

「嗜好データ」と「味設計」で 規制の壁を越える



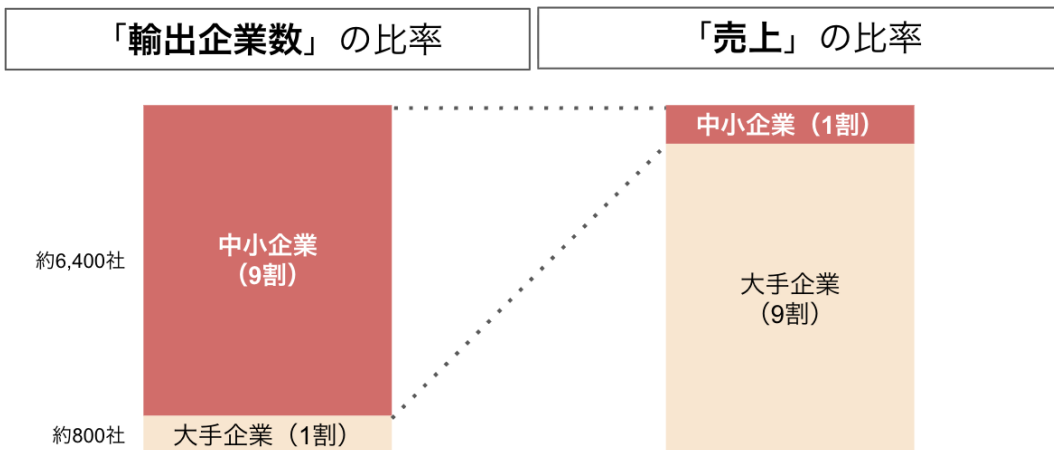
味香り戦略研究所

Taste & Aroma Strategic Research Institute

2025/10/03

マーケティング部 細井 信宏

中小企業の輸出件数は年々増加。しかし、輸出売上の9割は大手企業。原因は輸出障壁の高さ



※中小企業の約21%が輸出経験あり

原因は、輸出の障壁

規制対応

賞味期限延長

関税リスク

知的財産
人材リソース

マーケティング・商流

市場情報・ニーズ把握が不足し

現地嗜好とミスマッチ

日本の"おいしい" $\neq$ 海外の"おいしい"

課題① 規制対応
届けたい“おいしさ”が
作れない

課題② マーケティング
現地の“おいしい”と
ミスマッチ

味覚分析の機器



規制を回避しながら、味を再現する

味覚分析で科学的に裏付け

(例) 輸出不可の原料A → 規制OK原料Bで同じ味を再現

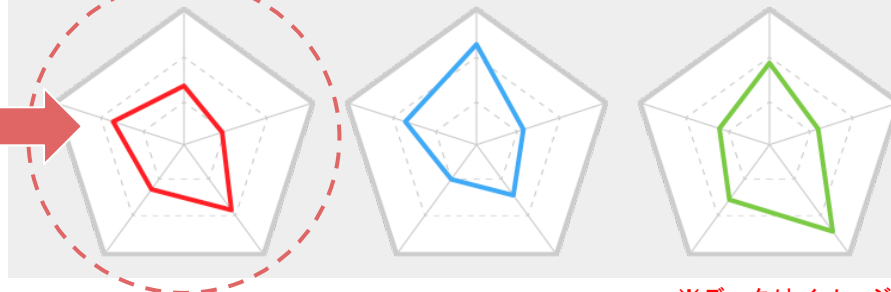
規制NG

例：食品添加物入りみりん



規制OK

例：食品添加物なしみりん



置き換え

※データはイメージです。

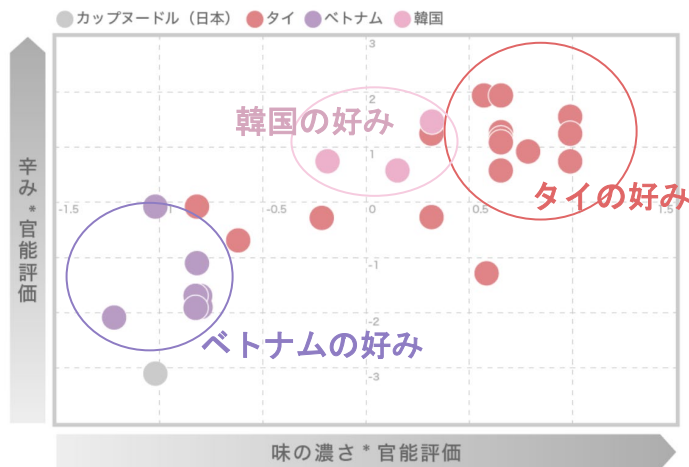
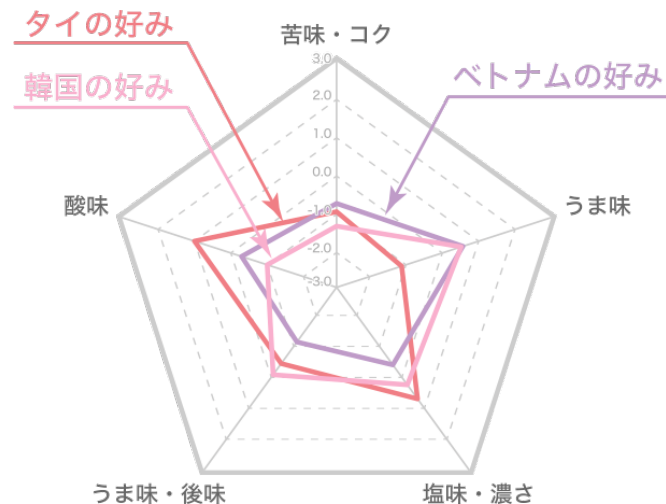
解決②：海外市場の味を分析

"好み"

各国消費者嗜好を分析して"売れる味"にチューニング

【味香り戦略研究所 調査, 2024】

1. 東南アジアのスープ分析：国ごとに塩味・酸味・辛みのバランスが顕著に異なり、香りの影響も大きい
2. 即席麺で裏付け分析：辛さと酸味の組み合わせが現地嗜好を反映していることを確認



輸出国に
合わせて

好まれる味
に調整する

おいしいを可視化する「味香り戦略研究所」

添加物規制により原料を変えるなら、現地好みの味に調整
することができる

創立22年

おいしさを科学的手法で
解き明かす専門機関

12万件の味覚データ

実績から導く
ソリューション設計と解析

年間550社対応

「何故おいしい・どうおいしい」
味の優位性を科学で証明

味覚分析 | におい分析 | 食感分析 | 官能評価 | 嗜好性調査 | ペアリング | 商品開発 等

海外展開を“感覚”から“データと戦略”に

市場ニーズや規制の壁を超え、日本の食を世界へ

マッチング会でお話しましょう。