

レシピ試作・工業化ツールとしての活用

課題

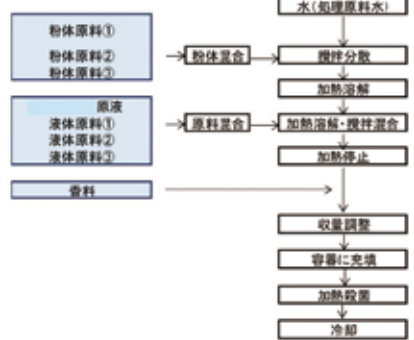
商品開発プロセスを効率化・短縮化したい

例：石川酒造場様 | 美らBio

新製品の開発段階で原液の官能評価と味分析などを実施。清涼飲料水として市場に受け入れられる味・香りのレシピを開発。もろみ酢を乳酸発酵させた飲みやすい飲料として注目されている。



<試作フロー(素)>



海外など新市場調査、商品設計ツールとしての活用

課題

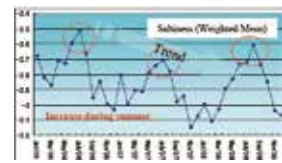
海外などの新規市場開拓を行うために、現地の想定顧客の嗜好や好みの味を知りたい

例：島本食品様

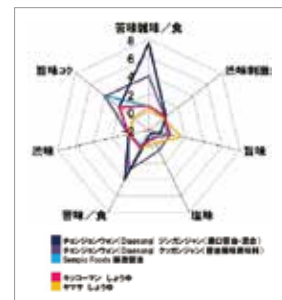
韓国市場向けに「めんたいマヨネーズ」を開発するにあたり、日本市場と韓国市場における調味料、加工食品、飲料などの味覚特徴を調査し、日本人はうま味を活かした商品を好むのに対し、韓国人は苦味や酸味など素材が持つ味わいを強調したものを好む傾向にあることが分かったため、「めんたいマヨネーズ」には韓国人が好むごま油の風味が感じられる商品を開発した。



POSとの連結による味のトレンド解析

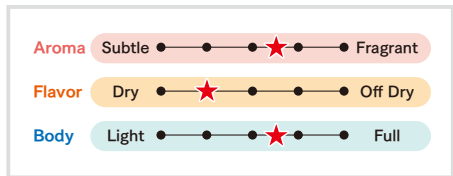
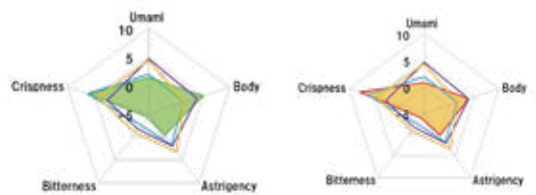


海外ターゲットとの味データ比較



例：菊水酒造様

米国市場への進出にあたり、日本酒の飲用経験が少ない米国人オーナーが経営する飲食店、レストラン、小売店向けにカリフォルニアワインと日本酒との味わいの違いを味わいチャートで見える化し、日本酒の特徴を伝えることにより商品採用の確度を上げた。



課題

「焼酎の若者離れ」を挽回するために、ターゲットに合った商品設計をしたい。

例：鹿児島ハイボール

焼酎の味・香り分析を行い、甲類焼酎ハイボールとは異なる特徴を持つ新しいRTD酒類市場（乙類焼酎）を開拓しました。味のトレンドを考慮して開発したハイボールは、飲料業界でも話題になりました。

