和や料理を出すタイミングなどの感性が求められる<sup>9)</sup>。酒席の宴会料理として発展した現代の「会席料理」は、茶の湯の料理として形式化された「茶懐石」に比べると料理人の自由な発想でつくられ、全国的にもてなしの日本料理、料理屋で出される料理の主流となっている。

図3は、村井ら<sup>8)</sup>が京料理の成立に影響を与えたとしている前述の料理などを選択肢とし、「京料理」と聞いてイメージする料理を3つ選んでもらった結果である。府外在住の人、府内在住の人ともに「会席料理」の頻度が最も高かった。次に高いのは府外の人では「茶懐石」「精進料理」「日本料理」となった。府内の人は「日本料理」「茶懐石」「おばんざい」となった。一般人の回答者が「会席料理」と「茶懐石」を区別して認識しているかどうかは不明であるが、府外の人には京料理のイメージとして「茶懐石」、「精進料理」のイメージをもっている人が多い事がわかった。これは京都が茶の湯の中心となる土地である事、数多くの歴史的な寺院がある事という知識からのイメージと考えられる。料理人の場合は、「茶懐石」の頻度が最も高く、次に多いのは「会席料理」と「日本料理」であり、これらは同じくらいの頻度で挙げられた。一般人と比較して「精進料理」の頻度は少なかった。また料理人のアンケートにおいて、「京料理は宮中の有職料理、寺院の精進料理、茶懐石の良いところを取り入れた料理である」、「京料理の原点は茶懐石」などの意見があった。京都の料理人の京料理に対する考えとして「茶懐石」の影響が大きい事が示唆された。

「おばんざい」については若干捉え方が異なり、府内在住の人は京都の普段の家庭料理である「おばんざい」も京料理と考える人が「茶懐石」と同じくらいの頻度であったが、府外在住の人、料理人は京料理に対するおばんざいのイメージは低かった。府内在住の人は「京都のおばんざい」というのは京都の庶民の味であり、京野菜や乾物を利用した古くからある家庭料理として他の地方のものとは違うものであるという認識がある

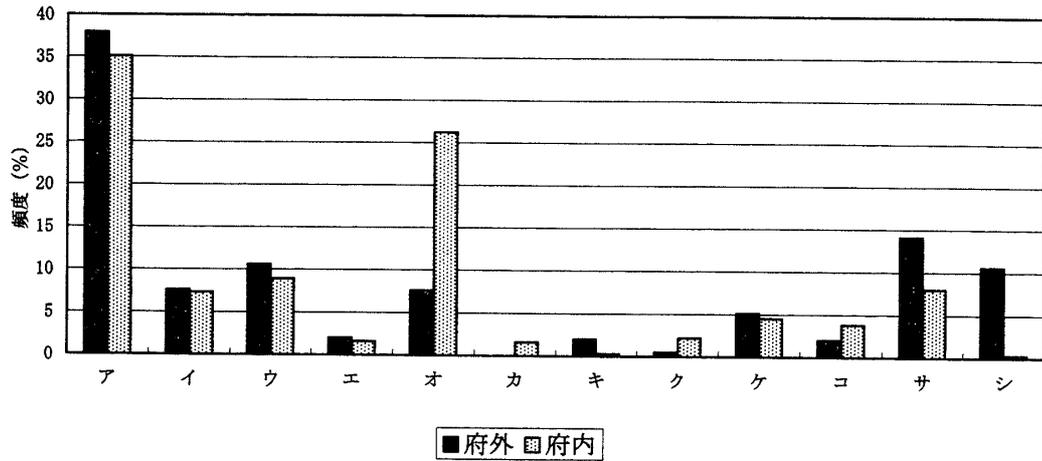


図1 京都を訪れる目的

ア. 観光 (歴史的文化遺産)    イ. 自然    ウ. 料理    エ. 工芸    オ. 伝統行事 (葵祭・祇園祭)  
 カ. 茶の湯    キ. 華道    ク. 狂言・能などの伝統芸  
 ケ. 買い物    コ. 仕事    サ. 親戚・個人的な用事 (冠婚葬祭)  
 シ. その他  
 (n=229)

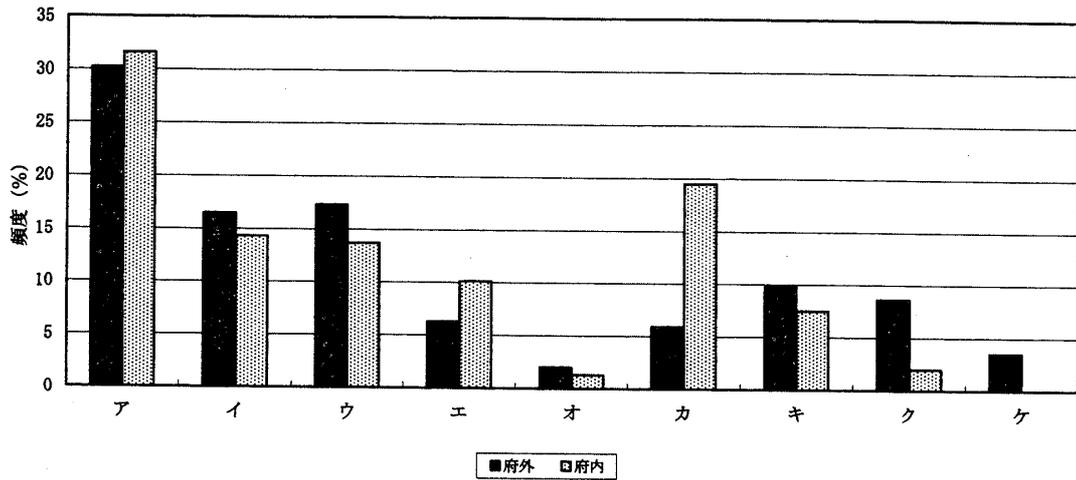


図2 京都の魅力

ア. 歴史的文化遺産に触れられる    イ. 自然が美しい    ウ. お料理がおいしい  
 エ. 本物の技や伝統に出会える    オ. 買い物が楽しい    カ. 伝統行事に触れられる  
 キ. 気持ちが安らぐ    ク. 懐かしい風景に出会える    ケ. その他  
 (n=229)

と考えられる。また府外在住の人は京都を訪れた時に食べる「京料理」は家庭料理を期待していない事、料理人にとっては「京料理」は家庭では作れないプロの技であるという意識があると考えられる。

「伝統食」「郷土料理」が京料理というイメージは全体に低かった。橋本ら<sup>10)</sup>は、「郷土料理」の形態分類において、郷土料理は本来その土地の特産物を用いた家庭料理であるが、京都の郷土料理は産地以外の土地で料理法が発達した特殊なケースであることを指摘している。「京料理」は京都という地名がついた「郷土料理」と考えることができるが、アンケートの結果では家庭料理とは異なる「会席料理」「茶懐石」のイメージが先

行していた。

図3に示したように「京料理」のイメージとして「日本料理」の頻度は高く日本料理と京料理とは多くの人々にとって重なり合うイメージがあり、「京料理」は代表的な日本料理の一つであると考えられていると思われた。しかし、さらに「京料理」と「日本料理」という言葉から浮かぶイメージに違いがあるか否かを質問したところ、府外の人64.5%、府内の人68.4%が「ある」と答え、料理人の場合は82.1%が「ある」と答えた。そこで、そのイメージとして違うものを選択肢より2つ選んでもらったところ、図4に示すように共通して「素材」が挙げられた。府外在住の人は「素

イメージ調査から見た現代の京料理

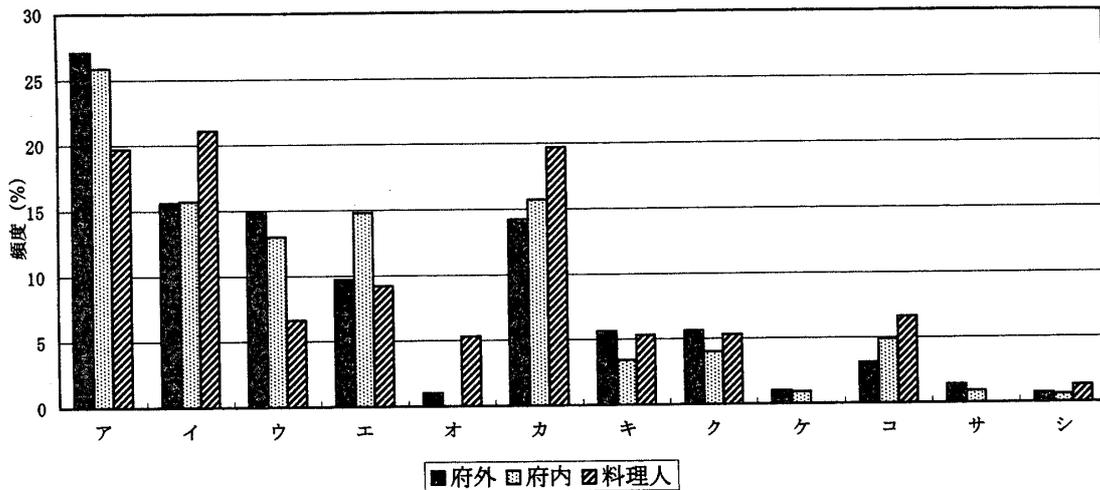


図3 京料理と聞いてイメージする料理

ア. 会席料理 イ. 茶懐石 ウ. 精進料理 エ. おばんざい オ. 有職料理 カ. 日本料理  
 キ. 伝統食 ク. 郷土料理 ケ. 健康食 コ. もてなし料理 サ. 行事食 シ. その他  
 (n=257)

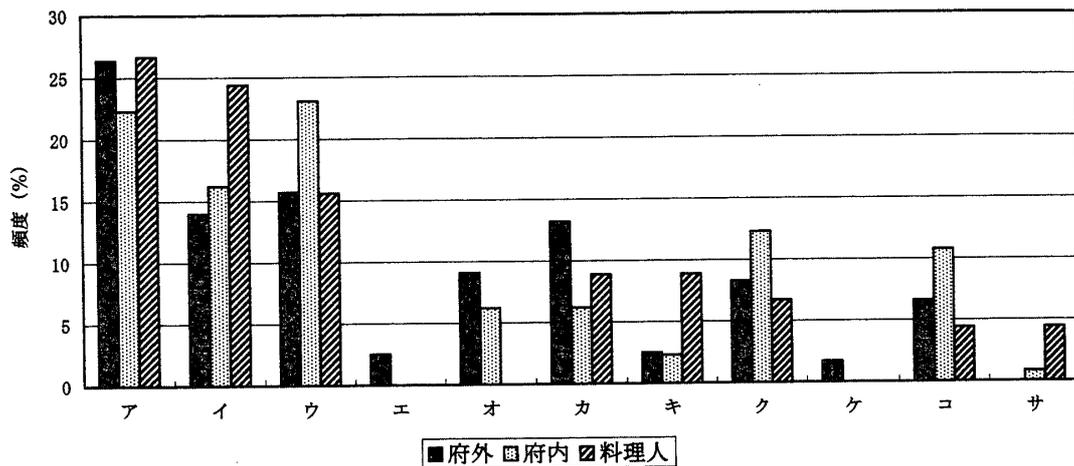


図4 京料理と日本料理のイメージで違うもの

ア. 素材 イ. 味 ウ. 季節感 エ. 切り方 オ. 盛りつけ方 カ. 彩り  
 キ. 形式 ク. もてなし方 ケ. 香り コ. 器 サ. その他 (n=257)

材, 季節感, 味, 彩り」の頻度が高かった。府内在住の人では「季節感, 素材, 味, もてなし方」の頻度が高かった。居住地による特徴として府外在住の人は素材にその特徴を捉え, 府内の人は素材を通して味や季節感やもてなし方にその特徴を捉えていることが示唆された。一方料理人の場合は「素材」とともに味へのこだわりが大きいことが示された。アンケートの記述欄に京料理は薄味であるという回答が多くあった。京料理が薄味であることは, 一般の人達が感じるところであるが, 「物足りなさを感じる」という回答も見られた。

4. 「京料理」から連想する食品・食材・調理方法

「京料理」という言葉から連想する食品・食材を選択

肢の中から3つ選択してもらったところ, 図5に示すとおり, 一般人も料理人も「湯葉」の頻度が最も高かった。次いで府外在住の人は「豆腐」「千枚漬」に, 府内在住の人は「はも」と「生麩」に分散した。料理人の場合は, ほとんど「湯葉」と「はも」に集中し, 次に高い頻度を示したのは「賀茂なす」「生麩」となった。大豆加工品である「湯葉」「豆腐」ともに, 肉・魚を用いない禅寺の精進料理の重要な栄養源であり, 寺の多い京都では, 大豆の加工方法が古くから発達してきた<sup>11)</sup>。大豆の主要な産地ではないが, 大豆加工食品である「湯葉」「豆腐」は京都の特産品として府外の人に定着していることがわかった。「生麩」も精進料理の食材の一つであるが, 府外の人はお土産品として人気のあ

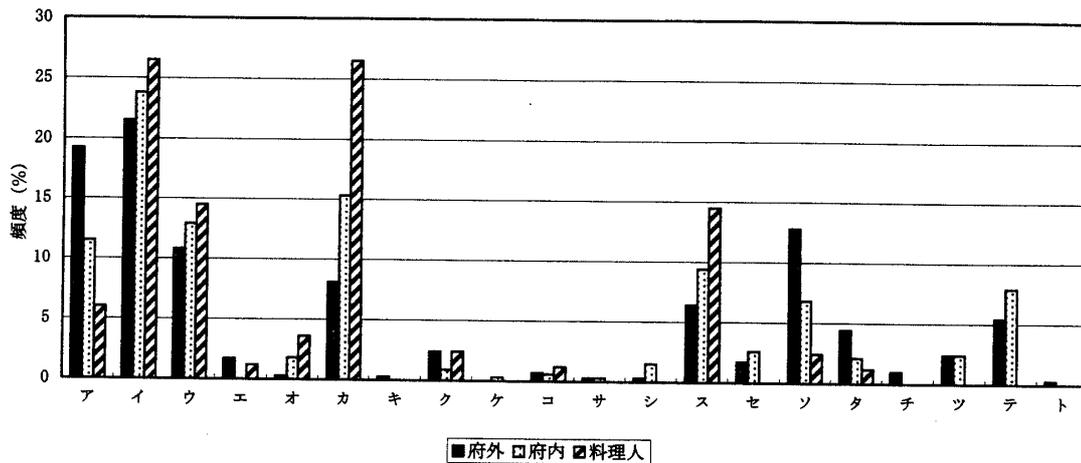


図5 京料理という言葉から連想する食品・食材

- |         |        |        |        |         |             |
|---------|--------|--------|--------|---------|-------------|
| ア. 豆腐   | イ. 湯葉  | ウ. 生麩  | エ. 茶そば | オ. 棒だら  | カ. はも       |
| キ. 京都牛  | ク. 鴨   | ケ. 地どり | コ. 黒豆  | サ. 紫ずきん | シ. 万願寺とうがらし |
| ス. 賀茂なす | セ. すぐき | ソ. 千枚漬 | タ. しば漬 | チ. 七味   | ツ. 抹茶       |
| テ. 和菓子  | ト. その他 |        |        |         |             |
- (n=257)

る「千枚漬」の印象が強いと思われる。「はも」と京の伝統野菜である「賀茂なす」を挙げた人は府内在住の人、料理人の回答が多かった。「はも」は鮮魚に恵まれなかった京都で、「骨切り」の調理技法とともに食材として生かされ、特に祇園祭のころによく使われる。料理人のプロとしての包丁技術が試される食材でもある。このアンケートの時期が、「はも」「賀茂なす」の旬であった事が結果に影響していると思われるが、これらの食材は府外在住の人にとっては季節が限定される食材だけに京料理の食材としては伝わっていないことが考えられる。

図6は「京料理」からイメージする代表的な調理法

を選択肢から3つ選んでもらった結果である。一般人、料理人を問わず「煮る」「蒸す」「盛る」「和える」が挙げられた。これらの調理法は図4の京料理の特徴として示された「素材」「味」が生かされる調理法である。府外の人にはこれらの4つの調理法が同じくらいの頻度に分散していた。府内の人には「和える」という回答が多く、料理人は「煮る」が多かった。また、料理人は一般人と比べると「盛る」という回答は少なかった。一般の人には京料理は盛り付けに趣向を凝らしているという印象が強いことが示唆されたが、料理人は、「盛る」を代表的な調理法としては捉えていないことがわかった。さらに「生」という回答が少なかったのは、

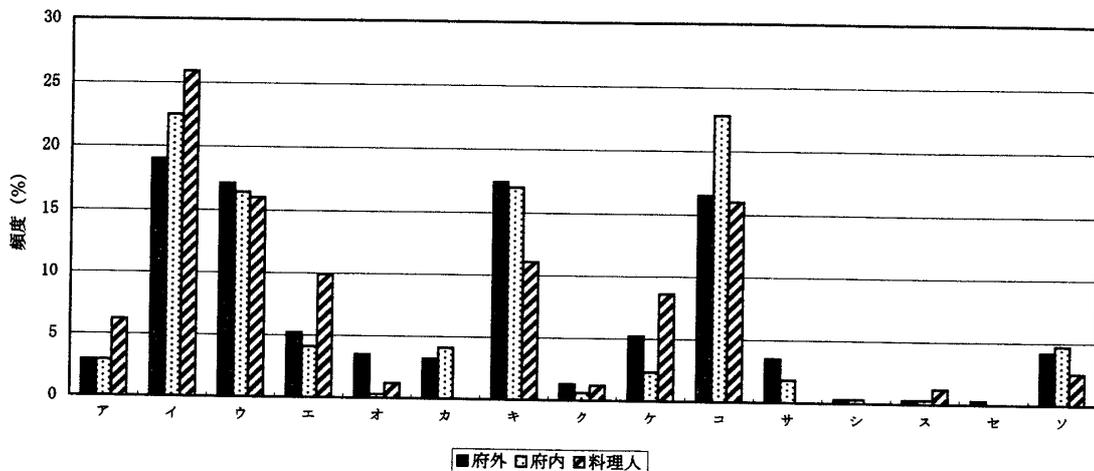


図6 京料理からイメージする代表的な調理法

- |        |        |       |        |        |        |
|--------|--------|-------|--------|--------|--------|
| ア. 生   | イ. 煮る  | ウ. 蒸す | エ. 焼く  | オ. 揚げる | カ. 切る  |
| キ. 盛る  | ク. 割く  | ケ. 炊く | コ. 和える | サ. ゆでる | シ. きざむ |
| ス. おろす | セ. にぎる | ソ. 浸す |        |        |        |
- (n=257)

イメージ調査から見た現代の京料理

海から遠く、魚を生そのままでは食べる事がなかった京都の食文化が現代の京料理のイメージとして受け継がれていることによると思われる。

5. 京料理の色彩イメージ

「もし京料理を色で表すとしたら、何色ですか」という自由回答について、色の表記は多種類であったため、系統別の色名を分類した頻度割合を図7に示した。回答者の共通イメージとしては「緑系統」の色が挙げられた。府内在住の人は「緑系統」に比較的多く集中したが、府外在住の人は「赤系統」「紫系統」に分散した。共通イメージである「緑系統」は、緑の野菜、盛りつけに添えられている緑のものをイメージしていると考えられる。「緑系統」として、若草色、うぐいす色、もえぎ色、竹色など、自然を表す色名の回答が多数あったことから、緑の景色や庭も合わせてイメージされていることが示唆された。府外在住の人の回答に多かった「赤系統」は、ピンク、桜色、紅葉色などの回答が多数あった。京都は春や秋に観光客が多く、料理の中に紅梅、桜の花びら、紅葉のもみじを模した野菜や生麩などがよく使われる事から、料理のアクセントカラーとして赤系統が印象に残ったのが一因と思われる。しかし、府外在住の人に多かった「紫系統」は食材の色としてはあまり存在しない色である。紫の色彩感情として一般的に「高貴」「優雅」「神秘」「厳粛」などが挙げられる<sup>12-14)</sup>。また、「赤系統」の中で多かった「ピンク」からは「幸福」「女性」「やさしさ」「華やか」という語が色彩感情として挙げられる<sup>13,14)</sup>。このような色彩感情は京都のイメージと一致すると思われる。

これらの結果から、京料理は料理以外に、京都の景色や京都そのもののイメージなど、全体のイメージも含めてこれらの色が連想されたと考えられる。従って、このような京料理のもつ色彩イメージの世界が、「京都

幻想」と言われる所以の一つであることが示唆された。料理人の場合のみに回答された「五色」は「五味五色五法」という日本料理の基本の教えとして、プロの料理人の間でよく使われている言葉である。この「五色」は古代中国の「陰陽五行説」による色であり、「青、赤、黄、白、黒」を示す<sup>15)</sup>。さらに、料理人の場合は色のイメージが複雑で、多様な色に分散し「虹色」「無地に見える重ね色」という回答があった。これらは一色では表せないと説明されていた。料理人にとって京料理の色彩イメージは、一色では言い表せない複雑な世界であり、料理人の色彩に対するこだわりが感じられた。

6. 京料理のイメージプロフィール

SD法による京料理のイメージプロフィールを図8に示した。一般人の居住地による違い、料理人の間にもほとんど大きな違いは認められなかった。しかしながら「混沌とした一秩序のある」(府外-料理人, 府内-料理人:  $p < 0.05$ ), 「くすんだ一鮮やかな」(府外-料理人:  $p < 0.05$ , 府内-料理人:  $p < 0.01$ ), 「男性的-女性的」(府外-料理人, 府内-料理人:  $p < 0.01$ ), 「季節感がない-季節感がある」(府外-料理人:  $p < 0.01$ , 府内-料理人:  $p < 0.05$ ) については有意差が認められ、料理人は京料理とはより秩序のある、鮮やかで女性的、季節感があるものとして捉えていることが示唆された。

そこで、京料理のイメージを構成しているものをより明らかにする目的で因子分析を行った。居住地による大きな違いは認められなかったため、居住地を分けずに一般人全体のイメージの因子分析を行ない、8つの因子が抽出された。各因子の信頼度 (Cronbach's  $\alpha$ ) を検証し、信頼度が保証された ( $0.7 \leq \alpha$ ) 第1, 第2因子を表3に示した。第1因子 ( $\alpha = 0.8846$ ) を構成している形容詞対を検討した結果、「情趣性」と名付けた。

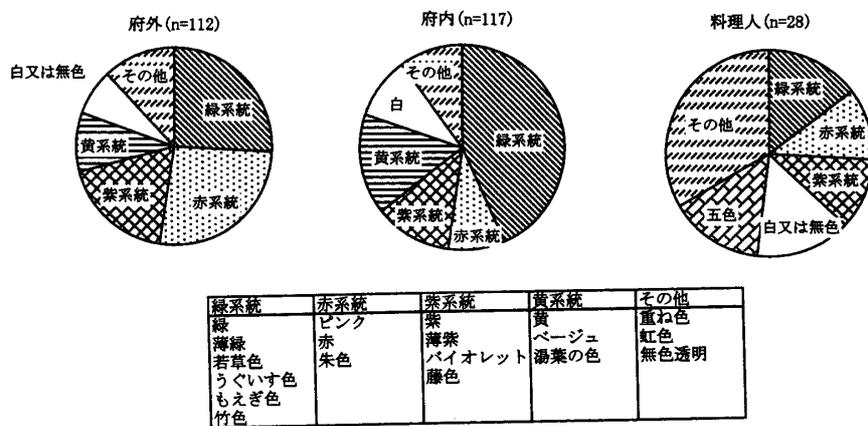


図7 京料理の色彩イメージ

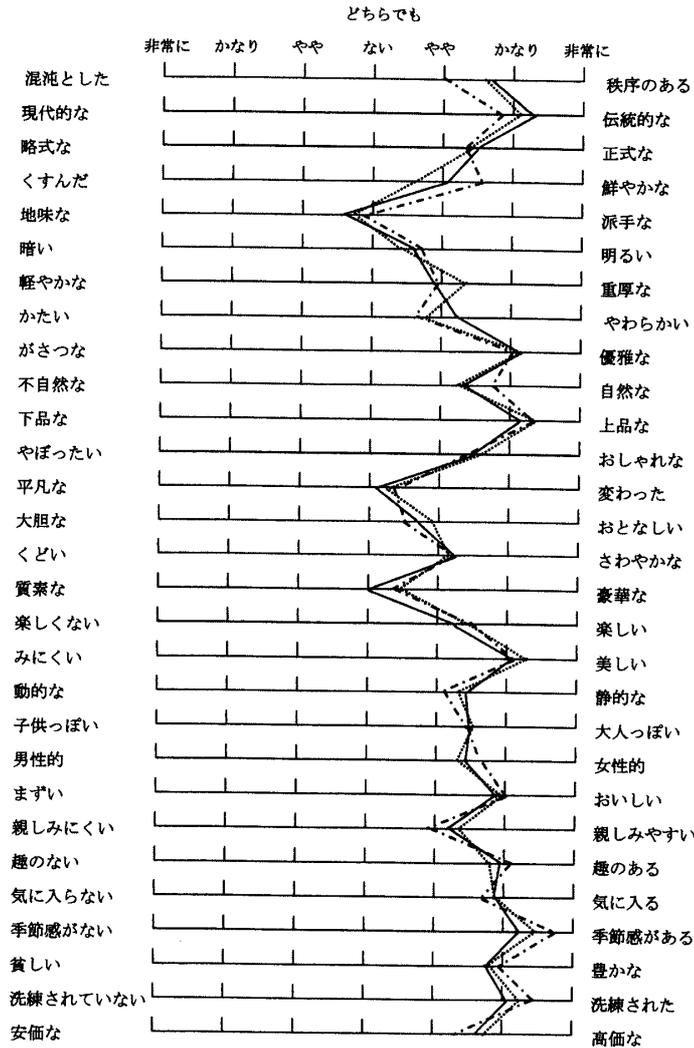


図8 京料理のイメージプロフィール

—— 府外    ..... 府内    - - - - 料理人  
(n=257)

この結果から京料理の色彩イメージと同様に、料理そのものだけでなく、盛りつけ、季節感、景観なども含めた豊さ、優雅さなどの情緒性が感じられている事が示唆された。また第2因子は、他の形容詞対とは若干異なる「暗い-明るい」の形容詞対のみを除去し ( $\alpha=0.8295$ )、「嗜好性」と名付けた。この結果から京料理のイメージは、色彩イメージと同様に、料理そのものだけでなく、盛りつけ、季節感、景観なども含めた豊さ、優雅さなどの情緒性が感じられ、それに対する嗜好性もある事が示唆された。

以上のように、京料理はもてなしの会席料理や茶懐石のイメージが強く、料理素材や調理法そのものだけでなく、料理と器との調和、洗練された盛りつけなどが高く評価され、京都の景観も含めてイメージされている料理であることが示唆された。その形成には、京

都の自然や文化的環境が大きな役割を果たしていると考えられる。また、因子分析の結果、京料理のイメージとして「情趣性」が抽出されたように、京料理は特定の具体的なものというより、食べる側の京都の伝統文化に対するイメージが先行した料理であることが窺われた。そのことが「幻想」や「虚像」と指摘される点ではないかと思われる。一般人のアンケートの記述内容には、京料理は「高価である」「必要以上に飾りつけてある」「もっと素朴でも良いのではないかな」などの苦言も見られた。京料理に携わる人は「京」というブランドイメージに頼りすぎることなく、京料理に受け継がれてきた伝統文化の再認識が必要と思われる。今回の結果から、これが「京料理」であるというはっきりとした型、素材、料理方法はないと考えられる。郷土料理としての「京料理」は京都という自然、文化

## イメージ調査から見た現代の京料理

表3. SD法による京料理のイメージの因子分析結果

項目	第一因子	第二因子
洗練された — 洗練されていない	.718	.302
季節感がある — 季節感がない	.670	.224
豊かな — 貧しい	.630	.335
がさつな — 優雅な	.626	.416
大人っぽい — 子供っぽい	.605	-6.083 E-02
下品な — 上品な	.589	.366
みにくい — 美しい	.531	.411
高価な — 安価な	.525	-8.596 E-02
動的な — 静的な	.447	.304
趣のある — 趣のない	.443	.373
おいしい — まずい	.308	.709
親しみやすい — 親しみにくい	3.349 E-02	.707
気に入る — 気に入らない	.315	.699
暗い — 明るい	-8.033 E-02	.596
楽しい — 楽しくない	.363	.550
因子寄与率 (%)	15.359	12.788
累積寄与率 (%)	15.359	28.138

因子抽出法：主因子法

回転法：Kaiser の正規化を伴うバリマックス法

的空間の中でこそ味わえるものであり、食べる側は京都の自然や文化も合わせて理解することが大切である。

本研究では現代の京料理のイメージ調査を通して、京都の魅力や京料理の魅力を探ろうとしたものである。その結果、京都の魅力の一つに京料理が大きく関わっていることが示された。

## 要 約

現代の人々が持っている京料理のイメージと京料理の魅力について一般人（京都府外在住の人、府内在住の人）、京料理の料理人を対象にアンケート調査を行った。京料理のイメージは、多くの回答者が「会席料理」「茶懐石」「日本料理」と答えた。連想する食品・食材については一般人も料理人も「湯葉」を挙げる人が多かったが、料理人は「賀茂なす」「はも」を挙げる人も多く京都特産の食材や調理技術へのこだわりが感じられた。京料理の色彩イメージとして、京都府内在住の人は「緑系統」の色を挙げる人が多かった。府外在住の人は緑と同じくらいの頻度で赤、紫系統の色を挙げる人があり、京料理に「華やかさ」や「高貴さ」を感じていることが示唆された。一般人全体の京料理のイメージを因子分析した結果、「情趣性」としてまとめられる第一因子が抽出され、京料理は、食べる側の京の伝統文化に対するイメージが先行した料理であることが窺われた。

## 文 献

- 1) セブンシーズ10月号, 特集京都(2001), アルク, 東京, 38-92.
- 2) 駒 敏朗(1984), 京都千年⑨京名物とのれん, 老舗と味, 講談社, 東京, 49-50.
- 3) 京都新聞, 第2部文化と精神, 虚像の美化に危うさも(2001年3月17日)
- 4) 柏井 壽, 京料理の迷宮(2002), 光文社, 東京, 8-10.
- 5) 岩下豊彦(1998), SD法によるイメージの測定, 川島書店.
- 6) 内田治, すぐわかるSPSSによるアンケートの調査・集計・解析(1997), 東京図書, 東京, 126-147.
- 7) 菅 民郎(1998), アンケートデータの分析, 現代数学社, 京都, 169-186.
- 8) 村井康彦編, 京料理の歴史, シリーズ食文化の発見(1979), 柴田書店, 東京, 12-54.
- 9) 淡交別冊, 日本の料理(1996), 淡交社, 京都, 30-32.
- 10) 橋本慶子, 下村道子, 島田淳子編(1993), 調理科学講座7, 調理と文化, 朝倉書店, 東京, 186-195.
- 11) 飯塚久子, 滋野幸子, 堀浪子(1987), 京都の郷土料理, 同文書院, 京都, 53-60.
- 12) 黒田正子(2002), 京都の不思議, 光村推古書院, 京都, 97-99.
- 13) 福田邦夫(1979), 赤橙黄緑青藍紫一色の意味と文化一, 青娥書房, 東京.
- 14) 日本色彩学会編(1999), 色彩ハンドブック第2版, 東京大学出版会, 東京, 379-382.
- 15) 増成隆士, 川端晶子編(1997), 21世紀の調理学3, 美味学, 建帛社, 東京, 289.

(2003年4月28日受理)