



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

フルーツセロリ



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 フルーツセロリ

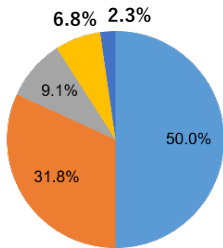
評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第88回 (2025年6月)

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。

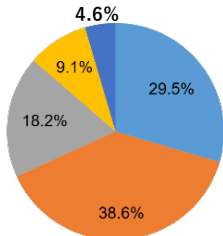
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

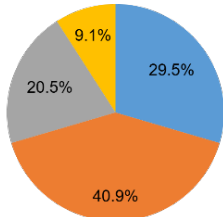
1 この商品に興味がありますか



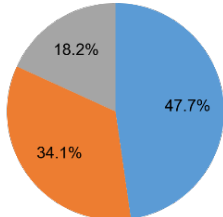
2 この価格で買いたいですか



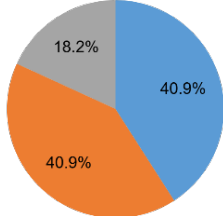
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

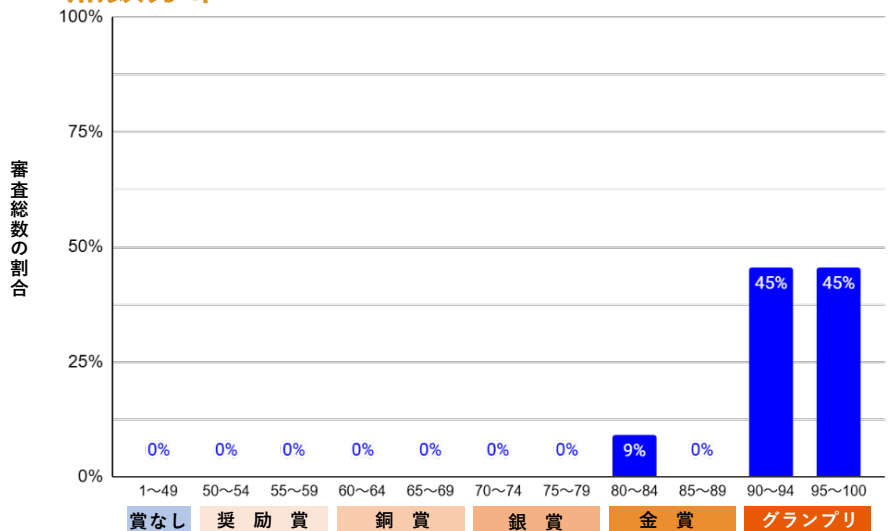
評価が高かった内容

色鮮やかで美しく、サラダなどに入れると見栄えが良い
 歯ごたえが良く、セロリ独特の青臭さ、えぐみが少ない
 葉もたくさんついていて、様々な料理に使える
 セロリの和名、加藤清正が日本に持ち込んだ等ストーリー性がある
 生産方法、栽培にこだわりがあり、安心できる
 清正農園をブランドとして浸透させようという熱意が伝わる
 他にはない甘さと美味しさで感動した

評価が低かった内容

フルーツと名前につくと、果物のような甘さを期待してしまう
 甘さより苦みのなさ、食べやすさをネーミングにはどうか
 栽培のこだわりや和名についてなど伝わりにくい
 セロファンがパッケージだと良さが伝わらない
 日本のセロリ発祥の地や清正セロリの名をもっとPRするべき
 全国の一般消費者が手に取る機会が少なく残念
 SNSや広報活動でさらに知名度を上げてほしい

点数分布



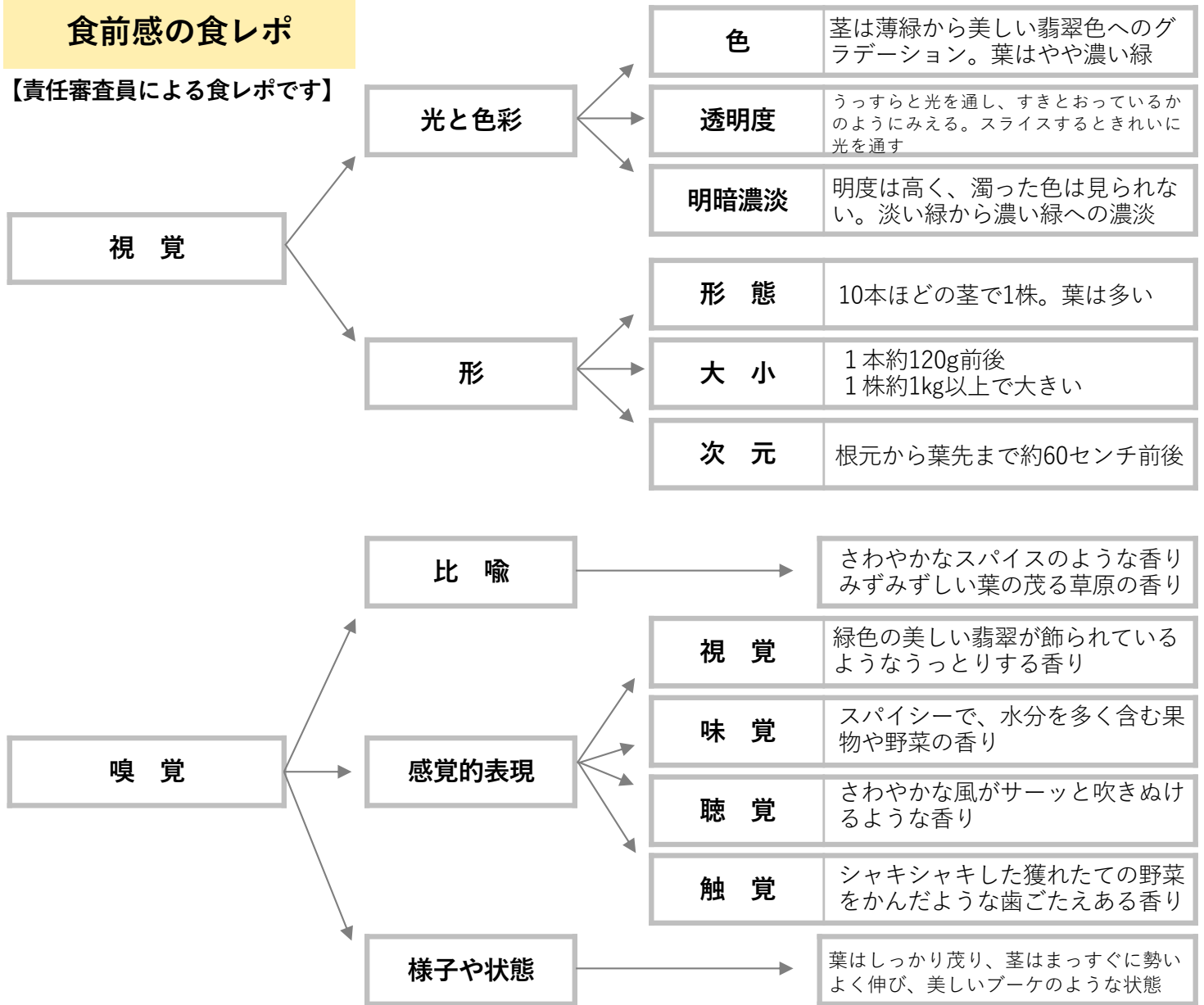
点数は80点台と90点以上のグランプリ相当に分布し、総合評価94点で【グランプリ】獲得です。味覚・嗅覚、ストーリー性に対する内部的要因は特に点数が高く、香り・味・歯ごたえ・見た目の美しさなど、どの審査員も高く評価しています。アンケートでは、80%以上が商品に興味がある・商品に独自性がある・買いたいと思わせるネーミングであると答えています。一方で価格に対しては、試食なしではやや高いと感じる傾向にあるようです。



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

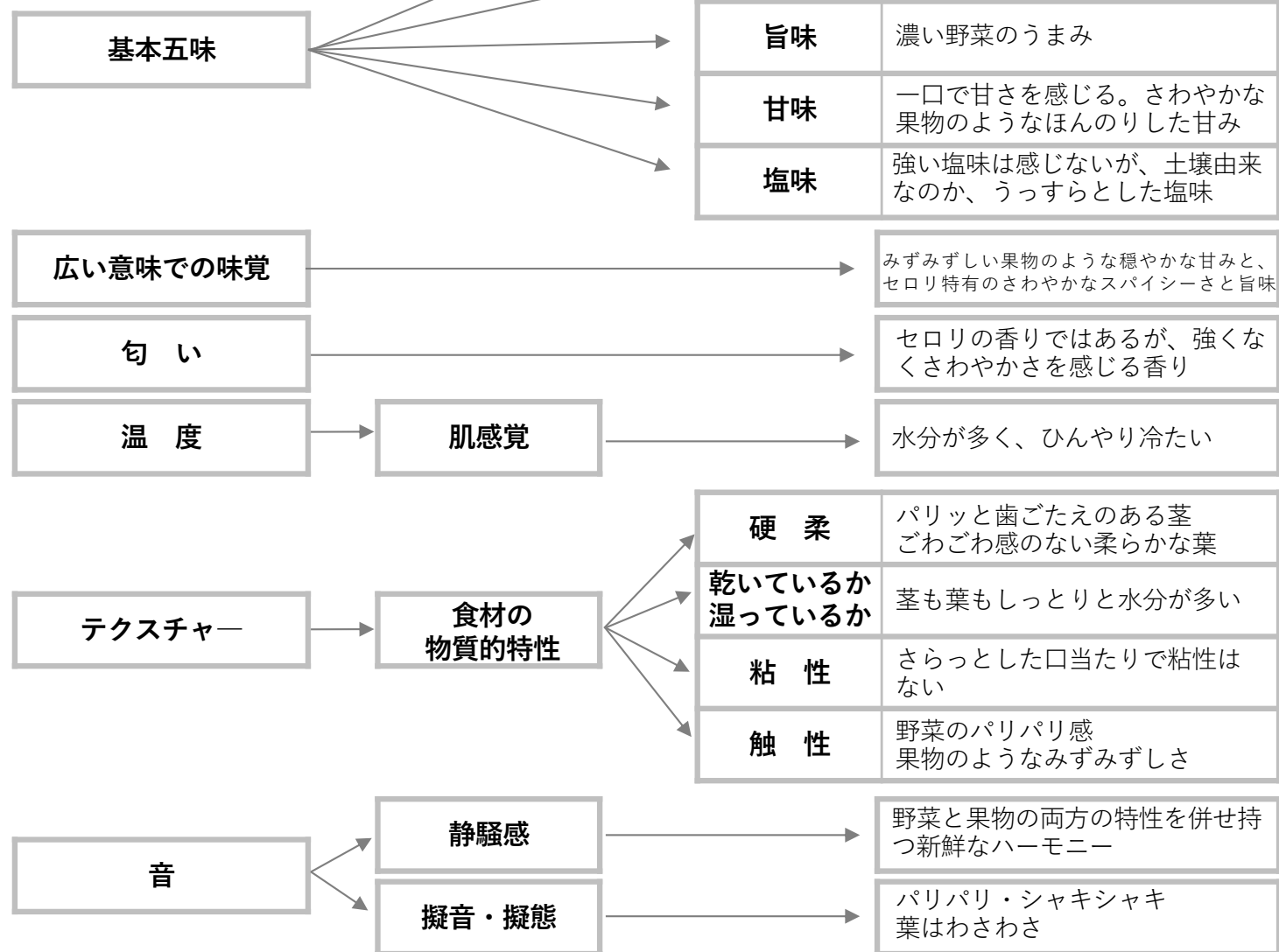
まず、株ごと手に取るとずっしりと重く、セロリを持っているというよりは大きな花束を抱えたように感じます。一般的なスーパーで見る、葉があまりついていない1~2本のセロリとは全く違うものようです。今までのセロリのイメージは「茎は白く、ちょっとついた葉は緑」でしたが、このセロリは品種が違うとのことで、株の根元は薄い緑、茎の上部にいくに従い、濃い翡翠のような鮮やかな緑色で、飾っておきたいと思うくらい美しいと感じました。葉もしっかりとたくさん茂っており、日に透かすと葉脈も鮮やかで美しいグリーン瑪瑙のようです。セロファンを外すと、セロリの香りが匂い立ちます。嫌なえぐみや苦みは全くないのだろうと感じさせるさわやかでちょっとスパイシーな香り。そのまま食べても、様々な料理にしても美味しいだろうと期待が膨らみます。茎を折ってみると、水分で満たされた断面は薄い緑色でとてもおいしそうで、そのままスティックで食べたいと思わせます。食べる前から、これほどワクワクする野菜に出会うことはあまりなく、素晴らしいセロリだと感じます。



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

審査会ではスライスし、塩昆布を混ぜていただきました。昆布の塩気がセロリの甘さを引き立てて美味しいのですが、そのままいただいた方がもっと美味しさを感じやすく、他のセロリとの違いも分かりやすいと感じました。スティック状に切って何もつけずにそのままいただきましたが、パリッと噛みきれ、シャキシャキとした歯触りが嬉しく、通常は気になる筋も気になりません。他のセロリでは味わえない甘みがじゅわっと広がり、確かに梨のような食感・風味です。ただ、審査会では、フルーツセロリというネーミングからもっと濃い甘さを期待していたという声もありました。セロリ特有の香りはあるものの、えぐみは感じられず、口に広がるほんのりとした苦みも強すぎず食べやすいと感じました。葉もそのまま食べてみましたが、苦みは感じるものの、えぐみはなく、茎よりスパイシーな香りを感じ、料理では良い香味野菜として力を発揮してくれそうだと思います。生のほかに、牛ハラミと一緒に炒める（醤油で風味付け）、豚肉と炒める（塩コショウ味）、サラダ、浅漬け、葉をスープに入れる、ボロネーゼの香味野菜として葉をたっぷり使うなどいろいろ試しました。いずれもセロリの良さ・おいしさが良くわかり、肉の臭みを消してくれ、おいしい料理となり、1株あればたっぷり楽しめる商品であると感じました。このセロリに出会ってしまったら、他は食べられないという納得のおいしさです。セロリ嫌いの方がバリバリ食べられるかと問われると、苦みが苦手な方は、挑戦する価値はあると思います。香りが苦手な方には少し難しいかなと感じました。いずれにしても多くの方に食べてほしい逸品です。



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

甘さの後に残る、さわやかなスパイスのような香りとほろ苦さ
また次々と食べたくなる癖になる風味・おいしさ

気候・地域

1年のうちの1月下旬から4月末までしか食べられないセロリは、
希少性が高く貴重

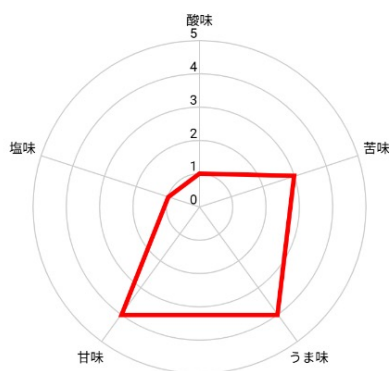
食経験・食習慣

美しさに見とれてしまうセロリは初めて。子どものころはえぐ
みやきつい匂いで嫌いだったが、あの頃にこのセロリがあったら
きっと嫌いではなかったと思う

健康・生活様式

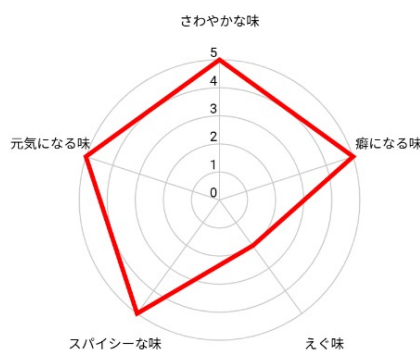
カリウム・ビタミンC・食物繊維など栄養豊富で低カロリー。
健康に気を使う人が増えている中、食事の時だけでなく、間食
としても優秀な食材

基本五味の レーダーチャート



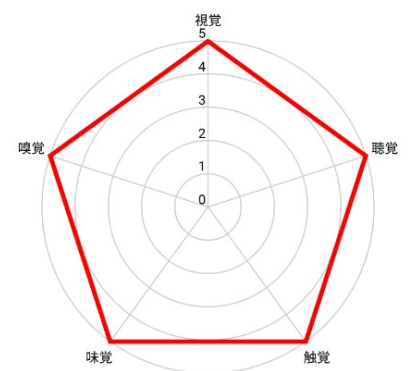
五味	評点
酸味	1
苦味	3
うま味	4
甘味	4
塩味	1

広い意味での味覚の レーダーチャート



広義の味	評点
さわやかな味	5
癖になる味	5
えぐ味	2
スパイシーな味	5
元気になる味	5

五感に対する感じ方 レーダーチャート



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）

このセロリには大いなるストーリーがあります。加藤清正が朝鮮から持ち帰ったといわれ、セロリの和名が「清正人参」であるということ。栽培されている熊本は日本のセロリ発祥の地であるということ。しかしこれらを知らない人が多いのではないのでしょうか。このオリジナリティは他のセロリにはまねのできないものです。そして、セロリ自体の品質も他にはない、素晴らしい商品であると思います。甘さもさることながら、えぐみのない、それでいて鮮烈なインパクトのある香りやさわやかな苦み、歯ごたえ。どれをとってもいうことのないセロリだと感じました。また、見た目が本当に美しく、こんなきれいな翡翠色のセロリは見たことがありません。たくさんの人に知ってほしい商品だと思います。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

「フルーツセロリ」という名前だと果物のような強い甘みを期待してしまう、他のことが伝わらないという意見がありました。甘みがあるということは伝わりますが、特別感は伝わらないという意見もありました。サブタイトルをつけ、商品の由来などをイメージさせるなど工夫してもよいのではないのでしょうか。パッケージは、セロファンに兜をかぶった清正のシールを貼っていると思います。美しいセロリがよく見えて良いとは思いますが、食べてもらわないと良さが伝わりにくいので、シールを少し大きくして、消費者に興味を持たせる情報（糖度や農薬の使用、肥料についてなど）を盛り込んで、PRするのも一つの手段ではないかと考えます。QRコードでWEBサイトに誘導するという手段もあると思います。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

卸値で1,000円/1kgとありますが、熊本グルメ市場等では3,280円/1kg、送料を入れると約4,000円で販売されているようです。このセロリを食べたことがない一般消費者が、4,000円で購入するかと考えると、なかなか難しく、購入層はやはり高級飲食店などに偏りがちになるのではないのでしょうか。試食しないと美味しさが伝わらないとは、まさにこのことだと感じます。貴社でもBtoBの販売を目指しているかと思いますが、この美味しいセロリはぜひ一般消費者にも知って、食べてもらいたいと思います。生産量などの関係もあるかと思いますが、一般消費者にもこのセロリのおいしさをたくさん体験してほしいと考えます。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

一般のスーパーの棚には並ばない商品なので、多くの人に知ってもらうには広報活動が重要です。今後、貴社がどのような販売計画を立てていらっしゃるかによると思いますが、販路を広げたいと考えるのであれば、広報活動に注力することは大事であると思います。貴社のWEBサイトからも購入できるようにすれば、一度食べたリピーターをつなぐことができます。グルメサイトは「清正・フルーツセロリ」と検索しないと出てきませんので、知らない人の目に留まるのはやや難しいと思います。BtoBへも一般消費者へも、口コミやネットなどが大きな情報源になると思いますので、SNSやインフルエンサーなどの活用、有名なレストランや多くのフォロワーを持つシェフなどとPRを図るのも一つの手段ではないのでしょうか。

5. ブランディング要因

やはり、このセロリを食べたことのない一般消費者に4,000円の価格はハードルが高いと考えます。この商品と似たものは何だろうと考えた時、シャインマスカットが浮かびました。ひと房何千円もする葡萄を買う消費者はたくさんいます。これはシャインマスカットがきちんとブランドとして認識され、美味しくて品質が良いことがわかっており、安定供給されているからだと考えます。このセロリの背景にある清正農園自体のブランドとしての価値もセロリのストーリー性も十分であると考えますし、何より栽培されている野菜の品質も確かです。あとは、セロリも含めたブランドをいかに多くの人に伝え、広めていくかではないのでしょうか。ここは、広報活動につながる部分だと思います。一方、このまま確かな品質のものをあまり手を広げず確実に栽培・販売していくという選択肢もあると思います。

6. 素材・安全性・その他

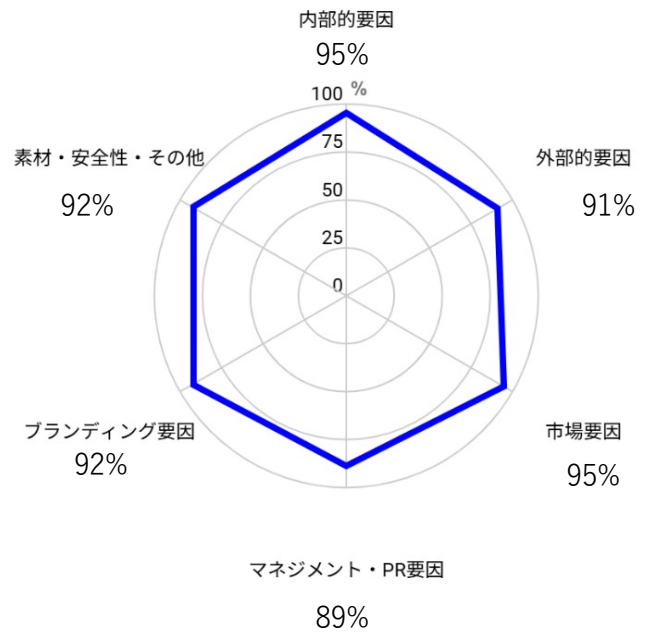
栽培の方法にこだわりを感じます。12月以降は農薬を使わず、独自の肥料にもこだわっています。出荷時には葉はすべて入れ替わっているとのことで、安心して葉までいただけます。農薬や肥料に関する情報もパッケージやパンフレットで知れるようになるのもっと良いとの意見がありました。

また、熊本の学校給食にねぎを提供しているとのことで、地域の子どものことを思い、貢献する姿勢は素晴らしいと思います。農作物なので仕方ないですが、期間限定でしか食べられないのは残念です。

審査レポート

■ 要因分布

各要因、89%から95%の範囲に分布し、6項目中5項目が90%以上と全体的にバランスの良い、大きな六角形となりました。95%以上を獲得した「内部的要因」は、歯ごたえが良く、強い癖がない香りや味、甘みのある味わいが高く評価された結果です。また「市場要因」は、価格は高めだが、高級飲食店やふるさと納税の返礼品などに使われ、特別感が感じられることや今後の市場の広がりも期待できると高評価でした。唯一80%台だった「マネジメント・PR要因」は、広報の予算がとられていないこと、専任の担当者がいないこと、SNSなどでの情報発信がされていないことなどの要因で点が伸び悩みました。広報活動は今後の活動に伸びしろがあり、この商品がどのように育っていくのか楽しみです。



■ 総評

まずはじめに、50年もの長い間、セロリを生産し続け、加藤清正公が持ち帰った当時の味を再現し今に残している真摯な努力に敬意を表します。清正農園で作られるのは、手間暇のかかる在来種のひご熊本伝統の野菜ばかりです。地域の土壌を生かし、愚直に農業に取り組む貴社の姿勢には頭が下がります。審査商品のフルーツセロリは、審査時にスライスしたものを塩昆布とあえていただきましたが、審査委員の要望でスティック状に切ったものもいただきました。皆が食べた瞬間にどよめきが起き、会場がざわめきました。それほどインパクトが強く、美味しいと感じられるセロリでした。セロリ嫌いな人にも食べてほしいという願いのままにつくられたセロリと言えます。そのまま食べても料理に使っても非常に美味しく、満足味の味あえるセロリです。そして何より美しいのも驚きの一つでありました。高級飲食店などで使うのであれば、コストパフォーマンスを考えても極上の逸品だと思います。また、ふるさと納税の返礼品としても熊本ひご野菜のPR、フルーツセロリを知ってもらうにはとても効果的だと思います。しかし、やはり悩ましいのは一般消費者に対する訴求です。多くの人にこのフルーツセロリを知ってほしいと考えますが、グルメサイトでは、トップページに取り上げられていなければ、検索しないと見られないため、知らない人に見つけてもらうのは困難です。一年に一度、春の季節に提供されるフルーツセロリを多くの人待ちわびる。この季節だけのものだから奮発してフルーツセロリは毎年食べたい。そんな風に思ってもらえる商品になってほしいと思います。マグロや牡蠣、牛肉や豚肉なども多くの競争のある商品だと思いますが、ブランド化に成功している商品は、たくさんの人に愛される商品になっています。今後、フルーツセロリが多くの人の手に渡り、驚きと発見を与えてくれる商品となりますよう、さらなる飛躍と発展を楽しみにしております。





Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション