



【売れ味、好き味etc. データでわかるヒットのヒミツ】

# 味の科学ノート

第15回 ■ チルドカップコーヒー

自分の好きな食べ物・飲み物の「味」を言葉で表現するのは非常に難しいもの。では、それが数値化できるとしたら……。この連載では、「味覚センサー」\*などを使って様々な商品を科学的に分析。気になるあの「味」を視覚化します！

## コンビニで飲める人気コーヒーチェーンの味は ショップでの1杯にどこまで近いのか？



2次元グラフは基準サンプル(0)と分析サンプルの味の強弱を数値化。レーダーチャートは分析数値の最大値と最小値を求め、5段階に標準化したデータで表示。2次元グラフの「コーヒー感(苦味の余韻)」には苦味の後味を、「ミルク感」にはにがり系苦味を使用した。また商品名の「FM」は「ファミリーマート」のPB商品である。レーダーチャートの「味の濃さ」は塩味、「苦味(先味)」は口に入れた際に最初に感じられる先味としての苦味を使用した。なお、店舗販売商品はシロップなどは一切加えずに測定を行なった。

コンビニで24時間買える人気店の味——今回はコンビニチェーンのチルドカップ商品がどのくらい店舗の味に近いのかを、アイスカフェラテを例に検証する。

まず左の2次元グラフは各商品のミルク感とコーヒー感(苦味の余韻)を示したものです。スターバックス、タリーズは、店舗商品のほうがチルド商品より苦味の余韻、ミルク感が共にやや強いが、2つの味覚軸で判断する限り店舗とコンビニの味は比較的類似していることがわかる。一方、PB商品を含めチルド商品数が多いドトールは、先の2ブランドとは傾向が異なり、店舗商品とチルド商品では数値に幅がある。

次にレーダーチャートを見てみよう。タリーズのチルド商品は店舗商品と比べ、味が濃く、苦味が少ないつくりになっている。スターバックスのチルド商品も同様の傾向。これは苦味を抑え、チルドカップコーヒーをやや濃い目の味にすることによって、嗜好・世代・性別問わず、多くの消費者が飲みやすいよう味のバランスを整えているものと推測できる。ただし店舗でシロップなどを加えることを考えると、店舗・チルド両商品の味は接近している可能性がある。ドトールの場合、ここでも店舗とチルドでは味の濃さ以外はすべて味数値が異なる。味のバラエティで、店舗のカフェラテとは別の味を楽しむことができるのがドトールの特徴といえるだろう。

<p><b>スターバックス コーヒー</b> 「スターバックス ラテ」(アイス)</p> <p>強いミルク感と苦味が特徴。苦味の余韻も強く、飲みごたえのある味わいだ。コーヒーの味をしっかりと感じたい人に向けたカフェラテである。Sサイズ320円。</p>	<p><b>ドトールコーヒー</b> 「アイスカフェ・ラテ」</p> <p>コーヒーの苦味がしっかり味わえるカフェラテ。相対的にミルク感が弱く、ミルクのまろやかさよりもコーヒーの苦味を好む人に向けた商品といえるだろう。Sサイズ230円。</p>	<p><b>タリーズコーヒー</b> 「カフェラテ」(Cold)</p> <p>ミルク感がしっかり感じられるのが特徴。一方、苦味(先味、余韻とも)は抑えたつくりになっている。穏やかでやさしい味わいといえるだろう。Sサイズ320円。</p>
<p><b>サントリー「スターバックス</b> ディスカバリーズ シアトル[ラテ]」</p> <p>お店のエスプレッソロースト豆を使用した商品であるが、店舗のそれと比較して苦味が弱く、味の濃さが強い。コーヒーの苦味が弱い人にぜひトライしてほしい商品。210円。</p>	<p><b>ドトールコーヒー</b> 「ドトール カフェ・オレ ラージサイズ」</p> <p>チルド商品の場合、多くの人でも飲めるよう苦味を抑えた商品が多いが、そうした商品の中では相対的に苦味(先味)が強いのが特徴のカフェオレだ。189円。</p>	<p><b>伊藤園</b> 「タリーズコーヒー ダブルミルクカフェ」</p> <p>(先味、余韻とも) 苦味が少ない商品。ダブルミルクというネーミングながら数値上でのミルク感は控えめ。その分、味の濃さが強く、まろやかで深みのある味わいだ。168円。</p>

店舗販売商品

チルドカップ商品  
(コンビニ販売)

取材・文/高野和志 イラスト/伊藤よりのり 分析協力/味香り戦略研究所 [www.mikaku.jp/](http://www.mikaku.jp/) 本誌担当/宮澤明洋

\*九州大学大学院 都甲・林研究室によって、研究・開発が進められ、インテリジェントセンサーテクノロジー社によって商品化された装置。甘味、塩味、旨味、酸味、苦味、渋味などを測定する。おいしさとは、測定された味覚だけでなく、食感や食事をする際の環境、心身の健康状態など様々な構成要素からなっています。したがってここでの分析は製品の優劣を表すものではありません。