



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

専門店の味 天井のたれ



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 専門店の味 天井のたれ

評価結果 金賞内定 受賞回・年月 第88回 (2025年6月)

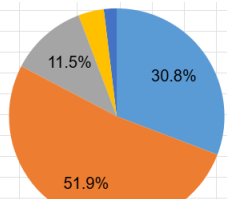
WEBアンケート・1次審査・2次審査・最終審査を厳正に行った結果をご報告させていただきます。

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

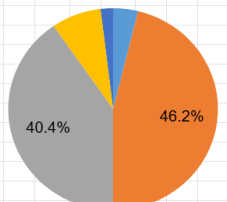
1 この商品に興味がありますか

3.8% 1.9%



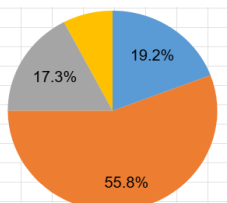
2 この価格で買いたいと思いますか

7.7% 1.9% 3.8%



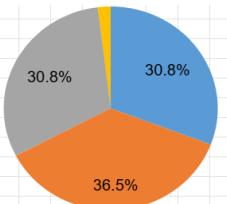
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか

7.7%



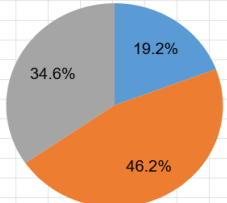
4 USP (その商品の独自の売り)がある商品だと思いますか

1.9%



5 買いたくなるネーミングですか

34.6% 19.2%



審査評

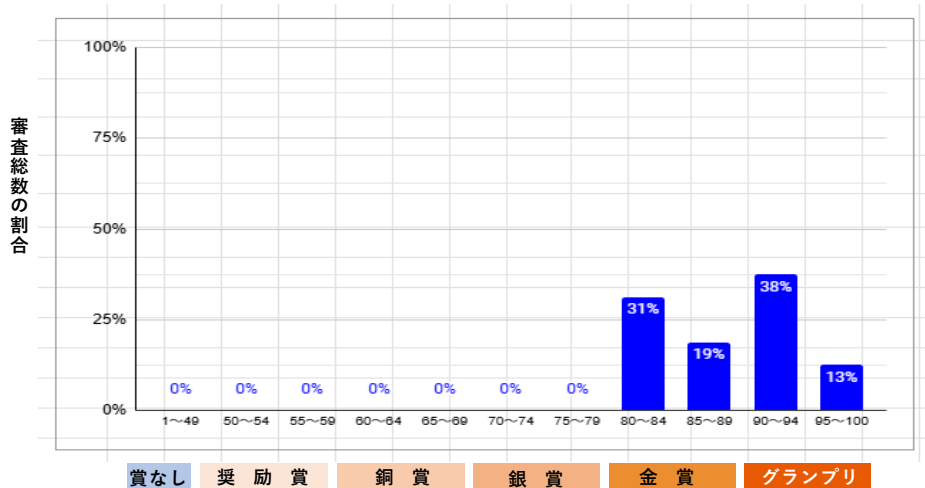
評価が高かった内容

甘さと塩味のバランスが良く、天井らしい香ばしさがある
コクが深く旨みがしっかりあり、飽きのこないまろやかな後味
天井専門店の味を忠実に再現していて、家庭で手軽に使える味わい
冷めても風味が損なわれにくく、色味が良く料理に映える
天ぷら以外にも応用できて、ごはんとの相性が非常に良い
商品名がわかりやすく訴求力があり、パッケージに清潔感がある
開封後も扱いやすい容器形状で、手になじむ

評価が低かった内容

商品の特徴説明がやや控えめで、高級感のある見た目ではない
差別化のポイントがやや弱く、容器のデザインに個性がない
多用途性の訴求が不足していて、他商品との差別が伝わりにくい
使用レシピの例が見当たらず、ブランドロゴの印象が弱い
食卓映えを狙った工夫が少なく、内容量に対する価格が気になる
キャップのフタの封を切ったからの保存性が不明確
天井以外の提案がもっと欲しく、オンラインでの情報が少ない

点数分布



本商品の総合評価は88点と高水準で、特に内部的要因 (89%) と素材・安全性 (87%) が高得点を記録しました。

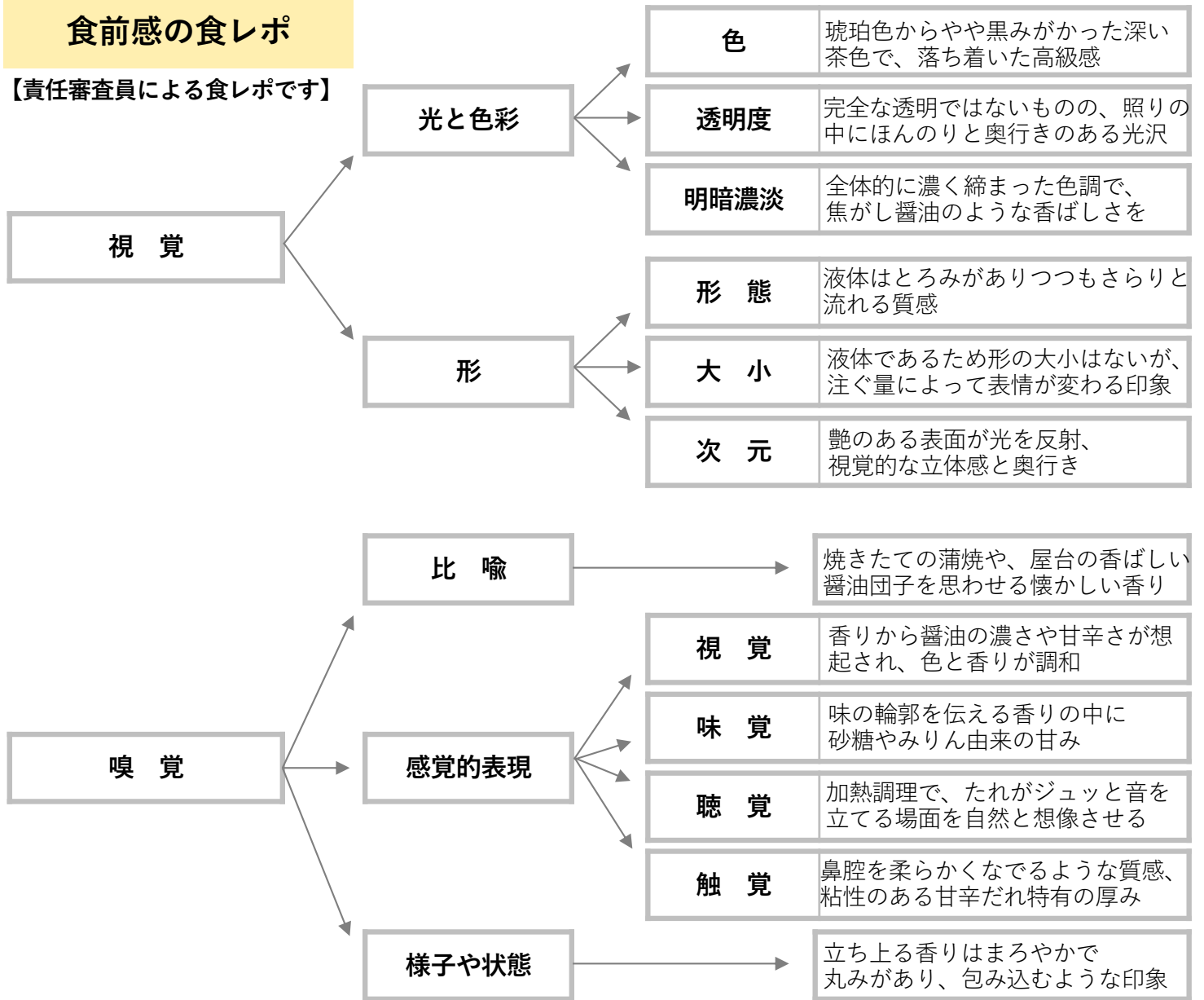
味覚に関する評価も高く、五味全体で満点評価が多く見られました。一方、外部的要因 (89%) やブランディング要因 (87%) は、やや低めで、特にネーミングやパッケージの印象に課題が見られました。品質や味の完成度は極めて高く、今後は訴求力と視覚的アピールの強化が期待されます。



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

「専門店の味 天井のたれ」の食前感は、視覚と嗅覚の両面で非常に完成度が高く、食べる前から消費者の期待を高めてくれる秀逸な演出力を持っています。

視覚においては、たれそのものの色は深い琥珀色から黒褐色にかけて美しくグラデーションがかかっており、透明感も適度に保たれています。明るすぎず、暗すぎない絶妙な濃淡で、光が当たることでさらに艶やかさが際立ち、高級感を醸し出しています。

形態は滑らかで均質、不純物も泡もなく、光を柔らかく反射する表面が非常に魅力的です。また、液体の粘度も程よく、とろりとした動きの中に重厚感が感じられ、天ぷらの衣にしっかりと絡む様子が想起されます。容器のデザインや注ぎ口からの流れ方にも気が配られており、「使ってみたい」「かけてみたい」という感情を喚起します。

嗅覚に関しては、醤油の芳醇な香りをベースに、みりんや砂糖によるやわらかな甘み、そして昆布やかつおなどのだしの旨みが複層的に香り立ちます。まるで老舗の天井専門店の厨房から漂ってくるような奥深さがあり、香ばしさと甘さの絶妙なバランスが印象的です。その香りは、炭火であぶったような香気を思わせ、比喩的には「夕暮れ時の和食店の暖簾をくぐる瞬間」のような懐かしさと安心感も感じられます。

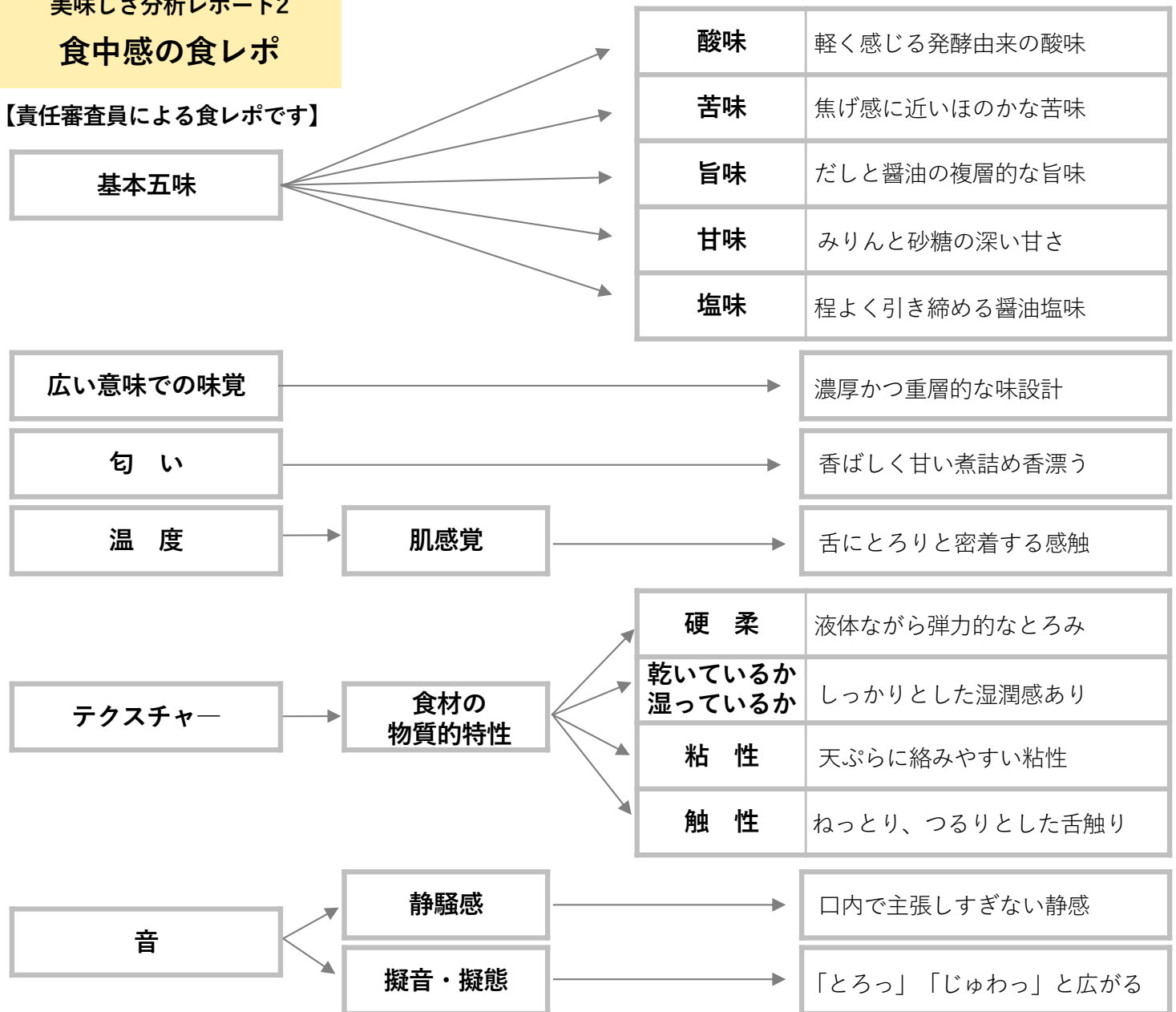
視覚と嗅覚の情報が一致しており、味覚への期待を高める準備が整う、まさに「専門店の味」にふさわしい、食前の感覚を豊かに彩る逸品です。



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

「専門店の味 天井のたれ」は、ひと口目から感じられる甘辛のバランスが絶妙で、まさに“ごはんが進む”王道の味わいです。酸味は穏やかで主張せず、醤油やみりんの風味と溶け合うことで、奥行きのある旨みに昇華されています。苦味はほんのりと後味に残る程度で、焦がし感や香ばしさとして良いアクセントになっています。旨みは強く、昆布やかつお系のだしの複層的な風味が、味全体の厚みを支えています。甘みは、濃厚ながらしつこさはなく、素材の味を引き立てる設計です。塩味も尖らず、醤油ベースのコクと調和して、天ぷらとの相性を高めています。味覚以外の要素も秀逸で、肌感覚としてはとろみが強く、舌全体にまとわりつくような粘性があり、天ぷらとの絡みも良好です。液体でありながら一定の弾力感があり、天ぷらのサクサク感を損なうことなく包み込むような性質があります。また、湿潤感がしっかりしているため、ごはんへの浸透性も高く、冷めても味がぼやけにくい点は高く評価できます。口に入れた瞬間は「とろっ」と、噛み進めるうちに「じゅわっ」と広がる音のイメージが浮かび、聴覚的な満足感も伴います。全体として、派手さはないものの、老舗の味わいを感じさせる職人技が詰まっており、専門店の名にふさわしい完成度の高い製品です。



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

濃厚な甘辛さが舌に程よく残るが、くどさは感じられず余韻は上品で心地よい

気候・地域

日本の四季を問わず受け入れやすい味で、特に湿度の高い夏場でも食欲を刺激する

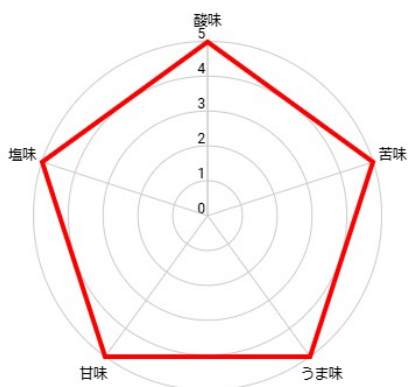
食経験・食習慣

和食に親しんだ人には懐かしさがあり、家庭料理と外食の中間的な満足感を与える

健康・生活様式

たれ自体の使用量を調整しやすく、脂質・塩分過多を避けたい層にも配慮された設計

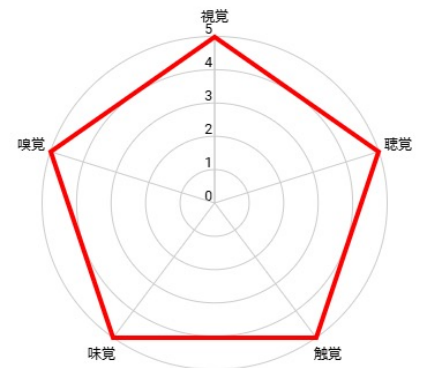
基本五味の レーダーチャート



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	5
苦味	5
うま味	5
甘味	5
塩味	5

広義の味	評点
甘辛のバランス	5
コク (深み)	4
香ばしさ	4
旨味の広がり	3
ごはんと相性	3

五感	評点
視覚	5
聴覚	5
触覚	5
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）

本商品は、濃厚な甘辛の味わいが際立ち、天井の主演となる揚げ物と絶妙に調和します。見た目には照りがあり、かけるだけで料理の見栄えが増します。とろみのある液状で、かけやすく絡みやすい物性も特長です。加熱しても風味が飛ばず、冷めても旨みが残る点で完成度が高く、家庭でも専門店の味を再現できる仕上がりになっています。使用量の調整で味の濃淡を変えられ、アレンジ性にも富んでいます。五感すべてに訴える要素があり、内在する商品力の高さを示しています。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

「専門店の味」というネーミングは、消費者に対して品質の高さを直感的に伝える効果があります。パッケージも落ち着いた色調で統一されており、和風感や信頼感を醸し出しています。容量や容器形状も使いやすく、注ぎやすさと保存性に優れており、家庭用としての利便性が高いと評価されます。ラベルには使い方の例やレシピ提案があり、購買後の活用イメージがしやすいのも好印象です。視覚的に「おいしそう」と思わせるデザインが工夫されており、購買意欲を自然と引き出します。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

家庭で手軽に“専門店の味”を再現したいというニーズが高まる中、本商品はその需要を的確に捉えています。共働き世帯の増加により、調理時間の短縮と味の満足度を両立する商品が支持される傾向にあり、本品はその点で高い訴求力があります。競合商品も多い中で、「専門店」というワードを冠することでプレミアム感を出し、差別化に成功しています。また、若年層や単身者の調理支援にも適しており、世代やライフスタイルを問わず幅広い層にアプローチできる市場性を備えています。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

ブランドメッセージやプロモーション戦略として、「家庭で本格的な味を楽しむ」という方向性が明確に伝わってきます。SNSやレシピサイトとの連携があればさらに波及力が高まりそうですが、現時点でもスーパーなどの販促棚やチラシでの露出で存在感があります。ネーミングと連動した広告コピーや、プロによる使用シーンの紹介などが加われば、消費者の信頼をさらに得られるでしょう。今後はメディア露出やタイアップ企画による認知度向上が課題となります。

5. ブランディング要因

「宝醤油」という企業名に加え、「専門店の味」という明快なブランドメッセージが組み合わせることで、品質への信頼感が醸成されています。ストーリー性のある商品展開（例：老舗天ぷら店監修など）が加わることで、さらに強固なブランディングが可能になります。また、パッケージのシンプルさが逆に本物志向を感じさせ、過度な装飾よりも中身で勝負する潔さがブランド価値と一致しています。消費者との継続的な関係性を築けるよう、シリーズ展開や限定商品などの工夫も今後期待されます。

6. 素材・安全性・その他

使用されている原材料には安心感があり、保存料や着色料の有無なども表示されていれば、さらに安全意識の高い消費者にも訴求できます。原料に由来する旨みや香ばしさが明確で、素材の選定にもこだわりが見られます。製造工程やアレルゲン表示などの記載も丁寧で、家族で安心して使える仕様です。また、ボトルのリサイクル対応やエコ視点にも一定の配慮が見られ、企業の社会的責任に対する取り組みも感じられます。食品としての基本である「安全・安心」の確保において、信頼性の高い商品です。

審査レポート

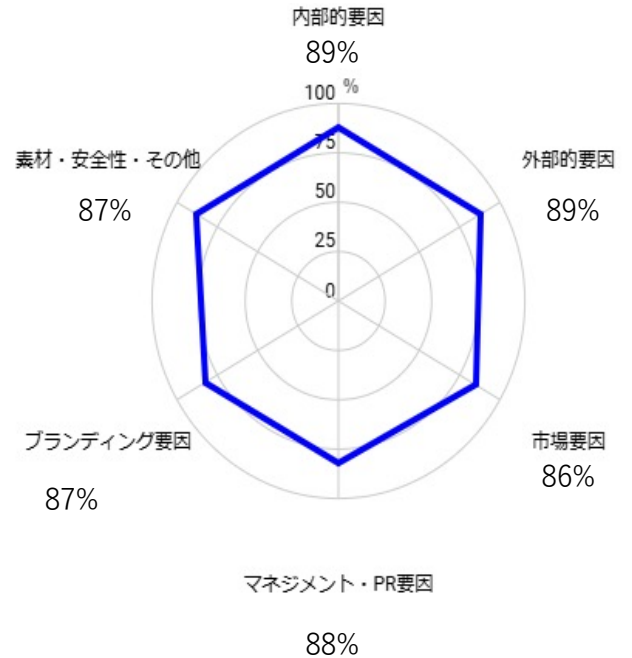
■ 要因分布

本商品の評価は、内部的要因として「甘辛のバランス」や「香ばしさ」といった味覚面での満足度が高く、特にごはんとの一体感が好意的に受け止められました。

外部的には、専門店を想起させるパッケージやネーミングも好印象です。一方、市場要因としては、家庭用としてはやや高価格帯であり、購買層が限定される可能性も指摘されました。

PR活動や販売チャンネルの強化が今後の課題とされ、ブランディングにおいては「専門性」「本格感」の維持と向上が期待されます。

全体として、安全性や素材の信頼感も評価され、バランスの良い製品といえます。



■ 総評

まず初めに、本商品を開発・製造された皆様の真摯なものづくりの姿勢に、心より敬意を表します。

専門店の味を家庭で手軽に再現できるというコンセプトのもと、細部にまでこだわり抜かれた本商品の完成度は、審査員一同の高い関心と評価を集めました。食前感では、開封直後に立ち上る香りが「香ばしい」「濃厚」「専門店の揚げ油を思わせる」といった比喩で表現され、食欲を強く刺激するものでした。視覚的にも、光の反射を抑えた深みのある褐色が、プロ仕様の本格感を醸し出しており、「液の粘性」や「注ぎやすさ」など物理的特性への配慮も印象的でした。食中感では「甘辛のバランス」「後味の残り方」「旨味の層の深さ」といった評価が多く、特にごはんや揚げ物との一体感が絶賛されました。審査員の中でも、旨味の充実度や甘みの調整具合を高く評価する声が多く、また「家庭での再現性」を高める点で、その味の「汎用性」や「安心感」も際立っていました。一方で、評価がやや低かった項目として、「塩味の輪郭が強すぎる」との指摘や、「一部の素材の主張が強く、天ぷらの風味と競合する」という意見も見受けられました。また、個々の料理との相性については「食材を選ぶ」という声もあり、味のバランスに繊細さを求める消費者への対応が今後の課題とも言えます。食后感では、油分の残り香がほどよく抑えられており、後味の良さが際立っていました。また、季節や家庭の食習慣との親和性も高く、「冷凍食品との併用」や「常備調味料としての汎用性」にも期待が持てるとの評価もありました。さらに要因別に見ると、内部的要因としての味の完成度、外部的要因としての専門性を感じさせるデザイン、マネジメント要因としての一貫したブランディング、そして安全・安心要因としての素材への配慮が、それぞれ高いレベルで融合しています。市場要因では価格帯の壁もありますが、PRや試供の工夫次第で認知度・定着度の向上が期待できます。総じて、「天丼」という日本食の代表的な一品を、家庭で気軽に、しかも専門店品質で楽しめるという本商品の価値は高く、その完成度と訴求力は今後さらに評価されるであろう可能性を十分に秘めています。





Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション