



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

---

審査レポート

---

専門店の水たきとりスープ



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



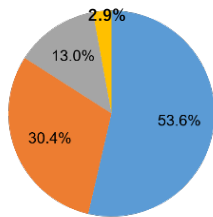
商品名 専門店の水たきとりスープ  
 評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第87回 (2025年5月)

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。

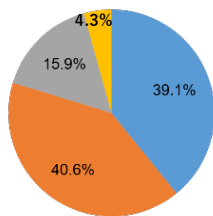
## WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通  
 ■ あまりない ■ ない

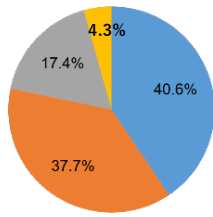
1 この商品に興味がありますか



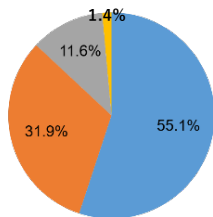
2 この価格で買いたいと思いますか



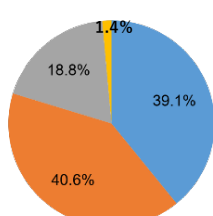
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

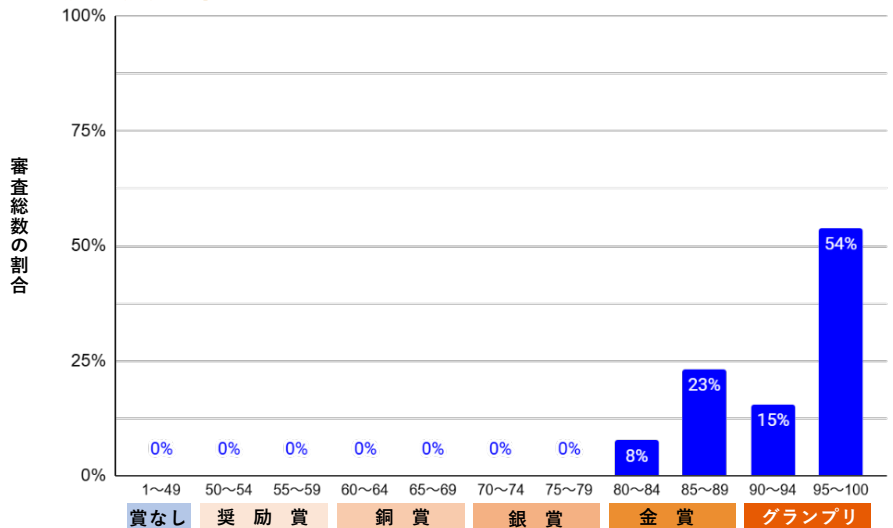
評価が高かった内容

鶏の香りが良く、味もさっぱりとしていながらコクがある  
 コラーゲンたっぷりの無添加スープが味わえる  
 優しい塩味、まろやかで深みのある味わいが好ましい  
 高タンパク、低カロリーの体に良いスープが楽しめる  
 冷凍保存で、解凍すればいつでも手軽に味わえる  
 本場の水炊きスープが簡単に作れて楽しめる  
 冷凍個包装パックで、使用しやすさに配慮されている

評価が低かった内容

外装から美味しさが伝わりづらいので写真等載せた方が良い  
 中身の良さ、効能等をしっかりと説明して欲しい  
 トレーサビリティ管理していないところに不安を感じる  
 国の基準に則った農薬検査は安全への配慮として欠かせない  
 日本全国が水炊きについて内容を理解している訳では無い  
 水炊きは鍋を想起させるので何か物足りなさを感じてしまう  
 「専門店の」というフレーズがイマイチ分かり難い

## 点数分布



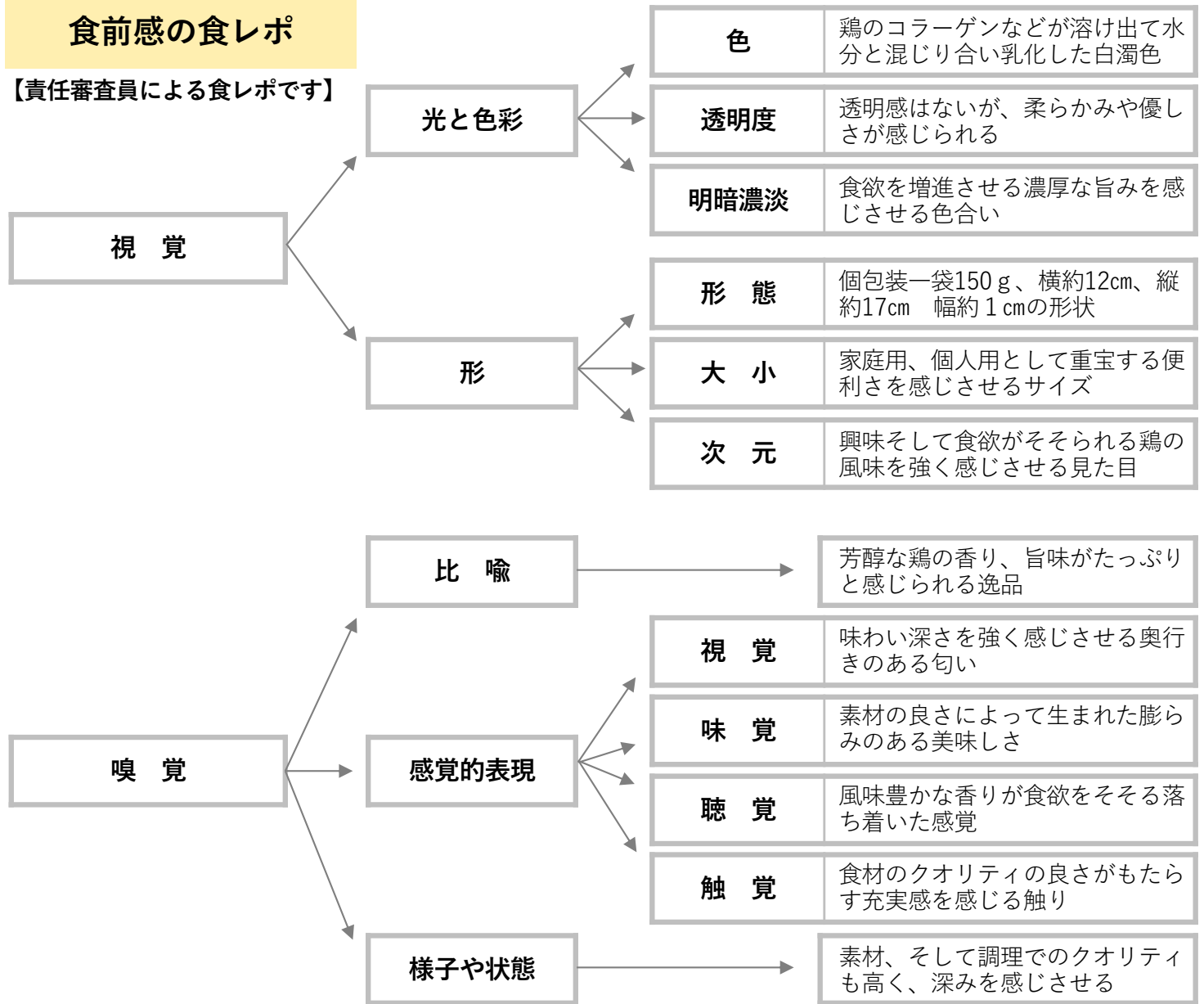
審査員全員が81点以上の評価を付けました。平均では、91.6%と高い評価となっています。内訳として『金賞』が31%、『グランプリ』が69%という分布となりどの項目も高い評価となっています。その結果から、商品自体の魅力が強く感じられる事が証明され今回『グランプリ』受賞となりました。その要因は、老若男女すべての人から好ましく思われる内容、味のクオリティの高さが、多くの人たちからの強い支持を得た事が挙げられます。



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

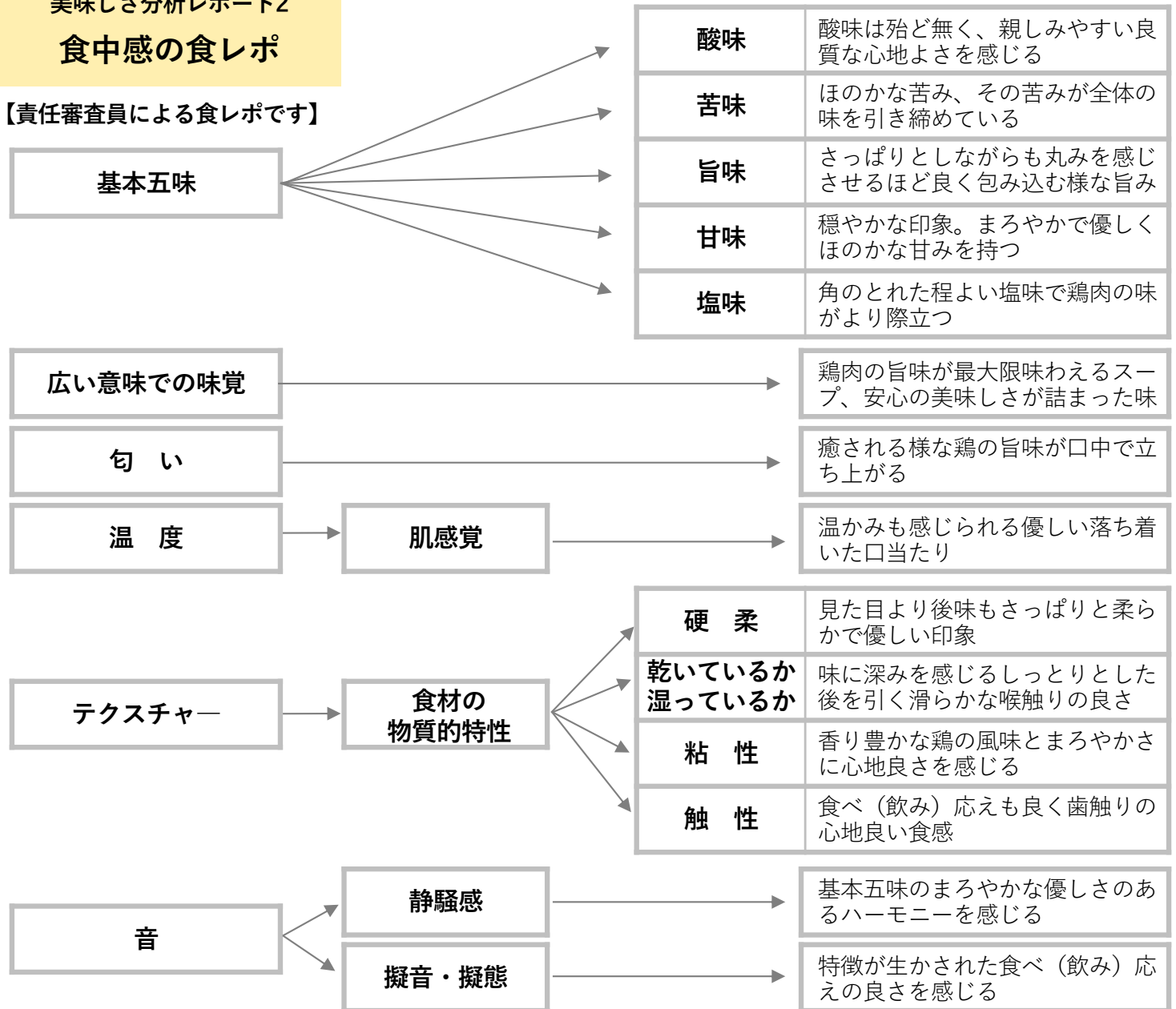
水から煮るので『水炊き』と言われる当商品の素となる料理は、江戸時代、和風にアレンジされた南蛮料理で、一説にはヨーロッパ風コンソメと中華の鶏料理を組み合わせたものとも言われ、日本では当時珍しい、魚介ではなく肉系（鶏肉）で出汁をとりまたその鶏肉を中心食材として使用した手軽に食べられる和風鍋料理となりました。それが、長崎から博多（福岡）にもたらされ日本各地に普及しました。当該商品『専門店の水たきとりスープ』は、見た目、骨付きの鶏を煮込む為、鶏のコラーゲンなどが溶け出て水分と混じり合い乳化した白濁色となります。今回一瞥しただけで『興味』及び『食欲』がそそられ食べる前から良質な一品だと感じました。大きさについては、個包装一袋150g、横約12cm、縦約17cm 幅約1cmの形状となっています。単身者用としても家族用としても、使い勝手の良いものと思います。昨今、オフィスでも出汁を飲むなど健康維持を強く意識しているビジネスパーソンも増えていると聞きます。故に、手軽に身体に良い鶏スープを補給できる、そんな消費者ニーズに応えた当該商品は、将来的に期待の持てる一品だと感じました。



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

当該商品は、日本人が地域性での違和感を感じる事無く皆が好ましく思うスープの味わいが表現されていて国産鶏の円やかさ、風味の良さがしっかりと感じられるものになっています。口にした瞬間、滑らかで上質な味わいと鶏のクオリティの高さが感じられ口の中で旨味と共に溶けていく感じがしました。鶏肉の本来の旨味が引き出されているところからも他の商品との優位性を強く感じました。そして、思わず『美味しい』と口をついて出てしまいました。味の良さは勿論の事ですが、特に女性にとって、身体に優しい、美容に良い商品だと感じました。基本五味として、酸っぱさは殆ど無く親しみ易い良質な心地よさを感じさせる『酸味』、また、かすかに苦みがあり、それが全体の味を引き締めている『苦味』、さっぱりとしながらも丸みを感じさせるほど良く包み込む様な『旨味』、ほんのりとまろやかで穏やかな印象を醸し出す『甘味』、そして、角のとれた程よいもので鶏肉の味がより際立つ『塩味』が実感できました。この五味のバランスの良さが老若男女を問わず、多くの人々が『好ましいもの、美味しい』と感じる理由となります。今後、更なる購買層の拡大が見込める一品です。



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

食材の食感や余韻が楽しめる。味わいに溢れる後味。素材の旨味が強く感じられた

気候・地域

気候や地域に関係せず、殆どの日本人が好ましく思う、日々の生活において重宝し、また満足感が強く感じられる一品です。

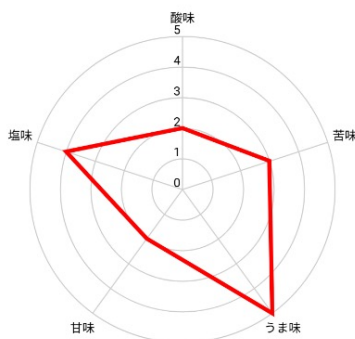
食経験・食習慣

鶏そのものの旨味が強く感じられ、好ましい味わいが感じられる一品です。鶏の臭みも余り感じられず、ヘルシーで良質な鶏スープを実感できます。

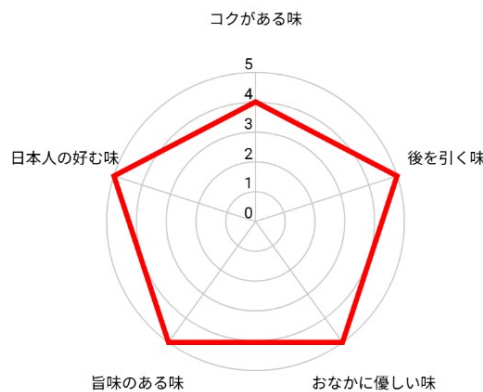
健康・生活様式

地域や生活様式の違いに関係なく好まれる一品です。多忙な生活の中でも簡単に食せて低カロリー、高タンパクの習慣化に役立つ商品です。

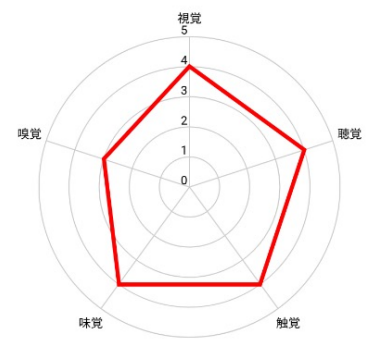
基本五味の  
レーダーチャート



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	2
苦味	3
うま味	5
甘味	2
塩味	4

広義の味	評点
コクがある味	4
後を引く味	5
おなかに優しい味	5
旨味のある味	5
日本人の好む味	5

五感	評点
視覚	4
聴覚	4
触覚	4
味覚	4
嗅覚	3



## 1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

中国料理の影響を受け、日本化された家庭料理で鶏肉の手軽な鍋料理として、博多から各地に普及しました。名前の『水炊き』（博多煮、水だきともいう）は、水から煮るのでその名前となりました。鶏ガラを長時間炊いてから、灰汁を取り除くと脂肪が抜け出して乳白色に濁ってくるこのコクのある煮汁が当該商品です。水炊き特有の鶏の香りが良く、味もさっぱりとしていながらコクがあり、スープだけでも鶏を味わった感じがする一品です。コラーゲンが取れる無添加、高タンパク、低カロリーの体に良い魅力的な商品です。

## 2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

本場の水炊きスープが簡単に作れて楽しめる好ましい一品です。わかりやすいネーミングで、手に取りやすく、冷凍個包装パックで使用しやすさに配慮されているのも好印象を持ちました。また、中身も一回分一人前になっていて使いやすと思います。今後、贈答用としてお世話になっている人たちに贈りたくなりました。ただ、パッケージからは、残念ながら美味しさが伝わりづらく、写真等載せた方が良いのではと思います。またパッケージの裏の文字は小さすぎだと感じました。ご検討頂ければ幸いです。

## 3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

近年、日本のビジネスマンにおいても、入社時のオフィスで出し汁を飲むなど健康を強く意識している方も多く、また一人暮らしで手軽に健康作りができるスープを飲みたいと考える消費者ニーズに応えた今後に期待できる一品だと感じました。健康志向の強い方や本物志向の方、そして海外に暮らす日本人にも適したものだと考えます。その様に今後の販売ターゲット層は広いと思います。健康志向の消費者が増えている中、当該商品はその消費者ニーズにも応えた現代の消費者に好適な商品だと思います。

## 4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

食の多様化と消費者の求める豊かさに配慮され、品質と美味しさに拘り、市場の変化に応じた商品開発をされている姿勢が素晴らしいです。それが、どんなシーンで誰が喜ぶのか、食のシーンがイメージできると更に深まり、顧客の増加に結び付くと考えます。それ故に、今後の広報及び広告宣伝の必要性を感じます。広告予算が確認できず、専門部署や担当者が無く、広報施策が乏しいと感じてしまう点を是非、是正頂きたいです。他社商品と差別化となる例えば『専門店の』部分を積極的にアピールした広報戦略が望まれます。

## 5. ブランディング要因

品質の良さに加えて、創業からの歴史が安定したブランディングになっていると思います。見た目のインパクトはそれほど強くは感じませんが、中身の本物さに他商品への優位性を強く感じます。歴史と味に裏打ちされている誇りは素晴らしいと思います。今後、自宅などで楽しむ『水たきスープ』としてだけでなく、現代人が欲するヘルシーなイメージからの健康アピールも当該商品においては可能だと考えます。それと同時に、創業以来の歴史、原材料のしっかりとした吟味、丁寧な製法などもアピールして差別化を図って欲しいです。

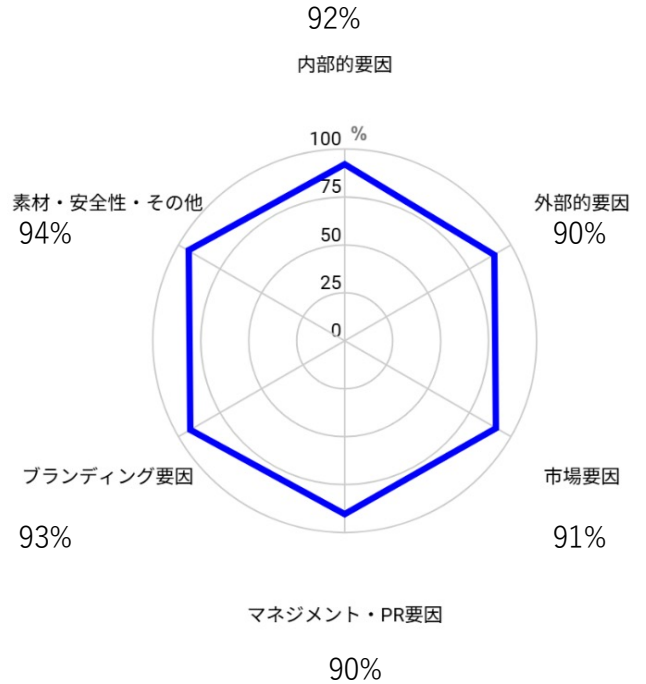
## 6. 素材・安全性・その他

国産素材を大切に、人に優しい商品だと思いました。様々な安心・安全への取り組みや管理が為されていて商品に安心感が感じられます。また、保存料や着色料を使用していない事も同様です。ただ、今後は素材のトレサビリティ管理も行うことにより、更にしっかりとした安全管理が実施されるという安心感が必要になると考えます。ご検討頂ければ幸いです。総じて、当該商品の素材本来の自然で新鮮な味を追求して作るその思いや拘りが当該商品の品質を保ち、安心・安全に繋がっていくと考えます。

# 審査レポート

## ■ 要因分布

全要因において、90%以上（平均91.6%）という高得点でバランスの良い結果となっています。その中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、味覚や食感などで魅力を感じるものとして92%の高い評価となりました。ネーミングやパッケージから構成される『外部的要因』については90%、市場、トレンドから構成される『市場要因』についても消費者のニーズに十分に応えられる商品であるとの認識で91%となっています。そして『マネジメント・PR要因』については、今後の宣伝活動の充実など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90%の評価となりました。また、『ブランディング要因』は、独自性の高い訴求ポイントを有する商品として93%の高評価を獲得、『素材・安全性・その他』についても94%と商品の拘りが十分に理解されました。



## ■ 総評

『Soup（スープ・汁）』の歴史は期限前1600年から1500年頃の古代エジプトから始まります。当時の『Soup（スープ・汁）』は家畜や野生の鳥や獣の肉、そして野菜や硬くなったパンと一緒に煮込んだものだったようです。日本において、博多を代表する郷土料理と言われる『水たき』そのルーツは、西洋料理と中国料理の両方にあると言われます。西洋料理のコンソメと中国料理の鶏の水煮を日本人の口に合うように工夫した料理が、明治初年、福岡博多で大評判となり、スープや鳥炊きを楽しむシンプルな料理が全国に広がって行きました。当該商品『専門店の水たきとりスープ』は、本場博多の水炊きを食す機会が今までに無かった人でも自宅などで温めるだけで簡単に楽しめる商品です。少しトロっとして白っぽく濁った乳白色のスープが見た目にも、本格的な好ましい料理としての鶏の旨味を強く感じさせます。また、鶏嫌いな人でも、美味しく食べられる優しい味のスープだとも思います。味のクオリティも高く、現代の手軽さを求める流れにもマッチしていて素晴らしいです。ただ、当該商品にもまだ少し改善の余地を感じます。消費者の視点からきになったのは、第一に、外装の見栄えとその裏面にある商品の具体的な説明の文字が小さすぎる事です。個包装でももう少し特別感が感じられると消費者が更に興味を抱くのではと思います。最後に当該商品『専門店の水たきとりスープ』の『開発エピソード』や『商品化までの苦労話』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。当該商品『専門店の水たきとりスープ』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