



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート



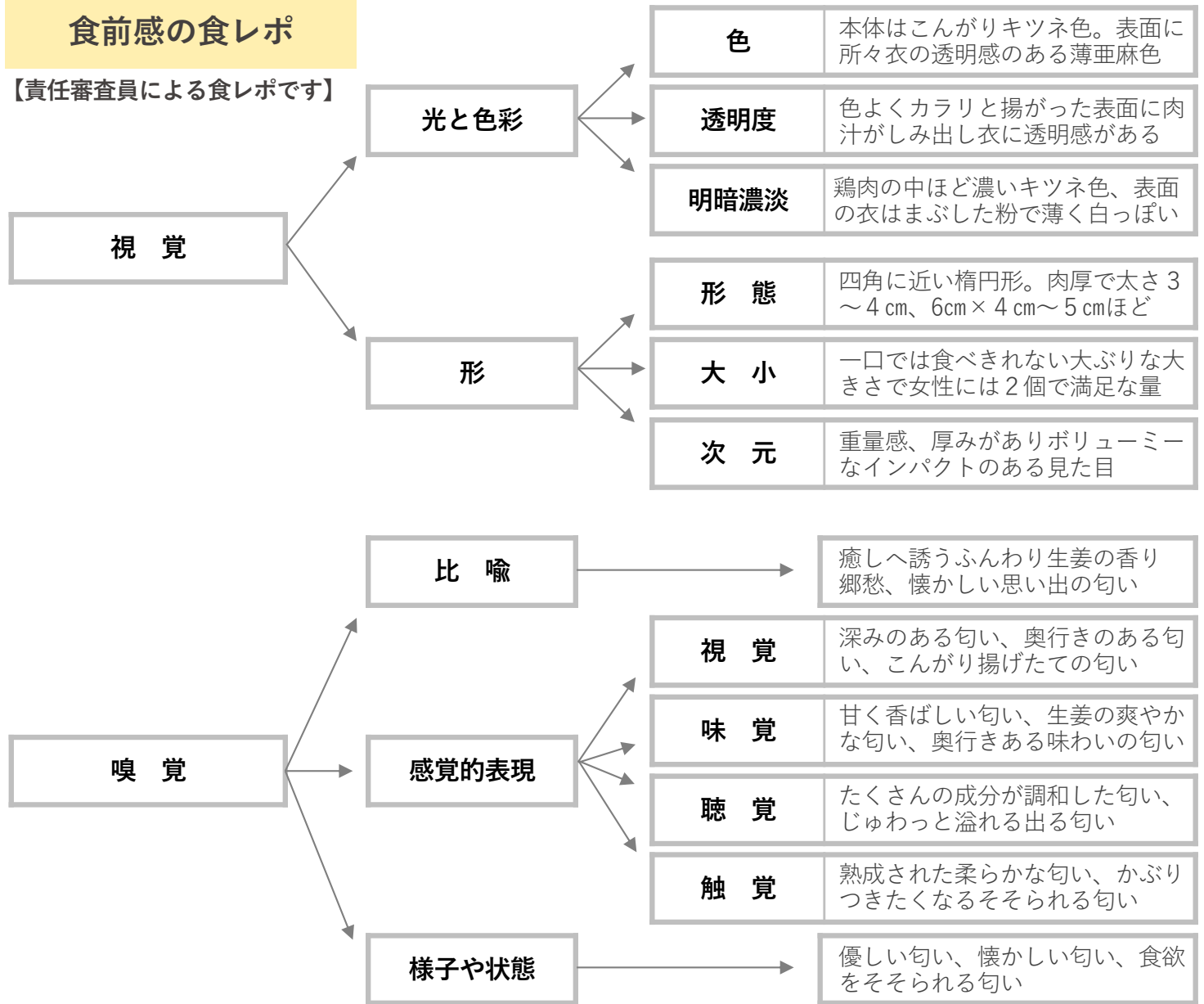
食の情報の専門家
一般社団法人
日本フードアナリスト協会
Japan Food Analyst Association Certified



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

大ぶりにカットされた鶏もも肉を生姜たっぷりの特製たれに漬込み、店舗で1つつつ丁寧に粉付けし揚げられた「から揚げ」は、標準のから揚げの1.5倍ほどの大ききでボリュームミーで嬉しいインパクトがあります。揚げたては見た目にも表面の衣のサクッと感が伝わり、店舗で揚げる直前に粉を付け、高温の油で旨味をぎゅっと閉じ込めながら丁寧に揚げられていることを想像することができました。大ききさは幅6cm×4～5cm、厚みは3～4cm程あり一口では食べきれない大ききで、お手頃価格ながら使われている鶏肉や油など素材選びへのこだわりが感じられ食べる前から好印象を受けました。

匂いは、揚げたてのから揚げは、油臭さが全く感じられず、香ばしい香りの中にふんわり生姜の香りと熟成された肉の深みのある匂い・柔らかい奥行を感じる事ができ、優しくも昔食べたことがあるようなどこか懐かしい思い出の匂いを感じました。

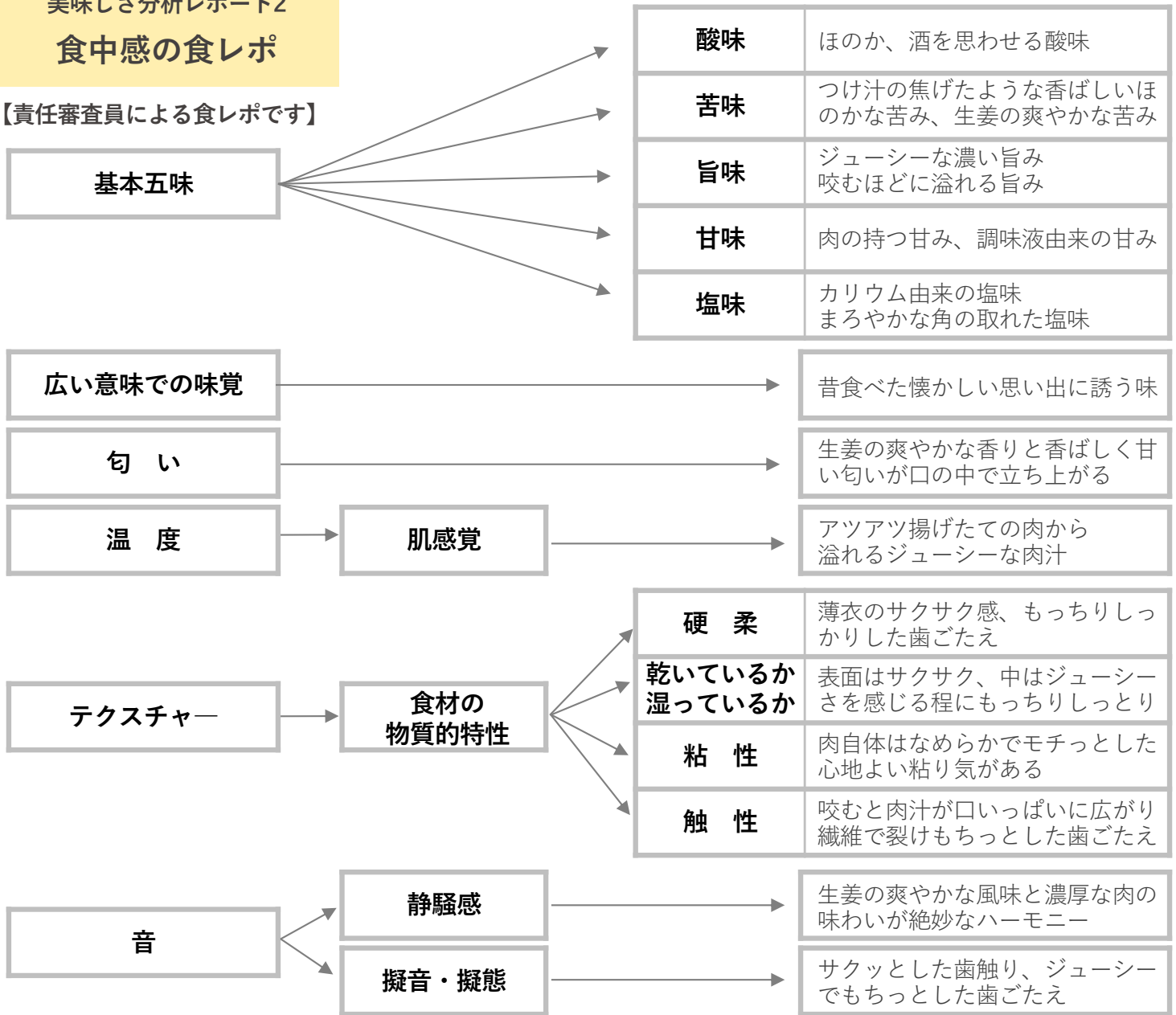
から揚げをお箸でつまみ上げた時の衣のサクとした感触と肉の弾力、重量感、ふんわりと生姜と香ばしい香りに包まれ、触感・見た目・匂いから食べる前のワクワクや楽しみが溢れてきました。香りが嗅覚を程よく刺激し、郷愁にかられることで食前に“早く食べたい”そんな思いに心が躍りました。



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

熱々の揚げたてのから揚げをそのままお箸で頂きました。第一インパクトは衣のサクサクとした心地よい歯触り、口に含んだ瞬間、生姜香る肉汁が口いっぱいに広がり、調和のとれた味わいの奥に素材（鶏肉）のもつ濃厚な旨みと甘みを感じました。肉は適度な柔らかさがありながら歯ごたえもあり咬むほどに繊維がしなやかにほぐれ旨みが増し、心地よい粘り気が続きます。

基本五味をしっかりと感じ、つけだれの原料から感じるほのかな“酸味”、焦がれた香ばしい“苦味”、肉の熟成が醸し出す“旨味”や円熟の“甘み”、まろやかな角の取れた“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多くの方が“懐かしさ”と“おいしい”と感ずることができる理由となります。

特に、溢れる肉汁の旨みと油っぽさを全く感じさせないすっきりとした味わい、肉の食感も素晴らしく大ぶりのサイズながら軽くぺろりと美味しく頂きました。厳選された素材に丁寧な下味が施されていて、揚げる直前の粉打ちや使用される粉・油、その配合・温度、提供に至るまで総合的な企業努力あつての賜物と感ずります。味、香り、食感、サイズ感全てにおいて満足感も十分で、噛めば噛むほど素材の良さが口の中を駆け回り、合わせて優しい匂いが鼻を抜け、生姜の香りと旨味・甘み・塩味の絶妙なハーモニーが五感を刺激して“美味しさ”へと導いてくれました。

すぐにもうひとつ食べたくなる、まさに“手が止まらない”味で食中間、やみつきになりました。



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

生姜の香りと肉の旨みの余韻を感じる
揚げ物を食べたと感じさせないさっぱり爽やかさがある

気候・地域

日本全国通年通して美味しく頂ける。夏場食欲がない時でも生姜の香りが爽やかで食欲をそそり、冬場は生姜が体を温めてくれる

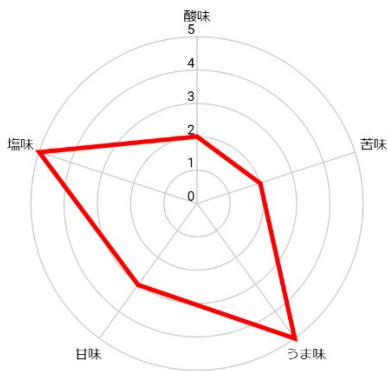
食経験・食習慣

子供の頃から食卓やお弁当のおかずに、また運動会や誕生日などイベント事にも欠かせないから揚げは懐かしい思い出の味

健康・生活様式

高たんぱく・低脂肪でヘルシーな鶏肉。ミネラルも豊富で消化吸収がよく体力維持や老化防止、美容に老若男女問わず、おやつ・つまみ・おかず様々なシーンで頂ける

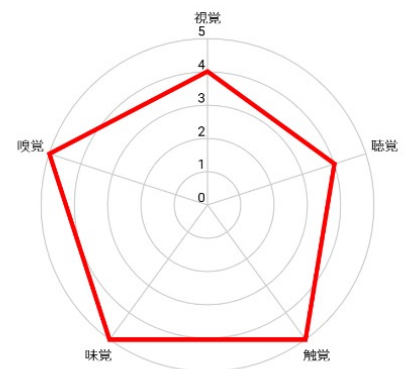
基本五味の レーダーチャート



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	2
うま味	5
甘味	4
塩味	5

広義の味	評点
懐かしい味	4
醤油味	3
コク味	4
香味	5
脂肪味	4

五感	評点
視覚	4
聴覚	4
触覚	5
味覚	5
嗅覚	5

1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

揚げたてのから揚げは、衣はサクサクとした心地よい歯触りで、口に含んだ瞬間、生姜香る肉汁が口いっぱいに広がり、調和のとれた味わいの奥に濃厚な旨みと甘みを感じました。肉は適度な柔らかさがありながら歯ごたえもあり咬むほどに繊維がしなやかにほぐれ旨みが増し、食後感も素材の旨みと爽やかな生姜の余韻が感じられました。五味のバランスが良く、油臭さや油っぽさを全く感じさせないすっきりとした味わいで、肉厚で大ぶりのサイズながら軽く1個美味しく頂きました。味、香り、食感、サイズ感全てにおいて満足感も十分で、匂いと旨味・甘み・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いてくれました。老若男女多くの方が“懐かしさ”と“おいしい”と感じられる満足感のあるから揚げです。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

外部的要因の店舗内装、サービス、雰囲気・環境について。1階は外光が差し込みとても明るく清潔感のある店内で、カウンター席が多めに設けられていて女性1人でも気軽に利用しやすい雰囲気があり好感を持ってました。2階は静かで落ち着いた雰囲気に対面なしのカウンター席で、隣の席とゆとりがあり居心地よく感じました。注文はタッチパネルでわかりやすく操作は簡単でしたが、今一つ操作がしにくいという声も聞かれ、操作方法の説明やメニュー表の設置も望まれます。料理の配膳は注文から5分程でとてもスピーディーで、接客サービスはソフトな対応でこまめなお水の提供など細やかなホスピタリティを感じました。トイレは広く清掃は行き届いてましたが男女共用、2階なので弱者の方の利用についての配慮が必要に感じます。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

（一社）日本惣菜協会『惣菜白書』調査によると消費者動向の購入頻度の高い惣菜ベスト3に毎年ランキングされる「鶏から揚げ」。最新の2024年版(2023年調査)でも1位「弁当」2位「おにぎり」そして「鶏から揚げ」は第3位（単品惣菜では1位）で、男女別・エリア別でも同位という安定の人気の高さがこの調査からも伺えます。今や国民食といっても過言ではない「から揚げ」。人気の秘密は、飲食の3形態（外食・中食・内食）、シーンの3形態（おやつ・つまみ・おかず）いずれにもマッチする日本人の食のスタイルを網羅していることが人気の秘密といえます。また1個128円というコストパフォーマンスの高さに加え、インバウンド需要や健康志向の高まりも影響し、まさにトレンドに沿った商品と言え今後の伸びしろを感じます。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

牛丼店として創業から125年の歴史ある伝統の味・サービスを継承しつつ、客層やお客様の志向の変化を敏感にとらえ時代のニーズにそった商品展開・サービス・店舗フォーマットのブラッシュアップを常に重ねている貴社の姿勢を、今回様々なシーンで随所に感じ取る事ができました。女性一人でも気軽に入りやすい清潔感のある明るい雰囲気の店内、注文はインバウンドにも対応したタッチパネル操作でわかりやすく、そして提供もスピーディー。席は一人のスペースを広く確保してあり過ごしやすく、接客もきめ細やかで高いホスピタリティを感じました。メニュー構成についても牛丼と並行してから揚げのメニューが充実していることに驚かされ、貴社のお客様に寄り添った価値の提供、伝承と革新を大切にしている思いが伝わってきました。

5. ブランディング要因

「牛丼といえば吉野家」と誰もが知り幅広い世代で根強いファンをもつ高い知名度と牛丼のパイオニアとしてのブランド力のある貴社の第二の看板商品として「牛丼とから揚げがおいしい店」として新たに展開するブランディング戦略は、これまで以上に吉野家を身近に幅広い層で利用してほしいという強い熱意と新たな風を感じます。おかずにお弁当にパーティーにと多様性のあるから揚げを、単品でのテイクアウト販売、から揚げメニューの充実、季節商品「から揚げツリーパーティーキット」の販売、「から揚げ祭」など季節感や催事も取り入れ積極的にプロモーションすることで「牛丼とから揚げ」の新・吉野家が認知され、幅広い層での新たなファン獲得の可能性を感じます。

6. 素材・安全性・その他

HACCPやトレーサビリティなど徹底した衛生管理がなされており、食材も契約農家からフレッシュな状態で仕入れることで鮮度も高く素材への安心感があります。素材本来の美味しさやさっぱりとした揚げ上がり、素材選びのこだわりや揚げ油のこまめな交換が、安心安全とともに「から揚げ」自体の美味しさを作り上げている事を実感できます。食に対する意識の変化で安心安全・健康への意識が高いお客様が増えてますので、店内のメニューにもカロリーやアレルギー、産地・原材料表記があれば選ぶ時の参考になり、よりお客様が安心して美味しく召し上がっていただく指標となりますので表記の検討をおすすめいたします。

審査レポート



商品名 吉野家「から揚げ」

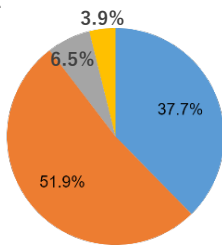
評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第76回（2024年6月）

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。

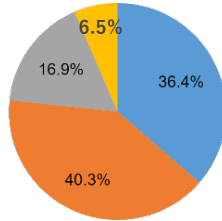
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

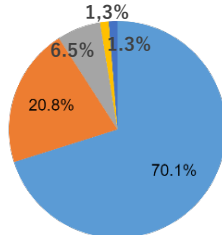
1 この商品に興味がありますか



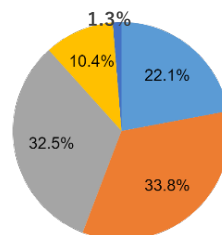
2 この価格で買いたいと思いますか



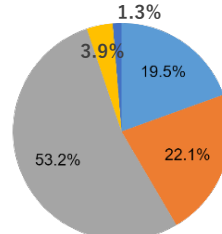
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

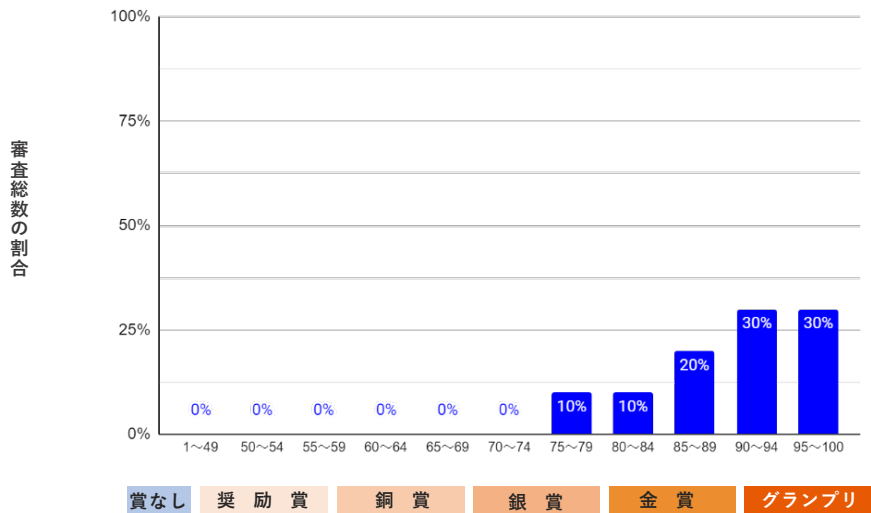
評価が高かった内容

肉汁が溢れるほどにジューシーで旨みがありとても美味しい
ボリュームがありながら生姜の香りでさっぱりとした美味しさ
油っぽさを感じず、肉や油、粉など素材選びのこだわりを感じる
このボリューム、クオリティで1個128円は、とても嬉しい価格
揚げたて衣のサクサク食感、肉は味わい深さがあり満足感がある
店内は清潔感があり過ごしやすく、おもてなしの心を感じた
から揚げだけでもバリエーション豊富でまた来店したくなる

評価が低かった内容

店内メニューにもカロリー、原材料表記があった方がよい
盛り付けが味気ないので、見栄えに一工夫ほしい
タブレットオーダーの操作が今一つわかりにくい
女性に対する更なるアピールが必要に感じる
から揚げのアピールが弱く良さが伝わらず勿体ない気がした
女性、子供には1個が大きく少し食べづらい
ドリンクをもう少し充実させてほしい

点数分布



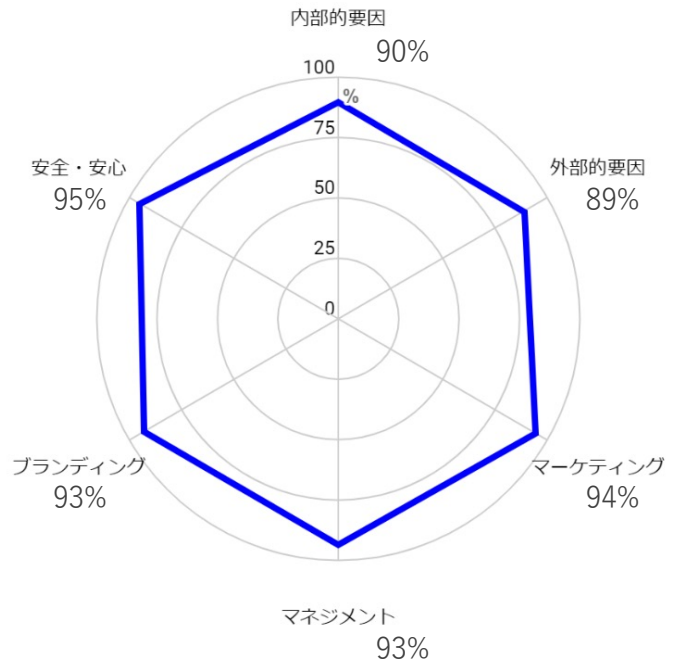
点数分布として、銀賞相当が10%、金賞相当が30%、グランプリ相当が60%を占めた結果、総合評価90%で【グランプリ】となりました。理由としては「から揚げ」の味覚・五感や、安心・安全について食材への安心感、徹底した衛生管理、購買層を捉えた料理や価格が高得点につながりました。WEBアンケート結果では、9割強の人がこの商品に「興味がある」、ターゲットにする客層は「多いと思う」と答えていることから、幅広い層での購買チャンスの高さが期待できます。一方、銀賞相当の範囲にも少なからず点数が入り、食事以外の品揃えについての弱さ、内装面の一部の評価が点数を下げ評価が割れた要因と考えます。

審査レポート

■ 要因分布

要因分布として、89%から95%の範囲に分布し、全体的にバランスの良い大きな六角形となりました。食材の安全性やプライバシー保護への配慮など「安全・安心要因」が95%と最も高評価で、食材の選定、工場や店舗での徹底した衛生管理など安心して口にできる体制が整っている点が評価されました。購買層のニーズ・市場をとらえた付加価値など「マーケティング要因」は、幅広い層で人気のから揚げを第二の看板商品として打ち出し、高いコストパフォーマンスで提供している点が高評価につながりました。「マネジメント要因」「ブランディング要因」に関してはともに93%で、会社として伝承と革新を常に意識しながらブラッシュアップを重ねる貴社の企業努力が評価され高評価につながりました。

一方「内部的要因」は90%「外部的要因」は89%にとどまり、ニュース性や独自性が懸念点となり評価が割れることで点数が伸び悩む結果となりました。商品価値を高めていくブランディング戦略に今後の伸びしろを感じます。



■ 総評

まずはじめに、日本初の牛丼店として創業125年、歴史ある伝統の味・サービスを継承しつつその時代のお客様の志向の変化を敏感にとらえ、消費者ニーズに沿ったサービスや商品のブラッシュアップを重ねながらより良い“味”への探求と新しいチャレンジをする姿勢に敬意を表します。利用シーンが多様で日常食として生活に浸透しているから揚げを第二の柱に、“牛丼の吉野家”から“牛丼とから揚げの吉野家”への転換は、お客様の日々の生活に寄り添った身近な存在のお店として客層と利用機会の広がりを感じます。

「吉野家 から揚げ」を今回新橋店で試食させていただきました。こじんまりとした店舗ながら明るく清潔感があり女性一人でも入りやすい雰囲気客席も隣の席との間にゆとりがあり居心地よくゆったり過ごすことができました。接客・サービスは親切でソフトな対応でこまめなお水の提供など細やかなホスピタリティを感じました。配膳もスピーディーで注文から5分程で熱々揚げたての「から揚げ」が届き1個の大きさに驚かされました。生姜と香ばしい匂いに包まれ一口。サクサクとした心地よい歯触りのあとジュワッと肉汁が口の中に溢れ、柔らかくほぐれた肉は適度な歯ごたえがあり旨みたっぷり！思わず笑顔になるときめく美味しさでした。食后感も油を感じさせないすっきり感があり素材の旨みと爽やかな生姜の余韻が感じられ、どこか懐かしさを感じる味わいで多くの審査員を魅了しました。またこのクオリティとボリュームで1個128円という良心的な価格、コストパフォーマンスの高さも魅力のひとつです。テイクアウトして子供からご年配の方まで幅広い層で気軽に日常で美味しく頂けるのも好印象です。衛生管理の徹底した工場での鮮度の高い鶏肉をカットし仕込んだものを店舗へ出荷することで、安全性の高さはもちろん味付けやサイズなどどの店舗でも安定した美味しさを提供できるのは一貫製造の強みでもあります。

一方、ネガティブな意見として、店舗でのから揚げの提供の仕方やネーミング、今後のから揚げのアピールの仕方について「から揚げの提供の仕方（盛り付け）がさびしい。野菜やレモンなど別料金でも希望で付けられるとよい。」「“ビッグリ！から揚げ”など大きさを強調した特徴が伝わるネーミングに」「塩・スパイス・甘辛などから揚げのバリエーションを増やしてほしい」という声が聞かれました。他にもテイクアウト購入について揚げたての美味しさを自宅でも再現するためのレシピ（シールでも可）を付けてくれると、テイクアウト購入でも根強いファンの底上げにつながるのではないのでしょうか。最後に本商品は、それ自体が非常に完成度の高いものです。これからも本商品の持つ更なる向上を期待するとともに、貴社のご発展を審査委員一同心より祈念申し上げます。



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