



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

本山赤醬



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



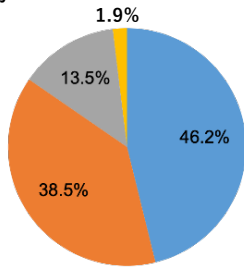
商品名 本山赤醬
 評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第88回 (2025年6月)

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。

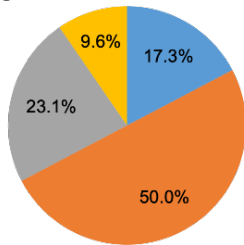
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
 ■ あまりない ■ ない

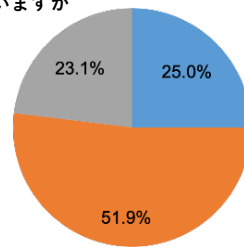
1 この商品に興味がありますか



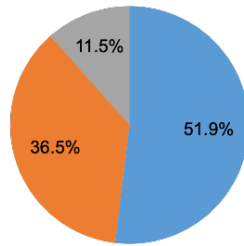
2 この価格で買いたいと思いますか



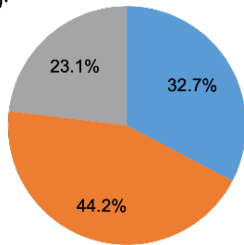
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

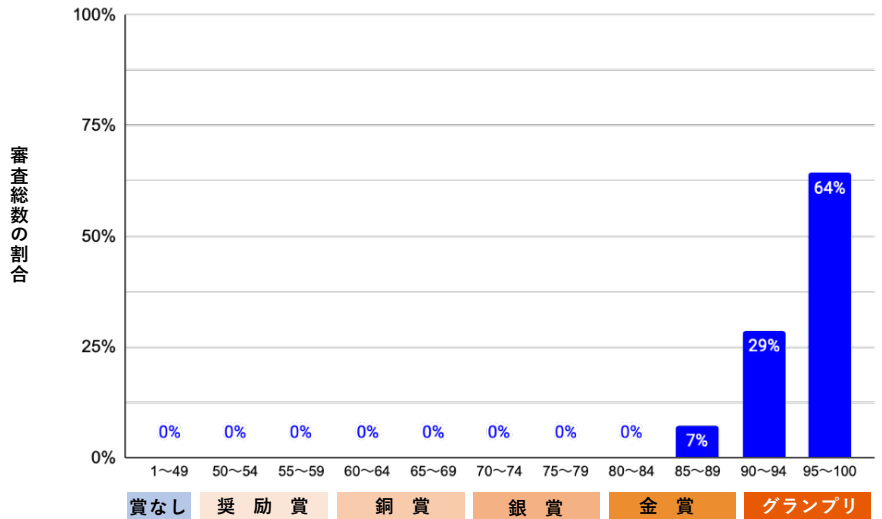
評価が高かった内容

味の複雑さ、深み、旨みを感じられてとても美味しい
 辛さが丁度良く、刺激も強すぎずバランスが最高
 こだわりの詰まった商品であることが感じられる
 本山ブランドとして確立されていて、上等さが認識できる
 他との差別化が出来ていて、唯一無二の味わい
 食品添加物を極力使わない姿勢が素晴らしい
 非常にインパクトのあるパッケージでよく目立つ

評価が低かった内容

油分が少し多い気がしたのが残念
 味覚の複雑さが一目で伝わらない
 ネーミングが本山赤醬だけでは商品内容がわかりにくい
 赤が目立ちすぎて「本山赤醬」という文字が読みづらい
 1瓶1000円は高価でやや手に取りにくい
 調味料を使いきれないという声が多く、小さな容量でも良い
 広く知ってもらう為に広報活動の更なる拡充が課題

点数分布



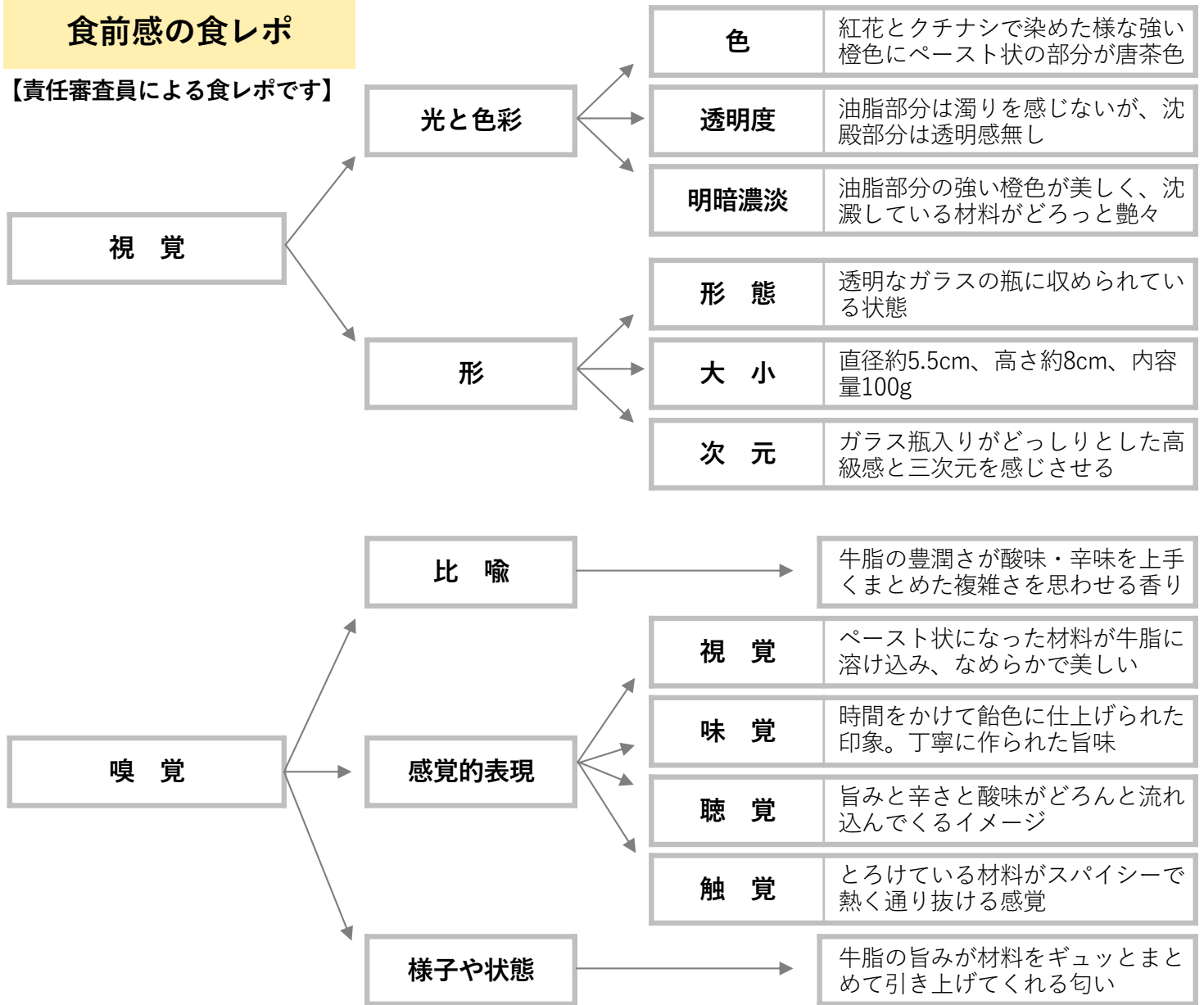
点数分布として、金賞相当が7%、グランプリ相当が93%を占めた結果、総合評価95%で『グランプリ』を獲得されました。高得点に至った理由としまして、徹底された素材の良さとこだわりの詰まった美味しさ、ブランディングの素晴らしさが高く評価されたものと言えます。また、アンケートの結果からも商品に興味を持たれた方が約85%、USP (独自性) があると答えた方が約88%と商品の魅力が際立っており、注目度の高さが窺えます。



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

本商品「本山赤醬」の金色の蓋を開けると、ほとんど赤に近い強い橙色の油脂の部分と、どろっとしたペースト状の二層に分離しているのがわかります。辛味を構成する材料が数種類入っているの辛そうな印象を受けます。底からしっかり混ぜていくと分離していたものがペースト状に合わさっていき、材料をペーストにするための丁寧な仕事が伝わり、艶々してなめらかな美しい赤醬だと思いました。

嗅覚的にも、混ぜている間に牛脂の豊潤さが食欲を掻き立て、辛味・酸味など複雑なスパイスを上手く一体化させた上等な調味料であることを実感させてくれます。香りから貴重なあか牛の存在感をがっしり感じ、匂いだけで空腹が刺激されてお腹が鳴るような、とにかく早く食べてみたい衝動に駆られました。

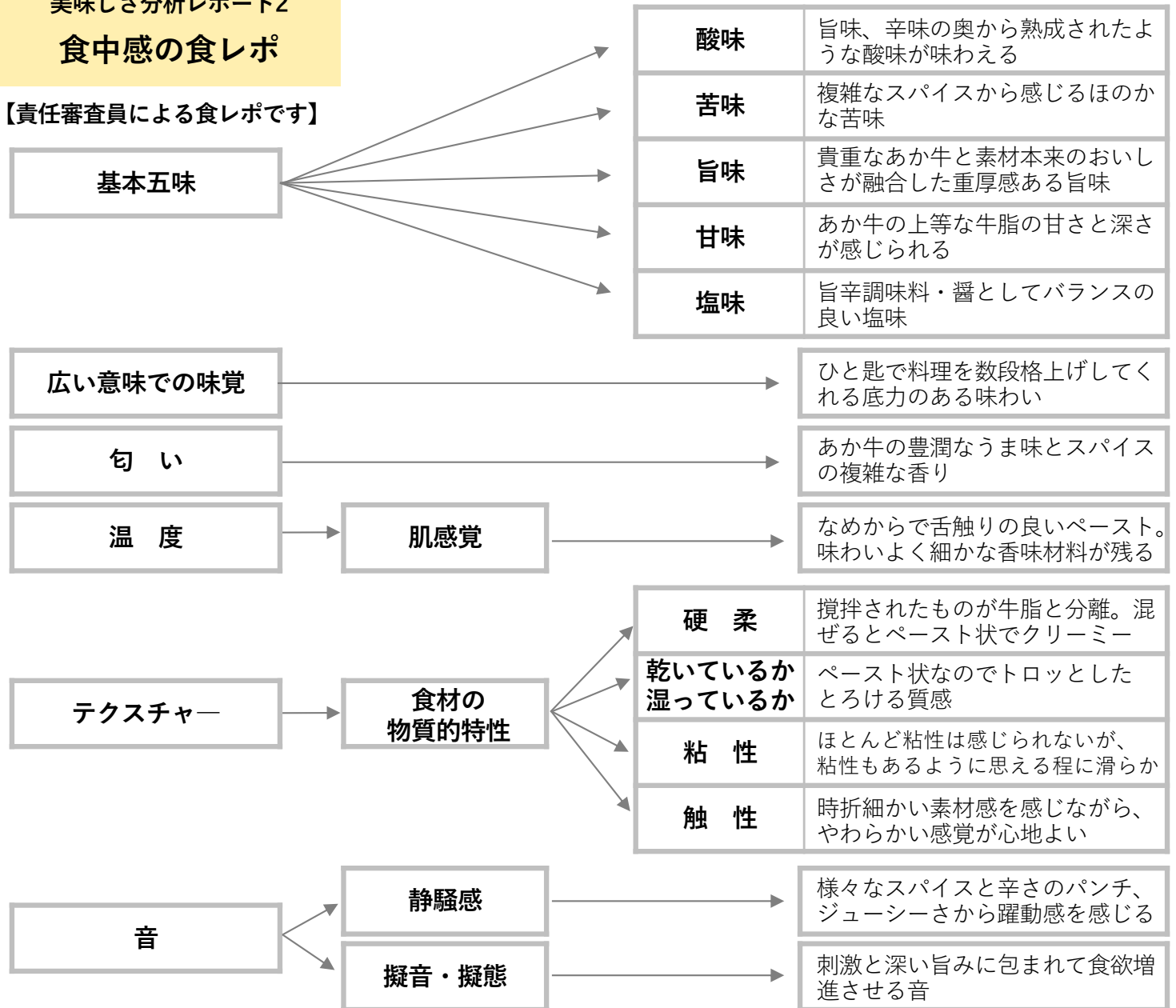
パッケージもインパクトがあり重厚感が感じられます。赤のパッケージが効いていて、赤を前面に出した瓶のデザインは、本格的な旨辛調味料のスパイシーさを連想させるもので素敵です。初めて手に取る方でも開ける前から期待感を感じさせるインパクトの強い、頼もしい商品であると考察します。



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

ひと匙そのまま口に含むと、まずしっかりした辛味が感じられ、その後にギュッと美味しい！と奥深い旨味が押し寄せます。貴重な高知県産土佐あか牛の牛脂のコクと香りが広がり、多くの食材を使用した複雑な辛味と素材の味わいが特徴で、細かく刻まれた食材の食感が素材の風味を増し、辛さの中に豊かに膨らむ旨味が最大の魅力だと感激しました。「本山赤醬」をスープや鍋に好みで加えて「味変」をたのしむのも興味深く、おすすめの「ごま豆乳鍋つゆ」で試食させていただきましたところ、見事な味変で坦々風スープに大変身、贅沢な二部構成の鍋となりました。豆乳との相乗効果で辛さがマイルドになり癖になる味わいです。ペースト状ですので溶けやすく、後入れの味変にとっても重宝すると思います。瓶から直接だと酸味や甘みを感じる香りですが、熱が入るとふわっと花椒が広がり非常に高い満足感を得られました。辛さを楽しむのもトレンドの一つであるのでかなり興味深い旨辛調味料です。一方で「やや辛みが深くなかなか抜けない気がする」「油分が少し多い気がしたのが残念」という意見もありました。



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

じんわりした辛さと牛脂のまろやかさ、にんにくや生姜など素材の美味しさが口中に残り、また食べたくなる後味

気候・地域

気候や地域に関係なく、辛味をたのしめる方に旨辛調味料として幅広く重宝される逸品

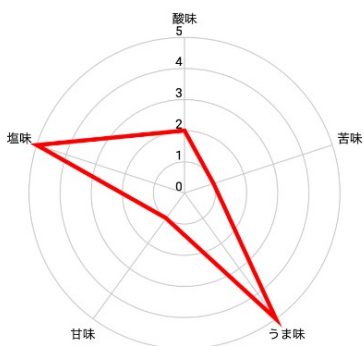
食経験・食習慣

いつもの食卓で何かが足りないと思った料理に旨味や隠し味として、コクをアップさせたい時に頼りになる存在

健康・生活様式

素材にこだわり食品添加物を極力使用されていないので安心。日常的に本格的な調味料を求める層にも響く調味料

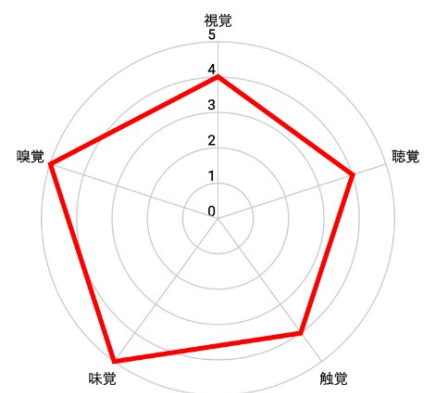
基本五味の レーダーチャート



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	1
うま味	5
甘味	1
塩味	5

広義の味	評点
後を引く味	5
ほっとする味	3
豊かな味わい	4
懐かしい味	3
病みつきになる味	5

五感	評点
視覚	4
聴覚	4
触覚	4
味覚	5
嗅覚	5



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）

多くの食材を使用していて辛味だけでなく複雑に絡んだ旨み、香りと味の幅があり大変おいしく感じました。あか牛の牛脂と良質な素材だからこそ出せる奥深い味わいは辛さを味わうためだけでなく、万能調味料としているような料理に試してみたいと思わせる商品です。さすが元公邸料理人・本山氏監修シリーズ第三弾の逸品。方向性を変えてまで商品化された感動のストーリーがよく理解できます。添加物等を極力使わないことや和三盆糖を使うなどのきめ細やかさにも驚きました。五感でたのしみ味わえる魅力的な旨辛調味料です。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

赤を前面に出した瓶のデザインは高級感を醸し出し、陳列してある商品の中でも特に目に留まると思います。ネーミングの四字漢字の重厚さが商品に非常によく合い、シリーズ化のセンスの良さも抜群です。サブタイトルがあれば、いつもの料理をワンランク上にすることや、特別感を出せること、料理を格上げする旨旨な万能調味料などの表記も出来ると思います。サブタイトルでもう一步アピールが欲しいところです。また赤が目立ちすぎて「本山赤醤」の文字が読みづらく工夫をしてはどうか、という意見も出ました。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

市場トレンドをおさえた考え方やシリーズ第三弾として赤を前面に出した商品展開、ターゲット層が明確であり、消費シーンがイメージ出来ているのが素晴らしいです。原材料も良質なものを厳選されているのでヘルシーで健康志向のトレンドにもマッチしていると考察します。辛いばかりではなく旨味もしっかりある為、味にこだわる消費者のニーズにも十分応えられる商品だと感じました。コストの面で、1瓶1000円は高価でやや手に取りにくく、容量を少なくおさえると購入しやすいのでは、との声も挙がりました。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

QRコードから自社HPに入れ、レシピを全公開しているところに潔さを感じます。本山赤醤を使った和洋中のレシピがたくさん紹介されているので、どのように使用すればよいかわかりやすく、同シリーズ商品と一緒に拝見できるため相乗効果もあり、本格的な調味料での味を訴求でき頼もしいです。とても魅力ある商品なので情報発信を強化されたらファンは格段に広がっていくと思います。現在、広報についての対策があまり取られておらず消極的な印象も見受けられ、Instagramなど、さらなるSNSの活用が期待が寄せられます。

5. ブランディング要因

明確なコンセプトのもとに元公邸料理人監修の本山ブランドとして確立。魅力あふれる商品をシリーズ化されていて、ブランドとして非常に安定感があります。商品開発に地域性や市場性、トレンドなどを取り入れ、ファン作りやブランディングに対しての考えも大いに共感できるものです。それをさらに広く知ってもらうには広報活動の更なる拡充が必要だと痛切に感じます。食べないとこの素晴らしさが理解できないので、より多くの方に認知されるようPRしていただければ幸いです。

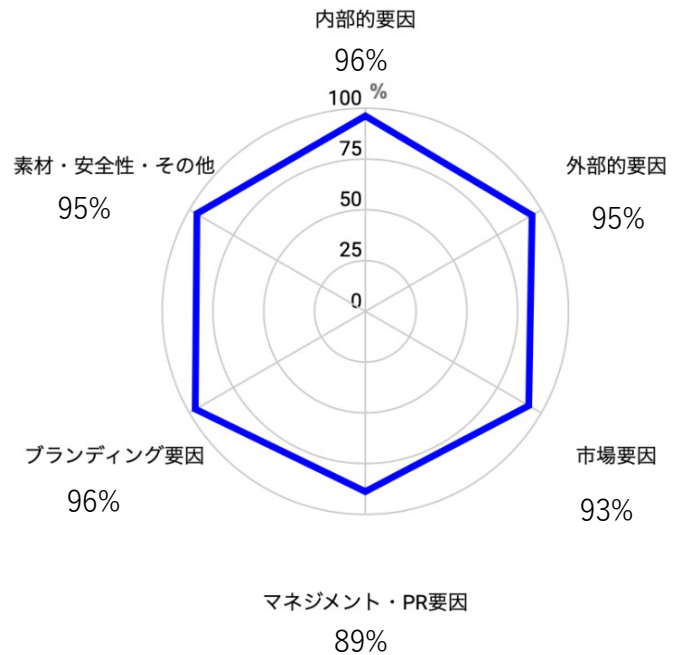
6. 素材・安全性・その他

製造部門、マーケティング部門、品質管理部門、営業部門の4部門が連携され製造工程や品質検査など、企業全体の取組みがしっかりしており、安心感のある商品を作る為の努力を惜しまない意識の高さが高評価でした。衛生管理、品質管理に対し、工事従事者のみならず事務スタッフまでに浸透させている姿勢が素晴らしいです。安全素材を使用し、添加物を極力使われていない商品づくりを目指しているところも好印象。資料コメントにありましたが「これはお客様のためになることか?」の高い意識に繋がるものと考えます。

審査レポート

■ 要因分布

要因分布としては、89%から96%の範囲に分布し、全体的にとってもバランスの良い大きな六角形となりました。なかでも味や香りの五感からなる商品自体の魅力を表す「内部的要因」、ブランドの要とも言える「ブランディング要因」がいずれも96%と最も高く、次いで「外部的要因」、「素材・安全性・その他」が95%となっており、ネーミングやパッケージデザインの美しさ、わかりやすさ、良質な素材選びや安心安全な取組みが安定した高評価に繋がっています。市場・トレンドから構成される「市場要因」93%もニーズに合った商品展開が高く評価され、マネジメント・広報などの「マネジメント・PR要因」89%は、あと一步を期待したいところです。



■ 総評

四大中国料理の惣菜専門店「四陸」として人気を博し、本格中華の味を家庭の食卓に届けつつ家族で会話が弾み笑顔の溢れる健やかな食卓を作るべく貢献される貴社のお客様目線の商品作りに敬意を表します。

本商品「本山赤醬」は元公邸料理人の本山氏が監修された「本山シェフの万能調味料シリーズ」第三弾の調味料で、希少な高知県産土佐あか牛の牛脂の旨みがベースにあり、唐辛子や漢源花椒などの複雑な辛味がミックスされクールな辛さの底に豊潤に膨らむ旨味が感じられました。瓶を開けた途端、あか牛の混ざった香りがして上等な醬だとすぐにわかります。繊細な美味しさから食品添加物を使わない企業努力に驚きを隠せませんでした。辛さだけではなく旨味もしっかりあるため、味にこだわる消費者のみならず辛さが得意でない方にも味変でたのしんでもらえるなど味変調味料としても秀逸。ペースト状なので溶けやすく、卓上の万能調味料として簡単に使えて家庭の味のクオリティを底上げしてくれそうです。赤のパッケージもインパクトがあり、独特な雰囲気が高級感を醸し出しています。感激したのは蓋に貼ってあった「本山レシピはこちら」のレシピ検索の二次元コード。必ず目に入る所に貼ってある配慮に脱帽です。自社HPで惜しみなく幅広いジャンルのレシピが紹介されていて使い方がわかりやすく、リピーターやファンを増やすことに繋がっていると考察します。一方、広報について消極的な印象も見受けられ、InstagramなどSNSをより活用することはファン作りはもちろんのこと「本山赤醬」のファンを熱く広く育てることになりますので、ぜひ広報強化を図っていただき更なる活動拡充を望みます。差別化が出来る唯一無二の美味しさは最大の武器。消費者を想うコンセプトに合致し、方向性を変えてまで商品化された開発ストーリーは深く頷けるものです。高評価でグランプリを獲得された本山シリーズ「本山赤醬」の五感でたのしみ味わえる魅力的な辛旨調味料の今後の展開に益々期待が膨らみます。



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