



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

---

審査レポート

---

トントン奴とうふ3個組



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



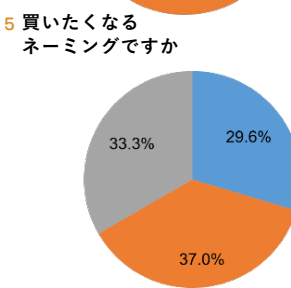
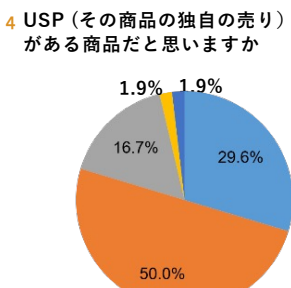
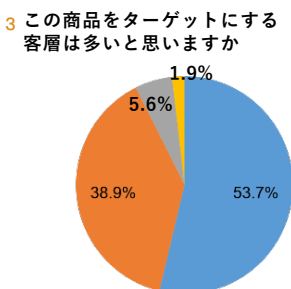
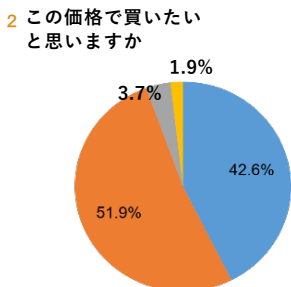
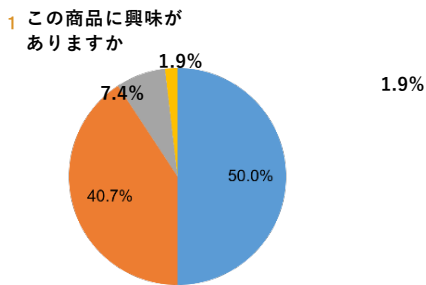
商品名 トントン奴とうふ3個組

評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第89回 (2025年7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



## 審査評

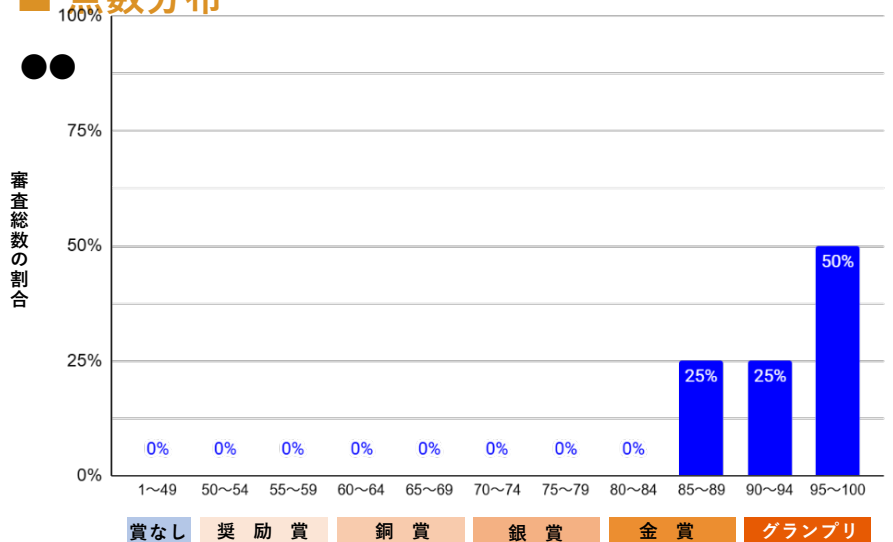
評価が高かった内容

ロングセラー商品として、食卓の定番である  
 素材へのこだわりを感じる  
 材料、製法が開示されていて、管理体制も整っているので安心  
 大豆の風味がしっかり味わえる  
 水の都、熊本県和水町の美味しい水を使用している  
 小分けになっていて、様々なシーンで使いやすい  
 きれいにフィルムを開封できる

評価が低かった内容

WEBサイトにブランドページがない  
 国産を求める消費者はまだいる。国産大豆ではない  
 アメリカ産の大豆を使用している。理由が欲しい  
 お城シリーズの納豆のパッケージと類似している  
 「地元での販売強化したい商品」であると感じられてしまう  
 スーパーで見かけない、全国販売になっていないのが残念  
 広告戦略がやや弱い

## 点数分布



堂々グランプリ受賞です。

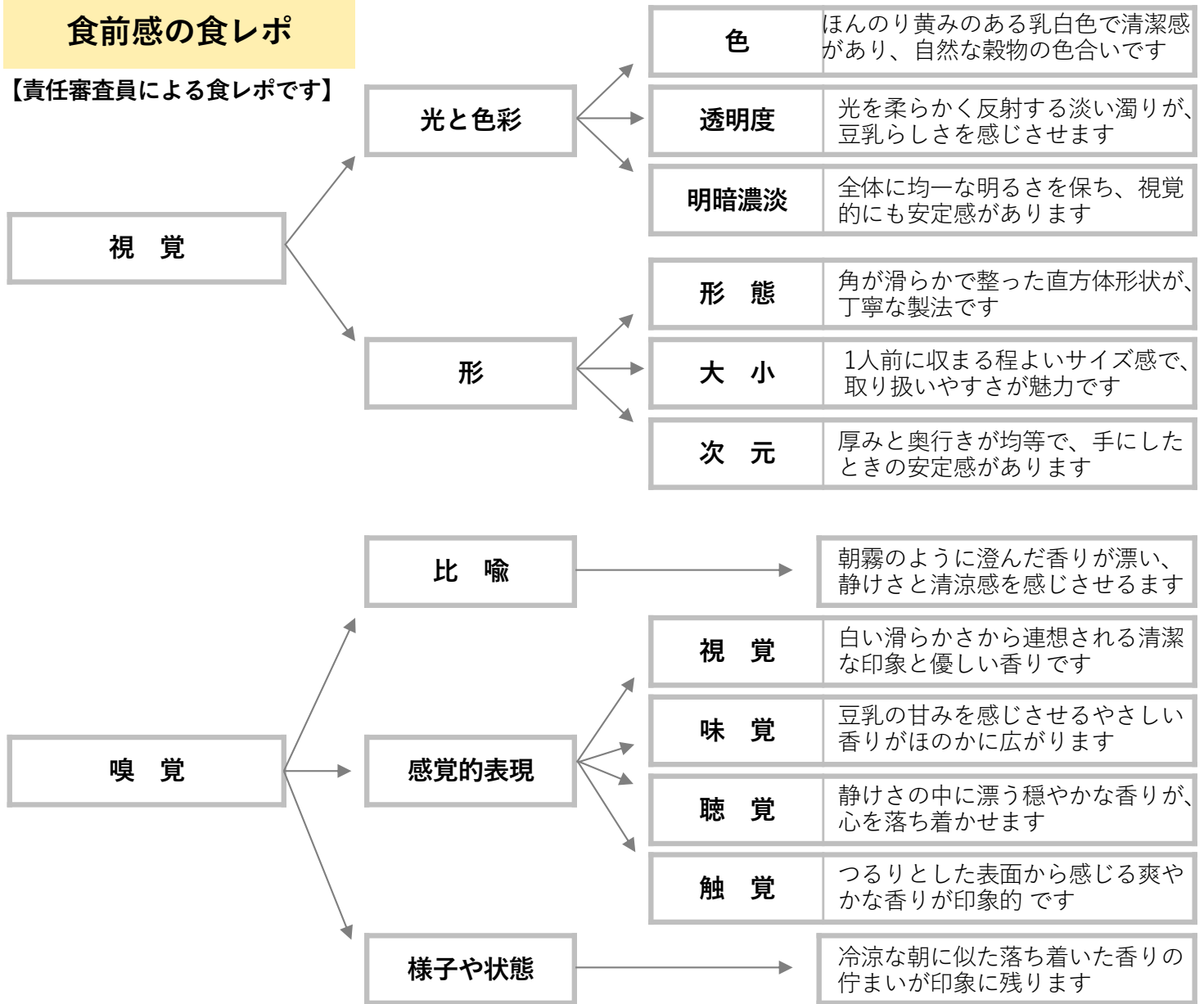
50%の審査員が95点~100点と評価しています。25%の審査員が90点から94点と評価しています。この点数の範囲はグランプリ賞の範囲となり、実に75%の審査員によってグランプリと評価されています。のこりの25%の審査員は85点から89点の金賞と評価しています。これほどはっきりと高得点に偏る商品は珍しいほどです。安全な食材と、製造に必要な添加物であるにがりしか入れていない誠実な製品であることが高く評価されています。



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

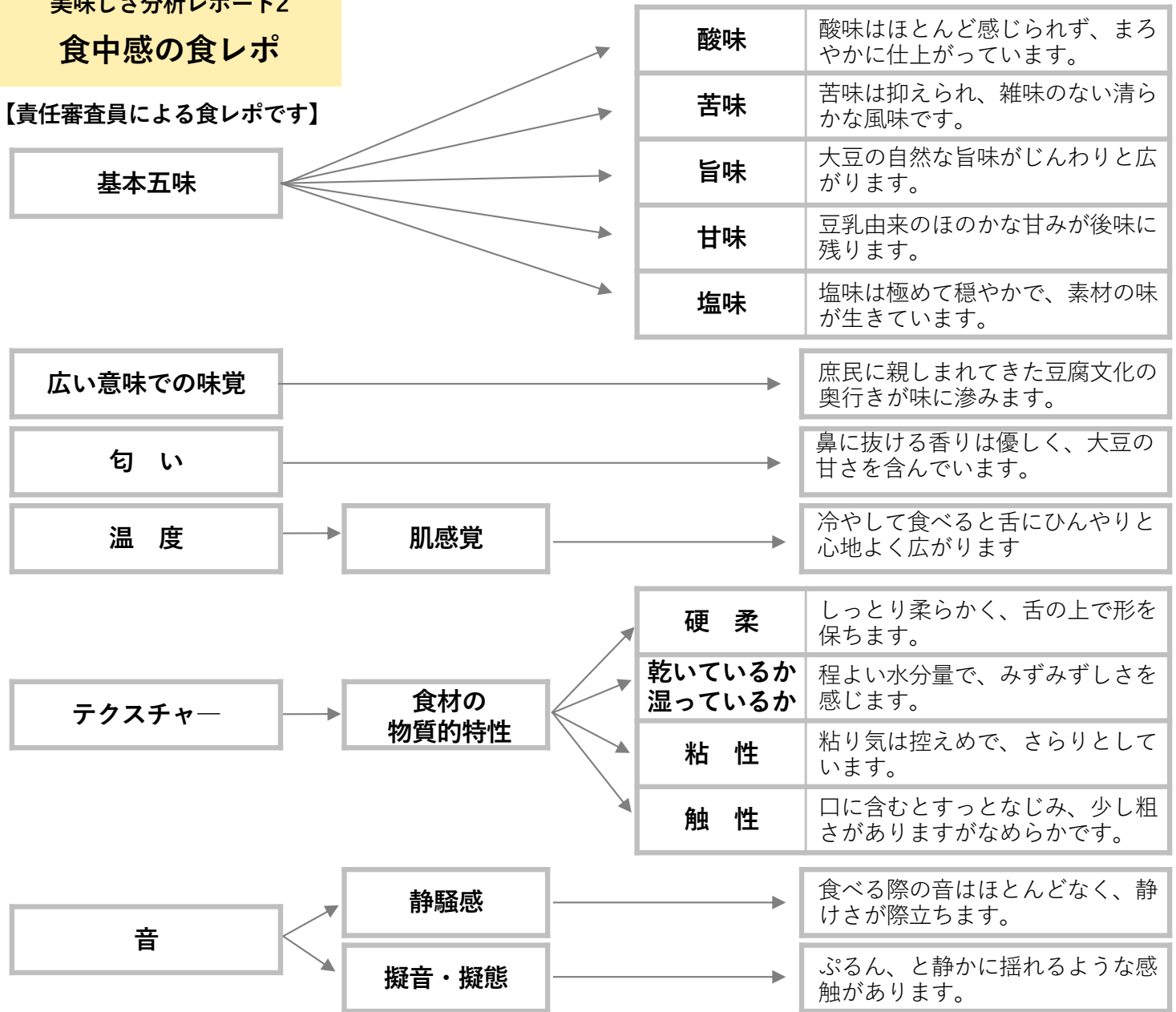
本商品は、整った直方体の形状と均一なサイズ感には手に取りやすさと扱いやすさを感じさせ、ほんのり黄みがかかった乳白色のやわらかな光沢が清潔で自然な佇まいを演出しています。光を柔らかく反射する淡い濁りは、豆乳の豊かさを思わせ、視覚からも素材へのこだわりが伝わってきます。厚みや奥行きもバランスよく、盛りつけた際の安定感や見栄えの良さに寄与しており、家庭の食卓での扱いやすさが想像できます。ふわりと立ちのぼる香りには、朝霧のように澄み渡る穏やかさがあり、豆乳特有のやさしい甘みと、にがりを用いた製法ならではの清らかさが調和し、全体に落ち着いた印象を与えています。まるで静かな早朝に、清らかな空気とともに立ち上る湯気のような印象で、口にする前から丁寧につくられた味わいを予感させる香りです。見た目と香りの両面から、清潔感と信頼感を備えた、家庭で安心して手に取れる商品であることが伝わってきます。また、3個組という小分け仕様は保存性や衛生面でも利点が多く、少人数の世帯でも必要な分だけ取り出して使用できることから、現代の家庭環境やライフスタイルにも合致しています。こうした細やかな工夫が、単なる食品以上の価値として消費者の生活に溶け込み、長く支持されている理由のひとつとなっています。



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

口に含んだ瞬間から広がるのは、大豆本来の自然な旨味と、にがりで整えられた滑らかな食感が調和した、穏やかで奥行きのある味わいです。酸味や苦味といった刺激は控えめで、雑味のない清らかな風味が全体を優しく包み込み、素材の良さをじっくりと堪能できる設計になっています。冷やしていただくことで、豆腐特有のひんやりとした舌触りが心地よく伝わり、滑らかな口溶けと相まって静かな余韻が長く残ります。口の中に広がる香りには、大豆の甘みがやわらかく漂い、鼻に抜ける際にも穏やかで澄んだ印象を与えます。つるんとした柔らかさや適度な湿り気、さらっとした質感が調和しており、口内に不快な粘りを残さず、さっぱりといただける仕上がりです。舌に触れた瞬間のしっとりとした感触が、家庭用としての使いやすさや安心感にもつながっています。気取らず自然体で付き合える豆腐として、非常に完成度の高い印象を与えてくれます。食べ進めるほどに素朴さと丁寧さがにじみ出てくるような感覚があります。適度な硬さがあり、冷ややっこだけでなくみそ汁の具としても使い勝手の良さが感じられ日常の調理に多くの家庭で長く親しまれる理由が伝わってきます。



## 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

豆腐特有のまろやかな甘みと控えめな塩味が舌に広がり、清らかな余韻が長く残り、穏やかな満足感をもたらします。

#### 気候・地域

熊本の清らかな水と温暖な気候が育んだ豆腐は、地域の文化や暮らしに根づいたやさしい味わいとして長く親しまれています。

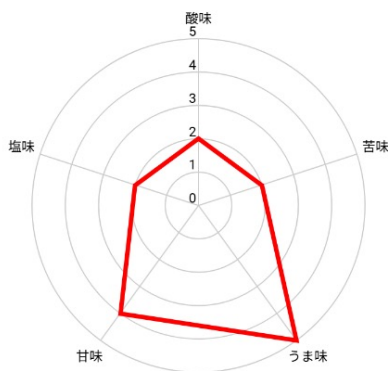
#### 食経験・食習慣

一人分ずつの小分けパックは家庭の保存習慣に自然と溶け込み、手軽さと安心感を伴う日常の食文化の一部として定着しています。

#### 健康・生活様式

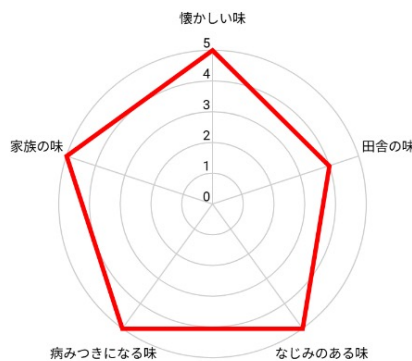
とうふの製造に必要なにがりを使用した本製品は、健康志向の食生活や安心を求める現代の暮らしに自然と溶け込み、日常的に取り入れやすい存在となっています。

### 基本五味の レーダーチャート



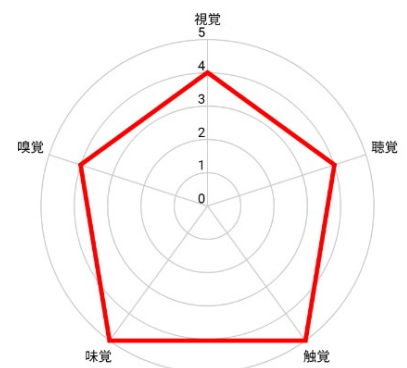
五味	評点
酸味	2
苦味	2
うま味	5
甘味	4
塩味	2

### 広い意味での味覚の レーダーチャート



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

### 五感に対する感じ方 レーダーチャート



五感	評点
視覚	4
聴覚	4
触覚	5
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）

大豆本来の風味が濃く感じられながらも、滑らかな舌触りと程よい柔らかさが調和しており、豆腐としての完成度の高さがうかがえます。豆乳濃度の高さに起因するまろやかさや、大豆由来の旨味が口の中に広がる感覚は他製品と一線を画す魅力です。ただ、絹ごしか木綿かが判断しづらい点や、使用原料の説明不足は、購入時の判断を迷わせる要素にもなり得るため、パッケージ上での明確な表示や、安心を与える情報提供が加わることで、選ばれる理由をさらに強調できる可能性があります。

## 2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

親しみやすく覚えやすいネーミングが商品の個性を引き立てており、特に「トントン奴」という名称は取り出しやすさと連動していて印象に残ります。また、1人分サイズの仕様やスムーズに剥がせるフィルムなど使い勝手の良さも高く評価されます。一方で、パッケージデザインにはやや情報量の多さや整理不足が見られ、視認性に課題が感じられます。冷蔵保存時に見やすい消費期限表示や視覚的に「トントン」の特徴をより強調する工夫があれば、商品の魅力をさらに効果的に伝えられるかもしれません。

## 3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

日常使いに適した価格設定や小分け仕様は、現代の小規模世帯にマッチしており、個人・家族問わず幅広い層に受け入れられる要素となり、健康や安全を意識する消費者に対しても好印象を与えています。さらにはパッケージや商品名に地域性やグローバル視点を反映することで、さらなる差別化やインバウンド層への訴求が期待できます。類似品との差異を明確にし、使用提案を充実させることで、価格以上の価値を伝えることにもつながりそうです。

## 4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

長年愛されてきた実績とSNSやWebでの自社発信の積極性は、企業としての信頼性と顧客対応力の高さを示しており、商品に対する安心感を支えています。こうした基盤の上に、地域限定の販売エリアから一步踏み出し、東京など他地域への展開を見据えた戦略的な情報発信が加わると、ブランドのさらなる成長が期待されます。特に、大豆の風味や素材の良さといった魅力を伝えるブランドページの整備や、広告展開の強化を通じて、消費者の関心をより深く惹きつけ、継続的な購入動機へとつなげる工夫が求められます。

## 5. ブランディング要因

本商品はロングセラーとして地域の食卓に長年寄り添ってきた実績があり、九州人の多くにとっては馴染み深いブランド力を有しています。小分け包装による使いやすさやといった日常的な配慮も高評価を得ており、地域No.1という信頼性も強みといえるでしょう。パッケージデザインの洗練や、納豆との組み合わせによる健康志向の訴求を強化し、さらにブランド専用ページの整備やスーパー店頭での露出拡大が望まれます。加えて、情報発信の手法を再検討し、より一層のブランド浸透を図る工夫も効果的と考えられます。

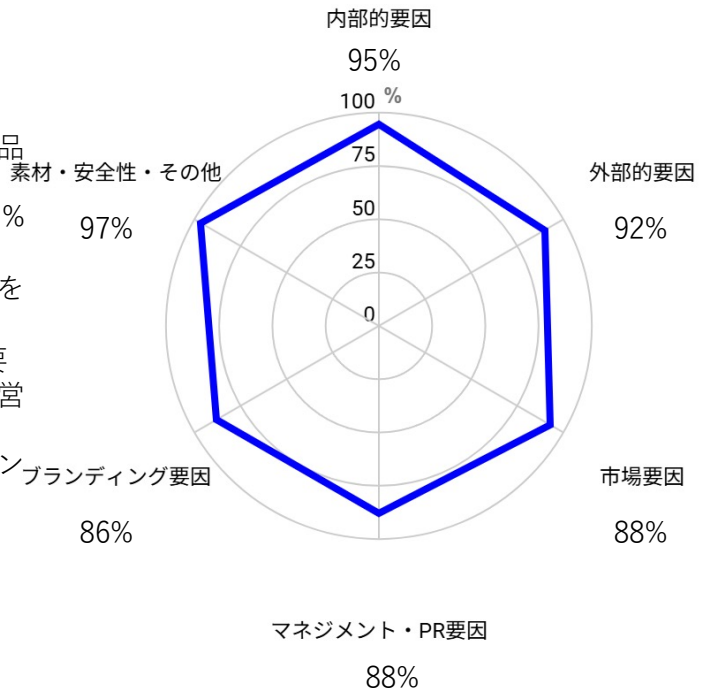
## 6. 素材・安全性・その他

本商品は、保存料や着色料を使用せず、熊本の良質な水を活かした製法やトレーサビリティの徹底など、安全管理への多面的な取り組みが評価されています。製造工程の管理体制や原材料の開示も信頼につながっており、賞味期限の長さや保存料不使用の両立も消費者に安心感を与えているようです。今後は、輸入大豆の使用に関する説明強化や、パッケージ上での安全面の訴求、加えて従業員の安全配慮の明示などにより、一層の安心訴求を図ることで、さらに高い信頼の獲得と商品価値の向上につながる可能性があります。

# 審査レポート

## ■ 要因分布

きれいな大きい六角形を描いています。最も高い重要度を示すのは「素材・安全性・その他」で97%に達し、製品やサービスの根幹に関わる品質と安全性ととも高く製品としての完成度が高いことが評価されています。次いで「内部的要因」が95%となり、影響することが分かります。「外部的要因」は92%と。市場の動向、競合、規制など、企業を取り巻く外部環境への適応が不可欠であることを示しています。「市場要因」と「マネジメント・PR要因」は共に88%で、市場ニーズの把握と効果的な経営戦略・広報活動が同等に重要視されています。最後に「ブランディング要因」は86%です。ブランディングを更に改善されると製品のイメージをより一層伸ばすことができそうです。



## ■ 総評

貴社の商品は、大豆本来の豊かな風味と、滑らかな舌触り、程よい柔らかさが調和し、豆腐として極めて高い完成度を誇ります。特に、豆乳濃度の高さに由来するまろやかさは、他社製品と一線を画す独自の魅力です。長年の地域での愛着と実績は、九州における強固なブランド力を確立しており、小分けパッケージによる使いやすさや日常への配慮も高く評価され、地域No.1の信頼性へと繋がっています。保存料・着色料不使用、熊本の良質な水の使用、徹底したトレーサビリティなど、多角的な安全管理体制は消費者からの厚い信頼を獲得しており、製造工程の透明性や原材料開示、賞味期限の長さも安心感を高めています。現代の小規模世帯に合致した価格設定と小分け仕様は、幅広い層に受け入れられ、健康・安全志向の消費者からも好印象です。「トントン奴」という親しみやすいネーミングも、取り出しやすさと連動し、商品の個性を際立たせています。一方で今後の更なる成長には、いくつかの改善点が考えられます。まず、パッケージにおいて、絹ごしか木綿かの明確な表示や、原材料に関する詳細な情報提供が必要です。特に輸入大豆の使用に関する説明強化や、安全配慮の明示は、さらなる信頼獲得に繋がります。現行パッケージの情報整理不足が課題であり、冷蔵時の消費期限の視認性向上や、「トントン」の視覚的特徴の強調が望まれます。加えて、三角形デザインの意図を伝える工夫があるとさらに親しみやすさを増すことでしょう。中長期的な視点では、現在の地域限定販売から東京など他地域への展開を見据えた戦略的な情報発信が不可欠です。ブランド専用ページの整備、スーパー店頭での露出拡大、情報発信方法の再検討を通じて、ブランド浸透を図ることが重要です。特に、大豆の風味や素材の良さといった本質的な魅力を伝えるブランドページの充実、そして広告展開の強化は、消費者の購買意欲を喚起し、継続的な購入に繋がるでしょう。貴社の強固な基盤の上に、これらの提案を組み合わせることで、商品の魅力をより効果的に伝え、ブランドのさらなる成長と市場拡大を実現できると確信しております。グランプリ受賞おめでとうございます。



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