

プロセスについて

1. 官能評価とは

官能評価とは、人の五感（視覚、聴覚、嗅覚、味覚、触覚）によって物や人の特性を評価すること、およびそのための方法である。

今日、産業界で広く使われている実験手段である。

例えば、

視 覚：ファッションや車のデザイン

聴 覚：オーディオ装置の音質や家電製品の騒音

嗅 覚：香水の香りや環境汚染の悪臭

味 覚：調味料や食品・飲料の味

触 覚：ティッシュの肌触りや織物の風合い

総合的感觉：車の乗り心地

これらの感覚による評価の過程には、実験者と評価者という「人」や「環境」が介在してくる。そのため、刺激に対する応答に色々なノイズが入ってきて問題が複雑になってくる。特に物理的測定と異なる点は、人の感覚生理や感覚心理の問題が絡んでくるので留意する必要がある。

1.1 官能検査と官能評価

人の感覚を用いる官能評価は、かつて官能検査と呼ばれ広く産業界の優れたモノおよび品質づくりに貢献してきた。その流れは、基本的に現在も何ら変わるところはない。しかし、近年産業界のモノづくり技術は格段に進歩し、単にモノを作って売るだけでは競争力や差別化にならなくなってきた。

すなわち、消費者側からみれば、それに何らかの利便性や心地よさなど一種感動を覚える要素が備わっていることが求められる。このような背景のもと、官能検査（Sensory inspection）は、今までよりも、より広く人の感性に関わっていくことが必要になり、消費者の求める商品開発において欠かせないツールとして、官能評価（Sensory evaluation）が広く認知されるに至っている。

官能検査：一定の判断基準があり、品質の良否や合否の判定をする
行為

官能評価：消費者から求められるコト・モノを明らかにし、それを具現
化するためのシステム全体

1.2 なぜ官能評価が必要なのか¹⁾

文明社会に住むわれわれは生活に必要なさまざまな尺度、たとえば長さ、重さ、時間、温度を考案し、それらを正確、精密に計ることで社会を発展させてきた。

一方、われわれが日常経験する事象、朝の空気が爽やかだとか、自動車の乗り心地がよいとか、夜景がロマンチックというような感覚や情緒的経験は上記のような物理的尺度で計測することはできない。

たとえば、赤ワインをきき酒する場合、まずそのワインの色、香り、味の特徴を把握し、できれば1～5点のように数値化する。次に知識のライブラリーの中からそれに近い産地、銘柄、生産年の変動幅以内にあるかどうか検討し、それらの特徴を誰にでも理解できる言葉で表現する必要がある。これが官能評価であり、言葉が（ワインの）品質を表す尺度になっている。

消費者の一連の行動（商品の購買→消費→再購買）では、無意識のうちに消費者自身の官能評価が行われている。これに合わせて、産業界の多くのモノづくりの現場でも、消費者の信頼を裏切らないように官能評価が行われている。

出荷検査はもちろんのこと、品質保証期限、あるいは使いやすさなど実際の消費者の生活の場を想定して、科学的検証と併せて官能評価による検証が行われている。

官能評価は、製品品質の確認や改善するに必要な技術であります。今回のプロセスでは、製造業の品質改善や専門・技術サービス業の調査などに該当すると考えております。

