



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート



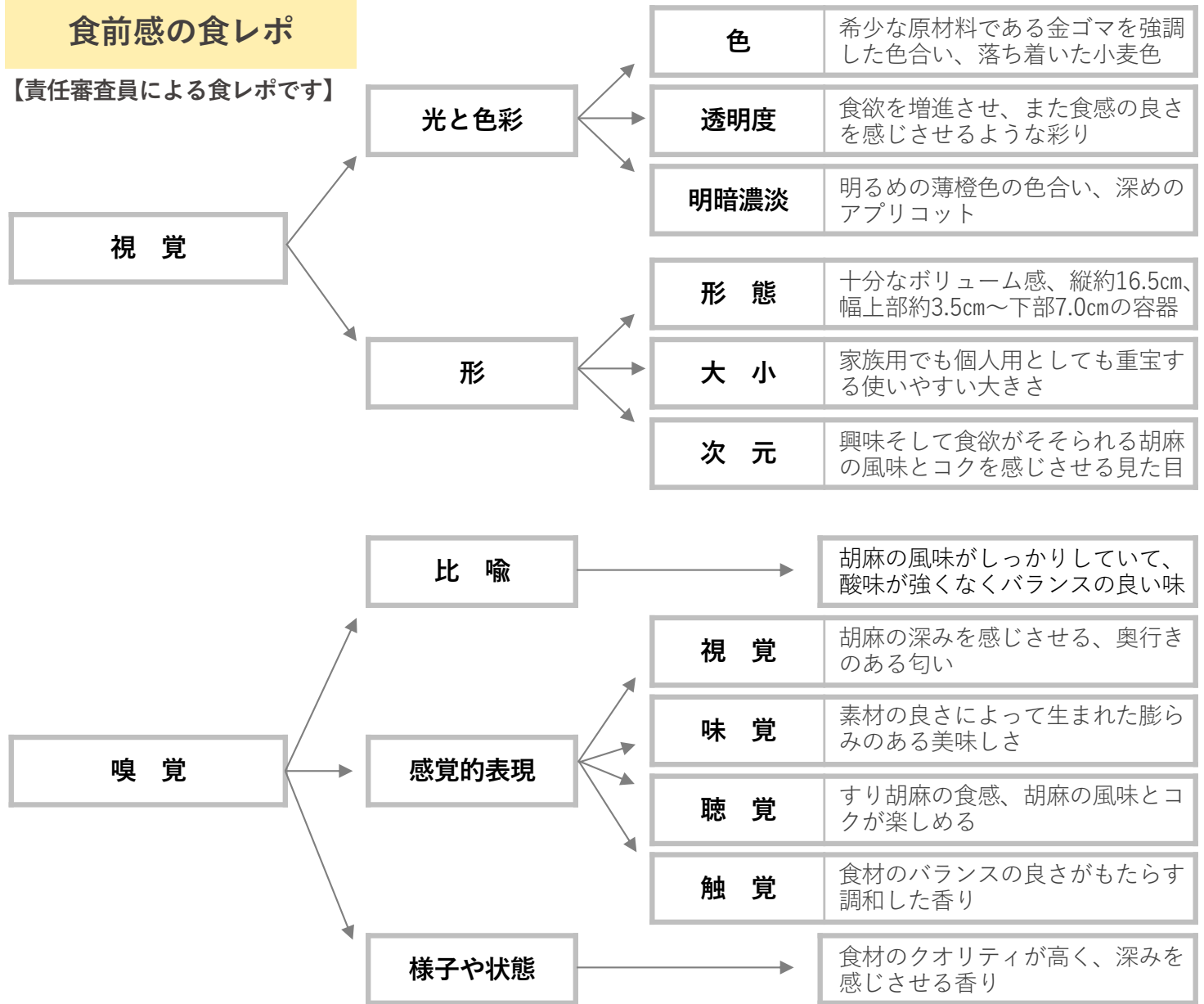
食の情報の専門家
一般社団法人
日本フードアナリスト協会
Japan Food Analyst Association Certified



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

見た目は、主に「薄茶色」で、色々な料理に手軽に使用でき粗挽きした「すりごま」の食感、そして「胡麻」の風味と「コク」を楽しめる商品です。一瞥しただけでも「興味」及び「食欲」がそそられ、食べる前から良質な逸品と感じました。食欲を増進させ、食感の良さを感じさせるような色合いは非常に好ましいものと思えます。

また、大きさですが、当該商品は液体状のものであり、縦約16.5cm、横約3.5（上部）～7.0（下部）cmの容器に入っています。家族用にも単身者用としても使い勝手の良い大きさだと感じます。容器は保存しやすく、必要に応じて適宜使用が可能なお品です。開けやすく使いやすい容器で、内容量も家庭消費用等には手頃です。“金ごま”を意識して、金色の地に赤い文字で統一され、シンプルなデザインながら商品特性をよく表しています。また当該商品は、胡麻の風味がしっかりしていて、酸味もそれほど強く感じられないゴマの濃厚な風味と香ばしさもある優しく好ましい匂いがしました。

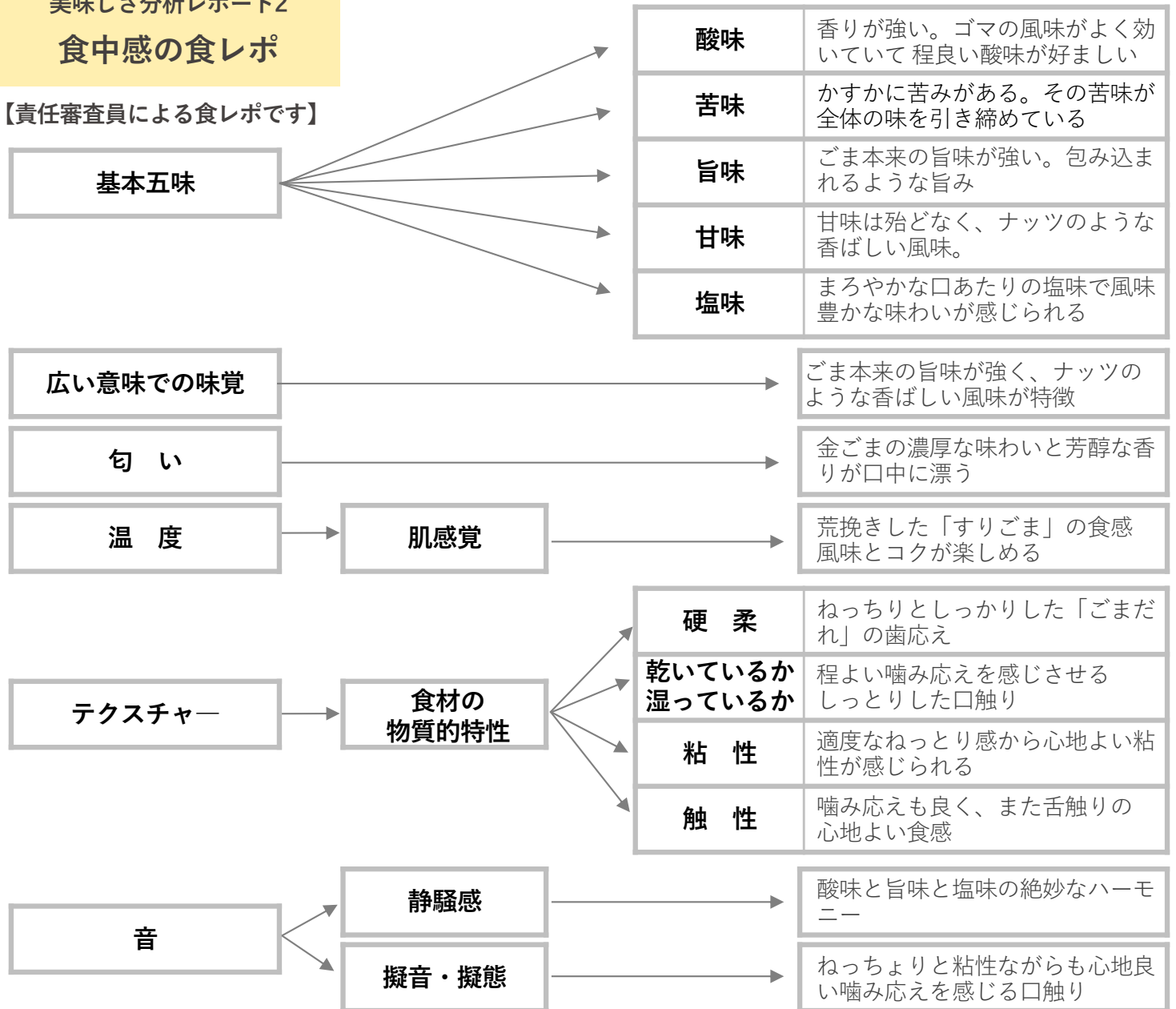
キャップを開ける前の当該商品の心地よい重さ、開栓した時の「胡麻」の風味と「コク」に心が躍り、手に取った時の感触・見た目・匂いから食べる前のワクワクや楽しみが溢れてきました。分かりやすいネーミングとストレートなパッケージデザインなので、店頭で「胡麻だれ」を探す人が1番手にとりやすい商品だと思いました。こっそりした食欲をそそる見た目、そしてその色と香りが嗅覚を程よく刺激し、食前に「早くかけて食べたい」そんな思いにさせる商品です。



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

口にした瞬間、ごまの香り、酸味や塩味、甘みのバランスが素晴らしく、そのまま食しても好ましい「ごまだれ」だと感じました。すりごま、ねりごま、いりごまの3種のごまが使われており、香り、食感、濃厚な味わいが素晴らしいと思いました。「ごまだれ」はトロリとしながらもクリーミーさがあり、胡麻の風味もしっかりと感じられる一品です。主たる料理の味を、更に引き立たせるものに感じました。

基本五味をしっかりと感じ、ゴマの風味がよく効いていて少し香りの強い『酸味』、コクを生み出す味覚の一つで味に奥行きを与えて全体の味を引き締めている『苦味』、包み込まれるような胡麻本来の強いインパクトを感じさせる味わいの『旨味』、また『甘味』は殆どなく、ナッツのような香ばしい風味が感じられ、まろやかな口あたりで風味豊かな味わいがある『塩味』を実感しました。この五味のバランスが老若男女を問わず多くの方が当該商品の『良質さ』を感じる理由となります。その結果、基本五味の絶妙なハーモニーが五感を刺激して「美味しさ」へと導いてくれました。胡麻の風味がしっかりしていて酸味がそれほど強くなく、バランスの良い味、汎用性の高い一品でした。

また、放射性物質に対する安全への取り組み、農薬検査も行い、保存料、着色料不使用などが当該商品の美味しさを更に生み出していることも良く分かりました。金ゴマを使用していることで高級感があり、健康志向の高い消費者のニーズを満たす商品だと思います。食中間、どんな料理に使えるだろう、そんな事も考えながら当該商品を楽しみました。



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

すりごま、ねりごま、いりごまと3種のごまの使用で、香り、食感、そしてその滋味に溢れる味わい深い後味が残り、その余韻が楽しめます。

気候・地域

季節、地域を問わず利用できる商品で、日本各地の色々な料理に使用でき、汎用性の高さを感じます。子供から大人まで幅広い世代から支持される商品だと思います。

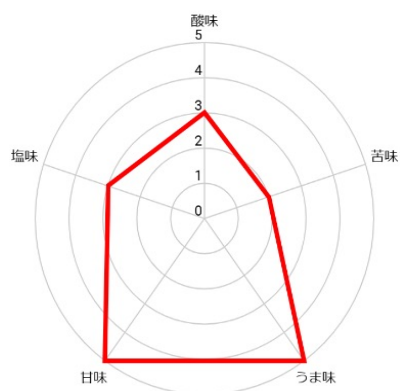
食経験・食習慣

サラダとして使用するだけでなく、炒める、漬ける、和えるなどのマルチな調味料として野菜を美味しく食べる機会が、当該商品などの提案により増えてきたと思います。

健康・生活様式

胡麻の旨みと健康効果を前面にだして、また黒ゴマや白ゴマではなく、金ゴマを使用していることで高級感も感じさせ、健康志向の消費者のニーズを満たし且つ使い勝手も良い商品です。

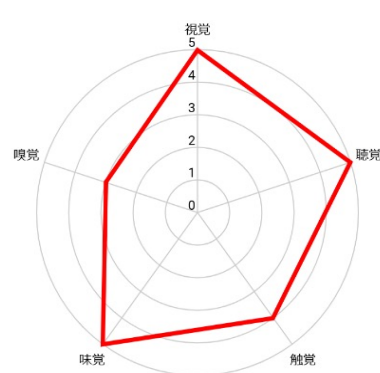
基本五味の レーダーチャート



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	5
塩味	3

広義の味	評点
まろ味	5
コク味	5
後を引く味	5
口当たりの良い味	5
奥深い味	4

五感	評点
視覚	5
聴覚	5
触覚	4
味覚	5
嗅覚	3

1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

ゴマの香りがしっかりと出ていて、香りも味も楽しめる商品です。またゴマ自体も残っているので舌の上で食感も楽しめます。一つひとつの素材の良さが合わさって生まれた膨らみのあるもので、酸味と甘みのバランスがとても好ましいです。色んな料理につけたり、かけたりする手軽さで荒挽きした『すりごま』の食感と『胡麻』の風味とコクが楽しめる『ごまだれ』です。また香辛料を控えているので、様々な料理に利用でき、汎用性も高く、『サラダ』や『冷しゃぶ』だけでなく『とんかつ』、『和え物』、『オムレツ』、『冷奴』などの一般的な料理に適するものです。甘さと酸味のバランスが絶妙で、クリーミーなので色んな食材と組み合わせることができる飽きのこない使い勝手の優れた商品です。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

希少な金ごまを使用していることを前面に出したストレートなネーミングで、金色の地に赤い色使いがシンプルながら目立つ一品です。また『焙煎荒挽き仕上げ』という名前からは、『ごま』の食感と風味、そしてコクを楽しめることが分かります。そして、中身が見えるパッケージが購買意欲をそそります。金メダルをイメージしたこのネーミングはすでに市場で定着しており、またパッケージも使いやすい設計になっていてとても利便性の良さを感じさせます。また、容器においては、適量を液ダレすることなく使用できる点が優れている逸品です。ただ、クリーミーなゴマのコクがイメージできるパッケージですが、底が広がっていて冷蔵庫で若干場所をとります。ストレートボトル等、ご検討頂けると幸いです。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

どんな料理にも使える汎用性はトレンドに合っていると思います。また、色々なアレンジレシピをSNS等で拡散していただくと気軽に料理に使用でき更に利便性が高くなります。しかしながら、既に『金胡麻』を使用していることで類似商品との差別化となっており、高級感も出ています。また、実売価格凡そ320円台で販売されているので、手にとりやすい価格だとも思います。当該企業が世の中の健康志向を先取りして世に出したこの商品はすでに20余年の歴史を持ちながらも未だに進化しています。そのようなことから、お客様のニーズをよく組み取っており、全世代に対応できていると思います。この先も世代や性別を超えたPRや販売戦略、情報発信の工夫を変わらずに行うことでまだまだ伸びしろがあると考えます。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

スタッフの教育や地域貢献にもしっかりと意識をおいたマネジメントが成されていることが素晴らしいです。また、高度な衛生品質管理はもちろん安心安全な商品開発が行われていることが印象付けられました。そういったことから商品への想いと拘りを強く感じます。『品質重視』の精神が社風として捉えられているのが素晴らしいです。食品の大手企業であり、広告専任の部署や担当者がおり、広報に積極的なものも強く理解しますが、社員のモチベーションまでは、プレゼンシートからは読みとれません。好ましい社風や社員の顔が見える広報があると更に購買層から親近感がわくと考えます。ご一考頂ければ幸いです。そして、当該企業の宣伝として、当該商品も更に積極的に訴求して欲しいです。

5. ブランディング要因

当該企業としてのブランドイメージや認知度は高く確立されていますので、更なる強化策としては、若い層に向けてのPR、SNSを利用した、当該商品使用の料理動画などこと発信する事をお薦めします。将来の布石となる若年層へのアプローチは必要と考えます。それにより間違いなく当該商品が更に幅広く一般消費者に浸透します。当該企業が目指した、野菜にも肉にも合うバランスの良い味わいの汎用ごまだれ、そしてそれを様々な料理で手軽に楽しめるようにしたいという想いによって開発された当該商品は、老若男女、性別に関係なく万人受けする商品だと思えます。また分かりやすいネーミングとストレートなパッケージデザインなので、店頭で胡麻だれを探す人が1番最初に手にし易い商品だとも思いました。

6. 素材・安全性・その他

ブランドとしての競争力がありUSPも高いです。商品名とパッケージカラーで、素材を表現していて、視認・味のイメージがしやすい構成が素晴らしいです。材料のトレーサビリティや製造時の必要な検査もしっかりと行われており、安全性は高いと思います。ただ、消費者に、よりその安全性を訴求するような取り組みは更に必要となると考えます。保存料・着色料不使用でトレーサビリティ管理がなされていますが、残念ながらイマイチ安心安全であることがパッケージから外部に伝わりにくいので安心安全であることを伝える記載等をパッケージにされてはいかがでしょうか。消費者へその安心・安全性を訴求するような取り組みは必要と考えます。ご一考頂ければ幸いです。

審査レポート



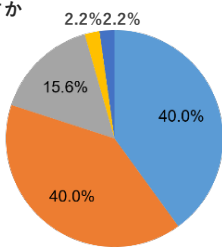
商品名	ミツカン 金のごまだれ 焙煎荒挽き仕上げ
評価結果	グランプリ 受賞回・年月 第78回 (2024年8月)

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。

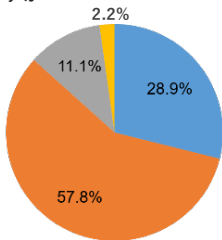
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

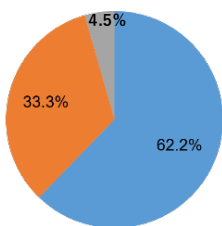
1 この商品に興味がありますか



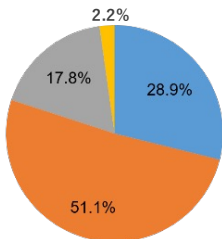
2 この価格で買いたいですか



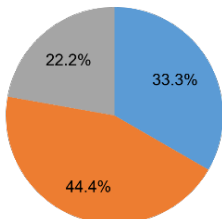
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

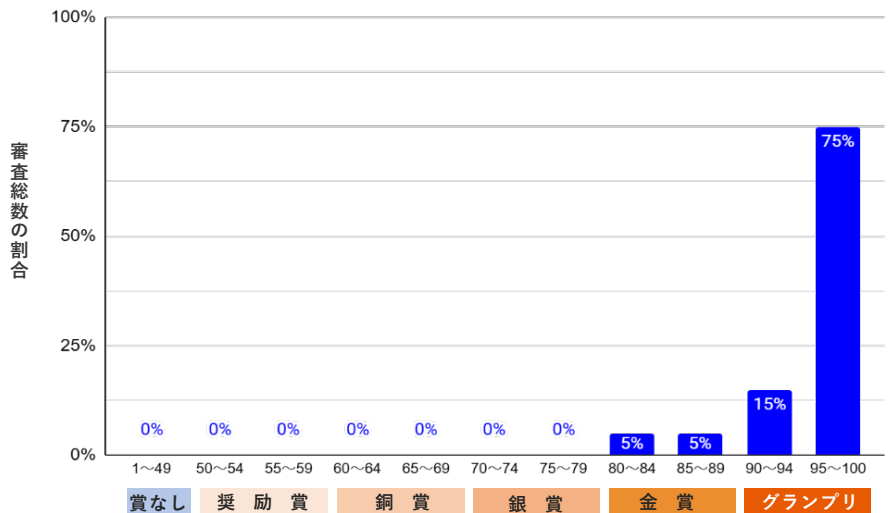
評価が高かった内容

ゴマの風味、香りがしっかり感じられる商品である
 酸味、塩味、甘味、コク味など味のバランスが素晴らしい
 クリーミーで色んな食材と組み合わせることができる
 胡麻の風味とドレッシングの滑らかさが好ましく、食べやすい
 練りごまのコクと、炒りごまの香ばしさと食感が心地よい
 開け易く使い易く保存し易いボトルで、家庭にはほど良いもの
 健康志向の高い消費者のニーズを満たす商品

評価が低かった内容

汎用性の高さが逆に何の料理に一番お薦めなのか購買時に迷う
 せっかくの安心・安全がパッケージから伝わりにくい
 推奨のレシピが手軽に見れないのでQRコードが欲しい
 パッケージ（容器）の底が若干広がっていて冷蔵庫で場所をとる
 「コク深い」が具体的にどんな味なのか想像しづらい
 もう少しゴマの粒が必要でそれによる食感が欲しい
 商品棚に並んでいてパッと見た時の競合商品との差別化が欲しい

点数分布



審査員全員が80点以上の評価をつけました。平均でも、94.1%と高い評価となっていて、どの項目も高い評価となっています。

商品自体の魅力が強く感じられ『グランプリ』相当となりました。グラフが高得点に寄った理由として、性別や生まれ育った地域や環境による嗜好に影響を受けることなく、老若男女すべての人から愛される親しみ深い見た目や味のクオリティの高さが多くの人の共感を得たことが挙げられます。また、アンケート結果から8割の人がこの商品に「興味がある」と答えているのを見ても、商品の認知度は強みといえます。

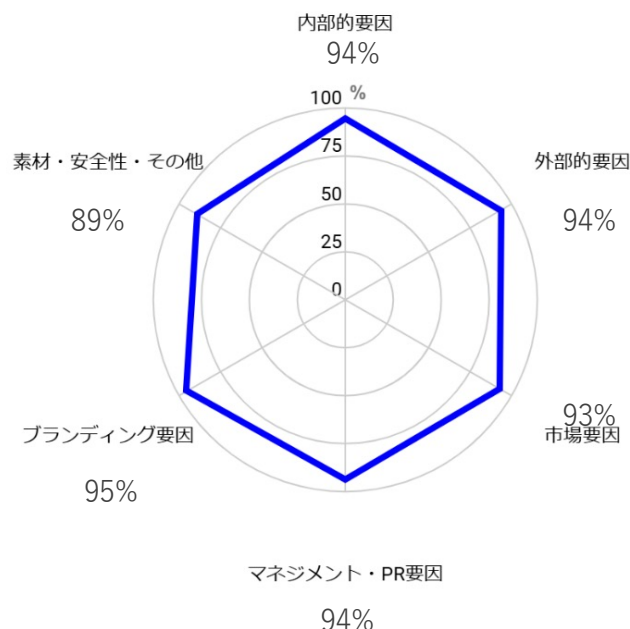
審査レポート

■ 要因分布

全要因において、89%以上（平均93.2%）という高得点でありバランスの良い結果となっています。「ブランディング要因」は、元々、独自性の高い訴求ポイントを有する商品との認識で95%、次いで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」は、味覚・食感などで魅力を感じるものとして94%と高い評価です。同様に「マネジメント・PR要因」についても、今後、更なる宣伝活動の充実、環境の変化により市場を大きく広げられる可能性を持つ事への期待度が高く同じ94%の評価となり、ネーミングやパッケージから構成される「外部的要因」についても同様に94%の結果です。

市場、トレンドから構成される「市場要因」については消費者のニーズに十分に答えられる商品であるとの認識で93%の評価となっています。

最後に「素材・安全性・その他」の項目については、当該商品の拘りが、十分理解されながらも、安心・安全であることがパッケージから伝わりにくいとマイナス要素を考慮して今後の期待度、伸びしろとして89%の評価となっています。



■ 総評

『胡麻』は中国を経由して日本に伝わったと言われており、昔から日本でも特有の香りと優れた栄養価、また貯蔵性の高さから大変重宝されていたと考えられています。しかし、料理の中での主食材ではないため文献などの記載が非常に少なく、歴史的にどのように使われていたのかは不明な点が多いです。

「ミツカン 金のごまだれ焙煎粗挽き仕上げ」は、『胡麻』の持つ健康的なイメージや汎用性の高さが人気の幅広い世代から支持を得ている逸品です。実際に食した時、まず、胡麻の深みのある旨味を感じました。希少な『金胡麻』といった素材の良さが合わさって生まれた『胡麻』の風味と『酢』のバランスがとても良く円やかで、食が進みました。和食・洋食・中華などそれぞれのジャンルを問わず使うことができます。ごまだれを一から作ろうと思えば手間暇がかかりますが、これ一本で万能的に使えるので大変便利です。『胡麻』に懸ける拘りを強く感じ老若男女を問わずお勧めです。今後、益々安定的に販売拡大が期待できる魅力的な商品です。

一方、消費者の視点から気になったのは、まずは、開け口に表示されている「コク深い」ですが具体的にどんな味なのか想像しにくいです。また、中身がドレッシングなのかタレなのかイメージしにくく、分かりやすい説明が必要に思います。バリエーションとして『さっぱり味』や『胡麻倍増タイプ』も魅力的です。

最後に当該商品の「開発エピソード」や「生産までの苦労話」を商品ストーリーとして消費者に発信することにより更に価値を高め差別化を可能とします。「どんな人が作っているか知りたい」などの消費者の想像力を刺激させ「消費者が共感できるポイント」を確立することが更なる知名度アップ及び販売拡大への重要なカギとなります。「ミツカン 金のごまだれ焙煎粗挽き仕上げ」はそれ自体完成度が非常に高いものであり、幅広く周知されている商品です。商品の持つ可能性の更なる向上を期待しています。



〒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