

J-オイルミルズの強み

当社グループの強みは、顧客接点、技術力、素材、そしてそれを届け、お客さまの声に真摯に向き合い提案することで課題解決を実現する、ソリューション力にあります。今後はその強みを一層磨き、マーケティング、研究開発、生産、営業を強化・融合することで、「おいしさデザイン[®]」企業としてお客さまへの提供価値を最大化していきます。

目指すべき未来

Joy for Life

食で未来によるこびを

おいしさ×健康×低負荷で人々と社会と環境へのよろこびを創出

当社の強みを支える基盤

顧客接点・リーチ力

家庭用・業務用問わず幅広い顧客を持つことで得られる知見

技術力

おいしさを「味・香り・食感」などに分解し、あらゆる食シーンにおいて実現させる技術

素材

油脂・油脂加工品、粉末油脂、スターチなどのさまざまな形状の素材を併せ持つ

研究開発(R&D)

おいしさデザイン[®]

当社グループは企業理念のミッションとして「おいしさデザイン[®]」を掲げています。これまで培ってきた知見やノウハウをもとに、「あぶら」が持つ価値・可能性を拡張して、さまざまな付加価値機能(揚げ物料理の価値、調理価値、健康価値、調味価値)を徹底的に追求します。さらには、油、スターチ、マーガリン、粉末油脂などの製品や素材を組み合わせた試作開発を行い、新しいおいしさを社内外へ発信していきます。

高付加価値品の創出



ソリューション営業



カスタマーリネージュグループ (技術サポート力)



お客さまへのソリューション提供

研究開発
センター長
メッセージ

油脂のうま味と食感であるテクスチャー、この2つを
上手く組み合わせるソリューションを提案できることが
当社の強みです。

研究開発の役割と連携

当社の研究開発を、基礎・応用研究、技術開発、商品開発というようなプロセスに分解すると、研究開発センターは主に研究から技術開発までを手掛けています。技術の仕上げの商品開発、つまり、お客さま毎のさまざまなニーズに合わせてのカスタマイズやブラッシュアップは、よりお客さまに近いところで、各事業の商品開発グループが担っています。

研究開発の目的は、サイエンスあるいはテクノロジーなどを活用して、付加価値のある商品やサービスを提供することにあります。直接的な表現をすれば、お客さまに価値を認めていただき売れる商品を生み出すために、あるいは、売れる商品を長続きさせるために、素材開発や体内への作用のメカニズムの分析を行い、基礎技術の確立・向上と商品開発を展開することです。研究開発センターは、その一番根幹となる役割だと考えています。

当社の商品カテゴリには、業務用と家庭用の2つがあります。業務用は、お客さまの要望にお応えする商品をお客さまが期待する品質と価格で提供できるかどうか重要になります。また、息の長い商品もありますが、お客さまの商品ライフサイクル*が見えているケースが多いので、そのタイミングに合わせて商品をリニューアルしていくことも大切になります。

*商品(製品)ライフサイクル:製品が市場に登場してから退場するまで、生活者が製品を購入することができる期間全体

業務用の開発事例として、「長徳[®]」シリーズに使われている当社の独自技術「SUSTEC[®]」(サステック)があります。現在の「SUSTEC[®]」の開発は、当初、事業部の商品開発チームが、従来よりも長持ちする油ができそうだという現象を発見したことから始まりました。発見を受けて、何が効果を発揮しているのかを探る基礎分析を当時の研究開発センターにあたる基盤研究の部署で行いました。その結果を商品開発チームにフィードバックし、油が長持ちする成分が多いつくり方を開発するというかたちで進みました。当社の基礎技術とお客さまのニーズに沿った商品開発を両輪でうまく回しながら、二人三脚で新たな価値を提供することができたと考えています。

家庭用は基本的に現在、あるいは近い将来の社会的な課題を解決できる商品を提供できるかどうか鍵となります。期待するような成果があがらなかった場合は、販売が低調にとどまった要因の分析を行い、次の商品開発につなげていきます。

商品開発を行う際には、お客さまがどのようなものを求めているのかを把握することが重要です。その起点となる当社の「おいしさデザイン工房[®]」ではシェフやパン職人などさまざまな経験と技能を持つ技術者が当社製品のアプリケーション開発を行っています。あらゆる角度からメニュー提案を行い、お客さまとの接点を密に持ちながら、どのような要望があるのかを情報収集しています。お客さまの要望はさま

研究開発センターの根幹となる役割は、
基礎技術の確立・向上と商品開発を展開することです。

近藤 一也

執行役員
研究開発担当 兼 研究開発センター長





研究開発センター長インタビュー

ごまで、相対的に短期目線のニーズが強いお客さまもいれば、何年後かにこのような技術が欲しいということのリクエストされるお客さまもいます。前者のお客さまに対しては、当社のどのような技術を使って、どのような商品ができるのかを、商品開発チームが提案します。一方、後者のお客さまの要望にお応えするには、精緻な分析を行い、技術開発をすることによってしか成し遂げられない場合も多くあります。また、個々の要望だけではなく、マーケットでどのようなものが求められているのかを普遍化し、お客さまの潜在ニーズや社会課題を一步先取りすることも求められます。そのために必要となる技術を設定し、課題解決に向けて戦略的な研究開発を強化しています。

油を長持ちさせる技術についても、油の劣化は非常に複雑で、まだまだ解明されていない部分が多くあります。油脂の劣化には脂肪酸が増える分解や、脂肪酸に酸素が結びつく酸化があります。それが色に現れたり、においに現れたりします。また、油が劣化してくると泡立ちますが、それは別の酸化が関与しています。この分野では、東北大学にJ-オイルミルズ油脂イノベーション共同研究講座を設置し、油脂の酸化によって生成する過酸化脂質やそれらから生じる二次酸化生成物を対象として新たな分析技術を確認することで、油脂のさまざまな酸化反応で生成される成分を把握することを進めています。油の酸化による色の変化、においの発生、泡立ち、それらのメカニズムをさらに解明しながら、付加価値のある商品の開発に取り組んでいきたいと考えています。

おいしさを技術で再現

当社では、おいしさを技術で発現するために、おいしさをきちんと分解したうえで商品を組み立てることが必要だと捉えています。基本となる五味(甘味、塩味、酸味、苦味、うま味)や香り、食感といった要素があるなかで、油脂のうま味と食感であるテクスチャー、この2つを上手く組み合わせてソリューションを提案できることが当社の強みです。

テクスチャーの部分は、当社のスターチ製品を活用することによってさまざまな食感を提供することができます。例えば、「もちもち感」や、「さくさく感」、あるいは、ハンバーグを食べた時に肉の粒感やジューシーさを感じられるようにすることも当社のスターチ製品を使うと演出可能です。

このような商品を開発するにあたっては、素材となる食

品がどのような食感を持っているのか、どのような物性を持っているのかということを理解し、数値で説明していくことも重要です。そのために、例えば、食品の硬さや弾力、噛み切れる圧力を測定したり、口腔内で起こる咀嚼をモデル化した咀嚼シミュレータによる解析でおいしい食感を評価しています。

当社の強みは、液体の油、固体の油、粉末の油、スターチ製品を総合的に取り扱っており、それらを掛け合わせることで新しい商品を開発できることです。研究開発センターと商品開発グループ、そして、調理に関する高い技能者が揃う「おいしさデザイン工房[®]」が有機的に機能し、新しい価値を提供するために鋭意努力しています。

サステナビリティに貢献する研究開発

当社が考える「低負荷」には、環境負荷の低減に加えて、作業負荷を低減するという意味もあります。「SUSTEC[®]」(サステック)を活用した「長徳[®]」シリーズは、油を交換する頻度が少なくなることで調理場の方々の作業負荷を低減することができます。このように、業務用ビジネスにおいて、「低負荷」を直接的な価値として分かりやすく訴求しています。家庭用ビジネスにおいても、お客さまに新しい価値を実感していただくための商品開発を強化しています。例えば、油の使用量が半分になり、油が跳ねにくい特徴を持つJOYL「AJINOMOTO ダブルハーフ」を8月に上市していますが、この商品は業務用の技術を家庭用に応用しています。単に油の使用量が減ることだけではなく、調理後のお掃除が楽になることもベネフィットとして感じていただけます。このようなかたちも含めて、お客さまに向けて「低負荷」の価値を伝えられる余地はまだあります。

また、包装資材の部門が主導的に開発を進めた「スマートグリーンパック[®]」シリーズは、一部の商品において油の賞味期限が1年延びて2年になっています。パッケージを改良し、光を遮断することで酸化を防いでいます。食品ロスの削減やプラスチック使用量の削減、CO₂排出量削減などの価値が訴求できる商品です。これからも当社が持つ経営資源を最大限に活用し、各部門が連携しながら、全社を挙げて企業価値の向上に努めてまいります。



TOPICS

おいしさデザイン工房[®]

お客さまとの双方向コミュニケーションによる新たな価値創造空間

「おいしさデザイン工房[®]」は、お客さまへのソリューション提案力を強化し、新しいおいしさを社内外へ発信するため、2018年に設立されました。キッチン・ベーカリー・オフィス機能を備えた複合型プレゼンテーション施設で、一般家庭の調理環境からプロの調理現場まで広く対応できる複数のデモンストレーション・プレゼンテーション用キッチンを設置しているほか、モニターやカメラなどの中継機能を備えたキッチンスタジオや、ベーカリーやお菓子、チョコレートなどの試作室を整備しています。

「おいしさデザイン工房[®]」では、家庭用、外食、中食、加工

用、製菓・製パンなど、ありとあらゆるお客さまを対象とし、試食やプレゼンテーション、また試作のデモンストレーションも含めたさまざまな活動を行っています。自社の商品はもちろん、場合によっては社外の技術も取り込み、組み合わせるお客さまにとって最適な「ソリューション」を提案しています。

おいしさは全て「お客さまと共に創っていく」活動です。「おいしさデザイン工房[®]」はお客さまや市場との接点となるべく、さまざまな人々が交流して化学反応を起こす場所として、お客さまの新たな価値創造に貢献しています。

