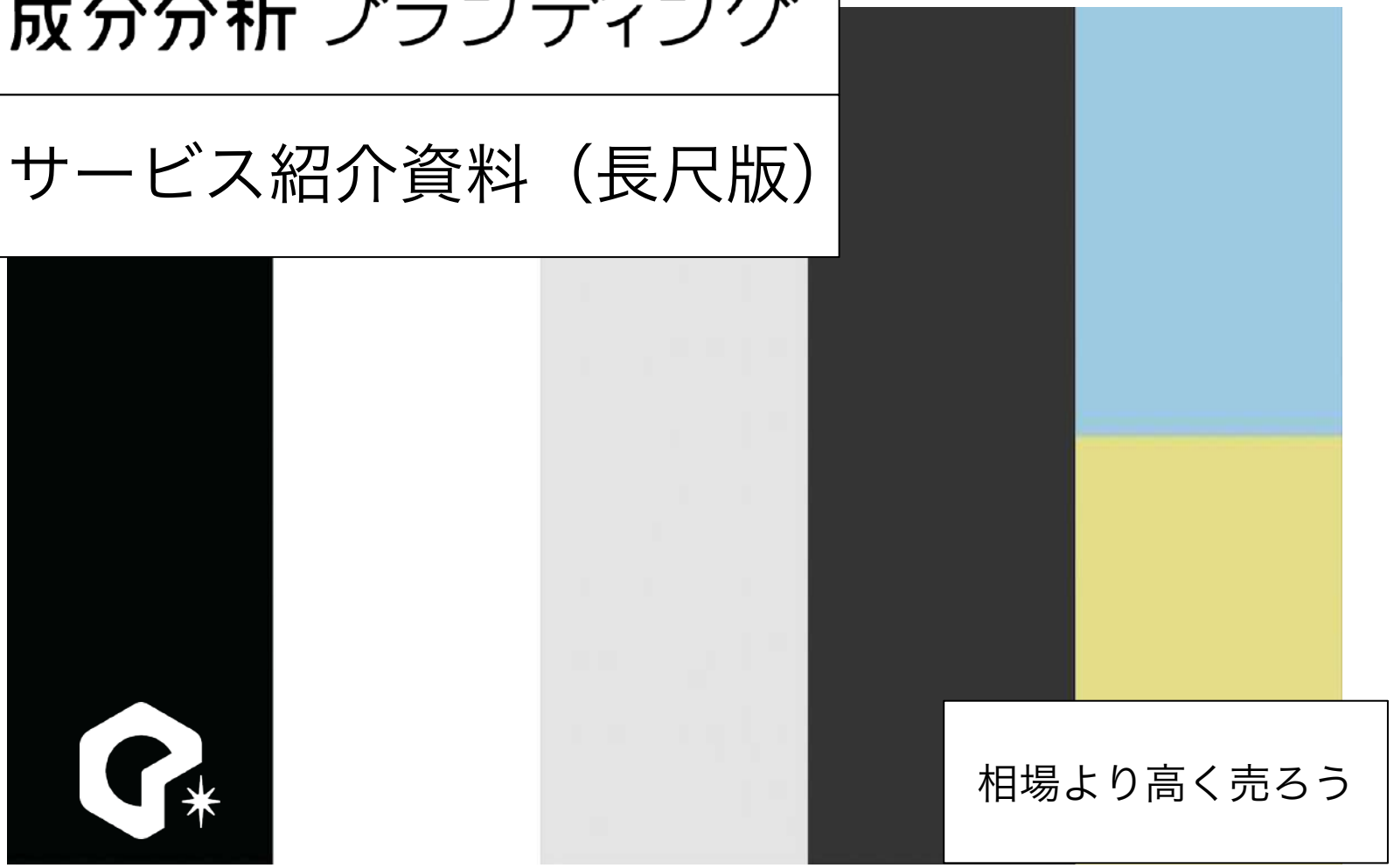
成分分析ブランディング

サービス紹介資料（長尺版）



相場より高く売ろう

食品の品質を数字で証明するブランディング

セミナー資料

dot science Inc.

01 成分分析ブランディングとは
02 事例紹介
03 分析までのストーリーと分析結果
04 これまでのサービスとの違い
05 料金について
06 納品までの流れ

01

成分分析ブランディングとは

成分分析ブランディングとは

いいものをつくる生産者が

相場よりも高く売ることを叶えるサービス

成分分析ブランディングとは

自社の食品と他社の食品の品質を、
数字で比較することで、競争力を証明します

事例

食用バラ YOKOTA ROSEは、

約3,840倍の香り高さを有している

※一般流通する食用バラとの比較

↓

相場の35倍で販売

これまでのサービスとの違い

GOALは「分析」ではなく「ブランディング」。
実務で使えるものを納品します

①	②	③	④
強みのヒアリング	**分析項目の立案** **比較食品の立案**	**分析の実施**	**わかりやすい** **レポートの提出**
独自の強みをヒアリングした上で分析項目を検討します	ブランディングにつながる分析項目や比較対象を提案します	必要な分析項目を絞った上で、機関と連携しながら分析します	品質を数値化したわかりやすい比較レポートを納品します

青 ＝ 成分分析ブランディング独自の要素

サービスを開始した背景

250名以上の生産者を訪問

課題

品質への努力は必ずしも価格競争力に結びつかない

土づくりに
こだわる農家

餌・飼育環境に
こだわる畜産家

鮮度を保つ処理に
こだわる漁師

良い素材・加工
をするメーカー

購入者にこだわりや努力が伝わらない

解決提案

食品の品質を科学的に数字で証明
ブランド力の向上と高価格化をサポート

食品の品質を科学者が分析

栄養、機能、品質、安全性といった目には見えない価値を可視化します

わかりやすく数字で評価

自社と他社の食品の品質を数字で比較することで差別化を実現します

相場より高く売ることを応援

品質で差別化してブランド力を向上することで高く売ることを応援します

いいものをつくる生産者を応援するために生まれました

10万円〜 の低コストでご利用いただけます

分析できる内容の例

甘味を
分析したい

旨味を
分析したい

香り高さを
分析したい

臭みのなさを
分析したい

雑菌の少なさを
分析したい

濃厚さを
分析したい

糖度の高さを
分析したい

食感の良さを
分析したい

etc…

01 成分分析ブランディングとは
02 事例紹介
03 分析までのストーリーと分析結果
04 これまでのサービスとの違い
05 料金について
06 納品までの流れ

02

事例紹介

成分分析ブランディング 事例

Case1

食用バラ YOKOTA ROSEは、

約3,840倍の香り高さを有している

※YOKOTA ROSEと一般流通する食用バラの比較

食用バラの相場の35倍の価格で
星付きレストランを中心に販売

一般流通する食用バラ20円/輪に対して
YOKOTA ROSEは700円/輪で販売を実現

Case2

魚伝の職人の干物は旨味を約2倍含み、

魚臭さが50%〜73%少ない

※魚伝の干物と工場生産の国内大手メーカーA社の干物の比較

相場5倍の高級干物として百貨
店を中心とした販路開拓に成功

一般流通する干物100円/枚に対して
魚伝の干物は500円/枚で販売を実現

成分分析ブランディング 事例

Case3

大森式流通が神経締めした魚は

旨味が約2倍〜27倍多い

大森式流通が処理した魚と野締めをした魚の比較

複数のミシュラン星付きレストランに高価格帯で愛用される

Case4

食用花ブランドAYUMIのビオラは

全食材で最もポリフェノールが多い

※ポリフェノール総量として15,000mg/100g程度を有し
世界で最も含有量が多いとされるマキベリーよりも多い

美容・健康食品のカテゴリから問い合わせが増加している

成分分析ブランディング 事例

Case5

釜戸と薪火でつくる笠原餅店の餅は

やわらかさが約4倍、なめらかさが約2倍、くちどけの良さが約1.5倍である

笠原餅店の切り餅と工場生産の国内大手メーカーA社の切り餅の比較

相場5倍の高級餅として通販を中心とした販路開拓に成功

一般流通する大手の切り餅0.67円/gに対して、笠原餅店の切り餅は3.43円/gで販売を実現

01 成分分析ブランディングとは
02 事例紹介
03 分析までのストーリーと分析結果
04 これまでのサービスとの違い
05 料金について
06 納品までの流れ

03

分析までのストーリーと分析結果

成分分析
ブランディング
BY FOOD SCIENCE LAB

生産者の
ストーリー

01

創業120年
真鶴干物専門店 魚伝
5代目の職人 青木良磨さんによる
手づくり干物
story

干物マーケットの状況について

干物業界の市場規模は横ばいだが、
職人の1/3は廃業している

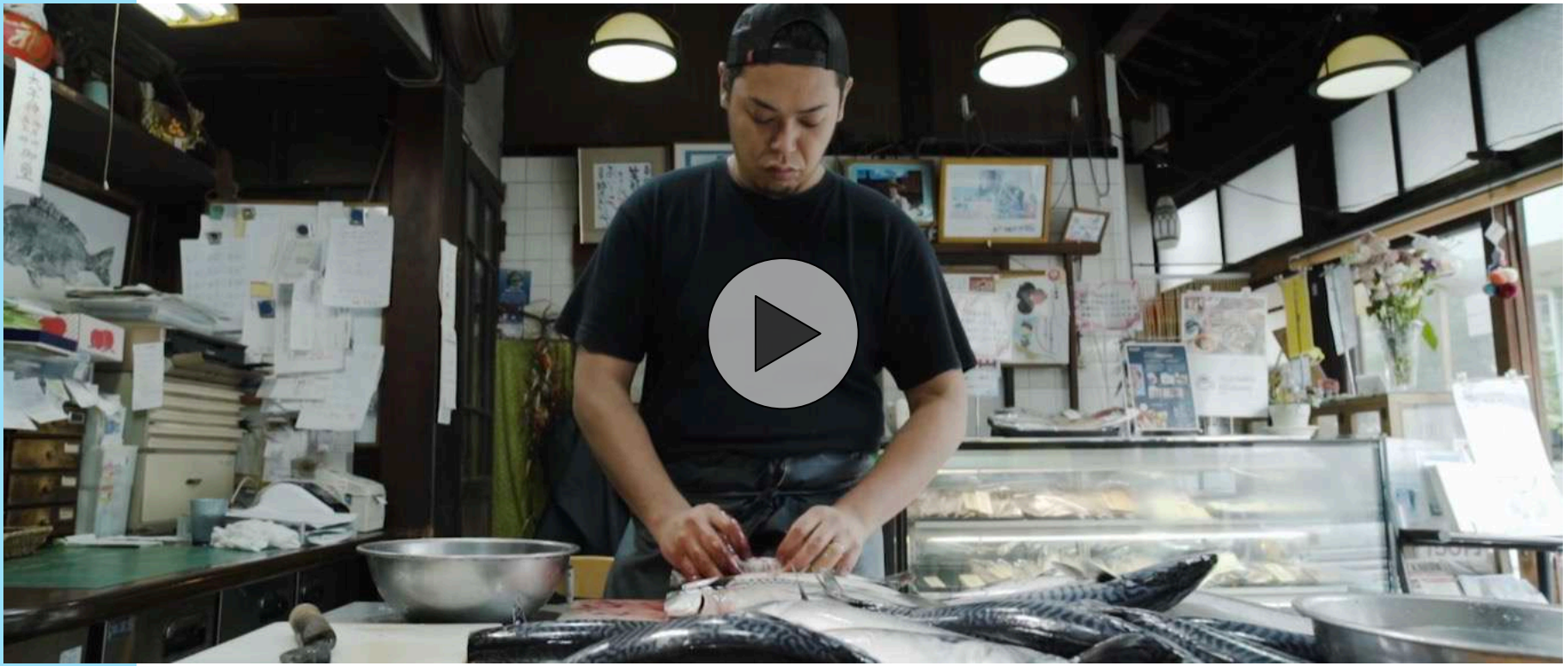
- **干物業界 2002年 – 2016年のデータ**
- ✓ **市場規模は横ばい**
  2002年：2,613億円 → 2016年：2,616億円
- ✓ **職人は33%減少**
  4-29人の小規模の事業者数

工場生産の安価な干物がマーケットを席巻している？

story

参考：経済産業省　2018年工業統計調査

干物づくりのストーリー（動画）



■動画再生リンク

story

港町 真鶴町

story

目利きした良い魚を扱う

story

story

秘伝のつけ汁に漬ける
つけ汁は継ぎ足さずに
新しいものを使うことで、
臭みが出ないようにする
story

絶妙な乾燥具合で
ソフトに仕上げた干物

story

成分分析ブランディングに期待することとは？

工場生産の干物にはない

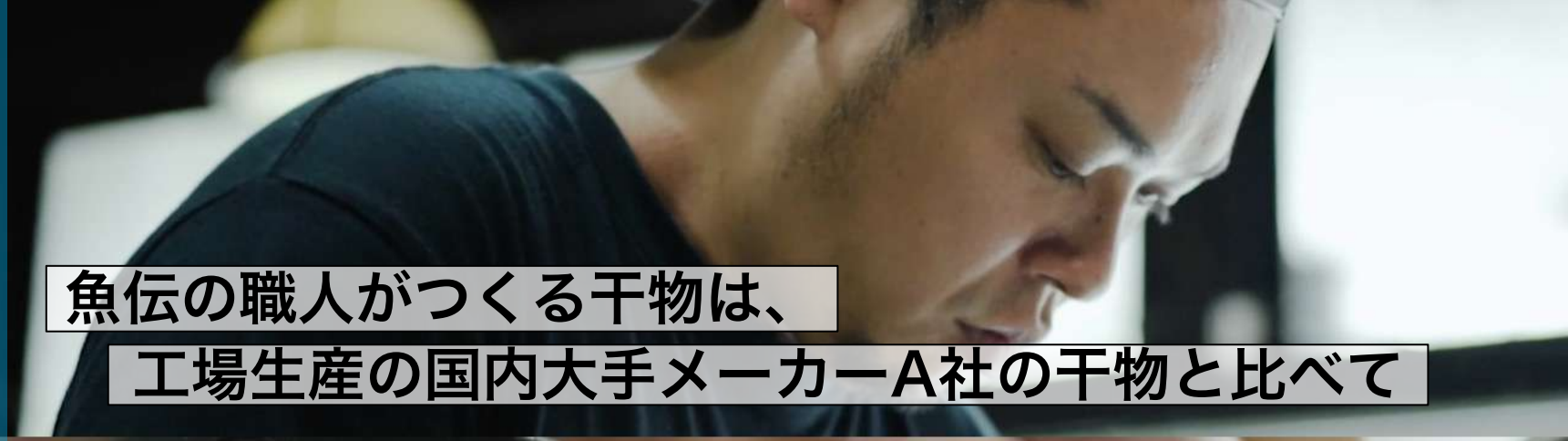
職人がつくる干物の価値を証明したい

story

成分分析ブランディングの実施

魚伝の職人の干物と工場生産の国内大手メーカーA社の干物の「旨味」と「臭み」を分析して比較

story



魚伝の職人がつくる干物は、
工場生産の国内大手メーカーA社の干物と比べて

旨味が約2倍 臭味が73%以下
だと数字で証明

story

story

価格に見合う職人の技術を証明

相場の5倍の金額で百貨店を中心に取引きが拡大

一般流通する干物100円/枚に対して、魚伝の干物は500円/枚で販売を実現

有限会社 魚伝 御中

手づくり干物
成分分析 結果レポート（例）

2021. 03

dot science株式会社

1 結論

2 分析結果

3 分析の詳細

1 結論

対象の食品

魚伝の手づくり干物

は

分析の結果

工場生産の国内大手メーカーA社の干物と比較して

旨味が1.63〜2.03倍多く、

魚臭さが73.86%少ない

したがって

食味に優れた干物

である

成分分析ブランディング

2 分析結果

なにを	どこと比べて	どのような品質が	どれくらい違ったのか
対象の食品	**比較した食品**	**分析項目**	**結果**
魚伝の手づくり干物	工場生産の国内大手 メーカーA社の干物	**旨味成分** ①　イノシン酸 ②　グルタミン酸	1.63～2.03倍多い
		臭み成分 ①　過酸化脂質	73.86%少ない

成分分析ブランディング

3 分析の詳細

01

分析概要

1-1. 干物の旨味の多さ

1-2. 干物の臭味の少なさ

上記の2点の品質を証明することで、食品の差別化を図ります。

02

分析サンプル

2-1. 魚伝の手づくり干物

2-2.工場生産の国内大手
メーカーA社の干物※

※実際には企業名が入ります

03

分析項目

3-1. 旨味成分

✓ イノシン酸
✓ グルタミン酸

3-2. 臭味成分

✓ 過酸化脂質

04

分析期間

2019年8月1日～9月30日

成分分析ブランディング

01

対象の食品

魚伝の手づくり干物

の

分析項目

旨味の多さ

臭みの少なさ

を分析しました

成分分析ブランディング

02

対象の食品

魚伝の手づくり干物

と

比較する食品A

工場生産の国内大手メーカーA社の干物

を 比較しました

成分分析 ブランディング

03

分析する成分	成分詳細
旨味成分	イノシン酸
	グルタミン酸
臭み成分	過酸化脂質

の

を分析しました

成分分析ブランディング

04

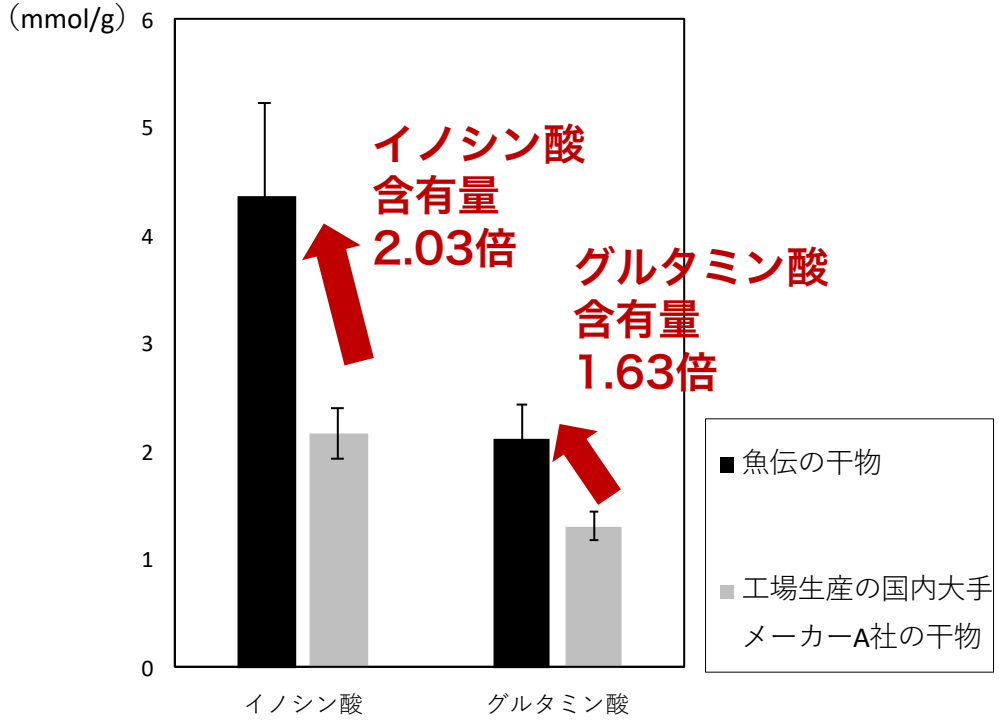
分析期間

2019年8月1日 ～ 2019年9月30日

✳　旨味成分について

「魚伝の手づくり干物」は工場生産の国内大手メーカーA社の干物よりも旨味が1.63～2.03倍

干物の代表的な旨味成分であるイノシン酸とグルタミン酸を定量。イノシン酸およびグルタミン酸の含有量は魚伝の干物では4.38mmol/g、2.12mmol/gであり、工場生産の国内大手メーカーA社の干物の2.16mmol/g、1.30mmol/gと比較して、それぞれ2.03倍、1.63倍多かった。



魚伝の干物および工場生産の国内大手メーカーA社の干物の
イノシン酸およびグルタミン酸の含有量の平均値±標準誤差(n=3)

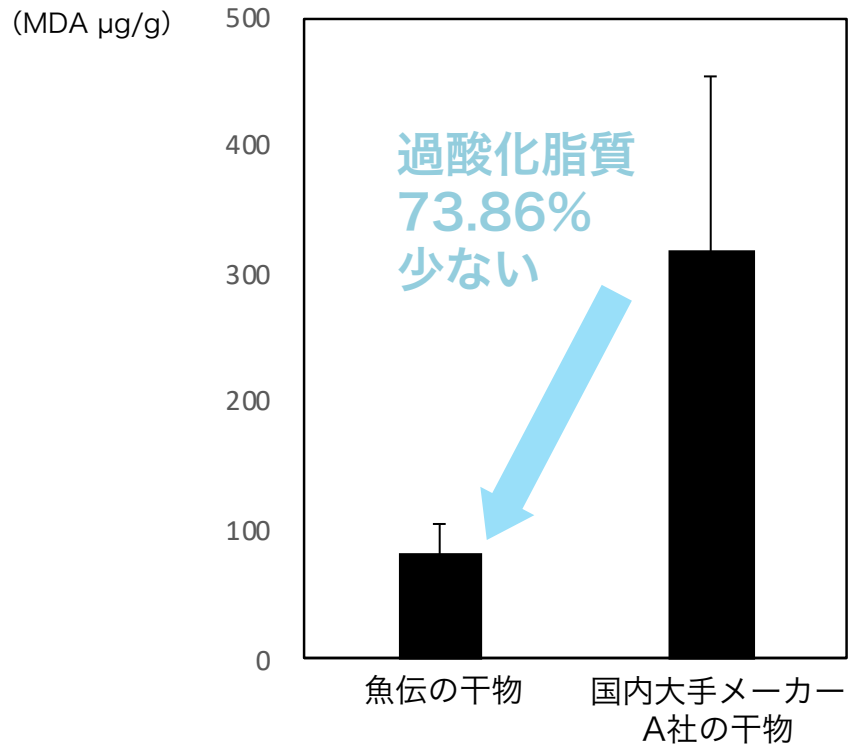
※分析数値については小数点第3位を四捨五入し記載
倍率については四捨五入しない数値をもとに算出し記載

成分分析ブランディング

✳　臭み成分について

「魚伝の手づくり干物」は工場生産の国内大手メーカーA社の干物よりも臭みが74%少ない

魚の臭みの成分元である過酸化脂質を定量。魚伝の干物では83.13μg/gであり、工場生産の国内大手メーカーA社の干物の318.01μg/gと比較して73.86%低かった。



魚伝の干物および工場生産の国内大手メーカーA社の干物の
過酸化脂質の含有量の平均値±標準誤差(n=3)

※分析数値については小数点第3位を四捨五入し記載
倍率については四捨五入しない数値をもとに算出し記載

成分分析ブランディング

成分分析ブランディング

2019年8月1日 ～ 2019年9月30日

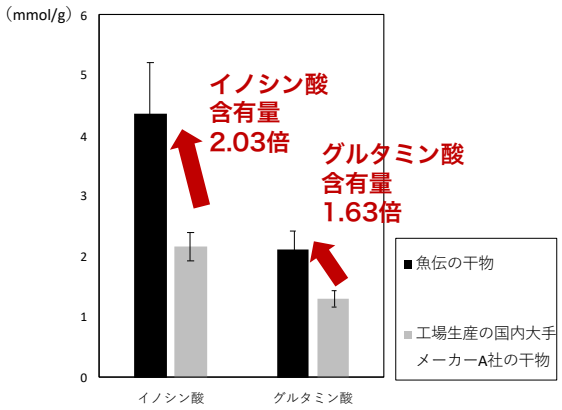
結論

魚伝の手づくり干物は工場生産の国内大手メーカーA社の干物と比較して旨味が1.63～2.03倍多く、魚臭さが73.86%少ない。したがって食味に優れた干物である。

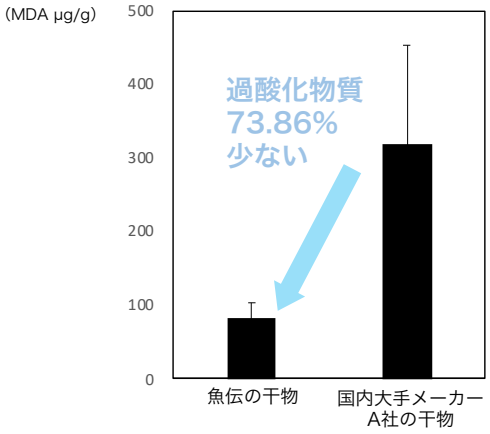
分析した食品

	魚伝の手づくり干物	工場生産の国内大手メーカーA社の干物	-
旨味成分 ① イノシン酸 ② グルタミン酸	① 4.38mmol/g ② 2.12mmol/g	① 2.16mmol/g ② 1.30mmol/g	-
臭み成分 ① 過酸化脂質	① 83.13μg/g	① 318.01μg/g	-

分析結果



魚伝の干物および工場生産の国内大手メーカーA社の干物の
イノシン酸およびグルタミン酸の含有量の平均値±標準誤差(n=3)

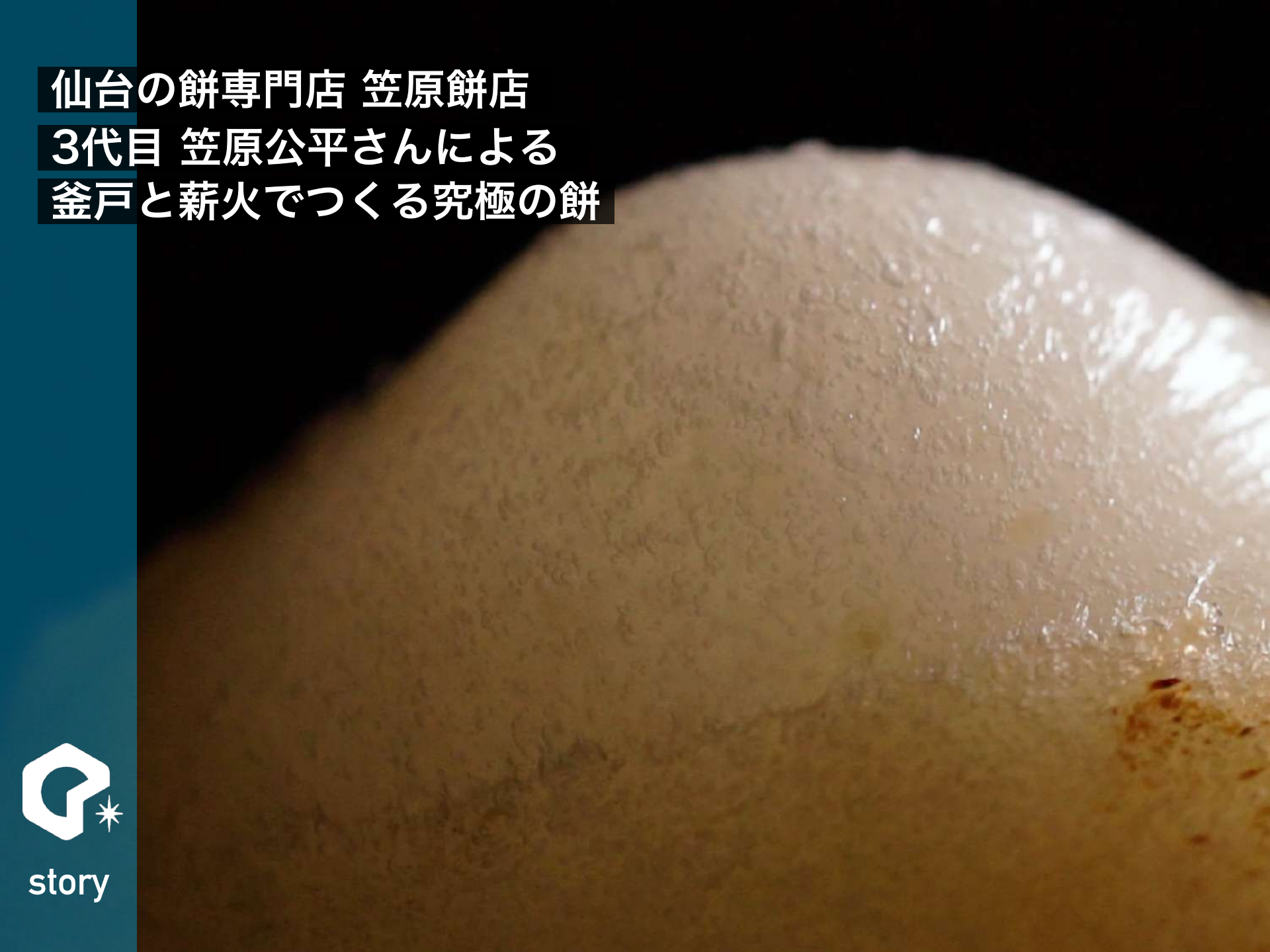


魚伝の干物および工場生産の国内大手メーカーA社の干物の
過酸化脂質の含有量の平均値±標準誤差(n=3)

成分分析
ブランディング
BY FOOD SCIENCE LAB

生産者の
ストーリー

02



story

餅マーケットの状況について

餅の単価が減少。職人の1/3は廃業している

- **餅業界 2001年 – 2017年のデータ**

✓ **市場規模は微減**

2001年：514億円、2017年：477億円

✓ **餅の単価は38%下落**

20年前の単価との比較

✓ **職人は37%減少**

4-9人の小規模の事業者数

工場生産の安価な餅がマーケットを席巻している

story

参考：経済産業省　2018年工業統計調査

餅づくりのストーリー（動画）

■動画再生リンク

story

宮城県黒川郡

story

実家を含めて地元でとれた
おいしい餅米を使用
story

釜戸と薪火でつくる
昔ながらの製法
story

火を手と目でコントロールしながら

餅米を蒸す

story

ついて餅に仕上げる

story

とろける口溶けの

極上の餅が完成

story

成分分析ブランディングに期待することとは？

工場生産の餅にはない
職人が釜戸と薪火でつくる
餅の価値を証明したい

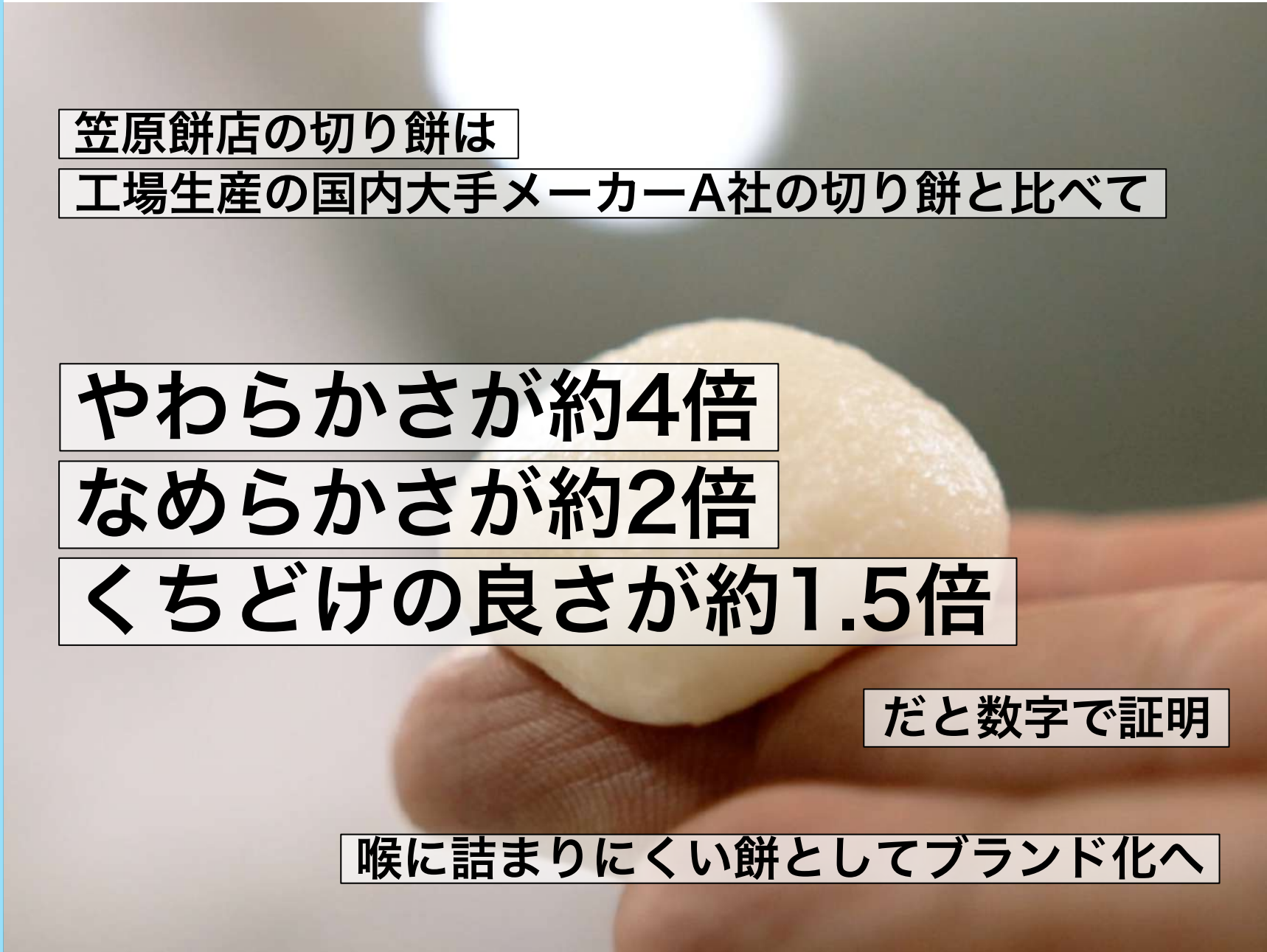
story

成分分析ブランディングの実施

笠原餅店の餅と工場生産の国内大手メーカーA社の
切り餅の「物性」と「消化性」を分析して比較

story

成分分析ブランディングの結果



笠原餅店の切り餅は
工場生産の国内大手メーカーA社の切り餅と比べて

やわらかさが約4倍
なめらかさが約2倍
くちどけの良さが約1.5倍

だと数字で証明

喉に詰まりにくい餅としてブランド化へ

story

成分分析ブランディングの効果

story

笠原餅店 御中

笠原餅店の切り餅
成分分析 結果レポート（例）

2021. 03

dot science株式会社

1 結論

2 分析結果

3 分析の詳細

1 結論

対象の食品

笠原餅店の切り餅

は

分析の結果

工場生産の国内大手メーカーA
社の切り餅と比較して
やわらかさが4.11倍
なめらかさが1.90倍
口どけのよさが1.55倍
したがって
喉に詰まりにくい切り餅

である

成分分析ブランディング

2 分析結果

なにを	どこと比べて	どのような品質が	どれくらい違ったのか
対象の食品	**比較した食品**	**分析項目**	**結果**
笠原餅店の切り餅	工場生産の国内大手メーカーA社の切り餅	**物性** ① 硬度 ② 付着性	① 4.11倍やわらかい ② 1.90倍なめらか
		消化性 ① 消化酵素アミラーゼに浸漬させた際のグルコースの生成量	1.55倍多い

3 分析の詳細

01

分析概要

1-1. 切り餅のやわらかさ

1-2. 切り餅のなめらかさ

1-3. 切り餅の口どけの良さ

上記の3点の品質を証明することで、食品の差別化を図ります。

02

分析サンプル

2-1. 笠原餅店の切り餅

2-2.工場生産の国内大手
メーカーA社の切り餅※

※実際には企業名が入ります

03

分析項目

3-1. 物性

✓ 硬度
✓ 付着性

3-2. 消化性

✓ 消化酵素アミラーゼに浸透させた際のデンプンの分解量

04

分析期間

2020年11月1日～2021年1月15日

成分分析ブランディング

01

対象の食品

笠原餅店の
切り餅

の

分析項目

やわらかさ

なめらかさ

口どけのよさ

を分析しました

成分分析ブランディング

02

対象の食品

笠原餅店の
切り餅

と

比較する食品A

工場生産の
国内大手
メーカーA
社の切り餅

を 比較しました

成分分析 ブランディング

03

分析する成分

物性

の

成分詳細

硬度

荷重を測定

付着性

引き離す力を測定

を分析しました

03

分析する成分

消化性

の

成分詳細

グルコース分解量

切り餅を人口唾液(消化酵素アミラーゼ）に浸漬した後のでんぷんがグルコースに分解された量

を分析しました

成分分析ブランディング

04

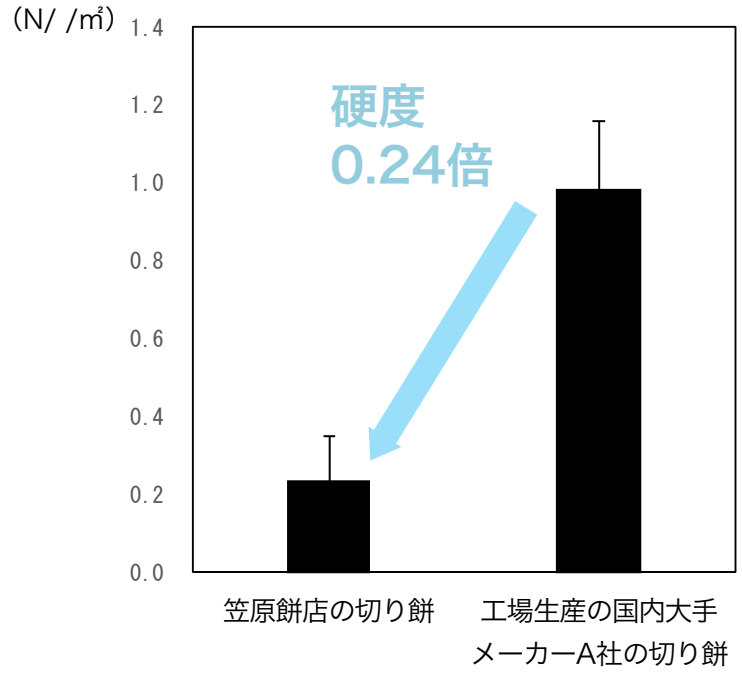
分析期間

2020年11月1日 ～ 2021年1月15日

✳　物性について

「笠原餅店の切り餅」は工場生産の国内大手メーカーA社の切り餅よりも4.11倍やわらかい

硬度は荷重にて測定。笠原餅店の切り餅の硬度は0.24N/㎡であり、工場生産の国内大手メーカーA社の切り餅の0.99N/㎡と比較して0.24倍であった。つまり笠原餅店の切り餅の方が工場生産の国内大手メーカーA社の切り餅より4.11倍やわらかい。



笠原餅店の切り餅および工場生産の国内大手メーカーA社の切り餅の
硬度の平均値±標準誤差(n=3)

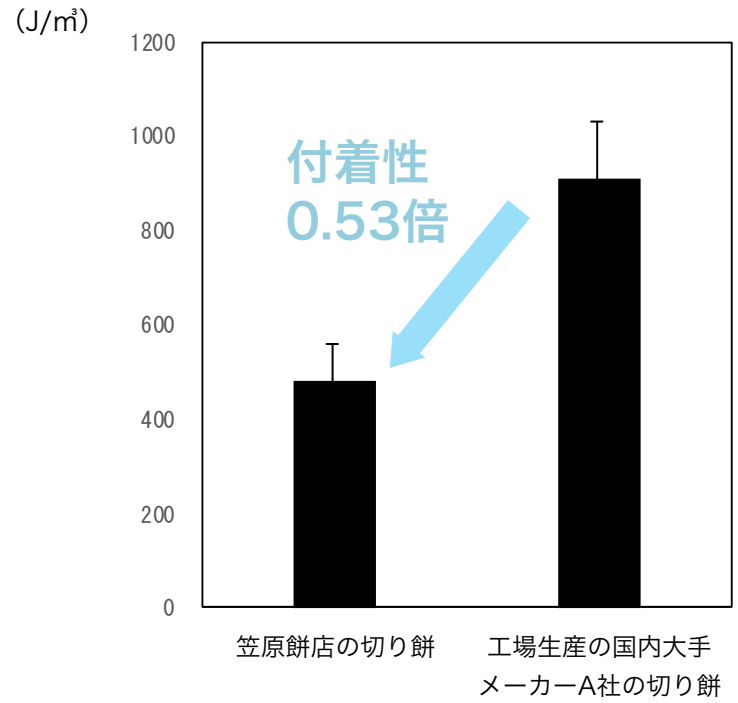
※分析数値については小数点第3位を四捨五入し記載
倍率については四捨五入しない数値をもとに算出し記載

成分分析ブランディング

✳ 物性について

「笠原餅店の切り餅」は工場生産の国内大手メーカーA社の切り餅よりもなめらかさが1.90倍

付着性は荷重とともに引き離す力にて測定。笠原餅店の切り餅の付着性は478.9J/㎥であり、工場生産の国内大手メーカーA社の切り餅の912.1J/㎥と比較して0.53倍であった。つまり笠原餅店の切り餅の方が工場生産の国内大手メーカーA社の切り餅より1.90倍なめらかである。



笠原餅店の切り餅および工場生産の国内大手メーカーA社の切り餅の
付着性の平均値±標準誤差(n=3)

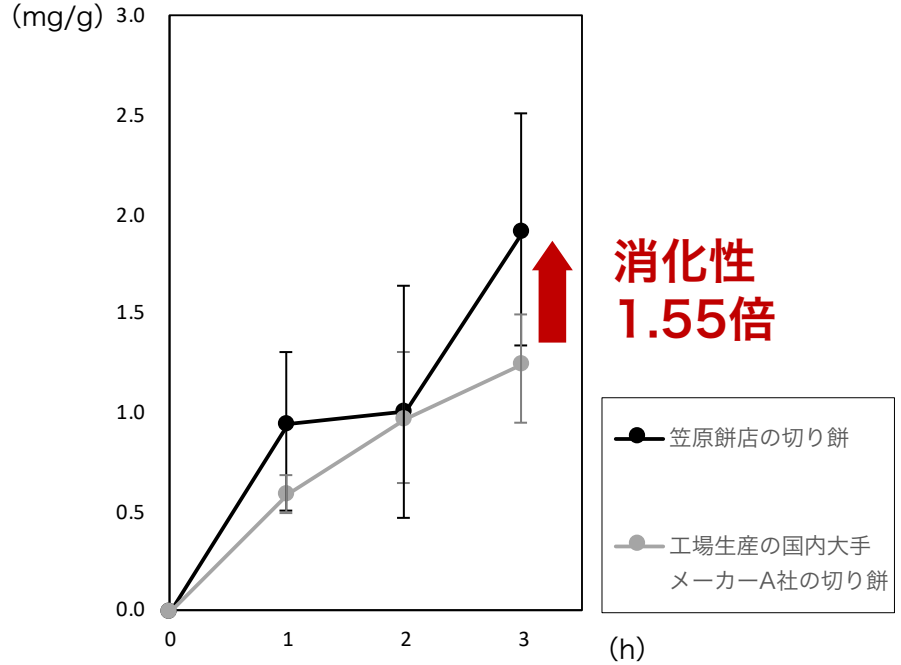
※分析数値については小数点第3位を四捨五入し記載
倍率については四捨五入しない数値をもとに算出し記載

成分分析ブランディング

✳ 消化性について

「笠原餅店の切り餅」は工場生産の国内大手メーカーA社の切り餅よりも消化性が1.55倍

切り餅を人口唾液（アミラーゼ：消化酵素）に浸漬させ、餅のでんぷんがグルコースに分解された量を調べることで測定。浸漬3時間後のグルコースの値は笠原餅店の切り餅は1.91mg/gであり、工場生産の国内大手メーカーA社の切り餅の1.24mg/gと比較して1.55倍であった。



笠原餅店の切り餅および工場生産の国内大手メーカーA社の切り餅の人工唾液アミラーゼによるデンプンのグルコース分解量の1時間ごとの経時平均値±標準誤差(n=3)

※分析数値については小数点第3位を四捨五入し記載
倍率については四捨五入しない数値をもとに算出し記載

成分分析ブランディング

成分分析 ブランディング

2020年11月1日 ～ 2021年1月15日

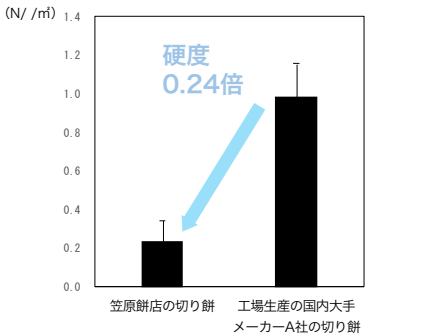
結論

笠原餅店の切り餅は工場生産の国内大手メーカーA社の切り餅と比較してやわらかさが4.11倍、なめらかさが1.90倍、口どけのよさが1.55倍であった。したがって喉に詰まりにくい切り餅である。

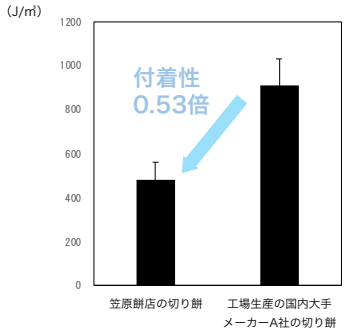
分析した食品

	笠原餅店の切り餅	工場生産の国内大手メーカーA社の切り餅	-
物性 ① 硬度 ② 付着性	① 0.24N/㎡ ② 478.9J/㎥	① 0.99N/㎡ ② 912.1/㎥	-
消化性 ① 人口唾液による餅のデンプンのグルコースの分解量	① 1.91mg/g（人口唾液の浸漬3時間後）	① 1.24mg/g（人口唾液の浸漬3時間後）	-

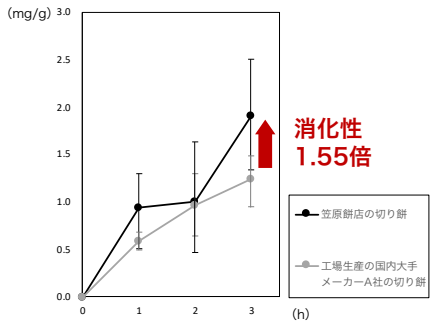
分析結果



笠原餅店の切り餅および工場生産の国内大手メーカーA社の切り餅の硬度の平均値±標準誤差(n=3)



笠原餅店の切り餅および工場生産の国内大手メーカーA社の切り餅の付着性の平均値±標準誤差(n=3)



笠原餅店の切り餅および工場生産の国内大手メーカーA社の切り餅の人工唾液アミラーゼによるデンプンのグルコース分解量の1時間ごとの経時平均値±標準誤差(n=3)

成分分析
ブランディング
BY FOOD SCIENCE LAB

生産者の
ストーリー

03

平塚のバラ農家 横田園芸
横田敬一さんによる
自然栽培の食用バラ
story

エディブルフラワーマーケットの状況について

慣行農法で農薬使用の食用花が安価で流通

マーケットシェア8割を占める産地の食用花の店頭価格

食用バラ	20円/輪
エディブルフラワーMIX	200円-300円/1パック

※2021年1月時点での都内百貨店およびスーパー等の店頭価格を参照

story

食用バラづくりのストーリー（動画）

■動画再生リンク

story

神奈川県平塚市

story

story

story

story

story

成分分析ブランディングに期待することとは？

手間暇をかけた分だけ
慣行農法の食用バラとは差別化したい

story

成分分析ブランディングの実施

横田さんの食用バラと慣行農法の食用バラの「香り成分」の含有量を分析して比較

ていねいな仕事の価値は証明できるのか？

story

成分分析ブランディングの結果

横田さんの食用バラは
一般流通する慣行農法の食用バラと比較して

約3,840倍の香り高さであることを数字で証明

story

成分分析ブランディングの効果

相場の35倍の高価格で

星付きレストランを中心に販路開拓に成功

一般流通する食用バラ20円/輪に対して、YOKOTA ROSEは700円/輪で販売を実現

story

横田園芸 御中

食用バラ YOKOTA ROSE
成分分析 結果レポート（例）

2021. 03

dot science株式会社

1 結論

2 分析結果

3 分析の詳細

1 結論

対象の食品

食用バラ
YOKOTA ROSE

は

分析の結果

慣行栽培をする全国トップシェアの食用バラと比較して
香り成分の含有量が
3,848.55倍多い
したがって
香り高さにおいて
圧倒的に優位性がある食用バラ

である

成分分析ブランディング

2 分析結果

なにを	どこと比べて	どのような品質が	どれくらい違ったのか
対象の食品	比較した食品	分析項目	結果
食用バラ YOKOTA ROSE	全国トップシェアの 慣行栽培で育てた 食用バラ	**香り成分** バラ様香気成分	3,848.55倍多い

成分分析ブランディング

3 分析の詳細

01

分析概要

1-1. 食用バラの香り高さ

上記の1点の品質を証明することで、食品の差別化を図ります。

02

分析サンプル

2-1. YOKOTA ROSE

2-2. 慣行栽培の食用バラ

※実際には企業名が入ります

03

分析項目

3-1. 香り成分
✓ バラ様香気成分

04

分析期間

2018年11月1日〜12月20日

成分分析ブランディング

01

対象の食品

食用バラ
YOKOTA
ROSE

の

分析項目

香り成分

を分析しました

成分分析 ブランディング

02

対象の食品

食用バラ
YOKOTA
ROSE

と

比較する食品A

慣行栽培の
食用バラ

を 比較しました

成分分析 ブランディング

03

分析する成分

香り成分

の

成分詳細

バラ様
香気成分

を分析しました

成分分析ブランディング

04

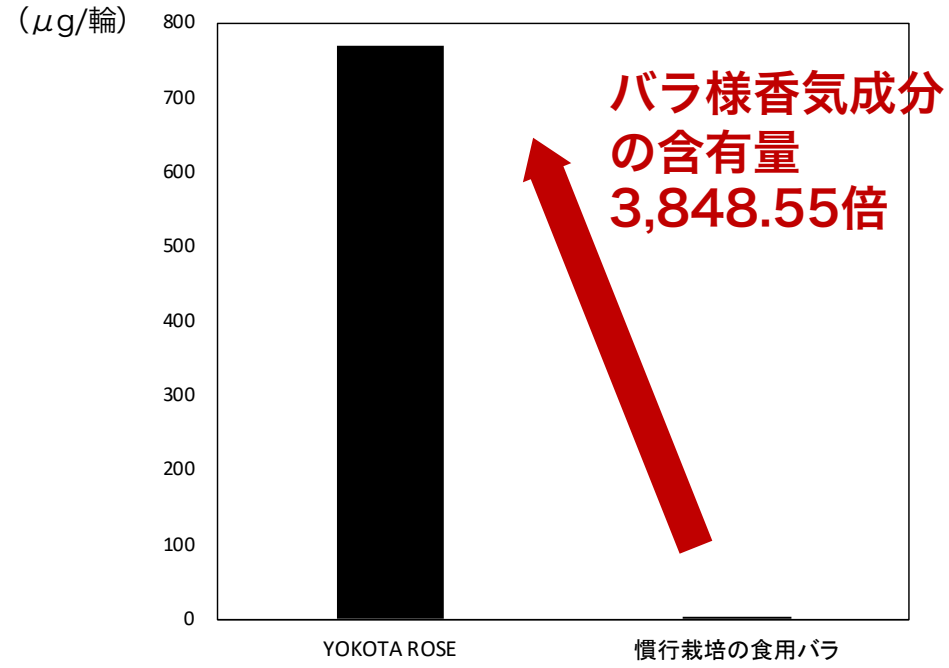
分析期間

2018年11月1日～2018年12月20日

✳　香り成分について

「食用バラ YOKOTA ROSE」は慣行栽培の食用バラよりも香り高さが3,848.55倍

香り成分であるバラ様香気成分を定量。YOKOTA ROSEのバラ1輪あたりのバラ様香気成分の含有量は769.71μg/輪であり、慣行栽培の食用バラの0.20μg/輪と比較して3,848.55倍であった。



YOKOTA ROSEおよび慣行栽培の食用バラの1輪あたりの
バラ様香気成分の含有量

※分析数値については小数点第3位を四捨五入し記載
倍率については四捨五入しない数値をもとに算出し記載

成分分析ブランディング

成分分析 ブランディング

2018年11月1日 ～ 2018年12月20日

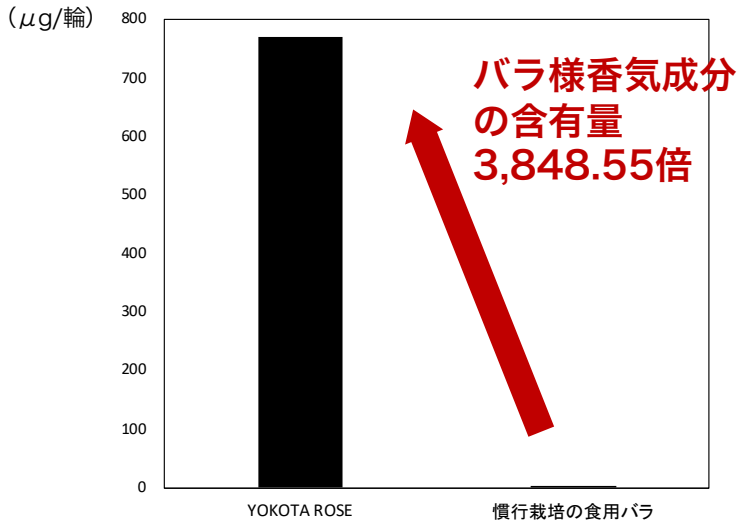
結論

食用バラYOKOTA ROSEは慣行栽培をする全国トップシェアの食用バラと比較して香り成分の含有量が3,848.55倍多い。したがって香り高さにおいて圧倒的に優位性がある食用バラである。

分析した食品

	食用バラ YOKOTA ROSE	慣行栽培の食用バラ	-
香り成分 ① バラ様香気成分	① 769.71μg/輪	① 0.20μg/輪	-

分析結果



YOKOTA ROSEおよび慣行栽培の食用バラの1輪あたりの
バラ様香気成分の含有量

※分析数値については小数点第3位を四捨五入し記載。倍率については四捨五入しない数値をもとに算出し記載

01 成分分析ブランディングとは
02 事例紹介
03 分析までのストーリーと分析結果
04 これまでのサービスとの違い
05 料金について
06 納品までの流れ

04

これまでのサービスとの違い

これまでのサービスとの違い

GOALは「分析」ではなく「ブランディング」
実務で使えるものを納品します

①	②	③	④
強みのヒアリング	**分析項目の立案 比較食品の立案**	**分析の実施**	**わかりやすい レポートの提出**
独自の強みをヒアリングした上で分析項目を検討します	ブランディングにつながる分析項目や比較対象を提案します	必要な分析項目を絞った上で、機関と連携しながら分析します	品質を数値化したわかりやすい比較レポートを納品します

青 ＝ 成分分析ブランディング独自の要素

成分分析ブランディングの強み

01 早い

02 安い

03 わかりやすい

04 自社ブランドで実績がある

これまでのサービスとの違い

	これまでの成分分析の課題	成分分析ブランディング
早さ	専門知識必要。何をいくらで分析ができるのかが分かりづらいので、申し込みするまでに余計な時間がかかる	専門知識不要。何をいくらで分析ができるのかが分かりやすいのでスムーズに利用ができる
安さ	商材の特徴に合わせて分析項目を絞る機能がない	必要な項目に絞って分析を実施
わかりやすさ	納品されたレポートを読解するために専門的な知識が要求されるので実務で使いづらい	自社と他社の食品の品質を数字で比較し、簡潔なレポートにまとめるので実務で使いやすい
ブランディングの実績	業務が成分分析に留まるのでブランディングの成功体験がない	自社で複数の食品ブランドを展開。品質を証明して相場の5倍以上で販売している実績がある

これまでのサービスとの違い – 早さについて

研究者が分析内容の立案をサポート。
専門知識不要でご利用を開始していただけます

POINT

ヒアリングシートにご記入いただいた内容をもとに、

弊社研究者より
お客様の目的に対して
最適な分析方法を提案＆サポート

いたします

これまでのサービスとの違い – 安さについて

商材の特徴に合う分析項目だけに絞った提案をします。
全国のパートナー大学とオンラインで運用します

成分分析ブランディング

研究設備をもつ
全国のパートナー大学

成分分析
ブランディング
BY FOOD SCIENCE LAB

在籍科学者
Scientist

分析
提携

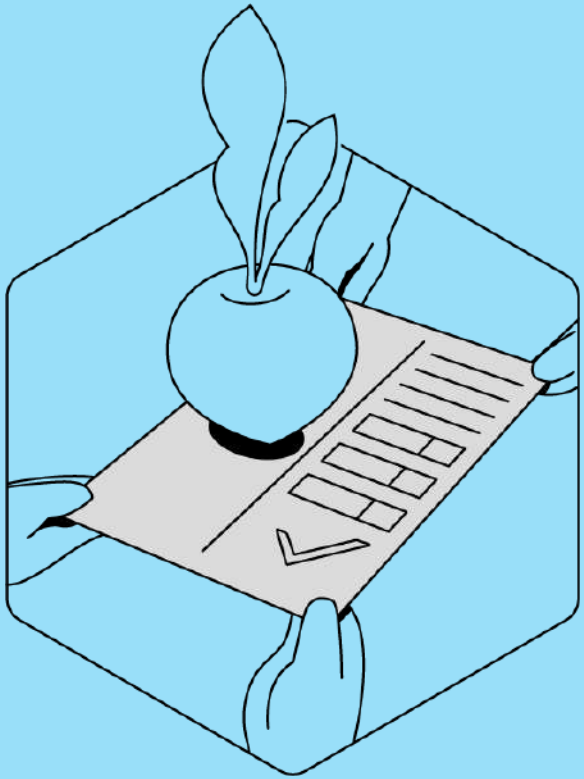
大学A

大学B

大学C

これまでのサービスとの違い – わかりやすさについて①

これまでの成分分析のレポートは、専門用語が多くて読解に専門知識が必要なため、実務で使いづらいことが課題でした



他社の分析レポートのイメージ

No.XXXXXXXX-X

分析成績書（イメージ）　2019年X月X日

依頼者：dot science株式会社

検体名：魚伝の干物および大手メーカーの干物

XX分析センター

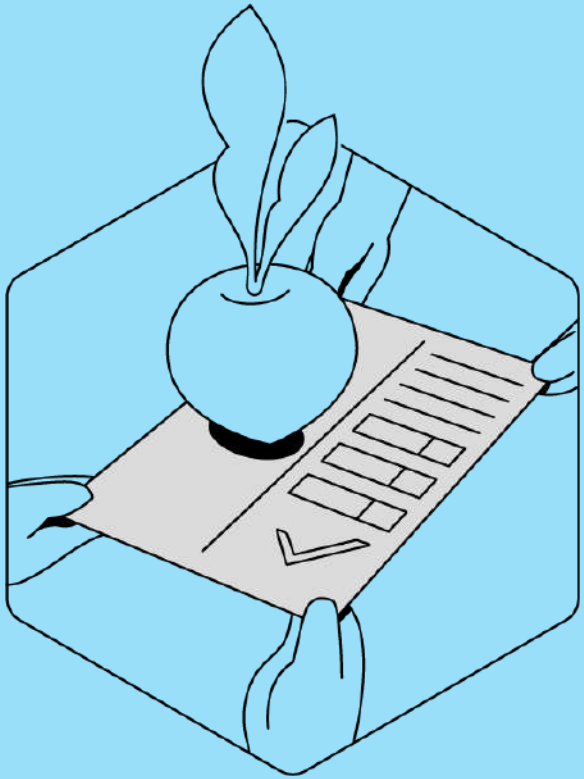
担当　XXXX

分析結果

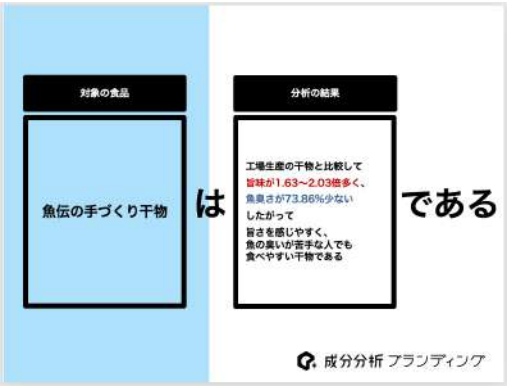
検体名	分析項目	結果	単位	分析方法
魚伝の干物1	過酸化脂質（MDA）	61.31	μg/g	過酸化物価(PV)法
魚伝の干物2	過酸化脂質（MDA）	96.52	μg/g	同上
魚伝の干物3	過酸化脂質（MDA）	91.55	μg/g	同上
大手メーカーの干物1	過酸化脂質（MDA）	231.98	μg/g	同上
大手メーカーの干物2	過酸化脂質（MDA）	238.20	μg/g	同上
大手メーカーの干物3	過酸化脂質（MDA）	483.85	μg/g	同上
魚伝の干物1	IMP（イノシン酸）	1695	mg/g	HPLCにて定量
魚伝の干物2	IMP（イノシン酸）	1340	mg/g	同上
魚伝の干物3	IMP（イノシン酸）	1538	mg/g	同上
大手メーカーの干物1	IMP（イノシン酸）	361	mg/g	同上
大手メーカーの干物2	IMP（イノシン酸）	1146	mg/g	同上
大手メーカーの干物3	IMP（イノシン酸）	751	mg/g	同上

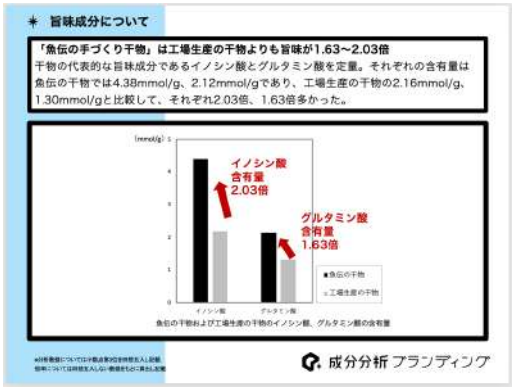
これまでのサービスとの違い – わかりやすさについて②

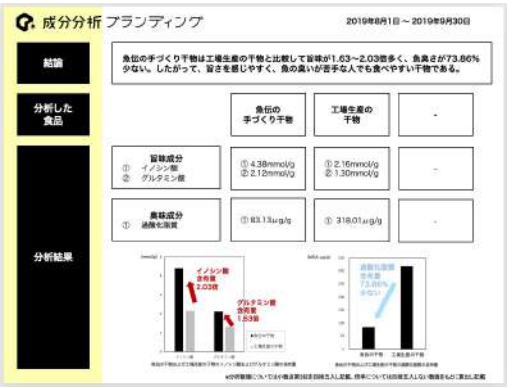
それに対して成分分析ブランディングでは、自社と他社の食品の品質を数字で比較し、簡潔なレポートにまとめるので、実務で使いやすい状態で納品します



成分分析ブランディングの分析レポート







これまでのサービスとの違い – ブランディングの実績

実際に自社ブランドの食品の品質の高さを証明した上で相場よりも高く販売している実績があります

これまでに立ち上げた自社ブランド

EDIBLE GARDEN	オンラインシェアNo.1のエディブルフラワー専門店	**相場の35倍**で食用バラをプロデュース
THE OMOCHI Quality Taste From Old-Time Methods	釜戸と薪火でつくる究極の餅	**相場の5倍**で切り餅をプロデュース
Atarashii Himono	干物を究極のうま味料理へ	**相場の5倍**で干物をプロデュース

これまでのサービスとの違い – その他

いいものをつくる生産者を応援するネットワークと連携
生産者の課題を抜本的に解決することに取り組んでいます

良いものをつくる
農畜水産の生産者
およびメーカー

生産者を支援する
パートナー団体

成分分析ブランディング

研究設備をもつ
全国のパートナー大学

・商工会議所
・商工会

・DMO
・地域おこし
協力隊

・補助金申請
代行会社
・その他

申込み

成分分析
ブランディング
BY FOOD SCIENCE LAB

在籍科学者
Scientist

分析
提携

大学A

大学B

大学C

分析結果の提出

01 成分分析ブランディングとは
02 事例紹介
03 分析までのストーリーと分析結果
04 これまでのサービスとの違い
05 料金について
06 納品までの流れ

05

料金について

料金（総額）

10万円から分析が可能

成分分析ブランディングの料金は分析費用の合計、
レポート費用、オプション（任意）の合算金額です

分析費用の合計	＋	レポート費用	＋	オプション
3万円〜		7万円		任意
分析項目を増やすとそれぞれの単価が上乗せされます		基本的に7万円で固定		選択式

分析費用について - 分析項目ごとの単価（例）

含有しているとプラスになる成分例

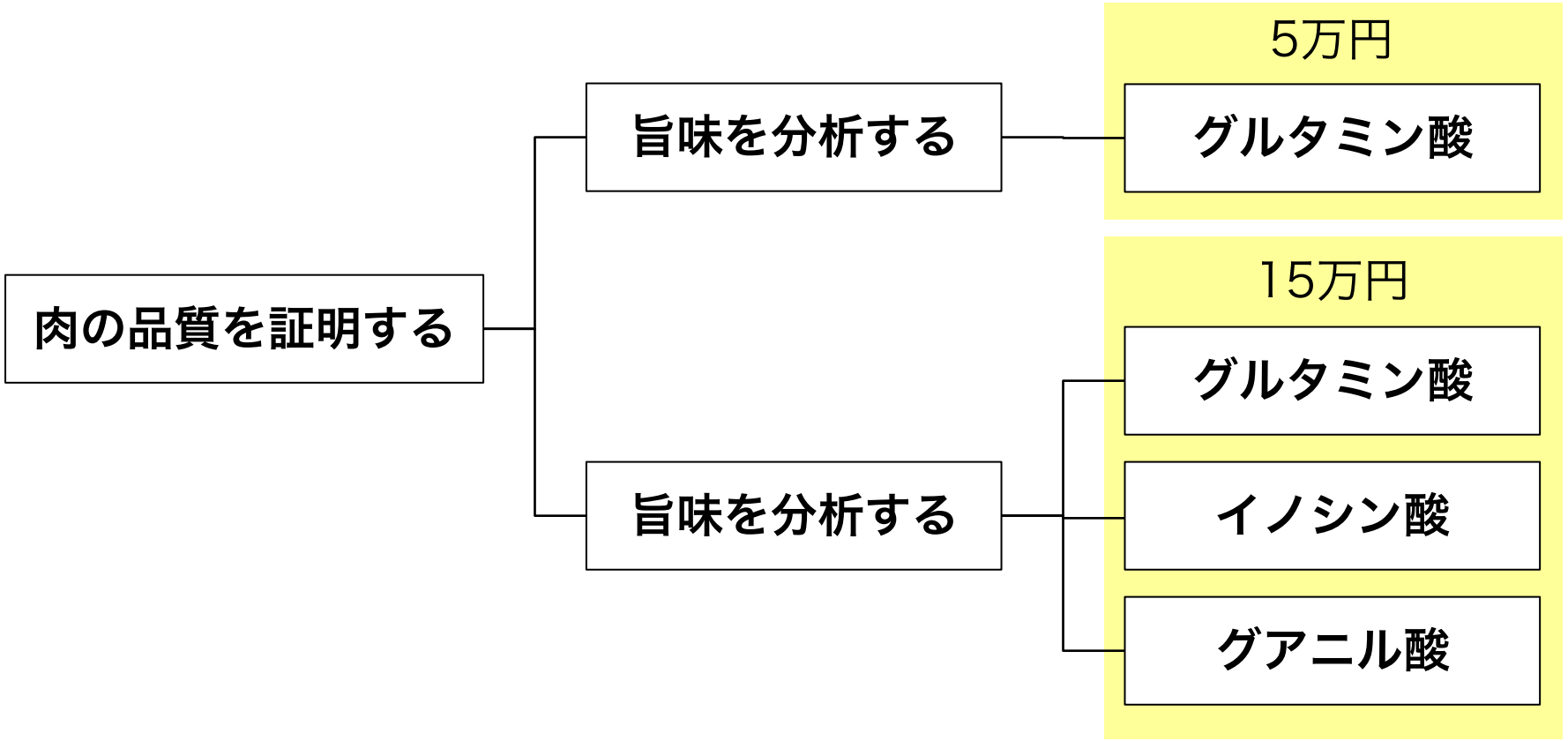
旨味 （グルタミン酸等）	香り （香気成分）	消化性
5万円	5万円	10万円

含有しているとマイナスになる成分例

えぐみ （硝酸態窒素等）	臭気成分 （トリメチルアミン等）
3万円	5万円

分析費用の計算方法

分析項目を増やすと価格が変化します



分析費用の詳細について

詳しくは成分分析ブランディング
分析費用早見表をご覧ください

■成分分析ブランディング分析費用早見表
https://rebranding.science/document/price.pdf

オプションについて

分析した結果を広報したい方

プレスリリース代行サービス

成分分析の結果を元にプレスリリースを作成し、メディアに配信します

200,000円

内容

1. **配信情報の整理**
2. **取材（リサーチ＋インタビュー＋撮影）**
3. **プレスリリースの作成（デザイン＋執筆）**
4. **プレスリリースの配信**

※ PR TIMESにて成分分析ブランディングのアカウントから配信

※ 分析結果によっては、配信をお断りさせていただく場合がございます

料金計算の例

分析費用の合計＋レポート費用＋オプション（任意）

例 1

自社の地鶏とブラジル産ブロイラーと国産の銘柄鶏で**「旨味（グルタミン酸）」**を比較したい

分析費用（グルタミン酸）		レポート費用		料金
5万円	＋	7万円	＝	12万円

例 2

自社の地鶏とブラジル産ブロイラーと国産の銘柄鶏で**「旨味（グルタミン酸+イノシン酸）」**を比較したい

分析費用（グルタミン酸 + イノシン酸）			レポート費用		料金
5万円	＋	5万円	＋ 7万円	＝	17万円

01 成分分析ブランディングとは
02 事例紹介
03 分析までのストーリーと分析結果
04 これまでのサービスとの違い
05 料金について
06 納品までの流れ

06

納品までの流れ

納品までの流れ

① **ヒアリングシートへの記入※** オンラインフォームよりご記入いただきます	② **事前のオンライン相談** 担当よりヒアリングして分析項目を検討します	③ **見積書と契約書の提出** 担当よりメールで見積書と契約書を送ります	④ **契約書へのサイン・発注** オンライン上の契約書にサインをしていただきます
⑤ **分析サンプルの手配・配送** 自社の食品と比較する他社の食品(2つまで)を郵送いただきます	⑥ **研究機関での分析** 提携する研究期間にて分析を開始します	⑦ **分析結果の納品** 分析結果のレポートをメールで納品します	⑧ **料金のお支払い** 料金をお支払いしていただきます

黒 ＝ お客さま 青 ＝ 成分分析ブランディング

※オンライン上のヒアリングシートに、詳細を書き込んでいただくことで、打ち合わせの時間をカット。安価でサービスを提供できるようにいたしました

私たちの想い

成分分析を早く、安く、わかりやすく。

時間がかかり、高くて、わかりにくかった成分分析。そのために、敷居が高くて申し込めなかったり、分析をしても使いこなせないことが課題でした。しかしながら、品質のよいものづくりをする生産者にこそ、成分分析はその効果を発揮するはず。そのことは、わたしたち自身が複数の食品ブランドをつくり「相場の5倍以上」の価格で販売に成功をすることで証明してきました。やはり、品質の良いものづくりをする生産者にこそ、もっと成分分析を解放したい。品質を証明することで、ブランド価値を上げて、相場よりも高く売れるようになってほしい。そうすることで、ものづくりを継続してしっかり儲けて欲しい。

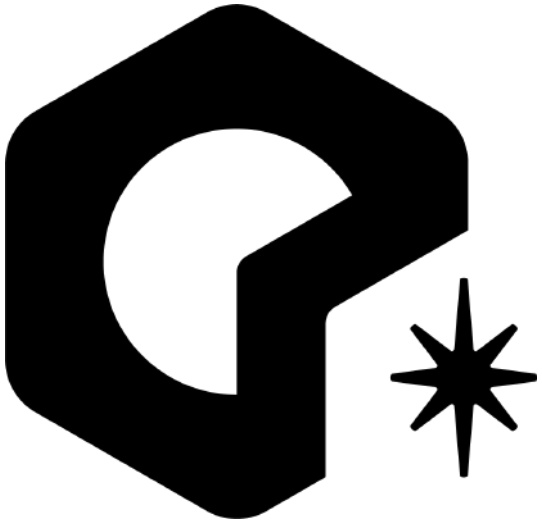
そんな思いを込めて、成分分析ブランディングは誕生しました。なので、わたしたちは、早く、安く、わかりやすく、サービスを提供するための努力を惜しみません。例えば、研究施設および最新鋭の研究設備は所持しません。必要なものは大学から借りながら、オンラインのやりとりで運用をすることで、大幅にコストを抑えています。また、成分分析をする内容を増やせば、私たちは儲かりますが、安く早く提供するために、必要最低限な内容に絞り込んだ提案をします。過剰な設備と過剰なサービスを前提とした高額な価格設定。そんな成分分析の常識をゼロから見直しました。

私たちは品質の良いものをつくる生産者を応援するために産まれたチームです。安心してお申し込みください。より多くの生産者に、納得感のある値付けをして食品が評価される喜びを味わって欲しい。そう願っています。

日本のつくり手を、
世界のヒーローに。

UP DATE 20210220

相場より高く売ろう



dot science 株式会社 代表取締役

小澤 亮