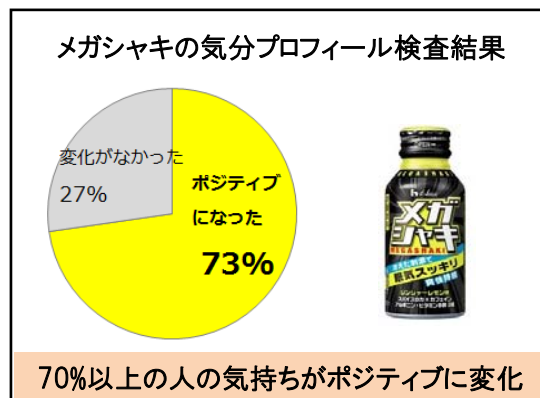


## やる気を目覚めさせる！『メガシャキ ENERGY SHOCK』

### ①メガシャキにおけるお客様価値の深堀りと新製品開発の可能性

#### ■メガシャキは気持ちをポジティブにする！

メガシャキを摂取した際の気持ちの変化を明らかにするため、金沢工業大学感動デザイン工学研究所（所長 神宮英夫 副学長・心理情報学科教授）とハウスウェルネスフーズで共同研究を行いました。大学生を対象としてメガシャキ飲用後の気分を確認したところ、70%以上の方が「気持ちがポジティブになった」と感じていました。メガシャキの特徴である爽快なスパイスの辛味により気持ちの切り替えができたものと考えられます。



#### ■『メガシャキ ENERGY SHOCK』の開発

この研究結果をうけ、ハウスウェルネスフーズでは、より気分を高め、やる気を引き出すことのできる飲料の開発に着手しました。

### ②お客様の気持ちを意識したおいしさづくり

お客様の気持ちをポジティブにするためには、飲用時にお客様が求める気持ちにフィットさせ、「飲みたい」「もう一度飲んでみたい」と感じられる味を創りあげる必要があります。ハウスウェルネスフーズ開発研究所では神宮教授指導のもと、感動デザイン工学手法を用いた味覚設計に取り組みました。

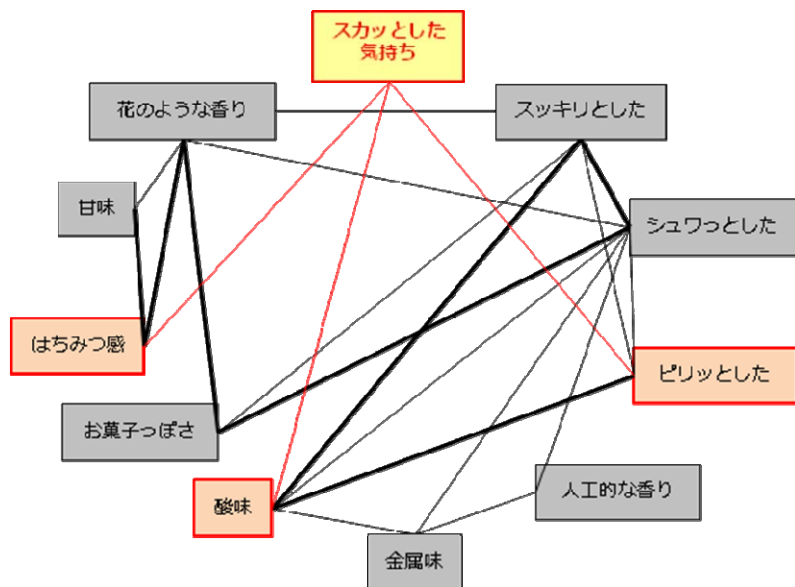
感動デザイン工学とは、「人の心を感動させる品質構成とは何であるか」を探求し、設計品質として具現化していく学問領域です。普段は意識していない、「なんとなく」を数値化・見える化するによって設計の手がかりを獲得し、そこに食品メーカーならではの味創り技術を加えることによって、お客様に感動を与える製品を生み出していきます。

#### ■飲用シーンと気持ちとの関係性

メインターゲットである20代男性を中心に複数の飲料を用いて感性評価を行ない、眠気・やる気がないと感じているときに「飲みたい」と思ってもらえるような感情を追求しました。その結果、眠気・やる気がないと感じているときの気だるい気分を吹き飛ばし、「スカッとした気持ち」になりたいことがわかりました。

■「スカッとする」気持ちにつながる味創り

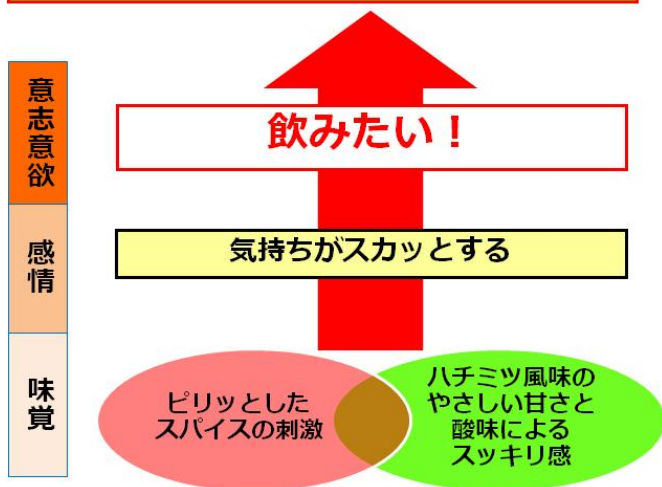
さらに、お客様を「スカッとする」気持ちに導く味覚要素を明確にするために、プロトタイプを用いて、IF THEN 型官能評価、主成分分析、重回帰分析、グラフィカルモデリングといった手法を用いて分析を行いました。その結果、「スカッとする」気持ちを高める味覚要素として「ピリッとした感覚」「はちみつ感」「酸味」が重要であることが明らかになりました。この結果をもとにジンジャーの辛味、はちみつ香料の種類、酸味の感じ方を繰り返し調整し、メガシャキ ENERGY SHOCK を完成させました。



※グラフィカルモデリングによる関係図

メガシャキ ENERGY SHOCK は、ジンジャーのピリッとした心地よい刺激に加え、ハチミツ風味のやさしい甘さと酸味によるスッキリ感でスカッと爽快に！頑張りたい人のやる気を目覚めさせる商品設計となっています。

気だるい気分を吹き飛ばせ！  
やる気を引き出す、メガシャキENERGY SHOCK



はちみつ香料使用