

報道関係各位

Press Release

—

2021年04月01日
dot science 株式会社

食品の品質を科学的に数字で証明する “成分分析ブランディング”

品質にこだわる農畜水産の生産者が「相場より高く売る」ことを応援

～成分分析ブランディングによって、相場の35倍の価格でブランディングに成功した先行事例も～

いいものをつくる農畜水産の生産者を応援する dot science 株式会社（東京都中央区銀座/代表：小澤 亮）は、食品の品質を科学的に数字で証明するサービス“成分分析ブランディング”を2021年4月1日にリリースします。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することで、品質の差を見える化し、差別化を試みます。キャッチコピーは、“相場より高く売ろう”。こだわりのある生産者が「相場より高く売ること」を応援するために生まれました。

成分分析ブランディングの公式 Web サイト : <https://rebranding.science>



目には見えなかった食品の品質を数値化することで差別化を実現 相場より「高く売る」を応援

日本における野菜や畜産物などの一次産業の従事者の平均所得は121.0万円（農林水産省 令和元年 農業経営体の1経営体当たりの農業所得より引用）。1世帯あたりの平均所得の551.6万円（平成30年国民生活基礎調査より引用）と比較すると著しく低水準です。つまり、日本の農畜水産産業を健全に持続させていくためには、生産者の利益を増やし、所得を上げることが必要です。そして、そのためには、生産者自らが価格を設定し「高く売る」ことが、重要な選択肢の1つだと考えます。そこで、着目したのは「品質の高さを科学的に数字で証明すること」。成分分析ブランディングでは、在籍の研究者が大学と連携することで、自社と他社の食品の品質を、数字で比較したレポートを納品します。他社と比べて優れた品質を証明することで、食品のブランド価値を向上。「高く売る」ことをサポートします。

先行事例では相場の35倍の価格でブランディングに成功

成分分析ブランディングでは、その効果を検証するために、事例づくりに取り組んできました。プロデュースした食用バラ YOKOTA ROSE は“一般流通する食用バラと比べて、香り高さが約3,840倍であること”を証明。その結果、相場の35倍の価格で新しい販路の開拓に成功しました。他にも相場の5倍の価格で新しい販路の開拓に成功した伝統食品ブランドの事例についても、本リリースにて紹介をさせていただきます。

—

本件に関する報道関係者からの
お問い合わせ先：

dot science 株式会社 小澤
電話：
080-3597-7948
EMAIL：
info@rebranding.science

相場より高く売ろう



Press Release

2021年04月01日
dot science 株式会社

01.課題背景

利益が出にくい構造下にある日本の一次産業従事者

前述したように、日本における野菜や畜産物などの一次産業従事者の平均所得は、日本の1世帯あたりの平均所得金額と比較すると、かなり低水準です。さらに1990年～2013年の23年間で、農作物の物価は約20%減少。くわえて農業資材の価格が約20%増加したことで、一次産業従事者の利益は大きく圧迫されています。したがって、日本の農畜水産業を健全に持続させていくためには、生産者の利益を増やし、所得を上げることが重要です。

02.解決提案

食品の品質を科学的に数字で証明

生産者自らが価格設定をするときに「高く売る」をサポート

生産者の所得向上のためには、食品のブランド価値を向上させて「高く売る」ことが大切です。現在、「食べチョク」や「ポケットマルシェ」をはじめとしたオンライン直売所が、新型コロナウイルスをきっかけに大きく浸透しました。これは、価格以外の購買動機も重要視するユーザーに対して、自由に値付けをした食品を販売できる環境が整ってきたことを意味します。したがって、これからはよりいっそう「ブランド化」と「値付け」が大切になります。そこで、成分分析ブランディングが着目したのは「品質の高さを科学的に数字で証明すること」。生産者のこだわりを伝えるために、飛び抜けた品質を見える化します。

03.サービス紹介

“相場より高く売ろう”成分分析ブランディング

成分分析ブランディングは、いいものをつくる生産者が、相場よりも高く食品を売るためのサービスです。食品の味の良さ、栄養、機能、安全性といった目には見えない価値を数値化し、わかりやすいレポートにして納品します。レポートでは、自社と他社の食品の品質を数字で比較。相対的に優れた品質を証明することで、ブランド価値を向上。「高く売る」ことをサポートします。

04.先行事例の紹介

成分分析ブランディングによって 販路開拓に成功した先行事例

品質が高い食品をブランド化して相場より高く販売

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

本件に関する報道関係者からの
お問い合わせ先：

dot science 株式会社 小澤
電話：
080-3597-7948
EMAIL：
info@rebranding.science

相場より高く売ろう



Press Release

2021年04月01日
dot science 株式会社

成分分析ブランディングのチームは、品質の高い食品をつくる生産者を応援するために生まれました。より多くの生産者に、品質の高さを証明することをきっかけに、納得感のある値付けをして、食品が評価をされる喜びを味わって欲しい。そう願っています。そこで、私たちは自身の考えが机上の空論にならないように、実際に食品のブランドをつくって、検証をすることからスタートしました。そこで生まれたのが、品質を証明することで、高い値付けを実現した3つの先行事例です。1つ目は、相場の35倍の価格で販路を開拓した食用バラ「YOKOTA ROSE」のプロデュース。2つ目、3つ目は伝統食のブランド開発です。お餅のブランド「THE OMOCHI」と干物のブランド「アタラシイヒモノ」を、生産者と共同開発いたしました。これらは、相場の5倍の値付けを実施。このように、品質が高い食品を、適正に高く売ることを実務を通じて学習しながら、成分分析ブランディングのサービスづくりに取り組んでいます。

事例 1.横田園芸



結論

食用バラ YOKOTA ROSE は、一般流通する食用バラと比較して、3,840 倍の香り高さを有している

課題

食用バラの品質特性の認知が低く、魅力が伝わっていないこと

目的

YOKOTA ROSE の魅力を具体的に証明し、ミシュランガイドに載るレストランなどへ販路を広げること

提案

バラにおいて最大の品質特性である香りに着目し、バラ様の香気成分を分析することを提案しました

- 納品した分析レポートはコチラ

<https://bit.ly/3tC34oa>

- 分析結果のプレスリリースはコチラ

<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000030.000030481.html>

本件に関する報道関係者からのお問い合わせ先:

dot science 株式会社 小澤
電話:
080-3597-7948
EMAIL:
info@rebranding.science

Press Release

2021年04月01日
dot science 株式会社

結果

圧倒的な数字を後ろ盾に、YOKOTA ROSE は相場の 35 倍の価格を設定。一般流通する食用バラが 1 輪 20 円（※2020 年 11 月における都内百貨店での店頭販売価格を参照）なのに対して、YOKOTA ROSE は 1 輪 700 円としました。それでも、その美しい見た目と華やかな香りは全国の有名シェフや人気パティシエから高い評価を受け、星付きレストランを中心に着実に販路を広げています。

横田園芸の取材記事はコチラ：<https://rebranding.science/coverage/yokota-rose/>

事例 2.真鶴干物専門店 魚伝



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、旨味成分を約2倍含み、魚臭さが50%~73%少ない

課題

魚伝の干物は大手百貨店での取引実績も多く、品質の高さは評価されていたが、新規顧客に対して品質の高さを伝えることが難しいこと

目的

伝統的な製法で造る干物のおいしさを「見える化」して、大規模生産の干物と差別化をすること

提案

干物のおいしさにおいて重要な品質である旨味成分（グルタミン酸およびイノシン酸）および臭気成分（過酸化脂質およびアルデヒド類）に着目し、その成分含有量を明らかにすることを提案しました

- 納品した分析レポートはコチラ

<https://bit.ly/3f345ld>

- 分析結果のプレスリリースはコチラ

<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000028.000030481.html>

本件に関する報道関係者からの
お問い合わせ先：

dot science 株式会社 小澤
電話:
080-3597-7948
EMAIL:
info@rebranding.science

相場より高く売ろう

Press Release

—
2021年04月01日
dot science 株式会社

結果

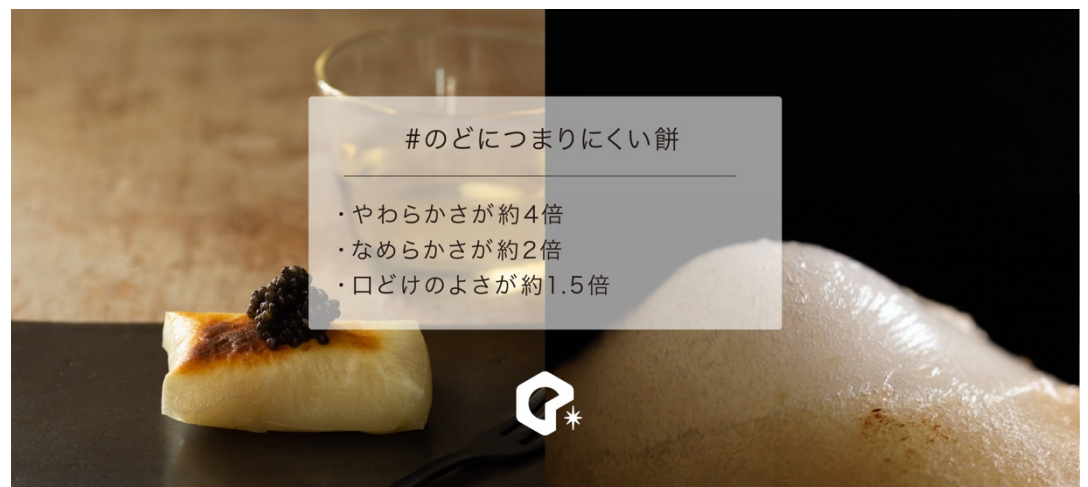
旨味のある良い魚を選び、ていねいに臭味をとりのぞく製法を大切にしてきた魚伝。その品質の高さを後ろ盾に開発した新ブランド「アタラシイヒモノ」は相場の5倍の価格を設定。メディアでの露出が増えて新規顧客は順調に増加しています。コロナ禍で主戦場である百貨店の催事が減った状況でも、ネット通販などで全国からたくさんの注文が集まり、売り上げは好調です。

「これまでやってきたことが正しかったのだと数値が証明してくれることで、生産者のモチベーションにもつながりますよね。今まで以上に自信をもって商品をPRできるようになりました」

と干物職人の青木さんは話します。成分分析ブランディングによって、伝統の技術の価値が保証される結果が出たことにより、次に目指すのは「究極の干物」。妥協せずに究極に美味しい干物をつくり、10,000円以上の価格帯にも果敢にチャレンジしていくことに。温故知新の精神で、今後も干物の魅力をさまざまな角度から発信し続けます。

魚伝の取材記事はコチラ : <https://rebranding.science/coverage/uoden/>

事例 3. 笠原餅店



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

課題

工場製造の餅が市場の中心になり、餅自体の単価が年々下がっている中で、しっかりと差別化をおこなうこと

目的

釜戸と薪火で餅づくりに取り組む笠原餅店の切り餅を工場製造の餅と差別化して高級餅として提案すること

—
本件に関する報道関係者からのお問い合わせ先：

dot science 株式会社 小澤
電話:
080-3597-7948
EMAIL:
info@rebranding.science

相場より高く売ろう



Press Release

2021年04月01日
dot science 株式会社

提案

笠原餅店の切り餅の特徴である食感の良さを数値化するために、物性と消化性に着目。それらを数字で差別化することによって「のどに詰まりにくい餅」としてブランディングすることを提案しました。

- 納品した分析レポートはコチラ
<https://bit.ly/3rhBH1n>

- 分析結果のプレスリリースはコチラ
<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000029.000030481.html>

結果

釜戸と薪火でつくる究極の餅としてリブランディングを実施。相場の5倍の金額を設定したハイブランドな餅ブランド「THE OMOCHI」を新たにスタートしました。餅の食味について様々なプロから評価を集めたことで、多くのアレンジレシピが生まれました。そのアレンジレシピは、THE OMOCHIのリリース初日に10,000ツイートされ、笠原餅店の切り餅の年商を2日で達成するなど、売り上げは上々です。成分分析ブランディングをきっかけに伝統的な職人の技術の価値が保証されたことで、高級ブランドとのコラボレーションも生まれました。

「職人技に価値をつけ、職人が持続できる価格で、本当においしい餅を届けることが私のミッションです」

と笠原さんは語ります。シンプルな食材だからこそ、そのおいしさは素材や製法に大きく左右されるもの。成分分析ブランディングで得られた「のどに詰まりにくい餅」という新たな示唆は、食味以上の価値とインパクトを業界に与えるかもしれません。笠原餅店は、これからも手間ひまかけた丁寧な餅づくりで、餅の本当のおいしさを多くの人々に、そして未来へと伝えていきます。

笠原餅店の取材記事はコチラ：<https://rebranding.science/coverage/kasahara/>

05.メッセージ

日本のつくり手を、
世界のヒーローに。

ブランド化は持久力が問われる総合格闘技です。何よりも顧客が求める価値を提案し続ける継続性が大切。したがって、成分分析ブランディングはブランドを構成する重要な一要素ではあるものの、これのみでブランド化が完結することは通常ではあり得ません。

しかしながら、「市販品よりも旨味が約150倍多い椎茸」「市販品よりも旨味が約27倍多い魚」など、品質の高さで一点突破することを期待してしまうような、飛び抜けた才能たちを可視化することができました。

そもそも日本には、食品の品質で世界のトップを目指せる生産者がたくさん存在しています。そんな才能たちに新しい評価のものさしを。

「突き抜けた品質の証明」という武器を手に、世界で活躍する生産者を増やすことが、成分分析ブランディングの目標です。

本件に関する報道関係者からのお問い合わせ先：

dot science 株式会社 小澤
電話:
080-3597-7948
EMAIL:
info@rebranding.science

Press Release

—
2021年04月01日
dot science 株式会社

06.関係者について

■成分分析ブランディングとは

食品の品質を科学的に数字で証明します。自社と他社の食品の品質を数字で比較することで、品質の差を見える化し、差別化します。キャッチコピーは、“相場より高く売ろう”。「こだわりのある農畜水産の生産者が相場より高く売ること」を応援するために生まれました。

- 公式サイト：<https://rebranding.science>

■運営会社について

dot science 株式会社はシェフ、マーケター、科学者を中心に構成された食の領域の課題解決に取り組む専門家集団です。良いものをつくる生産者が、100年後までその事業を続けられるような、そんな未来を模索して参ります。

- 食べられる花屋 EDIBLE GARDEN <https://ediblegarden.flowers/>
- 究極の餅 THE OMOCHI <https://theomochi.com/>
- 干物を究極のうま味料理へアタラシイヒモノ <https://himono.design/>
- 成分分析ブランディング <https://rebranding.science>

会社名: dot science 株式会社
資本金: 2,900,000 円
住所: 〒104-0061 東京都中央区銀座 3 丁目 11 番 3 号
電話番号: 03-4540-4271
代表取締役: 小澤 亮
ホームページ: <https://foodvisioning.science/>

—
本件に関する報道関係者からの
お問い合わせ先:

dot science 株式会社 小澤
電話:
080-3597-7948
EMAIL:
info@rebranding.science