

# 「官能評価による野菜チップスの品質特性比較」

## (概要)

発売から7年が経過したゴボチ(ゴボウチップス)は、これまでに数多くの展示会に出展することで、商品の認知度を高めてきた。今後は、国内外における販売力をさらに強化するため、強力な販売プロモーションツールの開発が欠かせない。

今回は、官能評価によりゴボチの特徴を客観的に評価するとともに、評価データを活用した効果的なデザイン活用について取り組んだので、その事例を紹介する。



(企業発表者) 株式会社デイリーマーム 取締役営業本部長 和田 絵里香

(公設試発表者) 宮崎県食品開発センター 食品開発部 主任研究員 松浦 靖  
宮崎県工業技術センター 企画デザイン部 主任研究員 関屋 千草

## 1. 成果品(製品)紹介

ゴボチの特徴を図表を用いて分かり易く、そして魅力的な表現を取り入れることで、ゴボチのおいしさの特徴をビジュアル化した販売促進ツールを開発した(写真)。

開発にあたっては、官能評価を実施した。他社商品に比してゴボチの評価が極めて高かった用語として、ゴボウの持つ独特な香りや風味、繊維質など「素材」に関する用語が含まれていることを確認した。その結果を踏まえ、消費者やバイヤーの興味を引きつける特徴あるアイコンとシンプルなコピーをポスターに落とし込み、販売促進ツールとした。(写真: 国外向けポスター)



## 2. 開発背景(テーマとの出会い、人との出会い等)、苦労話など

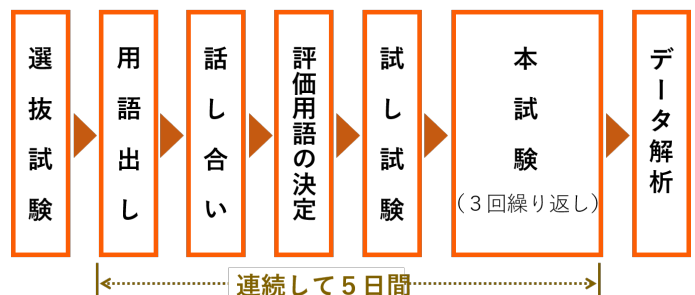
株式会社デイリーマームと食品開発センターは、共同研究によりゴボチの商品開発を行ってきた。ゴボウは国産原料を使用し、添加物を使用しないなど、こだわりの商品であり、これを宣伝材料として、知名度を高めてきた。このような訴求方法により売上げを伸ばしてきたものの、一般の消費者がゴボチの特徴をどのように受け止めているのか把握をしたことがなかった。今後は、国内外でのさらなる販路拡大に向け、ゴボチのおいしさを訴求したマーケティングを行っていくため、強力な販売促進ツールの開発を求めている。そのような中、宮崎県食品開発センターでは、平成30年4月に官能評価を適切に行うことのできる施設(おいしさ・リサーチラボ)をオープンし、センターとしてこれからのラボの活用方法を模索している中で、再び相談を受けたのがきっかけで2度目の共同研究が始まった。

## 3. 製品化までのプロセス、体制など

販売促進ツール開発にあたっては、各機関得意分野を担当し、連携しながら効率的に進めた。官能評価を食品開発センター、データの解析とビジュアル化を工業技術センター、販売促進ツールの効果検証を株式会社デイリーマームが担当した。

官能評価はQDA試験を採用した。一般県民から公募により登録された外部パネリスト23名に対し選抜試験を実施し、選抜された識別力の高いパネリスト12名により野菜チップスを評価した。

### QDA試験の流れ

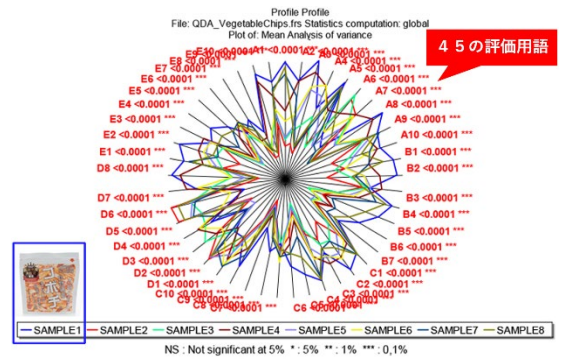


QDA: Quantitative Descriptive Analysis (定量的記述分析法)

- ・分析型官能評価の中で得られる情報が最も多く、マーケティング等に有効
- ・消費者が日常的に使用する言葉で商品の特徴を表現し、定量化が可能

国内メーカーが製造した市販の野菜チップス8品（ゴボウ4商品、じゃがいも3商品、とうもろこし1商品）を試験に供し、商品から感じる外観、香り、風味、食感及び後味の5項目について、具体的な言葉をパネリストに描写させた（用語45個）。その後は、8つの商品の特性を定量化する試験を行い、商品の特徴を客観的に評価することができた（右図）。

次に、評価データを解析し、販路拡大に繋げるためのデザインへ活用した。作成した販売促進ツールは、「日本の食品輸出EXPO」において効果の検証を実施した。特に海外のバイヤーに対して、官能評価結果をビジュアル化したポスターは商品の特徴を説明するツールとして、非常に有効であることを確認した。これにより、展示会で目標としていた成約の件数を達成した。



原料となるゴボウの持つ独特な香りや風味、ゴボウの繊維質等、原料であるゴボウの「素材」に関する用語が含まれていることを確認

評価データを展示会でのブースデザインへ活用

#### 4. 製品化、販売に成功したポイント

はじめに、株式会社デイリーマームとして何を知りたいのか、どう活用していきたいのか、何度も協議を重ねながら、ゴボチの特徴が最大限に表現されるような官能評価手法及び比較対照商品を選定したことが重要であった。また、得られた官能評価の数値データを様々な角度から解析し、データをどのようにビジュアル化するとメッセージが正確に伝わるのか、デザイン部門のノウハウを十分に活かした。

#### 5. 今後の展開、波及効果など

ゴボチの商品開発にあたっては、素材へのこだわりや食感、風味など唯一無二の商品づくりを意識して取り組んできた。今回得られた取組成果についても、他社には容易に真似できないセールスポイントであり、この強みを優位性としたインスタプロモーションや販売促進に繋げていく。

また、ゴボチはパリッとした軽い食感を特徴とした商品としていたが、パリッとした食感に係る官能評価結果では、ゴボチを上回る評価得点の高い野菜チップスがあることから、この結果を踏まえ、さらなる商品の改良を図っていく予定にしている。

#### 発表者紹介（企業）

株式会社デイリーマーム

取締役営業本部長 和田 絵里香

（企業として開発に携わった感想、企業にとってのメリット等）

共同研究のおかげで、ゴボチの品質について初心に戻って見直すことができました。また、国内や海外の商談の際も商品の良さを的確に紹介することができ、スムーズに話をするようになりました。ありがとうございました。

#### 発表者紹介（公設試）

宮崎県食品開発センター 食品開発部

主任研究員 松浦 靖

宮崎県工業技術センター 企画デザイン部

主任研究員 関屋 千草

（研究者として開発に携わった感想）

食品から感じられる感覚を言葉として数値化すること、またデータから潜在的なおいしさの秘密をビジュアル化でき、食品企業に対し、モデルケースを示すことができた。

#### 企業情報

- 名称：株式会社デイリーマーム      ■代表者：代表取締役 和田 優
- 創業：2007年4月      ■資本金：11,000,000円      ■従業員数：79人
- 所在地：〒880-0036 宮崎県宮崎市花ヶ島町観音免 890-1
- TEL：0985-65-6655      ■FAX：0985-65-6678      ■URL：<https://dailymarm.com>
- 主力商品
  - ・ごぼうチップス「ゴボチ」
  - ・にんじんチップス「キャロチ」