砂糖以外の甘味料
―第２回　異性化糖―
（ぶどう糖果糖液糖・果糖ぶどう糖液糖・高果糖液糖）

調査情報部　企画情報グループ
取材等協力/日本食品化工株式会社、日本スターチ・糖化工業会
コラム協力/サントリービバレッジ＆フード株式会社
監修/国立大学法人　東京海洋大学　学術研究院
海の研究戦略マネジメント機構　准教授　永井　幸枝

食品業界においては、ニーズの多様化を背景に、砂糖以外の甘味料が使用されている。当機構では、『砂糖類情報』2007年７月号に掲載した「砂糖以外の甘味料について」の情報を更新するため、現在、各種甘味料に関する調査を実施しているところである。本誌では、その結果を順次、情報提供していくこととし、第１回の2026年９月号では、「トレハロース」を取り上げた。

第２回目の今回は、「異性化糖（ぶどう糖果糖液糖・果糖ぶどう糖液糖・高果糖液糖）」を取り上げる。

2007年７月号　砂糖類情報　調査情報部「砂糖以外の甘味料について」

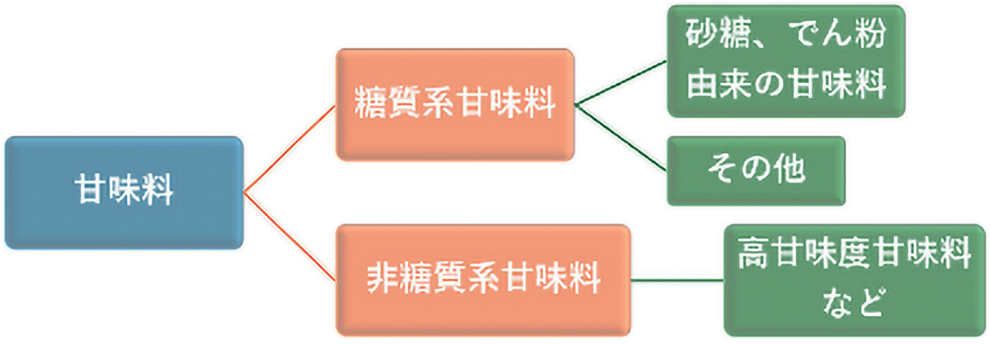
はじめに

本稿では、甘味料を「食品に甘みを加える素材」とし、食品添加物の甘味料のほかに糖質系甘味料も含むものとする。

甘味料は、糖質を主成分とする砂糖などの糖質系甘味料と、低カロリー・ゼロカロリーのものや高い甘味度を有するものを含む非糖質系甘味料とに分類される（図１）。

糖質系甘味料は、分子構造によって単糖類、二糖類、オリゴ糖、多糖類に分類される。砂糖（スクロース）の主成分であるショ糖は、グルコース（ぶどう糖）とフルクトース（果糖）が結合した二糖類である。

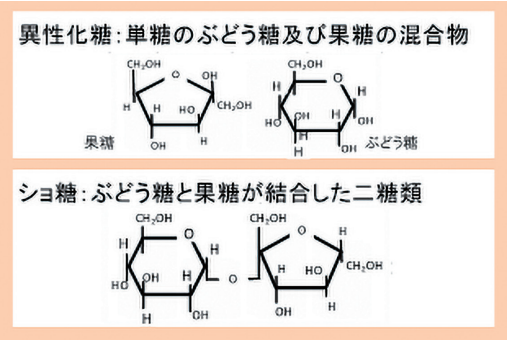
図１　甘味料の分類



資料　農畜産業振興機構作成

今回取り上げる異性化糖は、第１回で扱ったトレハロースと同様、でん粉を原料とする糖質系甘味料に分類される。分子構造に着目すると、ショ糖はぶどう糖と果糖が結合した二糖類であるのに対し、異性化糖は物質名ではなく、ぶどう糖と果糖という二種類の単糖が混在している混合物である点が特徴的である（図２）。

図２　異性化糖の分子構造



資料：令和８年９月　農林水産省農産局地域作物課「異性化糖をめぐる状況について」より抜粋

異性化糖の概要

（異性化糖とは）

異性化糖は、でん粉を原料として製造したぶどう糖液を、異性化酵素の作用により、一部を甘味度の高い果糖へ変換（異性化）して製造される（写真）。

日本農林規格（JAS）により製品規格が定められており、異性化糖（JASでは「異性化液糖」という。）のうち果糖含有率（糖のうちの果糖の割合）が

１）50%未満のものを「ぶどう糖果糖液糖」、
２）50%以上90%未満のものを「果糖ぶどう糖液糖」、
３）90%以上のものを「高果糖液糖」

―としている[1)]。また、これらの異性化糖に砂糖を加えたものを「砂糖混合ぶどう糖果糖液糖」、「砂糖混合果糖ぶどう糖液糖」、「砂糖混合高果糖液糖」としている。

流通している異性化糖の多くは、「果糖ぶどう糖液糖」である。これは、異性化工程から得られる果糖約42%のぶどう糖果糖液糖と、果糖含率が高い高果糖液糖（果糖含有率90%以上）を混合したもので、20度（℃）において砂糖とほぼ同等の甘味度を示すことが特徴である。

果糖ぶどう糖液糖は、日本スターチ・糖化工業会によれば、果糖含有率を55%品が主流となっている。なお、エネルギーについては、１グラム当たり４キロカロリーである。



写真　異性化糖

◆　表　異性化糖の概要　◆

甘味料の名称 化学式など	異性化糖 （ぶどう糖果糖液糖、果糖ぶどう糖液糖、高果糖液糖） 化学式：　果糖（フルクトース）：$C_6H_{12}O_6$　ぶどう糖（グルコース）：$C_6H_{12}O_6$ ／分類：還元性単糖　／構造：グルコースおよびフルクトース
原材料	■コーンスターチ　■ばれいしょでん粉 ■かんしょでん粉　■タピオカでん粉
製造方法	原料でん粉 → 酵素による液化（可溶化） → 酵素による糖化（分解） → ぶどう糖液 → 酵素による異性化（果糖約42%） → クロマト分画（果糖90%以上の糖液を抽出） → クロマト分画工程で得た糖液と果糖約42%の糖液を混合 → 果糖55%の異性化糖
食品用途	飲料、菓子類、パン、氷菓、調味料など ぶどう糖果糖液糖（飲料・冷菓・ソース・たれ） 果糖ぶどう糖液糖（飲料、めんつゆ、ポン酢） 高果糖液糖（乳酸菌飲料など） ■今後伸びが予測される用途　熱中症対策飲料、乳酸菌飲料
食品表示	食品添加物でなく、「食品」として表示
賞味期限	タンクローリー：賞味期限　製造後1カ月　品質保証期間　製造後1カ月 コンテナ・缶：賞味期限（開封前）　製造後6カ月
国内流通量（2025事業年度実績）	国内生産量　約1120千トン 輸入量　約0.037千トン
生理的特性 （果糖とぶどう糖がおおむね同程度含まれる異性化糖を想定した場合）	■血糖値への影響（あり。※1） ■インスリンへの影響（あり。※2） ■虫歯への影響（あり。※3） ■多量摂取の場合の影響（代謝に影響する可能性がある。※4）
物理的特性 （主なもの）	■溶解のしやすさ ■浸透圧の上昇（糖の分子の数が多く、水が糖の濃度を薄める方向に移動するため、水を引き寄せる力が強くなる） ■冷凍耐性（凍結点を降下させる）
甘味度	■甘味度（日本食品化工株式会社による官能評価。ショ糖＝100としたとき） （20℃のとき） ぶどう糖果糖液糖　約80～90 果糖ぶどう糖液糖　約90～100 高果糖液糖　約115～125 （5℃のとき） ぶどう糖果糖液糖　約90～100 果糖ぶどう糖液糖　約100～110 高果糖液糖　約135～145
マスキング・エンハンス	＜エンハンス＞果実風味増強 ＜マスキング＞酸味抑制
エネルギー	4kcal/g（砂糖と同様）
サプライチェーンの構造 （日本食品化工株式会社の場合）	原料（コーンスターチの原料トウモロコシなど）輸入先国→ 国内でん粉製造/ 糖化・異性化メーカー→　食品メーカー など

※1　果糖はぶどう糖より血糖値への影響が小さいため、ぶどう糖単独より上昇は小さい。

※2　果糖はぶどう糖よりインスリン分泌への影響が小さいため、ぶどう糖単独より影響は小さい。

※3　果糖・ぶどう糖とも、口腔内細菌により酸に変換され、虫歯の原因になりやすい。

※4　過剰摂取の場合、ショ糖と同様に体重増加や中性脂肪の上昇など、代謝に影響する可能性がある。
　　特に果糖の過剰摂取では、肝臓での脂質代謝などへの影響があると報告されている。

なお、上記については、果糖とぶどう糖がおおむね同程度の場合であり、影響もショ糖とおおむね同程度とされる。

調査票記入/日本食品化工株式会社　国内流通量取りまとめ/日本スターチ・糖化工業会、農畜産業振興機構

（流通の経緯）

日本では、1960年代に、ぶどう糖を約42%の割合で果糖に変換できる異性化酵素（グルコースイソメラーゼ）を使用した異性化糖の製造技術が世界に先駆けて発明された（注1）。異性化糖は、液状で調製しやすいことや、果糖ぶどう糖液糖の持つ比較的すっきりとした切れの良い甘味が評価され、主に清涼飲料向けを中心として需要が拡大した。

現在も需要の中心は飲料用途となっており、国内価格は2026年９月現在、１キログラム当たり180

円程度、固形換算ベースで240円程度で推移している[注2]。

（注１）第二次世界大戦後、日本への主要な砂糖供給地であった台湾からの供給体制が変化する中、1950年代の日本では、甘味需要の高まりを背景に、当時食料供給のために大量生産されていたかんしょ（さつまいも）を原料とするでん粉から、ぶどう糖が製造されていた。
1959年には、でん粉から高純度のぶどう糖を製造する酵素糖化法が工業化されたが、ぶどう糖の甘味度は砂糖の約７割であったことから、より甘味度の高い果糖への変換技術の開発が求められていた。1960年代、当時の通商産業省工業技術院微生物工業技術研究所（現：国立研究開発法人産業技術総合研究所＜産総研＞）において、異性化酵素を使用した現在の異性化糖の製造技術が確立された。なお、この異性化酵素は、土壌中から発見された有用微生物が生産する酵素であり、この酵素を用いた製造技術は、わが国の国有特許の輸出（海外ライセンス）第一号となった[2)]。

（注２）日本経済新聞社市中相場、大口需要家向け、果糖含有率55％の価格（消費税および地方消費税を含まない）を参考とした。

（国内流通量）

日本スターチ・糖化工業会が取りまとめた国内における異性化糖の生産量は、年間約1120千トン（2025事業年度実績）である[注3]。

一方、国内市場で流通する輸入異性化糖は、約37トン（2025事業年度実績。糖価調整制度に基づく輸入異性化糖等調整金の売買対象数量[注4]）と極めて少ないことから、国内で流通する異性化糖の大部分は、国内で製造されたものである。

（注３）国内生産量は、砂糖およびその他の糖類との混合異性化糖を含む液状ベースの数量である。

（注４）輸入異性化糖の数量は、売買対象となった製品の乾物換算数量である。
糖価調整制度は、砂糖や輸入異性化糖等から徴収した調整金を財源に国内産糖を支援する制度である。
なお、輸入異性化糖等調整金の対象HSコード（1702.30-210、1702.30-229、1702.40-210、1702.40-220、1702.60-210、1702.60-220、1702.90-521、1702.90-529）について、財務省「貿易統計」で集計した2025事業年度の輸入量は７千トン弱と、調整金対象数量実績と大きく異なるが、これは、対象HSコードには異性化糖以外の糖類や異性化工程を経ていない糖液等も含まれているためである。

（食品表示）

食品表示上、異性化糖は、砂糖と同様に「食品」として取り扱われる。菓子や加工食品などの原材料表示ラベル上では、食品添加物がスラッシュ（ / ）の後に表示されるのに対し、砂糖や異性化糖はスラッシュの前に表示される。

原材料表示ラベルには、原材料に占める重量割合の高いものから順に、その最も一般的な名称をもって表示することとされ、国内で製造したすべての加工食品の最も割合が高い原材料には、「原料原産地名」を表示することが2022年４月から完全義務化された[3)]。このため、原材料に占める割合が最も高い場合、砂糖や異性化糖の後ろに、（国内製造）などと表示されている[4)]。（図３）。

また、異性化糖はほとんどの場合、果糖含有率に応じ、「ぶどう糖果糖液糖」、「果糖ぶどう糖液糖」または「高果糖液糖」と表示される。また、異性化糖と砂糖を併用している場合には、「糖類（砂糖、ぶどう糖果糖液糖）」、「砂糖類（砂糖、ぶどう糖果糖液糖）」とまとめ書きされる場合がある。

図３　異性化糖の食品表示例

名　　称	炭酸飲料
原材料名	果糖ぶどう糖液糖（国内製造）、ガラナエキス／炭酸、香料、カラメル色素

資料：実際の食品表示を基に農畜産業振興機構作成

（原材料）

異性化糖は、日本国内では主に輸入トウモロコシから製造したコーンスターチを原料として製造されており、このほか、国内産ばれいしょ（じゃがいも）でん粉、国内産かんしょ（さつまいも）でん粉のほか、キャッサバいも由来のタピオカでん粉が利用されている。

（特性など）

異性化糖の特性として、

1）低温下において果糖が高い甘味度を示すこと（特に果糖ぶどう糖液糖および高果糖液糖）、

2）液状で供給されるため取り扱いが容易であること、

3）保湿・品質保持（しっとり感の維持）、

4）凍結点を降下させる（氷結晶を小さく保つ、なめらかな食感維持）、

5）発色・焼色形成補助（メイラード反応、カラメル化反応による焼色付与）、

―などが挙げられる。

なお、甘味の立ち上がりは早く、比較的すっきりとした甘味特性を有する。

（特性を生かした用途）

異性化糖はどのように利用されているのだろうか。具体的な例を三つ挙げる。

（1）「低温下における高い甘味度」を生かした例

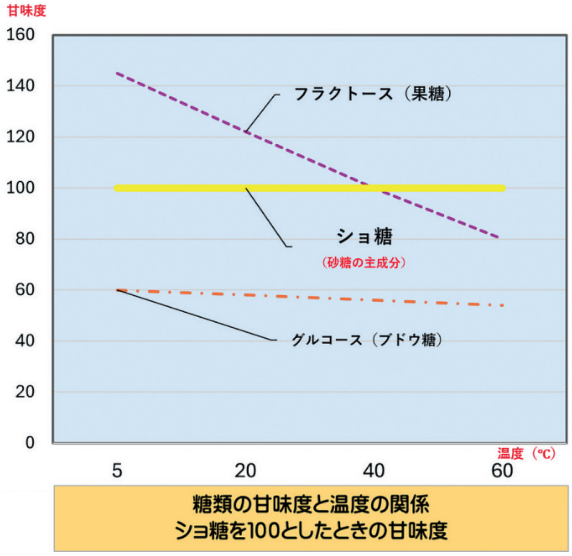
異性化糖を構成する果糖の特性として、低温になるほど甘味度が高くなる（注5）（図4）ことから、清涼飲料水や冷菓など、冷温状態で喫食される商品の甘味料として利用されることが多い。

一方、砂糖は温度による甘味の変化が比較的小さく、高温下でも甘さを感じやすい。

このように、温度条件や求められる風味に応じて、砂糖と異性化糖が使い分けられている。

（注5）果糖は水溶液中で、直鎖構造のほか、ア 六員環構造（ピラノース）および イ 五員環構造（フラノース）をとり、ア、イそれぞれにα型とβ型が存在する。
これらのうち、低温ほどβ-ピラノースの割合が高いこと、この構造が他のものより甘いと言われていること、さらにヒトの甘味受容体（甘味細胞にある）も温度変化による影響を受ける可能性があることから、これらの相互作用により低温ほど果糖が甘く感じられると考えられている。

図4　糖類の甘味度と温度の関係



資料：前橋健二「甘味の基礎知識」日本醸造協会誌第106巻12号818-825（2011）を基に農畜産業振興機構作成

（2）液状での流通形態を生かした例

異性化糖は液状で流通するため、粉状の甘味料のような溶解工程を必要とせず、食品・飲料メーカーにとってはそのまま製造工程に使用可能である。また、一定の糖度や組成に調整された状態で供給されることから、配合管理がしやすい。このため、飲料などの液状食品に多く利用されている。一方で、液体であることから、粉状の甘味料と比べて変質を防ぐための品質管理には一定の配慮が求められる。

（3）凍結点の降下を生かした例

異性化糖は、凍結点（氷点）を降下させる（水を凍りにくくする）性質を持ち、ラクトアイスや氷菓などでは氷の結晶の成長を抑える効果を生かし、なめらかな食感の形成に役立てられている。

この作用が強過ぎると製品が軟らかくなり過ぎる場合があるが、異性化糖と同様に凍結点降下作用があり、その作用がやや緩やかな砂糖を単独で使用した場合は、砂糖の結晶が析出しやすい側面がある。

実際の製造現場では、異性化糖によって氷や砂糖の結晶化を抑えながら、砂糖で甘味や食感を調整するなど、それぞれの特性が生かされて製品に配合されている。

（製造方法）

異性化糖の原料となるでん粉は、複数のぶどう糖が直鎖状に連なり、一部に枝分かれした構造を持つが、異性化糖製造工程においては、これを酵素で低分子化し、まずは単糖のぶどう糖にする。さらに、ぶどう糖に異性化酵素（グルコースイソメラーゼ）を作用させることで、その一部を、より甘味度の高い果糖に変換（異性化）し、異性化糖を製造する。

（異性化糖の製造工程）

一般的に異性化糖は、次のような工程を経て製造される（図５）。

（1）ぶどう糖果糖液糖・果糖ぶどう糖液糖の製造

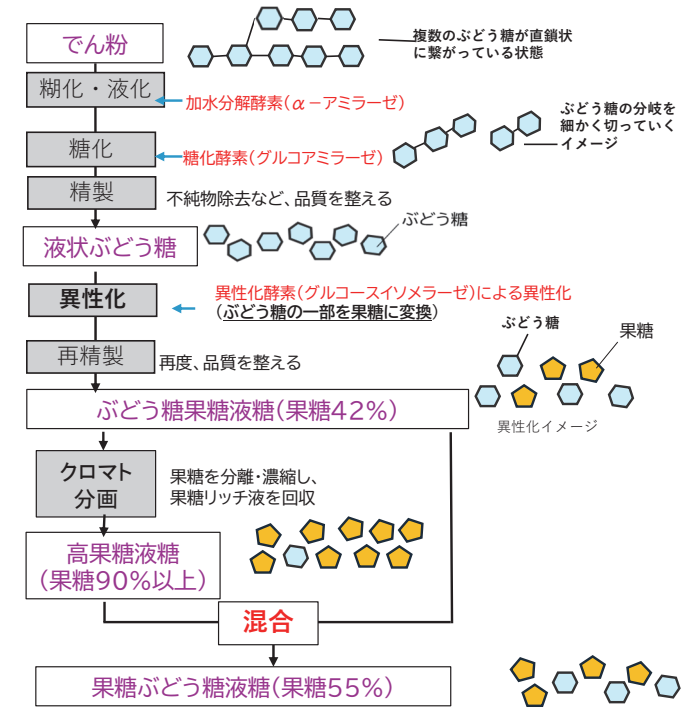
ア　液化・糖化

原料であるでん粉に熱と二種類の酵素（加水分解酵素αアミラーゼ、糖化酵素グルコアミラーゼ）を作用させ、でん粉をぶどう糖まで分解する。

イ　精製（不純物の除去）

ろ過やイオン交換などにより、糖液中の着色成分や塩類などの不要な物質を除去し、ぶどう糖液ができる。

図５　異性化糖の製造工程



資料：令和８年９月　農林水産省農産局地域作物課「異性化糖をめぐる状況について」および日本食品化工株式会社からの聴取を参考に農畜産業振興機構作成

ウ　異性化

異性化酵素（グルコースイソメラーゼ）を作用させ、ぶどう糖の一部を果糖へ変換する。この結果、ぶどう糖果糖液糖（果糖含有率は50%以下）ができる。なお、異性化は、理論上は果糖含有率約50%に達するが、実際には反応時間の長期化とともに糖の分解・褐変化が進むため、異性化工程においては42%程度で調整される[5)]。

エ　再精製（不純物の除去）

異性化後の糖液について再度不純物の除去を行い、品質を整える。

オ　果糖リッチ液の混合（果糖ぶどう糖液糖のみ）

果糖ぶどう糖液糖として必要な果糖含有率となるよう、次の（2）で得られる果糖リッチ液を混合し、果糖ぶどう糖液糖（果糖含有率は55%）ができる。

カ　濃縮・貯蔵

糖液を濃縮して所定の濃度に調整し、貯蔵して製品とする。

（2）高果糖液糖（濃縮された果糖リッチ液）の製造

ア　クロマト分画（果糖とぶどう糖の分離）

（1）で得られた糖液をクロマト分画装置に通すと、装置内に充填された樹脂への吸着性の違いから、果糖とぶどう糖が装置内を進む速度に違いが生まれる。両者は徐々に分離され、その結果、果糖を多く含む果糖リッチ液が回収できる。

イ　濃縮・貯蔵

回収した果糖リッチ液を濃縮、貯蔵し、果糖含有率90%以上の高果糖液糖ができる。

おわりに

今後の異性化糖市場は、清涼飲料水や酒類を中心とした需要に支えられ、全体としては大きな増減のない安定的な推移が見込まれる。ただし、主な原料となるトウモロコシ価格や為替動向、物流コストの変化は、需給や価格形成に影響を与える要因として引き続き注視が必要である。

今後は、消費者ニーズの多様化や食品・飲料メーカーの製品開発動向に対応しながら、用途ごとの特性を生かした利用が進むものと思われる。

当機構としても、今後の消費動向や原料調達環境の変化を注視しつつ、異性化糖を取り巻く需給動向を引き続き把握していきたい。

このたびの当機構の調査に御協力いただきました皆さまに、この場を借りて厚く御礼申し上げます。

次回は、「アスパルテーム」（『砂糖類・でん粉情報』2027年１月号に掲載予定）です。

【参考文献】

1）農林水産省　日本農林規格「異性化液糖及び砂糖混合異性化液糖」1980年２月25日制定、2024年９月18日改正

2）「砂糖類情報」2000年９月号「液糖はどうして生まれたのか？」日本スターチ・糖化工業会

3）砂糖類・でん粉情報　2025年10月号「糖に関する表示について～新たな食品表示基準の下で～」精糖工業会　広報・技術グループ　課長　白岩　弘文　広報・技術グループ　主幹　富岡　直子

4）消費者庁「加工食品の原料原産地制度」（Web　2026年６月20日閲覧）
https://www.caa.go.jp/policies/policy/food_labeling/quality/country_of_origin/assets/food_labeling_cms201_260323_02.pdf

5）朝倉誠造（監修/日本応用糖質科学会）「澱粉の辞典」（2025年12月発行）

コラム１

―日本食品化工株式会社富士工場と工場夜景（静岡県富士市）―

日本食品化工株式会社（以下コラム１において「日本食品化工」という）の異性化糖製造工場が立地する静岡県富士市は、製紙工場や食品工場、化学工場などが集積する国内有数の工業都市として知られる。

日本食品化工富士工場では、主に輸入トウモロコシを原料としてコーンスターチおよび糖化製品を製造している。でん粉原料であるトウモロコシを搬入しやすいよう、臨海部に立地しており、コーンスターチや、異性化糖などの糖化製品の製造拠点として重要な役割を担っている。

さて、でん粉産業と製紙産業には、深い結び付きがあることをご存じだろうか。

かんしょでん粉、ばれいしょでん粉、コーンスターチは、糖化製品の原料となるだけでなく、でん粉のりに加工され、製紙工程でも広く利用されてきた。

紙の強度向上や表面加工に欠かせない素材であることから、遡れば大規模な製紙工場の周辺にでん粉工場が立地したケースが多く見られる。

近年の製紙需要の変化により操業を終えた工場も見られるが、富士市の工場群は、でん粉産業と製紙産業がともに発展してきた歴史を今に伝えている。

生産を支え続けてきた配管やタンク、蒸発缶などの大型設備が工場内に整然と配置され、日中は機能的な生産設備として稼働しているが、これらは夜になると全く異なる表情を見せる。

無数の照明に照らされたプラント群の光景は幻想的で、富士市を代表する「工場夜景」の一部となっている。

富士市では、こうした工場夜景を地域の観光資源として活用しており、日本食品化工富士工場も、その魅力を構成する施設の一つとして親しまれている。




コラム１ ―写真：日本食品化工富士工場と富士市工場夜景

資料左：富士市提供

コラム２

―サントリーが提案する「自分時間」に寄り添う味わい―
～「濃厚な甘さ」を求める消費トレンドは続くのか～

取材協力/サントリービバレッジ＆フード株式会社

近年、飲料市場では糖質オフ、糖類ゼロ、カロリーオフなどを訴求した商品が数多く見られる。一方で、「しっかりとした濃い甘さ」や「飲んだときの高い満足感」を求める消費者も少なくない。サントリービバレッジ＆フード株式会社では、“ギルティ消費”に着目した商品を開発し、そうした需要に応えようとしている。

同社への取材によると、炭酸飲料市場では近年、とりわけ若年層の新規ユーザー獲得が課題となっていたという。

こうした状況を受け、同社は現代人のストレス実態や、その向き合い方の変化に着目した。開発当初に同社が実施した調査では、若年層を中心に、一人で動画視聴やゲームを楽しみながら気持ちをリラックスさせるような、「ストレスを溶かす時間」とも言える過ごし方が広がっていることが分かった。

同社は、こうした“ストレス溶解シーン”における、背徳感を感じつつも、時にはあえて自分を甘やかす消費、“ギルティ消費”に焦点を当てた。

こうした消費が拡大する背景には、消費者の価値観の変化が見て取れる。

健康的な生活を意識しながらも、忙しい日常の中で好きな食べ物や飲み物を楽しみたい‥「ギルティ」とは、単なる背徳感ではなく、自分を甘やかすことで、頑張った自分へのご褒美や、気分を解放するといった役割も持っている。

同社では、ギルティフード市場の伸長要因について、心の満足や充実感の追求、つまり「心の健康」も大切にしたい消費者のニーズが広がっているとみている。

商品開発で重視されたのは、濃厚な味わいによる高い満足感である。若年層への調査では、完熟フルーツやトロピカルフルーツを想起させる濃厚な香りへの支持が高いことが確認されていた。そのため、「濃厚な甘さで、また飲みたくなる味わい」の実現が追求された。

今回の取材において興味深かった点は、飲料の味づくりにおいて糖が果たす役割である。

同社によれば、砂糖や異性化糖は単に甘味を付与するだけでなく、飲料に厚みやコク、飲みごたえをもたらす重要な素材だという。甘味料の選択は、常に後味や口当たり、香りとのバランスも含めて総合的に検討した上で使い分けられている。

業界でしばしば「ボディ感」と表現されるこうした要素は、飲んだ際の充実感や満足感を左右する重要な要因でもある。

商品は通常より容量の多い600ミリリットルでも展開されており、その点も商品コンセプトの一つとなっているが、これは甘味だけでなく、酸味や苦味、うま味、塩味とのバランスを緻密に整えることで、濃厚な味でありながら飲み飽きにくい点を重視した結果としている。

同社では、こうした商品設計の工夫によって、大容量でも満足感を損なわずに楽しめる飲料の需要の高まりにより、今後は600ミリリットル飲料が増える可能性もあるとしている。

購入層を見ると、炭酸飲料のユーザー全体の傾向と比較して男性の構成比が高く、特に若年男性を中心に支持を集めている一方で、炭酸飲料のボリューム層である40～60代男性からも平均以上の支持があるという。また、同社によると、男性ユーザーの継続購入率は年代が上がるほど高い傾向も見られ、これは、現代のストレス社会に生きるユーザーからの支持によるものではないかと考えられている。

また、他の炭酸飲料のユーザー層からの流入に加え、炭酸飲料と関与が薄い無糖茶や果汁飲料など炭酸飲料以外のユーザー層からも流入が見られる。

このように、特定のカテゴリーに偏ることなく、複数のカテゴリーから購入者が流入している状況が継続している。同社では、多様な顧客層に届くように、キャンペーンなど絶え間ない情報発信を行っている。

なお、同社によると、発売当初の話題性によるトライアル需要にとどまらず、継続して購入するヘビーユーザー層により、累計出荷本数は、令和以降に発売した同社の飲料新商品の中で最速となる、発売150日で出荷本数１億本を記録している。また、商品そのものに加え、“ギルティ消費”というコンセプトや世界観も話題となった。SNS上では消費者自身が楽しみ方や感想を発信する動きが広がり、多くの共感を呼んでいる。

さらに同社では、濃厚な甘さや味わいを特徴とした飲料を継続的に展開しているが、こうした商品群の販売も、スポット的な売れ方ではなく、好調に推移しているという。こうした動向からも、“ギルティ消費”は一過性のものではなく、飲料に期待する一つの価値として定着しつつあることがうかがえる。

今回の取材で明らかになったのは、「濃厚な甘さや味わい」が、ストレスの多い日常の中で、時に心を満たそうとする消費者のニーズを受け止める器として、改めてその価値が見直されているという点である。

砂糖や異性化糖は、そうした商品群において満足感や飲みごたえを支える重要な素材であり、今後も多様化する消費者ニーズに応える商品開発の中で重要な役割を果たしていくものとみられる。

