



相良教授の

テクニカル

Vol. 3

「おいしさ」の五感コミュニケーション

～食感性工学のニーズとパラダイム～

近年、消費者が求めている味や香り、さらには機能性と調和した「おいしさ」などを定量的に明らかにし、それらの情報を新製品の開発や製造方法の最適化などに役立てる手法の実用化が望まれている。「食感性工学」はこれらの課題を解決するために有用なパラダイムと方法論を展開している新しい研究領域である。その主な手法には、社会的属性の異なる消費者の嗜好好特性の把握、マーケティング戦略上ターゲットとすべき消費者群の抽出、その消費者群が求めている香味の品質設計、設計された新商品を生産するための製造条件を最適化する手法、さらにマーケティング戦略の立案手法などの開発などが含まれる。すなわち、消費者を起点とする顧客満足型の新商品を設計・製造するトータルエンジニアリング手法を開発することにある。これらの手法は Consumer-oriented Technology として、また日本発のオリジナルなパラダイムとして、食品に限らず世界中の多様な業界から注目されている。

食品の「おいしさ」はヒトの知覚器官を総動員して評価されるが、そのプロセスでは「五感コミュニケーション」が重要な役割を演じ

ている。例えば、鼻をつまんでジュースを飲むと味に変化が生ずる。これは鼻をつまむという行為が味覚と嗅覚との間のコミュニケーションを阻止したためである。また、酸っぱいリンゴは硬く、甘いリンゴは柔らかく感じる。さらに飲料のTVコマーシャルは、コンビニで包装容器を見るという行為を介して、中身の香味評価に直感的で甚大な影響を及ぼす。これらの事実は知覚器官単一で「おいしさ」が評価されることは滅多に無い事を示唆している。したがって「おいしさ」の評価や創出技術には五感コミュニケーションの効果を定量的に評価するモデルが求められる。

先に述べたように「食感性工学」の主な目的は、「食」にまつわるヒト個人の五感コミュニケーション、さらには消費者間のコミュニケーション効果を起点とした顧客満足型の食品開発や加工プロセスの最適化などに役立つ手法を開発する事にある。筆者らが提唱した「食感性モデル」は、五感コミュニケーションのメカニズムを解析・評価することを目的とした数理モデルであり、食感性工学による新技術開発のプラットフォームとなっている。



相良泰行(さがら・やすゆき)

1946年生まれ。東京大学教授、農学博士。フリーズドライの世界的権威として著名。2002年に第13回国際乾燥シンポジウムにてクリオファルマ凍結乾燥賞を受賞している。近年は食感性工学の第一人者として活躍中。モダンジャズにも造詣が深い趣味人でもある。好きな食べ物はそば。