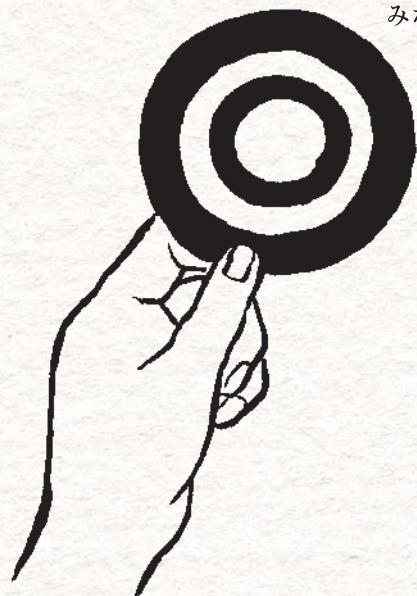




公式コンセプトブック



おいしい、使いやすいの声、続々。  
シンボルマークの二重丸は、  
みなさまからのお墨付きの印。

“バカ”が付くほど、正直なモノづくり。

第三者機関による消費者テストで  
80%以上の賛同を得られたものだけが“合格”

良いのに安いは大前提！  
量にもこだわっています。

お茶目さと、暮らしに和みを与えるやわらかなパッケージ！

これからの日本の食卓と暮らしの定番がズバリ。

その数、なんと1000アイテム以上！  
西友のPB(プライベートブランド)「みなさまのお墨付き」  
果たしてその実態とは





## 「みなさまのお墨付き」 イチオシ合格 Foods & Goods

人気の定番商品から、ワザありの商品まで  
「みなさまのお墨付き」の魅力をご紹介します。  
なるほど、ナットク! 愛されるワケがわかる、  
みなさまからの支持率やリアルな声にも注目!

支持率  
**90.0%**

# 絶対的 定番!!

みなさまの声 ①

優しいしょうゆ味の  
スープがおいしく  
麺ももちり  
具材もたくさん。

みなさまの声 ③

醤油の塩気も  
丁度よく  
麺がシコシコして  
美味しい。

みなさまの声 ②

具材が大きく  
麺の量も多くて  
満足感が高い。  
卵もフワフワ。

### しょうゆヌードル

119円(税抜) / 1食



従来品よりも、卵、ひき肉、ネギを増量。しょうゆ味のスープは香辛料を抑えながら、ポークをベースにチキンや香味野菜を加えコクをアップ。飽きのこないあっさりとした味わいに進化しました。

© 2020 年 3 月リニューアル

※2024年8月時点の売価・支持率です

# カフェイン・ モンスター 降臨!

支持率

91.7%



みなさまの声①

200円以下の  
エナジードリンクで  
この美味しさ。

みなさまの声②

酸味が効いていて  
炭酸もほどよく  
非常に飲みやすい。

みなさまの声③

コスパの良い商品。  
香りも良く  
とても飲みやすい。

## エナジードリンク

139円(税抜)／250ml



100mlあたり、カフェイン64mg、アルギニン180mg配合という、気合の入った振り切り方が、SNSでも話題のエナジードリンク。メラメラとしたパワーを感じるパッケージからも、疲れが吹き飛ぶ、元気が出ると話題沸騰中。

※2024年8月時点の売価・支持率です

# 世界ナンバーワン!? 美味カレー

支持率

100.0%



みなさまの声①

香辛料と  
ココナッツミルクの  
バランスがよく  
とても美味しい。

みなさまの声②

具材のお肉やジャガイモも  
ゴロっと大きくて  
食べ応えがあって良い。

みなさまの声③

トマトベースが爽やか。  
スパイスも本格的。

## カシューナッツ香る マッサマンカレー

189円(税抜)／180g



本格レトルトカレーのなかでも群を抜いて人気のこちらは、かつてアメリカの世界的ニュースサイトで1位に選ばれたタイのカレー。8種類のスパイスにカシューナッツを加えた、甘みとコクがおいしさの秘密。

※2024年8月時点の売価・支持率です

# 始末のことまで 考えました！

支持率

88.8%

みなさまの声 ①

中身がとりだしやすく  
分厚く破れにくい。  
汚れおちもよい。

みなさまの声 ②

香りがとてもよく  
トイレ掃除で癒されます。

みなさまの声 ③

この値段でも  
生地がしっかり  
ミシン目が付いていて  
拭きやすい。

箱がいらない  
おそうじシート(トイレ用)

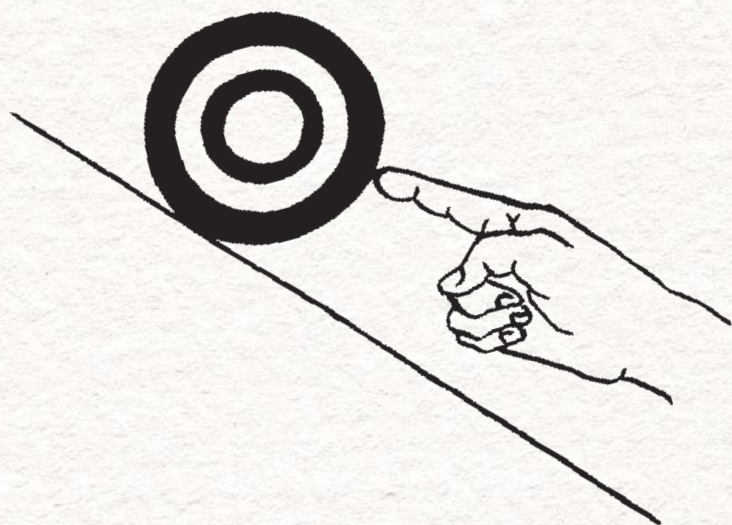
198円(税抜)／10枚入×2個



※2024年8月時点の売価・支持率です

破れにくい厚手のシートは1枚でも  
しっかりおそうじができ、コストパ  
フォーマンス高し！トイレに流せる  
ので使い終わった後も始末がラクチ  
ン。おそうじシートによく見られる  
箱をなくすことで、収納もコンパク  
ト。除菌効果もあり。

## 商品化＝合格までのプロセス



商品が産声を上げるまでの道のりは、平坦ではありません。  
「みなさまのお墨付き」というブランド名の所以であるように、  
二重丸のマークがついた商品はすべて、  
100人以上\*(主に女性)による消費者テストで、  
80%以上の賛同を得たもののみが商品化されます。

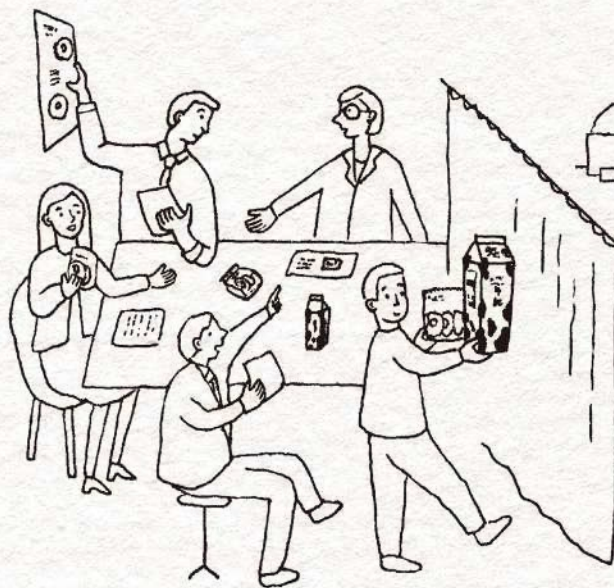
「みなさまのお墨付き」だったら、  
安心。おいしい。使いやすい。と思っただけのよう、  
ひとつひとつの商品に真面目に向き合って作られている  
プロセスをご覧ください。

※該当商品を目頃から食べ慣れている／使用している方を、その都度、第三者機関が厳正に選んでいます。  
そのため、一般応募による消費者テストは行っておりません。

# 「みなさまのお墨付き」が 生まれるまで

## 1 商品開発

消費者ニーズや世の中のトレンドに合わせて、食品や日用品の、あったらいいな、便利！という商品をあらゆる方向から考察し、ディスカッションを重ねて開発。



1

不合格

80%を下回ったものは再度商品開発を経て、具体的な声に応えるべく改良される。そして再び、消費者テストへ。

2

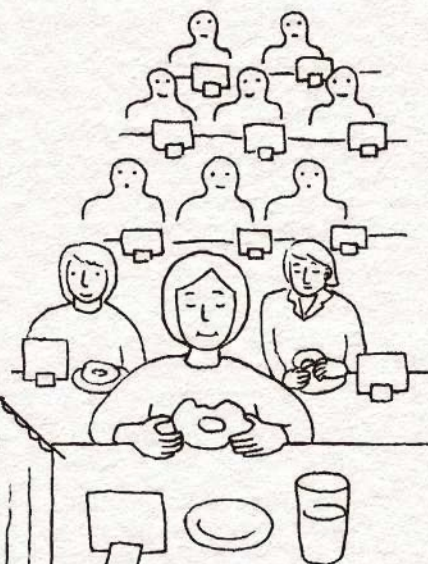
定期的に再テスト

合格

3

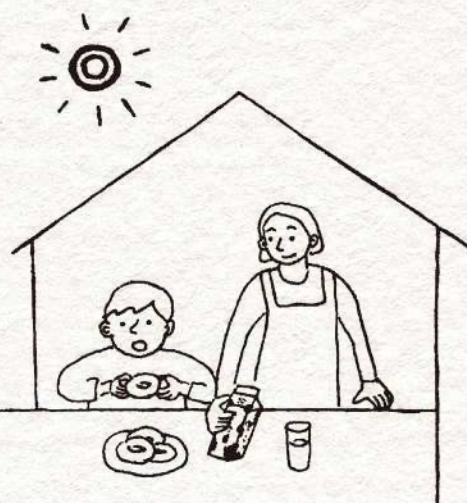
## 3 商品化

晴れて商品化されたものも、定期的に再テストを実施、現状に甘んじることなく時代にマッチした商品を提供するため進化を重ねていく。



## 2 消費者テスト

第三者機関が、該当商品を日頃から食べ慣れている／使用している20代～60代までの消費者の方に、味／使い勝手、容量、価格について4段階(非常に良い・良い・良くない・全く良くない)の総合評価と、その評価の理由を調査。企業名やブランド名は伏せて行われる。ここで80%以上のものだけが合格となり、商品化へ進む。



# 潜入 消費者テスト会場

企業名、ブランド名などを伏せて、  
第三者機関による厳正なテストが行われているという会場へ。  
さて、現場はどんなことになっているのでしょうか。



1

緊張感漂うテスト会場のみなさんの前には一人一台評価を打ち込むタブレットが置かれ、ひとつずつ試食品が配られていきます。

回答にはタブレットを使用。



2

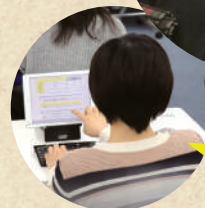
まずは、黒ごま、お豆腐と一緒に配られます。黒ごまだけを味見するのではなく、普段と同じような食べ方で試食していただくことにもこだわっています。



3

次は、豆大福。そして、えびま油のティースプーンでひとなめ、その後、お好みでパンを浸して味わいを検証。みなさん、真剣そのものの。

ひとつずつ、しっかり試食できるよう時間と量が考慮されている。



選択回答だけでなく、評価の理由もしっかり入力。



4

商品開発担当者が一切関わらない、厳正かつリアルな評価の仕方に感動しました。ここまでして80%以上の賛同を得られたものが、「みなさまのお墨付き」の商品となるのですね。



丁寧に試食の準備をするスタッフ。



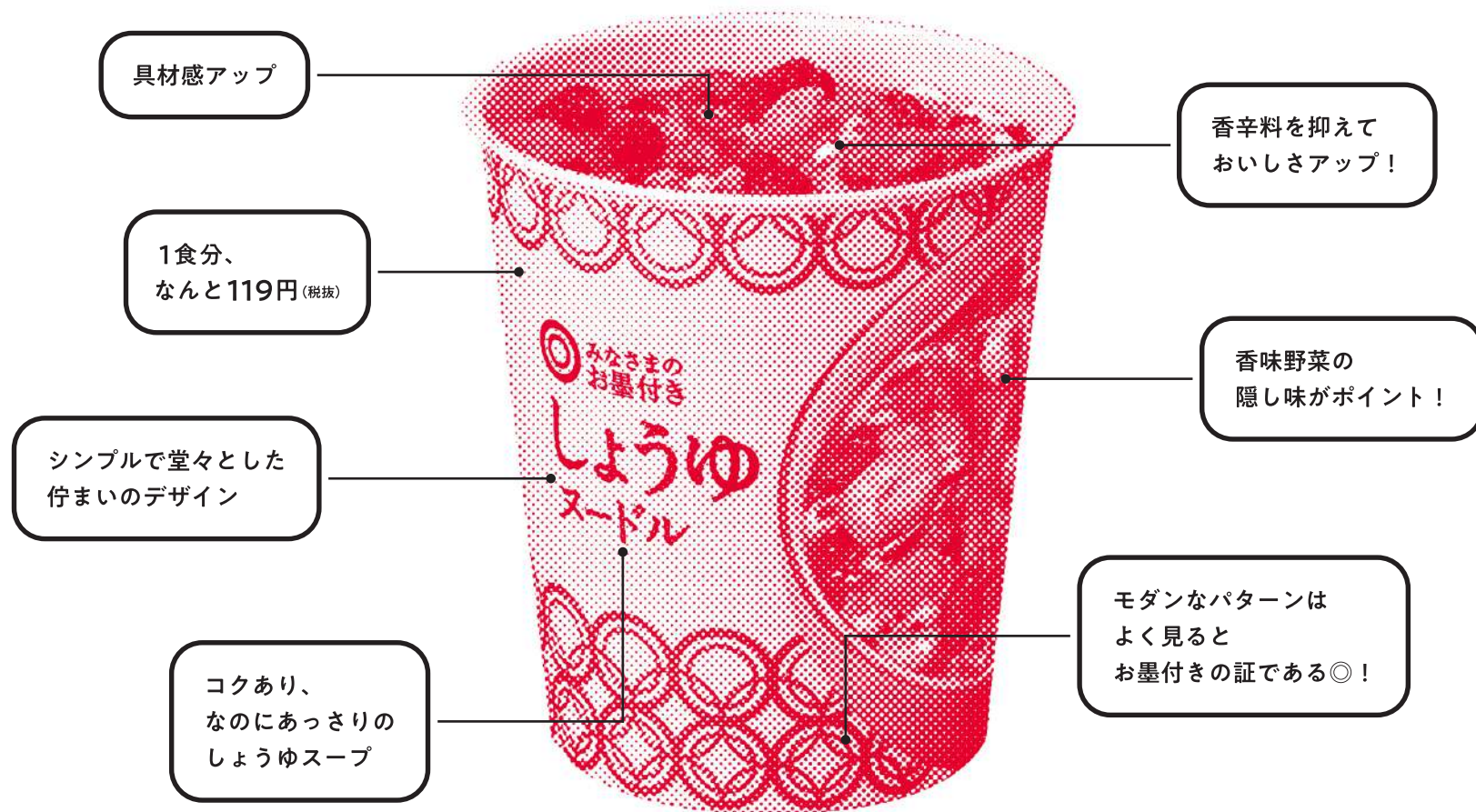


ここに力をいれています！

時代によって変化する消費者ニーズに対し、  
柔軟に応える「みなさまのお墨付き」。

ここで取り上げるのは、「しょうゆヌードル」。  
中身もデザインも常に進化し続けている  
人気商品を例に徹底研究。

単に、「しょうゆヌードル」といっても、スープの味わい、具材の満足度、コスパ、パッケージデザインなど、トレンドやお客様の声に応え、改良を重ねる大定番。まさに「みなさまのお墨付き」の代表候補。



# 潜入 パッケージデザイン 開発の現場

みなさまに愛されるブランドとして、その親しみやすくユニークなデザインが生まれるまでの工程を取材しました。

## デザイン開発依頼

## Briefing

商品特徴(ターゲット、規格や価格、競合商品の情報)をどのようにデザインに反映するか、どうしたら多くの方に手にとってもらえるかなど、熱い議論を交わします。



## デザイン開発

## Design

売場の視察や競合商品を検証し、パッケージが際立つようなデザインや、写真、イラストなどを追求します。さらに、「みなさまのお墨付き」にふさわしい、他にはないユニークさもプラス。



## Presentation

## デザイン提案

定番商品には王道感が伝わるデザイン、個性的な商品には意外性に富んだぶっ飛びのデザインを、意図を詳細に伝えながら提案します。また、実際に売場に並べて検証し、そこで気づいたことを取り入れてさらに理想のデザインに近づけるため磨きをかけていきます。



## 撮影

## Shooting

各スペシャリストとともに撮影を行います。例えば、中華鍋を振った臨場感あふれる調理シーンや、ジューシーな肉汁があふれ出る瞬間など、おいしさが伝わるカットから、水槽・回転台・扇風機など思いもよらないアイテムを利用している特殊撮影まで、イメージを形にする楽しい現場です。



## Photographer

### フォトグラファー

商品の魅力や、おいしさのイメージ、臨場感を捉える写真のスペシャリスト。

## Food Coordinator

### フードコーディネーター

湯気や泡を立たせたり、ツヤをつけるなど、食品をよりおいしく見せる演出のスペシャリスト。

## Food Stylist

### フードスタイリスト

ふさわしい食器類や小物など、幅広くテーブルウェアをスタイリングするスペシャリスト。

## 5

## 店頭へ

## In Store

新商品のデザインが完成！  
ようやくお店の棚に！

# 開発者が語る！

消費者の声に応え、常にトレンドを取り入れた商品企画。

「みなさまのお墨付き」開発者に熱い想いを語ってもらいました。

“定番品はもちろん、パンチの利いた商品や、ユニークな商品も前向きに作っていきたいと語る、攻めの開発者！頭の中は「これがあったら喜ばれる!」、「おいしい!」と思ってもらえる」を常に考えている。”

商品物流本部  
商品開発室 食品Ⅱ  
須賀さおりさん



「みなさまのお墨付き」はPBでありながら、定番の商品に加え、ブランドのどこかお茶目なキャラクターもあり、おいしいだけでなく、おもしろいものや流行のものにもチャレンジしています。例えば、ポテトチップスの餃子のタレ味やエビチリ味などもそれ。はじめは餃子味で開発していましたが、「実は重要なのはタレなんじゃないか!？」となり、作ってみたら、まさに餃子そのものの味わいだったのです。

エナジードリンクの量が、競合商品に比べ2倍だったりする振り切り方も「みなさまのお墨付き」らしいところ。この開発にあたっては、ジムトレーナーやヘビーユーザーの方々に話を聴きました。

流行に寄り添いつつも、自分が食べておいしいもの、おもしろいものを追求していきます。PBとしてはあまり見ないようなもの、あえて定番化していけたら、よりブランドのユニークさを感じていただけるかと思っています。