



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

---

審査レポート



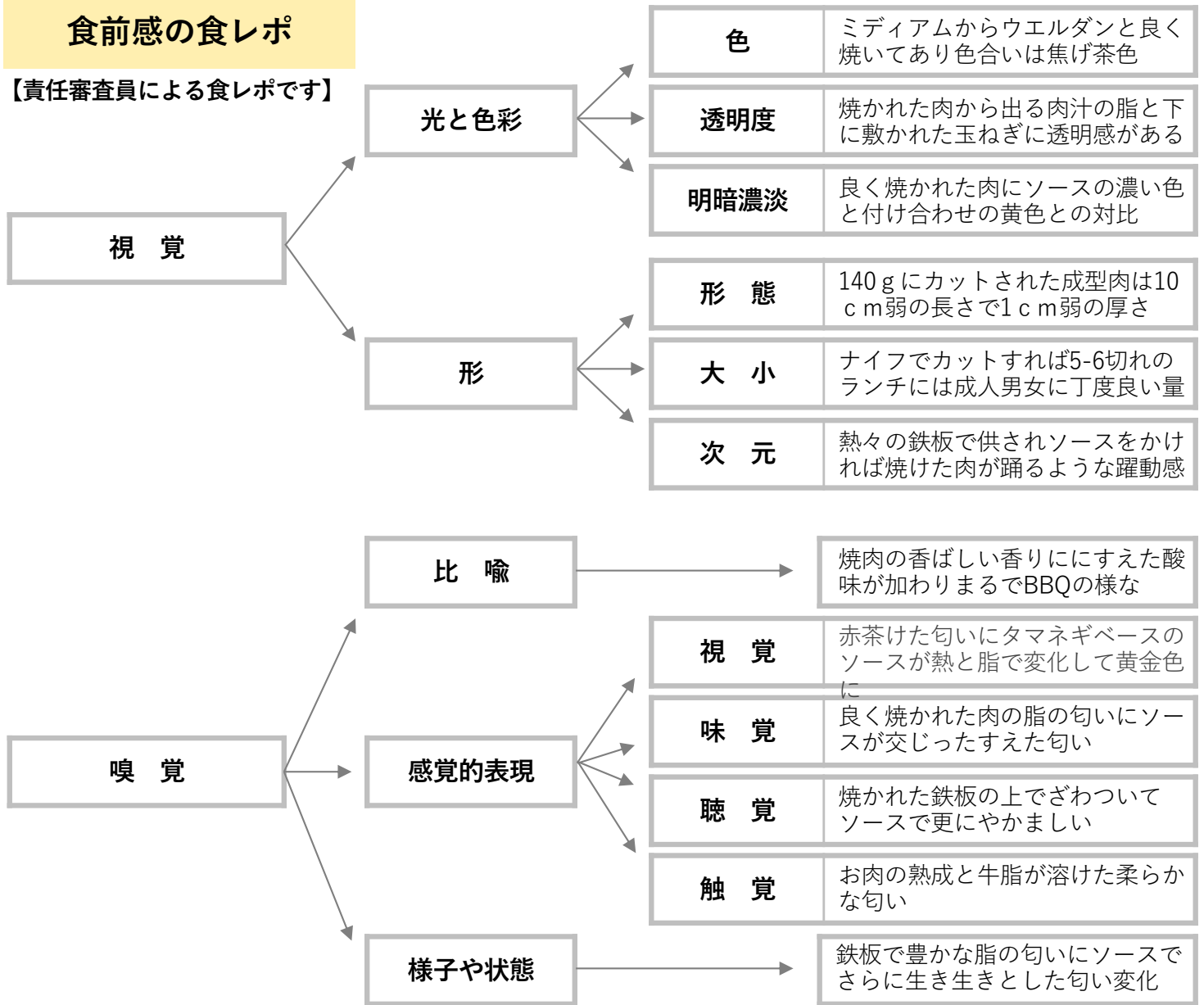
食の情報の専門家  
一般社団法人  
日本フードアナリスト協会  
Japan Food Analyst Association Certified



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

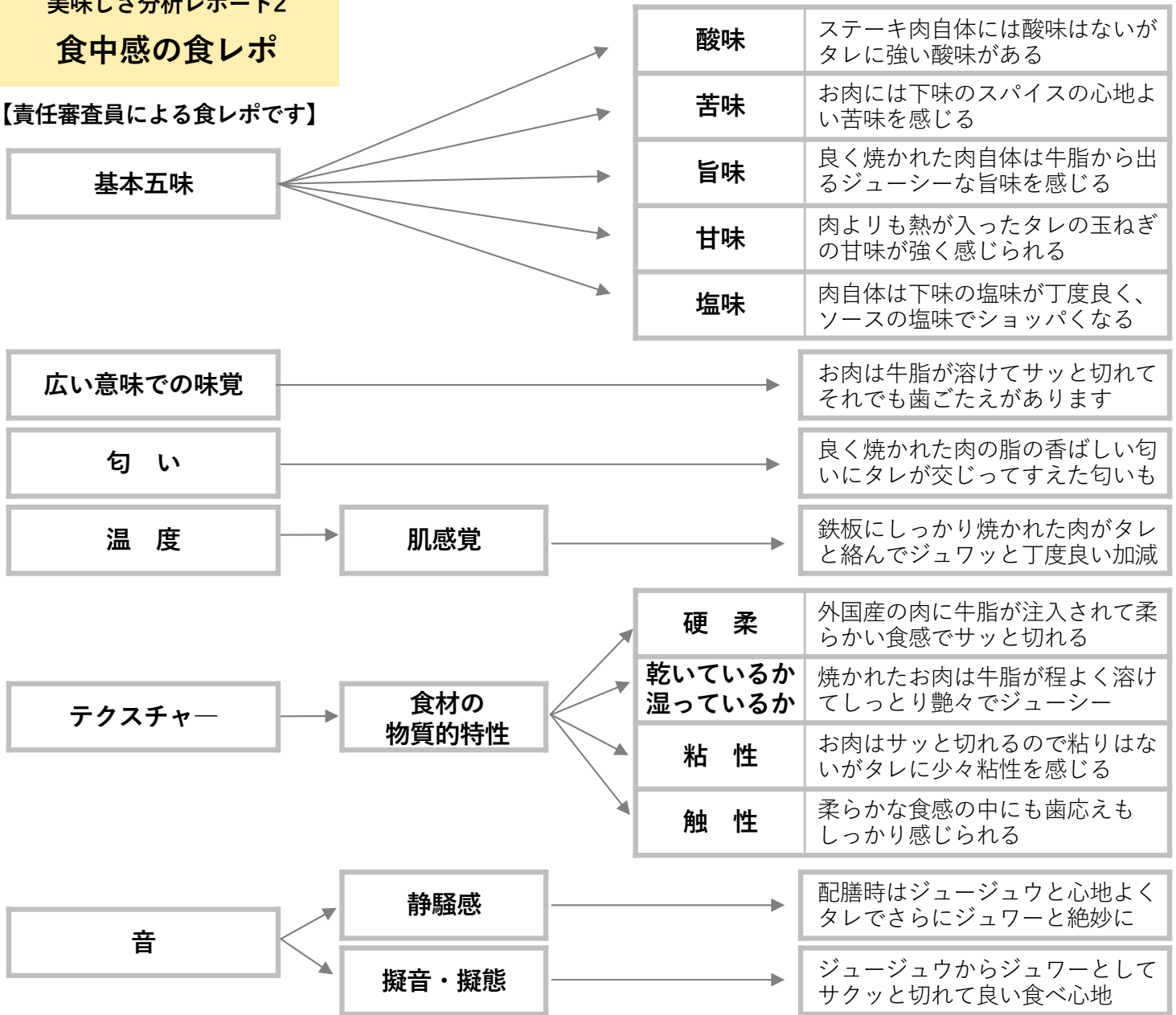
まずは調理行程でミディウム以上に良く焼いてあるお肉「宮ロース」が、付け合わせに黄色のコーンにパスタが添えられた熱々の鉄板で提供されます。色合いはお肉は良く焼いてあるので焦げ茶色に、付け合わせの黄色の対比が食欲をそそります。また焼かれたお肉から出るジワットした肉汁の脂に透明感があります。さらに配膳前に係の方がこのお店のスペシャルティのステーキソース「宮のタレ」をかけると、見るみるうちにお肉と玉ねぎのソテーが、下し玉ねぎやニンニク主体のタレと絡んで熱い鉄板で濃い色に変化していきます。形や大きさは、供された宮ロースは140 g にカットされた成型肉で、10 c m 弱の長さに1 c m 弱の厚さでしょうか、ナイフでカットすれば5-6切れになりランチには丁度良い量です。さらに熱々の鉄板で供された宮ロースはタレをかければ焼けた肉がまるで踊るように躍動感を感じます。匂いは焼肉の香ばしい肉の香りに脂の甘味とタレのすえた酸味が加わり、まるでBBQの様な懐かしい香りを感じます。さらに視覚的には赤茶けたところにタマネギベースのソースが熱と脂で変化してまるで黄金色に変わったようにも見えます。味覚的には良く焼かれた肉の脂の匂いに酸味のあるタレが交じってすえた匂いにも感じられます。焼かれた鉄板の上でざわついているところにソースで更にやかましい感じもありますが、お肉の熟成と牛脂が溶けた柔らかな匂いにも思えます。鉄板で焼かれて豊かな脂の匂いにソースでさらに生き生きとした匂いに変化もあり、これから食するのが大いに楽しみで食欲が出てきました。



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

140gのステーキ「宮ロース」はランチタイムなのでパンかライスとコーンスープが付いて試食開始です。ステーキは焼き具合の好みは言えず、全て良く焼いてから出されます。着膳の際には係の方が鉄板にジュージュウと心地よい音を聞かせながら各テーブルに配膳しますが、その際この店のステーキソース「宮のたれ」を直接お肉にかけて供されます。ステーキの下には焼かれた玉ねぎスライスが敷かれ、付け合わせはコーンとパスタのみとシンプルです。良く焼かれたお肉自体には牛脂から出るジューシーな旨味に下味のスパイスの心地よい苦味、またステーキ肉自体には酸味は特にないですが、タレに強い酸味と鉄板の熱が入り玉ねぎの甘味が強く感じられます。お肉自体にしっかりと下味が付いているのでタレをかけるとチョット塩っぱく感じたのは残念でした。ステーキソースは折角ソースバーがあるので顧客の好みで選択できるのが良いと思います。味覚については、お肉はジューシーでサッと切れてそれでも歯ごたえもあり好感持てます。匂いは良く焼かれた肉の脂の香ばしい匂いにタレの酸味と甘みの匂いが交じってきます。また鉄板でしっかり焼かれた肉とタレが絡んでジュワッとした音が聞こえて丁度良い加減の温度を感じます。テクスチャーとしては、外国産の肉に牛脂が注入されているからか柔らかい食感でサッと切れ、焼かれたお肉は牛脂が程よく溶けてしっとりジューシーな質感があります。柔らかな食感の中にもお肉の歯ごたえも感じられて最後まで美味しくいただきました。特に着膳時の鉄板の熱々の感じやステーキソースがかかった時の程よいジュワーとした感じはとても食欲が刺激され完食しました。



## 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

お肉自体はジューシーで最後まで歯ごたえも感じながら柔らかく牛脂の脂もしつこくはないので後味は良好です。ステーキソースが少々酸味があり塩分も強いので口に残る感じです

### 気候・地域

お肉は四季を通じていただきますがやはりステーキを食べたいと思うのは食欲の秋から冬にかけてでしょうか。このお肉はウルグアイ産ですが赤身肉が主体でしょうね。

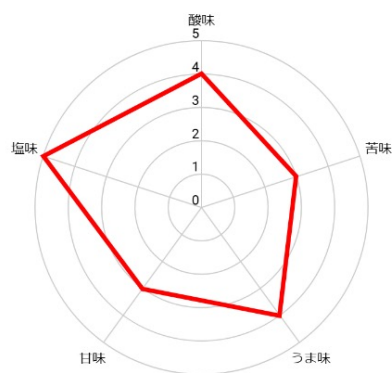
### 食経験・食習慣

南米産の牛肉は米国産や豪州産に比べ最近増えつつありますが赤身肉で筋もあり硬くて安い印象があります。今回のお肉はインジェクション加工されて食べやすく日本人に合います

### 健康・生活様式

本来は脂が少なく和牛の様なサシは無いので健康には良いのですが、このお肉の様に外国産の肉に牛脂やピクル液を注入して加工してあるお肉は、アレルギーを持つ人や焼き方が弱いと消化不良などを起こす危険性が一般的にはあります。

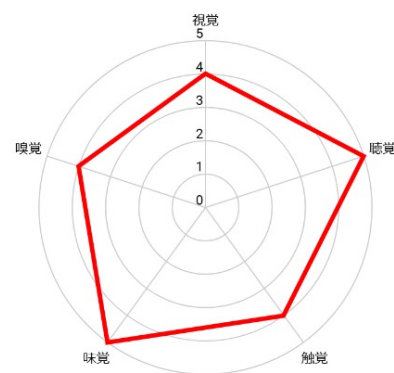
## 基本五味の レーダーチャート



## 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	4
苦味	3
うま味	4
甘味	3
塩味	5

広義の味	評点
渋み	3
コク味	4
えぐ味	2
母親の味	3
懐かしい味	3

五感	評点
視覚	4
聴覚	5
触覚	4
味覚	5
嗅覚	4

## 1. 内部的要因

いただいた「宮ロース」は140gで16時までのランチタイムにはライスまたはパンに「飲むサラダバー」と称した4種類のスープバーが付くそうですが試食時にはコーンスープが供されました。ボリューム的にはランチタイムとしては十分なメニュー構成です。配膳される前に同店自慢のソースをお肉にかける時のジュワーという音が食欲を掻き立てワクワク感が感じられます。まずはナイフでお肉をカットしながらソースのかかってないところをいただきましたが、お肉の下には薄くスライスされた玉ねぎが熱で甘みがついて美味しく、お肉は柔らかかでも良く焼かれてしっかり歯応えのある食感と旨みも十分にありジューシーで塩味も丁度良かったです。ただソースをかけると塩味や酸味が強くて残念なのでお好みに変えて欲しいですね。

## 2. 外部的要因

「宮ロース」は沢山のメニューの中でステーキ宮のお店を代表するステーキメニューと言えます。付け合わせにはお肉の下敷きに玉ねぎのスライスと付け合わせにコーンにパスタが添えられて熱々の鉄板で供される点やさらに熱々でソースをかけると更にエンタメ感が出て食べる前にワクワクさせる演出も素晴らしいと思います。接客は少人数ながらテキパキとされて笑顔も好感が持てます。店内はファミレスらしい明るい色調で他のお肉を扱う店舗にありがちな、肉の脂で床が滑りやすくなったり汚れていることは一切なく清潔に保たれていました。またサラダバーやスープバー、ドリンクバーやトイレなども清掃と整理整頓が行き届いていて清潔で使いやすい構成でした。ただメニューに加工肉と書かれているところは解りにくいです。

## 3. 市場要因

16時までのランチタイムには、ライスまたはパンに「飲むサラダバー」と称した4種類のスープバーが付く点やサラダバーの充実度も素晴らしく、女性の来客度が多い点や50～60代と比較的年齢の高い顧客が多い点からも単に安価を追求するだけでない品質と価格のバランスを求める顧客をターゲットにしている点はうなずけます。また定期的な新メニューの導入、キッズメニューやデザートメニューも充実して豊富な選択肢を持つメニューバリエーションは素晴らしいです。さらに期間限定のキャンペーンなども展開し、ソーシャルメディアや公式WEBサイト、アプリを活用したデジタルマーケティングにも力を入れておりクーポンやポイントカードを通じた顧客のリピート促進も展開中ですが、最近全国の店舗の閉鎖や休店は気になります。

## 4. マネジメント・PR要因

従業員スタッフのテキパキとした対応や自然な笑顔が印象的なところから見ても効率的な店舗運営とスタッフの教育が行き届いている点を感じ取れます。また衛生管理は年に2回の内部監査と第三者の目を入れた外部監査の徹底がなされ、またトレサビリティ管理もされている点は評価できますが、使用する食品の農薬検査は輸入業者が実施というのはいかがなものでしょうか。この点は改善が求められる点です。サラダバーなどの充実や健康志向のメニュー開発などはトレンドに合ったマネジメントがなされていると感じました。ただし外国産牛肉のインジェクション加工については、わかりやすい表示や安全性の説明が求められ、今後は加工肉以外でのリーズナブルで美味しい広い顧客層に喜ばれるメニュー開発が求められます。

## 5. ブランディング要因

出店している全国117店舗の地域や都市では「ステーキ宮」というネーミング・ブランドの認知度がかなり高いと思われます。ただし首都圏は北関東や埼玉、千葉などが中心で、東京や神奈川の都心部には出店が少なく他社のステーキチェーン店に比べて知名度や認知度がまだまだ低いように思えます。よってこれが現状の同店の出店戦略と思えますが、ブランド力を高めるためには地方都市だけでなく他の有力なコロワイドグループ店が出店している首都圏中心部や都市部への出店強化が今後のブランドプロモーションの課題と考えます。また外国産牛肉のインジェクション加工についての情報をわかりやすく提供し、消費者の理解を得ることもブランド力を高めるために重要と考えます。

## 6. 素材・安全性・その他

安全衛生管理はセントラルキッチン仕様のマニュアルでしっかりと管理されている点や内部監査と外部監査も加えてのは管理体制の充実が素晴らしいです。実際に試食の時に客席から見えるバックヤードも整理整頓がされていて良い印象も持ちました。またブロック肉を各店舗で切り分けてその日その日に調理する体制も調理にこだわりと衛生面を加味した体制も素晴らしいと思います。ただし農薬検査は輸入業者が実施との説明ですが、サラダバーなどで使用されている沢山の国産野菜やスープには残留農薬検査の表記がありません。よってこの点の検査をしっかりとやる事とその内容をサラダコーナーに食材の検査結果と合わせて産地情報、有機野菜など使用した場合の情報などの店内告知を行えば、プラスの販売効果が生まれると思います。

# 審査レポート



商品名 宮ロース

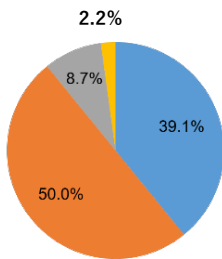
評価結果 金賞 受賞回・年月 第78回 (2024年8月)

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。

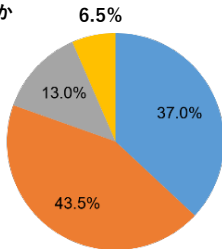
## WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通  
■ あまりない ■ ない

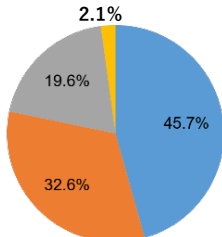
1 この商品に興味がありますか



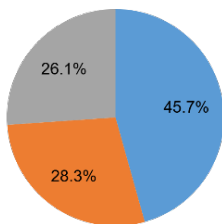
2 この価格で買いたいと思いますか



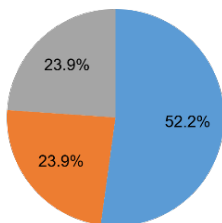
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

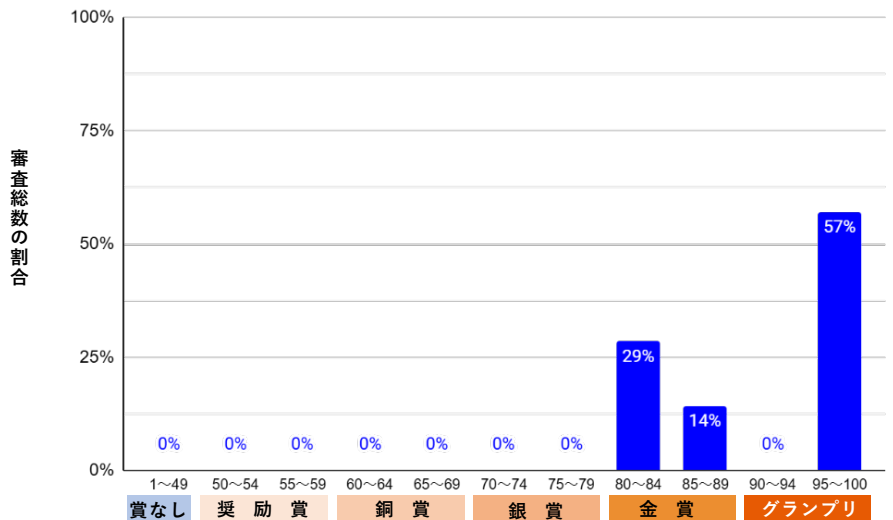
評価が高かった内容

ジューシーでしっかりボリュームもあり、食べ応えがある  
配膳時にソースをかける音が食欲をかきたてる  
良く焼いてあるので柔らかさと歯ごたえもあり、食べやすい  
ナイフを入れるとサッと切れて、柔らかさを実感できる  
店内の床が清潔に保たれており、店内の清掃も徹底されている  
従業員は少数だが、テキパキとした対応と自然な笑顔が好ましい  
衛生管理の徹底やメニュー開発等、マネジメントが素晴らしい

評価が低かった内容

お肉自体に塩味がついているので、ソースをかけると塩辛い  
付け合わせがコーンとパスタだけで、全体の彩りが寂しい  
自然の牛肉の切身ではなく「人工的な霜降り肉」である  
店舗が地方都市や郊外が多く、都心部に無いので馴染みが無い  
使用する多くの食材の残留農薬検査を輸入業者任せは少し不安  
外国産牛肉の加工についての情報が少ない点は大きい不安  
ソースバーの取り皿の裏側に脂が付着していたのが残念

## 点数分布

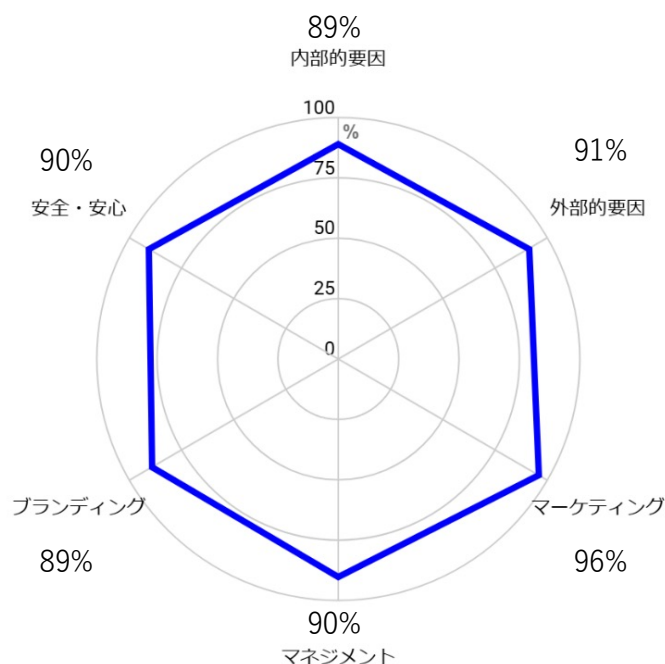


点数分布としては80点台が43%、90点台が57%となり高い評価を得ており最終的に金賞の獲得となります。ただ最終審査において宮ロースの素材自体にインジェクション加工という別の牛脂や軟化剤の使用による「人工的霜降り肉」に加工することが、アレルギーを持つ人や焼き方などでリスクがある点。また国内で黒毛和牛を育てる畜産業者や自然の牛肉の部位の切り身で勝負している他社に対して不公平との意見がありました。また消費者に対しても「加工肉」自体の安心安全な牛肉である点の情報提供や情報公開がまだまだ弱く理解を完全に得られていないとの指摘もありますが、今後は顧客ロイヤルティの獲得を目指してさらなる改善と品質向上の努力を期待したいと考えます。

# 審査レポート

## ■ 要因分布

要因分析については、80%台後半から90%台前半が多く唯一96%が最高点でバランスの良い六角形となりました。特にマーケティングはスープバーやサラダバーの充実、キッズメニューやデザートメニューの充実に加えて期間限定のキャンペーンの展開、デジタルマーケティングにも力を入れている点などが評価されています。外部的要因は店内の明るい色調や清掃が行き届いている点などが評価されています。マネジメント面や素材・安全性の面では、従業員教育の徹底による対応良さや効率的な店舗運営、衛生管理について内部監査や外部監査の徹底が評価されています。ただし素材の農薬検査や加工肉の安全・安心情報の強化に課題が残ります。特にインジェクション加工肉の使用については詳細でわかりやすい安全性等の情報強化が求められます。さらに80点台の内部的要因やブランディング面では着前時のソースの使用を顧客の好みに変えて欲しいとの声や全国117の店舗展開が地方都市や郊外に偏りがあり都心部への店舗展開を求める声が多くみられました。



## ■ 総評

出展企業である株式会社アトム様は、コロワイドグループの中核でもある外食産業の企業で日本国内に多数のレストランチェーンを展開・運営している企業です。その中でもステーキ宮は人気のあるステーキレストランチェーンとして知られています。ステーキ宮は近年ではファミリー層や女性・高齢層の顧客からの支持が多いですが、幅広い層をターゲットにしたマーケティング展開を現在展開行っています。特に現状に甘んじることなくデジタルマーケティングの活用や健康志向とサステナビリティなどのトレンドを顧客ニーズとして捉えて日々研鑽されている点には敬意を表します。

今回のスペシャルティ対象であるステーキ宮の「宮ロース」を試食した際に、先ずは係の方が配膳時に自慢のソースをかける時のジュワーとした音が食欲をかきたてるとの声が多く聞かれました。

また試食した宮ロースは140gとしっかりボリュームもあり食べ応えがある。ナイフを入れるとサッと切れ、口に入れて柔らかさを実感できる。さらに良く焼いてあるので柔らかさと歯ごたえもあり食べやすいとの多くの評価があります。消費者目線からは、お肉料理は脂が飛んで店内が汚れたり滑りやすくなるお店が多いが、同店は店内の床が清潔に保たれており店内の清掃も徹底されている点が素晴らしいです。また店内の従業員は少ないように見えたが、係の方のテキパキとした対応と自然な笑顔が好ましいとの声が多数ありました。さらに、安全衛生管理の面でマニュアルの徹底やトレサビリティ管理の徹底は好評ですし、定期的な内部監査と第三者による外部監査をされている事による安心・安全は好印象です。また定期的なメニュー開発やキッズメニューやデザートメニューも充実している点にも惹かれます。さらに期間限定のキャンペーンやソーシャルメディアや公式WEBサイト、アプリを活用したデジタルマーケティングの展開が素晴らしいとの評価が多くありました。

ただ、いくつかのネガティブな意見もあり消費者に伝わり切れていない点は今後の課題や改善点と捉えています。まず第一に外国産牛肉のインジェクション加工についてもっとわかりやすい表示と注入している物質の安全性の詳細な説明が求められます。今後は加工肉以外のリーズナブルで良質なメニュー開発も求められます。また使用する食品や素材の残留農薬検査は輸入業者が実施という点に関してトレサビリティ管理を実施との説明がありましたが、サラダバーやスープなど多数の野菜や素材を使用されている点からもしっかりとした検査による改善が必要とする意見が多いのでご検討ください。ブランディング面では他の競合レストランチェーンと比べてまだ知名度が低く、現状の出店戦略が地方都市や郊外に偏る傾向が見られるため首都圏中心部や都市部への出店強化が今後の課題だとの意見も多くありました。

出品された宮ロースはすでに完成度は高いですが、今後の可能性と更なる品質向上を期待します。



〒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