

「官能評価による豚肉加工品の特徴把握と 戦略的デザインの開発」

(概要)

本研究対象の豚肉加工品「しっとり生ジャーキー」は、試食してもらえば「おいしい」と言ってもらえるが、売場ではなかなか手に取ってもらえないという課題を抱えていた。そこで、官能評価QDAによって風味、食感等の商品特徴を把握し、その結果からパッケージデザイン等を開発することで、デザインから商品特徴が伝わる商品へとリニューアルを行った。

(企業発表者) 株式会社栗山ノーサン 営業部 東森 薫
チーグッド・デザイン 関屋 千草

(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 金井 祐基

1. 成果品（製品）紹介

「しっとり生ジャーキー」（豚モモ肉のジャーキー）は株式会社栗山ノーサンが製造・販売する商品で、その食感や風味、後味には、

- ① 肉の弾力と肉の風味が一口目からしっかりと感じられる。
- ② 生ハムのようなしっとり感が感じられる一方で、ジャーキーのように噛んでも噛んでも風味が続く。
- ③ 肉の後味が最後まで感じられる。

という通常のジャーキーや生ハムにはない特徴がある。

新しい商品パッケージは、これらの特徴等を基にデザインされ、パッケージ中央には「一口目から感じられるおいしさ」を表すキャッチフレーズや、裏面に「味わいが続く」との説明がある。これにより、消費者が食後にパッケージとのギャップを感じる商品もある中で、商品特徴がパッケージで分かりやすく伝わるものとなっている。



2. 開発背景（テーマとの出会い、人との出会い等）、課題等

しっとり生ジャーキーは、一般的なジャーキーと異なり、素材の味をそのまま活かした冷蔵タイプの商品であるが、「試食してもらえればおいしいと言ってもらえるが、売場ではなかなか手に取ってもらえない。」という課題を抱えていた。また、販売の中心が業務用だったため、小売販売に向けたパッケージのリニューアルも考えていたが、どのようにデザインすればいいかわからない状態であった。これらの打開策を考える中で「商品特徴が消費者に伝わっていないから？」「そもそも消費者は商品からどのような特徴を感じているのだろうか？」と考えていたところ、株式会社栗山ノーサンが宮崎県食品開発センターの官能評価の取組を知り、センターに問合せをしたことがきっかけで研究がスタートした。

3. 製品化までのプロセス、体制等

研究①：官能評価による商品特徴の客観的評価（担当：宮崎県食品開発センター、株式会社栗山ノーサン）

官能評価の試験設計を検討し、QDA（Quantitative Descriptive Analysis：定量的記述分析）を用いた官能評価により、生ジャーキーと豚肉加工品5種類（生ハム1種類、乾燥度合の異なる4種類のジャーキー）を評価した。

研究②：戦略的デザインの開発（担当：チーグッド・デザイン、株式会社栗山ノーサン）

QDAの結果から生ジャーキーの商品特徴（差別化キーポイント）を発見し、その特徴等から商品コンセプトを創造した上で、パッケージデザイン等の開発を行った。

4. 製品化、販売に成功したポイント

研究①：官能評価による商品特徴の客観的評価

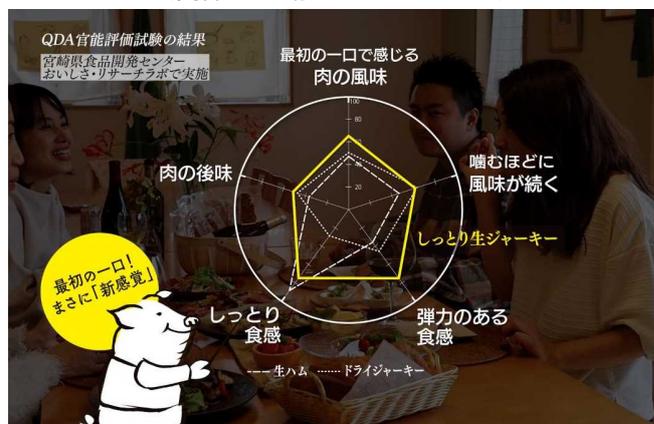
選抜されたパネリスト12名によって、豚肉加工品を特徴付ける35個の評価用語が開発され、これら用語を使って各種豚肉加工品を評価することで、それぞれの特徴が明らかとなった。

研究②：戦略的デザインの開発

他の商品にはない生ジャーキーの特徴や世情から「大切な方とお好みのお酒で楽しめる新感覚ジャーキー」との商品コンセプトを創造した。商品コンセプトからパッケージデザインの開発を行い、特徴である一口目のおいしさをデザインによって伝えることで、手に取りたくなる商品へとリニューアルを行った。

また、商品PR動画を作成し、親しい仲間と楽しく飲める空間が演出できる商品であることを伝えるとともに、QDAの結果を抜粋してチャートで示し、商品特徴を分かりやすく紹介した。

(商品PR動画のワンシーン)



5. 今後の展開、波及効果等

令和2年11月にリニューアル商品の販売を開始した。パッケージが変わったことで全国展開するセレクトショップでの販売が決定するなど、取引先が広がっている。また、営業トークなどで、これまで商品の特徴を十分に伝えることができなかったが、商品特徴を的確に表現し、伝えることができるようになった。

発表者紹介 (企業)

① 株式会社栗山ノーサン 営業部 東森薫

これまで適切に表現できなかった生ジャーキーの特徴が言語化されるなど、新しい発見ばかりだった。パッケージ等から特徴が想像できるものになり、売場でも手に取ってもらえるのでは、と大きな期待をしている。

② チーフ・デザイン 関屋千草

QDA結果から商品特徴を客観的に把握できたことで、ターゲットや売り先について、株式会社栗山ノーサンと共通のイメージを持ち、論理的に商品コンセプト等を組み立てていくことができた。

発表者紹介 (公設試)

宮崎県食品開発センター

主任研究員 金井祐基

官能評価とデザインが連携した事例を示すことができた。今後も企業様の食品二次機能に関する課題解決に取り組んでいきたい。

企業情報

- 名称：株式会社栗山ノーサン ■代表者：代表取締役社長 栗山 孝男
- 創業：昭和53年1月 ■資本金：1,000万円 ■従業員数：89人
- 所在地：〒885-0091 宮崎県都城市横市町9762番地1
- TEL：0986-23-8491 ■FAX：0986-23-8715 ■URL：<http://www.kuriyama-nosan.com/>
- 主力商品：

・ ジューシー豚ハラミ(生)

・ 炭火焼鶏
(製造の様子)

・ 豚酢モツ

・ 豚足
(半割ポイル)

