

## 食品の嗜好に関する意識調査

“+”から“-”へ 余計なものを引いたシンプルな品質感を求める時代に  
素材そのものでつくられた“だけ商品”を好む人は8割！

味つけに関しても素材そのものを活かした味を支持する人が75%という結果に

サッポロビール株式会社は、20～40代の男女600名を対象に、「食品の嗜好に関する意識調査」を実施しました。本調査では「飲食物の素材（原材料）に対する意識」や「味つけの好み」などについて以下の回答が得られました。また、調査結果を受けて、味覚を数値化する分析や食べ物の相性研究などを行っている“味博士”こと鈴木隆一氏にコメントを頂きました。

### 主な調査結果

■ 普段の食事で「素材そのものの味」を味わうことを必要だと感じている人が約9割！

「素材そのものでつくられた食品」を好む人は約8割で、素材だけでつくられる“だけ商品”を求める声が多数

- ・ 普段の食事で「素材そのものの味」を味わうことを必要だと感じる人が91.8%
- ・ 「素材そのものでつくられた食品」を好む人が78.2%

■ 飲み物や食品を購入する際に「素材（原材料）」を気にする人が最も多い結果に！

素材を気にする最も多い理由として、「余計なものが入っていないものを選びたいから」

- ・ 市販の飲み物や食品を購入する際に「素材（原材料）」を気にすると回答した人が64.3%と最も多い回答に
- ・ 市販の飲み物や食品を購入する際に気にすることは、「余計なものが入っていないものを選びたいから」が60.4%と最も多く、つぎに「素材そのものの味を大切にしたいから」が47.2%

■ 味つけの好みは、複数の素材や調味料を使った味よりも素材を活かした味が圧倒的に人気！

- ・ 素材そのものを活かした味が好きな人は75.5%
- ・ 理由として「素材そのものの味を楽しみたいから」が66.7%

### ■ “味博士”鈴木隆一氏からのコメント

人間の味覚は、もともと、素材を味わって自分に有用か不要かを判断するために発達した感覚です。そして和食は世界的にも珍しく素材の味を引き立てる食文化です。（多くの他国の食はいかに味を足すかに力点が置かれています）今回の調査結果では、素材を愛する日本人の食文化が如実に表れたと言えます。人間の味覚に最適なのは、2～3種類の味を組み合わせることですが、3種類をバランス良く組み合わせるのは非常に難しいので、2種類の味を組み合わせるのが現実的と言えます。余計な味を付加しすぎるとそれぞれの味を正しく認識できないので、逆効果になってしまいます。結果として、シンプルで素材を活かした味が望ましいということです。

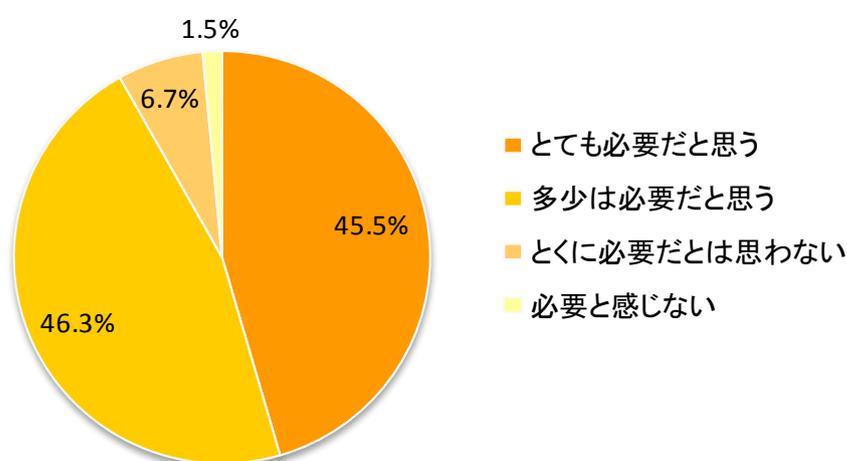
<調査結果概要>

■ 普段の食事で「素材そのものの味」を味わうことは必要だと感じている人が約9割！

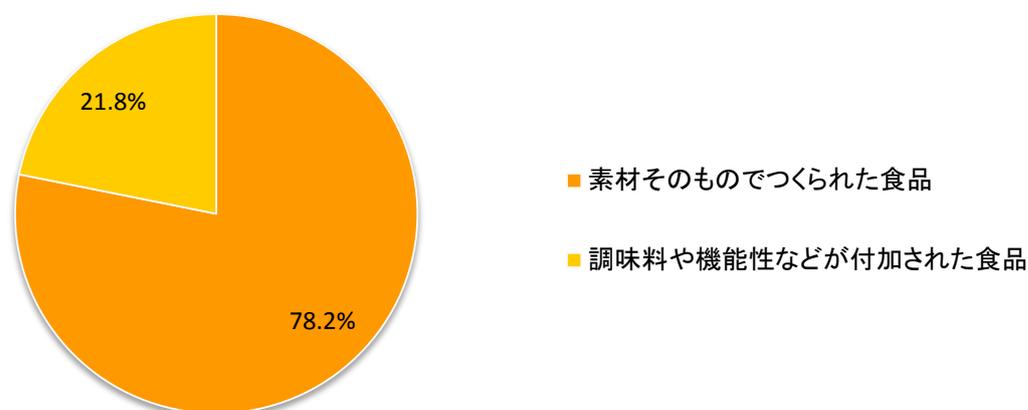
「素材そのものでつくられた食品」を好む人は8割と、素材だけでつくられる“だけ商品”を求める声が多数

20～40代の男女が普段の食事で、「素材そのものの味」を味わうことを「とても必要だと思う」と回答した人は45.5%、「多少は必要だと思う」と回答した人は46.3%で、あわせて91.8%の人が「素材そのものの味」を味わうこと必要だと感じていることがわかりました。また、「素材そのものでつくられた食品」を好む人が78.2%に上り、食生活において、シンプルに素材だけの品質感を求める傾向にあることが読み取れました。

Q：普段の食事で、料理の「素材そのものの味」を味わうことは必要だと感じますか。



Q：素材そのものでつくられた食品と調味料や機能性などが付加された食品ではどちらが好みですか。

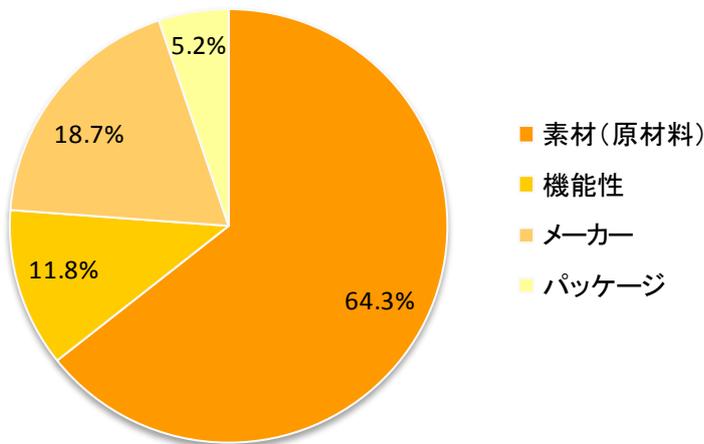


## ■飲み物や食品を購入する際に「素材（原材料）」を気にする人が最も多い結果に！

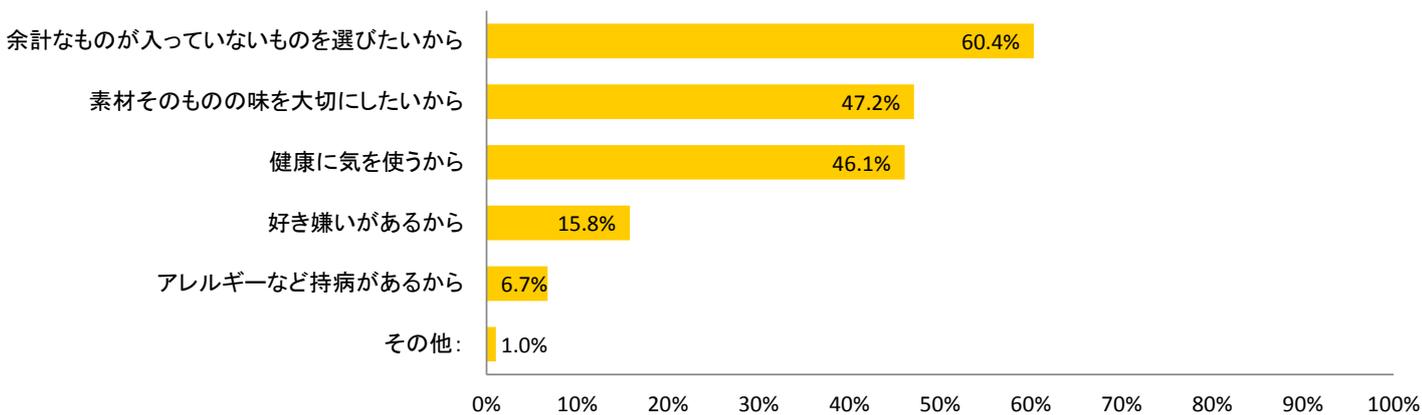
### 素材を気にする最も多い理由として、「余計なものが入っていないものを選びたいから」

市販の飲み物や食品を購入する際に気にすることとして、「素材（原材料）」と回答した人が64.3%で最も多い結果となりました。生産者であるメーカーや機能性よりも圧倒的に素材が重視されていることがわかります。また、「素材（原材料）」を気にする理由として、「余計なものが入っていないものを選びたいから」が60.4%と最も多く、そのつぎに「素材そのものの味を大切にしたいから」が47.2%、「健康に気を使うから」が46.1%となり、さまざまな素材を“+”（プラス）するよりも余計なものを引いた“-”（マイナス）の嗜好が高まっていることが明らかになりました。

Q：市販の飲み物や食品を購入する際に気にすることは何ですか。



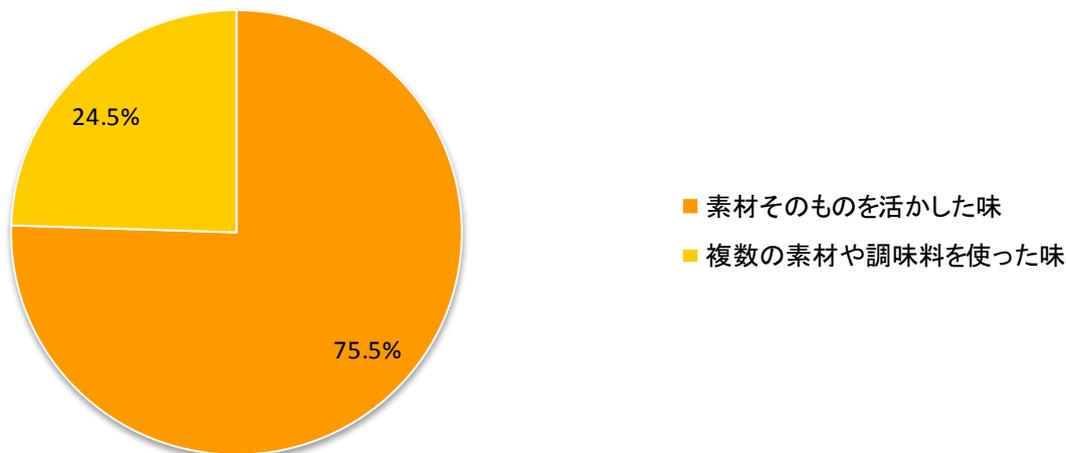
Q：前問で「素材（原材料）」をお答えの方にお伺いします。飲食物を購入する際に素材を気にする理由は何ですか。（いくつでも）



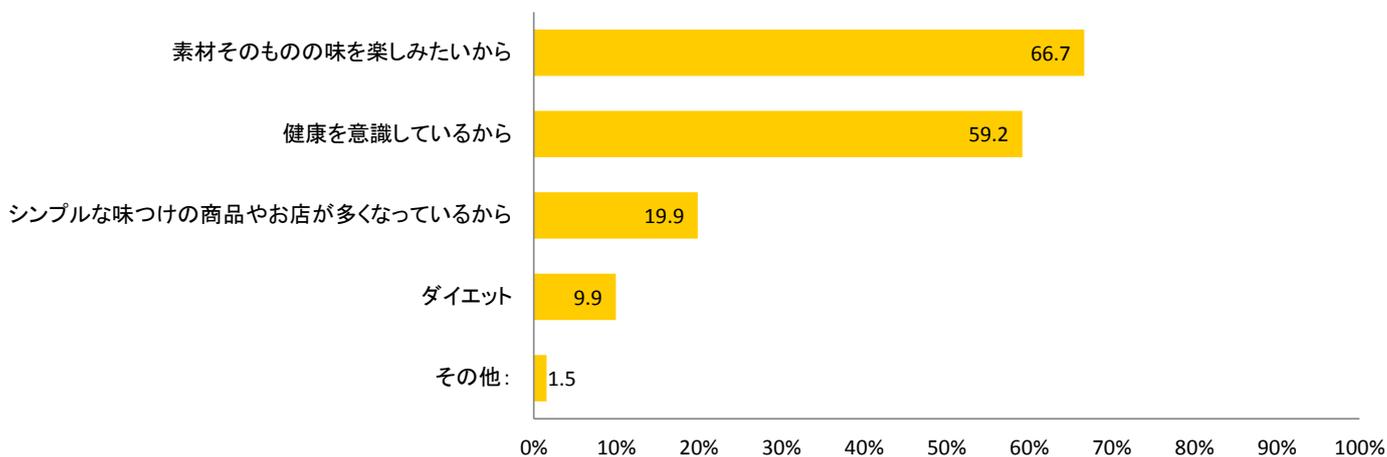
## ■味つけの好みは、複数の素材や調味料を使った味よりも素材そのものを活かした味が圧倒的に人気！

味つけの好みでは、「素材そのものを活かした味」を好む人が75.5%で、「複数の素材や調味料を使った味」と比べて圧倒的に支持されている結果となりました。素材そのものを活かした味を好む理由として、「素材そのものの味を楽しみたいから」が66.7%、「健康を意識しているから」が59.2%、「シンプルな味つけの商品やお店が多くなっているから」が19.9%の順に高い回答でした。

Q：あなたはどのような味つけが好みですか。



Q：「素材そのものを活かした味」とお答えの方にお伺いします。素材そのものを活かした味つけを好む理由は何ですか。（いくつでも）



### 【調査概要】

調査名 : 食品の嗜好に関する意識調査  
調査実施期間 : 2017年12月26日(火)～2017年12月27日(水)  
調査手法 : インターネットパネルを利用したWEB 定量調査  
調査仕様 : サンプル年齢 20～49歳  
サンプル性別 男女  
サンプル数 600名 (各年代200名ずつ)  
サンプル地域 全国

### 【“味博士” 鈴木隆一氏から総括コメント】

日本人にとって、素材を味わう食こそ、真のおいしさを感じることができる食です。近年日本人の味覚が変化し、素材を味わう食文化がなくなっているのでは、と思うこともありました。今回の結果を見る限りでは日本人らしい味覚を十分残していると言えます。

素材の味でもあまり複雑になりすぎると、それぞれの味を感じにくくなります。弊社の研究では、バランスが非常に良ければ3つの味を合わせても美味しく感じますが、現実的には難しいです。

原則としては2つの味を感じるのが美味しさにつながります。

### ■専門家プロフィール 鈴木隆一

A I S S Y株式会社代表取締役社長、慶應義塾大学共同研究員（兼務）。慶應義塾大学理工学部卒業、同大学院理工学研究科修士課程修了。人間の味覚を学習させたA I 味覚センサーを開発、味覚分析、味のプロデュースをするA I S S Y株式会社を設立。

味覚と健康に関連する著書『「やせる舌」をつくりなさい』『日本人の味覚は世界一』などがある。メディアにも多数出演。通称“味博士”。



### ■サッポロビールが素材にこだわった“だけ商品”「サッポロ 麦とホップ」

「サッポロ 麦とホップ」は、「サッポロ 麦とホップ The gold」をリニューアルし、「サッポロ 麦とホップ」として3月6日にリニューアル発売します。発売以来、“麦”と“ホップ”だけでつくる（注1）ことを貫いてきた「麦とホップ」。発売10年目を迎える本年、原料とその配合比率を見直すことで、ひと口目の満足感と、後味の良さを徹底的に追求しました。原料へのこだわりとして、厳選した麦芽と大麦だけを採用し、麦のうまみと飲み飽きないコクを付与しています。また、味の厚みを増すためにホップを3段階に分けて添加・煮沸し、さらに使用するホップの比率を見直すことで、より良い後味を実現しました。仕込工程では、オールインフュージョン法（注2）を採用し、さらに長期熟成製法で仕上げることで、素材本来のうまみを引き出しています。パッケージは、金のヘアラインをベースとして、シンプルで品質感のあるデザインに一新。“麦”と“ホップ”のイラストをデザインすることで、素材感を訴求しました。また、缶の中央に明るい金の帯を配することで、上質感の向上を図っています。



（注1）麦芽、大麦、大麦スピリッツを使用した麦100%の商品です。

（注2）仕込槽を加熱して、麦汁全体の温度を段階的に上げていく方法。素材のうまみをじっくりと引き出します。

|          |   |             |                        |
|----------|---|-------------|------------------------|
| 商品名      | ：サッポロ 麦とホップ   |             |                        |
| パッケージ    | ：250ml 缶、350ml 缶、500ml 缶、10L 樽、20L 樽                  |             |                        |
| 品目       | ：リキュール（発泡性）①  |             |                        |
| 発売スケジュール | ：①250ml 缶、350ml 缶、500ml 缶                             | 2018年3月6日発売 |                        |
|          | ：②10L 樽、20L 樽   |             | 2018年2月中旬製造分より順次切り替え予定 |
| 発売地域     | ：全国   |             |                        |
| 原材料      | ：発泡酒（麦芽・ホップ・大麦）・スピリッツ（大麦）                             |             |                        |
| アルコール分   | ：5%   |             |                        |
| 中味特長     | ：磨き続けてきたコクだけでなく、こだわりの原料とその配合比率を見直し、ひと口目の満足感と後味の良さを追求。 |             |                        |
| 価格       | ：オープン   |             |                        |

以上