



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

---

審査レポート

---

生パスタスパゲッティ 2食



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

# 審査レポート



商品名 生パスタスパゲッティ 2食

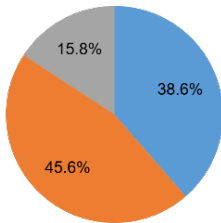
評価結果 金賞 受賞回・年月 第81回 (2024年11月)

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。

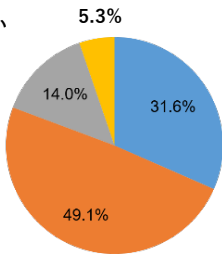
## WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通  
■ あまりない ■ ない

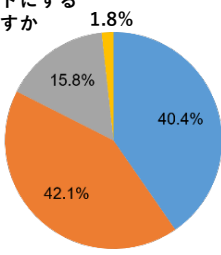
1 この商品に興味がありますか



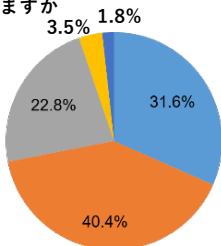
2 この価格で買いたいと思いますか



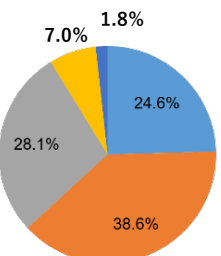
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

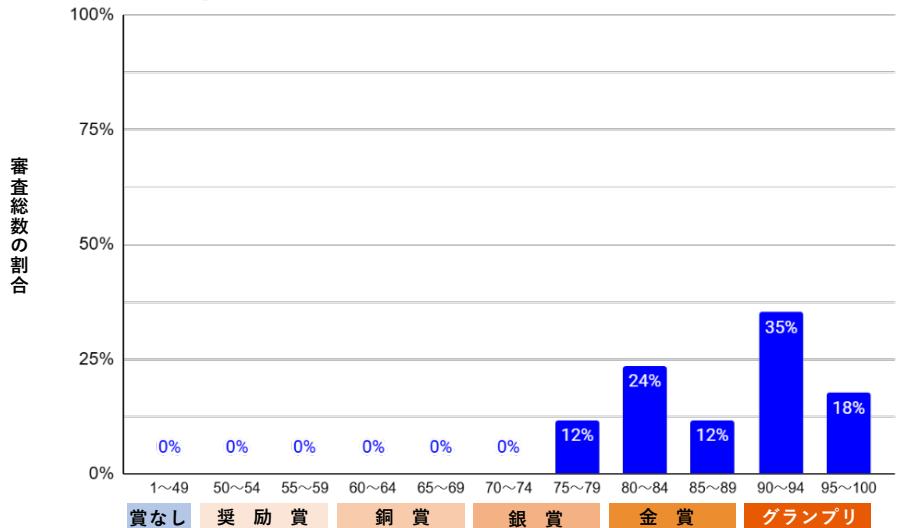
評価が高かった内容

細麺でありながら、もちもち感もしっかりある  
汎用性が高く、冷めても固まらずお弁当に入れても良い  
何かと合わせてみせるとパスタの良さが引き立つと思った  
短時間で調理できるところが良いので、いつでも使いやすい  
粉っぽさもなく歯応えも良いので、幅広い年代に好まれる  
具材にも合うオールマイティな麺という感じがした  
生パスタとして、小麦粉と食塩だけの製品は好ましい

評価が低かった内容

ネーミングがシンプルなので、競合との差別化が弱い  
SNSの活用が不足していると思う  
シンプルで分かりやすいが、インパクトが足りない気がする  
保存料と着色料の不使用は良いが、安全衛生管理が弱い  
パッケージからは他との差別化が図れていないのが残念  
保存料不使用はうれしいが、少し高く感じる  
パッケージの色が食欲を抑えるような色に感じる

## 点数分布

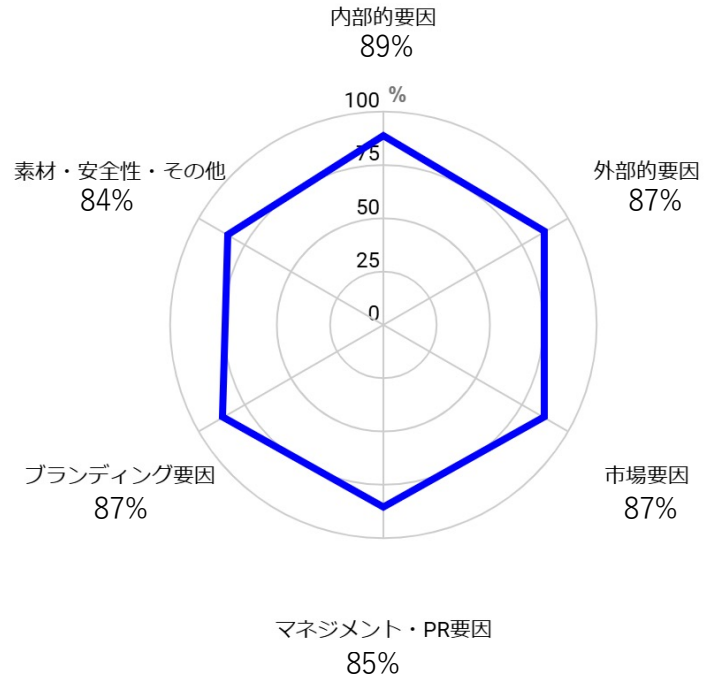


アンケートの結果から、商品に対する情報伝達は一定の評価を得ているものの、パッケージの目立ち度や販路拡大、認知度向上が課題と考えられます。「とてもある」「少しある」が多い一方で、改善の余地があると考えられます。審査員の点数分布ではグランプリや金賞に相当する評価が多く、商品の品質が高く評価されています。今後、パッケージやSNSを通じて商品の魅力をさらに広く伝えることで認知度とブランド価値の向上が期待されます。

# 審査レポート

## ■ 要因分布

項目の評価が全体的に高水準でまとまっており、特に内部的要因が89%と最も高く、商品の品質や味わい、五感への訴求力が消費者にしっかりと伝わっていることが伺えます。外部的要因、市場要因、ブランディング要因も87%と高評価を得ており、パッケージやネーミング、ブランド力が一定の効果を上げていることがわかります。一方で、マネジメント・PR要因は85%とやや控えめで、特にSNS活用や販促活動の強化が求められている点が指摘されています。素材・安全性も84%とやや低めであり、トレーサビリティや残留農薬検査の強化が望まれるという審査員の意見が反映されています。総じて、高い品質と消費者へのアピール力を持ちながらも、広報や安全管理のさらなる充実が今後の課題といえるでしょう。



## ■ 総評

本商品は「食べて美味しい、体に美味しい」という理念に基づき、素材本来の風味と安心感を提供する高品質な生パスタとして、多くの評価を集めました。小麦粉と塩のみを使用し、保存料や添加物を加えない製法は、現代の健康志向の消費者ニーズに合致しており、「もちもち食感」や「自然な甘みと香り」をしっかりと引き出しています。また、短時間で調理が可能な点や、常温での長期保存ができることも、忙しい生活の中で利便性を求める層にとって大きな魅力となっています。

さらに、本商品の「もちもち感」は他の乾麺パスタとは異なる食感として高く評価され、食べ応えと満足感が特徴です。一方、商品名やパッケージがシンプルすぎるため、この「もちもち食感」や「短時間調理」「常温保存可能」といった特長が一目で伝わりにくい点が指摘されています。これらの強みをよりわかりやすくパッケージ上で表現することで、消費者にとって商品選びがしやすくなり、購買意欲の向上につながると考えられます。また、出雲そばの老舗が培ってきた伝統的な技術と国産小麦を活かした商品であることを明確に伝えることで、ブランド力の強化が期待できます。商品を手にする消費者に対して、この商品が「日本の伝統技術を活かした本格的な生パスタ」であることがわかるような工夫を盛り込むことで、他社との差別化が一層図れるでしょう。

総じて、本商品は品質、風味、健康面での配慮において多くの強みを持ち、「体に良く美味しい」という理念を大切に、消費者の健康と福祉に配慮した商品です。今後も市場での成長が見込まれる製品であり、より一層のブランディング強化と広報活動に取り組むことで、本商品の魅力がさらに多くの消費者に伝わり、愛される商品となることが期待されます。

審査員一同、更なる貴社の発展と、本商品が幅広い層に愛され広く行き渡ることを心より祈念致します。



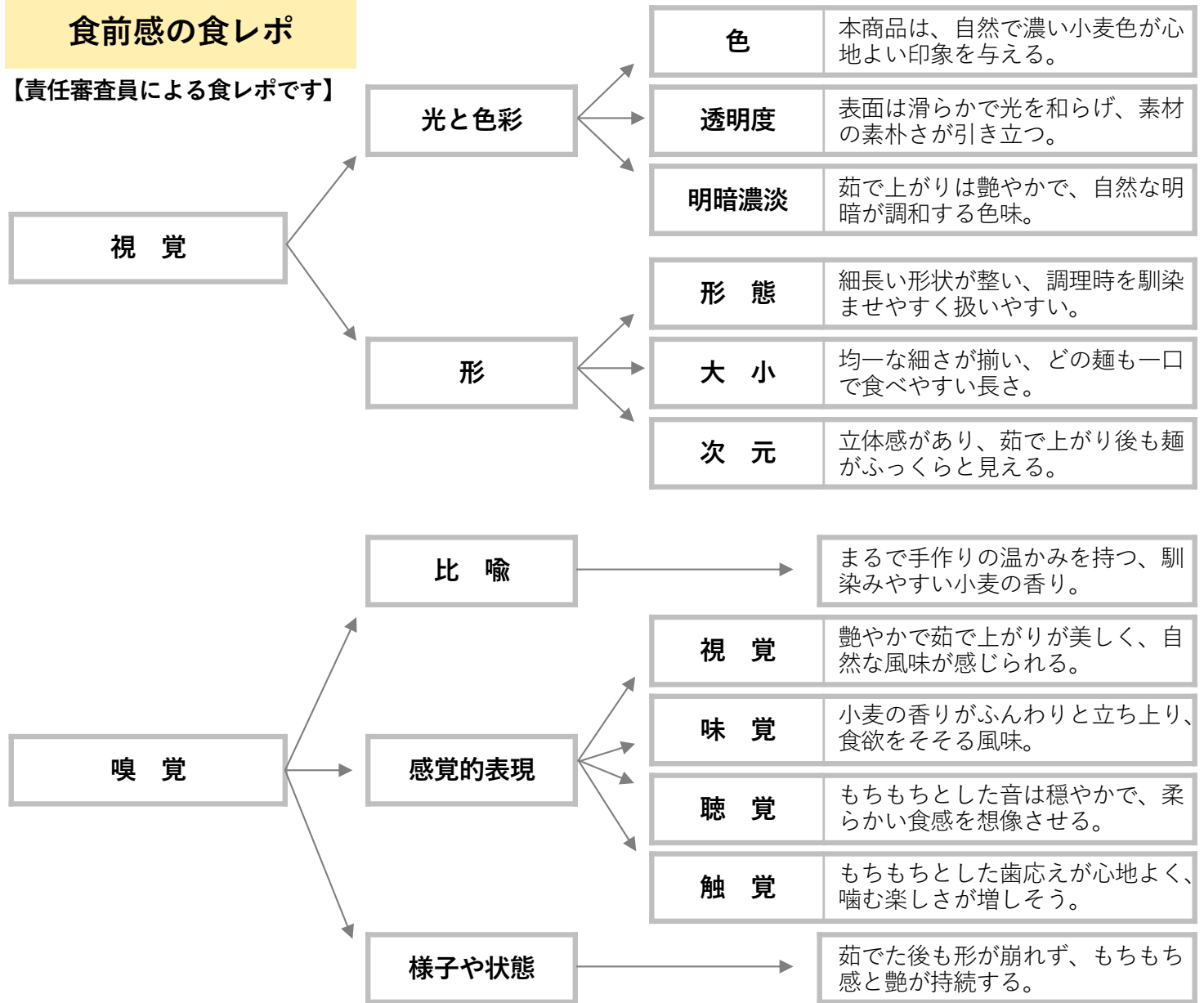
〒102-0082 東京都千代田区一番町15-8 壱番館5階  
 Tel : 03-3265-0518 / Fax : 03-3265-0519  
 Mail : info@foodanalyst.jp



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

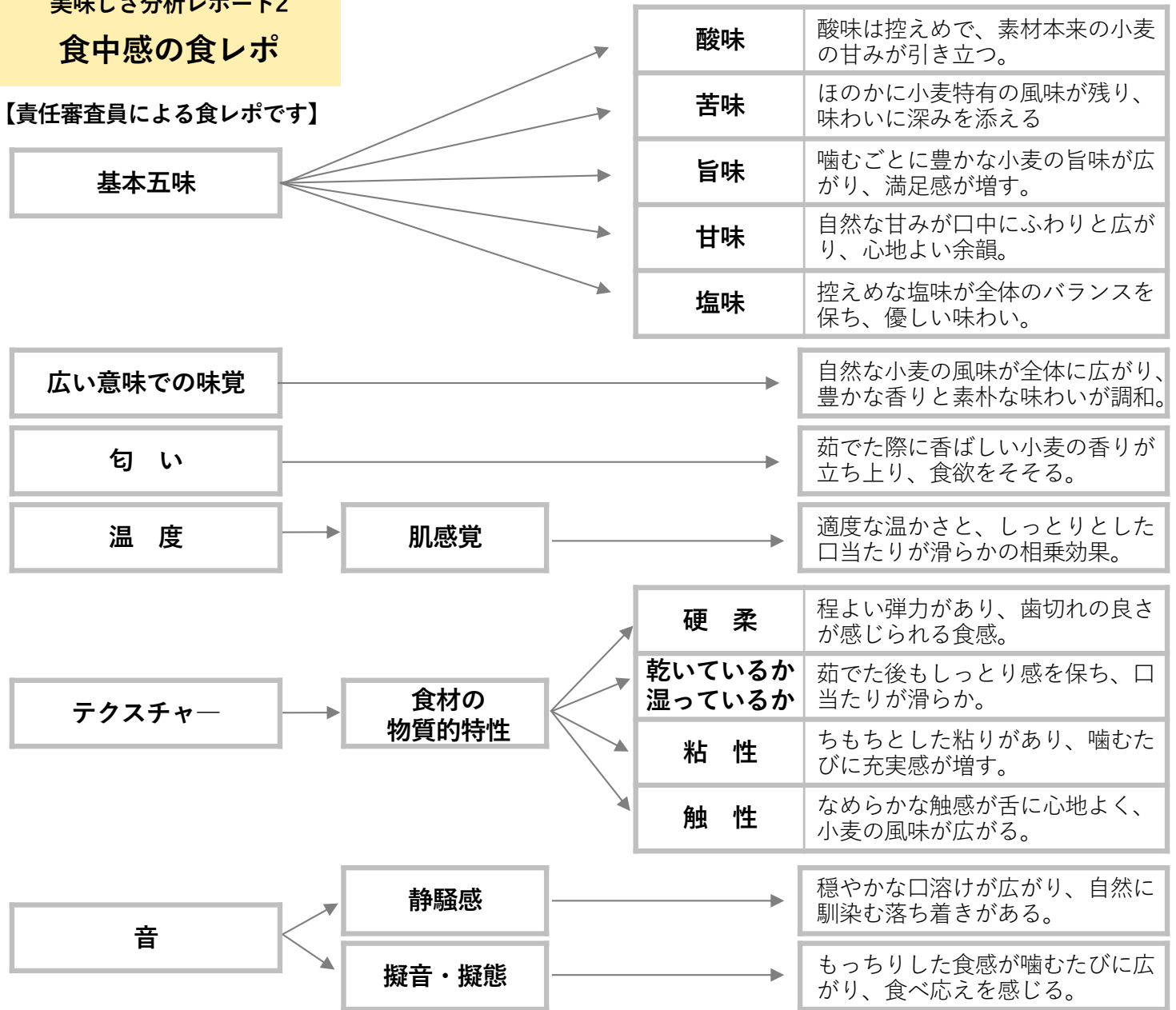
全体的に素朴で自然な小麦の風味が特徴的であり、見た目からもその魅力が伝わってきます。茹でる前の状態では、細く均一な形状とマットな質感が、手作りのような温かみと本格的なイメージを与えてくれます。また、ほんのりとした小麦色が視覚的に素材の良さを引き立て、過度に加工されていないナチュラルな印象を受けました。光に当てると表面に控えめな艶が見られ、シンプルながらも品質の高さが伺えます。茹でた後の状態はさらに魅力が増し、全体的にツヤと弾力が加わり、視覚的にも味覚的にも期待が膨らみます。茹で上がりの艶やかさが、食材としての魅力をより引き出し、小麦の香ばしい香りがふんわりと立ち上がり、食欲をそそる芳香を放ちます。この香りは控えめながらも豊かで、過度に主張しないことで、どのようなソースや具材とも相性が良さそうです。触感はもちもちとしており、手で触れた際の弾力感からも、コシの強さがしっかりと感じられました。この弾力とツヤは、冷めても維持されるため、お弁当にも適していると感じます。調理時にも形が崩れることなく、料理全体に安定感をもたらします。



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

本商品は、素材の良さを活かしたシンプルな生パスタで、小麦本来の豊かな風味が口の中に広がり、味わうほどに深い満足感を与えてくれます。茹でたての状態から立ち上る香ばしい小麦の香りが、食欲をそそり、温かい温度と相まって味わいをさらに引き立てます。この香りは控えめながらも存在感があり、料理全体に自然な風味が溶け込むため、どのようなソースや具材とも相性が良いと感じられます。

口に含んだ瞬間、しっとりとした滑らかな口当たりが心地よく、もちもちとした弾力が噛むごとに感じられ、食べ応えを増します。この弾力は過度に強くないため、歯切れの良さも同時に楽しめ、のど越しもスムーズです。また、控えめな塩味と自然な甘みがバランスよく調和しており、小麦の旨味を引き立てる役割を果たしています。塩味が過度に主張しないため、全体的に優しい味わいとなっており、食事としての満足感を十分に得られます。さらに、茹でた後もパスタのしっとり感が持続し、後味も軽やかです。噛むたびに広がる小麦の風味と心地よい粘りが、最後の一口まで飽きさせない工夫を感じさせます。



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

小麦の豊かな風味が口の中に余韻として残り、噛むごとに感じた旨味が心地よい後味を形成する。控えめな塩味が引き立て、食後も軽やかな満足感が続く後味。

気候・地域

温暖な気候や日本の食文化と調和するパスタで、四季に合わせた多様な料理に合う。特に冬の温かいスープやソースとの相性が良く、寒い季節に嬉しい温かみのある一品。

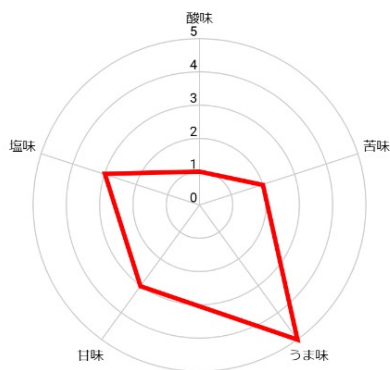
食経験・食習慣

日本の食卓に馴染みやすいシンプルな小麦と塩の味わいで、家庭料理や外出問わず、日常的に食べ慣れた味。親しみやすく、様々なアレンジがしやすい食習慣を思わせる。

健康・生活様式

保存料を使用しない安心感と、適度な弾力が食べ応えを生み、少量でも満足感が得られる。忙しい生活の中で手軽に栄養補給ができ、健康志向の食生活に適している。

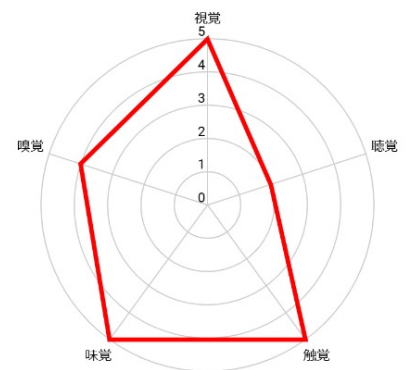
基本五味の  
レーダーチャート



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	1
苦味	2
うま味	5
甘味	3
塩味	3

広義の味	評点
まろ味	4
コク味	4
優しい味わい	5
余韻	4
香ばしさ	4

五感	評点
視覚	5
聴覚	2
触覚	5
味覚	5
嗅覚	4

### 1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

味覚や五感、ニュース性に関して高評価を得ています。シンプルな原材料により、小麦本来の香りや旨味が引き立ち、自然で素朴な味わいが楽しめます。さらに、茹で上がり後のもちもちとした食感は、噛むごとに豊かな風味が広がり、食べ応えと満足感が得られる点も評価されます。また、茹で時間が短いことも、現代の忙しい消費者にとって利便性が高く、ニュース性を備えています。多様なソースとの相性が良いことも含め、家庭で気軽にプロのようなパスタを楽しめる製品として、五感を通じた高い満足感を提供しています。

### 2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

ネーミングとパッケージの分かりやすさは高評価ですが、競合製品との差別化においてインパクトがやや弱い印象を受けます。ネーミングは「生パスタ」であることが伝わりやすいものの、シンプルすぎて特徴が伝わりにくいとの意見が複数見られました。また、カラフルな色味は店舗で目を引く一方で、寒色系の色合いが食欲を刺激しにくい点が惜しまれます。

透明窓で中身を確認できる工夫は消費者に安心感を与え、好感が持てます。

### 3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

本商品は、特に茹で時間が4分と短く、手軽に調理できる点が現代の消費者ニーズに非常にマッチしており、手間をかけずに食事を用意したい層に響きます。また、常温保存で270日という長期保存が可能で、災害時のローリングストックとしても需要が見込まれるため、防災意識の高い家庭にも適しています。価格については若干の割高感があるとの意見もありますが、高品質な国産小麦を使用し、保存料不使用の安心感を提供している点で、価格に見合った価値があると考えられます。

### 4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

マネジメント・PR要因に関して、スタッフの働きやすさや社内環境の整備が製品品質に良い影響を与えている点が評価されています。スタッフ同士の良好なコミュニケーションが、ホスピタリティや迅速な対応力にもつながり、企業としての信頼感を生んでいます。しかしながら、広報活動が全体的に少なく、商品の特長や安全性に関する強みが消費者に十分伝わっていない点は惜しまれます。また、老舗企業としての信頼性を活かし、公式な顧客対応窓口の整備や表記の統一を図ることで、広報の強化が図られると考えます。

### 5. ブランディング要因

本商品のブランディング要因については、創業100年を超える老舗の歴史や、出雲そばの製麺技術を活かした独自性が高く評価されています。自然素材のみで作られた製品は、現代の健康志向や安全性を重視する消費者ニーズに合致し、ブランド力の強化に繋がっています。また、保存料不使用といった特長を前面に出し、自然志向の商品であることを強調したり、企業の歴史や製品のこだわりをパッケージや広報で訴求し、他ブランドとの差別化を図ることで、さらなる信頼とブランド価値の向上が期待されます。

### 6. 素材・安全性・その他

本商品の素材や安全性に関しては、小麦粉と塩のみで製造され、保存料や着色料が不使用である点が高く評価されました。外部認証の取得や自主的な監査の実施も評価され、消費者にとって信頼性の高い製品といえます。一方で、トレーサビリティや残留農薬検査などの管理体制については情報が少なく、今後さらに強化されることが望まれます。こうした安心・安全への取り組みをパッケージや広告でもより強調することで、消費者に一層の信頼を与えられるでしょう。



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション