

2023年12月1日

～調理を楽しむ人、共食が多い人はWell-beingをより強く実感～  
味の素(株)、「調理の楽しさ」「共食」と  
Well-beingとの関係を示した調査レポートを発表  
米国調査会社のギャラップ社と連携、142カ国で調査実施

味の素株式会社(社長：藤江 太郎 本社：東京都中央区)はこの度、米国の調査会社Gallup, Inc.(CEO：Jon Clifton 本社：米国ワシントンD.C.、以下ギャラップ社)と連携して「調理の楽しさ」「共食」とWell-beingとの関係を示すグローバルな調査を実施し、ギャラップ社ホームページに調査レポート(英文)を発表しました。

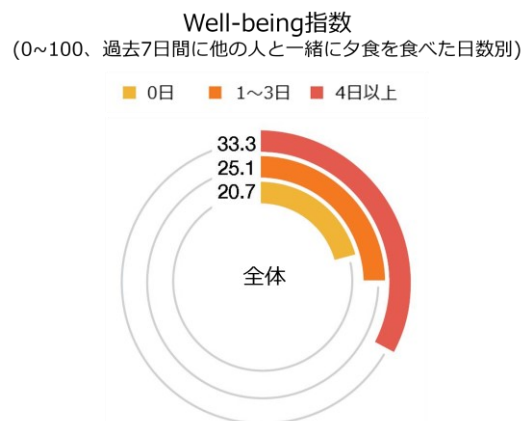
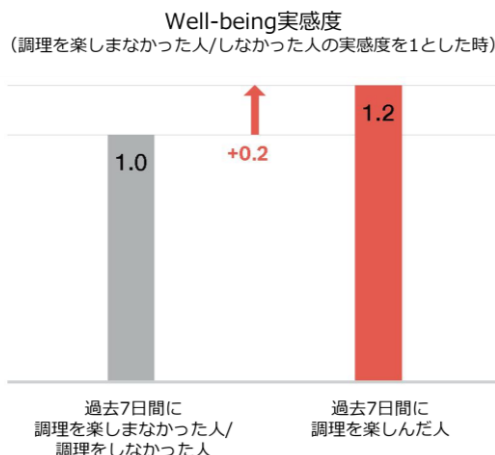
調査レポートURL：<https://www.gallup.com/analytics/544376/cooking-enjoyment-communal-wellbeing.aspx>

当社は今年2月に発表した中期ASV経営 2030ロードマップにおいて、「アミノサイエンス®で人・社会・地球のWell-beingに貢献します。」を志(パーパス)として掲げており、人のWell-being実現に向けた当社の主要な取り組み<sup>\*</sup>の一つとして、「調理の楽しさ・共食による人のつながり」の提供を通じて、「こころの豊かさ」(主観的Well-being)に貢献する活動を推進しています。食や栄養と健康(身体的Well-being)との関係性については広くエビデンスが示されていますが、食と主観的Well-beingの関係性については十分なエビデンスはありませんでした。

そこで今回、当社はギャラップ社と協働し、ギャラップ社の世論調査「GALLUP WORLD POLL(以下GWP)」の2022年版に「調理の楽しさ」「共食頻度」に関する以下の質問を加える形で、「調理の楽しさ」「共食」が主観的Well-beingに与える影響に関する調査を行いました。GWPは2005年以来、約150カ国(2022年は142カ国)を対象に行っており、人々のWell-beingについて定期的に調査しています。また、GWPデータは国連の世界幸福度報告書やOECDの幸福度報告書等に採用されています。

これらの質問への回答と、GWPで調査している主観的Well-beingとの関係性を分析した結果、過去7日間に「調理を楽しんだ人」は、「調理を楽しまなかった人」「調理をしなかった人」と比べてWell-beingを実感する可能性が統計的に有意に1.2倍高いこと、また、共食頻度が高くなるにつれて主観的Well-being指数が高くなることがわかり、調理を楽しんだり、他の人と一緒に頻繁に食事をしたりすることは、主観的Well-beingに貢献することが世界規模で明らかとなりました。

「調理の楽しさ」「共食頻度」に関する調査結果のグラフ(オリジナルデータを日本語に翻訳)



また当社は、この調査によって得られた結果やGWP2022データを用いて、2023年2月に英国Oxford大学 [Well-being Research Centre](#)に設立した味の素リサーチフェローシップが行う、Well-being実証研究と知見交換のプラットフォーム設立および「調理の楽しさ」「共食」を含む食とWell-beingの関連性についての研究を支援していきます。同機関のセンター長であるJan-Emmanuel De Neve(ヤン・エマニュエル・デ・ネーブ)教授は、国連の世界幸福度報告書の編集者も務める等、Well-being研究の権威です。

当社は食とWell-beingの関連性に関するこの研究成果を成長領域の一つである「フード&ウェルネス」の分野で生かし、志(パーパス)の実現を目指します。

※人のWell-beingに関する主要な取り組み([味の素グループ サステナビリティレポート2023](#)、P.12)

- ①「食文化」を尊重し、「おいしさに妥協しない食」と「食事ごとの栄養価値・情報」を多くの人に届ける
- ②誰も取り残さないヘルスケアシステムへ、先端医療を通じて貢献する
- ③地球にも人にも健康的でおいしい食を選択できる環境をつくる
- ④「調理の楽しさ・共食による人のつながり」の提供を通じて、「こころの豊かさ」(主観的な豊かさ)へ貢献する
- ⑤一人ひとりに寄り添った製品・サービスの提供を通じて「自己実現」へ貢献する

## 参 考

ギャラップ社の概要

- (1)名 称 : Gallup, Inc.
- (2)所 在 地 : 米国ワシントンD.C.
- (3)代 表 者 : CEO Jon Clifton
- (4)事 業 内 容 : コンサルティングおよびグローバルリサーチ
- (5)WEBサイト : <https://www.gallup.com/home.aspx>

味の素グループは、“Eat Well, Live Well.”をコーポレートスローガンに、アミノサイエンス®で、人・社会・地球のWell-beingに貢献し、さらなる成長を実現してまいります。

味の素グループの2022年度の売上高は1兆3,591億円。世界36の国・地域に拠点を置き、商品を販売している国・地域は130以上にのぼります(2023年現在)。詳しくは、[www.ajinomoto.co.jp](http://www.ajinomoto.co.jp)をご覧ください。

本件に関する報道関係者からのお問い合わせ先 : [Pr\\_media](#)