



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

---

審査レポート

---

山長味噌・じゃこしそ



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 山長味噌・じゃこしそ

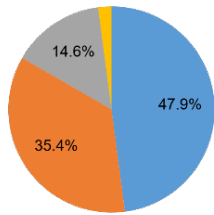
評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第87回（2025年5月）

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。

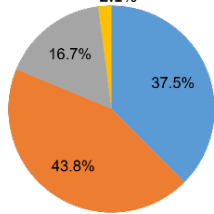
## WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通  
■ あまりない ■ ない

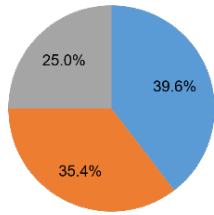
1 この商品に興味がありますか



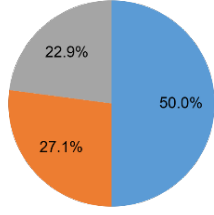
2 この価格で買いたいですか



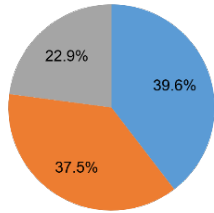
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

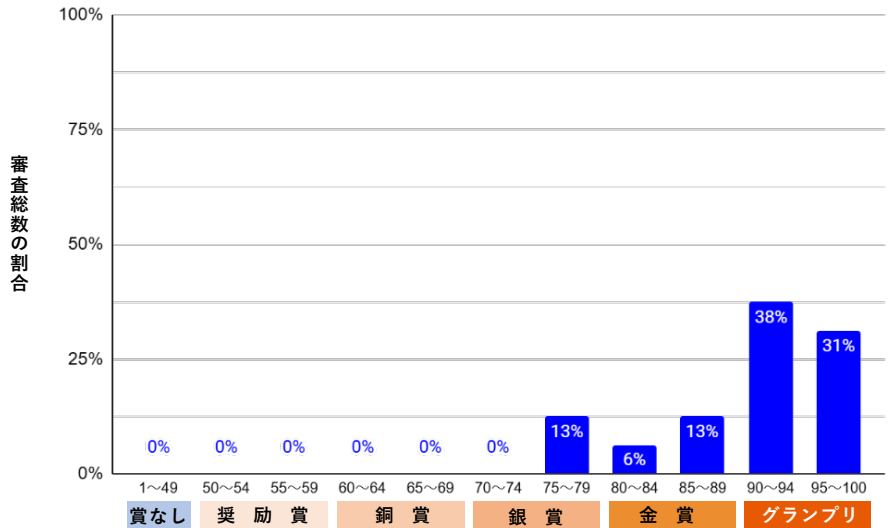
評価が高かった内容

じゃこしそ味噌というご飯に合う食材がバランスよく調和する  
 商品開発に至ったお母さんの思い出の味が大変印象に残った  
 瓶の形がキュートでラベルや蓋も全体的に可愛い  
 MISOの文字が若い方や外国人の方にも手に取ってもらいやすい  
 このクオリティでこの価格はすぐにでも買いにいきたい  
 高知の魅力を広め、高知全体の活性化を進められている  
 地産地消を心掛けているところが素晴らしい

評価が低かった内容

サブタイトルを母の味などつけてもらえればわかりやすい  
 チューブタイプやプラスチック容器など軽量化できれば良い  
 商品の品質に対して価格が安いのが惜しく値段を上げて良い  
 広報担当、お客様窓口、クレーム窓口がないこと  
 トレーサビリティ管理をされていない点  
 地産地消の原材料を使用していることが分かりづらい  
 農薬検査の有無は気にされる方もいるので、検討してほしい

## 点数分布



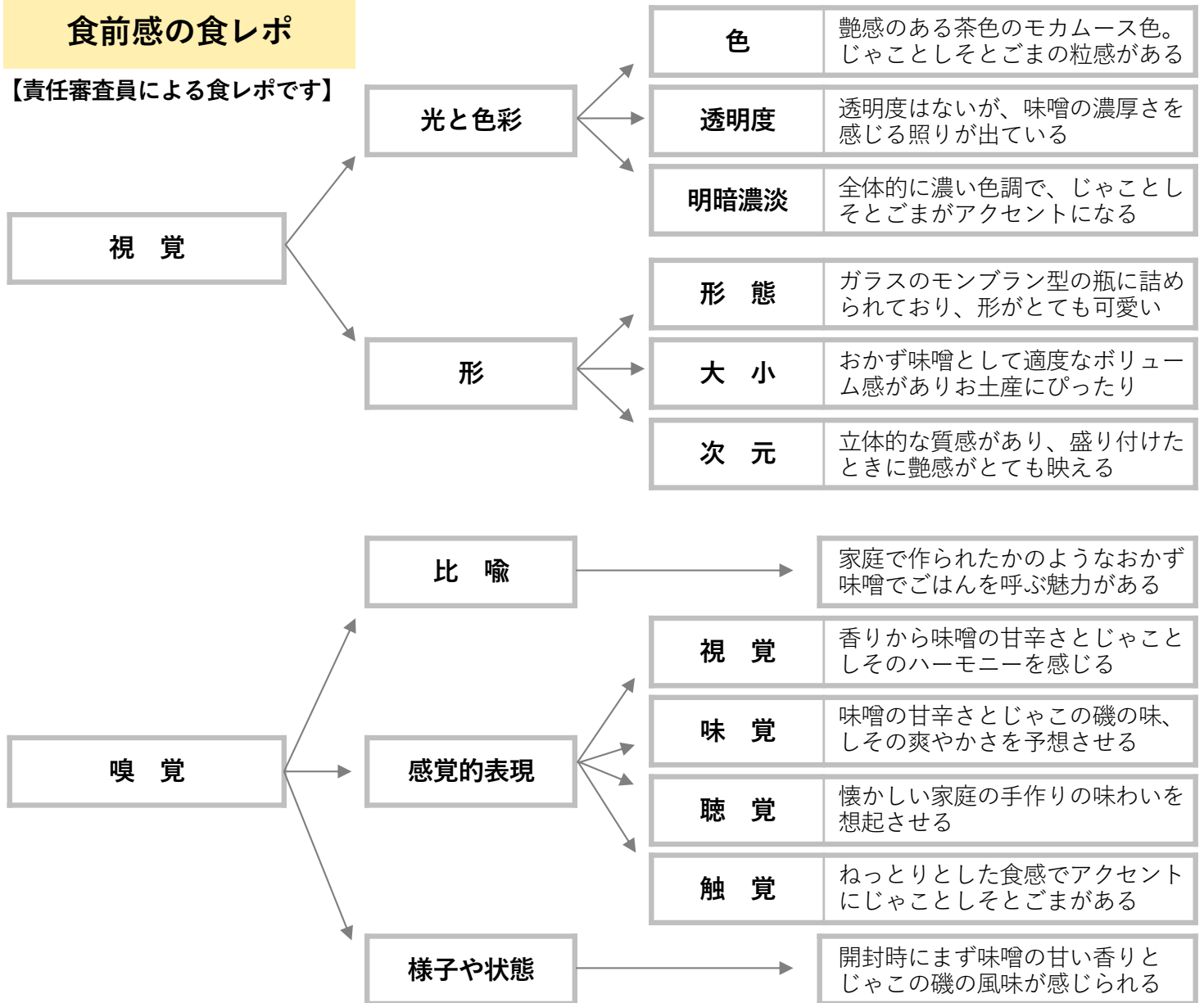
審査員の69%が90点以上のグランプリ相当と高い評価を占めまして、そのうち31%が95点以上と極めて高い評価です。その結果からも総合的に「グランプリ」との評価となりました。その要因は、独自性にあふれた商品の内容と、優れたコストパフォーマンスが挙げられます。アンケートの結果では、83.3%の方が「この商品に興味がある」と回答しています。また、75.0%の方が「この商品をターゲットにする客層は多い」と回答しています。



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

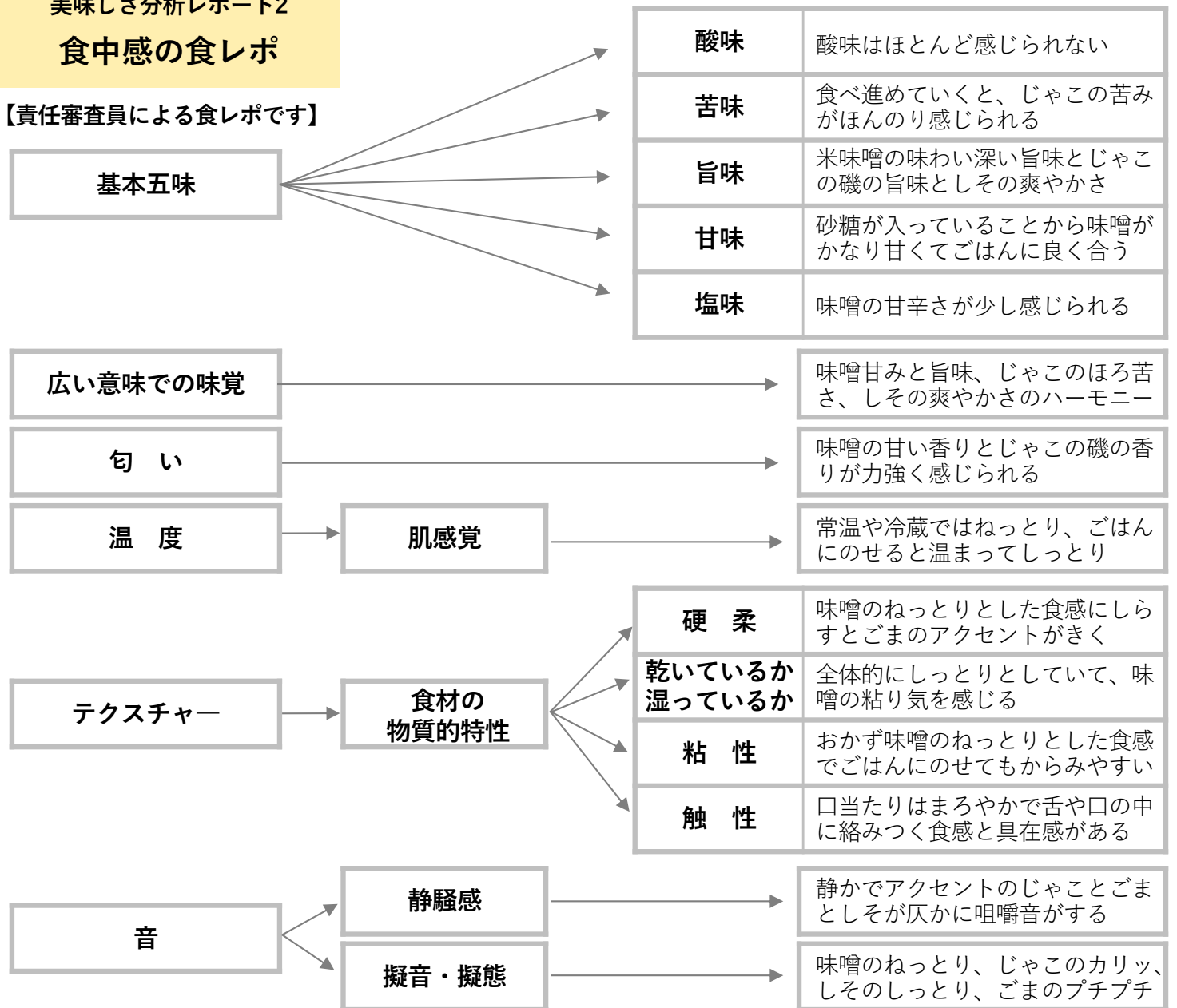
「山長味噌・じゃこしそ」は、出来るかぎり地産地消にこだわり、高知県産の素材を使用するようにしています。商品の外観は瓶の形が山の形をしていて、ラベルや銀の蓋もあって、とても可愛らしいです。モダンなパッケージと、しそのイラストもわかりやすいです。とてもお洒落で高知のお土産や手土産、自分へのご褒美のお土産にぴったりです。色は艶感のある味噌の茶褐色で、今流行りのモカムース色をしています。じゃことしそが中に入っているのがしっかりと見えており、またごまもみえて賑やかな印象です。香りについては、味噌の甘辛い香りとともに、かちりじゃこの磯の香りが強く感じられました。その中でしその爽やかや香りもほのかにあって、複雑な風味のアクセントがありそうです。全国にもおかず味噌はありますが、単純な味噌ではなく、高知独特の素材を生かした、どこか懐かしい、商品ストーリーにも出てきました、いわゆるお母さんの家庭の味といったものを想起させます。これがあればごはんが止まらないといった期待でわくわくさせます。



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

「山長味噌・じゃこしそ」は、おかず味噌としてじゃことしそが入っているという特徴があります。まず口に入れた瞬間に味噌の濃い甘さと旨味、じゃこの磯の香りをもなった旨味が広がります。次いで、しその爽やかな風味とごまのプチプチ食感がさらにあわさってきます。異なる食感の具材がアクセントになりながら、食べるときは三位一体となっていて非常に相性が良いです。これ単体では味噌としては甘い感じもするといった意見もありましたが、ごはんにあわせるとちょうど良くなって、だからこそその甘さと理解できます。テクスチャーについては、味噌の甘辛い味とねっとりとした食感とかちりじゃこのまだカリッとした味わい、しその青みを感じる爽やかさ、ごまのプチプチ感が混然としていてバランスよくまとまっています。味噌に粘り気があって、特に熱いごはんの上のにのせると絡みやすくなります。「ねっとり」とした舌ざわりで、ごはんとの相性は抜群で、つつい箸がすすみます。全体として、視覚、味覚、触覚、嗅覚、聴覚の五感をフルに使って味わうことのできるおかず味噌です。



## 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

味噌の風味とおかず味噌としても甘さが際立つ。さらにじゃこの磯の風味と旨味、しその爽やかさ、ごまのプチっとした食感があわさってごはんのおともにぴったりでお箸が進む

#### 気候・地域

おかず味噌は全国にあるが、中に入っているかちりじゃこは高知ではメジャーな存在ではあるが全国的にはあまり浸透しておらず、高知の食材の地産地消ともいえる

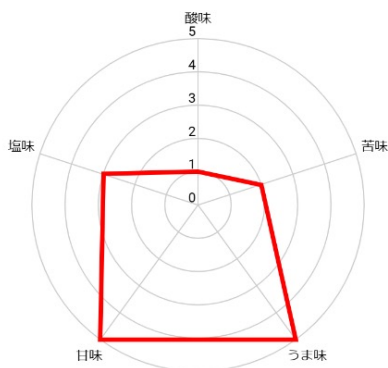
#### 食経験・食習慣

おかず味噌は、多くの家庭でも親しまれている。ごはんさえあればおかずが一品でもおながふくれるというこの商品ストーリーが端的に現れており、懐かしさを感じる

#### 健康・生活様式

味噌は発酵食品であり、じゃこはカルシウムが多く含まれていて、しそも地産地消の高知県産を使用するなど健康的なごはんのお供として理にかなっている

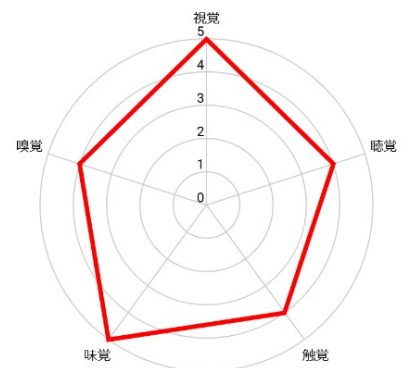
### 基本五味の レーダーチャート



### 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	5
塩味	3

広義の味	評点
懐かしい味	5
田舎の味	5
家族の味	5
ごはんに合う味	5
ふるさとの味	5

五感	評点
視覚	5
聴覚	4
触覚	4
味覚	5
嗅覚	4



# ジャパン・フード・セレクション 審査レポート

## 1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

味噌とじゃことしそとごまという分かり易い組み合わせがとてもバランスがとれています。ごはんに絡みやすい甘い味噌のねっとり感、しそと噛み応えのあるじゃこがまた食欲を増します。こどもに食べさせたい食材がしっかり入っているのが評価が高いです。商品のストーリーも家庭の味を再現するといったもので感動的です。また、原材料にかちりじゃこを原材料に記載がありますが、ほかはじゃことなっています。イズでうま味が濃いじゃこであるというUSPが記載されていないのは惜しいところだと思います。

## 2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

モダンなパッケージとしそのイラストが分かり易くて、「MISO」とあるので、若い方や外国人の方にも手に取りやすいです。モンブラン型の手のひらサイズの瓶が可愛らしく、シリーズ展開もされており、お土産用にもぴったりだと思いました。特にモンブラン型というのが珍しくて目を引きます。リーフレットも分かりやすかったです。しかしながら、瓶詰のため商品が重く感じる所が惜しいため、自分への気軽なお土産としての使い切りのチューブ型や、プラスチック容器などで軽量化できればなお良いのではないのでしょうか。

## 3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

日常使いに合わせた販売価格になっているため、このクオリティでこの価格が、お土産としては、かなり手取りやすい価格です。また、地産地消、ごはんの友など、消費者に届く言葉を選んでいることもアピールポイントです。味が良いので、米不足の折、米と合わせる以外の食べ方の提案もあると面白いです。例えばパンの上にトッピングする等、冊子だけではなくホームページに記載してほしいです。また、贈答用としてももう少し価格が高くて高級感がでて売れるのではないかと、少し値上がりしても充分価値のある商品です。

## 4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

社長のコメントから、お客様と商品への思いに親近感があり共感が持てます。InstagramやHPといったSNSを利用して、県とも協力されている点は地場産業発展にとっても良いです。ただ、広報責任者がいなくて広報予算がその都度であり、お客様窓口がないのが惜しい点であります。お客様の声を直に聞いていけるような情報発信をするといいです。Instagramは過去のイベント情報が掲載されていたので頻りに更新されるとさらに良いです。HPでレシピページがありますが、調味等冊子の情報だけでも新設されるとわかりやすいです。

## 5. ブランディング要因

「田舎のおばあちゃんが作ったような味噌」を逆のイメージでお洒落に、というコンセプトが面白いです。他にも10種ほどの美味しそうな種類があり、それらとの統一感があり、山長味噌を大切にしている、一つのブランドとしてのばしていこうとしています。今後は百貨店の物産展など、都市圏での体感マーケティングもぜひ取り入れて欲しいです。社長が女性なので、母の手作りの企業だとアピールしてはどうでしょうか。広報テーマは設けないとの事ですが、ブランドイメージの構築のためには一貫したテーマ性が欲しいです。

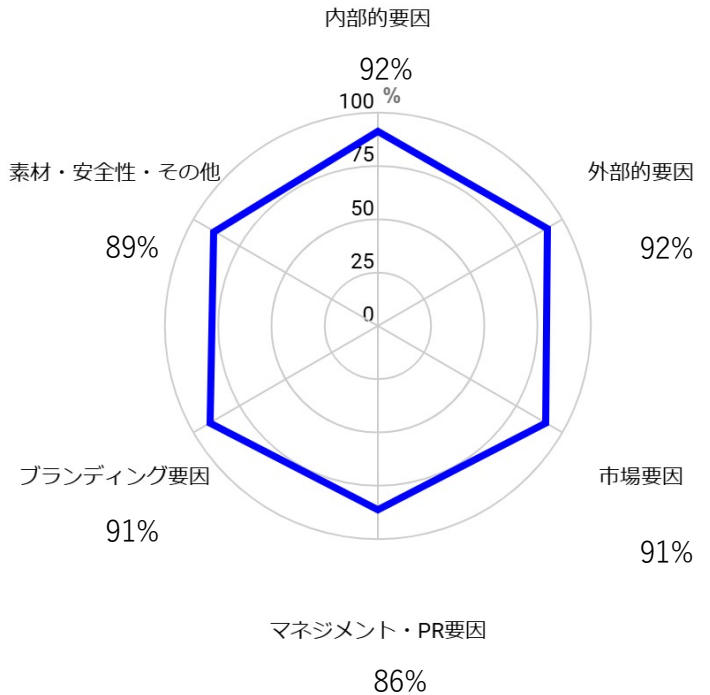
## 6. 素材・安全性・その他

出来るだけ高知県産の素材を使用するといった地産地消にこだわり、高知県愛を感じます。添加物や保存料が入っていない点も高評価です。分かりやすい食材のみを使っており、安心感がありました。高知県産を使用していることをホームページやパッケージ、添付の冊子に記載すればもっと消費者にアピール出来ます。素材のトレーサビリティや検査等についても安全性の観点からも取り組まれたら良いです。また、農薬検査の有無は気にされる方もいらっしゃると思うので、実施を検討してほしいです。

# 審査レポート

## ■ 要因分布

要因分析として、商品の魅力度を表す「内部的要因」が92%とパッケージ、ネーミングなどを示す「外部的要因」が92%と、高い評価を得ています。また、コストパフォーマンスを表す「市場要因」も91%、山長味噌・じゃこしそのブランディング戦略についても91%と評価が高くなりました。しかし、「素材・安全性・その他」については89%となっており、高知県産素材の評価とともに、トレーサビリティと農薬検査求める声が上がっています。また、「マネジメント要因」については86%となっており、広報担当がいればなお良い、お客様窓口やクレームの窓口がないといった声がでています。全体的には85%以上を示す綺麗な六角形になっています。



## ■ 総評

「山長味噌・じゃこしそ」は、お母様が子どもを思いお腹が空いても炊いたごはんがあればすぐ食べられるおかず味噌にしたことが始まりです。地産地消にこだわり、高知県産の素材を使用するように取り組んでいます。まずパッケージは、ガラス瓶のモンブラン型であり、手のひらサイズで可愛らしく、しそのイラストとMISOとYAMACHOのロゴが若い方や外国の方にも手に取りやすい形となっています。香りはまず味噌の甘辛い味と、じゃこの磯の風味が強く香ってきます。さらにしその爽やかな香りがただよってきて、ごはんがすすみそうです。実際に一口味わってみると、味噌の甘みが強く、ついでじゃこの磯の旨味、しその爽やかさが三位一体でハーモニーを奏でています。食感は味噌のねっとり感とじゃこのしゃっきり、ごまのプチプチ感がアクセントになっています。米不足の折ですが、ごはんの箸がとまらなくて思わずお代わりと叫んでしまいます。また、価格のコストパフォーマンスが素晴らしく、お土産や贈答用、手土産や自分へのお土産にも重宝することかと存じます。さらにこれから飛翔するためには、まずパッケージがチューブタイプがあれば、自分土産や物産展でも使いやすいです。プラスチックに出来ればお買い求める数も多く見込めます。さらに添付の冊子は分かり易いのですが、その中にInstagramやホームページにいけるようにQRコードを掲載してみたいかかでしょうか。またホームページにレシピ集が無いので、味噌炒め、きゅうりのディップなど簡単なレシピを載せるだけでも購買意欲が高まります。次に価格も安すぎるという意見もあり、高級感を出す為に値上げされても影響は低いとみられます。お客様窓口を設置するとお客様の意見を伺う、クレーム窓口を設置するのも必要となります。さらに素材の安全として、トレーサビリティと農薬の検査をすることは地元の食材を使用している上で大事なことです。以上の点を踏まえまして、更なる御社のおかず味噌としての今後の発展を祈念させていただきます。





Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション