



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート



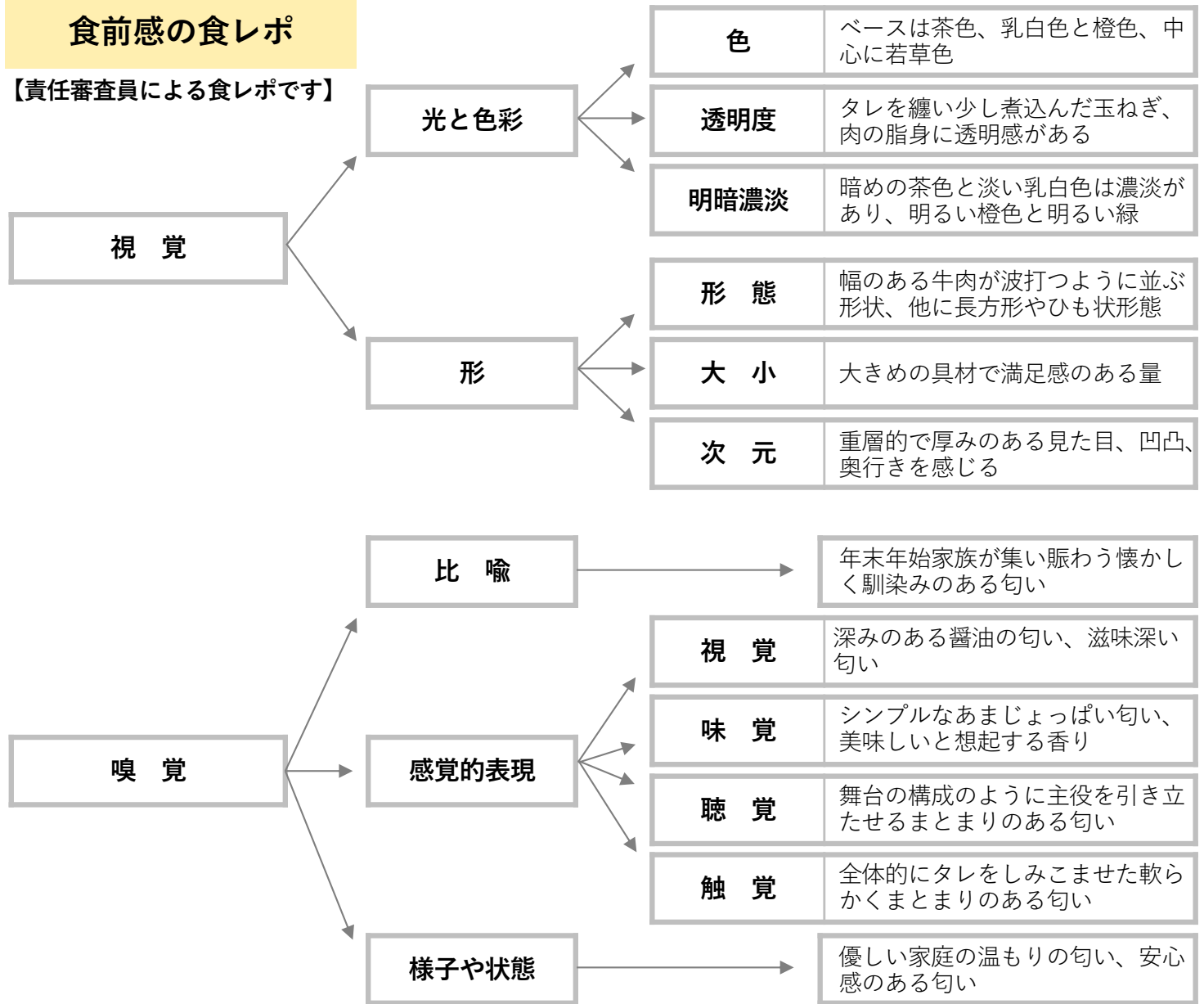
食の情報の専門家
一般社団法人
日本フードアナリスト協会
Japan Food Analyst Association Certified



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

見た瞬間にそれは、どのような味覚なのかを想像することができる外観とネーミングでした。商品が目の前に現れてからは、まるで舞台を見るかのように考察したくなるビジュアルや火の演出から食べる前にワクワクし高揚しました。

まず目に入る主役の牛肉は鍋の半分を覆うほど威厳あるボリュームで存在感に圧倒されました。脇役でありながら主役を引き立たせる役割を担う具材は大きく、バランスよく並び、春菊の代役かのようなニューフェイスは、踊り立つフレッシュな豆苗でしっかりと役割を果たし、見た目のビジュアルから想像を掻き立てられたことで興味を持たずにはいられませんでした。

しっかりとした具材が鍋の表面を埋め尽くし、ボリュームも満足の量だろうと感じました。深みのある、あまじょっぱい匂いは、まさに王道のすき焼きの香りに間違いなく更なる期待感も増しました。

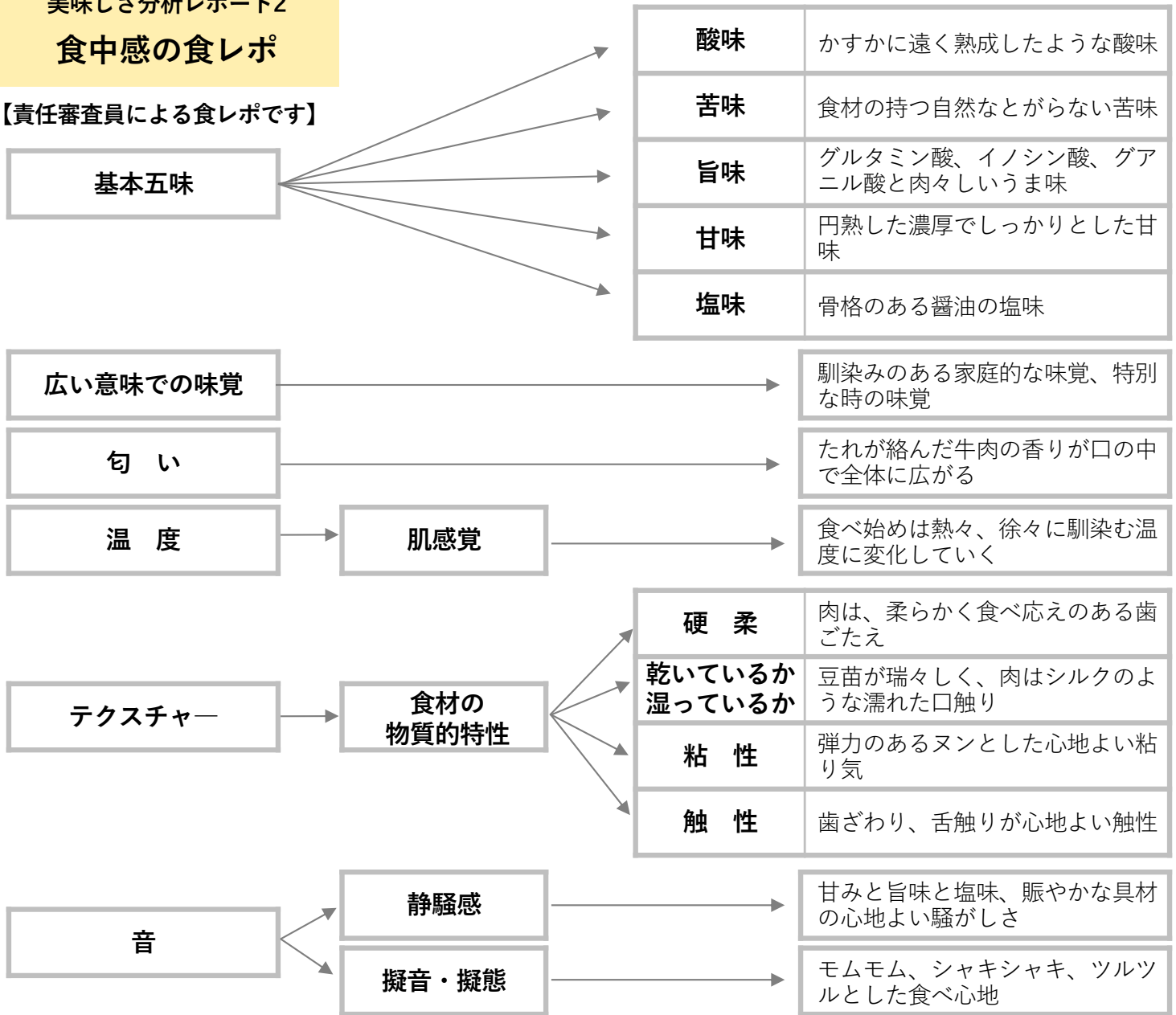
五徳の火でグツグツと煮える鍋、上がる湯気はシズル感を醸し出し、キャンプファイヤーのような劇場感で食前感を視覚で演出し、香りは嗅覚を刺激し、イメージ味覚の世界から飛び出し“早く食べたい”と心躍る衝動に駆られました。



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

熱々をフーフー冷ましながら食べるという動作も馴染みのある味覚もとても安心感がありました。湯気に囲まれながら牛肉と具材の織り成す香りに誘われ、一口目から牛肉を頬張りたい気持ちは譲れませんが、踊り立つ豆苗を一本どうしても口にしてみたい衝動に駆られました。口に入れるとフレッシュな豆苗がほのかなうま味と爽やかな苦みで新鮮な驚きでした。

牛肉は噛み応えがありながら、ふんわりとシルクのようなしっとり感で、まさに至福の時間を満喫した食中間でした。たれの染みたきしめんは程よい太さもあり、一気にゴールをつまみ食いしたようなお得な気分になりました。基本の出汁から感じる三大旨味要素に牛肉の旨味であるアミノ酸（グルタミン酸塩）、赤身肉に多い核酸の一種であるイノシン酸が加わり更に旨味を相乗作用で上げ、甘味もしっかりとした味覚を感じました。生卵をつけて食べることで又違った味わいも堪能できます。

牛肉はもちろん、様々な具材たちが賑やかに引き立てているので食べ進める楽しさもあります。最後の締めにくるうどんも入っていて全てが出揃った、スタートからゴールまでが堪能できる「牛すき焼鍋膳」は、一つの完成した料理であり王道の味を再現していることが素直に“おいしい”と多くの人ができる理由となります。



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

最後まで馴染み深い味覚で口の中を潤してくれ、飽きずに食べ進めることができ余韻も楽しめる

気候・地域

日本人が好きな「あまじょっぱい美味しさ」は親しみがあり、家庭の味でもあり、格式もある国民の味。冬が出番で心と体を温めてくれる存在

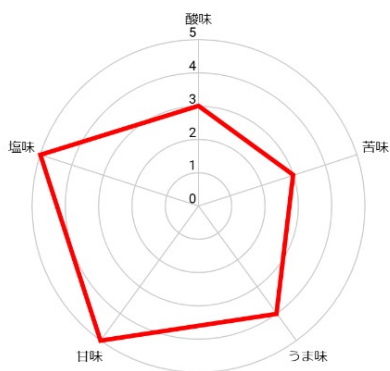
食経験・食習慣

仕事仲間と成功を称えあった時のランチ、辛い時に鍋をつつきながら悩みを打ち明けた時のランチ、家族が集まり賑やかな団欒の時、どんなシチュエーションも牛すき鍋が救ってくれた思い出の冬のエネルギーフード

健康・生活様式

寒くなり始めた季節には、又【牛すき鍋膳】が食べられる期待感がある。野菜も肉も摂れ、栄養バランスが良い。日本人の生活様式に合う

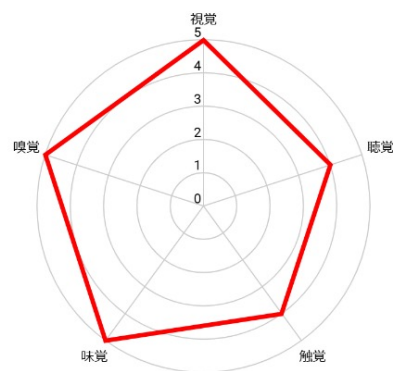
基本五味の
レーダーチャート



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	3
苦味	3
うま味	4
甘味	5
塩味	5

広義の味	評点
エキス味	5
出汁味	4
飽きのこない味	4
まろやかな味	4
懐かしい味	5

五感	評点
視覚	5
聴覚	4
触覚	4
味覚	5
嗅覚	5

1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

食べる前からどのような商品なのか想像でき、嗅覚で感じる馴染みのある香り、噛めば噛むほど口中に広がる牛肉とたれの絶妙な旨味に視覚、嗅覚、味覚を刺激します。特に牛肉と玉ねぎの相性は抜群で大ぶりの玉ねぎは、選んで口に入れたいと思わせるほどでした。最後の締めにもなる、麺はうどんの形状をイメージしていましたが太めのきしめんで登場、自信満々に主張していて食べ応えがありました。生卵をつけて味に変化をつけながらご飯も進み十分に満たされました。

2013年以降の「うまい・やすい・ごゆっくり」をコンセプトにブラッシュアップしてきた「牛すき鍋膳」は、期待通りの裏切らない味でした。そこには研鑽を重ねてきた姿があり感銘を受けました。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

商品をイメージできるストレートなネーミングで好感が持てます。目の前に現れた商品はライブ感のある演出でワクワクし、大ぶりの牛肉が波打つように並ぶ姿は圧巻です。色どりも良く、ぐつぐつと煮える鍋を演出していて臨場感がありました。

【牛すき鍋膳】という商品名にすることで一目で分かるので、女性のお客さんも注文しやすく訴求性があります。又、お新香や卵が付いてくるのも嬉しいポイントです。ただ、卵の配置が食べにくい場所にあった点があったいなさを残します。位置は手前側の食べやすい場所に配置する、エプロンを商品と一緒にお渡しするなどの心遣いがあると「美味しいものをごゆっくり」の想いをお客様により一層伝わります。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

栄養、価格、時間、美味しさのバランスが良く、一つで完結させられるというインパクトは忙しい現代人の多くの人にニーズがあります。理解しやすい商品でもあり、トレンドの波がないと言っても過言ではないほど安定した人気です。

特に“ハレ”の日の食事として昔から親しまれてきた”牛すき焼き“が手軽に楽しめるというのは、とても魅力を感じます。冬の定番食ですが特別なもの・高級なものという印象がぬぐえないところも、コストパフォーマンスの良さで打破していて消費者として価格・味・量の観点からも満足できます。

昨今の健康志向の高まりからもバランス栄養食としてもしっかりと味わえ、更なる需要があると感じます。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

自社ホームページは、とても見やすく躍動感があり、自社ECサイトではメインの牛丼の具を購入することができるなど、身近に感じることができるPR要因は高い水準にあると感じます。

「牛すき焼鍋膳」に関しては発売前ということでもまだ未告知ですが、時期を見てCMなどでも見かけることになるのでしょうか。CMでは、モデルの藤田ニ科尔さんがキュートに食す姿が好印象です。昨今、牛丼チェーン、すしチェーンなどでCM起用の洋服が品切れになることで別の話題性になることもありました。モデルの強みを活かしたバイトの藤田ニ科尔さんが休日に「牛すき焼鍋膳」を召し上がる姿も見てみたいと思います。今からどのような広告戦略になるのか発売時期が待ち遠しく注力しております。

5. ブランディング要因

牛丼チェーンとして最も歴史が長く老舗であり、「肉がおいしい」「つゆがおいしい」「値段が安い」「提供までの時間が早い」と吉野家ブランドは広く浸透しています。“牛丼といえば”で、すぐに分かるほどの認知度です。また、共に歴史ある有田焼の【吉野家どんぶり】はコレクターがいるほどファンに愛されています。どんぶり口縁は5mmで口触りが良く、軽量、手に馴染む丸み、装飾を目盛りにすることでご飯の量を目視化するなどの工夫があり、よく考えられています。高台に「吉野家」を象徴するロゴマーク、桜や菊、格子といった有田焼独特の伝統柄と色使いで描かれ、「おいしいものを上質な器で」という創業者のポリシーが今も息づいているのを感じ、これからもファンに愛され続けるのであろうと確信します。

6. 素材・安全性・その他

素材の牛肉は、穀物肥育にこだわり赤身と脂身（6：4）の割合を計算しスライスする厚さを1.3mmに規定するなど「吉野家スペック」が「ジャパンスペック」として米国農務省の規格になったのは、均一な商品を提供するための画期的な取り組みであり、社会における貢献度は高く、複数の組織・チームで何重にも「安全性」を支えている姿に感銘を受けました。更に舌触りのために熟成肉にするなど時間をかけ、選び抜いた食材をこの価格で提供することの偉大さは想像をはるかに超え、消費者を裏切らない企業努力の賜物だと言っても過言ではありません。その裏支えがあるからこそ安心して、女性客や子どももリピーターするほど幅広い層に支持を得られているのが納得できます。

審査レポート



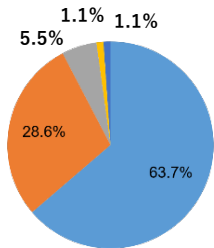
商品名 牛すき鍋膳
 評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第80回 (2024年10月)

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。

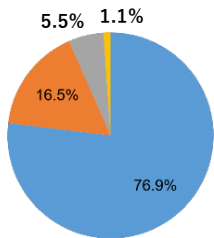
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
 ■ あまりない ■ ない

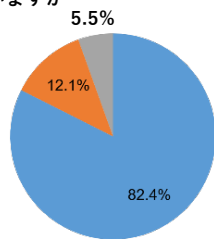
1 この商品に興味がありますか



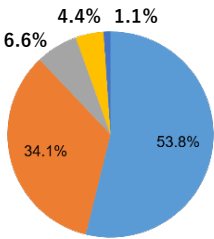
2 この価格で買いたいと思いますか



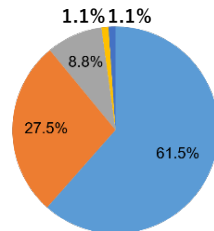
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

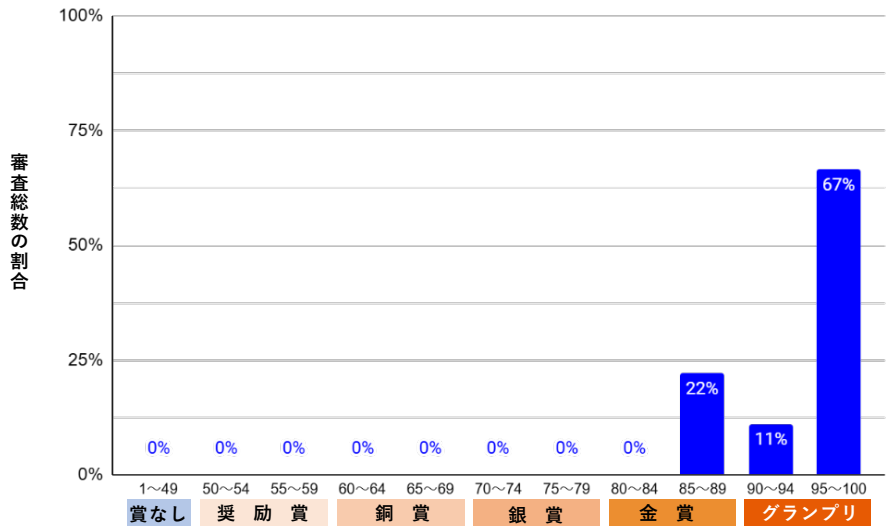
評価が高かった内容

素材と出汁の旨味があり、素直に美味しくリピートしたい
 美味しさが詰まったイメージ通りの味と香りで、安心感がある
 コストパフォーマンスが良く、気負わず食べられる良さがある
 五徳の火で臨場感があり、熱々を食べられる楽しさがある
 ボリュームがあり、具の種類も多く栄養バランスも良い
 分かりやすいネーミングなので、想像しやすく注文しやすい
 野菜も豊富で、生の豆苗は斬新なので見た目にも華やかで良い

評価が低かった内容

高齢の方や女性、子供には少し濃い味つけに感じる
 白滝や糸こんにゃく、葛切りの類も期待していたので残念
 キノコ類などの野菜がが入っているとバランスが良く感じる
 単一的な味で飽きやすいので、山椒七味などがあると嬉しい
 ブレンド米の品種の内訳や精米時期の記載がないのが惜しい
 単体で食べた時、ご飯の食味が気になった
 トイレの清掃、ハンドソープが切れていて衛生面が気になる

点数分布



点数分布として金賞相当が22%、グランプリ相当が78%を占めた結果、総合評価95%で【グランプリ】となりました。グラフが高得点に寄った理由として、性別や育った地域による嗜好に影響をうけることなく老若男女から愛される馴染みのある“味”“見た目”“香り”のクオリティーの高さが多くの人の共感を得たことが挙げられます。アンケート結果からも9割強の人が「ターゲットにする客層は多いと思う」と答えているのを見て商品幅広いターゲット層は非常に強みと言えます。他にも「この価格で買いたい」というアンケート結果からコストパフォーマンスの良さも高得点に至った結果だと考えます。

審査レポート

■ 要因分布

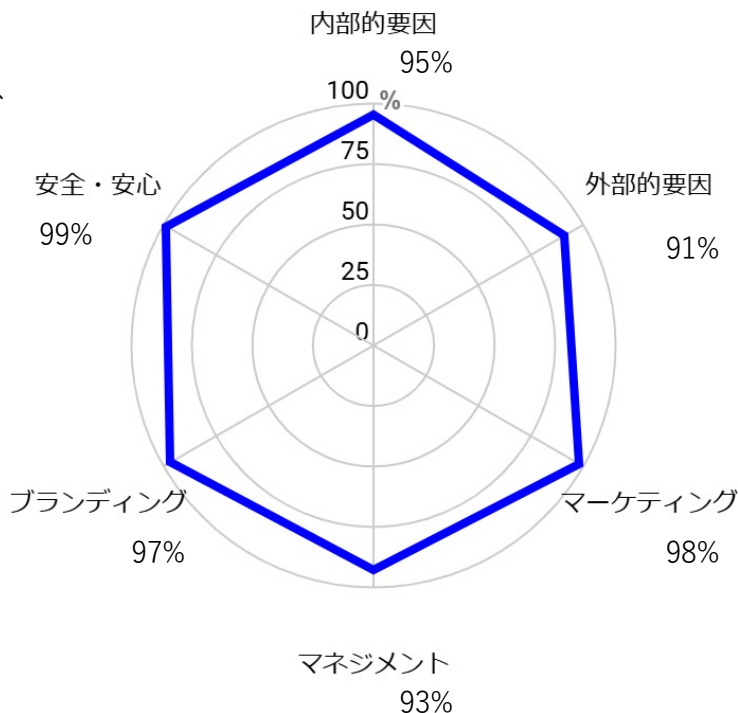
要因分布として、91%から99%の範囲に分布し、全体的に大きな六角形となりました。

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95%、市場・トレンドから構成される「マーケティング要因」98%、素材・安全性からなる「安全・安心要因」99%です。穀物肥育にこだわった牛肉やバイヤーが吟味する玉ねぎ、マニュアルに基づく衛生管理や「HACCP」に基づく監査や衛生点検、農薬検査有りなど企業の安全管理を怠らない姿勢が伝わり高評価となりました。

「ブランディング要因」に関しては、100年以上の歴史を刻む吉野家ブランドは、ゆるぎなく誰もが知る牛丼チェーンであることは言うまでもなく高評価で97%でした。

一方、「外部的要因」が91%だったのには見た目の評価としてオペレーション重視に感じたという意見もあり若干評価が割れました。

マネジメント要因では、まだ未発売の商品であることから考慮した結果となりました。



■ 総評

まず初めに「うまい、やすい、はやい」を掲げ「社会のニーズを満たすため」「人のため」を思い続け躍進し続ける姿勢に敬意を表します。

創業125年の歴史を持つブランド企業で確固たる地位を築いているにも関わらず、企業としての役割を担い「人類の幸せに貢献するため」に存在するという姿勢は、同じ日本人として誇りに感じます。

「牛すき鍋膳」は日本人でこの味覚を知らない人は、いないのではないかと思うほどポピュラーで多くの人に理解を得られる国民食「すきやき」がベースであり、700円台というコストパフォーマンスの良さを実現していることに、消費者として感謝しかありません。

オペレーションは、何度も試行錯誤してきた様子も垣間見え吉野家ブランドの「うまい、やすい、はやい（提供）」を実現していると感じました。そして商品コンセプトである「うまい、やすい、ごゆっくり」の通りゆっくりと鍋を味わうことができる商品であり、商品名からも分かりやすく想像できる味覚だということも多くの人が受け入れやすい要因です。ライブ感があり、食べる前からワクワクし、食べ進める楽しさもボリュームも満足度が高く夢中になる商品でした。

主役である牛肉は、ふんわりとした口触りで飽きのこない赤身と脂身の旨さは秀逸です。バイヤーが厳選した大ぶりの玉ねぎとたれの浸り具合も絶品で審査員を魅了しました。

一口食した後の審査員の頷き具合からも老若男女に好まれるであろう「牛すき鍋膳」が、10周年を迎えた今も毎年の季節商品で、リピータが多いのにも納得できます。

一方、ネガティブな意見として「店舗トイレに対する衛生面の指摘」と「固形燃料が消えた後の臭いが食事の邪魔をする、気になる」「ブレンド米の配合や精米時期の表記などが残念」「具材について期待していたきのこと類、白滝などが入っていなかった」などの意見がありました。

固形燃料は食べ終わる前に消えてしまう為、どうしても臭いが残るのは否めないものの、せっかくの食事の時間を遮るのは勿体ないと感じました。具材については、女性客をターゲット層に増やしていくなら、もう少し薄味にし、鍋のカテゴリーであれば汁を増やす、糸コンや白滝、キノコ類などヘルシー具材を増やすなどの工夫があっても良いかと思えます。女性や子どもが食べ終わった後に喉が渴きすぎない目安であれば、更にファンも増加しリピート回数も増えることでしょう。

10月発売の「牛すき鍋膳」が発売されると毎年季節を感じるすることができます。心にも体にも嬉しい商品で、一人のファンとしてもこのグランプリ賞が確固たる証明になることを願います。



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 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