

「香り緑茶」の嗜好に関する調査

[研究のねらい]

- ・「香り緑茶」の販売ターゲットとして、新規需要の創出のため、香りに関心の高い20代から40代の女性で、普段あまりリーフの緑茶を飲まない層を想定した。
- ・試作した「香り緑茶」がターゲットの嗜好に合致しているかどうかを検証し、製造方法の改善や販売方法の検討の資料とする。

[研究の成果]

- ・東京都在住のターゲット(20代から40代女性、茶飲用頻度週2日以下)108名に、香り緑茶のティーバッグを送付しホームユーステストを実施した(調査協力:香り高い静岡の緑茶推進協議会、(株)トムス)。
- ・ターゲットの約9割が、「香り緑茶」を飲んで「好き」「やや好き」と感じ、8割以上が緑茶との違いを感じた。「また飲みたい」「購入したい」の割合も高く、ターゲットに「香り緑茶」が受け入れられる可能性が示唆された(図1)。
- ・「花のような甘い香り」の特徴と合致すると感じる割合も高く、目標とする品質が認知されたと考えられる(図1)。
- ・「香り緑茶」を飲んで感じる香りは、花のような香り、ジャスミンのような香りと回答する人が多い(表1)。
- ・「香り緑茶」の飲用場面は、リラックスしたい時、気分転換したい時と回答する人が多く、そのような飲用場面に合わせたパッケージや、販売方法などの検討が必要(表1)。
- ・花のような香り、甘い香り、うまみは、それらを感じる強さと嗜好性に正の相関が見られたが、渋味には相関が見られなかった(図略)。



写真 「香り緑茶」のティーバッグ

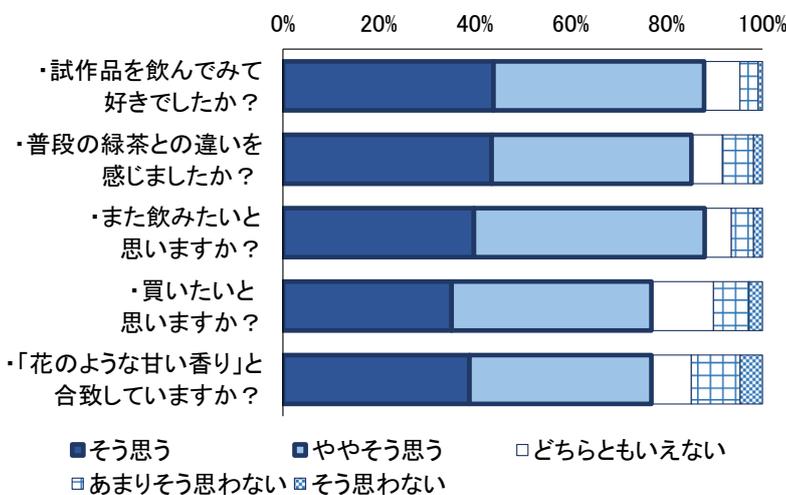


図1 「香り緑茶」への嗜好性に関する調査結果(n=108)

表1 香りの表現方法と飲用場面に関する調査結果 (n=108)

どのような香りと表現しますか	人数	どのような時に飲みたいですか	人数
花	50	リラックス	89
ジャスミン	42	気分転換	66
甘い	18	癒し	58
緑など	17	おやつ	52
優しいなど	10	来客	45
高級など	10	贅沢	36
バラ	8	食事	24
烏龍茶など	6	美容・健康	24
ミルクなど	3	仕事	20
果物	3	のどの渇き	15
その他	43	目覚まし	11
記述式(自由回答)		その他	2
		選択式(複数回答可)	