



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

絶品きなこ



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 絶品きなこ

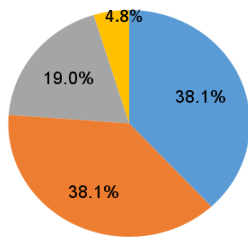
評価結果 グランプリ内定 受賞回・年月 第88回 (2025年6月)

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。

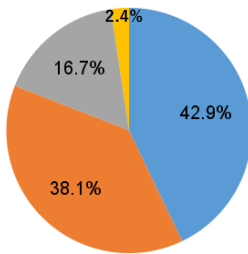
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

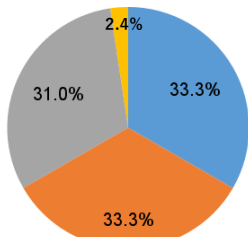
1 この商品に興味がありますか



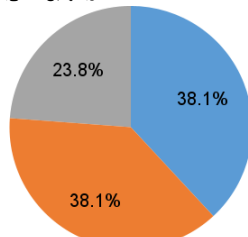
2 この価格で買いたいと思いますか



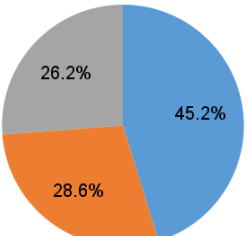
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

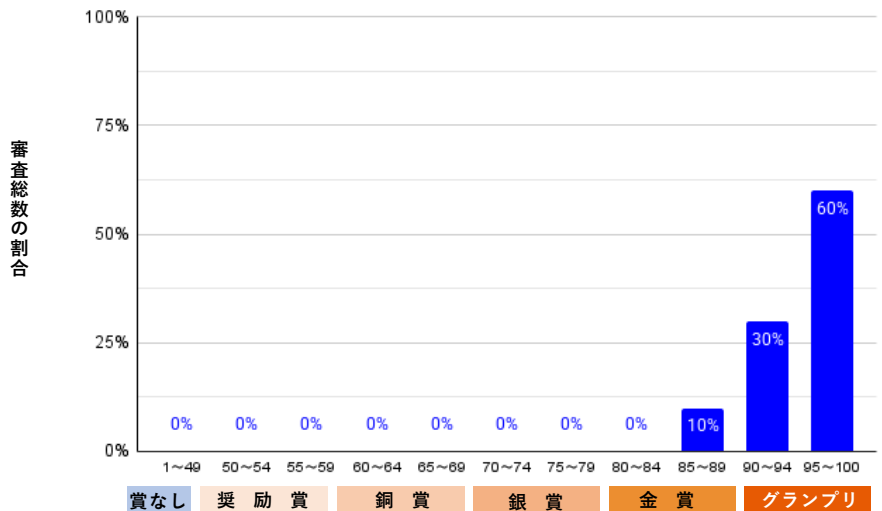
評価が高かった内容

口に含んだ瞬間、大豆の上品な甘さが感じられる
奥行きのある濃厚な味わいがある
芳醇な香ばしさを強く感じる
スタンド型のパッケージが便利でよい
アルミの袋でこの価格はコストパフォーマンスがよい
各種SNSの運用がとても素晴らしい
衛生管理、品質管理がしっかり行われているので安全安心

評価が低かった内容

素材の拘りと製法をもっと全面に出してほしい
香ばしさが弱く感じる
「つるの子大豆」というのを分かりやすく記載する
少し苦味が強い
どういう点が絶品なのか、パッケージから読み取れない
「大豆ちゃん」などのキャラクターを作ると親しみがわく
高品質なことをアピールしてほしい

点数分布



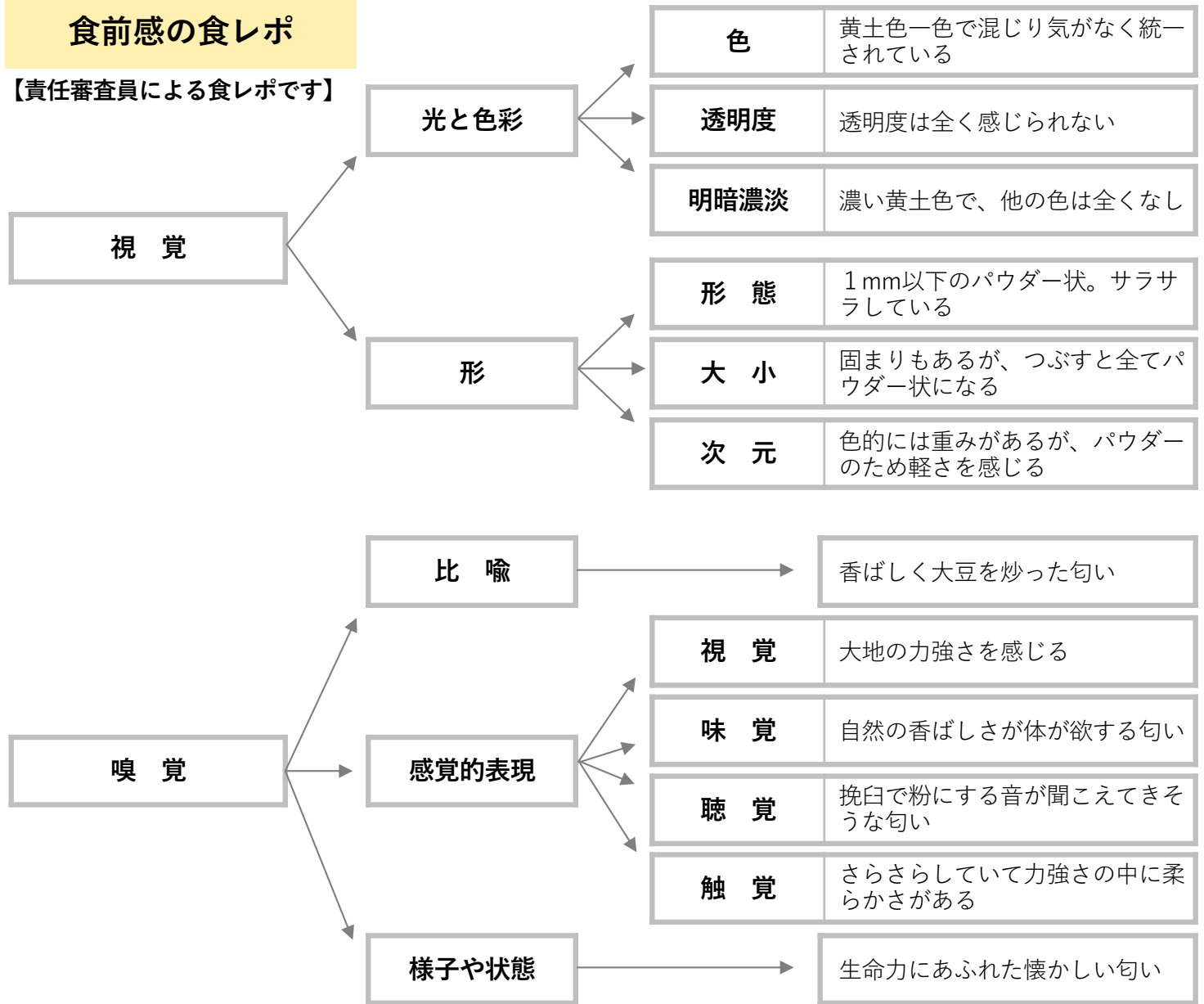
点数分布として、金賞相当が10%、グランプリ相当が90%を占めた結果、総合評価95%で【グランプリ内定】となりました。グラフが高得点に寄った理由として、日本の伝統食品である“きなこ”をしっかり炒って香ばしさを引き出したこと、また、濃厚な深みのある“味”や“香り”を引き出したことです。そのクオリティの高さが多くの共感を得たことが挙げられます。アンケートの結果から76%以上の方がこの商品に「興味がある」と答えていることを見ても、商品のわかりやすさは非常に強みといえます。



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

見た目は、全体的に黄土色一色で混じり気がなく、素材(大豆)をそのまま生かした自然な色合いです。色的には重みがありますが、1mm以下のパウダー状のため、さらさらしていて軽い印象を受けました。

パッケージを開けると、大豆を炒り、引き臼で引いたときの香ばしい匂いが辺り一帯に立ち込め、その香りの中に大地の力強さを感じる、たくましく、どこか懐かしい匂いがしました。挽臼で炒り大豆をきなこにする音が聞こえてくるようで、匂いを嗅ぐだけで心が落ち着くほっとする香りに生命力を感じることができます。

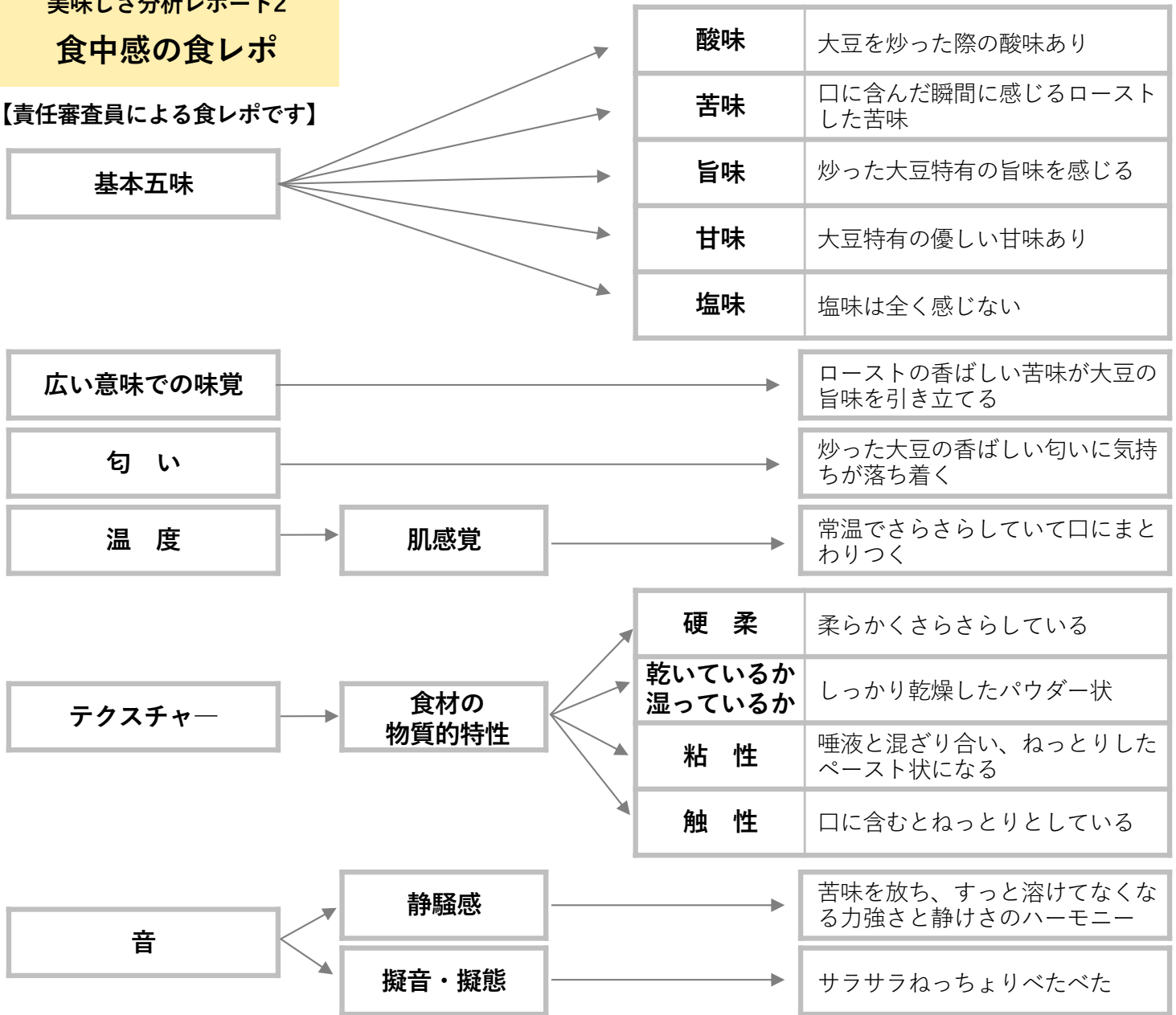
"きなこ"はたくさん種類が販売されていますが、この「絶品きなこ」は、他のきなこに比べ大変香ばしく、奥行きと重みある香りがします。パッケージを開けると、炒りたて大豆の香ばしい香りが嗅覚をほどよく刺激し、自然の力強さの中に柔らかさや優しさを感じることができました。食前に"早く食べたい"そんな思いに心が躍りました。



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

常温でちょうど良い温度で、サラサラしている粉を口に含むと粉が口にまとわりつきます。口に含むまではしっかり乾燥したパウダー状ですが、唾液と混ざり合い、ねっとりとしたペースト状になり、炒った大豆の香ばしい匂いが口中に広がりました。

基本五味を感じる事はできませんでしたが、大豆を炒った際に生まれるほんの少しの“酸味”と“苦味”、炒った大豆特有の“旨味”、奥深さの中にある“甘味”を実感しました。

この四味のバランスの良さが、老若男女多くの方が“おいしい”と感じることができる理由となります。

特に、きなこを食べたことがある人には、口に含んだ瞬間のふわっとしたきなこが唾液と混ざり合いペースト状になり、そのペーストから苦味を感じることができ、次の瞬間にはすっと溶けてなくなる“力強さ”と“静けさ”のハーモニーを感じることができます。

すぐに再び食べたくなる“止められない”味で食中間、やみつきになりました。



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

口に含んだ瞬間は苦味と酸味を感じるが、後味は甘味と香ばしさの余韻を楽しめる

気候・地域

夏はわらび餅、冬は餅にたっぷりきなこをかけて食べるため、季節感を感じることができる

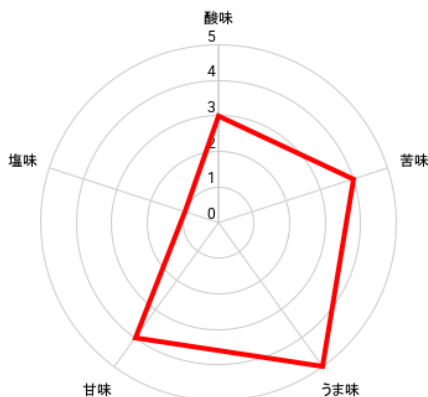
食経験・食習慣

子どもの頃からほぼ毎日きなこを食べているので、「絶品きなこ」の香ばしさがやみつきになる

健康・生活様式

毎日ヨーグルトにフルーツときなこをかけて食べたり、牛乳に混ぜて飲むので、北海道十勝産「つるの子大豆」の甘味がうれしい

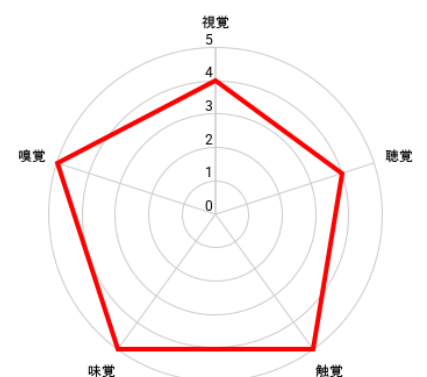
基本五味の
レーダーチャート



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	3
苦味	4
うま味	5
甘味	4
塩味	1

広義の味	評点
懐かしい味	4
田舎の味	5
なじみのある味	5
病みつきになる味	5
家族の味	4

五感	評点
視覚	4
聴覚	4
触覚	5
味覚	5
嗅覚	5



1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

口に含んだ瞬間、大豆の上品な甘さが口の中いっぱいになり、芳醇な香ばしさを強く感じました。また、香ばしい風味の中に大豆の柔らかな甘みを感じ、奥行きのある濃厚な旨味を感じる事ができ、老若男女多くの人が素直に“おいしい”と感じる方が多く、納得の味です。きめが細かいため、舌触りがとてもよく、ざらつき感がないため、大変食べやすく感じます。

競合商品との差別化を図るため、「つるの子大豆」を前面に押し出した方が良いと思われます。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

ネーミングがストレートで「絶品きなこ」と大きく記載されているデザインに、商品に対する偽りのない自信が感じられ、好感が持てます。他社のきなこは和風なデザインのパッケージが多いですが、貴社の商品ははっきりとした字体で書かれているため差別化されており、わかりやすく良いと思います。またアルミのパッケージで立てて保管できるデザインにも毎日使うのに便利なため好感が持て、消費者を大切にしたいという思いがしっかりと伝わります。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

健康志向の方、きなこが好きという方など幅広い層に愛される商品だと思います。市場には多くのきなこが出回っていますが、ストレートに「絶品きなこ」と訴求する事でアイキャッチ効果も高く、手に取りやすいと思われます。また、コストパフォーマンス的にも優れ、良質なきなこがリーズナブルに消費者に届くのは大変ありがたく、コスト面でも“絶品”だと好印象を持ちました。

「北海道産つるの子大豆」の魅力を伝えていけば、さらに商品価値が高まると思います。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

各種SNSを駆使し、商品をアピールされ、宣伝に力を入れられていることは大変素晴らしく感銘しました。Instagramに至っては1600人以上のフォロワーがおられ、レシピや店舗紹介があり、SNS担当者の運用がとても素晴らしいです。HPもしっかりと作り込まれており、消費者として安心感があります。

きなこの美容・健康・長寿についてもアピールされると、新たなファンが増えるのではないのでしょうか？

5. ブランディング要因

素材にこだわりを持ち、シリーズ化されていることに好感を持ちました。HPに「変化を恐れず、常に挑戦をする」という目標も時代に合っていると思いますので、これからはインバウンド層や海外進出も視野に入れる事ができるのではないのでしょうか？また、姉妹品をパッケージに記載したり、QRコードをつける事でさらなる商品のアピールにつながると思います。きなこを使った商品でブランドの統一感があるので、今後、さらに新しいファンの獲得につながると考えられます。

6. 素材・安全性・その他

輸入品の大豆が多い中、北海道十勝産「つるの子大豆」を限定使用されている点だけでも、わかりやすい安心感があります。また、JFS-B規格を取得した工場で製造されており、安全性についても安心感があり、魅力を感じました。ただ、国産大豆であっても、きなこは素材そのものを食するものなので、農薬検査をされていれば、さらに安心して購入される方が増えると実感できます。

製造そのものは、直火焙煎の製法のため味わい深く、伝統を重んじる姿勢に感銘を受けました。

審査レポート

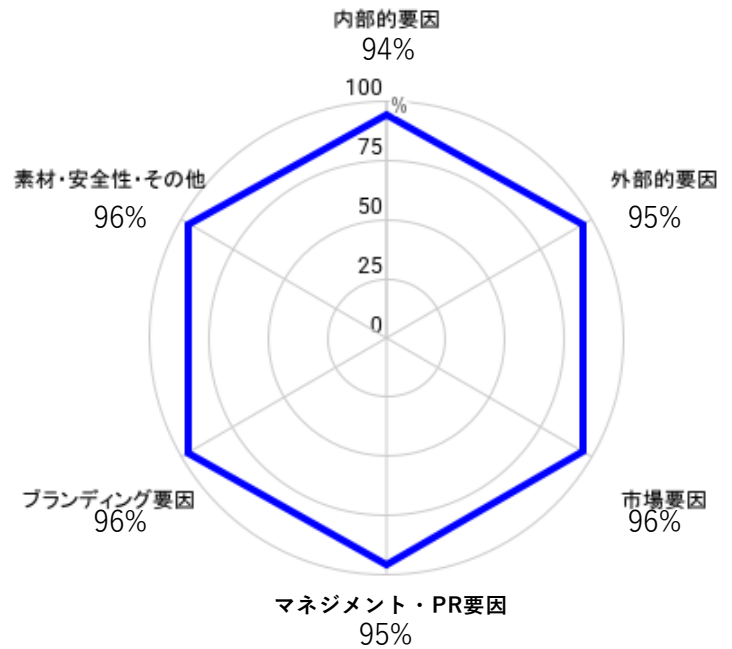
■ 要因分布

要因分布として、94%から96%の範囲に分布し、全体的に100%に近いバランスの良い大きな六角形となりました。

味や香りなど、五感からなる商品自体の魅力を示す「内部的要因」が94%、ネーミングやパッケージから構成される「外部的要因」を95%と高評価です。市場・トレンドから構成される「市場要因」は96%、マネジメント・広報等の「マネジメント・PR要因」は95%と、上記4要因に関しては、この商品の持つそれぞれの特徴やクオリティが高く、安定した高評価につながりました。

「ブランディング要因」と「素材・安全性」は共に96%と高評価です。原料にこだわった商品作りが昨今の健康志向と結びつき、自然の恵みを大切に扱う企業理念が審査員に伝わり、高評価に繋がりました。

ただ、素材の持つ商品イメージが大衆的なため、日本国内に止まらず「日本の伝統食品の良さ」を海外に向けて発信することで、さらに商品価値が高まると思います。今後の伸びしろに期待を感じます。



■ 総評

まず初めに、きなこの商品は他社競合商品が多くある中、北海道十勝産つるの子大豆を限定使用し、熟練した職人のもと直火焙煎でじっくりと丁寧に、こだわりを持って作られている姿勢に敬意を表します。

「絶品きなこ」は商品としてわかりやすく、きなこ好きで毎日きなこを食べている私にとって、どのような味かと食べる前からワクワクする心躍るものでした。パッケージの字体から商品に対する自信の程が伺え、早く試食したい気持ちが溢れました。パッケージを開けた瞬間、香ばしいきなこの香りが立ち込め、色味を見ると少し濃い黄土色でしっかり焙煎されていることがわかります。口に含むと、まず最初にローストされた豆特有の心地よい苦味を感じ、次に芳醇な香ばしさへと変化します。その後、旨味や甘味へと味わいが変わってきました。

この奥行きある濃厚な味わいに多くの審査員が魅了されました。「とても香ばしいですね」「北海道産100%の大豆を使用しているのに、この価格はとても安いですね」と、こだわりのある製造方法や価格帯が高く評価されました。

また、JFS-B規格を取得し、HACCPシステムに基づいた衛生管理のもと、製造されている点についても高く評価されています。

一方「つるの子大豆を使用しているのに、パッケージの表に書かれていないのが残念」という意見が多数ありました。つるの子大豆は、北海道の日中の寒暖差により甘味が強い大豆です。その「つるの子大豆」についてパッケージの表面にしっかりと書くことで、より多くの人の目に留まるのではと考えられ、新たなファンの獲得につながると思います。

また、類似品との差別化を図るため「大豆ちゃん」などのキャラクターを作ること、商品に対する親しみが湧き、消費者から身近に感じられるようになると思いますので、ご検討いただけますと幸いです。

出品商品はそれ自体完成度は非常に高いものであります。「絶品きなこ」が多くの人々に愛され続けるよう、さらなる飛躍と活躍を楽しみにしています。





Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション