

“MOS JAPAN PRIDE”第1弾！モス史上初、“音まで、うまい”ハンバーガー！？

秋の新商品「海老天七味マヨ」が新登場 ‘おいしい音’の秘密をプロと検証！

～9月12日(木)より「ジャンボメンチ」と同時に全国のモスバーガー店舗にて発売～

モスバーガーを展開する株式会社モスフードサービス(代表取締役社長:中村 栄輔、本社:東京都品川区)は、“MOS JAPAN PRIDE”シリーズの第1弾として、“ざくりざくり”とした心地よい食感で‘音までおいしい’秋の新商品「海老天七味マヨ」を、9月12日(木)より全国のモスバーガー店舗(一部店舗除く)にて、ボリュームたっぷりの「ジャンボメンチ」と同時に新発売します。

「海老天七味マヨ」の発売に合わせて、音の専門家である「日本音響研究所」の協力のもと、‘おいしい音’の秘密に関する検証結果や、音とおいしさの関係性についてのコメントを紹介します。



【海老天七味マヨ】



【ジャンボメンチ】

■“MOS JAPAN PRIDE”シリーズとは

日本で生まれ、日本で育ってきたハンバーガーチェーンであるモスバーガー。“MOS JAPAN PRIDE”は、そんなモスにしかできない、モスだからこそできるオリジナリティのある商品を展開するシリーズです。創業以来培ってきた革新のスピリットとおもてなしの心で、続々と新しい日本のハンバーガーを皆さまにお届けします。

第1弾となる今回は、代表的な日本料理“海老の天ぷら”に日本三大七味唐がらしの一つと言われる京都老舗の『七味家本舗^{※1}』の七味を使用した「海老天七味マヨ」と、明治時代に誕生したと言われる日本生まれの洋食“メンチカツ”を挟んだ「ジャンボメンチ」を発売します。「海老天七味マヨ」は、海老の天ぷらや日本の複合調味料である七味を使用して日本らしさを大きく打ち出すことでインバウンド需要にも対応します。また、粗挽き牛肉の「ジャンボメンチ」は、食べ応えのある重量感や満足感のある商品をお値打ち価格でご用意することで、若年層をターゲットに来店促進を図ります。

※1 京都・清水寺参道で、約360年前の明暦年間(1655～1659年)に創業した七味唐がらしの老舗です。



MOS
JAPAN
PRIDE

■「海老天七味マヨ」(445 円+税)

代表的な日本料理“海老の天ぷら”をメインにしたハンバーガーです。グリーンリーフの上に、ゆず風味の天つゆ風タレに漬けた海老※2の天ぷら2本をのせ、特製の七味マヨソースをかけ、輪切りのトマトと一緒にバンズ(パン)で挟みました。海老の天ぷらは、天つゆ風タレに漬けた後も“ざくりざくり”とした食感が残るように、工場で衣に花を咲かせるように1本1本手作業で揚げています。七味マヨソースは、カツオや昆布の風味に、塩麴、白醤油など和の食材を加え、山椒のピリツとした辛さと爽やかな香りが特長の『七味家本舗』の七味でキレのある味わいにしました。“ざくりざくり”とした海老の天ぷらに、みずみずしいトマトの酸味、ピリツとした七味マヨソースの辛味が効いた、オリジナリティあふれるハンバーガーです。

※2 ベトナム産の海老を使用しています。



◇『七味家本舗』について

京都・清水寺参道で、約360年前の明暦年間(1655~1659年)に創業した七味唐がらしの老舗です。『七味家本舗』の七味唐がらしは、唐がらし、山椒、黒胡麻、白胡麻、青海苔、おのみ(麻の実)を使用しており、山椒のピリツとした辛さと爽やかな香りが特長です。東京・浅草寺の『やげん堀』、長野・善光寺の『八幡屋儀五郎』と並んで、日本三大七味唐がらしの一つと言われています。



《音までおいしい「海老の天ぷら」の秘密の製法》

- ① 衣は、粉と水分量の割合にこだわっています。食感がよりよく揚がるように衣の粉は、小麦粉だけでなく3種類ほどをブレンドして使用しています。
- ② “ざくりざくり”とした食感を実現するために、手作業で一本一本衣に花を咲かせています。見た目もきれいな天ぷらにしたことで、天つゆ風タレに漬けたあとも衣がしんなりすることなく、衣の食感を感じることができます。
- ③ 海老の天ぷらは工場の段階で、完全には中まで火が通らないように揚げたものを急速冷凍し、店舗でお客さまからご注文をいただいてから揚げて仕上げています。この方法で海老はジューシーさを保ち、衣は最大限の食感を味わうことができます。

■「ジャンボメンチ」(334 円+税) ※同時発売商品

日本生まれの洋食である“メンチカツ”を、360度どこから食べてもバンズ(パン)からはみ出すほどの大きさにしたボリューム満点のハンバーガーです。モス史上最大級※3の大きさの牛メンチカツに、千切りキャベツをたっぷりとのせ、モスオリジナルのカツソースをかけて、バンズで挟みました。メンチカツは、牛バラ肉や牛モモ肉などをあわせ約9.5mmもの大きさに粗挽きにすることで、食べ応えのある牛肉の食感を引き出しています。お肉本来の旨みを感じていただくため、玉ねぎの甘みと、塩や黒胡椒でシンプルな味付けをし、隠し味として醤油を加えてバランスよくまとめました。ジューシーなメンチカツに、濃厚なカツソースが絶妙にマッチした満足感のあるハンバーガーです。

※3 (参考)定番の「ロースカツバーガー」のロースカツの約1.6倍の重量です(揚げ前比較)。



《商品概要》

- ・商品名/価格 :「海老天七味マヨ」(445 円+税)
「ジャンボメンチ」(334 円+税)
- ・販売期間 :2019年9月12日(木)~ 11月下旬* 期間限定
- ・販売店舗 :全国のモスバーガー店舗(一部店舗除く)
- ・商品 Web サイト :<https://www.mos.jp/cp/japanpride/nt/>

■今注目されている“音”「海老天七味マヨ」新商品発表に合わせ、音の秘密を検証！

「海老天七味マヨ」は、ざくりざくりとした心地よい咀嚼音とクリスピーな食感が楽しめる‘音までおいしいハンバーガー’。近年 YouTube を中心として ASMR※4 が話題となっていることを背景に、音響のプロである「日本音響研究所」のご協力のもと、「海老天七味マヨ」をかじった時の音の心地よさを検証。さらに音と人が感じるおいしさの関係を音響学の観点から「日本音響研究所」所長の鈴木創氏に、調理の観点からは料理研究家の安中千絵先生に考察していただきました。

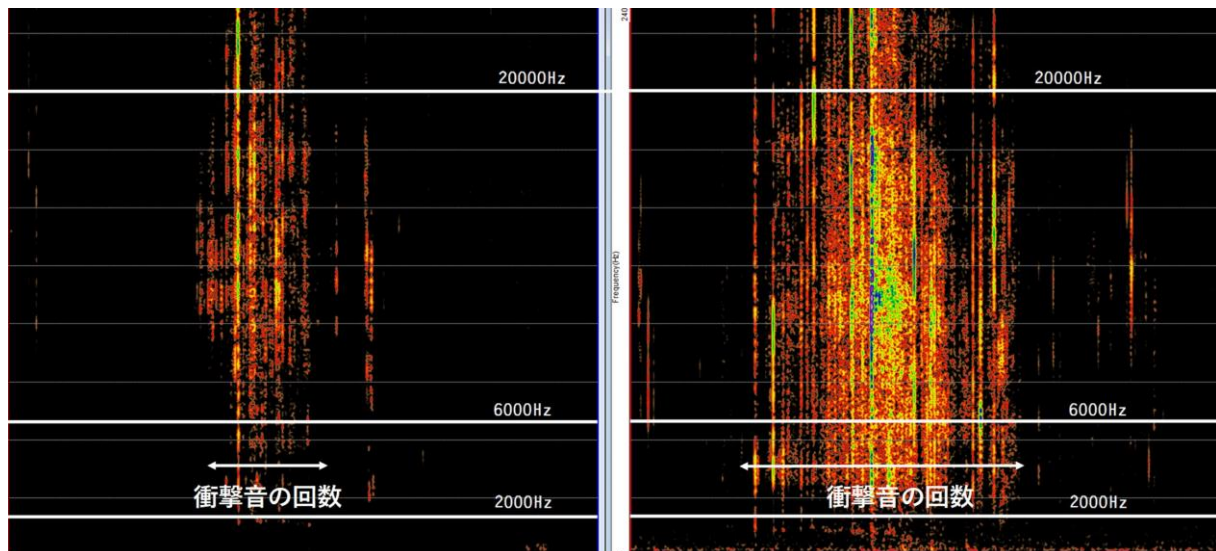
※4 Autonomous Sensory Meridian Response の略称。聴覚などへの刺激によって人が感じる、心地よい反応や感覚のことです。



■海老天七味マヨ VS 普通の天ぷらの音の違い

“ざくりざくり”という音は本当に聞こえやすくおいしそうな音なのか。「市販の海老の天ぷら」と「海老天七味マヨ」の音をスペクトログラム(複合信号を窓関数に通して、周波数スペクトルを計算した結果)で検証しました。

《これが音の秘密！「市販の海老の天ぷら」(左)と「海老天七味マヨ」(右)をかじった音の比較》



「市販の海老の天ぷら」をかじった際の衝撃音が15回程度であったことに対し、「海老天七味マヨ」は衣がしっかりとしているため衝撃音は約2倍の30回以上を記録しています。また、その周波数帯は人間の聴覚が最も敏感である2,000Hz程度から、20,000Hz以上の超音波領域まで幅広く分布しており、聞き取りやすい中にも迫力のある濁音のような音を発しやすい特徴が明らかになりました。つまり“サクツ”ではなく、“ザクツ”という音に近く、この衣の音に続いてプリとした海老を噛み切る音が加わり、“ざくり、ざくり”という食感の音を生み出しているようです。

■考察:音響学から見る音とおいしさの関係とは？

《日本音響研究所 所長 鈴木 創(すずき はじめ)氏からのコメント》



「海老天七味マヨ」の海老天は重厚感のある音で体全体に音が響き渡るような音の特性を持っています。衣が幾重にも咲いているので、かんだ時に生じる“破壊音”が多重に起こり、この音が食べる時により分厚く、ボリューム感を感じさせ、味覚だけでなく満腹感まで刺激してくれるような音の構成になっています。迫力ある食感は脳への刺激が強く記憶との連動がなされやすいので、昨今話題のASMR効果はもちろん、おいしい味の記憶と音が連動し体全体で「海老天七味マヨ」の味わいを楽しむことができると言えそうです。

さらに音響学だけではなく、味覚と音の関係についてもプロの料理研究家である安中先生に考察をいただきました。

■考察:プロの料理研究家が語る、見た目(視覚)だけではない‘音とおいしさのつながり’

《料理研究家 安中 千絵(あんなか ちえ)氏からのコメント》



味覚教育では、目から入る視覚情報、鼻からの嗅覚、口からの味覚の3要素以外にも、耳からの聴覚、手や唇などに触れたときの触覚の、「五感」が味にかかわる重要な情報と定義されています。例えば、揚げたての揚げ物の場合、噛んだ時のサクサクとした衣の音がおいさと密接に関わり、記憶・体験として私達に残ります。私達の脳のコンピューターは、噛んだ時にサクッという音を聴くことで、瞬時においしさへの期待度を高めているのでしょう。まだ音と味の関係は科学では解明されていないことが多いのですが、私達は体験的に、食べ物を食べた時に出す音が、その食品の新鮮さやおいしさを知らせてくれて、さらに食べる楽しさや満足度を増してくれることを知っているのではないのでしょうか。

■モスフードサービス概要

当社は、「食を通じて人を幸せにすること」を経営ビジョンとし、「おいしさ、安全、健康」という考え方を大切にしたい商品と「真心と笑顔のサービス」とともに提供することに一貫して取り組んでいます。安全でおいしい商品、行き届いたサービスの提供を大前提に、家庭的な温かみを残しながらも多くの人が出会い、行き交う場づくりを目指しています。“モス”に行くと新しい交流が始まる——そんな空間を提供することで、多くの人が豊かな生活を送っていただけるよう、地域に愛され続けるモスとして、さらに努力を続けていきます。

社名 : 株式会社モスフードサービス

代表 : 代表取締役社長 中村 栄輔

本社 : 東京都品川区大崎 2-1-1 ThinkPark Tower 4 階

設立 : 1972年7月

資本金 : 114億1,284万円(2019年3月末現在)

従業員数: 1,384人(2019年3月現在)

事業内容: フランチャイズチェーンによるハンバーガー専門店、「モスパーカー」の全国展開、その他飲食事業など

＜報道関係者からのお問い合わせ先＞

株式会社モスフードサービス 広報 IR グループ TEL. 03-5487-7371 FAX. 03-5487-7389

<https://www.mos.co.jp/company/> E-mail. pr@mos.co.jp

＜お客様からのお問い合わせ先＞

お客様相談室 TEL. 0120-300900

※本資料中の価格はすべて税抜です。