

チーズセミナーにおける試食感想文の解析

真柳 麻誉美

女子栄養大学 食品学第一研究室

1. はじめに

世界には 1000 種を超える沢山のチーズがあり、日本にはその半数近くが入ってきている。しかし、多くの日本人にとって、そのほとんどがなじみの無いものである。

欧米では年間 1 人当たり 10kg ~ 20kg の消費量があるのに比べ、日本人 1 人あたりの年間チーズ消費量は約 2.0kg と、5 分の 1 にも満たないことから、他国に比べ、食生活への浸透度が低いことが伺われる。

チーズは、乳を主原料とする食品であり、良質なたんぱく質とカルシウムの供給源である。特に「牛乳を飲むとお腹がゴロゴロする」といった乳糖不耐症の人には、牛乳に替わる食品として勧められるべきものであり、栄養学的な意味での普及の必要性がある。

また同時に、チーズの製造・販売メーカーや輸入元にとって、食生活浸透度の低いこの食品の市場は、将来発展の期待できる分野でもある。

栄養学的普及の意味合いと、市場の拡大の両方かねて、乳業メーカーでは、チーズセミナーと称する啓蒙・普及活動を行っている。

チーズセミナーでは、チーズの歴史、製造方法、分類などの説明が、ビデオや講義を通して行われ、さらに主要なチーズを試食する。試食という経験を通して、知識を固定化し、個々人の関与を高めるのが狙いである。

ここでの試食の際、実施の証と受講の記念をかね、各チーズの特徴や感想を書かせるのだが、この試食感想文が、多くの人の目にとまること

はなく、定量的に解析されることもなかった。

しかし、8 種類以上の別タイプのチーズの食経験のある日本人は、ある意味非常に貴重な存在であり、筆者の経験上、日本人の 1% を超えるとは思えない。そういった食経験を持つ被験者の抽出は、通常、極めて困難で、調査はままならない。試食評価の調査を実施するとしても、5 品を越える調査には、多量の労力を必要とする。そういった観点から見て、この試食評価感想文は、「捨てられていた宝」であると言える。

ここでは、特に、対象者が各種チーズの特徴を如何に捉えたか、チーズの評価基準は何か、を解明することを目的に、試食感想文という非定型自由記述型のテキストデータを定量的に解析した。これより、日本人のチーズ評価のための評価項目選定の基礎資料を提供する。

2. 方法

2.1 データ収集の履歴

チーズセミナーは 2001 年 6 月 8 日に、女子栄養大学の食品加工学という授業の一環として、雪印乳業との提携で学内にて実施された。対象者は栄養学部 2 年生 91 名である。

セミナーは下記のタイムテーブルで行われた。

1) 講師紹介	15:00 ~ 15:10
2) ビデオ上映	15:10 ~ 15:40
3) 講義	15:40 ~ 16:10
4) 準備 ~ 試食 ~ 感想文記入	16:10 ~ 16:45
5) アンケート実施	16:45 ~ 17:00

ビデオおよび講義の内容は、チーズの歴史、チーズの種類・分類、チーズの製造方法、チーズの切り方、食べ方等である。

実際に試食したチーズは表1の8品である。

表1 試食チーズ一覧

タイプ	商品名	原産国
フレッシュ	クワルク	ドイツ
	マスカルポーネ	イタリア
白かび	雪印カマンベール	フランス
青かび	雪印ブルー	フランス
セミハード	ゴータ	オランダ
ハード	エメンタール	スイス
超ハード	ハルミジャーノ・レッジャーノ	イタリア
プロセス	雪印G北海道チーズ(6P)	日本(スイス)

2.2 解析方法

データとして用いたのは、試食時の感想文で、自由記述データである。

感想記入票の書式は、試食したチーズタイプと商品名が表形式で列挙されており、その横の対応する位置に各チーズの「特徴・味の評価」を記入する欄がある。表の下には7行ほどの下線を引いた「講義の感想と質問」を記入する場所が設けられている。大きさはA4版1枚。

講義感想および質問欄に書かれた個別のチーズに関する評価は、それぞれのチーズの「特徴・味の評価」に配分し、最終的に得られた各チーズの「特徴・味の評価」の自由記述データを対象に解析を行った。

元データは人×刺激(チーズ)の2相データであるが、自由記述文を分かち書き処理後に用語をカテゴリー化し、これを変数として扱くと、人×刺激×言葉(変数)に各言葉の使用頻度の入った3相データと見なすことができる。

ここでは、さらに、人の相をつぶした刺激×変数の度数集計表に対して対応分析を行った。

3. 結果と考察

対応分析の結果、第1成分に好み(食べやす

さ、くせ)に対応する軸が、第2成分にチーズらしさに相当する軸が読み取れた。

クワルクとマスカルポーネの布置が近く、評価が似ていることがわかったが、これは製造方法(チーズタイプ)から考えて、実学的に解釈可能である。いずれもチーズらしくないと評価され、特にクワルクはヨーグルトに似ているという評価が多いことが特徴であった。

また、ブルーチーズ、パルミジャーノは、風味が「きつく」「食べにくい」と評価されていることがわかった。

6Pチーズは歯ごたえ、風味の点で食べやすさが評価されており、食べなれ、親しみやすさといった用語が使われていることがわかった。

その他、具体的に解析した結果の詳細は、発表にて報告する。

4. まとめと今後の課題

今回試食したチーズは、各タイプのチーズから選定した1品であるが、それでも、チーズの場合、タイプ内分散とタイプ間分散ではタイプ間分散のほうがはるかに大きいと考えられるため、対象者が各タイプのチーズの特徴を如何に捉えたかの概要を知ることができた。

また、チーズの評価の基準は、プロセスチーズであり、香り、味の強さ、食べやすさが重要な評価観点であることがわかった。

今後、本研究を官能評価の基礎資料とし、日本人消費者に適した評価項目を選定したい。

参考文献

- 1) 大隈昇, Ludovic, L.: 調査における自由回答データの解析 - InfoMiner による探索的テキスト型データ解析 -, 統計数理, 48, 2, 339-376, (2000)
- 2) 大隈昇, L. ルバル, A. モリナウ, K.M. ワーウィック, 馬場康維: 記述的多変量解析法, 日科技連出版社 (1994)