



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート



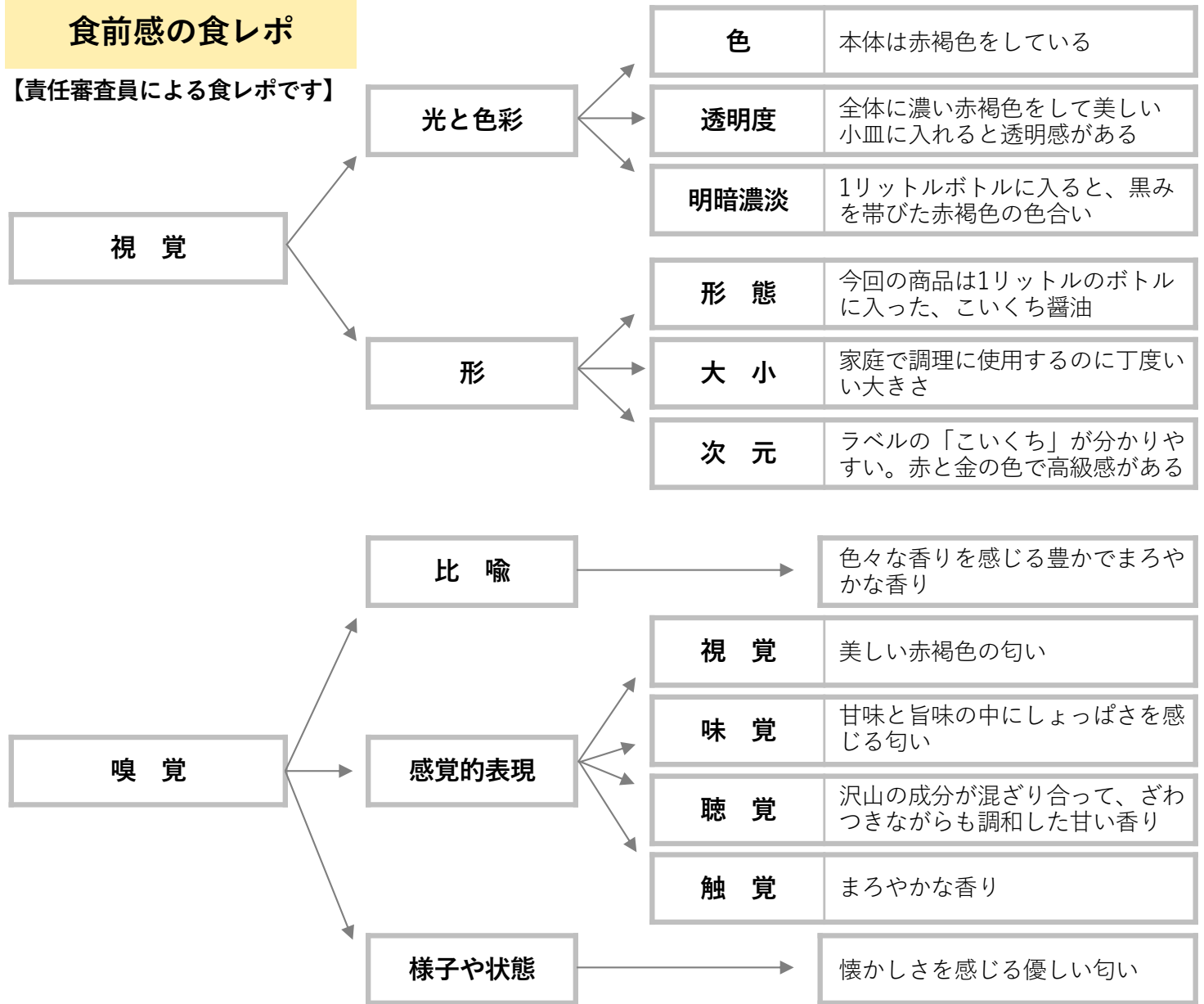
食の情報の専門家
一般社団法人
日本フードアナリスト協会
Japan Food Analyst Association Certified



美味しさ分析レポート1

食前感の食レポ

【責任審査員による食レポです】



■ 食前感 講評

全体の見た目は1リットルボトルに入っているのに黒みを帯びた赤褐色をした色合いです。小皿に注ぐと明るい透明感のある赤褐色をしています。1リットルボトルに入った大きさは、家庭で調理に使用する時にはちょうど良いサイズだと思います。

匂いは、いろいろな香りを感じ、旨味や甘味の中に醤油の塩味を感じる匂いでした。まろやかで爽やかそして優しさを感じ、どこか懐かしい匂いがしました。

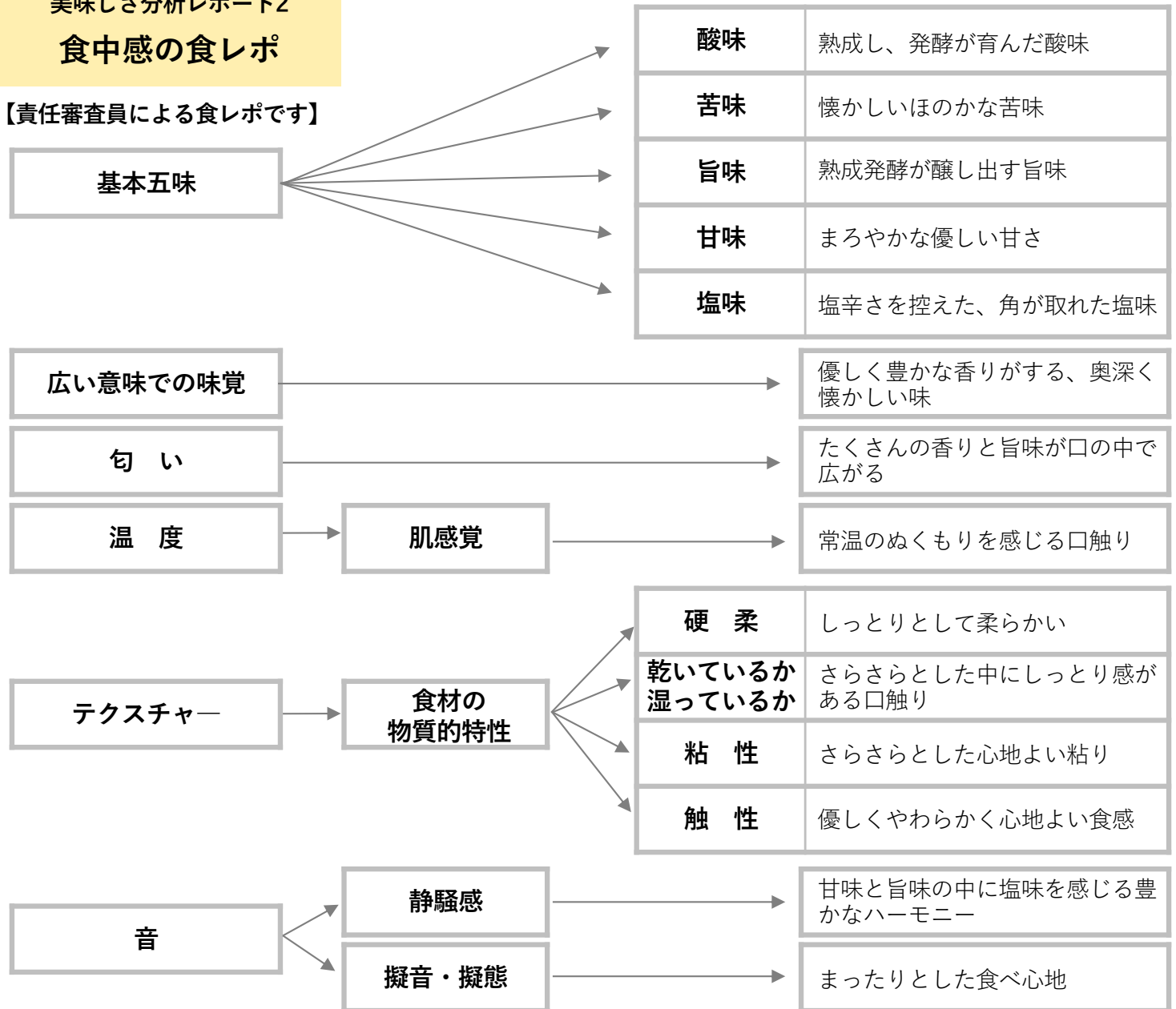
ボトルを手にした時に「こいくち」と「上寿」の文字が書かれていたことや、開けたときに甘味や旨味そしてどこか懐かしい香りを感じましたので、食前にワクワク感が溢れて、一般的な「濃い口醤油」とどう違うのだろうと、心が躍りました。また、ラベルに赤色と金色を使用されていることで高級感が感じられ、上寿醤油というネーミングで、「上等の醤油」というのがわかるようになっているのが素晴らしいと思います。



美味しさ分析レポート2

食中感の食レポ

【責任審査員による食レポです】



■ 食中感 講評

醤油の辛さだけでなく、旨みや甘味が詰まっているので、これ一つで味付けができると思いました。九州の醤油らしい甘味のある味わいですが、その中に甘味と旨味が調和しています。試食で豆腐に合わせたのですが、とてもまろやかで大変おいしかったです。豚の角煮の調理に使ったり、刺身とともに味わいたいと思いました。様々な料理に合うと思いました。

基本五味は、醤油の過程で熟成し発酵が育んだ「酸味」、どこか懐かしいほのかな「苦味」、熟成発酵醸し出す「旨味」、まろやかで優し「甘味」、塩辛さを控えた角が取れた「塩味」を実感しました。五味の中でも特に「甘味」と「旨味」が口に広がってきました。この五味のバランスが地元で愛される所以だと思いました。

関西ではだし汁を取るときに薄口醤油が使われますが、上寿醤油は濃い口醤油ですが、甘みと旨味を強く感じましたのでだし汁にも使ってみたい醤油です。



美味しさ分析レポート3
食後感の食レポ

【責任審査員による食レポです】

後味

甘味と旨味が口の中に広がり、後味に色々な味を感じる。爽やかで優しい味わいが口の中に残る。

気候・地域

夏には冷ややっこにかける。冬には湯豆腐にかける。と年間を通して味わうことができる。西日本では春夏秋冬好まれる味。

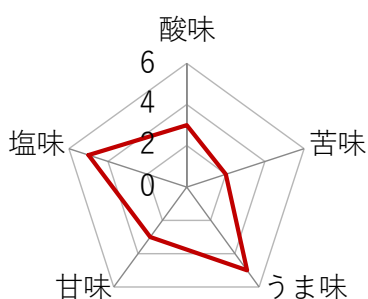
食経験・食習慣

九州縦断旅行をした経験があるが、鹿児島友人宅でごちそうになった少し甘めだった刺身醤油の味を思い出した。

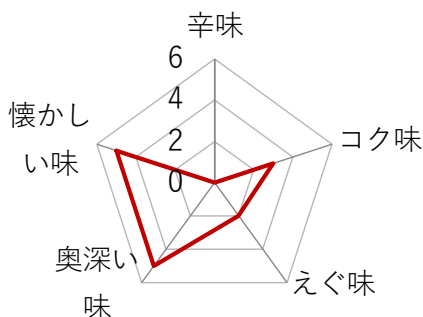
健康・生活様式

塩分が一般的な濃い口醤油より少ないので、塩分を控えている人には嬉しい。

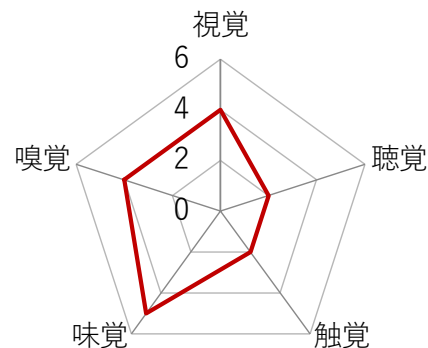
基本五味の
レーダーチャート



広い意味での味覚の
レーダーチャート



五感に対する感じ方
レーダーチャート



五味	評点
酸味	3
苦味	2
うま味	5
甘味	3
塩味	5

広義の味	評点
辛味	0
コク味	3
えぐ味	2
奥深い味	5
懐かしい味	5

五感	評点
視覚	4
聴覚	2
触覚	2
味覚	5
嗅覚	4



1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

鹿児島県の濃厚な口醤油独特の甘みに加えしっかりとした旨味があります。旨味と甘味がバランス良く配分されていて、甘味がひろがって、美味しい醤油です。地元で長年にわたって愛されていることが良く分かります。また、いろいろな料理に合う味だと思いました。

この商品に対してストーリーが分からないくらい長い年月地元で親しまれているとありましたが、御社のホームページを拝見しましたら、商品に対するこだわり「未永く愛されるいつもの味を」という思いの中にストーリー性を強く感じました。地元で長年愛されている商品であることを、全国の方に知っていただくためにも積極的な広報をされると多くの消費者への購入のきっかけになると感じました。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

昔ながらのレトロ風なパッケージが御社の歴史を感じて良いと思います。「上寿」という名前に品があり縁起の良い印象を受けました。また、ラベルの色合いが上等の醤油のイメージに合っていると思いました。

キャップの栓を開けた時に、ボトルの注ぎ口ところが液だれ防止の液体が切りやすいように細やかな工夫がされていますがとても良いと感じました。

ラベルはシンプルにわかりやすくと感じますが、旨味に焦点を当てた商品だけに一般的な醤油との違いがラベルからは分からないところがとても残念な思いです。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

地元で支持されている商品であることがとても素晴らしいと感じました。今後も地元でのマーケティングは安定感を感じていました。地元には既に浸透しているのでアプローチは十分だと思いました。

今後のマーケティングを考えると全国に通用する味だと思いましたので、新規にターゲット（特に九州以外）地域を広げると良いと思います。そのために更なる情報発信の工夫でかなりの伸びしろを感じます。

また、新規ターゲット向けには、ボトルラベルの工夫すれば市場競争力はあると思いました。お土産向けにハーフサイズや卓上サイズにも力を入れネット販売にも重点を置いていくことも考えられます。御社は少人数の皆様が支えておられる企業なので、拡大販売についてどう考えておられるかが重要だと思いました。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

御社のホームページを拝見しますと地元で根差し地元愛を感じる会社だということが強く伝わってきます。人とのつながりを大切にされていてとても素晴らしいと感じました。

九州には九州醤油と呼ばれる郷土味の醤油がありますので、あえて九州以外の地域へPR・広報をされてはいかがでしょうか。お土産サイズがあれば県外にもアピール出来るのではないかと考えます。

パッケージに「上寿」の説明をボトルに小さなシールで明記されるのも消費者の目を引くので良いかもしれません。また、関西や関東の醤油との違いがわかればさらに良いと感じました。

5. ブランディング要因

地元ではブランディングは既になされているのがとても素晴らしいと感じました。地元では既に浸透されている商品ですが、県外の地域へアピールする場合、名前やラベルから違いがわからないところが残念です。商品棚に並んでいても一目でわかるラベルにすることも大切ではないかと思えます。

「九州醤油」をブランディングし、その中の「上寿醤油」の甘味旨味のある美味しさの特徴を伝えることで、この味が九州以外にも広がるのではないかと感じました。

県外への認知度をあげるために、インターネット上で商品を販売するWebサイトのECサイトへの参入、物産展、デパ地下への展示、飲食店とのコラボをするのはどうでしょうか。

6. 素材・安全性・その他

保存料は、使用されているが、現代の過剰な情報等に惑わされていないところは、素晴らしいと感じました。「商品を買う前に信用を売れ」という従業員やスタッフのホスピタリティについてのコメントにも商品の安全性に力を入れておられるのを感じます。素材・安全性についてもっとPRすることも必要だと感じました。

社長がシンプルな材料にしたいとコメントに書かれているように、最近の傾向は、添加物の使用を減らす自然派が好まれています。そこを意識するとさらに売り上げが上がるのではないのでしょうか。

審査レポート



商品名 上寿醤油

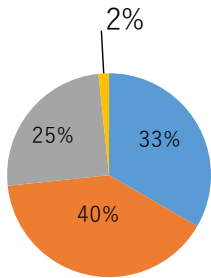
評価結果 金賞 受賞回・年月 第76回 (2024年6月)

WEBアンケート・1次審査・2次審査・最終審査を厳正に行った結果をご報告させていただきます。

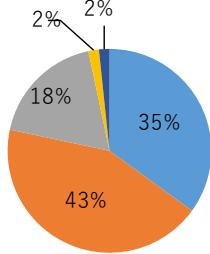
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

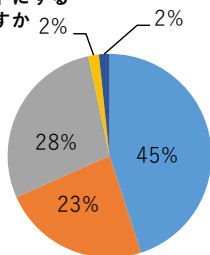
1 この商品に興味がありますか



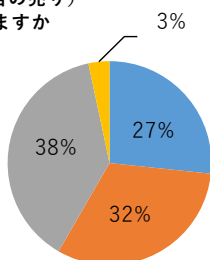
2 この価格で買いたいと思いますか



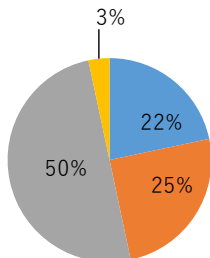
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



4 USP (その商品の独自の売り)がある商品だと思いますか



5 買いたくなるネーミングですか



審査評

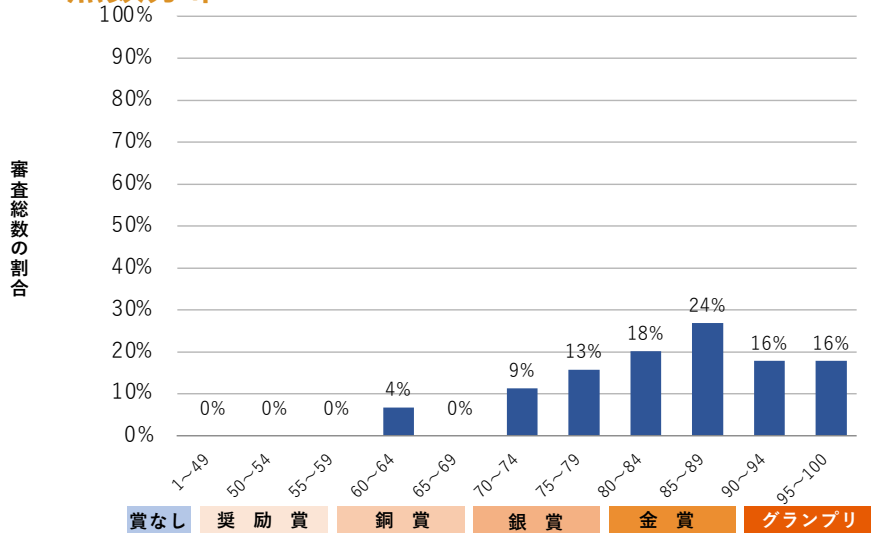
評価が高かった内容

食べた瞬間の旨味が素晴らしく、甘味と旨味が口に広がる
 単体でも美味しいが、旨味が強いので幅広い料理に役立つ
 長く愛されている郷土食を支える味わいで、懐かしさを感じた
 上等の醤油ということが、商品名でわかるのが素晴らしい
 パッケージを見ただけで、とても美味しそうに感じる
 地元で支持されている商品で、挑戦意欲と将来性を感じる
 保存料使用に対する考え方が素晴らしい

評価が低かった内容

商品開発ストーリーがないというのは、掘り起こす必要がある
 旨味に焦点を当てていることがわかりにくく、もったいない
 スーパー等の醤油棚に並んだ時に埋もれてしまって目立たない
 良い商品なのにPR力に欠けているので、広報の工夫が必要
 マネージメント、ブランド力が弱いので高める必要がある
 他社との差別化の為にラベル・ネーミングの工夫が必要
 添加物使用についての安心・安全に関する情報発信が少ない

点数分布



点数分布として、銀賞相当が21%、金賞相当が42%、グランプリ相当が32%を占めた結果、総合評価85%で【金賞】となりました。グラフでは商品に対して、「興味がある」、「買いたい」、「ターゲットにする客層は多いか」の問いに評価が高くなっています。これは、この商品のクオリティの高さや良さについて共感を得たことを示しています。

一方、「独自の売り」や「ネーミング」についての評価に対しては、高評価ではありませんでした。このことは、素晴らしい商品であるにもかかわらず、購買力上がるためのマーケティング、マネージメント、ブランディングなどの工夫不足を残念に感じた審査員が多かったため、それが要因だと考えられます。

審査レポート

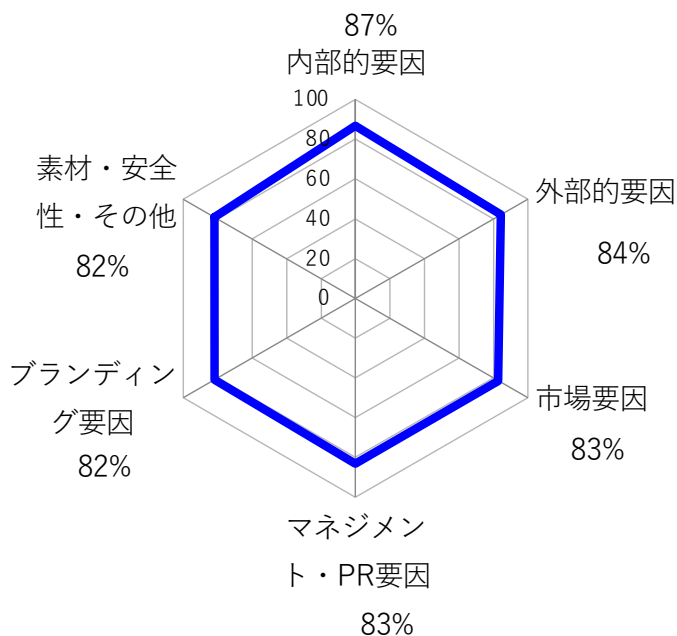
■ 要因分布

要因分布として、82%から87%の範囲に分布し全体的にはバランスの良い六角形となりました。

味や香りなど五感からなる商品自体の魅力を表す「内部的要因」が87%と要因分布では最も高評価です。

一方、ネーミングやパッケージから構成される「外部的要因」が84%、市場・トレンドから構成される「市場要因」とマネジメント・広報などの「マネジメント・PR要因」が83%、「ブランディング要因」と「素材・安全性」が82%となっています。「外部的要因」については、ラベルについて高評価と低評価で審査員の意見が分かれた結果です。後の4項目の要因については、地元以外ではほぼ販売されていないこともあり、これまで購買力を高めることを重要視されておられなかったと思われませんが、審査員は良い商品だけに他府県へのアプローチへの工夫があればさらに販売力が高まるので、必要な工夫が不足していると考えた結果です。

この商品の商品価値を他府県にも広げていくブランディング戦略や情報発信をすることによって今後の伸びしろを強く感じます。



■ 総評

まず最初に地元に根差し、地元の人たちに親しまれる味を探求し、醤油造りに長年尽力を注いでおられている姿勢に、敬意を表します。

「上寿醤油」は一般的な濃い口醤油とは異なり、口全体に甘みと旨味が広がりとても優しくまろやかで、どこか懐かしさを感じ、多くの審査員の心をつかみました。豆腐にかけて試食をしましたが、とても相性が良く美味しくいただきました。甘みと旨味が調和し、多くの料理に合うと審査員からの意見は高評価でした。また、ネーミングは上等な醤油だということが分かりやすく、ラベルに大きく「こいくち」と書いてある点もとても分かりやすく、レトロ感に歴史を感じ、色合いに高級感が感じられる点も高評価でした。地元以外の地域でもかなりの購買力が見込まれる商品だと考えます。

一方、ネガティブな意見として、ネーミング、ラベルについては、高評価の意見と共に低評価の意見も多く、「商品の魅力が伝わってこない」「一般的な醤油との違いが分からない」「ラベルが普通過ぎて、インパクトに欠ける」「商品陳列棚に並べると目立たない」などの意見がありました。上寿醤油は甘味と旨味に特徴がある商品ですが、それがラベルを見ただけでは、消費者には伝わりません。手に取って是非購入してほしい商品ですので、「サブタイトルを付ける」「旨味を強く打ち出したラベル」にするなどの工夫が必要だという意見がありました。

食品添加物についても消費者は好ましいと考えていないので、使用しない方向で検討をしていただきたいという意見も多くありました。また、商品開発に至ったストーリーがないことに対しては、商品を消費者に届けるためには押さえておくべきだとの意見も多くありました。

地元でのブランディングは既になされているのがとても素晴らしいと思います。この商品を地元以外に認知してもらい購買力を拡大するためには、濃い口醤油の甘みと旨味を商品の強みとして、インターネット上で商品を販売するためにホームページに商品開発のストーリーや商品製造の過程などの情報発信を強化することで、「安心・安全の取り組み」が消費者に伝わり、購買意欲の拡充へと起因します。また、物産展、デパ地下へ消費者が使いやすい、1/2サイズや卓上サイズの商品展示をしたり、飲食店とコラボし情報発信をすることで「上寿醤油」の新たな発見とファン獲得へとつながると思います。

御社の企業体制の中でできる範囲以上の情報発信を展開されると、今後の更なる飛躍に繋がると考えます。社長の挑戦意欲が感じられますので楽しみにしています。



食の情報の専門家
一般社団法人
日本フードアナリスト協会
Japan Food Analyst Association Certified

〒102-0082 東京都千代田区一番町15-8 壱番館5階
Tel : 03-3265-0518 / Fax : 03-3265-0519
Mail : info@foodanalyst.jp



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション