



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

信八 辛子明太子



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 信八 辛子明太子

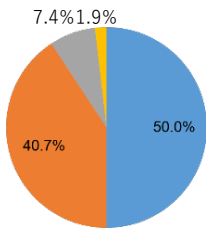
評価結果 金賞 受賞回・年月 第89回 (2025年7月)

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。

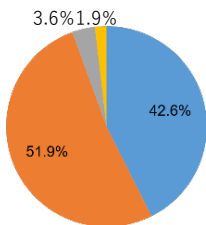
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

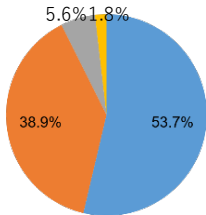
1 この商品に興味がありますか



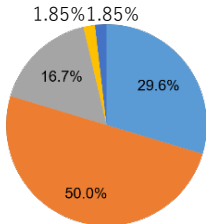
2 この価格で買いたいですか



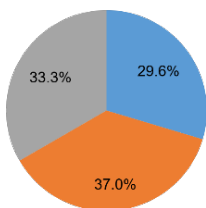
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

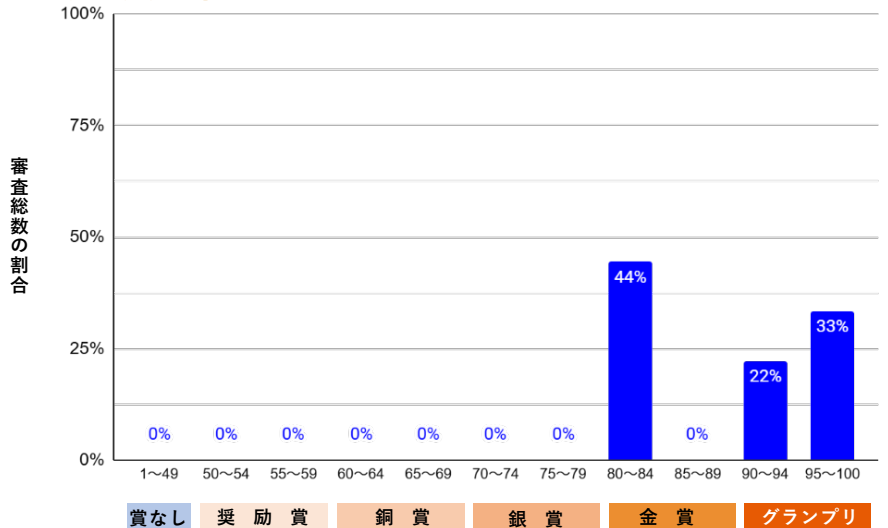
評価が高かった内容

雑味が少なくあっさりとした上品な味わいに仕上がっている
 辛味好きな人向けに、別に唐辛子がついているのも嬉しい
 発酵の旨味と熟成された辛味がとても良く絡み合っている
 思わず手に取りたくなる魅力的なデザインのパッケージである
 切子明太子の発祥の店、老舗の商品としての安心感を強く感じる
 パッケージは、小ぶりだが手に取りやすいサイズで惹き付ける
 衛生、品質管理がしっかりしている

評価が低かった内容

名称についての説明がパッケージにはない点に改善の余地を感じる
 辛味のプラスではなく、商品そのものの味にコクを出す工夫が欲しい
 ワインや出汁など新しい味を言語化して表現しないと伝わらない
 あっさり食べ易いが期待した辛さとしては少し物足りなさを感じる
 少々塩味が強く感じられ、高級感に欠ける点は改善の余地を残す
 明太子の粒の大きさが小さめで、他社商品との差別化が難しく感じる
 消費者のニーズを考慮して、できれば着色料の使用は避けた方が良い

点数分布



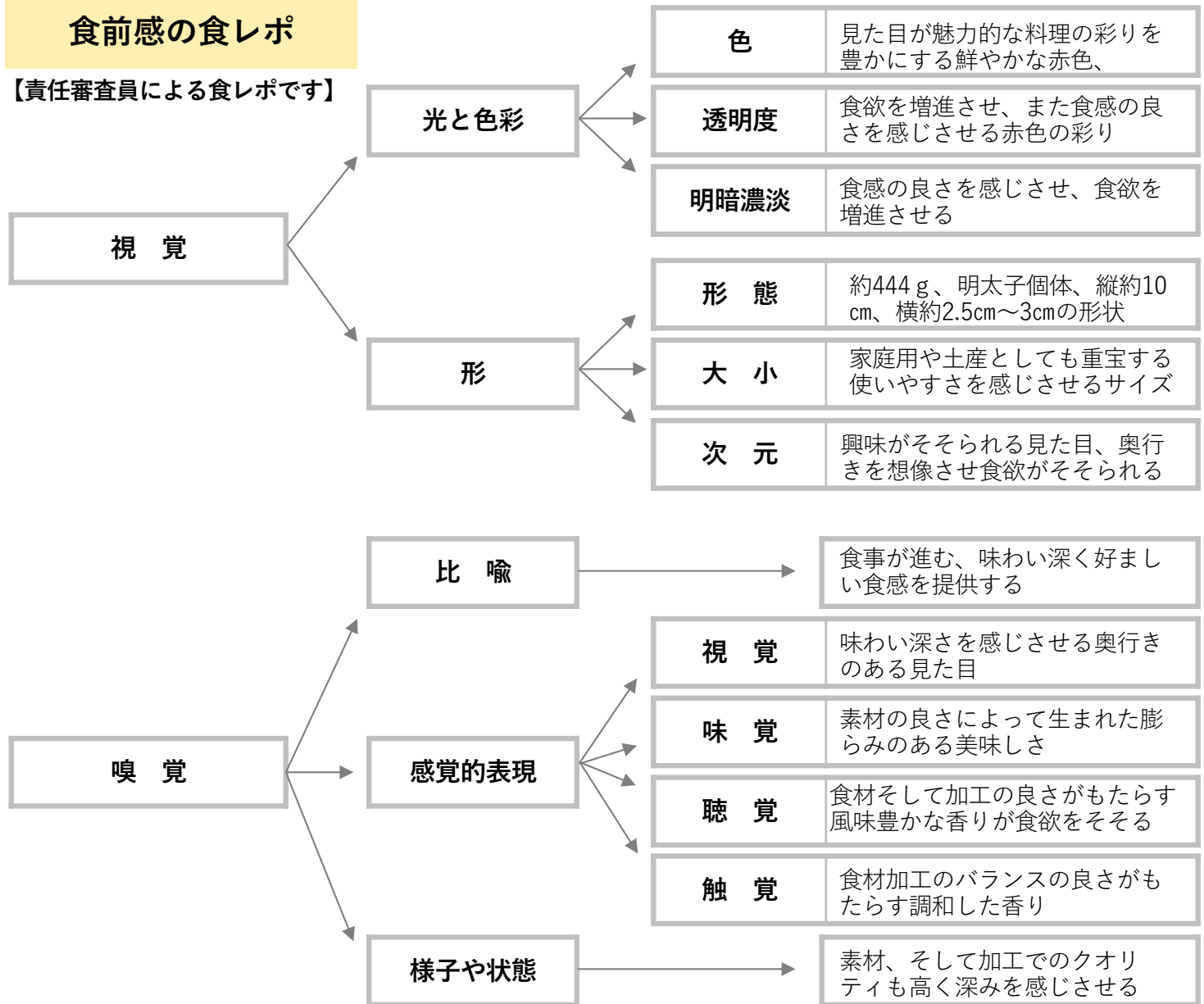
審査員全員が83点以上の評価を付けました。平均では、89.4%と高い評価となっています。内訳として、『金賞』が44%、『グランプリ』が55%という分布となっていてどの項目も高評価を得ています。その結果からも商品自体の魅力が強く感じられる事が証明され今回『金賞』受賞となりました。また、アンケート結果からも9割以上の方が当該商品に『興味がある』と答えている事を見ても商品への注目度は強みと言えます。



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

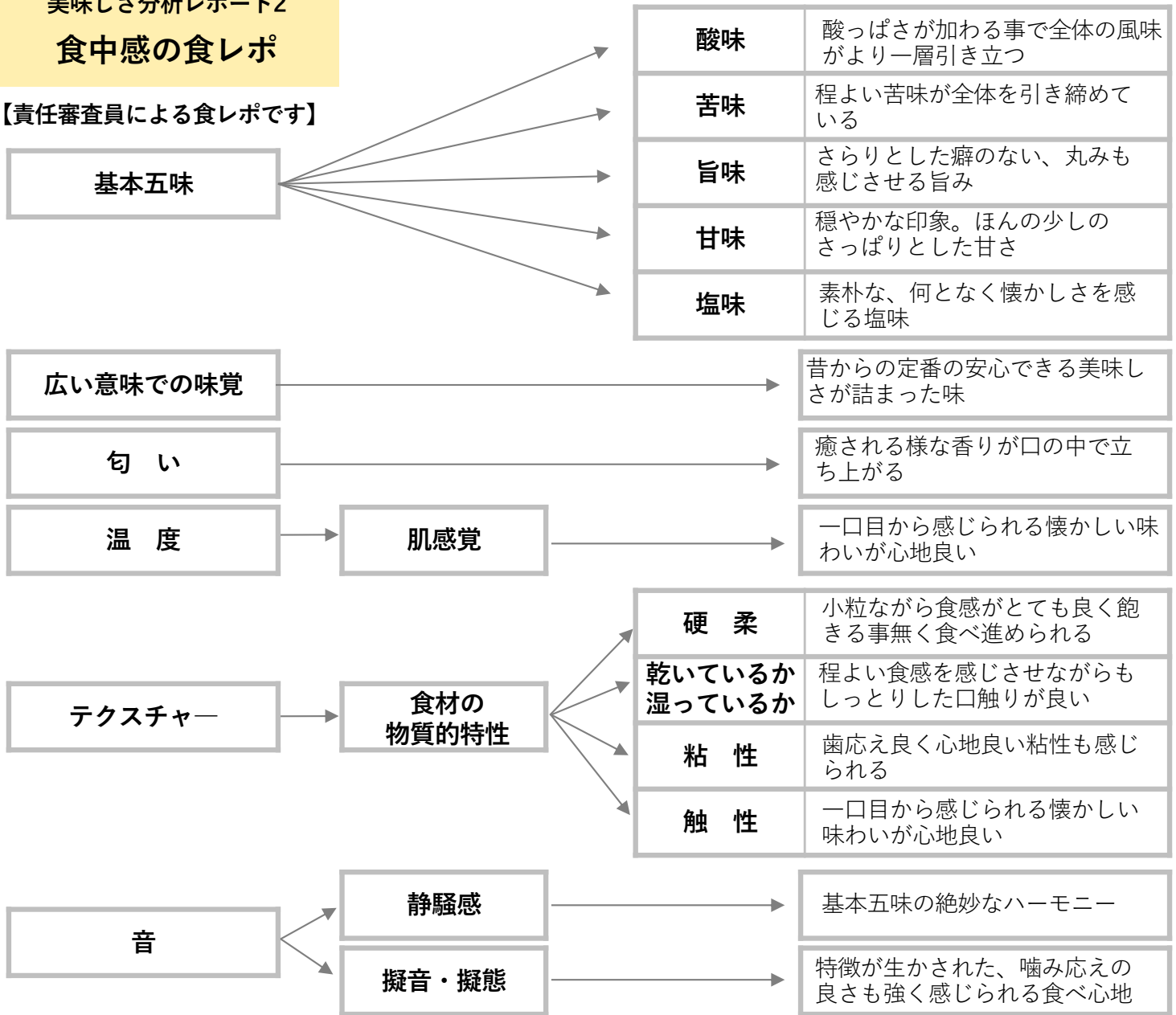
まずは、小ぶりのタラコに独自の出汁や白ワインを使用した商品作りを好ましく魅力的なものだと思いました。当該商品は、見た目が魅力的な料理の彩りを豊かにする鮮やかな赤色で食欲がそそられる色合いの一品だと感じました。そして、そのまま食卓に盛れる手軽さも心惹かれるものです。昔からの手軽にそのまま食卓で頂ける商品設計はより今の時代にマッチしているとも考えます。また、今回、一瞥しただけでも丁寧に作られている事が伝わってきて『興味』及び『食欲』がそそられ、食べる前から、魅力を感じる商品だと思いました。食感の良さを感じさせる様な色合いも非常に良く、食欲を程よく刺激させるもので好印象を受けました。試食する前から、魅力が感じられた一品に期待が膨らみ、好感が生まれ、ワクワク感や楽しみが更に増して『早く食べたい』そんな思いに心が躍りました。食前にそんな気持ちにさせてくれる一品です。商品の大きさ（外装パッケージ）は、立法体で、縦、横約17cm、高さ約5cm、重さ約444gでした。また、明太子個体は、縦約10cm、横約2.5cm～3cmの形状です。土産としても家族用としても使い勝手の良いものと思いました。匂いは、魚卵特有の風味と適度に効いた唐辛子の香りが感じられます。そんな魅力溢れる商品ですが、若干の改善の余地も感じました。それは、当該商品の最大の特徴である白ワインや独自の出汁を使った新しい味の商品であることを消費者に的確に伝えられているのか、当該商品がまた他社にない独自の価値や特徴を持つ商品であると認知されているのか気になることです。残念ながら差別化となる当該商品の特徴を端的に理解させるまでに至っていない様に思われます。故にサブタイトル等でそれを補う説明も必要と考えます。当該商品の価値を更に高める為にもご検討材料として頂ければ幸いです。



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

当該商品は、魚卵の好きな国民と言われてきた日本人が地域性での違和感を然程、感じる事無く好ましく身近に思える一品です。それを口にした瞬間から何となく懐かしさを感じさせる味わいに心地良さを感じました。そして、懐かしい香りが、口の中に広がり、食べ応えも良く、歯触りの心地良い温かみも感じられる昔からの安心できる美味しさが詰まった一品です。また、スッキリとしたシャープな辛味も好ましく特徴的で強く魅力を感じました。その結果、思わず『美味しい』と口をついて出てしまいました。

基本五味の中、控えめながら適度で程よく食材を生かす気持ちの良い酸っぱい風味である『酸味』が全体の風味をより一層引き立てています。同様に味に奥行きを与えて全体の味を引き締めている『苦味』、さらりとした癖のない、丸みも感じさせる程よく包み込む様な『旨味』、穏やかな印象優しいほんの少しのさっぱりとした『甘味』、そして素朴な、何となく懐かしさを感じる『塩味』を実感しました。この五味のバランスの良さが老若男女を問わず多くの方が『良質さ』そして『好ましいもの』と感じる理由となります。その結果、『酸味』『苦味』、『旨味』、『甘味』、『塩味』の絶妙なハーモニーが五感を刺激して『美味しさ』へと導きます。当該商品は、『もっともっと』と食べ進めたい、ごはんやお酒などが更に欲しくなる一品で、今回の食中間においてもヤミツキになりました。どんなシーンで誰が喜ぶのか、食のシーンがイメージできると更に購買層の拡大が見込める一品だと考えます。ご検討頂ければ幸いです。当該商品を和食や日本酒に限らず色々な国の料理や飲み物に合せて見たくなりました。



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

いつまでも口中に明太子の旨味が残り、その適度なねっとり感が心地よい余韻を感じさせる。素材の好ましい味が深く感じられた

気候・地域

気候や地域に関係せず、若い世代からお年寄りまで殆どの日本人が好ましく思う、満足感が強く感じられる一品である

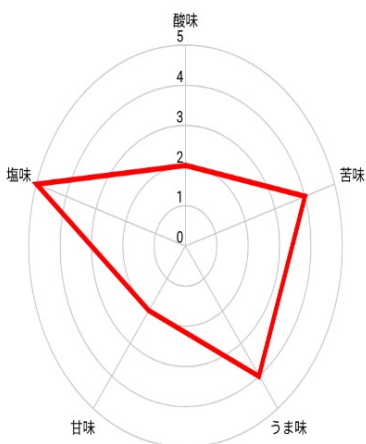
食経験・食習慣

若干小粒ではあるが昔から食してきた好みの一品に安心感を感じる。安定した美味しさ、懐かしさや親しみを感じさせてくれる味である

健康・生活様式

生臭いモノを回避する傾向が現在あるので、ワインと出汁を使ってあっさり仕上げた当該商品は、現在のトレンドに合っている

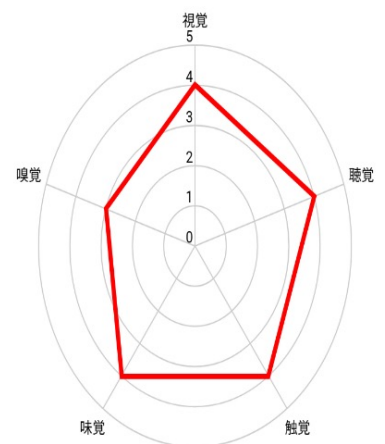
基本五味の レーダーチャート



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	2
苦味	4
うま味	4
甘味	2
塩味	5

広義の味	評点
日本人の好む味	5
旨みのある味	4
味わい深い味	4
癖になる味	4
ほど良い辛さ	4

五感	評点
視覚	4
聴覚	4
触覚	4
味覚	4
嗅覚	3



1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

当該商品は、地域性を問わず、シーフード好きな万人の日本人が素直に好ましく感じられるスッキリとしたシャープな辛味が特徴的な味付けとなっている満足度が高く、そのまま食卓に盛れる手軽さも良く感じられる逸品です。小ぶりの明太子に独自の出汁そして白ワインを使用した商品作りは好ましいものです。当該商品は食欲を増進させ、また、日本酒とも合わせやすい商品だと思いました。ただ、味加減において少々塩味が強く感じられる点については、若干の改善の余地を感じました。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

外装パッケージは小ぶりですが手に取りやすいサイズの好ましいものです。また、その外装パッケージのデザインはインパクトがあり、また、清潔感も強く感じられ、土産や贈答用の品として良いものだと感じました。追い唐辛子がついている配慮も嬉しいです。ただ、外装パッケージから中身が想像しづらい点は改善の余地を感じます。『信八』というネーミングについても、従来品との差別化要因が若干分かり難いのでサブタイトルなどをつけることで特徴が訴求できるのではと考えます。ご検討頂ければ幸いです。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

白ワインと当該企業特製の白出汁を使ってあっさり上品に仕上げた新しい味の当該商品は生臭いモノを回避する傾向にある現代の消費者トレンドに沿った一品で単体以外にも色々な料理に使用してみたくくなります。性別に関係なく子供からお年寄りまであらゆる世代に愛される一品で、少し高くとも良いものを食べたいと欲する現代の消費者に好適な商品です。故に今後も、更なる顧客満足度の向上に努めるべきだと考えます。他社商品との差別化となる特性部分を積極的にアピールした広報戦略が望まれます。今後のPR活動に期待しています。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

食の多様化と消費者の求める豊かさ、そして安全性に配慮され、品質と美味しさに拘り、長年に渡り商品の開発をされている姿勢が素晴らしいです。更にそれが、どんなシーンで誰が喜ぶのかなど、食のシーンがイメージできると更に深まり、顧客の増加に結び付くと考えます。それ故に、広報及び広告宣伝に若干の弱さを感じます。広報専任の部署や担当者の配置が無い事からも広告戦略の弱さを感じてしまう点を是正頂きたいです。当該商品について差別化となる特性部分を積極的にアピールした広報戦略が望まれます。今後の新たな活動に期待しています。

5. ブランディング要因

マーケティングに沿った商品造成が成されていて、固定ファンをしっかりと掴んでいます。その見た目と味への自信から、リピートされる商品であると明確に分かります。その品質の良さに加えて、創業からの歴史がブランディングになっていると思います。歴史と味に裏打ちされた良質な価格に見合った商品を提供されている誇りは素晴らしいです。今後も、商品そのものの見せ方など、伝統を大切にしつつ、時代に受け入れやすい発信を望みます。様々なマーケティングツールがある中で、今回のような食品審査での受賞も、拡大販売の大きな後押しになりますので最大限に活用して頂きたいです。

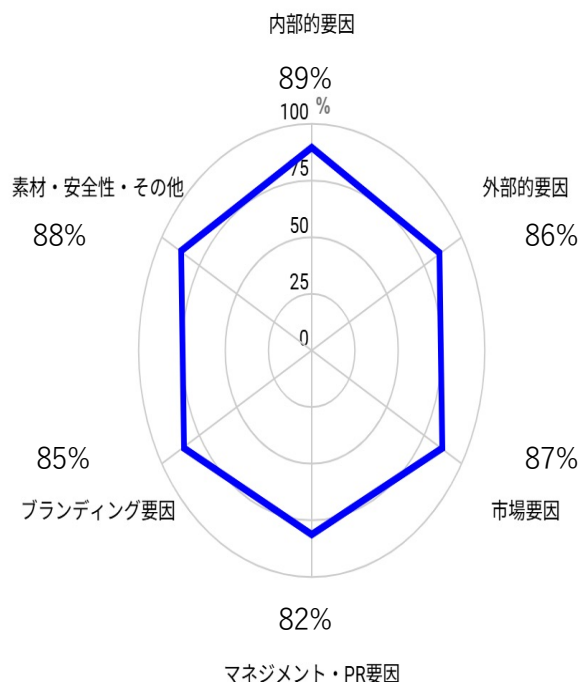
6. 素材・安全性・その他

様々な安心安全への取り組みや管理が成されており安心感を強く感じます。HACCPに基づいての安全管理も好ましいもので、リスクを排除できる体制であると思います。ただ、着色料をはじめ、多くの食品添加物を使用している点については、現代の消費者のニーズを考慮すると改善すべき余地を残します。ご検討頂ければ幸いです。総じて、素材本来の自然で新鮮な味の提供を目指して作るその思いや拘りが当該商品の品質を保ち、安心・安全に繋がっていると考えます。今後、安心・安全を基にした食への考え方についてタイムリーに説明、発信ができると更なる差別化となつて良いと思います。

審査レポート

■ 要因分布

全要因において、82%以上（平均86%）という高得点でバランスの良い結果となっています。味や香りなど五感からなる商品自体の魅力を表す『内部的要因』は、味覚や食感などで魅力を感じるものとして89%の高い評価となりました。ネーミングやパッケージから構成される『外部的要因』についても86%、市場、トレンドから構成される『市場要因』については消費者のニーズに充分に応えられる商品であるとの認識で87%となっています。そして『マネジメント・PR要因』については、今後の宣伝活動の充実などにより市場を大きく広げられる可能性を持つ事への期待度が高く82%の評価となりました。また、『ブランディング要因』も、独自性の高い訴求ポイントを有する商品として85%の評価を獲得、『素材・安全性・その他』については商品の拘りが十分に理解され88%との高い評価となりました。



■ 総評

欧州では、チョウザメの卵、キャビアが珍重されますが、日本でも日本人はサケ（すじこ、いくら）、タラ（たらこ、めんたいこ）、ニシン（かずのこ）、ウニ、ボラ（からすみ）などの食品が示すように魚卵が好きな国民だと言われています。因みに、これらの魚卵の多くは塩蔵品で保存性があります。韓国の『たらこのキムチ漬け』が発祥とされる『明太子』は、第二次世界大戦後、朝鮮半島からの引揚者が福岡・博多にもたらし、日本全国へ急速に普及しました。当該商品『信八 辛子明太子』は、当該企業の自社の商品に強い自信を持ち、トレンドには左右されないとする点を堅持しながらも、当該商品として明太子に独自の出汁や白ワインなどを使用しての新たな商品造成に、好ましさ及び興味を強く感じ好感を持ちました。生臭いモノを回避する傾向が世の中にあるので、白ワインと独自の出汁を使ってあっさりとした上品に仕上げた商品は現在のトレンドに合っていると思います。

当該商品『信八 辛子明太子』を審査会で実際に試食した時、従来の商品に比べて、雑味が少なくスッキリとしながらもマイルドな辛味が特徴的なもので、総じてあっさりとした上品な味わいに満足感が高い老若男女を問わず幅広い層に支持される商品だと思いました。これからも安定的に販路拡大が期待できる多くの人に薦めたいものです。また、辛味好きな人向けにおい唐辛子がついているのも好ましく感じられる商品です。ただ、当該商品『信八 辛子明太子』にも、まだ少し改善の余地があると考えます。消費者の視点から気になったのは、第一にネーミングの信八についての説明がパッケージにはない点が不十分であると改善の余地を感じます。またサブタイトルの使用が無い点も同様です。商品のUSPなどを分かり易く示すことは商品の認知度アップに必要です。白ワインや独自の出汁を使用している、新しい味について分かり易く詳細に言語化して表現しないと伝わらないのでは考えます。例えば、SNS等で新しい辛子明太子の食べ方、シーンなどを提案することや購買者に提案をもらうキャンペーンなども有効かと考えます。そして、着色料や添加物の使用についても、もう少し抑える事ができれば更に良い商品になると思います。ご検討頂ければ幸いです。

最後に当該商品『信八 辛子明太子』の『開発エピソード』や『生産までの苦労話』を商品ストーリーとして消費者に発信することにより更に価値を高め差別化を可能とします。『どんな人が作っているか知りたい』などの消費者の想像力を刺激させ『消費者が共感できるポイント』を確立することが更なる知名度アップ及び販売拡大への重要なカギとなります。当該商品『信八 辛子明太子』はそれ自体完成度が非常に高いものであり、幅広く周知されている商品です。これからも商品の持つ可能性の更なる向上を期待しています。



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