



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

食べるオリーブオイル



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 **食べるオリーブオイル**

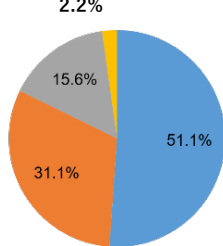
評価結果 **グランプリ** 受賞回・年月 **第88回 (2025年6月)**

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。

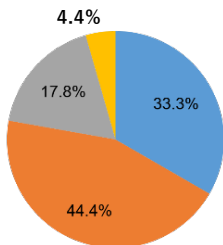
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

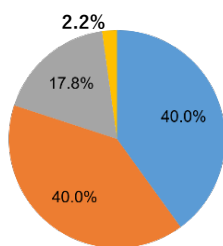
1 この商品に興味がありますか



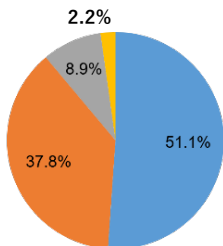
2 この価格で買いたいですか



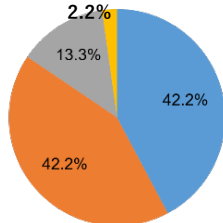
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

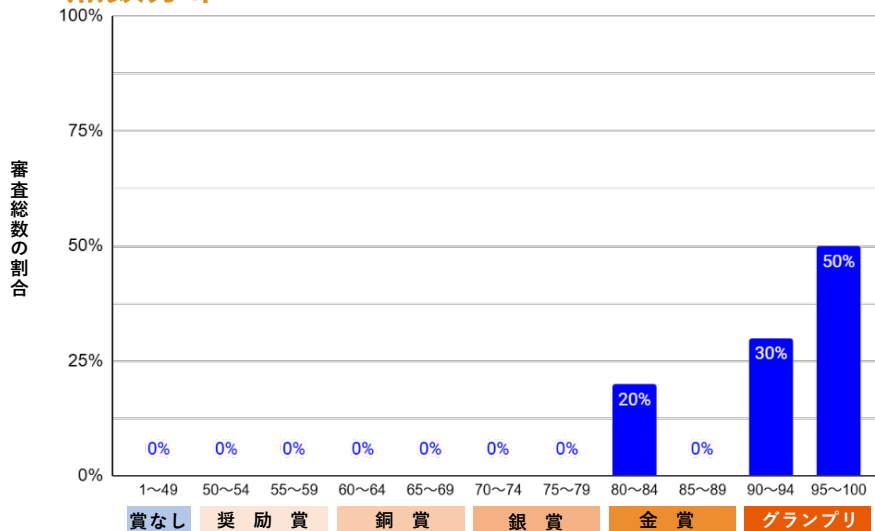
評価が高かった内容

豊かな食味と食感には他にないと感じた
 非常に精力的に広告や商品PRなどを行っている
 「食で驚きと楽しさを届けたい」その想いが伝わる商品
 シリーズ化されているので、他の商品も気になった
 食感を楽しむ、という開発意図が確実に伝わってきた
 良質なオリーブオイルは高価だが、お手頃価格なので嬉しい
 衛生管理がしっかりしているので安心できる

評価が低かった内容

単体で食べる事は少ないと思うが、塩味ベースが単調に感じる
 少しがやがやしたパッケージで何の商品かわかりづらい
 物産展やECサイト、高級スーパーへの参入も考えてはどうか
 競合他社の商品との差別化（特にネーミング）が課題
 商品の使用方法の紹介を工夫してはどうか
 パッケージなどで使用方法の紹介をしてほしい
 にんにくの産地や農薬の有無にもこだわるとよいと感じた

点数分布



点数分布として、金賞相当が20%、グランプリ相当が80%を占めた結果、総合評価として【グランプリ】となりました。グラフが高得点に寄った理由として、オリーブオイルとフライドガーリックからなる商品の味わいがシンプルでありながらもとても美味しく、また乾燥オリーブのザクザクとした食感が他にない差別化があると判断した審査員の意見が反映されたのではないかと思います。

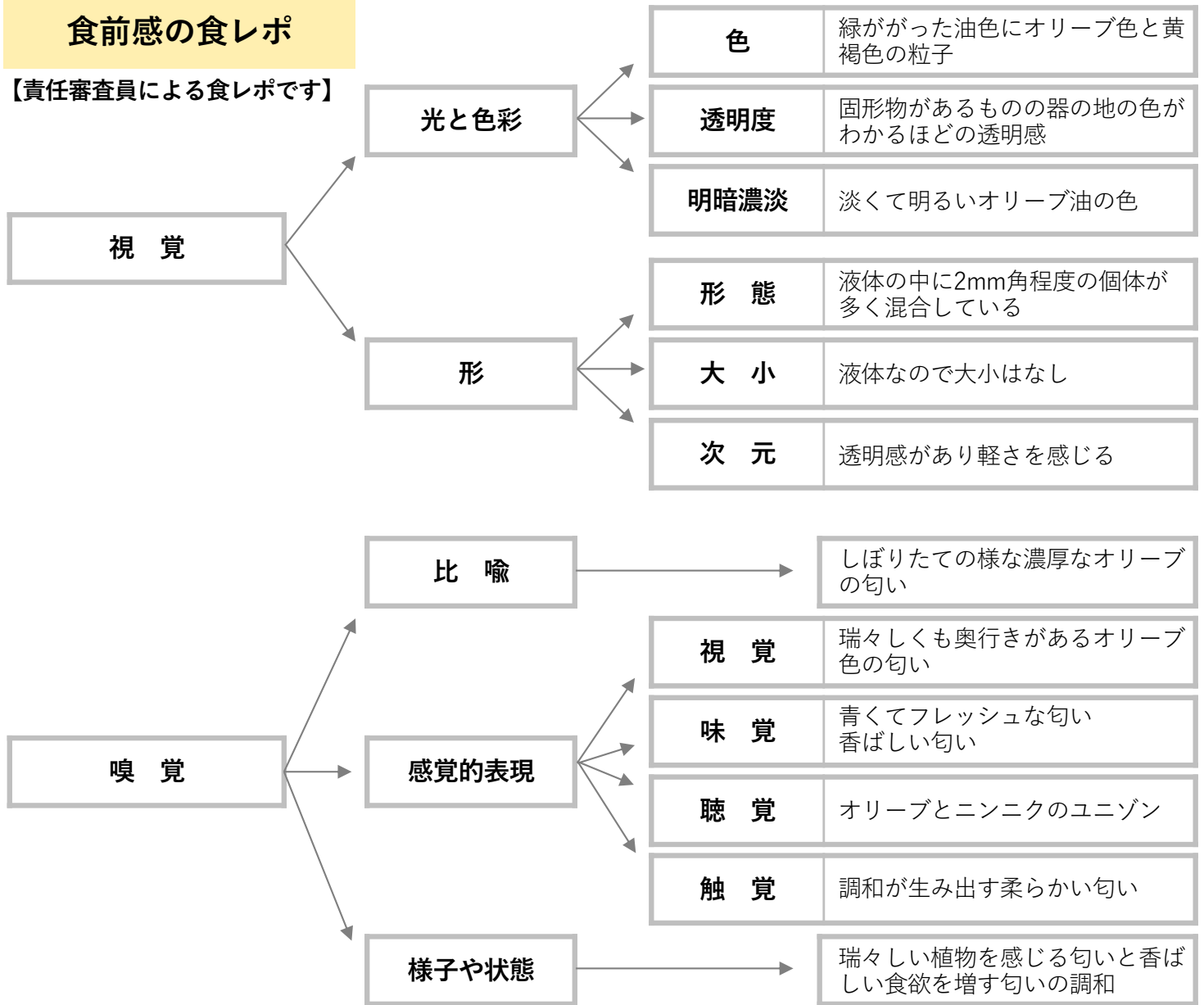
またWEBアンケートでも8割以上の方がこの商品に「興味がある」と回答し、この商品のわかりやすさは非常に強みになっていると言えます。



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

瓶の蓋を開けた時に思ったのは、油臭い感じを受けなかった事です。他社の同じような商品をよく購入し食するのですが、たまにオリーブオイル使用と明記されているのに油臭いと感じる時があります。この商品は、さわやかな若いオリーブの青い匂いがして、乾燥オリーブも使用されているからかもしれませんが、油臭い感じを一切受けませんでした。質の良いオイルを使用されているのだなと食べる前からわくわくとした気持ちになります。パッケージにもそれが表れていて、オイルが直射日光などで変化しないように光を通さないような全面ラベルになっているのに好感が持てました。

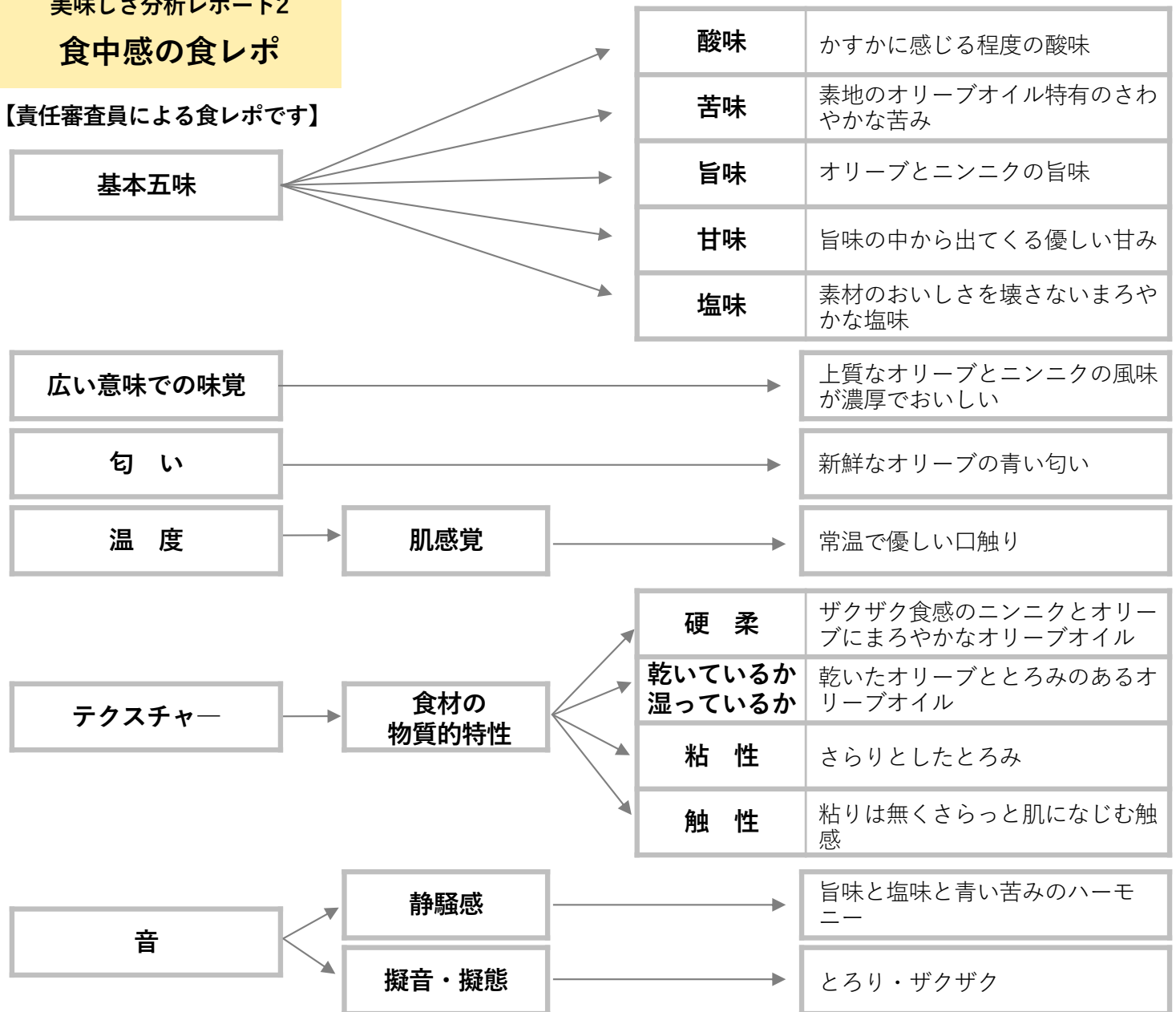
中身に関してですが、食する前にかき混ぜた時ザクザクとした触感に驚きました。オイル漬けだとどうしても具材が柔らかくなると思うのですが、すごくザクザクとして今までにない触感に楽しくなりました。この触感が食べるときにどのような食感になるのかが楽しみで仕方ありませんでした。



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

口元に持ってきた際に一層オリーブのさわやかで若い青い匂いを感じました。ニンニクを効かせた「食べるオリーブオイル」は他社製品で食したことがあるのですが、このようなオリーブを感じる匂いはなかったので、良質のオイルを使用されていると思いました。

瓶の中をかき混ぜる時に感じた具の乾燥オリーブとフライドガーリックのザクザクとした触感が心地よかったです。実際に食した時もザクザクとしていて噛みごちが楽しく、食べていてよい食感だと感じました。オイル漬けなのですが、ここまでのザクザクとした食感をよく保てると感心しています。ザクザクとした食感は単体だけでなく、様々な食材にかけたり、和えたりしても残るので、料理の良いアクセントとなり、調味料としても万能性を感じました。

若干ぴりりとした辛さがあれば、もっと良いかもしれないと感じましたが、現状の調味が十分に美味しいので、別ラインでの展開があれば嬉しいと思いました。



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

オリーブオイルなので脂っぽいのかと思うが、良質なオイルを使用しているのか後味はさっぱりとしている。

気候・地域

ニンニクもきつなくザクザクとした食感が楽しいので、地域問わず万人に受ける味だと思う。

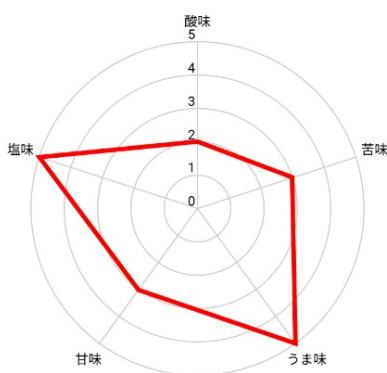
食経験・食習慣

アヒージョが家庭料理になる程認知度が高く、それをモチーフとしたという事で商品のイメージがしやすいのではないのでしょうか。

健康・生活様式

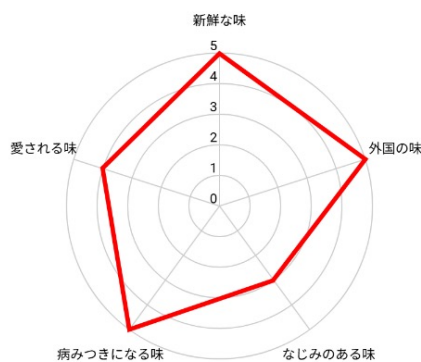
良質のオリーブオイルを手軽に摂取したい層に良いと思う。ちょい足しなどで料理に使える万能さも良い。

基本五味の レーダーチャート



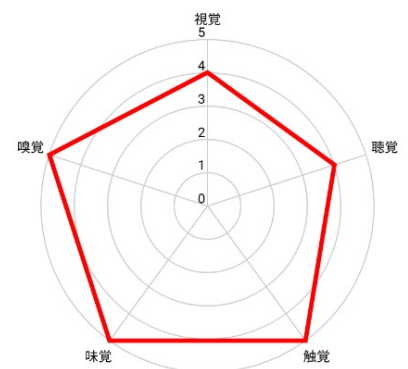
五味	評点
酸味	2
苦味	3
うま味	5
甘味	3
塩味	5

広い意味での味覚の レーダーチャート



広義の味	評点
新鮮な味	5
外国の味	5
体に良い味	4
病みつきになる味	5
愛される味	4

五感に対する感じ方 レーダーチャート



五感	評点
視覚	4
聴覚	4
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）

フライドガーリックのパリッとした食感と程よい塩味が非常に美味しかったです。ガーリックトーストやパスタ、野菜のドレッシングとしての利用が思い浮かびました。

ザクザクした食感はとても美味しく、アウトドアでの食事にも適していると感じました。

調味料としてのオイルではないため、味の評価は難しいですが若干塩味が単調に感じました、旨味のある魚介類を加えるのも良いかもしれません。

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良いのに加え、パッケージのキャラクターが「食べる」シリーズ全体で統一されているため、理解しやすいです。オリーブ色のパッケージが目を引きますが、デザインが外国製（輸入品）と誤解される可能性があると感じました。「食べるオリーブオイル」という名前からは、最初はどのような商品か分かりづらいため、サブタイトルがあればより明確になると思います。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

アヒージョが食卓に登場するようになり、その味を手軽に楽しめることは素晴らしいと思います。

現在、オリーブオイルの価格が高騰しているため、高級感があり、お土産や手土産、自分へのご褒美としても適した価格だと感じます。ただし、「オリーブオイルとガーリックの味付けが好き」と考えている購買層にとって、類似の商品が安価であれば、そちらを選ぶ可能性もあるため、他社製品と差別化できる工夫が求められると思います。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

広報戦略をしっかりされて販売にのぞまれているところ、特にYouTubeを活用されているのは珍しいと思いました。販売経路につきましては今はBtoBが主体ですが、BtoCに向けてSNSなどで一般の消費者向けにアピールしても良いのではないのでしょうか。また物産展やECサイト、高級スーパーへの参入も視野に入れても良いのではないのでしょうか。業務用からの派生商品とのことなので、卸先の飲食店等での店頭販売なども良いかもしれません。

5. ブランディング要因

食べるラー油を起点としたシリーズにおいて、三共食品はブランドの一貫性を見せています。また、企業が掲げる「食を通じて驚きと楽しさを提供する技術者集団がブランドである」というアイデアは興味深いコンセプトだと感じます。

この商品は「五感で食べる」という事をもっと前面に打ち出してみても良いと思います。試食イベントなどを開催し「五感で食べる体験」をしてもらったり、ヤミーおじさんの着ぐるみでブランドのアピールをしても良いかと思いました。

6. 素材・安全性・その他

商品のウェブサイトやパッケージに、乾燥オリーブなどの原材料へのこだわりを記載するとより良いと思います。国際的な認証基準に従った衛生管理が行われているため、安心しましたし、品質管理に十分配慮しているので、ホームページでその点をアピールするのも良いと考えました。また、使用されているオリーブの農薬検査を実施すると、さらに安心感が増すと感じます。品質管理などもISO/FSSC22000、JFS-Bに沿った、ではなく、実際に認証を取得されることが望ましいと思います。

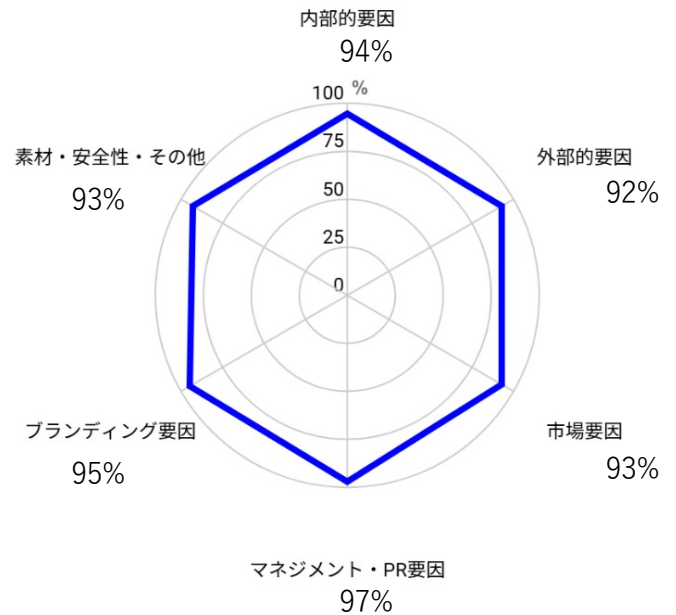
審査レポート

■ 要因分布

要因分布として、93%から97%の範囲に分布し、全体的にバランスの良いとても大きな六角形となりました。各項目90%以上というのはなかなか出ることではなく、この商品自体の魅力が高評価に繋がったのではないかと感じています。特にマネジメント・PR要因で97%と高評価を得ており様々なメディアを使用してのアピール、食品会社では珍しいYoutubeの使用など広報体制の充実度が審査員に伝わったのではないのでしょうか。

またブランディング要因で95%獲得もかなり高評価を得ていると思います。資料にあったブランディングへの貴社のお考え・キャッチコピーにかなりの人間が共感を覚えたとも言えます。

一方で市場・トレンドの要因からなる市場要因が93%とやや低い評価となりました。販売経路が自社サイトのみですが、今回は業務用から家庭でも使用できる瓶詰での販売開始との事で、オリーブの豊かな風味とザクザクの食感は口にすれば購入希望者が増えると思います。これからの販路拡大も期待できると思います。



■ 総評

ニンニクの風味が好きで、手軽に料理に使用したいと思い、オリーブオイルとニンニクの調味オイルは以前より良く購入していました。しかし今回の様なザクザクとした食感のあるオイルは初めてです。瑞々しくも豊かな香りのオリーブオイルに乾燥したオリーブと香ばしいフライドガーリックの風味が合わさってとても美味しくいただきました。開封後は冷蔵庫へ保存との事でしたので、冷蔵保存していましたが、冷気で固まってしまったオイルもかき混ぜるとすぐ柔らかくなり、取り出して1分もたたないうちに液状になるのでとても上質なオリーブオイルを使用されていると感心していました。通常ですとニンニクの風味がやや強い商品が多いのですが、こちらはニンニクの風味にも負けずオリーブの香りが良いので、様々な食材とも合わせやすくてとても重宝しました。審査レポート用としていただいた瓶はすぐになくなってしまった程ハマってしまいました。食べるラー油のように袋状の商品も販売をしてほしいと思います。

ただ1点残念な点は、ネーミングではないのでしょうか。「食べるオリーブオイル」、こんなにオリーブの風味が豊かな調味料は中々なく、この商品の大きな特徴を表していますし、購入されるお客様にもわかりやすいネーミングだと思います。ただ、競合他社の「食べるオリーブオイル」を使用している人も多く、実は私も違う会社の「食べるオリーブオイル」を使用していたことがあります。この商品には他の商品にはない部分が多くあります。「食べるシリーズ」で、この商品は「アヒージョ」をモチーフに商品開発されているのであれば「今までにないザクザク食感の食べるアヒージョ!？」や「ザクザクオリーブふんだんに使用!」といったサブタイトルなどで、ほかの商品にはない点をアピールする方法で差別化を図るのも良いのではと感じました。とても魅力的な商品群や貴社のユーモアのあるブランディングやストーリーなどが、今後より多くの消費者に伝わる事を期待しております。





Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション