



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

---

審査レポート

---

国産牛タンハンバーグ



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 国産牛タンハンバーグ

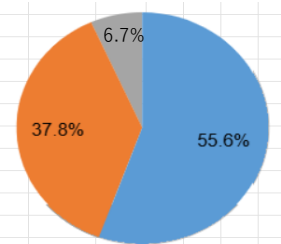
評価結果 受賞回・年月 第87回 (2025年5月)

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。

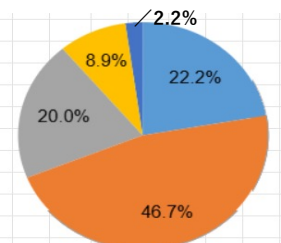
## WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通  
■ あまりない ■ ない

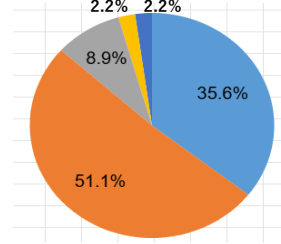
1 この商品に興味がありますか



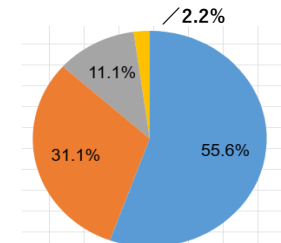
2 この価格で買いたいと思いますか



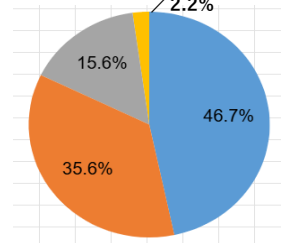
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

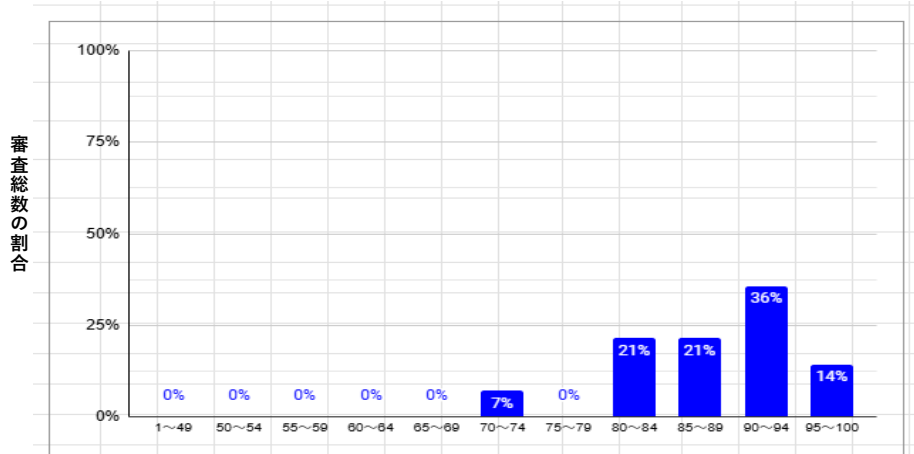
評価が高かった内容

粗挽き牛タンの噛むほどに広がる旨味と、ふわっとした長芋の食感  
牛タンハンバーグという名前がわかりやすい  
牛タン、野菜など全て地元産にこだわっている  
価格に対し、贈答用やご褒美ニーズにマッチ  
焼肉店としての経験を活かした開発ストーリー  
見た目の肉感、香ばしい匂い、噛みごたえのある食感  
折箱や金箔ロゴ、真空パックなどの工夫による特別感

評価が低かった内容

ソースや焼き方のガイドが欲しい。調理の最適化提案があれば良い  
現状はシンプルだが、高価格帯に見合うデザインには見えない  
パッケージに付いているQRコードのリンク先が開けない  
わかりやすいがやや平凡で、印象に残らない  
噛み切れない、固く感じた、高齢者には向かないかもしれない  
SNSやWebでの展開はあるが、探しても情報が出てこない  
ブランドとして育てる意志が見えにくい

## 点数分布



賞なし 奨励賞 銅賞 銀賞 金賞 グランプリ

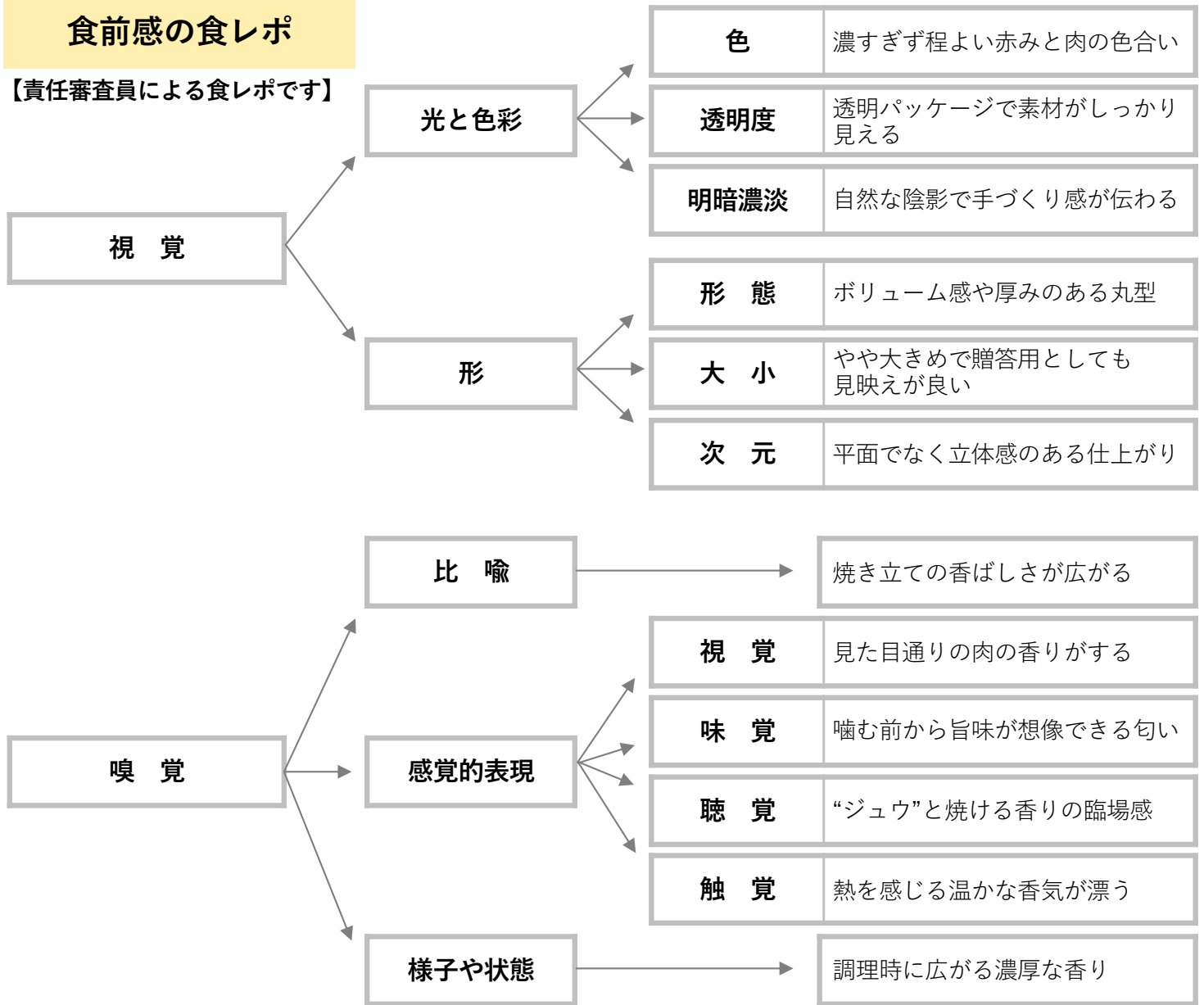
本商品の総合得点は全体で88%と高く、特に「内部的要因 (88%)」「素材・安全性 (88%)」「外部的要因 (88%)」において安定した高評価を獲得しました。牛タンの旨みと長芋のふわっとした食感、北海道産素材へのこだわりが審査員に強く印象づけられました。一方で、「マネジメント要因 (82%)」や「ブランディング要因 (82%)」は相対的に低く、今後は広報戦略の強化やブランド訴求の明確化が課題です。全体としては商品力の高さが際立つものの、情報発信面の強化でさらなる展開が期待されます。



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

「北海道産牛タンハンバーグ」の食前感は、視覚・嗅覚の両面において非常に高く評価されました。まず、「視覚的」には、焼き上げた際の美しい焼き色と、しっとりと艶を帯びた肉の表面が印象的で、「光と色彩」のバランスに優れています。焦げ目のコントラストが食欲をそそり、適度な明暗や濃淡が、加熱調理された食材ならではの豊かさを演出していました。また、整いすぎていない自然な「形態」も特徴的で、ふっくらと厚みのある「大小」や、立体的で奥行きを感じさせる「次元」等、手作業による温もりが随所に見られました。このことから、家庭でも店舗でも、「見た瞬間に食べたくなる」仕上がりであると多くの審査員が感じていました。次に「嗅覚面」では、牛タン特有の旨みを含んだ香りが、加熱による香ばしさと相まって、調理中から強く立ち上がるのが特徴です。実際に審査員からは、「焼肉屋の厨房を思わせるような芳香」「鼻先から美味しさが伝わってくる」といった比喩的かつ感覚的な表現が多く寄せられました。また、香りから「ジューシーさ」「やわらかさ」「肉厚な食感」などの食味や食感を想起させる意見も多く、視覚と嗅覚が連動して期待感を高めていることがわかります。

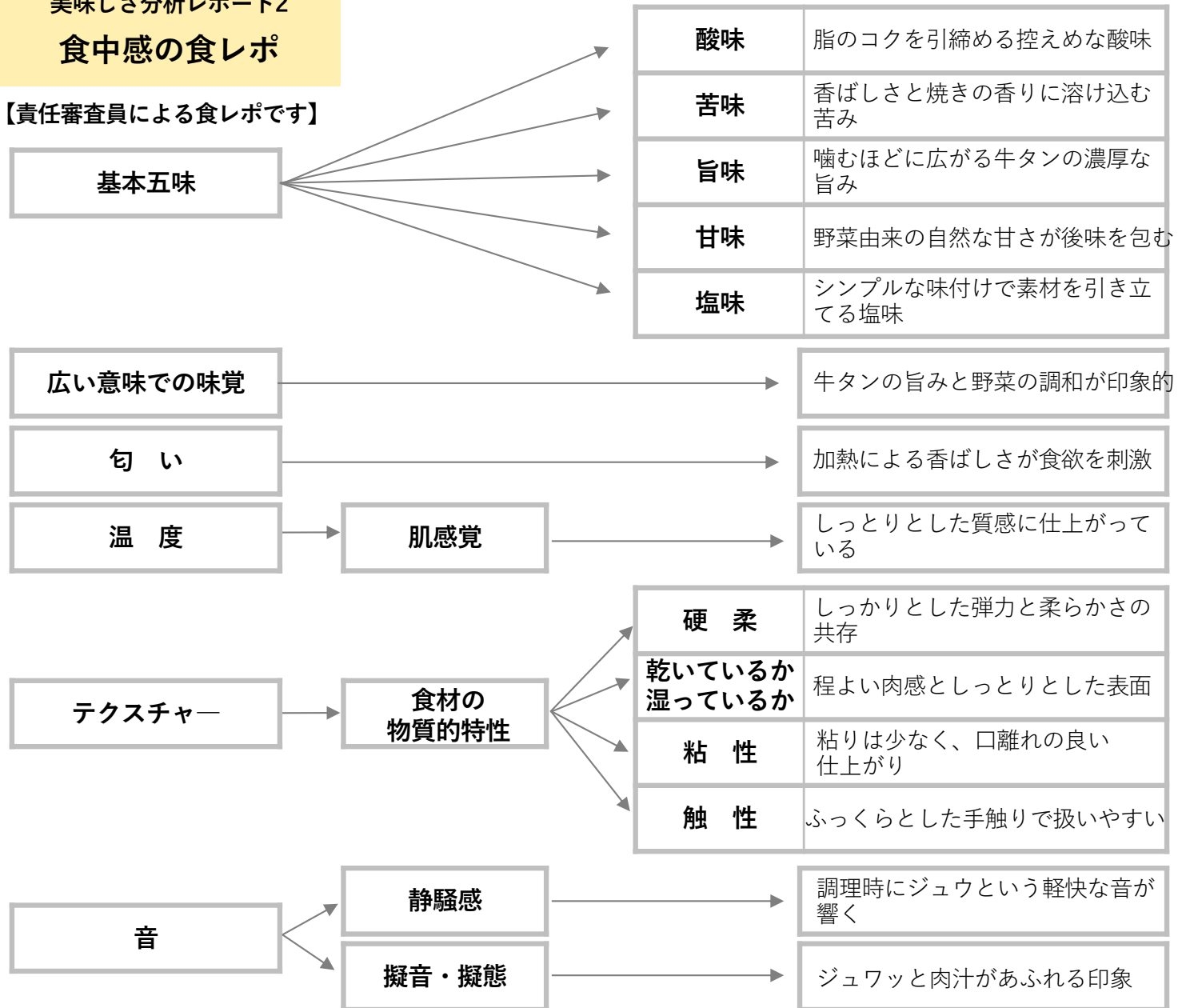
総じて、「北海道産牛タンハンバーグ」は、食べる前から消費者の期待を大きく膨らませる力を持っており、ギフト需要や高級志向の商品としてふさわしい高い食前感を備えています。商品力の一部として、視覚・嗅覚のデザイン性と訴求力をさらに強調していくことで、より一層のブランド価値向上が期待されます。



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

本商品「北海道産牛タンハンバーグ」は、食中の体験においても非常に高い満足度が得られる一品です。まず、第一口目から感じられるのは、牛タン特有の“コク深い旨み”と、しっかりとした“噛みごたえ”です。粗挽きに仕上げられた牛タンの粒立ちが、心地よい歯触りと共に、噛むごとに「じわり」と旨みを広げ、食べる喜びを増幅させます。加えて、北海道産の長芋が繋ぎに使われているため、ふんわりとした口当たりが加わり、軽やかな食感が最後まで続く点は特筆すべき要素です。特に、弾力のある肉質と滑らかな舌触りのバランスが秀逸で、食べ手の咀嚼リズムに心地よさを与えます。また、にんじんや玉ねぎのほのかな甘みも全体の味を支え、良いアクセントとなり、脂のコクと相まって飽きのこない設計になっています。香ばしく焼いた際に立ち上がる肉汁の香りや“ジュウッ”という音も食中の楽しさを増し、五感で味わう贅沢な食体験へと昇華されています。

一方で、人によってはややオイリーに感じる場合もあり、ソースの提案、香味野菜の添えなどで変化をつけられると、さらに幅広い層に受け入れられる可能性があります。総じて、家庭での「ご褒美ごはん」や、大切な人と囲む食卓にふさわしい一品であると評価されます。



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

牛タンの旨みが心地よく残り、脂も重すぎずすっきりとした余韻が続く

気候・地域

寒冷な北海道の食材らしく、身体を芯から満たす滋味深さが感じられる

食経験・食習慣

家庭では味わいにくい牛タンの贅沢感があり、特別な食卓体験として記憶に残る

健康・生活様式

手作業での無添加製造と素材の自然さが、安心感と健康志向に寄り添っている

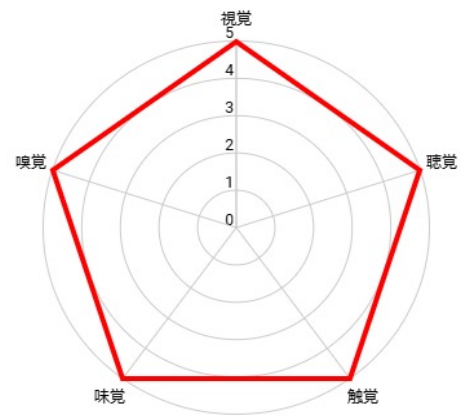
基本五味のレーダーチャート



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	5
苦味	5
うま味	5
甘味	5
塩味	5

広義の味	評点
懐かしい味	5
田舎の味	5
なじみのある味	5
病みつきになる味	5
家族の味	5

五感	評点
視覚	5
聴覚	5
触覚	5
味覚	5
嗅覚	5



# ジャパン・フード・セレクション 審査レポート

## 1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

本商品は、牛タンの持つ独特の弾力ある食感と、長芋や野菜の軽やかな口当たりが絶妙に調和し、味わいの完成度が高い逸品です。粗挽きの牛タンが噛むほどに旨みを引き出し、家庭では得難い味覚体験を実現しています。見た目もシンプルながら存在感があり、パッケージを開封した瞬間の期待感を高めます。特に「北海道産素材」「焼肉屋の技術」といったニュース性も評価されており、商品としての新しさとこだわりが伝わってきます。五感に訴える設計がなされており、特別な日の「ご褒美ごはん」としての位置づけにも適した商品といえます。

## 2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

本商品は、素材の価値を端的に伝える明快なネーミングで、視認性と信頼感を両立させています。一方で「十勝」や「黒毛和牛」といった強みが商品名やパッケージ上に記載されておらず、情報伝達の点で若干の物足りなさも感じられました。パッケージ自体はシンプルで高級感もあり、贈答用としての印象は良好です。ただし、QRコード読み込みのエラーなど、細部の実用性には今後の改善の余地が魅力はより高まると考えられます。

## 3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

ターゲット層は明確であり、40～60代の贈答利用層を中心に、「こだわりの逸品を贈りたい」層にマッチする商品となっています。また、プチ贅沢や家族団らん、ホームパーティー向けのニーズにも応える点が評価されました。価格帯はやや高めですが、牛タンという希少性と手作りによる付加価値を考慮すれば、適正と感じられる方も多いようです。調理の手軽さや冷凍保存の利便性も評価されています。今後は、「焼くだけ簡単」といったアプローチやレシピ提案など、消費者の購買意欲をさらに刺激する工夫が期待されます。

## 4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

経営陣の品質へのこだわりや安全性への配慮は高く評価されています。特に社長自らが商品開発や広報に関与している点は、現場との距離の近さと熱意の表れといえるでしょう。一方で、広報専任スタッフが不在であり、情報発信においてはSNSなどの活用が今後の課題とされています。InstagramやYouTubeなど複数の媒体は活用されているものの、商品単体の発信頻度や具体的な調理シーンの紹介が少なく、情報到達力に限界がある印象です。今後は、社外との連携によるPR体制の強化が望まれます。

## 5. ブランディング要因

「焼肉店の技術×北海道産素材×手作業仕上げ」というブランドコンセプトは、商品に明確な価値を付与しています。商品名やストーリーにこだわりが見える一方で、ブランドとしての一貫性や認知度の確立には課題が残ります。ロゴやサブネーミング、統一感あるビジュアル展開などによって、記憶に残るブランド構築が期待されます。また、ブランドの背景にある「牛タンの魅力を伝えたい」という思いを、消費者にも伝わる形で可視化する工夫が今後の差別化に繋がるでしょう。特定のシリーズ名での展開も視野に入れたいところです。

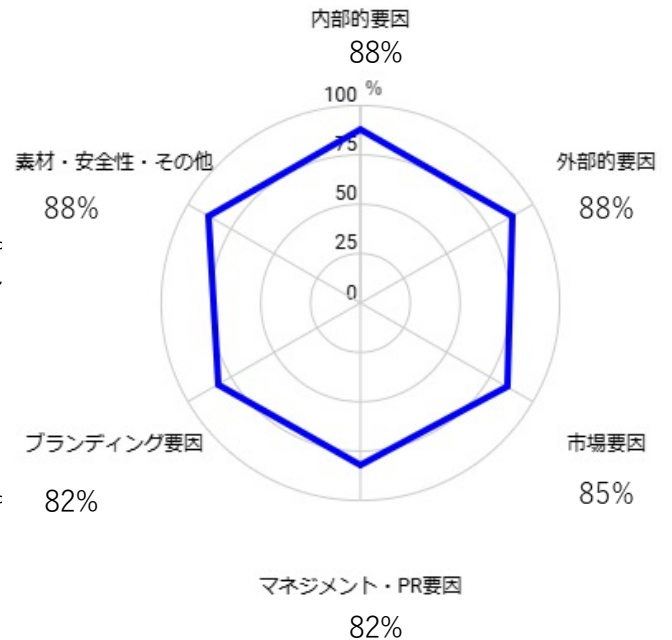
## 6. 素材・安全性・その他

北海道産の牛タンや長芋、にんじんなど地元素材を活かした設計は、安心感と地域性を兼ね備えています。保存料・着色料不使用に加え、ISO22000取得、トレーサビリティ管理など、安全面でも高い評価が得られました。家庭での加熱調理に際しても、説明の明瞭さや加熱ガイドの添付があれば、さらに安心感が増すと考えられます。食材の持続供給や冷凍技術の応用など、量産体制にも配慮されており、今後の販路拡大にも耐えうる品質設計がなされています。安心・安全を伝える情報発信の強化も期待されます。

# 審査レポート

## ■ 要因分布

全体として非常にバランスの取れた評価を得ており、五感への訴求や味の完成度、商品のストーリー性がしっかりと伝わり、食べた瞬間の満足度と食後の余韻の双方において優れているといえます。また、トレーサビリティや添加物不使用など、安全性に対する取組も高評価の一因です。一方で、「マネジメント・PR要因」および「ブランディング要因」はやや評価が伸び悩んでおり、広報活動の不十分さや、ブランドとしての打ち出しの弱さが課題となっています。具体的には、SNS発信の頻度や内容の質、またブランド名やロゴの印象等、今後の強化が期待される部分です。全体を通じて、商品のポテンシャルは高く、適切な情報設計と戦略的広報により、更に高い市場評価を得られる可能性を秘めています。



## ■ 総評

まず初めに、本商品を開発・製造された皆様の真摯なものづくりの姿勢に、心より敬意を表します。北海道産の厳選素材を用い、手間と工夫を惜しまず仕上げられた本品には、地域への愛情と職人魂が随所に込められており、高い品質とこだわりが強く伝わってきました。

「北海道産牛タンハンバーグ」は、全体を通じて非常に高い評価を獲得した商品であり、とりわけ「味」「香り」「食感」など五感に訴える魅力が際立っています。粗挽きの牛タンによる力強い食べごたえと、長芋が生むふんわりとした軽さのコントラストは秀逸で、食べる人に新たな感動を与える味わいでした。ギフト用途にも適しており、特別感と贈答価値の両立がなされている点も高く評価されました。

一方で、ネーミングやパッケージにおける情報設計や発信には改善の余地が見られました。さらに、商品背景には「焼肉屋のプロが牛タンの魅力を広く伝えたい」という明確なストーリーがあり、それが開発コンセプトから商品設計、素材選定にまで一貫して反映されている点も高く評価されました。このような商品ストーリーは、単なる「美味しさ」だけでは伝えきれない付加価値を生み出し、ギフト需要や「自分へのご褒美」を求める層にしっかりと響く仕上がりになっています。

今後は、十勝和牛使用の明記や、QRコードの接続先、SNSでの露出など、商品の魅力を補強し伝えるための工夫が求められるでしょう。価格帯に関しても、「ご褒美需要」には合致する一方で、日常使いへの導入にはやや高いとの意見がありました。とはいえ、商品の根幹には「地元の食材」「職人の技」「新たな牛タンの楽しみ方」という明確な軸が存在しており、今後の展開次第でブランドとしてのさらなる成長が見込まれます。

北海道産の高品質な中食として、全国市場でも十分通用するポテンシャルを有した逸品であると確信します。今後の進化に、心より期待を寄せています。



〒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