



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

いきなり団子



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 **いきなり団子**

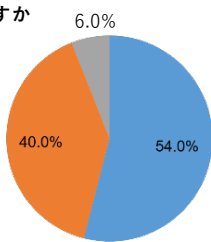
評価結果 **金賞** 受賞回・年月 **第91回 (2025年9月)**

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。

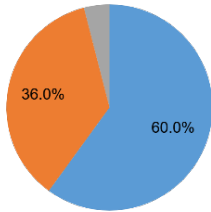
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

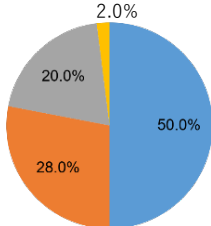
1 この商品に興味がありますか



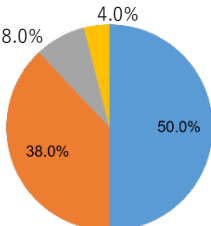
2 この価格で買いたいと思いますか



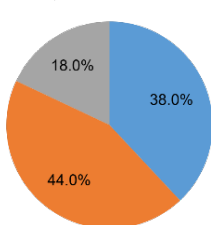
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

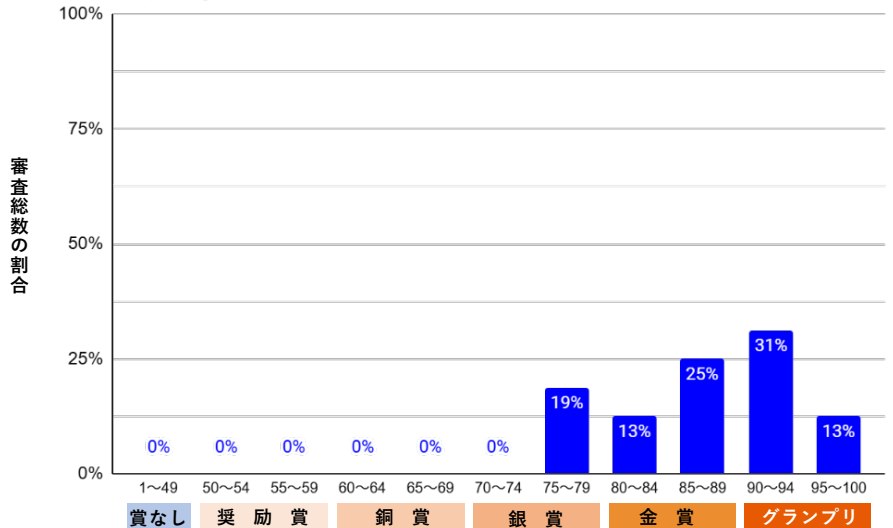
評価が高かった内容

皮の塩味と芋の甘さのバランスが良い
透明フィルム包装で中身が見えるのは安心感に繋がる
1個から購入できるので手に取りやすい
老若男女に広く受け入れられる商品だと思う
広報活動が具体的で認知拡大へ戦略性がある
食べ飽きない味づくりへの拘りが強く商品に出ている
衛生管理や品質管理が整っている

評価が低かった内容

電子レンジ加熱による品質差がある
ラップで包んだものをそのまま売っているのは安全性が不安
広い市場で販売するには、やはり目を惹くパッケージも必要
社員への教育、次世代への継承など課題がありそう
商品展開を増やすとよりブランディングに繋がる
崩れやすく、食べているとベタベタしてくるところが惜しい
農薬検査やトレーサビリティ管理がないのは不安材料

点数分布



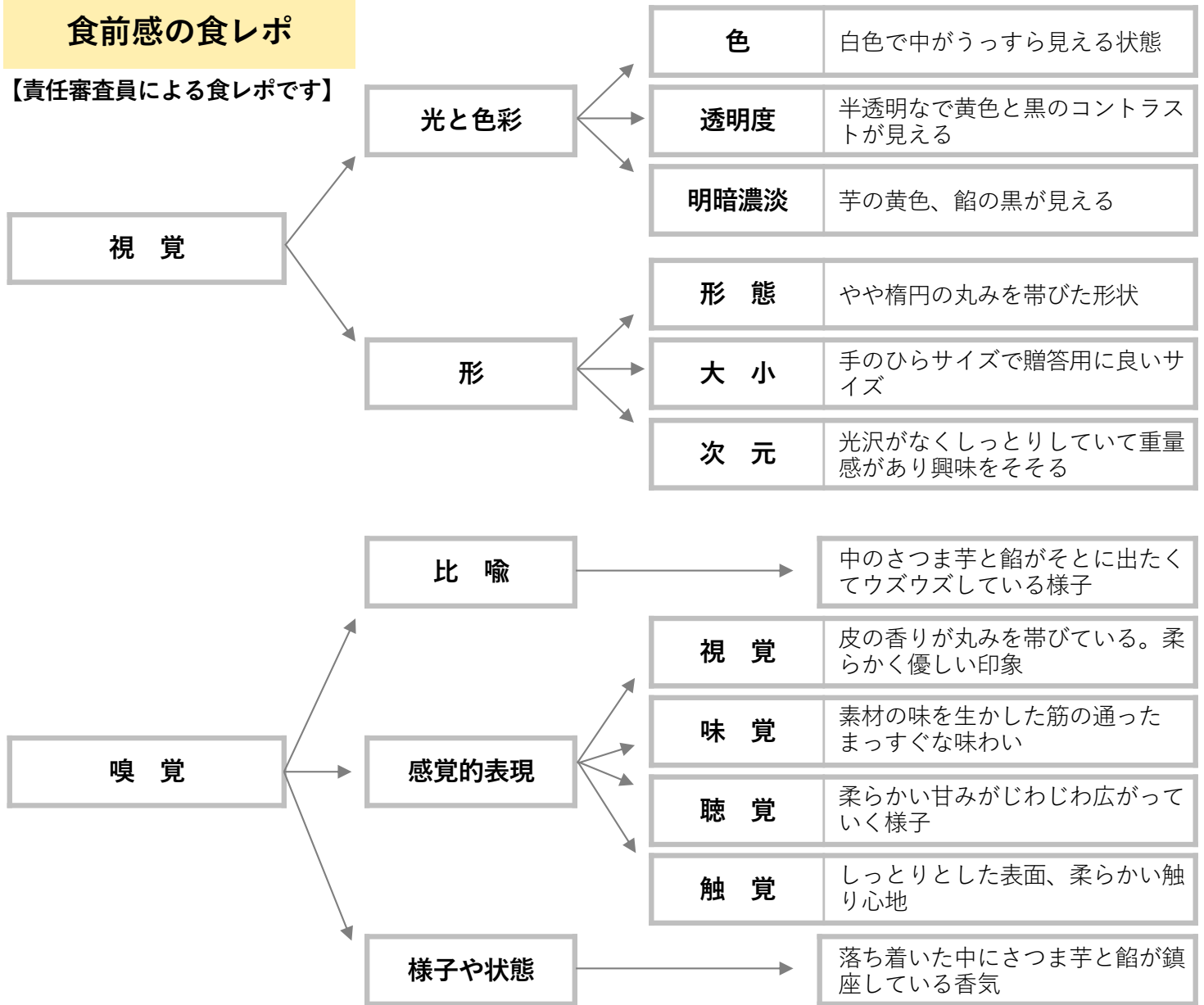
グランプリ相当が44%と高い割合を占めました。金賞相当においても38%と高い割合となりました。銅賞相当が19%となりました。その結果総合評価87%で【金賞】となりました。多くのアンケート結果で「とてもある」、「少しある」が過半数を越えていました。既に知名度があり、地元の銘菓としても知られている本品は馴染みやすく、世代問わず愛されている商品だと言えます。今後の販売戦略が大きく影響があると考えます。



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

本商品はシンプルで重量感のあるビジュアルを持ち、見た目にも懐かしく親しみやすい商品です。全体的に白色で落ち着いた雰囲気があります。表面にはしっとりとした質感を持ち、光沢は無いが半透明になっており、中のさつま芋と餡が鎮座している様子が伺えます。それはまさにそれぞれが皮を突き破って出てきたがっている状態にあります。それでいてどこか落ち着きのあるビジュアルに、伝統銘菓としての王者の落ち着きを感じます。手に取った時のずっしりした重さは消費者に満足感を与えます。

パッケージがシンプルでなじみやすい一方で、シンプル過ぎて競合品との差別化が難しい、と感じました。個包装で手に取りやすく、また重量感がある本商品は単品買いで満足してしまうのではないかと思います。伝統銘菓で知名度もある商品ですが、今後の更なる国内での販路拡大、また海外に向けての販売の可能性があると考えます。

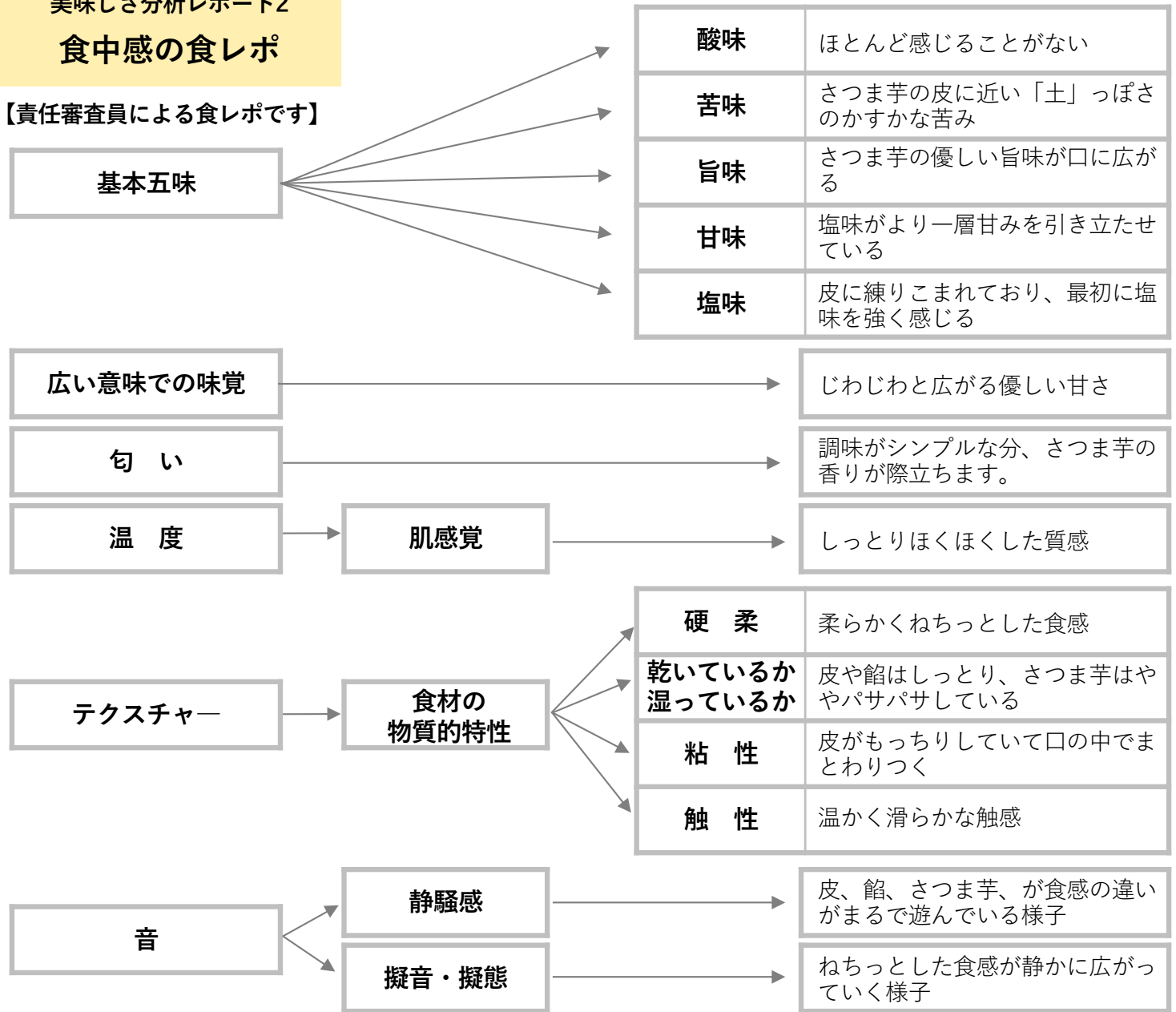
今回の受賞がそのきっかけとなることを大いに期待したいと考えております。



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

直営店舗では熱々の商品を提供しています。それを家庭でも再現出来るよう冷凍販売した商品です。レンジアップをして15分間の蒸らし工程を経て丁度食べごろになります。口に入れた瞬間の温かさはほっとできる瞬間です。そして親しみのある味わいに懐かしさと安心感が出るでしょう。皮に練りこまれている食塩が最初に感じてきます。そこからさつま芋の香りが広がり、餡の優しい甘さが口いっぱい広がります。塩味があることで甘さを強く感じる事が出来て、控えめな味付けでも十分な甘さとして味わう事が出来ます。非常に計算された商品と言えます。一方でさつま芋のパサつきがやや気になりました。水分量が少ないほくほくなさつま芋はレンジアップをすることでより一層ほくほくになりました。食べているときにこぼれ易く食べ難かったです。一口では入らない大きさであり、3~5口で食べきるボリュームですので、初めて食べる私は何度かこぼしていました。伝統銘菓ということは承知の上ですが、販路拡大の意味ではそこに改善の可能性があると感じました。



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

優しい芋の香りと甘さが残り、ほのかに土の香りを感じます。1個の満足感が高いです。

気候・地域

熊本の雄大な自然で育てられたさつま芋は、皮や餡に負けずしっかりとした存在感があります。

食経験・食習慣

老若男女、季節を問わず食べることが出来る商品です。小腹がすいたときに手軽に食べることが出来ます。

健康・生活様式

いつもそこにある。人生を共に歩んできた、歴史のある落ち着いた味わい。

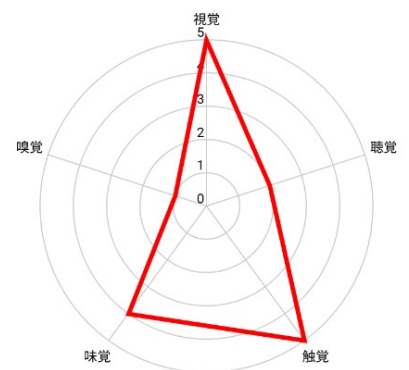
基本五味の レーダーチャート



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	1
苦味	1
うま味	5
甘味	3
塩味	1

広義の味	評点
懐かしい味	5
落ち着いた味	5
洗練された味	5
安心感のある味	3
高級感のある味	1

五感	評点
視覚	5
聴覚	2
触覚	5
味覚	4
嗅覚	1



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）

本商品は伝統的な郷土菓子でさつま芋とあんこを小麦粉で包んだシンプルな商品です。あんこの甘さが控えめながら小麦粉の皮に練りこまれている塩がさつま芋とあんこに程よい甘さを感じさせてくれます。もちりとした食感が美味しい、温かい商品が食べられて嬉しい、と言った意見が多かったです。一方でレンジアップで解凍のムラが出来てしまい、喫食までの手間が面倒という意見もありました。熊本から全国、もしくは海外に向けて販路拡大するには冷凍は重要な工程だと感じます。更なるブラッシュアップを期待します。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

本商品は1個が75gと大きくずっしりとした商品です。透明フィルムがシンプルで中身の見える安心感にほっとする、といった意見が多くありました。その見た目からサブタイトルの「郷土に伝わる素朴な味」にふさわしく、味が想像しやすいと言った意見もありました。また「いきなり団子」というネーミングが非常にインパクトがありわかりやすいとの評価が多かった一方で、衛生面でこのパッケージにやや不安があるとの意見もありました。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

本商品は小さいお子様から高齢者まで老若男女問わず購入されています。シンプルな味付けというところ、郷土銘菓で懐かしさのある味わいが幅広い購買層にマッチしていると考えます。また1個¥102と単品販売しているところも手取りやすく人気がある秘訣だと言えます。外出の機会が増えた昨今では、直販やふるさと納税の返礼など多岐にわたり販路が拡大しております。また海外の方にも購入されるケースも増えてきて益々の販路拡大に期待が出来る商品と言えます。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

本商品は40年以上の歴史のある銘菓です。会社の理念である「味を守り続ける」にあるとおり、その時代にあった商品づくりが高く評価されています。また出来立てを届けたいという熱い思いから急速凍結機の導入など、進化し続けているところに感銘を受けます。

一方でSNSの広報活動においてはインスタグラムのみ、とやや不足気味に思えます。今回の受賞を機に広報活動にさらに力を入れられることを期待しております。

5. ブランディング要因

本商品は熊本の郷土銘菓であり、長年にわたり愛され続けてきました。伝統を守り続け、引き継いでいく大切さを教えてくれる商品だと感じています。それが時として変化に対応できずに埋もれてしまうことがあります。本品は販路拡大に向けて冷凍設備の導入等の変化を続けています。伝統と革新が詰まった商品だと言えます。直売の購入層が約70%と大半を占めておりローカル色が強い本商品に、更なる革新を期待する声が多くありました。

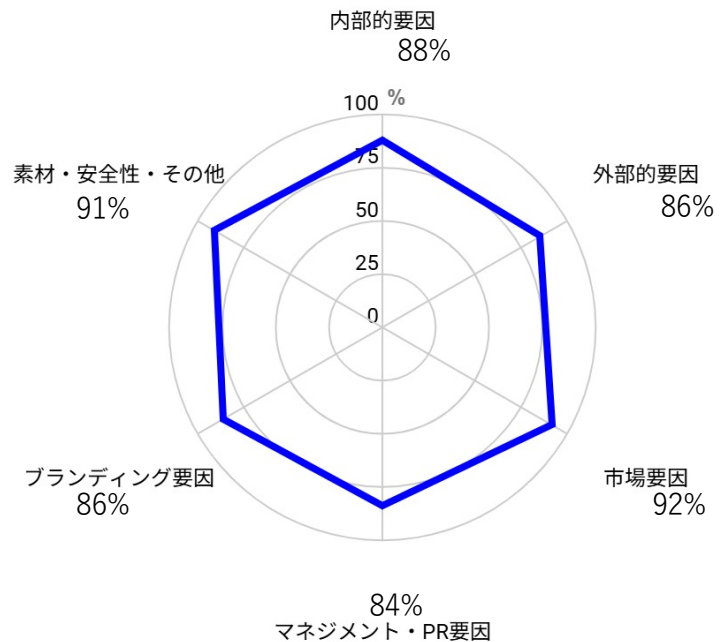
6. 素材・安全性・その他

熊本県産のさつま芋、北海道産の小豆、沖縄の塩と拘りの原料を使用している点が高く評価されました。HACCPに基づく衛生管理をされていて金属探知機の使用や従業員の検便検査等、しっかりと管理されている点は高評価でした。しかしながら一方では農薬検査やトレーサビリティの未実施など、評価が低かった部分もありました。シンプルな食材なだけに消費者は余計に敏感になりやすいと感じます。改善可能なことだと思いますので、ご検討お願いいたします。

審査レポート

■ 要因分布

本商品は「市場要因」が92%と最も高い評価となりました。老若男女に愛されている商品であり、1個で購入でき、¥102と手に取りやすい価格なことが高く評価されました。「素材・安全性・その他」が91%と次に高い評価でした。地元熊本県産のさつま芋や北海道産の小豆を使用している点が高く評価されました。「マネジメント・PR要因」が84%と最も低い評価となりました。専任の広報員の未配置やお客様窓口の未設置等で評価が低かったです。しかしながら全体を総じてバランスよく高評価でした。今後の市場拡大とブランドの認知拡大に大きく期待できる商品であると考えます。



■ 総評

本商品の「いきなり団子」に関して、社長の思いである「伝統の味を守り続ける事」の言葉通りに変わらない味づくりを続けてこられたことに深く敬意を表します。

熊本県産のさつま芋を使用し、北海道産の小豆を使用して作られたあんこ、沖縄の塩や2種類の小麦粉をブレンドした生地等、多岐の原料で拘りを出しているところが高く評価されました。また単品販売が可能などとても非常に手に取りやすいと感じました。その美味しさをもっと広めたい、という思いから急速凍結機を導入したところは革新的です。

甘さが控えめな設計ながら、生地の塩分が丁度よく、程よい甘さを感じられます。私自身初めて食べましたが、非常に計算された商品だと感じました。また1個のボリュームもあり手に持った時の重量感の驚きは今でも鮮明に記憶しております。そして¥102と、お求めやすい価格になっているところにも驚かされました。またHACCPに基づいた衛生管理や従業員の検便等、品質管理においても高い水準で管理されているところ評価されました。認証取得、2022年に農場HACCPの認証取得など徹底した品質管理もまた高く評価します。コロナが終息し県外や海外からの観光客も増えてきている中、更なる販路拡大をしていきたいところです。その点に置かれまして、SNSがInstagramのみの運用でやや弱く感じます。また農薬検査やトレーサビリティの未実施など、すぐに改良できる点もありますのでご検討いただければと思います。今回の受賞をきっかけに広報活動に力を入れられると伺っております。直販だけではなくふるさと納税の返礼品やECサイト等、既に幅広い販売チャネルを持たれております。

今後の郷土銘菓の知名度アップ、御社の販売網の拡大に期待し、革新しながら味を守り続けていかれることを期待します。



〒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