



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

大昌園 ユッケジャンスープ



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 大昌園 ユッケジャンスープ

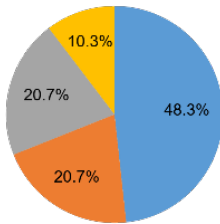
評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第97回 (2026年3月)

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。

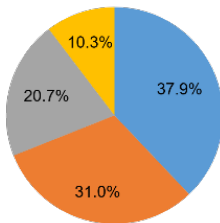
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

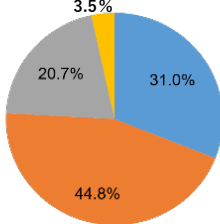
1 この商品に興味がありますか



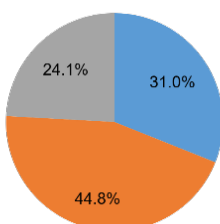
2 この価格で買いたいと思いますか



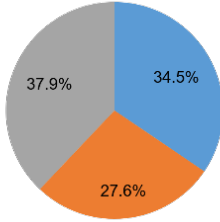
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

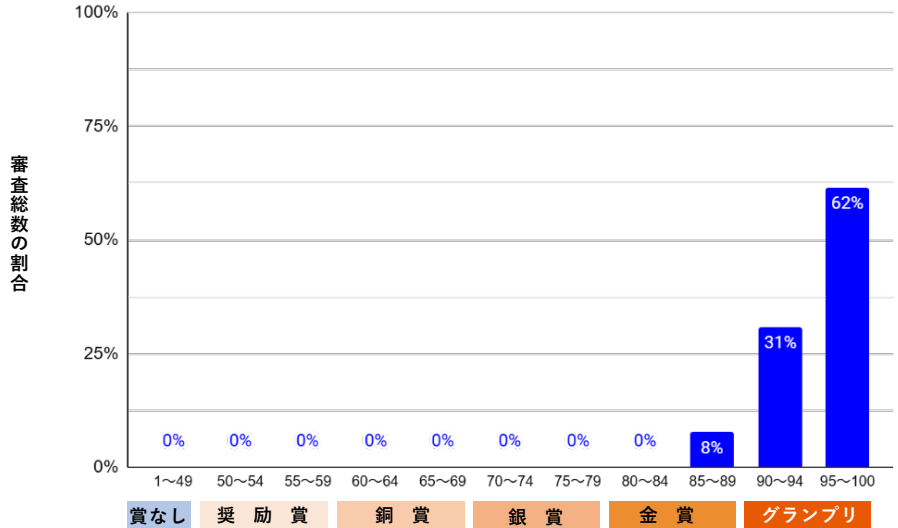
評価が高かった内容

甘さ、辛さ、旨味が凝縮していて素晴らしい
家庭で本格的なユッケジャンが味わえる冷凍商品はありがたい
見た目から食欲をそそり、濃厚で辛味もちょうどよく美味しい
1食分で野菜も肉も摂れるヘルシーさは、手軽で健康的
時間がかかるスープを冷凍でいつでも食べられるのはありがたい
パッケージは中身が見える透明で、具材の豊富さが一目で分かる
店の名前が入っていることで、食べる前の期待感が高まる

評価が低かった内容

ニーズに合わせて少量、大容量ニーズの幅があると良い
噛み切れたが、ゼンマイが長すぎて少々食べにくかった
パッケージがもう少し開けやすいと良い
パッケージをもっと豪華にした方が商品のイメージには合う
他社のユッケジャンスープとの違いがPRできるとなお良い
他の食材とのアレンジ、食べ方のバリエーション提案がほしい
サブタイトル等で「こだわり」をパッケージ上で読み取りたい

点数分布



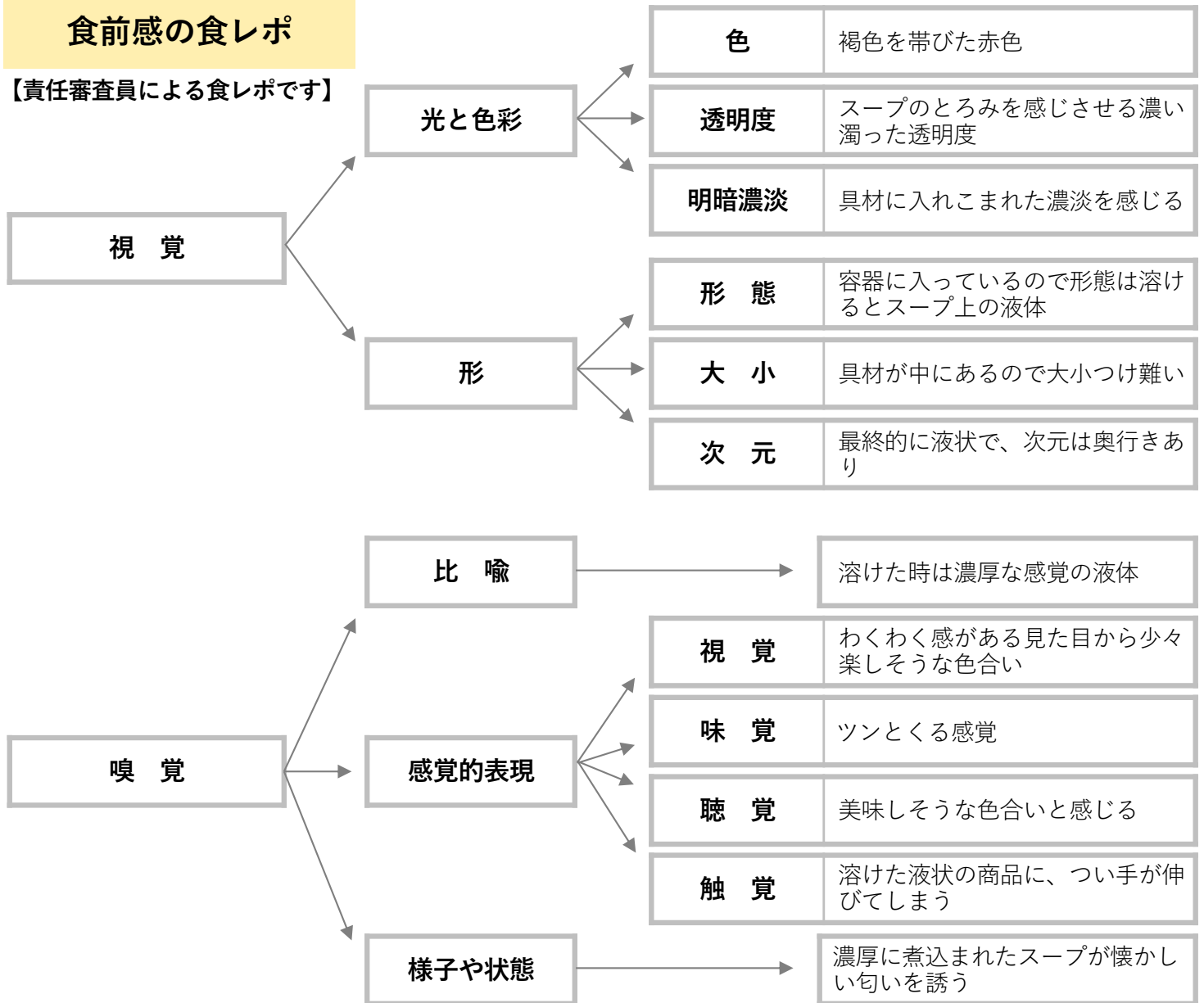
間違いなくグランプリをとるレベルの点数分布になっております。95点以上が62%という高得点であり、90~94点が31%、85~89点が8%の全てが高得点を示しています。これは大多数の方が美味しいと評価した結果です。このグラフが高得点による理由は明快です。アンケートの結果からも、大多数の方が興味あり、十分な購買意欲をお持ちだということです。このような商品は親しみのある味、クオリティの高さを持って評価している表れです。老若男女、お子様には少し辛いかもしれませんが、誰もが好まれる味わいで共感を得ているのだと思います。パッケージが少し安めなイメージなのでもう少し高級感を出すと更に商品価値が上がると考えられます。



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

大昌園のユッケジャンスープを目の前にすると、まず最初に感じるのは、その奥深い香りをもたらすワクワクする期待感です。器に注がれたスープは、鮮やかな赤みを帯びながらもどこか落ち着いた色合いで、ただ辛いだけではないだだならぬ旨味の重なりを想像させてくれます。表面に浮かぶわずかな油の艶が食欲を静かに刺激し、湯気とともに立ち上る香りには、牛肉のコク、野菜の甘み、そして韓国料理特有の香辛料の豊かな風味が感じられます。

具材にも自然と目が向きます。細く裂かれた牛肉、シャキッとした野菜、そしてスープに溶け込むように広がる様々な具材の彩りは、いかにも滋味深く、体に染み渡るような一杯であることを予感させられます。見た目には力強さがありますが、同時にどこか家庭的な温かさを感じられ懐かしい母の味、老若男女問わず愛される理由がすでに伝わってくるようです。

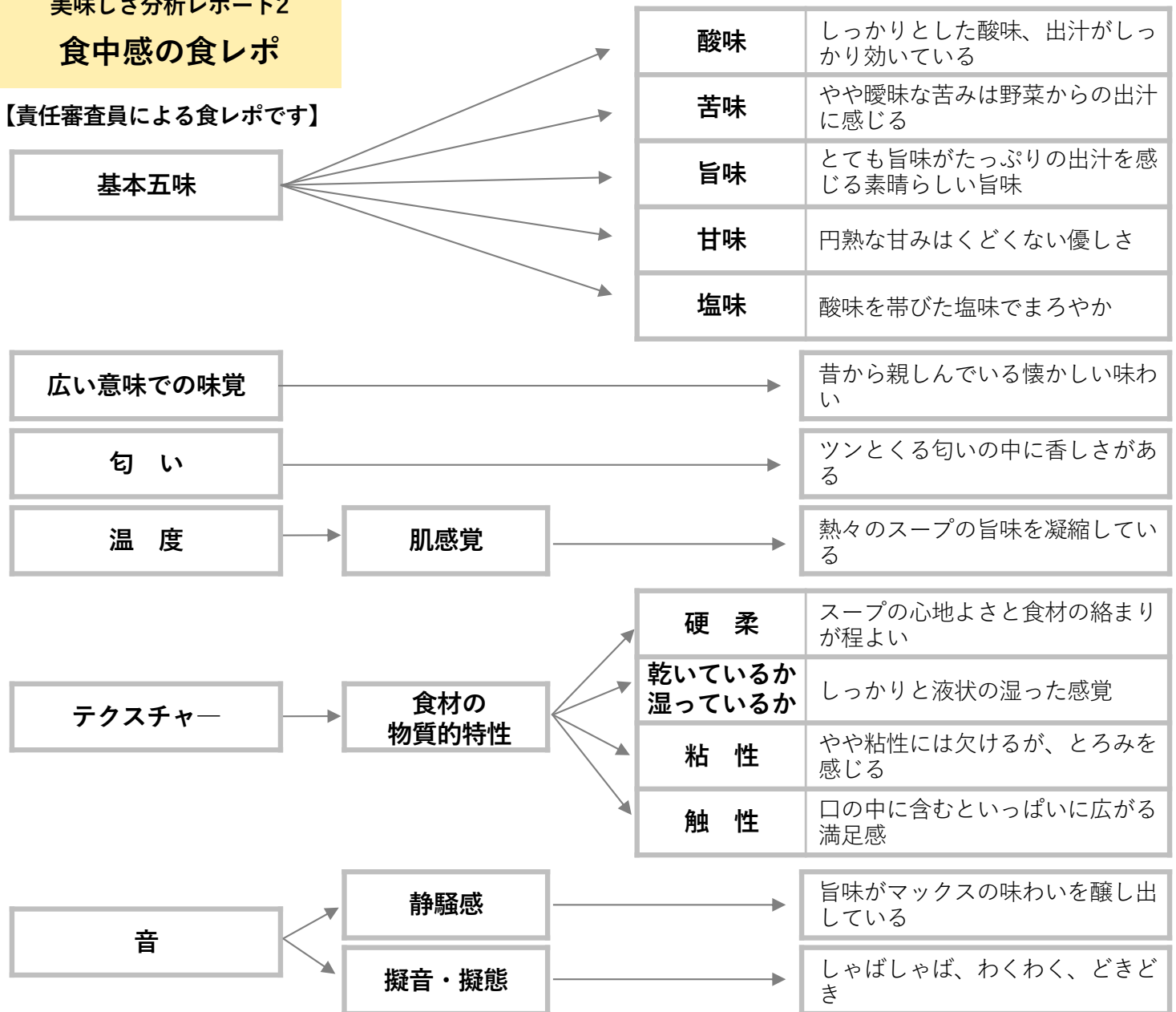
スプーンを手に取りながら、これから広がる味わいに思いを巡らせる時間もまた、このスープの楽しみのひとつでしょう。辛味の奥にどれ程の旨味が隠れているのか、牛肉の出汁と野菜の甘みがどのように重なり合っているのかと想像するだけで、自然と心が躍ります。食べる前からすでに食欲をしっかりと引き出してくれる——そんな期待に満ちた一杯です。



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

ワクワクした感覚でひと口スープを含むと、まず感じられるのは牛肉から引き出された深い旨味です。コクのある出汁がしっかりと広がり、そのあとから程よい辛味がゆっくりと追いかけてきます。刺激的すぎる辛さではなく、旨味と調和したやわらかな辛味で、自然ともう一口、もう一口と手が伸びてしまいます。体の内側からじんわりと温まるような感覚もあり、スープの力強さと優しさが同時に伝わってきます。

具材の存在感もこのスープの大きな魅力です。細く裂かれた牛肉は柔らかく、噛む程に旨味が広がります。野菜はシャキッとした食感を程よく残しながらスープの味をしっかりと吸い込み、全体の味わいに立体感を与えています。具材とスープがそれぞれ主張しながらも、決してぶつかり合うことなく一体となっているため、食べ進める程に満足感が高まっていきます。

また、このユッケジャンスープは辛味の中にもまろやかさがあり、後味がとてもすっきりとしている点も印象的です。重たさを感じさせないため、最後まで飽きることなく楽しめます。気がつけば器の中のスープを飲み干してしまう程の完成度で、誰もが美味しいと感じる理由が食べ進める中で自然と理解できる味だと感じます。



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

後味がとてもすっきりとしている点も印象的。重たさを感じさせないため、最後まで飽きることなく楽しめる

気候・地域

気候・地域に関係なく、小腹がすいたらほっとする感覚で食べられる商品

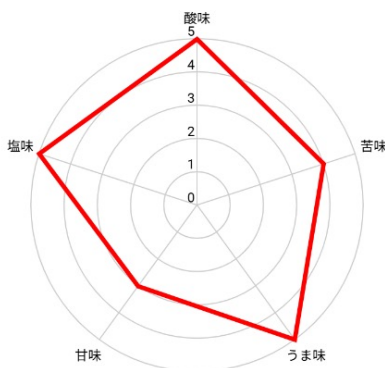
食経験・食習慣

老若男女が好んで食べる、小腹がすいたら楽しんで食べたい商品である

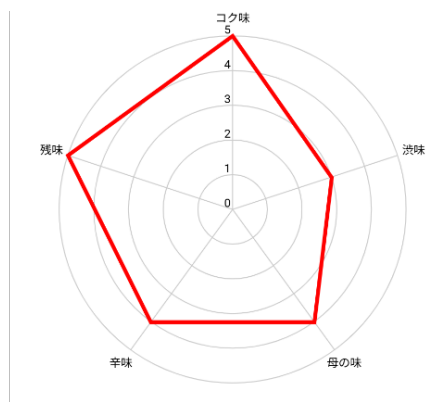
健康・生活様式

健康志向にも非常によく、食材の旨味を含んだカプサイシンのスープは誰にでも好まれる

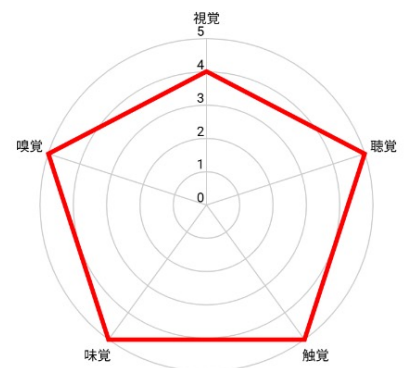
基本五味のレーダーチャート



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	5
苦味	4
うま味	5
甘味	3
塩味	5

広義の味	評点
コク味	5
渋味	3
母の味	4
辛味	4
残味	5

五感	評点
視覚	4
聴覚	5
触覚	5
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）

大昌園 ユッケジャンスープの最大の魅力は、牛肉の旨味をしっかりと感じさせながらも、辛味とのバランスが非常に整っている点にあります。ひと口目からコクのある出汁が広がり、続いて程よい辛味がじんわりと口の中に広がる構成は、刺激だけに頼らない完成度の高い味わいです。香り、色合い、湯気とともに立ち上る香辛料の風味など五感をしっかりと刺激する要素も豊かで、食欲を自然に引き出してくれます。またユッケジャンという韓国料理の定番でありながら、日本人の味覚に合わせて食べやすく整えられている点も評価できます。辛味スープ市場において、幅広い層に受け入れられる味わいを実現している点は大きな強みといえるでしょう。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

「大昌園 ユッケジャンスープ」という名称は、商品内容を非常に分かりやすく伝えるネーミングです。ユッケジャンという料理名がそのまま使用されていることで、辛味と牛肉の旨味をイメージしやすく、消費者が商品を手取る際の安心感につながります。また「大昌園」というブランド名が前面に出ていることで、専門店の味や本格感を期待させる効果もあります。パッケージ面では、スープの赤みや具材感が視覚的に伝わるデザインが重要ですが、このような商品では食欲を刺激する写真や色使いが購買意欲に大きく影響します。シンプルながら内容を明確に伝える構成であれば、店頭での理解度も高く、幅広い消費者に訴求できる外部要因となります。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

近年の食品市場では「旨辛」というカテゴリーが広く支持されており、ユッケジャンスープはまさにそのトレンドに合致する商品です。辛味を楽しみながらも、単なる刺激ではなく旨味のある料理を求める消費者が増えているため、このようなスープは家庭用食品としても需要が高まっています。ターゲットとしては、辛い料理を好む若年層から、温かいスープ料理を好む中高年層まで幅広く設定できる点が強みです。また、簡単に本格的な味を楽しめるという利便性も現代のライフスタイルに合致しています。家庭で手軽に外食品質の味を楽しみたいというニーズをしっかりと捉えており、市場環境との相性は非常に良い商品といえるでしょう。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

このような商品においては、単なるスープとしての訴求だけでなく「本格韓国料理の味を家庭で楽しめる」という価値をどのように発信するかが重要になります。店舗ブランドを背景に持つ商品であれば、飲食店の実績や人気メニューであることをPRすることで、消費者の信頼感を高めることができます。また、寒い季節やスタミナ料理としての提案、アレンジメニューの紹介などを通じて利用シーンを広げる広報戦略も効果的です。SNSやレシピ提案などを活用すれば、スープ単体だけでなく、雑炊や麺料理への応用など家庭での楽しみ方も発信できます。こうした継続的な情報発信が商品の価値をより高めていく要素になります。

5. ブランディング要因

「大昌園」という名称が持つブランドイメージは、この商品の大きな価値の一つです。消費者にとって、専門店や老舗の名前が付いた商品は、それだけで品質への期待が高まります。特に韓国料理や焼肉文化においては、店舗ブランドが味の信頼性を示す指標になることが多く、その効果は非常に大きいといえます。このスープも、単なる市販スープではなく「専門店の味を家庭で楽しめる商品」という位置付けができれば、ブランド価値はさらに高まります。継続的に品質を保ち、ブランド名と味の印象を一致させることができれば、リピート購入やシリーズ展開にもつながる強いブランド基盤を築くことが可能になると思います。

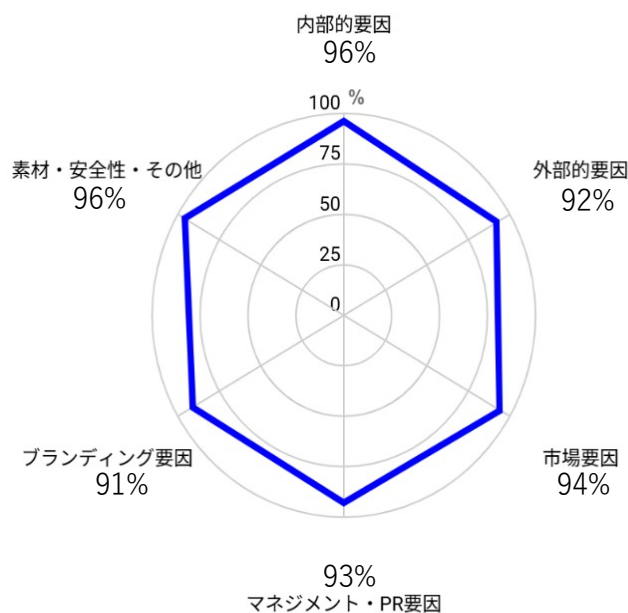
6. 素材・安全性・その他

食品において素材の安心感と品質の安定性は非常に重要な要素です。ユッケジャンスープの場合、牛肉の旨味や野菜の風味が味の基盤となるため、素材の質がそのまま商品の評価に直結します。しっかりとした出汁の味わいが感じられる商品であれば、素材を丁寧に扱っている印象を消費者に与えることができます。また家庭で安心して食べられる食品として、製造工程や衛生管理が明確であることも信頼性につながります。保存性と味のバランスを両立させながら、過度な添加物に頼らない設計であれば、健康志向の消費者にも受け入れられやすくなります。安全性と美味しさの両立が、この商品の価値をさらに高める重要なポイントになります。

審査レポート

■ 要因分布

右のような美しくバランスの良い正六角形の要因分布を作っているのは、やはりグランプリの価値があるからとされています。全ての要因で91%以上の高評価を得ているのはとても素晴らしい価値を感じます。内部的要因が96%という数値は、味・香り・辛味のバランス・食后感など、純粋な食品としての完成度が極めて高いことを示しています。また素材・安全性も96%と同等の高評価であることから、消費者はこの商品に対して安心して食べられる品質感を感じていると考えられます。市場要因が94%という点は、商品が現在の食トレンドと非常に相性が良いことを示しています。PR要因が93%というのは、商品ポテンシャルに対して広報活動も比較的良好に機能している状態と考えられます。ネーミングやパッケージの92%は十分高い評価ですが、他の要素に比べると若干低い位置です。これは多くの場合は店頭での視覚インパクトやパッケージ写真の食欲喚起力が必要なのでしょう。ブランド要因が91%という点は、全体の中では最も低いですが、これは逆にいうとまだブランド価値を伸ばす余地があるという意味もあると考えられます。



■ 総評

大昌園 ユッケジャンスープは、今回の評価結果から見ても非常に完成度の高い商品であり、家庭用スープとしては極めて優秀な位置にあるといえます。特に内部的要因と素材・安全性がともに96%という高い評価を得ている点は、食品として最も重要な「味の説得力」と「安心して食べられる品質」がしっかりと備わっていることを示しています。牛肉の旨味をしっかりと感じさせるコクのあるスープに、程よい辛味が重なり、体の内側から温まるような満足感が得られる点は、この商品の大きな魅力です。辛味の刺激だけに頼らず、旨味との調和によって最後まで飲み飽きない味わいに仕上がっていることは、多くの人に支持される理由となっています。

また市場要因においても十分に高い評価を得ており、現在の食のトレンドとの相性の良さがうかがえます。近年は「旨辛」「本格韓国料理」「家庭で楽しむ外食の味」といったニーズが強く、このユッケジャンスープはまさにその中心に位置する商品です。手軽に本格的な味を楽しめる利便性もあり、忙しい日常の中でも満足度の高い一品として活躍する可能性を持っています。老若男女問わず楽しめる味わいである点も、商品としての強みといえるでしょう。

さらにPRやマネジメントの面でも高評価が示されており、商品の魅力が一定程度市場に伝わっていることがわかります。ただし、ここにはまだ成長の余地も感じられます。例えば、雑炊や麺料理へのアレンジ、季節に合わせたスタミナ料理としての提案など、食べ方の幅を広げる情報発信が加われば、商品の魅力はさらに広く伝わるでしょう。またパッケージや店頭での視覚的訴求を少し強化することで、外部要因の評価もさらに高まる可能性があります。

ブランディング面でも「大昌園」という名称が持つ本格感は大きな価値です。このブランドの信頼性をより明確に打ち出すことで、単なるスープ商品ではなく「専門店の味を家庭で楽しめる一品」としての存在感がさらに強まるでしょう。もし今後、シリーズ展開やブランドストーリーの発信が進めば、この商品は単発のヒットではなく長く支持される定番商品へと成長する可能性を持っています。

総合的に見て、大昌園 ユッケジャンスープは味・素材・市場適合性の三つが高いレベルで整った非常に優秀な商品です。すでに完成度は高く、多くの人々が満足できる品質に達していますが、パッケージ表現や食べ方提案、ブランド発信をわずかに強化することで、商品の魅力はさらに際立つでしょう。そうした最後の一押しが加われば、味・品質・ブランド力のすべてがそろった、まさに100点満点に限りなく近い商品へと成熟していくと感じられる一品だと考えます。



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 壺番館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