

妻の「味わい力」の有無で、夫の年収差は、なんと 130 万円！

妻の「味わい力」は、夫の年収に影響する！？

～“現代型味オンチ”の原因は、日ごろの「食べ物と飲み物の組み合わせ」への意識不足～

高橋酒造株式会社(本社:熊本県人吉市、代表取締役社長:高橋光宏)は、食を楽しむことのできる日本人を増やしたいという考えにより、学習院女子大学日本文化学科・環境教育センター品川明教授の監修のもと、「食を楽しむ力」を測るための「味わい力」テストを、株式会社味香り戦略研究所(東京都中央区)とともに開発しました。「味わい力」とは、「食への意識」、「味覚感度」、「食に関する表現力」、「食の知識」、「食の経験」の5つの指標を総合的に判定した、先天的・動物学的な五味の認識力(いわゆる味覚力)とは異なる、後天的な「食を楽しむ能力」を指します。

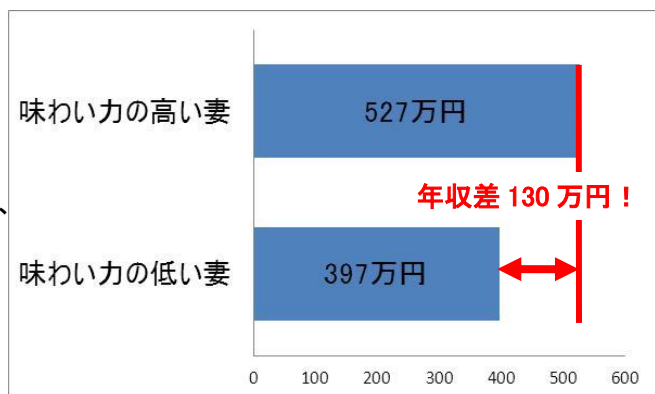
2012年6月に福岡在住の30～40代の主婦111名を対象に「味わい力」テストを実施した結果、「味わい力」保有者は、34%(38名)、対して「味わい力」の低い「現代型味オンチ」は、66%(73名)という結果となりました。さらに、同時に実施したアンケート調査により、妻が「現代型味オンチ」の夫の年収が、「味わい力」保有者の妻の夫に比べて低いことも明らかになりました。また、「現代型味オンチ」は、食に対する傾向により、「表現ベタ型」、「偏食ワンパターン型」、「無頓着型」の3タイプに分かれることが分かりました。

■ 現代型味オンチの妻の夫の年収は低い！？

今回、福岡で実施した「味わい力」テストの上位20位と下位20位の妻の夫の年収を比較したところ、「味わい力」の高い妻の夫の平均年収は527万円、「現代型味オンチ」の妻の夫の平均年収は395万円で、平均年収に130万円の差があるという結果となり、「現代型味オンチ」の妻の夫の年収が低いということが明らかになりました。また、「味わい力」の高い妻の家庭の方が、お互いの誕生日や結婚記念日を覚えており、かつ、積極的にお祝いをしていることも分かりました。「味わい力」のある妻の方が、夫婦間でコミュニケーションを良く取ることが影響している可能性があり、それによる結果とも考えられます。

● 夫の平均年収の差

(「味わい力」保有者の妻 vs 「現代型味オンチ」の妻)



「現代型味オンチ」を改善する方法として、食育の専門家である品川教授は、「“味わい力”は、外食時にどのような食材が使われているか、どのような味付けがされているかを意識すること、また毎日の食事の中で、料理と飲み物の組み合わせを考えるなど、日常的に、食に対する意識を高めることで改善できます。例えば、繊細な和食を食べる時の食中酒として、和食の繊細な味をひきたてるような米焼酎などを選ぶといった意識が大切です。」と述べています。高橋酒造は、品川教授とともに、現代型味オンチの特徴を踏まえ、3つのタイプ別トレーニング方法を考案しました。

■ 「現代型味オンチ」は3タイプ：タイプ別トレーニング法を考案！

今回のテストでは、66%(73名)の主婦が「現代型味オンチ」と診断されましたが、タイプ別に分類すると、①「表現ベタ型(16.2%/18名)」、②「偏食ワンパターン型(22.5%/25名)」、③「無頓着型(27%/30名)」の3タイプに分けられました。一番多い「現代型味オンチ」のタイプは「無頓着型」味オンチで、品川教授は、「無頓着型は、食を通じての楽しみがなく、お腹を満たすだけのために食事を摂っているタイプです。大変残念なことですが、日本のどこで、このテストを実施しても、現代の日本では、この『無頓着』が一番多いのではないのでしょうか」と述べています。

●3つの「現代型」味オンチタイプ

1 表現ベタ型	2 偏食ワンパターン型	3 無頓着型
食に対する表現力が乏しい	食に対する知識・経験 (バリエーション)が少ない	食に対する興味が低い
<p>トレンドに飛びつきやすい。 テレビや雑誌のグルメ特集で話題 のお店を常にチェック。</p> <p>外国の料理への知識もあり、自ら 様々な料理を作ってみる。</p> <p>一方、美味しさの表現は乏しく、 「自分の好き嫌い」に留まること が多い。</p>	<p>小さいころから好き嫌いが多く、 食の経験値(バリエーション)が 低い。</p> <p>料理のレパートリーも狭く、ローテ ーションで作ってしまう。</p> <p>新しいお店に行くのを嫌い、結局 「行きつけのお店」で「いつものメ ニュー」を食べてしまう。</p>	<p>食事を短時間で済ませることが多 く、食を通じたの楽しみがない</p> <p>食事のときに、ジュースや炭酸飲料な ど、味の濃いものと一緒に摂ること が多い。</p> <p>食材や料理名なども調べようとしない。</p>

「味わい力」とは、先天的・動物学的な五味の認識力(いわゆる味覚力)とは異なる、後天的な「食を楽しむ能力」を指します。「味わい力」は、以下の5つの指標を総合的に判定します¹。

- 1 「食への意識」：食への意識や興味などをスコア化
- 2 「味覚感度」：五味識別テスト+濃度識別テスト+認識力テスト(しょうゆ・ダシ・食材・酒の認識力)をスコア化
- 3 「食に関する表現力」：食材や料理に関する自由記述(量+項目)をスコア化
- 4 「食の知識」：素材や料理画像と合うものを選択枠より選択するテストをスコア化
- 5 「食の経験」：食材の料理画像の喫食頻度をスコア化

■「無頓着型」味オンチのトレーニング法「味わい力アップ・マラソン」

3タイプの中で最も多かった「無頓着型」味オンチの方へのトレーニング法として、1ヶ月毎に食への興味や意識、表現力を高めるための“課題”をクリアしていく、「味わい力アップ・マラソン」を提案します。

●「味わい力・マラソン」の12ヶ月間トレーニング・メニュー

1ヶ月目	食事時間をいつもより 10分長く取り 、しっかり味わいましょう。
2ヶ月目	食事は、 一日3回摂りましょう 。決まった時間に食べることを意識しましょう。
3ヶ月目	彩りに気をつけましょう 。いつもの食に2色プラス。まずは、緑と赤を足してみるのはいかがですか。
4ヶ月目	食の 香りを楽しめる飲み物を選びましょう 。お酒ならば、料理の香りも楽しめるようなお酒を選びましょう。
5ヶ月目	旬の食材を取り入れましょう 。魚、野菜、果物どれでも良いので、旬を意識してみましょう。
6ヶ月目	味噌汁に使われている 「ダシ」を意識してみましょう 。煮干し？シイタケ？ダシこそ、和食のうま味の素です。
7ヶ月目	食感を楽しみましょう 。絹豆腐と木綿豆腐の舌触りや喉ごしは違いますね。それが食感の違いです。
8ヶ月目	食事に対して思ったことを 口に出してみましょう 。まずは、味が好きか、嫌いか、その理由などから表現してみましょう。
9ヶ月目	スーパーでの買い物や外食時に、 初めての食材や料理にチャレンジしてみましょう 。
10ヶ月目	調理法を意識しましょう 。蒸し料理？焼き料理？揚げ料理？どれでしょうか。
11ヶ月目	食べ物と飲み物の組み合わせを意識しましょう 。和食、洋食、中華などそれぞれの料理にどのようなお酒が合うのかを考えて選びましょう。
12ヶ月目	食事をするのが楽しくなってきましたか。食を楽しむことをこれからも続けて下さい！！

■「味わい力」の有無、現代型味オンチタイプが判定できるチェックシートとタイプ別トレーニング方法を

高橋酒造のサイトで公開中！

高橋酒造ウェブサイト：<http://www.hakutake.co.jp/>

¹ 現代型味オンチの分類においては、「食への意識」、「味覚感度」、「食への知識」、「食の経験」のスコアでの相関関係が高いことから、「食への意識」と「食に関する表現力」の2軸を使用しました。

監修者の紹介:

品川 明(しながわ あきら)

学習院女子大学 教授

研究分野: 海洋生理生態学、環境教育、人・食・環境コミュニケーション

主要著書: 『魚介類のエキス成分』(水産学シリーズ 恒星社厚生閣)、
『生活紀行』(学習院新書)、『親と子の週末 48 時間』(小学館)
『海のお魚・生き物カード図鑑』(交通新聞社)、
『21 世紀をいきるきみたちの環境学習』(島根県)他



サイエンスパートナープロジェクトとして、栃木県日光市立栗山中学校の授業(総合)を活用して「栗山の自然から自分たちの未来を考える」テーマ授業の支援プロジェクトや子どもが主体的に学び、科学を好きになるための教育システムの開発に関する実証的な研究へ携わる。

経歴: 東京水産大学卒、東京大学大学院農学系研究科水産学専攻修了、農学博士

株式会社味香り戦略研究所について

味の共通尺度を表す「食譜」の創造により、飲料・食品の製造者とそれらを飲食する消費者とを良い関係で結び、より豊かで楽しい「おいしさの世界」をご提案しております。

食品の味や香りなどを数値化する手法を用いて「おいしい!」をわかりやすく表現し、それを用いたコンテンツ、マーケティングおよびコンサルティングサービスを提供する会社です。

高橋酒造株式会社について

明治 33 年(1900 年)創業、熊本県人吉市に本社を置く球磨焼酎製造会社。企業理念は「人と人を近づけたい」。最新設備の導入や、いち早く減圧蒸留法を取り入れるなど、常に業界をリードしています。代表商品は本格米焼酎「白岳 しろ」、球磨焼酎「白岳」。熊本だけではなく、全国的、世界的に米焼酎を広めるため、積極的なマーケティングを実施し、現在では日本だけではなく世界 22 カ国で販売、皆様にお楽しみ頂いています。

〈本件に関するお問い合わせ先〉

報道関係 : ブルーカレント・ジャパン株式会社(高橋酒造株式会社広報代理) 担当:大久保、大貫
TEL:03-6204-4141 FAX:03-6204-4142
お客様 : 高橋酒造株式会社 お客様相談室 TEL:0966-24-5155