



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

冷凍 焼鯖鮫



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 冷凍 焼鯖鮨

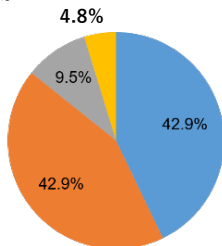
評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第88回 (2025年6月)

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。

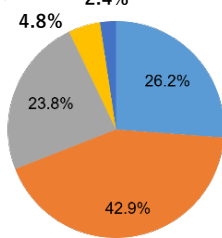
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

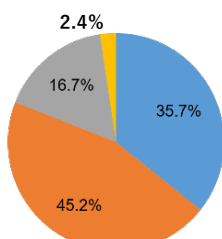
1 この商品に興味がありますか



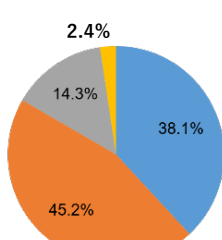
2 この価格で買いたいですか



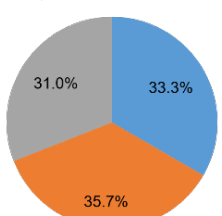
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

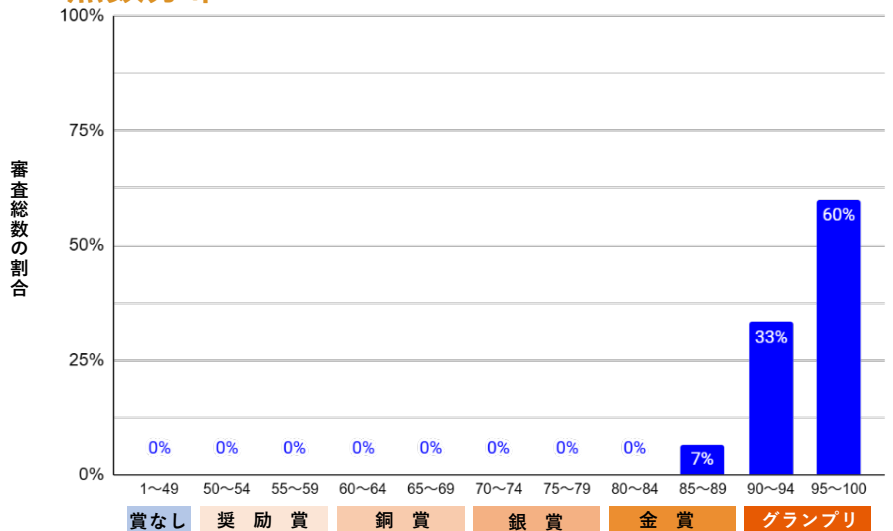
評価が高かった内容

ふっくらとした焼鯖の香ばしさとシャリの酸味が絶妙である
焼き鯖の旨味とシャリのバランスが良い冷凍の押し寿司である
解凍後も冷凍とは思えない食感と風味が維持されている
ネーミングがシンプルでわかり易く、また親しみやすい
パッケージもシンプルで中身が見えて取り扱いがしやすい
京樽ブランドの信頼性が品質保証に繋がっている
2貫つつ切り分けられ、個包装されているところがありがたい

評価が低かった内容

タレや調味料がやや濃いめで、素材の味が隠されてしまう
解凍後のシャリにややベタつきを感じる場所がある
鯖の皮がしっかりしているため、切り分けや噛み切りしづらい
パッケージが業務用的で、高級感や贈答用としての訴求力が弱い
中高年層以外のターゲットに対するSNSやストーリー性が弱い
京樽ブランドを活かした積極的なプロモーションが少ない
保存料や添加物使用に、各検査状況が消費者にやや不安を与える

点数分布



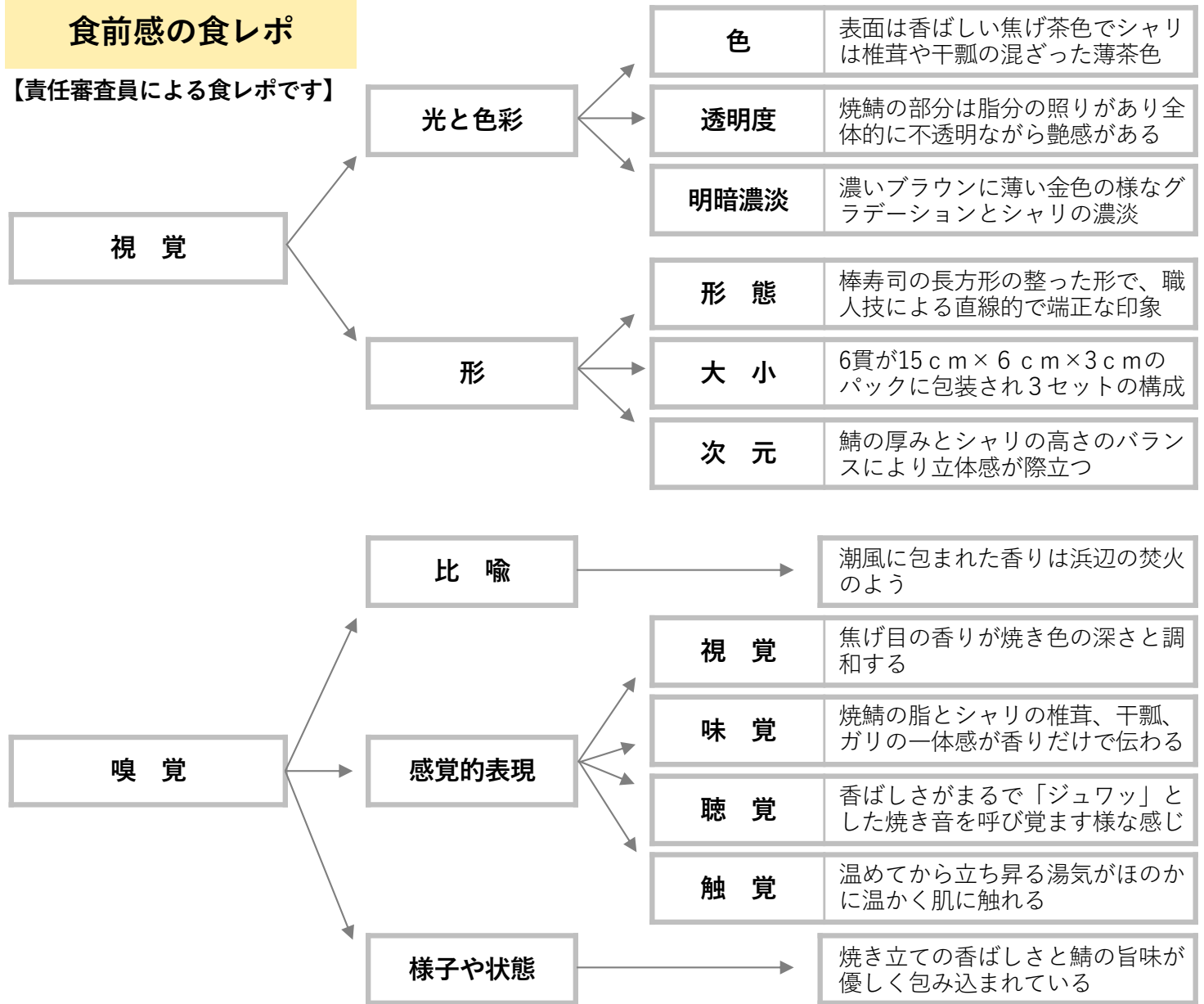
点数分布としては、全体の93%がグランプリ相当の評価であり、金賞相当はわずか7%のみと結果、総合点95点の見事【グランプリ】の受賞となります。理由としては冷凍とは思えない解凍後の食感や味わい、香ばしさなど押し寿司としての再現性が素晴らしいです。またWebアンケート結果からも、商品への興味やUSPに対する反応も高く、多くの支持を受けています。今後は安全性や製造背景の見える化など情報の最適化が求められるでしょう。



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

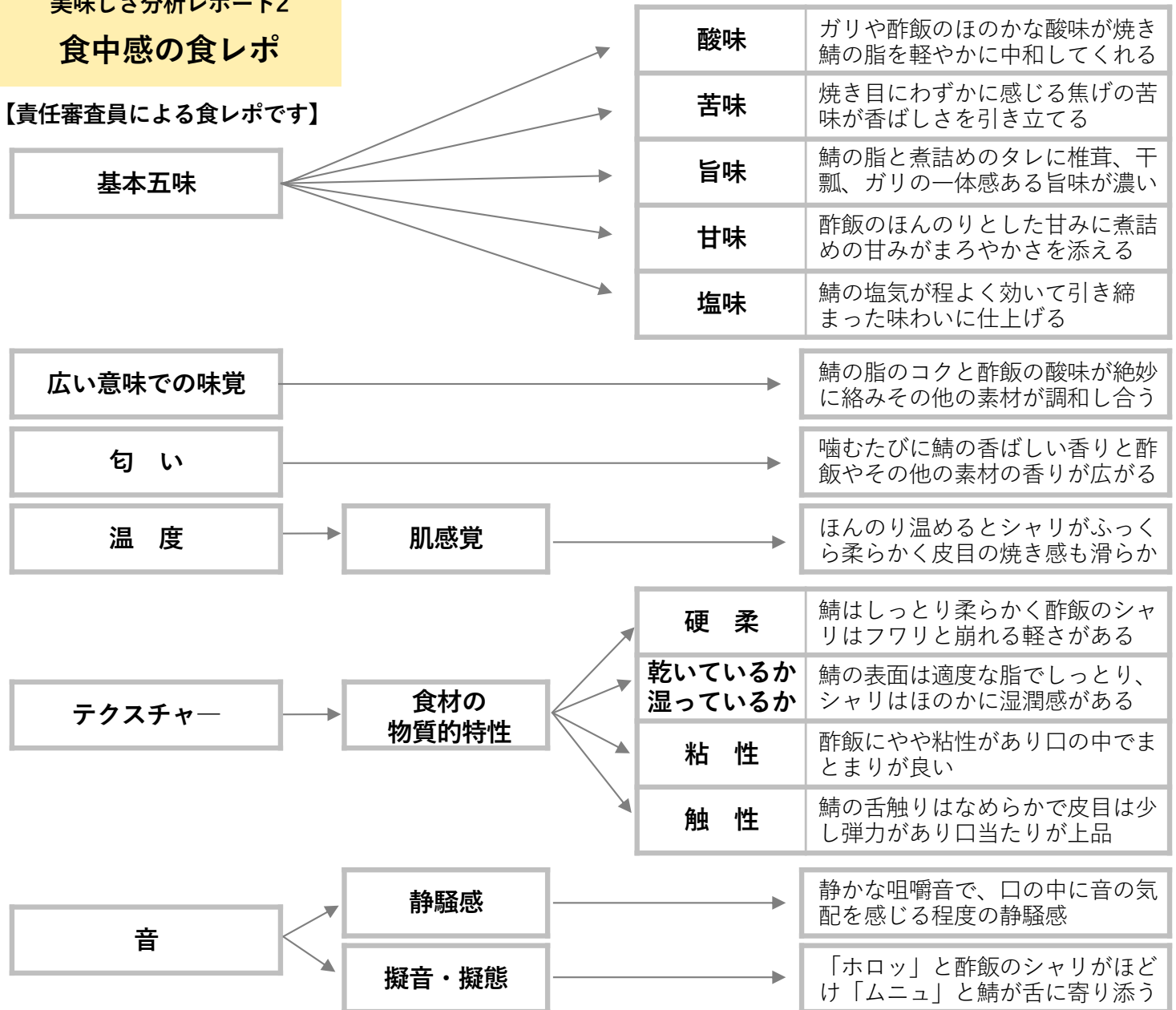
株式会社京樽の「冷凍 焼鯖鮓」は、冷凍寿司というカテゴリーにありながら、視覚と嗅覚の両面で食欲をそそる完成度の高い商品です。まず視覚的側面においては、焼き目のついた鯖の表面にほんのりと光沢があり、見るからに脂の乗った上質さと焼き色のこんがりとした茶褐色が酢飯との一体感をなしています。またシャリの一粒一粒の立ち方も丁寧で、冷凍品とは思えないリアリティと手仕事感を表現している感じがあります。形態としても、1本あたり6貫で均整の取れたサイズ感があり、食べやすさと見た目の美しさの両立が感じられ、各貫が統一された厚みと幅を持ち、包装から取り出したときの整った印象が、消費者の期待感を高める構成となっています。嗅覚的には、解凍直後から立ち上る香ばしい焼き鯖の匂いが印象的です。温められた鯖の皮目の香ばしさと、酢飯の柔らかな香りが一体となる瞬間は、五感の調和が感じられます。総じて「冷凍 焼鯖鮓」は、視覚と嗅覚のいずれの点でも食事の始まりに高揚感を与える要素が揃っており、“これはぜひ食べたい”という気持ちを引き出す設計になっている点が素晴らしいです。



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

「冷凍 焼鯖鮓」の食中感は、五感の調和が取れた上質な食体験をもたらしてくれます。まず基本五味の面では、鯖の脂と旨味に塩味が主軸となり、酢飯の酸味とほのかな甘みが全体をまろやかに包み込み、また焦げ目に感じる軽い苦味がアクセントとなり、旨味の深さを引き立てる構成となっています。口に入るとさらに香ばしさが広がり、鯖の持つ自然な香りと焼きの香気が混ざり合って、記憶に残る印象を与えてくれます。温度は、適度に解凍・温めることで酢飯がふっくらとし、鯖の脂がややとろけてなめらかな口当たりとなり、肌感覚にもとても優しい。テクスチャーは、鯖がしっとり柔らかく、皮目のわずかな弾力が食感に変化をもたらしてくれます。酢飯のシャリはふわりと崩れながらも、適度な粘性で一体感があります。音においては派手な咀嚼音こそないが、「ホロッ」「ムニュ」といった静かな音の気配があり、落ち着いた食事体験を演出してくれます。総じて焼鯖鮓は「香り・味・食感・温度」において丁寧に設計され、冷凍食品でありながら和食の品格を守りながらも、家庭で気軽に楽しめる逸品でした。



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

鯖の脂と香ばしさが口内にほど良く残りつつ、酢飯のほのかな酸味が後味を引き締めます。重たすぎず爽やかで品のある余韻が残ります。

気候・地域

焼鯖鮓は、特に関西や北陸地方で親しまれる郷土の味です。温暖で湿度の高い日本の気候にも合い、常温ではなく冷凍で保つことで、風味や食感を安定的に再現できる利点があります。

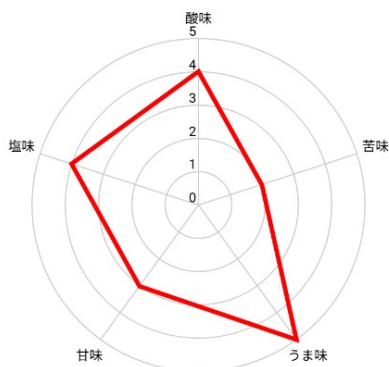
食経験・食習慣

焼き魚と酢飯という日本人にとって馴染みの深い要素が融合しており、調理不要で家庭で気軽に作り立て感を再現できるため来客時やお祝いの場にも対応可能な商品です。

健康・生活様式

DHAやEPAを含む青魚を使いながら、脂っこさが少なくバランスの取れた一品です。冷凍で常備しやすく、忙しい現代のライフスタイルにも適している商品です。

基本五味の
レーダーチャート



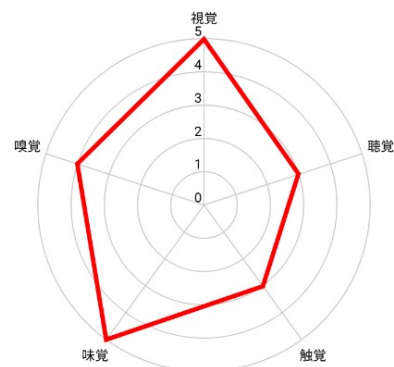
五味	評点
酸味	4
苦味	2
うま味	5
甘味	3
塩味	4

広い意味での味覚の
レーダーチャート



広義の味	評点
懐かしい和の味	5
関西の味	5
バランスの良い味	5
冷凍を感じない味	5
作り立ての味	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	3
触覚	3
味覚	5
嗅覚	4

1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

焼き鯖の旨味とシャリのバランスがよく、焼き目による香ばしさも加わり、味の完成度が高いと好評です。また、冷凍とは思えない品質で、解凍後も食感と風味が維持されている点が好評です。焼き鯖鮓という商品自体にインパクトがあり、冷凍の押し寿司として再現性が高い点が最も評価されています。ただ、調味料の味がやや強めで、素材の味が隠されてしまうとの意見もある点や焼き鯖の脂が多いため、好みが分かれる可能性が指摘されており、できれば調味バランスの調整（たとえばタレの添付式採用）などご検討ください。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

商品名「焼鯖鮓」というシンプルでわかりやすく、商品のイメージが直感的に伝わる点や個包装されたパッケージは商品の中身が見えて、保存や取り扱いがしやすい点など好評です。ただ、パッケージデザインが高価格帯商品にしてはやや簡素で業務用的な印象があり、高級感や贈答用としての訴求力に欠けるとの声や商品説明がもう少し具体的に「解凍後の状態」や「焼きの風味」など強調できるとより効果的だという声も聞かれます。また商品名に「京樽の～」などブランド性を強調したネーミングの検討の声も散見されます。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

冷凍での提供により地方や贈答需要、ストック食品としての需要にマッチしていると好評です。また魚の消費が減っている中で、手軽に本格的な上方押し寿司を楽しめる点はトレンドと合致しているとの評価が高いです。ただ、ターゲットが中高年層中心と推察されますが、若年層に訴求するための工夫（SNS、ストーリー性）が不足しているとの指摘もあり、若年層や単身層向けにボリュームや構成を柔軟化（1本売り・少量パック）する点が求められています。また「冷凍でもここまで美味しい」という体験型販促も求められます。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

大手寿司チェーンである京樽が製造・販売しているという信頼性や解凍方法や保存の簡便さも明示されており、取り扱いのしやすさがある点が評価されています。ただ、京樽ブランドを活かした積極的なプロモーション（CM、コラボ、PR記事など）が見受けられず、冷凍鮓の認知度向上に余地がある点や安全性や製造背景の見える化（産地・製法ストーリー）がやや不足しており、SNSによる若年層チャネルの拡大やECサイトの導線や公式サイトが見つらいとの声もあり、UI/UXの再構築と情報量の最適化が求められています。

5. ブランディング要因

京樽という老舗の寿司ブランドが手がけたという背景が、品質保証につながっている点や焼き鯖鮓という“和の逸品”としての価値が感じられる構成になっている点が特に好評です。ただ、「冷凍」商品であることが前面に出すぎると“高級感”と相反する印象を与える可能性もあり、ブランドとしての一貫したストーリー（なぜ冷凍で出すのか、なぜ焼き鯖なのか）の見える化が求められます。また、海外展開や文化発信も視野に、「上方寿司」や「日本の家庭寿司文化」の価値を伝えるブランディング戦略が必要との声もあります。

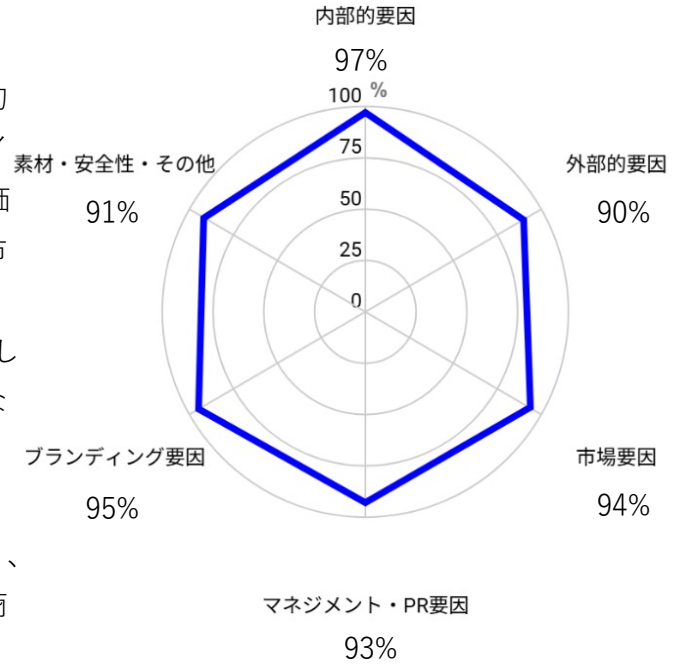
6. 素材・安全性・その他

鯖は脂がのっていて、品質の高いものを使用している印象があり好評です。また、食品衛生管理や冷凍技術の面でも信頼性があり、安心して食べられると好評です。ただ、原料（鯖）の産地や加工などのトレーサビリティが、パッケージや広告で明確でない点やアレルギー表示や栄養成分表示について、もう一段詳しく伝えると消費者に安心感を与えるという声も多く聞かれます。また、保存料・添加物の使用が見られるため、無添加化や使用理由の明示、ナチュラル志向への対応が期待され、それが安全性と魅力の訴求に繋がります。

審査レポート

■ 要因分布

要因分析については、特に商品自体の魅力度を表す内部的要因が97%と極めて高く、また京樽ブランドの浸透力やイメージの良さを表すブランディング要因も95%と高い評価を得ています。ターゲット層やコスパ、トレンドを表す市場要因も94%の高評価を得ております。広報宣伝やプロモーション力を表すマネジメント・PR要因は93%を獲得していますが、今後新たなターゲット層に対しての積極的なマーケティング手法の強化が求められています。また素材・安全性その他については、91%の評価であります。食品安全検査の明確な実施と食品添加物の不使用化により、ナチュラル志向、健康志向を求める消費者への安心感と商品魅力度の獲得に繋がると思います。



■ 総評

株式会社京樽様の「冷凍 焼鯖鮓」は、業界において歴史ある上方寿司ブランドが冷凍技術と手仕事の品質を融合させた意欲的な商品であり、「味・品質・利便性」のいずれにおいても高い完成度を誇る点に加えて、今回、見事【グランプリ】を受賞されたことに、まずは敬意を表したいと思います。

当商品は、焼き鯖の香ばしさと旨味、酢飯との調和が秀逸で、冷凍品であることを忘れさせる仕上がりが評価されます。視覚的に焼き目の色彩や整った形状が食欲を喚起し、嗅覚的にも心地よい香りが“食前感”としての高揚感を演出します。食中においては五味のバランスがよく、しっとりとした鯖とふんわりした酢飯のテクスチャーが心地よく、冷凍寿司の新たな可能性を感じさせる完成度です。また、個包装で3本セットという形態は、保存性・利便性の両面で優れており、贈答用や常備食にも対応可能な仕様となっています。ネーミングはシンプルながら直感的で、内容が伝わりやすい点は好印象ですが、ブランド価値を伝えるためには「京樽の～」といった冠や、上方寿司文化への言及など、もう一步踏み込んだ表現が望まれます。一方で、“ストーリー性の可視化”や“生活提案力”においては、まだ伸びしろがあると感じられます。たとえば、焼鯖鮓の原料である鯖や米の産地情報、冷凍技術の紹介、商品へのこだわりなどを、パッケージやSNSを通じてより積極的に発信することで、隠れた購買層への訴求力が高まるでしょう。また、温め方による味の変化や、食べ方・盛り付けの提案、贈答シーンでの活用例などもプロモーションに加えることで、食卓における体験価値をさらに高めることができます。京樽様のブランド信頼性と冷凍技術の強みを活かしながら、今後は「共感されるストーリー」「目に見える品質」をさらに磨くことで、冷凍寿司という新たなジャンルを牽引する旗手としての地位が期待されます。すでに高い品質と完成度を持つ本商品が今後さらに進化し、幅広い消費者の心をつかむことを期待して、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