



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

荒挽きウインナー



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 荒挽きウィンナー

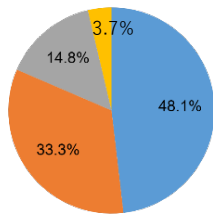
評価結果 グランプリ内定 受賞回・年月 第88回（2025年6月）

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。

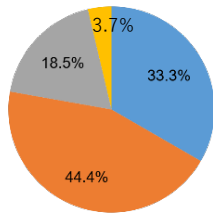
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

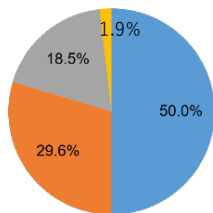
1 この商品に興味がありますか



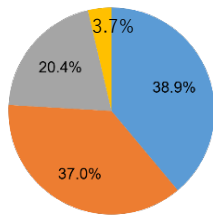
2 この価格で買いたいと思いますか



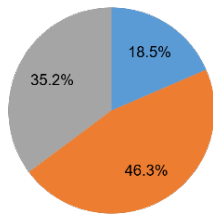
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

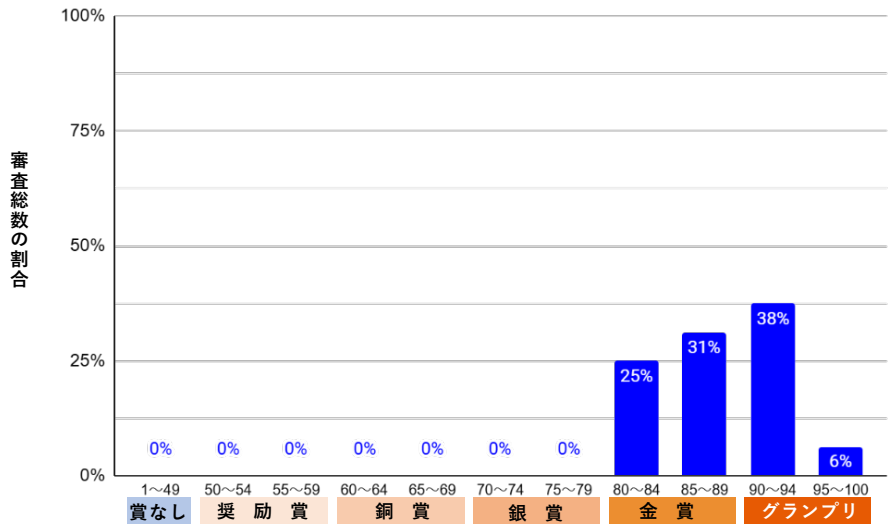
評価が高かった内容

自社ブランド豚「芙蓉ポーク」を使用した一貫体制
 シンプルなパッケージで中身の品質がわかりやすい
 品質にこだわり購買層が明確になっている
 変わらない味を守り続ける事への会社全体の意思が伝わる
 衛生や安全、安心に対する徹底した管理がされている
 地元密着で自社ブランドの価値を高めている
 塩分控えめ、低添加物による健康志向への意識の高さ

評価が低かった内容

商品名がシンプルなのでせっかくの品質が伝わりにくい
 パッケージがシンプルなので競合品との差別化が難しい
 トrendを大きく追わない方針のため、販路拡大がみえない
 広報活動が限定的で認知拡大に課題がある
 芙蓉ポークの特長をもっと発信してほしい
 高品質で製造されているので商品にその情報があると尚良い
 家畜の餌にも明記があると更に安心感がある

点数分布



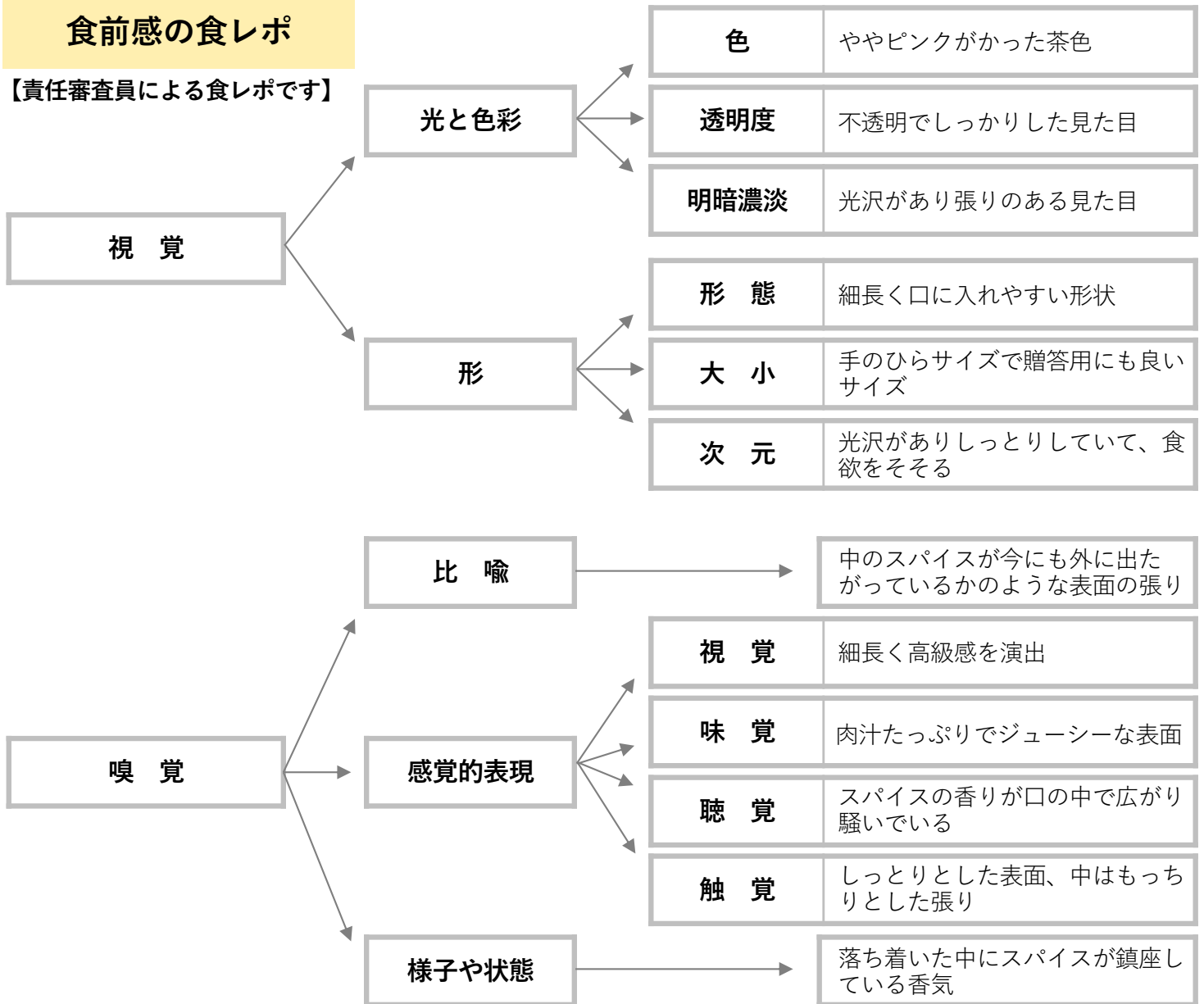
グランプリ相当が44%と高い割合を占めました。金賞相当においても56%と高い割合となりました。その結果、総合評価89%で【グランプリ内定】となりました。自社ブランド豚「芙蓉ポーク」の飼育から商品の製造まで一貫した生産体制が高く評価されました。アンケート結果では、USPにおいて38.9%が「とてもある」と回答しています。更に品質にも随所にこだわりが見え、変わらない味づくりが地元からも愛されている商品になっていると言えます。



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

本商品はシンプルで高級感のあるビジュアルを持ち、見た目にも食欲をそそります。全体的に茶褐色で落ち着いた雰囲気があります。表面にはしっとりとした質感を持ち、光沢があります。張り裂けそうなほどふっくらしており、中のジューシーさが見た目にもわかります。

スモーキーな香りとスパイスが合わさり、見た目のシンプルさからは想像できないほどの食欲を掻き立てられます。お肉が詰まっている張りのあるその皮の中は、まさしくスパイスと肉汁が激しく遊びまわっているかのようです。シワひとつない羊腸の皮はまさに本物で、伸縮性があり最大限にまで膨らんでいる状態です。

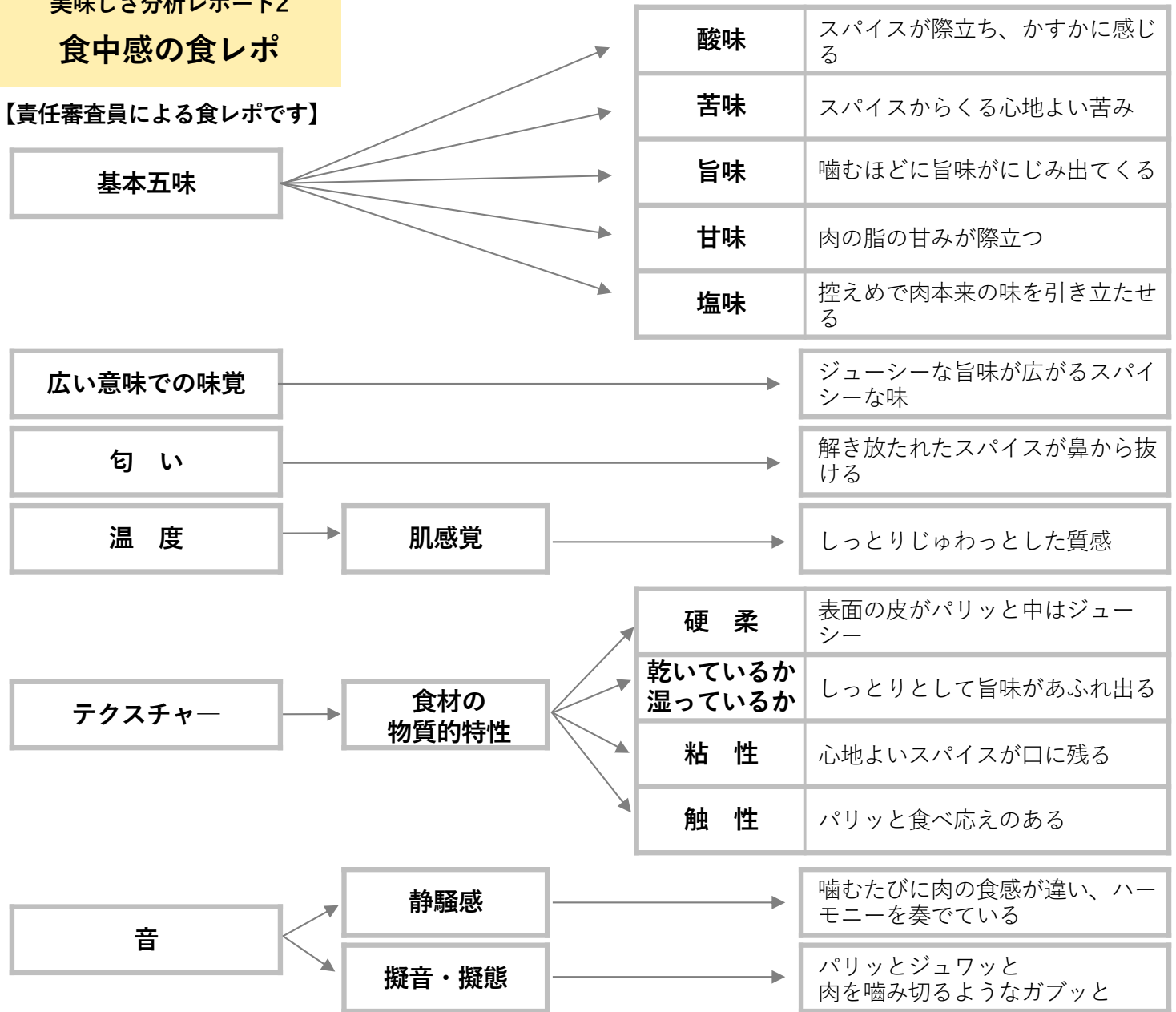
パッケージがシンプルでなじみやすい一方で、シンプル過ぎて競合品との差別化が難しい、との評価もありました。この見た目のふっくら感やスパイスの香りをどうにかパッケージや商品名に反映することができれば商品価値が更に高まる事と考えます。



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

人工のケーシングではなく羊腸で包んでいるので、皮がパリッとしていてとても噛み応えのある食感です。中から肉汁があふれ出てきます。周囲にまで肉汁が飛んでしまうくらいパンパンに膨らんで張っています。肉の脂がジューシーで甘く、芳醇なスパイスの香りと組み合わせたり、まるで口の中で肉汁とスパイスが遊んでいるような感覚です。お肉の挽き方にも違いがあるので、噛むごとに肉の食感が荒挽きの時はザクッと、細かい挽肉部分はジュワッと差があって楽しい食感です。商品名の「荒挽き」とぴったりなお肉の使い方となっています。

スパイスが程よく強すぎないのでお肉本来の味、甘みと旨味を感じることができます。

塩分控えめで非常に食べやすく、飽きが来ないのでいくつでも食べられてしまいそうな味付けとなっています。それでいてスパイスは程よくしっかり効いていて食感の違いもあり、食べ応えも満足できる商品となっています。



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

豚肉の甘みとスパイスの香りが余韻として残ります。塩分控えめなので、もっと食べたい、という欲求が掻き立てられます。

気候・地域

芙蓉ポークならではのまっすぐで優しい味です。島根の自然豊かな風景を感じさせる味わいです。

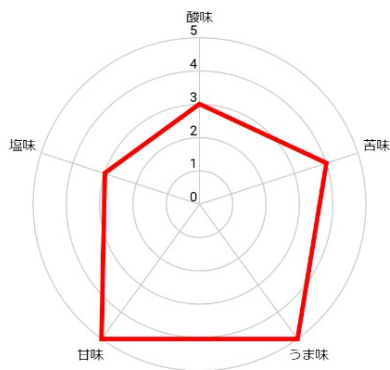
食経験・食習慣

小さいころからずっと食べ続けてきたなじみのある味ですが、そのグレードが高く贅沢な気分になれる味わいです。

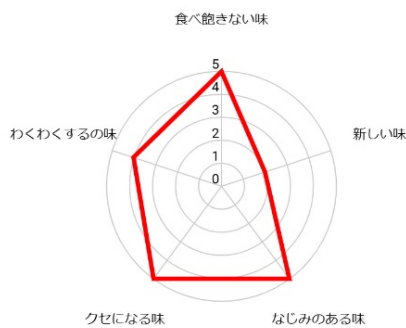
健康・生活様式

優しい余韻とたっぷりのお肉の甘みが、お祝い事などの贅沢な一品としてぴったりな味です。

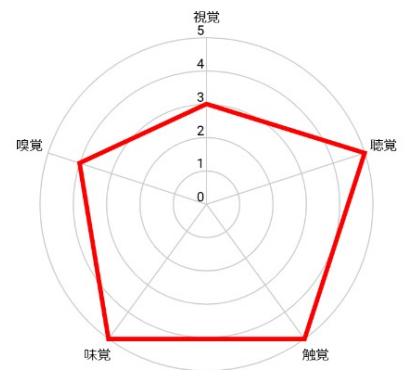
基本五味の レーダーチャート



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	4
うま味	5
甘味	5
塩味	3

広義の味	評点
食べ飽きない味	5
新しい味	2
なじみのある味	5
クセになる味	5
わくわくする味	4

五感	評点
視覚	3
聴覚	5
触覚	5
味覚	5
嗅覚	4



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）

本商品は自社で飼育されたブランド豚「芙蓉ポーク」を使用して作られており、その一貫した生産体制に「安心」や「こだわり」が見えて高く評価されました。また味付けは塩分控えめですが、スパイスも程よく効いていて、豚肉の本来の味や甘みを味わうことが出来ると評価されています。添加物を最小限にまで抑えて作られているところも評価されています。一方で味付けがシンプルという声もあり、味違いのバリエーション等が出てくることで、より選択肢が増えるのではないかと期待しています。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

本商品は150gと使いやすいサイズになっています。日常で食する場合や、贈答、お祝い事などにも活用できる汎用性の高いサイズと評価されています。また、見た目がシンプルなデザインでウイナーそのものの品質で勝負していることが高く評価されました。

一方でネーミングやデザインについて「シンプル過ぎる」、店頭で並んだ時に目立ちにくい等の声もありました。せっかくの拘り部分をデザインで表現できるとより一層販売が拡大できると考えます。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

本商品は品質にこだわりのあるお客様向け、贈答用や祝い事などの行事向けに對して的確な味付けと価格帯になっていると評価されています。塩分控えめなところもまた新たな健康志向の顧客獲得に期待できると考えます。変わらない味づくりに関して地域の地域に根付いた販売戦略が高く評価されました。

一方でトレンドに合わせてリニューアル等の調整もあってもよい、という声もあり今後は柔軟な対応に意識していくことが期待されます。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

高品質なブランド豚を使用していることや、変わらない味づくりをしていることが高く評価されました。地域と直接対話して意見を聞いていくその姿勢が素晴らしく、地域に根付いた商品、ブランドであることが分かります。オンラインショップや、ふるさと納税など多様な販路を持っていることも評価されました。

一方でクレーム窓口が未設置などの点が気になる、連絡先の明示や対応フローなどがあればよい、という意見もありました。

5. ブランディング要因

本商品は変わらない味づくりと「芙蓉ポーク」を使用し、地元で支持されていることがよくわかり、高く評価されました。商品に無駄な装飾が無いところも高級感を高めているとの声もありました。このブランド豚の品質を守り続ける会社の姿勢にも感銘を受けます。

一方では、広報活動が限定的であることが懸念点として挙げられています。今後は最近の流行のSNSサイトの活用やアレンジレシピ等の幅広い分野での広報活動を期待しています。

6. 素材・安全性・その他

自社で飼育されている「芙蓉ポーク」が島根県HACCP認証工場で育てられていることや、保存料不使用、他添加物の最小限の使用など、品質面において管理されていることが高く評価されています。飼育からウイナーまで一貫した生産体制も評価されていますが、この安心安全の管理体制が消費者にどこまで伝わっているか不明なところもあり、今後SNSなどの活用において、その点もアンケート等で調べていくのもよいと考えます。

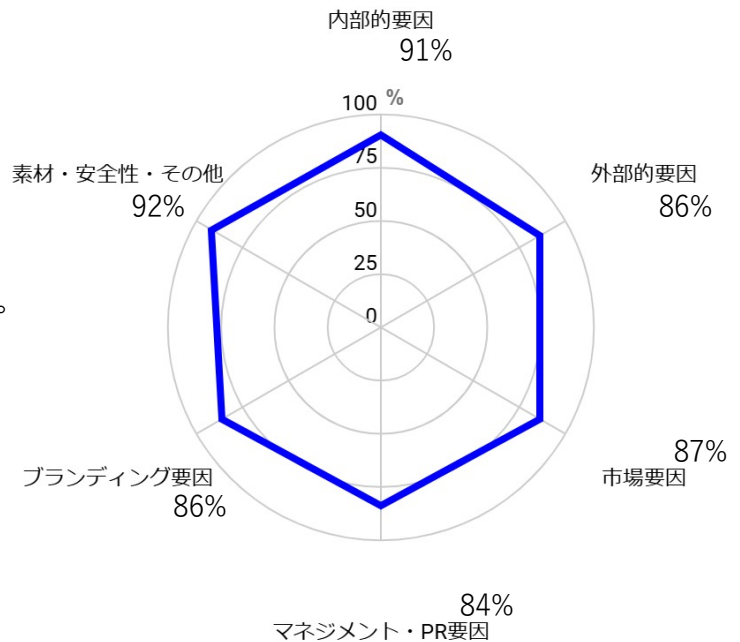
審査レポート

■ 要因分布

本商品は「素材・安全性・その他」において92%と高い評価となっています。自社ブランド豚の飼育からウインナーの製造まで一貫した生産体制が高く評価されました。また「内部的要因」も91%と次に高く、美味しい、や肉汁たっぷりといった点も評価された要因です。また変わらない味づくりへのこだわりにも感銘を受けました。

「マネジメント・PR要因」が84%と要因分析中で最も低い点となりました。自社ブランド豚へのこだわり部分がお客様へ伝わりにくい点やクレーム窓口が未設置などが挙げられました。

しかしながら、全体を総じてバランスよく高評価でした。今後の市場拡大とブランドの認知拡大に大きく期待できる商品であると考えます。



■ 総評

まずはじめに、本商品の「荒挽きウインナー」に関して「他所より美味しくなかったら敢えて自社で生産する意味がない」の言葉通りに変わらない味づくりを続けてこられた貴社の精神に深く敬意を表します。

自社で飼育された「芙蓉ポーク」を使用してウインナーを製造しているその一貫した生産体制に多くの審査員が高く評価しました。2018年に島根県版HACCP認証取得、2022年に農場HACCPの認証取得など徹底した品質管理もまた高く評価します。

味わいにおいては、芙蓉ポークの脂の甘みが強く感じられる設計となっており、塩分が控えめなところもまた健康志向の新たな顧客獲得が期待できる仕様となっています。スパイスの香りと豚肉の触感違いが口の中でハーモニーを奏でていました。余韻に残る柔らかなスパイスの香りが特徴で「また食べたい」と思わせる味わいでした。

味、品質において高く評価でき、変わらない味づくりで地元島根の消費者から愛されている商品や会社であることがうかがえます。地域活性においても貢献していると考えます。

一方で、パッケージや商品名においてはシンプルなどが懸念点として挙げられました。これは見方によっては高級感とも捉えることが出来て、難しい判断だと考えますが、複数の審査員から高級感や特別感、こだわりの部分がデザインでうまく表現できれば、更に販路拡大が期待できるという意見もありましたので、機会がございましたらご検討いただけますと幸いです。

これからも地元島根で愛され育ててきた「芙蓉ポーク」ブランドを大事に守り続け、伝統と革新のバランスを取りながら、多くの人々に愛され続ける商品や会社となることを心より願っております。



〒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