



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート



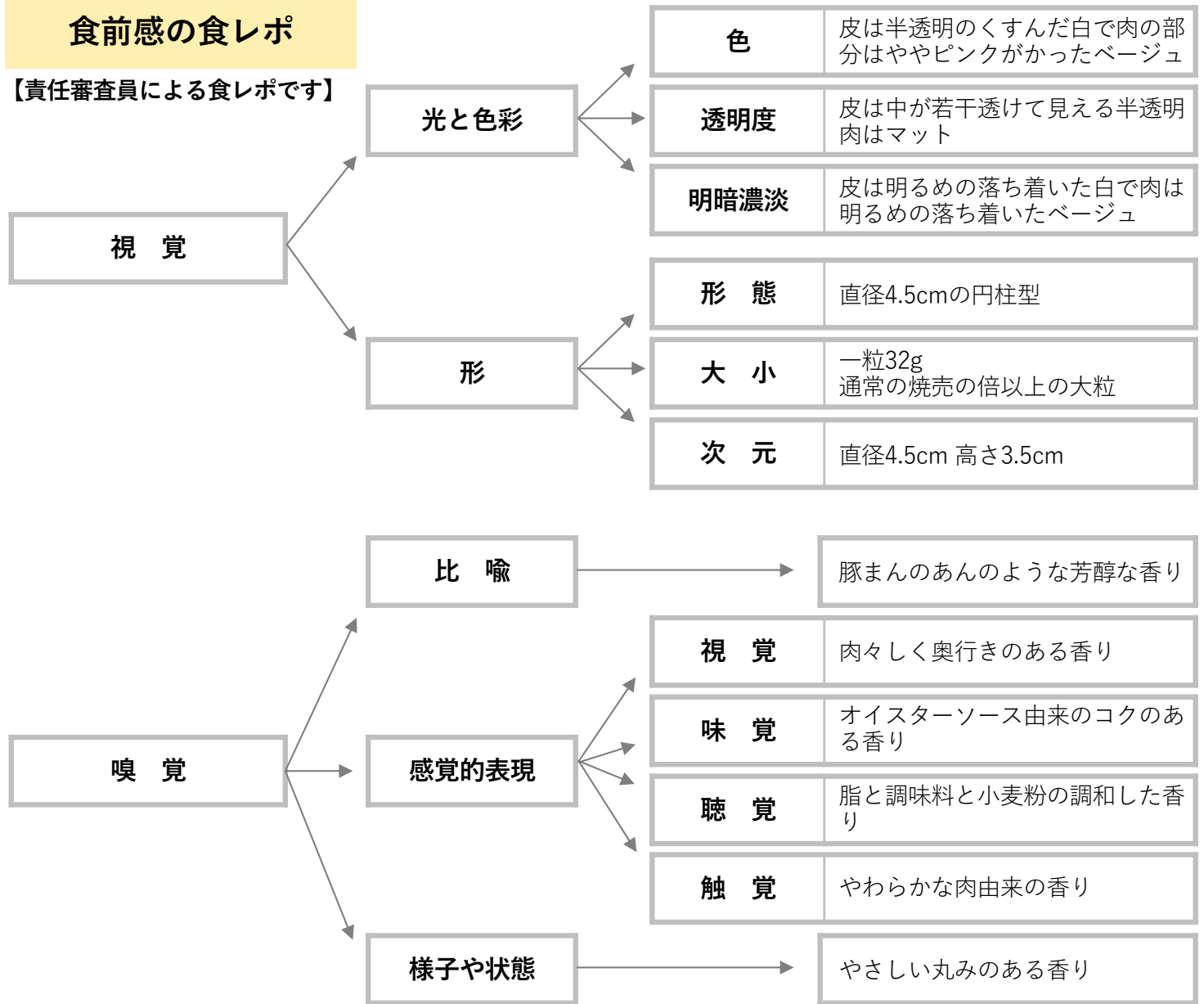
食の情報の専門家
一般社団法人
日本フードアナリスト協会
Japan Food Analyst Association Certified



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

見た目は、皮の部分は半透明に透き通ったややくすんだ白で、肉だねの部分はややほんのりとピンクを帯びたベージュです。大きさは直径4.5cm、高さ3.5cmとかなり大ぶりで、一口では食べきれない大きさ、食べたときに口の中に肉のうまみが口いっぱい広がるであろう様が食べる前に想像できました。

匂いは、オイスターソースのコクのある匂いと甘みのありそうな肉の脂の香り、柔らかい奥行を感じる事ができ、優しくもどこか懐かしい匂いがしました。箱を開ける前の商品の心地よい重さ、レンジで温めてから封を開けた時の芳醇な肉の香りに心がざわつき、一つ箸でつまんだ時のずっしりとした重み、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。

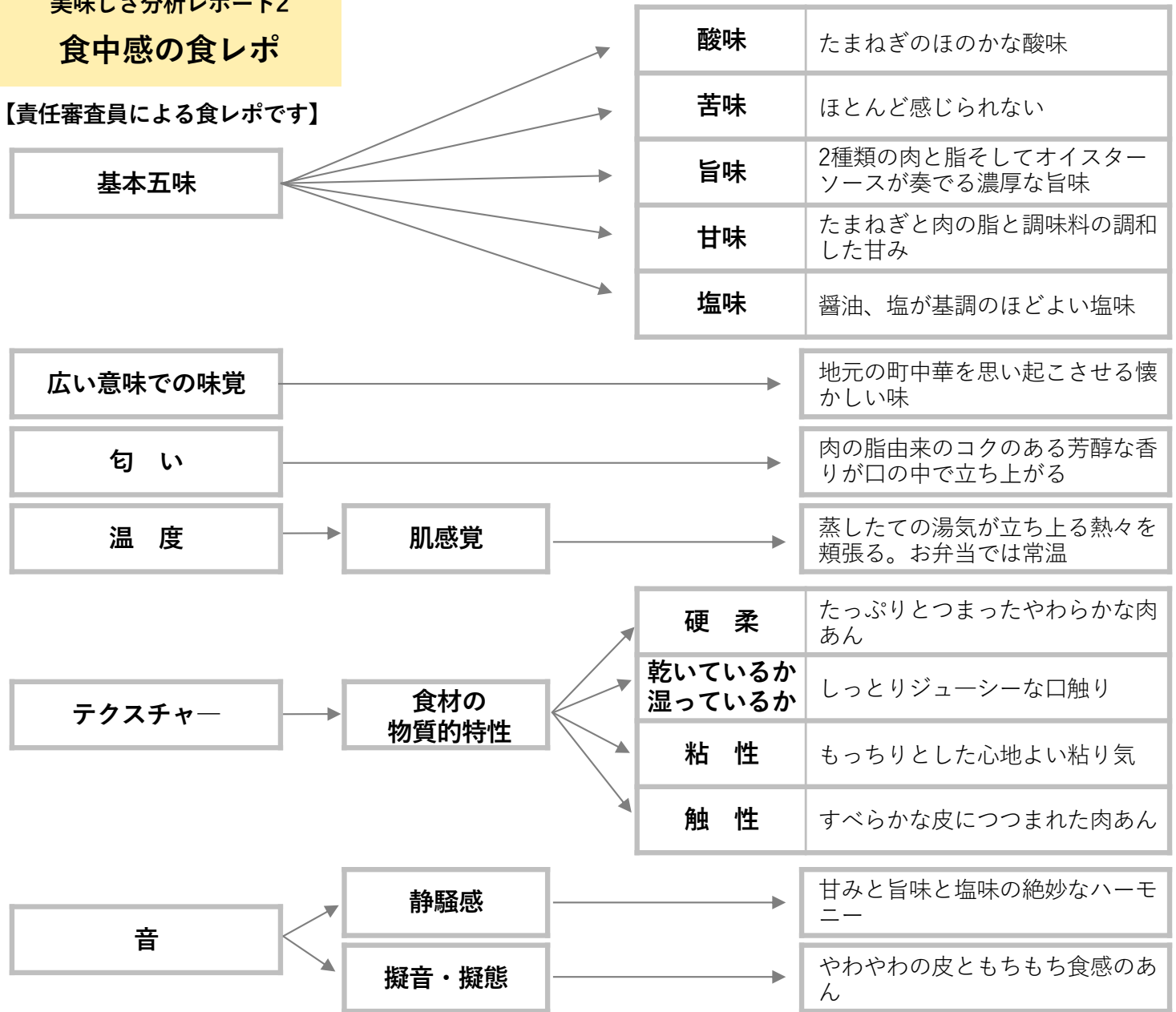
外側の落ちついた白から内側のベージュへの濃淡のグラデーションが視覚に心地よく、気持ちを落ち着かせ、ほっとする安心感があり、優しい丸みのある香りが嗅覚を程よく刺激し、ほっこりした気分となり、食前に“早く食べたい”そんな思いに心が躍りました



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

蒸したての湯気の立ち上る熱々の焼売を箸で持ち上げるとずっしりとした重みが心地よく、口に含んだ瞬間、やわらかな皮につつまれたもっちりした肉餡の優しい口触りを感じました。肉餡は一口噛むとジューシーでやわらかな食感で、噛んだ後はモチっとした心地よい粘り気が続きます。

基本五味の中でも旨味、甘み、塩味をしっかりと感じ、玉ねぎ由来のほのかな“酸味”はあるものの、“苦味”はほぼ感じません。豚肉の脂とオイスターソースでkokoroを加えた濃厚な“旨味”、豚脂と玉ねぎを基調とし砂糖で際立たせた“甘み”、塩と醤油をベースにした“塩味”を実感しました。このバランスの良さが老若男女多くの方が“おいしい”と感じることができる理由となります。通常サイズより倍以上の大きさに仕上げていることから、食べ応えもあり、口に含んだ瞬間口内に広がる奥行のあるkokoroと旨味、何もつけないでそのままいただくことのできるしっかりした味付けが口腔内を幸せに満たします。鶏肉と豚肉の合わせ肉餡となっていることからやわらかな舌触りで食べやすく、玉ねぎの甘さが心地よく口の中を駆け回り、合わせてまるやかな匂いが鼻を抜け、甘みと旨味と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、ヤミツキになりました。



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

滋味あふれる味わい深い後味。オイスターソースのほのかな香りが口の中にかすかに残り余韻を楽しめる

気候・地域

夏でも少し冷まして常温にすれば食べやすく、冬は蒸したての熱々を頬張れば、心まで温かく幸せな気持ちになる

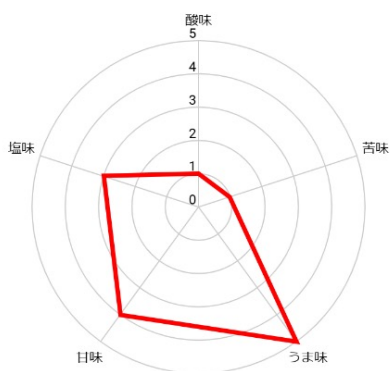
食経験・食習慣

小さいころ、実家の近くの町中華でよく家族で注文した手包みの大振りの焼売の懐かしい味を思い出した

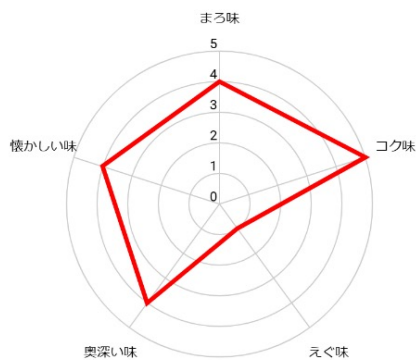
健康・生活様式

子育て世代の子供のお弁当の具として、調理がレンジででき、常温でおいしくいただけ、食べ盛りの子供たちにとっても食べ応えがあり腹持ちがよいので助かる

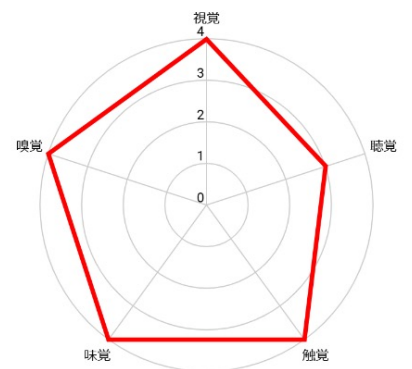
基本五味の
レーダーチャート



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	1
苦味	1
うま味	5
甘味	4
塩味	3

広義の味	評点
まろ味	4
コク味	5
えぐ味	1
奥深い味	4
懐かしい味	4

五感	評点
視覚	4
聴覚	3
触覚	4
味覚	4
嗅覚	4

1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

大粒で、一つでもしっかりとした食べ応えがあります。ジューシーな食感で味付けも甘さと塩味のバランスが良く、旨味が非常に強いです。鶏肉がメインでありながら、豚肉の脂の美味さ、食感がよく表現されています。何もつけなくても美味しいです。見た目の大粒さが食べる前からワクワクします。冷めても食べやすくおいしさも変わらないのでお弁当にも入れやすいです。餃子ブームにまけずおとらず、焼売も時代のニーズに沿った商品といえます。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

ネーミングは非常にわかりやすくていいと思います。パッケージの窓から大粒感が視認できるのもポイントです。パッケージの色使いの黒と金は高級感があり、黒豚を想起させ、大人の雰囲気があると思います。展示しやすく、かつ手に取りやすい形態で6ヶ入りというのも使いやすく保存にも良い大きさです。蒸してもレンジでも調理できて、家庭で簡単に食べられるのは嬉しいです。忙しい朝のお弁当にも重宝し、利便性にたけている商品です。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

大粒の焼売で6個入り238円（一個当たり40円）と、とてもリーズナブルで、ターゲット購買層の子育て世代の30-40代の主婦層に響く価格帯での提供を可能にした企業努力がたいへん素晴らしいと思います。皮も薄く肉も柔らかな仕上がりで、このクオリティでこの価格は満足度が高いです。粒の大きさと黒豚配合でいつもよりリッチ感を出した焼売です。このコスパの良さと調理のしやすさは、子育て世代の主婦層にはたいへん重宝されると思います。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

店頭ではよく見かけるものの、消費者マーケティングは特に行われていないので、自社Webサイトの充実やSNSの活用などが今後の課題と考えます。商品マネジメントや顧客マネジメント体制はひとつとおりあるものの、もっと積極的に消費者にアピールするような取り組みがあると望ましいと考えます。現在はネットに情報がない会社や製品は存在しないのと同じともいわれる時代ですので、広報専任の部署を設けて戦略的に取り組むべきと考えます。

5. ブランディング要因

御社はチルド焼売(赤箱)というメインブランドを持っており、スーパーの店頭でよくみかけるチルド焼売の生産量日本一の#1メーカーとして、中華系チルド総菜ではブランドがしっかりと確立されていると考えます。本製品も、そういう意味で買う前から安心感があります。御社の赤箱焼売は低価格帯のチルド焼売の代表的商品であり、黒箱で他社にはない大粒焼売としたことで、低価格帯では訴求しきれない食べ応えを実現し、中価格帯の焼売をけん引していると強く感じます。

6. 素材・安全性・その他

HACCPに基づく衛生管理で消費者が安心できるような品質管理がされています。脂肪の旨味と肉質の柔らかな国産黒豚を使用するなど素材にこだわり、国内工場での生産で、使用原材料についてすべて規格書を取り寄せて選定するなど厳格なオペレーションを採用して安心感があります。また、こうした安全性への取り組みをHPで掲載し消費者に訴求している点も高評価です。保存料・着色料不使用でトレーサビリティ管理もしっかりされていますが、農薬検査はされていない点は残念です。

審査レポート



商品名

チルド大粒黒豚入り焼売

評価結果

金賞

受賞回・年月

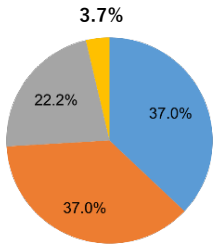
第78回 (2024年8月)

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。

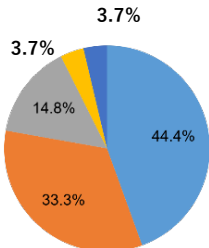
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

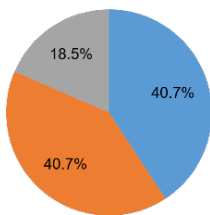
1 この商品に興味がありますか



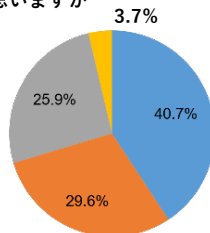
2 この価格で買いたいですか



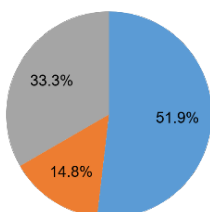
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

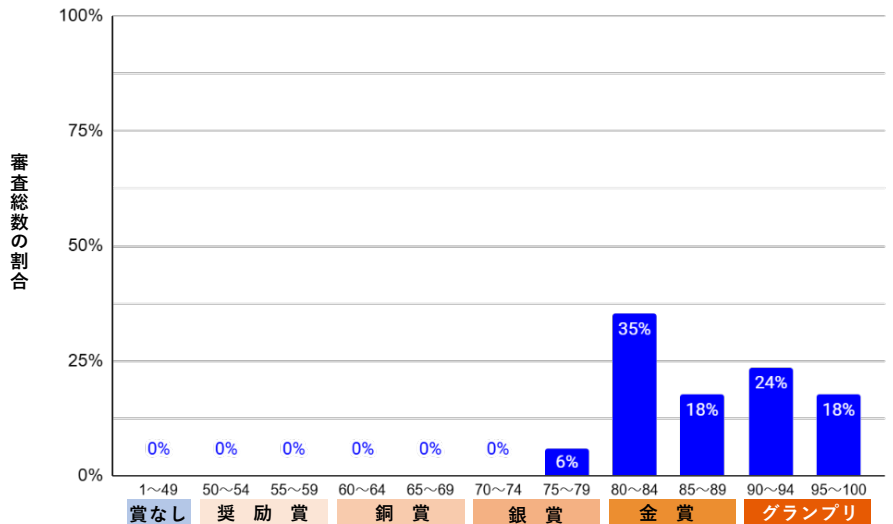
評価が高かった内容

大粒で食べ応えがあり、旨味があり何もつけなくても美味しい
 黒豚入りで200円台という消費者目線での価格設定が嬉しい
 スーパーでよく見かけるブランドで親しみがある
 黒豚の黒を使用した、高級感があり目につきやすいパッケージ
 弁当や家庭での料理の一品追加として好ましい
 加熱方法が蒸し器、電子レンジと選べるのは嬉しい
 非常に分かりやすいネーミングで手に取りたくなる

評価が低かった内容

含有量がわかりにくい。国産黒豚4%で味に影響があるのか疑問
 店頭ではよく見かけるが、消費者マーケティングは特にな
 食感が少し柔らかく感じる、もう少し歯応えが欲しい
 農薬検査の実施や放射性物質など安全性の取り組みが一層欲しい
 競争の激しい商品のためもう少しオリジナリティが欲しい
 ターゲット向けのマーケティングに伸びしろがあると感じる
 自社HP,SNSの活用がまだまだ発展途上である

点数分布

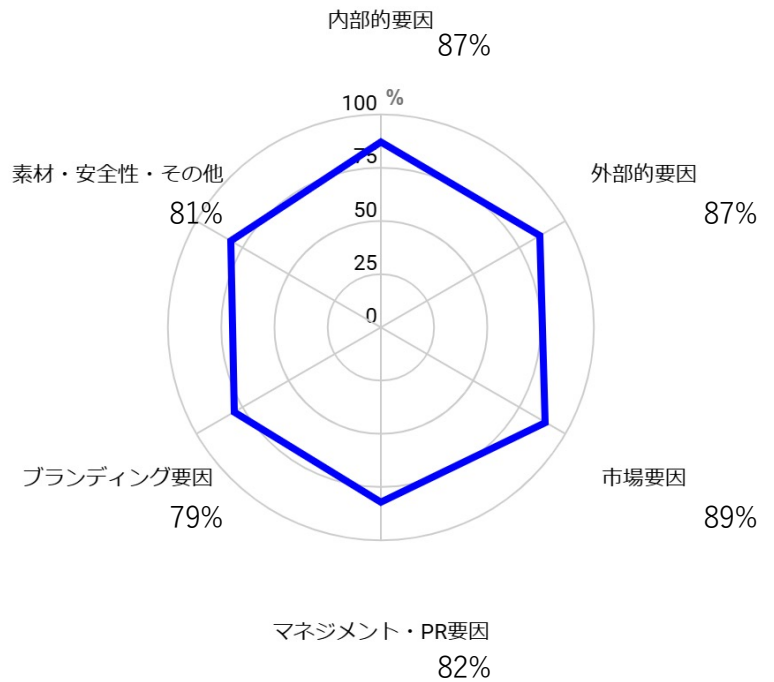


点数分布は、銀賞相当が6%、金賞相当が35%、グランプリ相当が18%です。国産の黒豚を使用し、通常サイズの倍の大きさにしたことで食べ応えがあり、オイスターソースを効かせたコクのある味わいのため、コスパのよさと、調理のしやすさ、お弁当への活用のしやすさなどが高く評価されました。一方、黒豚使用を全面にうたってはいるものの、実際の含有量は4%程度であり、ベースは鶏肉のため、どこまで黒豚の甘味が味に貢献できているかが疑問との声もあり、一部評価が割れた点につながっています。アンケートでも7割が商品に興味がある、買いたいという結果が出ており、根強い人気の商品であると思います。

審査レポート

■ 要因分布

要因分布として、79%から89%の範囲に分布し、全体的にバランスの良い六角形となりました。味や香りなど五感からなる商品自体の魅力を表す「内部的要因」が87%、ネーミングやパッケージから構成される「外部的要因」も87%、市場・トレンドから構成される「市場要因」も89%と、これらの3要因はこの商品の持つそれぞれの特徴やクオリティが高く、高評価につながりました。一方、マネジメント・広報などの「マネジメント・PR要因」「ブランディング要因」「素材・安全性」はそれぞれ82%、79%、81%にとどまり、黒豚押しのネーミングではあるものの、含有率が低いことから本当に味の違いの決め手になっているのかを疑問視する声が多かったこと、また、消費者マーケティングにまだ力を注いでいないことから、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や情報発信に今後の伸びしろを感じます。



■ 総評

まず始めに、チルドシウマイの#1商品を有するリーディングカンパニーとして、リーズナブルな価格で質の高いシウマイを提供し続けながら、より良い“味”への探求を続け、新しいチャレンジをする姿勢に敬意を表します。「大粒黒豚入り焼売」は商品としてわかりやすく、中身をイメージしやすいため食べる前からワクワクし心ときめく商品でした。一般の赤箱と趣を変えての黒ベースのパッケージから高級感を感じ、食べた瞬間はもっちりした噛み心地、噛むほどにオイスターソースのコクと豚肉の脂のジューシーな甘味が口に広がり、やわらかでも大粒なことで食べ応えが率直に“おいしい”と感じさせ、どこか懐かしい郷愁を感じる商品で多くの審査員を魅了しました。国産の黒豚を使用し、素材の良さを最大限に引き出すために醤油、塩などシンプルな調味料で風味を活かし、オイスターソースでコクを加えるそのこだわりや、保存料、着色料不使用の安全性が高く評価されました。ターゲットが子育て世代の30-40代の女性であることから、忙しい日常で調理しやすいように、レンジでも蒸しでも調理法が選べ、かつ、お弁当むけに冷めてもおいしい、そのまま食べてもおいしい味付けになっており、ボリュームを出しながらも手ごろな価格での提供でコスパも非常に高い製品です。

一方、ネガティブな意見として、黒豚を売りにしながらも、含有率が非常に低く、味にどこまで影響しているのか疑問という声と、シウマイは競合が激しいので差別化においてももう少しオリジナリティがほしい、などの意見がありました。また店頭ではよく見かけるが、消費者マーケティングは特に行われていないので、自社Webサイトの充実やSNSの活用などが今後の課題という声も多くありました。チルド焼売(赤箱)というメインブランドを持っており、スーパーの店頭ではよく見かけるメーカーなので、中華系チルド総菜ではブランドが確立されているとはいえるものの、ネットに情報がない会社や製品は存在しないのと同じともいわれる現代、専任の部署を設けて戦略的に取り組むべきと考えます。とくに消費者と一体になって作るSNSの発信やイベントは、新しいアイデアの創造と発見、根強いファンの底上げにつながると思います。また、SNSの活用により、単身者などさらにターゲットの幅が広がりそうです。

焼売も餃子に負けず劣らず、日本の家庭に根付いたお惣菜の一つですので、今後ますます差別化に向けた新たな商品展開へと広がりを見せていくことが予想されます。最後に「チルド大粒黒豚入り焼売」の更なる飛躍と活躍を楽しみにしています。



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 壹番館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