



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

---

審査レポート

---

スパイス醤油



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 スパイ ス醤油

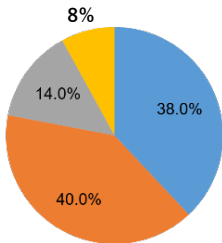
評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第96回 (2026年2月)

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。

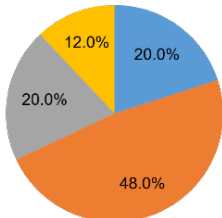
## WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通  
■ あまりない ■ ない

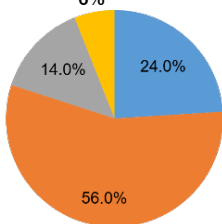
1 この商品に興味がありますか



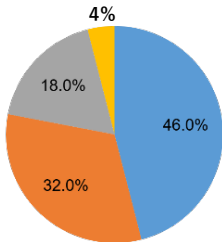
2 この価格で買いたいと思いますか



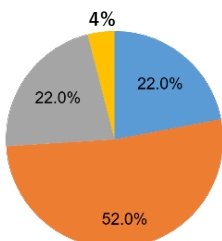
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

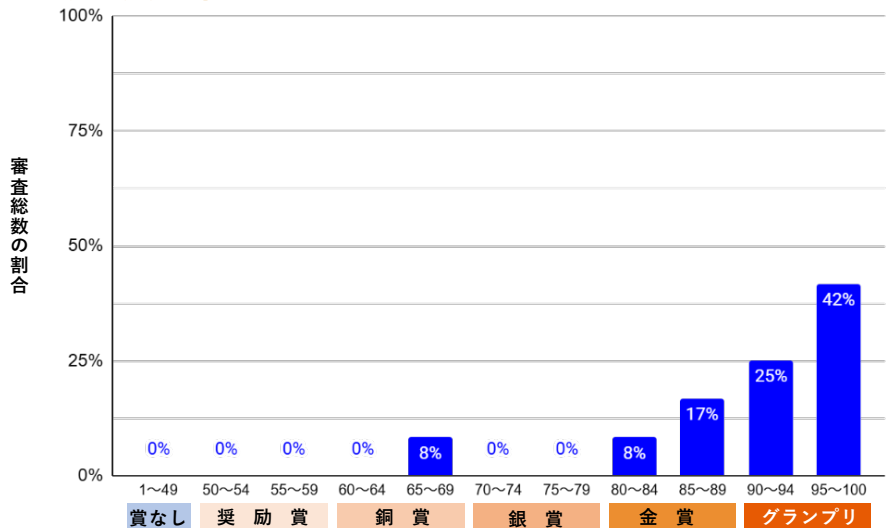
評価が高かった内容

芳醇でスパイシーな香りが刺激的で、個性的な魅力がある  
旨味があり、何度でも食べたくなる味付け  
シンプルなネーミングで、ブランドマークとブランド名がお洒落  
垂れない濃厚な液状タイプは、様々なシーンで活躍しそう  
透明パッケージでスパイスの多さ、具材感が伝わり興味が湧く  
持ち運び時の利便性と処分時の簡便さがBBQ需要に合う  
9種類のスパイスとハーブが贅沢でコストパフォーマンスも良い

評価が低かった内容

パッケージから一目で辛味も伝わると味覚の誤解がされにくい  
初めての購入では、容量が多いので少々購入ハードルが高い  
商品パンフレットにも容量の記載があると安心できる  
添加物無しの「スパイス醤油」があるとより健康志向に合う  
パッケージでのジャンル分けがあると商品を探しやすい  
辛味苦手な人向けに「スパイス醤油マイルド」があると嬉しい  
WEBの説明に辛味や香味のレベルが☆だと分かりやすい

## 点数分布



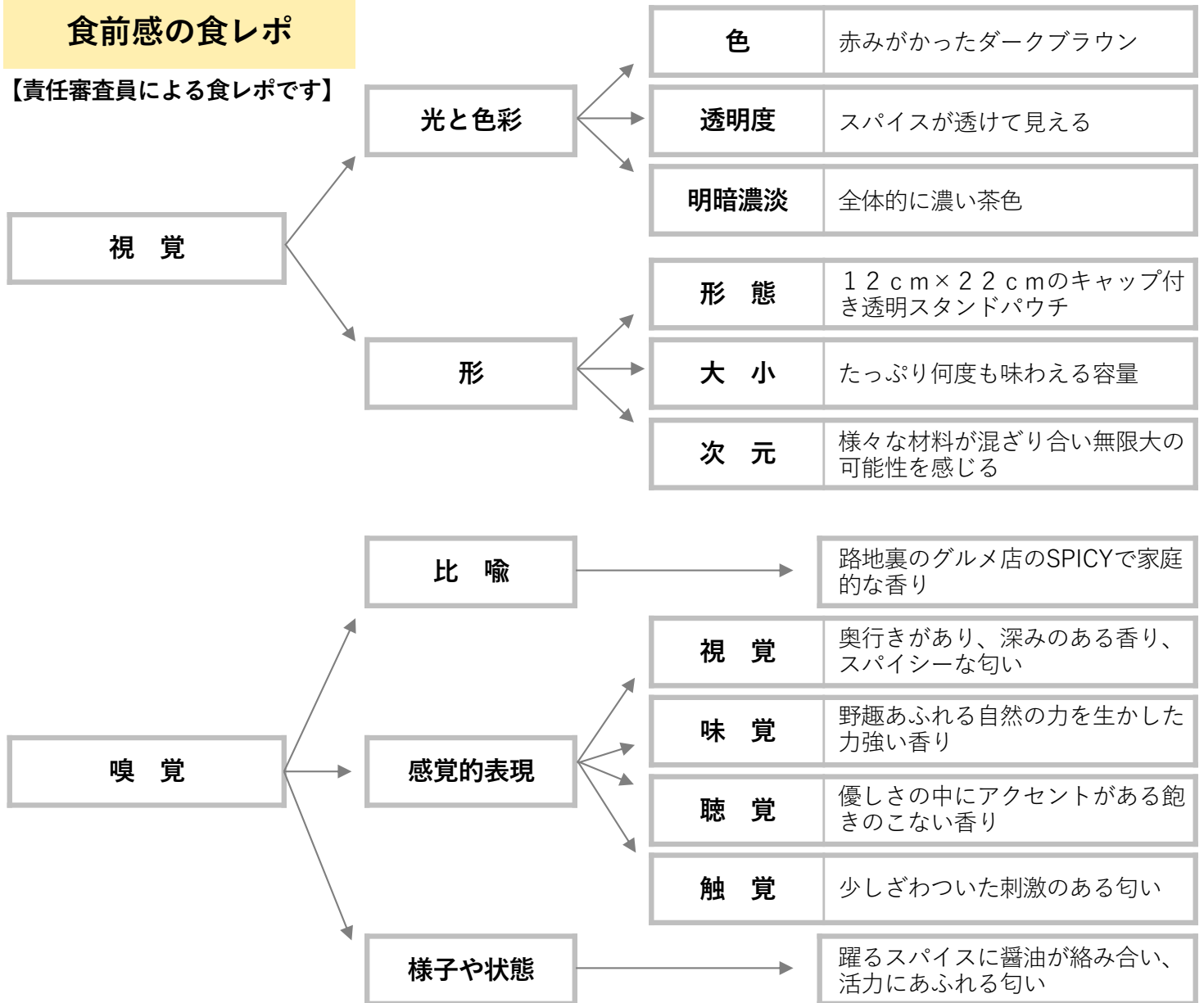
点数分布として金賞相当が25%、グランプリ相当が67%を占めた結果【グランプリ】となりました。「この商品に興味がある」「USP」「買いたくなるネーミング」が7割以上だったことから高得点の理由として、9種のスパイスをふんだんに使用し、一目で伝わるスパイス感やシンプルなネーミングに興味を湧かしたと多くの方が感じたことが挙げられます。一部銅賞相当にも票が分かれたのはニッチで魅力的な商品であるがゆえだと感じました。



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

最初の印象は、パッケージのラベルとネーミングから、品の良い老舗専門店のような佇まいを感じました。12cm×22cmのキャップ付き透明スタンドパウチからは、赤みがかったダークブラウンの中に形の異なるスパイスが透けて見え、その濃厚さとスパイス感が伝わり、思わず手に取りたくなります。ずっしりと重みを感じる400gのたっぷりした容量は、贅沢な時間を彩る期待感も運んでくれます。

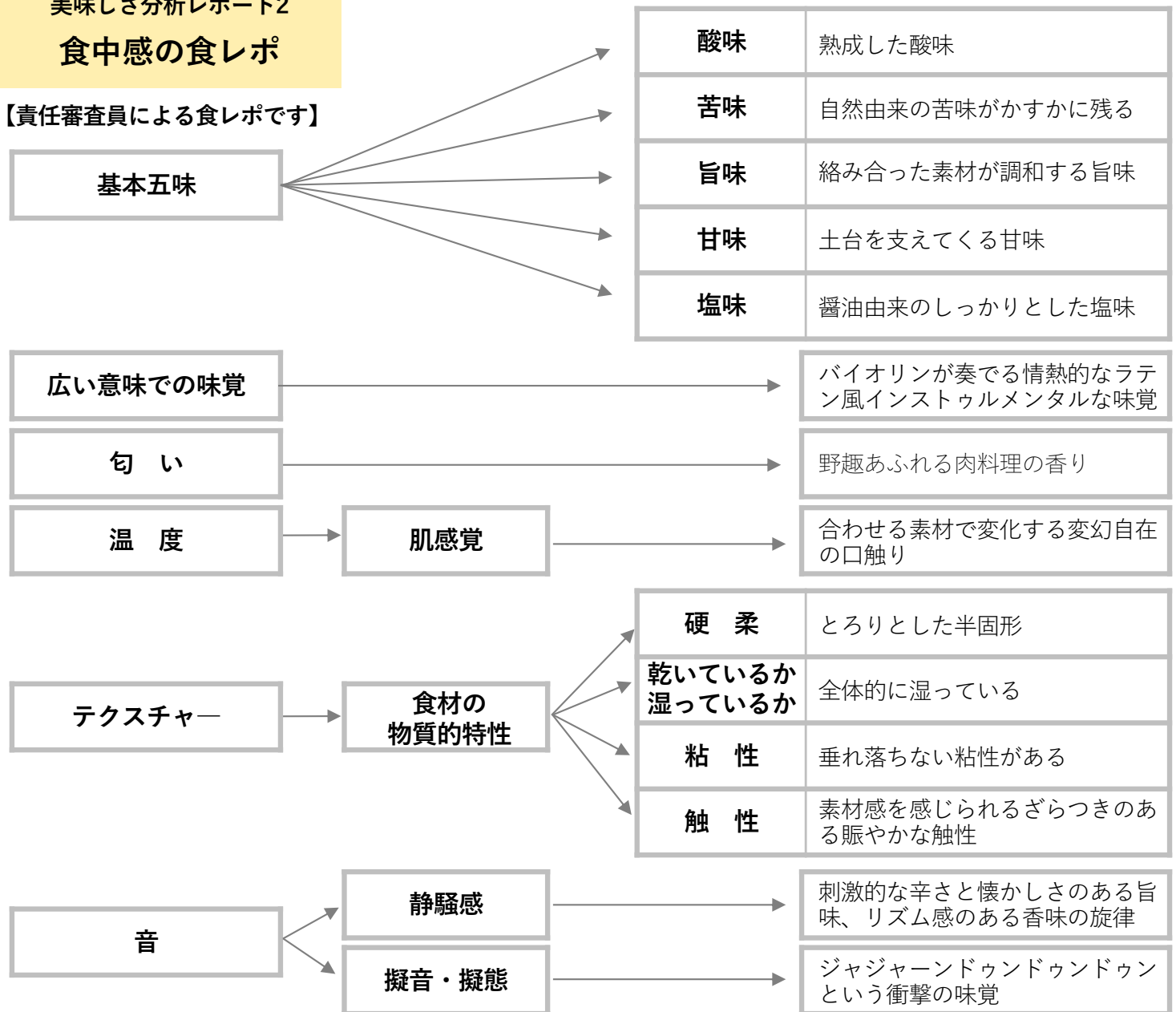
香りは、野趣あふれる自然の力強さの中に、どこか馴染みのあるやさしさがあり、刺激的でありながらも親しみやすさを兼ね備えています。まるで路地裏の小さなグルメ店の厨房に迷い込んだかのような、スパイシーで家庭的な香りに、「早く食べてみたい！」と胸が高鳴り、待つ時間さえも愛おしく感じられました。

香ばしさと刺激が渦巻く褐色の嵐は、見た目や触感、匂いのすべてから食前のワクワク感を溢れさせ、口にする前から活力が満ちるような興奮を運んでくれます。どんな物語や情熱が詰まっているのかを想像させる「スパイス醤油」に向き合うひときは、まさに食前の期待感に満ちた、五感を刺激する至福の時間でした。

## 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

封を開けた瞬間から、変化に富んだスパイスの香りが広がり、刺激的な辛さと懐かしさのあるたまり醤油の旨味が口の中に広がります。まるでバイオリンが奏でる情熱的なラテン風インストゥルメンタルのような味覚で、使い方次第で“歌詞”をつけたりリズムを変えたりできる柔軟性を感じます。躍動感とドラマ性に満ち、口にするたびに心が弾む体験です。

「スパイス醤油」は、ソースとしてダイレクトに生感覚のスパイスを味わえるだけでなく、素材の下味としても個性を際立たせ、素材そのものの良さを引き出してくれます。量や調理の工夫次第で老若男女に好まれ、料理を一段格上げしてくれる“力強い助っ人”です。香ばしさとスパイシーさが重なり合う瞬間には、五感が刺激され、心が弾むひとときになります。

一口、また一口と味わううちに、もっと知りたい、探求したいという衝動に駆られ、心を奪われます。「スパイス醤油」との出会いは、日常に小さな冒険と喜びをもたらす、至福の体験でした。



## 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

スパイスの余韻が舌にやさしく刻まれ、ガーリックの香りが最後まで心地よく続く後味

#### 気候・地域

湿り気を帯びた夕暮れの空気に、土の香りや懐かしい匂いが漂う夏の夜の心に残る情景

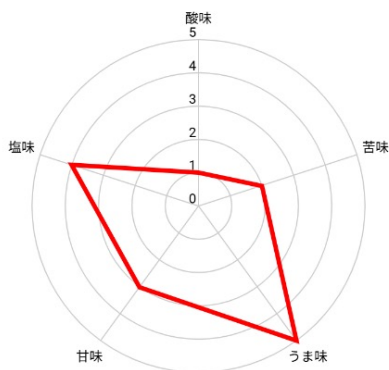
#### 食経験・食習慣

友人たちとのBBQの下準備から本番までを、一つの物語のように楽しむ、刺激的で熱い夜の思い出

#### 健康・生活様式

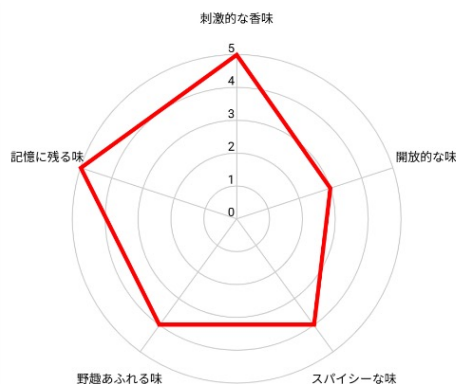
ストレートでも漬け込み用でも、ちょっと贅沢な一品として、週末の夜のご馳走に新しい世界を見せてくれる救世主

### 基本五味の レーダーチャート



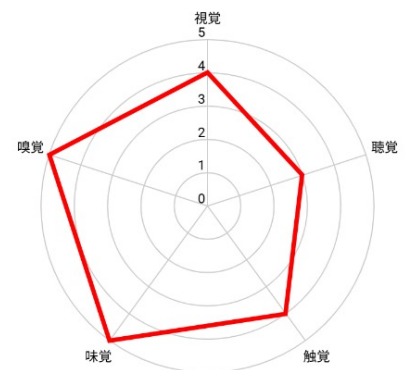
五味	評点
酸味	1
苦味	2
うま味	5
甘味	3
塩味	4

### 広い意味での味覚の レーダーチャート



広義の味	評点
刺激的な香味	5
開放的な味	3
スパイスな味	4
野趣あふれる味	4
記憶に残る味	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	3
触覚	4
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）

今まで食べたことのない、それでいてどこか懐かしくパンチのあるスパイシーな味わいです。胡椒やチリの辛味に、タマネギやニンニクの食感が加わり、衝撃のある味わいで大きく差別化されています。さらにスパイスの食感が残る具材感のあるソースで、丁寧に仕上げられていることから手作りの温かみが伝わり、垂れにくい点も魅力です。9種のスパイスと醤油を黄金比でまとめた味設計が明確で、完成度の高さを感じました。ストレートだと辛さはやや強めですが、調理次第で老若男女に好まれる味覚になると感じました。

## 2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

透明パッケージに「スパイス醤油」というシンプルなネーミングは、「醤油」という言葉から日本古来の伝統を想起させ、カタカナ表記との組み合わせが和洋折衷で興味をそそります。チューブタイプで持ち運びしやすく、使用後もコンパクトに処分できる配慮にも好感が持てます。ただ、ネーミングから辛さの程度を想像できなかったという意見が多く、辛さを示す表記があると良いと感じました。また、具材感や基本的な使い方、スパイス専門店のこだわりがQRコードから確認できると、使用感が伝わり親近感が増すと考えます。

## 3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

ニッチなターゲットを狙った個性的な商品で、マルシェなどでの注目度や話題性も高く、本格的なスパイスを使った生感覚の調味料はおしゃれでトレンドにも合うと感じました。近年、健康や体調維持への関心からスパイスに注目する消費者が増える中、「料理にひと手間かけるウィークエンドスパイスを楽しむ」人たちをターゲットとして捉えている点も的確です。400g・1,000円というコストパフォーマンスの良さは魅力ですが、容量が大きいと、ECサイトで初めて購入するにはハードルが高いという意見もありました。

## 4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

Instagramでは更新も定期的に行われ、ニュース性があり、発信に力を入れていることが伝わってきます。スパイス辞典やスパイスブログも読み応えがあり、興味をそそられました。アウトドア・BBQ需要という分かりやすい市場背景を持ちながら、「スパイス専門店が作った」という点を打ち出し、「料理好きがおすすめする調味料」としてインスタグラマーの口コミなどで広く波及することも期待できます。ただ、HPでは特別感が強い印象のため、マルシェなど体験の場を通じて、より身近に感じられる機会が広がると感じました。

## 5. ブランディング要因

「スパイスを楽しむ人々の領域」という考え方がブランド体験と結びついており、「スパイスと醤油」という分かりやすいコンセプトでありながら、市場には調味料が数多く存在するため、将来の派生商品を見据えたブランド階層の整理と、料理好きの消費者が身近に感じられるブランド構築が必要だと感じました。老舗スパイスメーカーであり、他のメーカーには作れない“職人氣質のリキッドスパイス”「スパイス醤油」は、「SPICE KINGDOM」ブランドの代表的な商品となり、今後の成長に大きな期待が持てると感じました。

## 6. 素材・安全性・その他

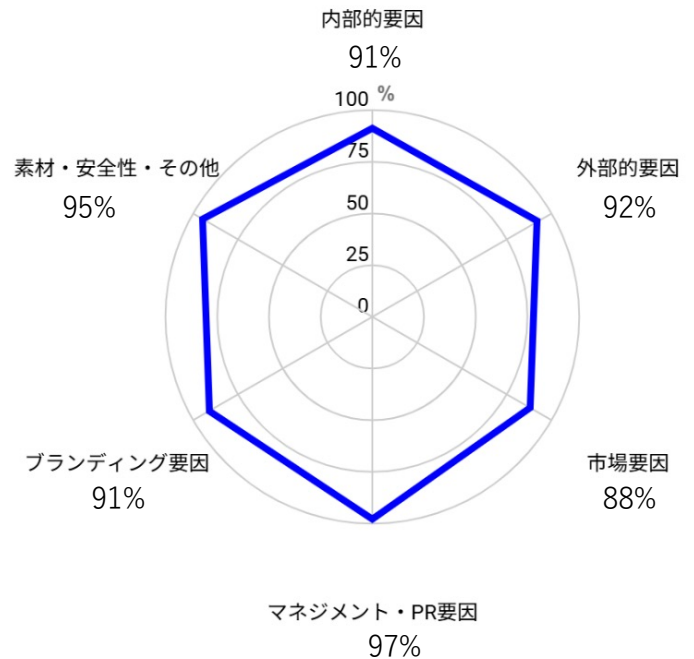
FSSC22000認証取得やトレーサビリティの実施、保存料・着色料不使用、放射性物質・農薬検査など、安全性への取り組みがなされています。一方で、果糖ブドウ糖液糖やタンパク質分解物、増粘剤の使用を気にする意見もありました。味の安定やコスト面では理解できるものの、「スパイス=健康的」というイメージから、健康志向の消費者には懸念点となりそうです。また、「手作業充填」についても、品質管理や検品体制の説明が補足されると、より安心感につながると感じました。

# 審査レポート

## ■ 要因分布

全体的にバランス良く高得点でした。特にマネジメント要因97%、安心・安全要因95%は、「スパイスで幸せな暮らしのきっかけを創る」という明確な思想のもと、スパイス好きの客層を想定し、素材選びから加工まで丁寧に行われている点にあります。

5000以上の味を生み出してきた経験を活かし、香りや風味を損なわず素材の持ち味を引き出す技術力が高く評価されました。外部的要因・ブランディング要因はいずれも91%で、「スパイス醤油」という分かりやすいネーミングや、専門店ならではの豊富なスパイスを用いた唯一無二のBBQソースである点が評価されました。一方、市場要因が88%に留まったのは、個性の強さから評価が分かれたためだと感じました。



## ■ 総評

1931年の創業から95年を迎える老舗スパイスメーカーとして、変化を恐れずスパイスと共に価値を生み出し、関わるすべての人の幸せを大切に歩んできた姿に、心から敬意を表します。企業理念「君と一緒に幸せを」を実現するため、社員の皆さんが一丸となって取り組む姿にも感銘を受けました。シンボルマークに込められた“幸せな架け橋”の思いは、HPの社員写真からもあたたかいホスピタリティが伝わってきます。こうした姿勢は、ブランド全体の魅力や信頼感に表れているように思います。

「スパイス醤油」は、9種のスパイス・ハーブとたまり醤油を黄金比で融合した和洋折衷のリキッドスパイスで、唯一無二です。懐かしい和の香りが自然になじみ、HPやブログも洗練され、商品の世界観や魅力が伝わってきます。こうした魅力は、購入や体験の楽しみ方にも広がる余地があります。たとえば、非日常感を楽しめるギフト用やお試しサイズの展開があれば、初めての方でも手に取りやすく、少量のバラエティセットは料理好きへの贈り物としても喜ばれるでしょう。さらに、持ち歩きやすいポケットサイズをカスタマイズ用のMyスパイスとして、新しい展開もあれば、マルシェでの購入ハードルを下げ、消費者との接点を増やすことにつながり、ブランドの親しみやすさも高まると思います。商品ラベルはシリーズとして統一感がありお洒落ですが、シングルスパイスやリキッドスパイスの個性が一目で分かる色分けなどの工夫があると、さらに手に取りやすくなります。辛味についても、食べ方や調理方法で自由に調整できるため、より幅広い層に寄り添える商品です。本格的な“生感覚”の調味料は一定の支持が見込め、コアなファン層がブランドの成長を支えていくでしょう。これからも「SPICE KINGDOM」ブランドが日々の食卓に彩りを添え、「スパイス醤油」がどの家庭にも欠かせない存在へ育っていくことを、ひとりのファンとして楽しみにしています。貴社のさらなる発展と飛躍を心より祈念し、応援しております。





Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション