

食のデザイン

ファミリーレストランチェーン3社のメニュー分析と飲食業関係者へのインタビューを通じた食材と調理法に関する研究

Food and cooking design

A study on the relationships between food ingredients and cooking methods through an analysis of three family restaurant chains menus and an interview survey with a professional cooking chef.

野上 洸玄（東京都市大学）*1 鳴海 史弘（東京都市大学）*2 古越 峻（東京都市大学）*3 関 博紀（東京都市大学）*4

*1 Hiroharu Nogami, Tokyo City University, 3-3-1 Ushikubo-Nishi, Tsuzuki, Yokohama, 224-8551

*2 Fumihito Narumi, Tokyo City University, 3-3-1 Ushikubo-Nishi, Tsuzuki, Yokohama, 224-8551

*3 Ryo Furukoshi, Tokyo City University, 3-3-1 Ushikubo-Nishi, Tsuzuki, Yokohama, 224-8551

*4 Hiroki Seki, Tokyo City University, 3-3-1 Ushikubo-Nishi, Tsuzuki, Yokohama, 224-8551, hseki@tcu.ac.jp

キーワード: 食材, 調理法, ファミリーレストラン, メニュー分析, インタビュー調査

1. 問題と背景

食は私たちにとって欠かせない営みである。食とは、食物の摂取行動を指し、食品から栄養や熱量を摂ることで体の成長を助ける働きがあるとされる。ヒトは地上のあらゆる動植物を栄養源にできる適応力を持っており、日常的に摂取するものだけでも、穀類、豆、野菜、果実、肉、魚介、乳、卵、海藻、きのこなど、その種類は豊富である。このような食が成り立つ背景には、人類だけが行う加工・調理の存在がある。実際に、私たちは日々、食材を食べやすい形に切ったり、茹でて食べやすい硬さに変えたり、味付けをして食べやすい味に整えたり、さらには、食べたくくなるような盛りつけを工夫するなど、様々な加工を行っている。食材を口に運ぶまでに行っているこれらの工夫は、いわば「食のデザイン」と言える。食のデザインとしての調理をさらに細かくみると、物理的な調理操作（洗う、切る、こす、ちぎる、混ぜる、おろすなど）や、加熱を伴う調理操作（焼く、炒める、揚げる、煮る、茹でる、蒸す、炊くなど）にまとめることができる。加熱を伴う調理法は、さらに、水を使って食材を加熱する方法である、煮る、茹でる、蒸す、炊くの湿熱調理4種と、水を使わずに食材を加熱する方法である、焼く、炒める、揚げるの乾熱調理3種に分けられる。日々の食卓に並ぶ一品は、これらの調理法が食材と組み合わせられて成立し、さらに複数の一品が組み合わせられて献立（商品）が成立していると考えられる。現代においては、これらの「食のデザイン」は各家庭だけでなく、それを専門的に扱う飲食業において日々追求されていると考えられる。以上を踏まえて、本研究では、現代における食のデザインの実際を、ファミリーレストランチェーン3社のメニュー分析と関係者へのインタビュー調査を通して確かめることを目的とする。

2. 対象と方法

2.1. 飲食店関係者へのインタビュー調査

2.1.1. 対象 都内で定食屋を経営する飲食店経営者とした。対象店舗の席数は16、提供している商品は34であり、調理から配膳までを店主が行っていた。

2.1.2. 方法 食材と調理法、メニュー構成の関係を探る目的で18項目からなる質問を準備し、当日は適宜質問を追加した。実施後、文字起こしした。

2.2. メニュー分析

2.2.1. 対象 国内に展開するファミリーレストランチェーンから、A社（イタリア料理）、B社（ハンバーグを中心とするアメリカ料理）、C社（和食）の3社を取り上げ、各社が2020年9月16日時点で提供している商品を対象とした。作業を円滑に行うため、分析にあたっては、各社の商品一覧（グランドメニュー）において写真付きで説明されている商品のみを対象とし、また分析の水準を保つためにデザートメニューは除外した。なお、本研究では、店舗で注文可能な単位を「商品」として、「商品」を構成するまとまった料理を「品」として、それぞれ位置づけた。例えば、分析対象の1つとなった「ミニ包み焼きハンバーグ膳」（B社）はご飯と味噌汁、ハンバーグ、サラダ、小鉢がセットになったメニューであるが、これは5品から成り立つ1商品となる。以上にもとづき、対象となった商品は、A社69商品（69品）、B社81商品（85品）、C社91商品（108品）の計241商品（262品）であった。

2.2.2. 方法 3名の調査者が各社の公式ホームページからグランドメニューを入手し、各商品で用いられている食材と調理法を抽出した。抽出は、複数の調査者が互いに確認して行なった。確認の難しい商品や判別しづらい商品は、クックパッド株式会社が提供する料理レシピwebサイト

「クックパッド」⁽¹⁾を参照した。以上の方法を、A社の「ペロンチーノ」を例にみると、この商品はパスタとオリーブオイル、ニンニク、唐辛子、パセリの5種の食材を使用して、「炒める」を1回、「茹でる」を1回行うことで成立していることになる(図1)。これらを踏まえて、全体の特徴、一品、一商品の3つの水準から検討を行った。

3. 分析と結果

3.1. インタビュー結果

料理においては、食材が重要であること、また対象店舗では、丼もののように一品だけの商品よりは、複数の食材と調理法が組み合わされたセット商品の方が売れ行きが良好であるとのことであった。また、商品開発という点では、食材や調理法に加えて、提供時間や調理器具との兼ね合いが重要とのことであった。

3.2. メニュー分析の結果

3.2.1. 全体的な結果 食材と調理法それぞれの使用頻度、

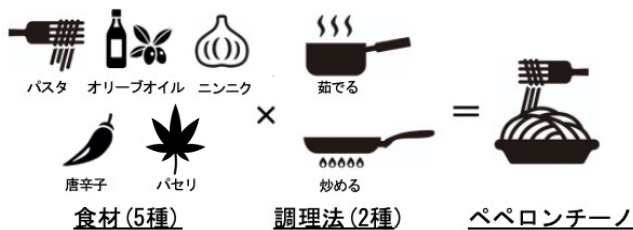


Fig.1 An Example of a combination of ingredients and cooking methods ("Peperoncino" of restaurant A)

食材と調理法の組み合わせの順に示す(表1, 2, 3)。

まず、食材についてである。食材は3社合計で163種類の食材が使われており、最も多く使われていた食材はねぎ(64商品・27%)、ついで鶏肉(63商品・26%)であった(表1)。各社ごとにみると、A社では67種類の食材が使われており、オリーブオイル(30商品・43%)、玉ねぎ(29商品・42%)の順であった(同)。B社では66種類の食材が使われており、じゃがいも(29商品・36%)、玉ねぎ、鶏肉(ともに28商品・35%)の順であった(同)。C社では97種類の食材が使われており、ねぎ(52商品・57%)、うどん(38商品・42%)の順であった(同)。食材の特徴をみると、A社では、オリーブオイルやニンニク、バターなどソースに関係する食材が、B社では、じゃがいもや玉ねぎ、鶏肉などおかずを構成する食材が、C社では、ねぎや海苔、三つ葉など薬味系の食材が使用されており、各社が提供する料理ジャンルを反映していた。一方、ねぎや鶏肉、米などは、各社に共通して使われており、食材には、ベースとなるものや個性的なものなど、調理上の役割があるようであった。

次に、調理法についてである。3社全体では、茹でる(25%)が最も多く、ついで焼く(21%)の順であった(表2)。各社ごとにみると、A社では焼く(34%)、茹でる(25%)の順であった(同)。B社では焼く(25%)、揚げる(23%)の順であった(同)。C社では、茹でる(28%)、揚げる(23%)の順であった(同)。各社で使われている調理法には、うどんと茹でるなど、食材との相性が関係しているようであった。また、特徴的な結果として、各社とも上位3種とそれ以下のものとの使用頻度に差があった。この点も各社(ジャンル)

Table 1 Types of ingredients (Top 7 types).

3社合計			A社		B社		C社	
順位	食材名	頻度(商品)	順位	食材名	頻度(商品)	順位	食材名	頻度(商品)
1	ねぎ	64	1	オリーブオイル	30	1	ジャガイモ	29
2	鶏肉	63	2	玉ねぎ	29	2	玉ねぎ	28
3	玉ねぎ	57	3	ニンニク	28		鶏肉	28
4	米	55	4	チーズ	27	3	牛肉	27
5	チーズ	51	5	バター	23		ソース	27
5	卵	51	6	トマト	20		チーズ	27
7	じゃがいも	50	7	じゃがいも	17	7	米	23
								27

Table 2 Types of cooking methods (Top 7 types)

3社合計			A社		B社		C社	
順位	調理法	使用率(%)	順位	調理法	使用率(%)	順位	調理法	使用率(%)
1	茹でる	24.7	1	焼く	33.8	1	焼く	25.3
2	焼く	20.8	2	茹でる	25.0	2	揚げる	22.5
3	揚げる	16.7	3	炒める	20.9	3	茹でる	20.3
4	煮る	14.1	4	煮る	10.8	4	炊く	12.1
5	炊く	9.6	5	炊く	5.4		煮る	12.1
6	炒める	9.3	6	蒸す	3.4	6	炒める	6.0
7	蒸す	4.8	7	揚げる	0.7	7	蒸す	1.6
								4.3

Table 3 Types of ingredients and cooking methods combinations (Top 7 types)

3社合計				A社				B社				C社			
順位	食材名	調理法	使用商品	順位	食材名	調理法	使用商品	順位	食材名	調理法	使用商品	順位	食材名	調理法	使用商品
1	米	炊く	55	1	玉ねぎ	炒める	23	1	玉ねぎ	焼く	28	1	うどん	茹でる	38
2	玉ねぎ	焼く	40	2	チーズ	焼く	21	2	じゃがいも	揚げる	26	2	米	炊く	24
3	うどん	茹でる	38	3	バター	焼く	16	3	牛肉	焼く	26	3	エビ	揚げる	21
4	牛肉	焼く	35	4	じゃがいも	焼く	15	4	米	炊く	23	4	カボチャ	揚げる	16
5	鶏肉	焼く	34		オリーブオイル	炒める	15		鶏肉	焼く	23	5	鶏肉	蒸す	15
6	チーズ	焼く	33	6	ニンニク	炒める	13	6	ブロッコリ	茹でる	21		オクラ	揚げる	15
7	じゃがいも	揚げる	30		ニンニク	焼く	13	7	豚肉	焼く	20	7	卵	蒸す	14

との相性が関係しているようだった。

最後に食材と調理法の組み合わせについてである。3社合計では、米-炊く(55商品)、玉ねぎ-焼く(40商品)の順であった(表3)。各社ごとにみると、A社では玉ねぎ-炒める(23商品)、ついでチーズ-焼く(21商品)であった(同)。B社では玉ねぎ-焼く(28商品)、ついでじゃがいも-揚げる(26商品)であった(同)。C社ではうどん-茹でる(38商品)、ついで米-炊く(24商品)であった(同)。A社とB社では、使用頻度の高い食材と調理法の組み合わせが多くみられた。C社では使用頻度の高かった薬味系の食材に代わって、天ぷらや茶碗蒸しに用いられる組み合わせが確認された。また、各社に共通して確認された相性の良い組み合わせとして、米-炊くがあった。

3.2.2. 一品ごとの結果 使用されている食材の数、調理法の使用頻度、の順に示す(表4, 5)。

まず食材の数である。A社では最大13種、最小1種、平均5.76種、B社では最大12種、最小1種、平均4.95種、C社では最大13種、最小1種、平均4.99種であった(表4)。各社とも、一品あたりの食材の数は、最大(12種程度)、最小(1種)、平均(5種)ともほぼ同数であった。実際の商品をみてみると、食材を多く使った料理は、肉と野菜を使った炒め物(13種・A社)であり、羊肉や舞茸などの食材が使われていた。一方、最小の食材数であったのは漬物(C社)などであった。

次に調理法の使用頻度である(表5)。A社では最大6回、最小0回、平均2.14回、B社では最大5回、最小0回、平

Table 4 The number of ingredients used in a plate.

店舗	最大値	最小値	平均値
A社	13	1	5.76
B社	12	1	4.95
C社	13	1	4.99

Table 5 The number of cooking methods used in a plate.

店舗	最大値	最小値	平均値
A社	6	0	2.14
B社	5	0	2.00
C社	5	0	1.66

Table 6 The number of ingredients used in a menu.

店舗	最大値	最小値	平均値
A社	13	1	5.76
B社	14	1	5.77
C社	29	1	8.83

Table 7 The number of cooking methods used in a menu.

店舗	最大値	最小値	平均値
A社	6	0	2.14
B社	5	1	2.24
C社	7	0	2.54

均2回、C社では最大5回、最小0回、平均1.66回であった。各社とも、一品あたりの調理法の使用頻度は、最大(6回程度)、最小(0回)、平均(2回程度)ともほぼ同数であった。実際の商品をみてみると、調理法を多く使った料理はソーセージや肉の盛り合わせ(6回・A社)であり、焼くや茹でるなどの調理法が使われていた。一方、最小の使用頻度であったのはサラダ(A社)などであった。

3.1.3. 商品ごとの結果 使用されている食材の数、調理法の使用頻度、の順に示す(表6, 7)。なお、A社は複数の一品から構成されている商品が無いいため、前節と同じデータを用いた。

まず食材の数である。B社では最大14種、最小1種、平均5.77種、C社では最大29種、最小1種、平均8.83種であった(表6)。食材数が最大の商品は、29種を使用したC社のすき焼きを使った定食であり、最小の商品は、1種の食材を使用したC社の枝豆などであった。

次に調理法の使用頻度である。B社では最大5回、最小1回、平均2.24回、C社では最大7回、最小0回、平均2.54回であった(表7)。調理法が最も多く使われていた商品は、C社の握り寿司を使った定食(7回)であり、最小の商品は、C社のサラダ(0回)などであった。また、B社とC社の定食メニューに注目すると、商品を構成する一品として、ハンバーグとエビフライなど食材と調理法がそれぞれ異なるものによって成立しているようであった。

4. 考察

本研究は、現代における「食のデザイン」を確かめる目的で、ファミリーレストランチェーン3社のメニュー分析と飲食業関係者へのインタビュー調査を行った。その結果、使用する食材や調理法、および両者の組み合わせという点では、各社で違いがみられたものの、一品を構成する際に用いられる食材の数と調理法の使用頻度は、ほぼ一定であることが確認された。この結果は、料理の個性は食材や調理法に依存している一方で、それらのまとまりである一品や商品などの水準では、料理のジャンルを超えた法則がある可能性を示唆しており、食のデザインや食文化を考える上で興味深い。また、インタビュー調査からは、料理においては食材が重要であること、また対象店舗では、井ものように一品だけの商品よりは、複数の食材と調理法が組み合わせられたセット商品の方が、売れ行きが良好であるとのことであった。一方、商品開発という点では、食材や調理法に加えて、提供時間や調理器具との兼ね合いが重要とのことであり、食のデザインには、提供時間などの他の要因が関係している可能性があると考えられる。また、今回の調査はファミリーレストランに限定しており、他の形態を対象とすることで、より詳細な結果を得られると考えられる。これら分析の精緻化が今回の課題である。

注釈

- (1) クックパッド: <https://cookpad.com> (2020年12月31日確認)