



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

あさの豚ハンバーグ



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

審査レポート



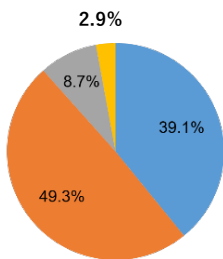
商品名 あさの豚ハンバーグ
 評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第87回 (2025年5月)

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。

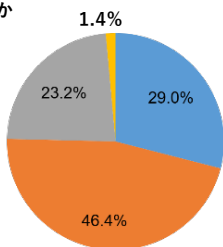
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
 ■ あまりない ■ ない

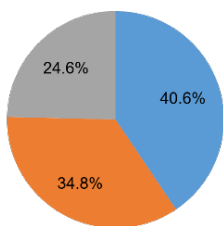
1 この商品に興味がありますか



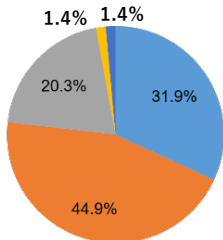
2 この価格で買いたいと思いますか



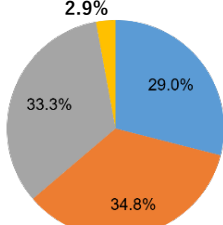
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

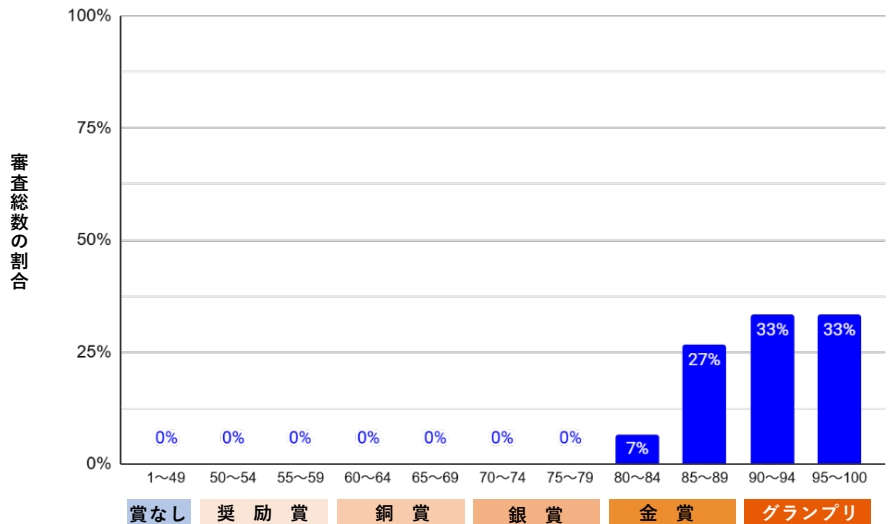
評価が高かった内容

自社農場で育てた豚肉の旨味を活かしたシンプルな味付けが良い
 弾力があり噛み応えも十分で、肉汁があふれてくるのが良い
 焼き目が見える真空パックで、見た目にも食欲がそそられる
 商品名に「あさの豚」が使われていてご当地感が伝わる
 健康志向、産地志向の層にもフィットした商品である
 顧客窓口などの対応も整っていて、顧客からの信頼性が高い
 飼料、育成環境を含む管理体制が明確で安心感がある

評価が低かった内容

味わいがシンプルに感じるためもう少し特徴を出した方が良い
 パッケージが「あさの豚」のみのためこだわりが分からない
 パッケージがシンプル過ぎてプレミアム感が伝わらない
 販売ルートが限定的で認知度がやや低いように感じる
 広報宣伝活動が限定されSNSなどの発信には改善の余地がある
 ビジュアル・キャッチコピー・経営理念の見える化がやや弱い
 安全性のより強いアピールや賞味期限の改善が求められる

点数分布



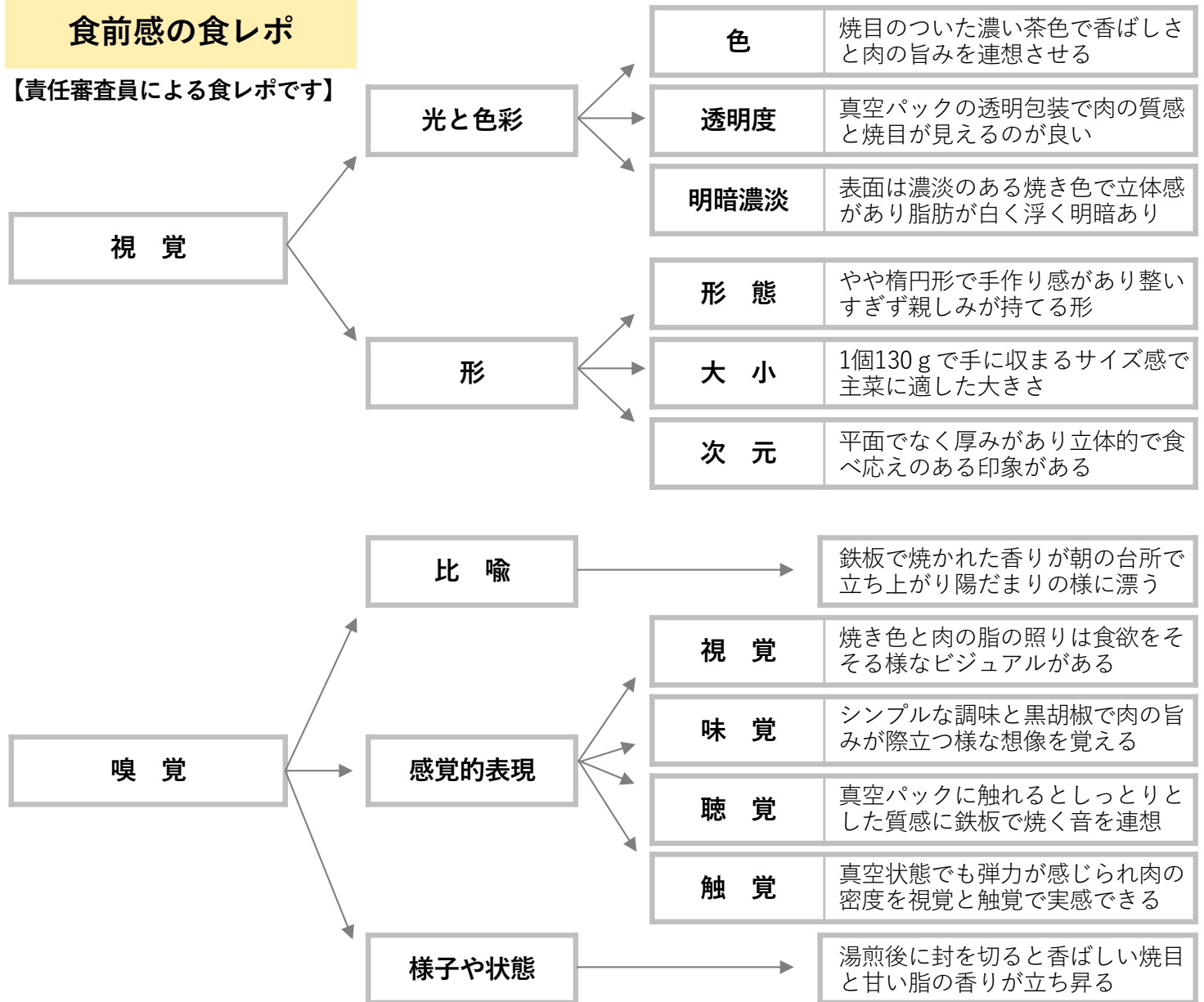
点数分布としてはグランプリ相当に66%、金賞相当に34%と高評価を得た結果、最終評点91点の【グランプリ】の受賞となります。理由としては、自社農場で生産されたプレミアム豚のくちどけの良い脂や独特な旨味を感じます。また使用しているスパイスもシンプルで豚肉本来の味わいを楽しめ、湯煎調理用に焼き目が見える真空パックにより視覚的な美味しさが演出されている点も好評です。Webアンケートにおいても概ね良好な結果となりました。



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

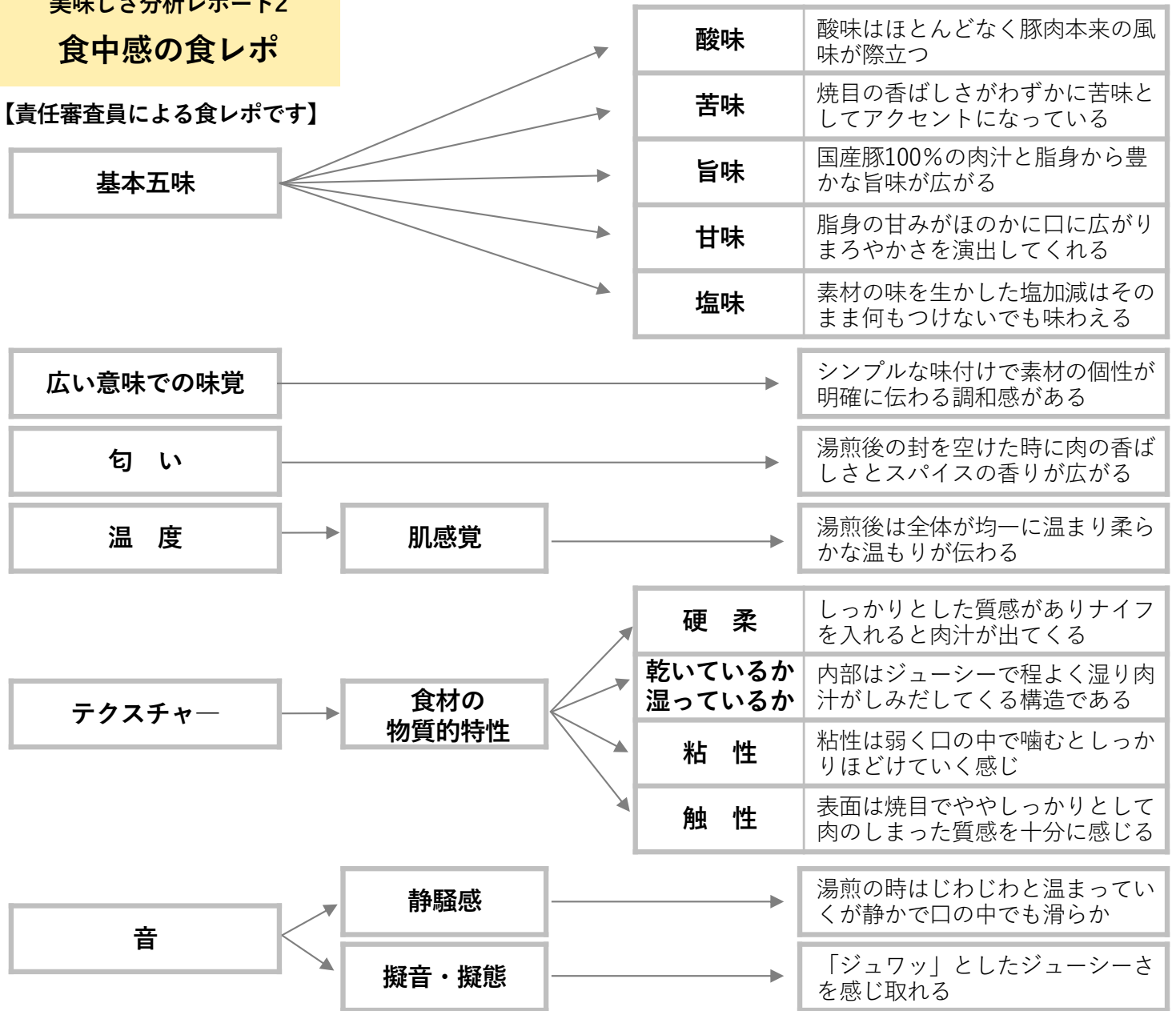
「あさの豚ハンバーグ」は、真空パックの透明包装で肉の質感と焼目が見える設計で、焼目のついた濃い茶色の色彩が特徴です。表面は濃淡のある焼き色で立体感があり脂肪の白い明暗があります。形は平面でなく厚みがあり立体的な印象を感じます。使用されている豚肉は「あさの豚」として自社農場で一貫生産されたもので、豚肉特有のクセが少なく、甘みを帯びた脂身が特徴とされており、封を開ける前から穏やかな肉の香りが想起され、真空パックであるため封を開けるまでは匂いは感じにくいものの焼き目の香ばしさやスパイスの芳香への期待が高まります。また冷蔵状態でもほんのりと黒胡椒やナツメグのスパイス系の香りが漂ってくるような感覚を覚えて食欲をそそります。湯煎した後に封を開けて瞬間に感じるのは、「ジュワッ」と広がる豚の脂の甘みと香ばしい焼き目の香り。これはシズル感に近く、家庭で手作りしたような安心感と満足感を演出してくれます。「あさの豚」の脂の甘い香りと焼き目の香ばしさ、胡椒のスパイス香が食欲を刺激して、早く食べたい思いが増してくるのは止むを得ないのかもしれませんが。



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

「あさの豚ハンバーグ」は、素材の良さを活かすシンプルな味付けがなされており、豚肉そのものの旨味と脂の甘みが自然に感じられる構成です。塩味は控えめですが素材の味わいを十分引き立てて何もつけなくても味わえますが、胡椒のわずかな辛味が味に奥行きを加えてくれます。酸味や苦味はほとんど感じられず、あくまで「肉自体の美味しさを引き立てる」ことに徹している点が際立っています。基本五味以外の要素も含めて、まるで手作りされたかのような、過不足のない味の調和があり、食べる人の記憶にやさしく残る味わいです。湯煎でも美味しく「再現性の高さ」も評価できます。テクスチャーとしては、外側は鉄板焼きによる香ばしい焼き目のパリッと感、内側はふっくらと柔らかく、ジューシーで適度な密度を持ちます。粘性は低く、口内では適度な噛み応えもあり食べやすく、小さな子どもや高齢者にも優しいテクスチャー設計といえます。咀嚼時の音は非常に控えめで、安心・信頼を与える芯のある味わいです。調理の簡便性と美味しさの再現性が高く、家庭用にもギフトにも適した逸品であると感じました。



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

後味は軽やかでくどさがなく、豚肉特有の脂の甘さがほんのりと残る感じです。シンプルな味付けにより香辛料の余韻がほんのり口内に残り、自然な仕上がりが好印象です。

気候・地域

栃木県さくら市という自然豊かな地域で育った豚は、ミネラルを含む地下水や厳選された飼料により、繊細な肉質と穏やかな風味を持ちます。栃木の気候と風土がもたらす良さを感じます。

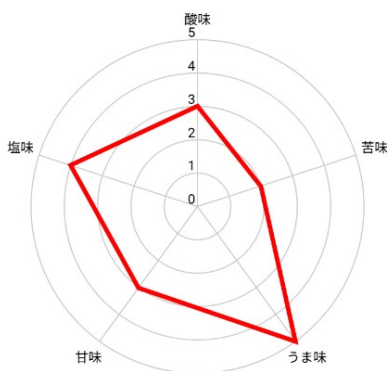
食経験・食習慣

和食にも洋食にも応用が利く汎用性の高いハンバーグであり、家庭料理との親和性も高いです。湯煎で手軽に温められ忙しい家庭でもストレスなく提供でき幅広い年齢層から好まれます。

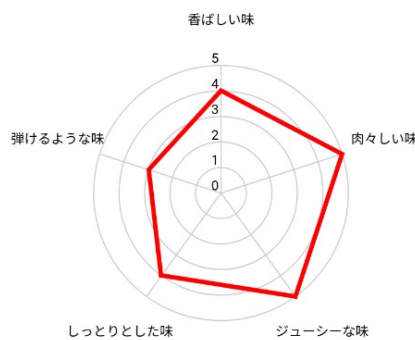
健康・生活様式

添加物を最小限に抑え、素材の良さを活かした設計は、健康志向の消費者に適しています。たんぱく質がしっかり摂取でき、しかも簡単調理という点で現代のライフスタイルにも合います。

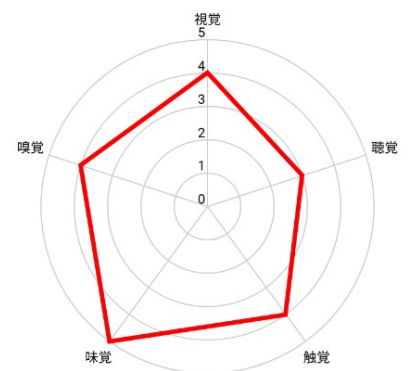
基本五味の
レーダーチャート



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	3
苦味	2
うま味	5
甘味	3
塩味	4

広義の味	評点
香ばしい味	4
肉々しい味	5
ジューシーな味	5
しっとりとした味	4
弾けるような味	3

五感	評点
視覚	4
聴覚	3
触覚	4
味覚	5
嗅覚	4



1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

自社農場で生産された豚の年間800頭のみを「あさの豚」として使用するという厳選された国産豚肉で作られたハンバーグという点や真空パックで加熱処理されているので温めるだけという簡単調理が評価されています。豚肉の味を楽しむ事を重視してシンプルな調味料で仕上げている点も好評です。ただ味付けがシンプルのため消費者によっては物足りなさを感じる可能性があるとの声や付属のソースが付いていないため味のバリエーションを求める消費者に対応した各種ソース付き商品の開発などを勧める声も多数あります。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

ネーミングがシンプルでわかり易いという声があります。またパッケージに湯煎調理向けの耐熱性の素材を使用している点や焼目が見える透明素材を使用して視覚的な美味しさの演出が好評です。ただパッケージデザインがややシンプル過ぎてプレミアム感が伝わりにくい点や外装からはブランドのストーリー性がつたわりづらいとの声も散見されます。よって高級感あるデザインの検討やQRコードの活用によりパッケージに農場・製造工程の動画や食べ方の提案ページへ誘導・リンクを付けるアイデアをお勧めしたいと思います。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

ターゲット層に共働き主婦層を意識し、家事の負担を減らせる商品設計やギフト用にも対応している点は好評です。また競合との差別化に対し、生産から加工販売まで一貫管理し安心安全・信頼性を確保している点やセブンイレブンの「金のハンバーグ」を参考に独自の工夫を加えている点も好評です。ただ販売ルートが限定的で認知度が低い点や価格がやや高めな点が指摘されています。よってお試しセットのNet販売やポップアップストア（期間限定店舗）を都市部の商業施設で実施し、認知度を上げてはいかがでしょうか。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

LINEや自社Webサイトによる情報発信によりファンとの関係性を維持している点や週1回の店頭販売、Net通販、地元の道の駅、百貨店のギフト用など販売チャンネルを限定してブランドの希少性を高める戦略は魅力です。ただ専任の広報担当者が不在で、情報発信が十分ではない点や広告戦略が不十分で認知度の拡大のスピードが遅くなる懸念が指摘されています。よってSNSマーケティングの強化（YouTubeで調理動画やレシピ提案）や影響力のあるフードインフルエンサーとのコラボで商品の魅力を広げる展開はいかがでしょうか。

5. ブランディング要因

飲食店や地元での限定販売により「ここでしか買えない」価値を付与する戦略や公式サイトでのブランド情報の発信などは好評です。ただブランディングが地元市場に留まり、全国展開の影響力が薄い点や消費者が「高級な豚のハンバーグ」と認識するまでの導線が現時点ではやや弱いのではとの指摘があります。よって今後は首都圏の有力百貨店とのコラボ企画などでプレミアム感を更に高める手法の導入や定期購入者に対する割引対応など定期購買サービスの導入などでファン層や固定客層を広げる施策展開はいかがでしょうか。

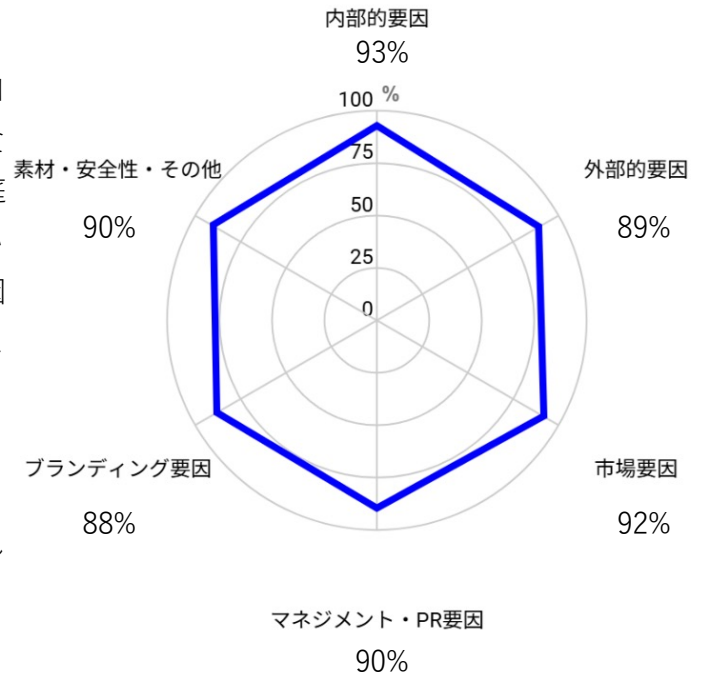
6. 素材・安全性・その他

HACCPの考え方を取り入れた衛生管理を実施し、保健所の指導による記録管理に加えてトレサビリティによる原材料の管理を徹底している点は好評です。ただ冷蔵では消費期限が14日と比較的短く、遠方へのギフト利用がしにくい点や比較的安全と言われる「ポリリジン」を保存料として使用している点など消費者の安心感に多少の懸念があります。よって瞬間冷凍技術による冷凍版の商品化と環境配慮型パッケージ（バイオマス素材や紙パッケージの活用）でサステナビリティ意識の高い消費者の獲得をご提案します。

審査レポート

■ 要因分布

要因分布については、特に内部的要因（93％）では、自社農場の豚肉を活かした旨味と五感に訴える焼き目や食感が評価され、市場要因（92％）においては共働き家庭や健康志向層にマッチした設計が高評価につながっています。一方、外部的要因（89％）とブランディング要因（88％）は、商品パッケージにやや改善の余地があるとの意見もあり、ブランドストーリーの明示で訴求力をさらに高める方策も考えられます。マネジメント・PR要因（90％）、素材・安全性その他（90％）では、トレーサビリティの明確さや運営体制の信頼性が評価されており、今後はSNSや販路拡大により更なる認知向上と顧客ロイヤリティの獲得が期待されます。



■ 総評

出品企業である有限会社あさの様は、栃木県さくら市にある生産から加工・販売までを一貫して手掛ける地域密着型の畜産企業です。特に生産された豚の約3割のみを「あさの豚」として販売し「美味しい水・美味しい餌・良い品種・良い環境」のこだわりによりブランド品質を維持・向上される姿勢に敬意を表します。今回出品された「あさの豚ハンバーグ」は、自社農場による一貫生産と良質な素材本来の旨味を活かしたシンプルな味わいが高く評価されています。また真空パックで加熱処理され、湯煎で温めるだけという調理の手軽さも魅力です。湯煎素材には耐熱性や焼目が見える透明素材を使用して視覚的な美味しさの演出は非常に好評です。さらにターゲット層に共働き主婦層を意識し、家事の負担を減らせる商品設計やギフトに対応した市場適応性、生産から加工販売までの一貫管理による安全性や信頼性の確保。自社Webサイトによる地元のファンとの関係性の維持や販売チャネルを限定したブランドの希少性を高めるマネジメント面まで非常に高い完成度を誇ります。製造や素材に関してもHACCPの考え方を取り入れた衛生管理や保健所の指導による記録管理に加えて、トレーサビリティによる原材料の管理の徹底と安心安全は好印象です。一方で、消費者に伝わり切れていない面も一部見られるので、今後に向けての検討課題としてご考察いただければ幸いです。例えば、パッケージの情報訴求力やブランドストーリーの発信に若干弱い点が指摘され、特に都市圏や新規顧客への訴求力強化が課題となるのではないのでしょうか。またSNSや動画などを活用した可視的な情報発信の強化、調理提案やアレンジメニューの提示、ギフト展開の明確化などが今後望まれる点と推察します。今後さらに優れた商品となるために「品質の見える化」「食卓での感動体験の創出」「共感型ブランディング」など、これらの点に注目いただければ幸いです。

すでに完成度の高い出品商品の可能性のさらなる向上を期待して、今回の総評といたします。



〒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