



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

---

審査レポート

---

九州産黒毛和牛ユッケ



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 九州産黒毛和牛ユッケ

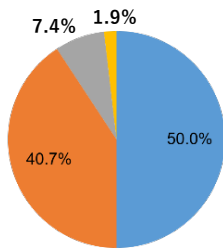
評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第89回 (2025年7月)

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。

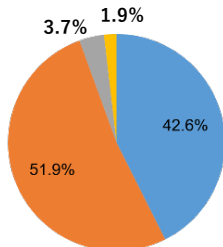
## WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通  
■ あまりない ■ ない

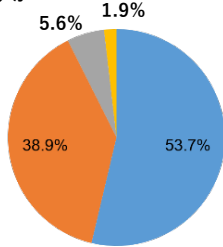
1 この商品に興味がありますか



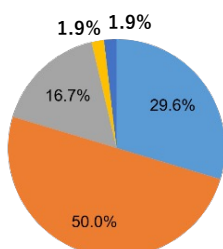
2 この価格で買いたいと思いますか



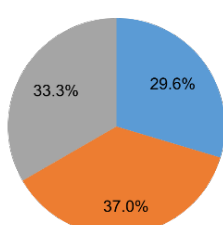
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

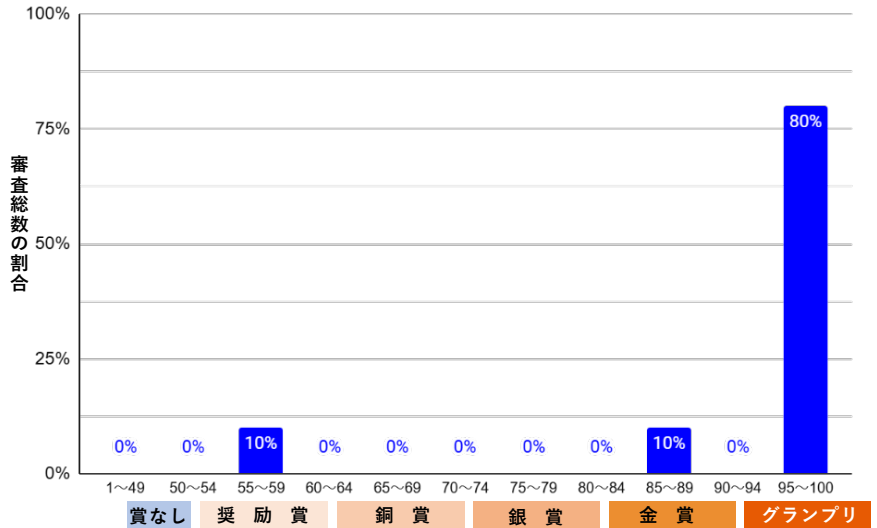
評価が高かった内容

厳密な製造体制で安全に食べられる生食ユッケが希少  
解凍してそのまま食べられる手軽さが良い  
透明フィルムなので綺麗な肉の色が見え、安心感と食欲が増す  
分かりやすくストレートなネーミングが良い  
カットの仕方にも食感や味わいへの高い配慮が感じられる  
肉の旨味と爽やかな脂身が美味で魅力を感じる  
コンパクトで重ねやすい容器がかさばらないので良い

評価が低かった内容

業務用と個人向けの価格差がHPで分からない方が買いやすい  
限られた場所での販売で購入しにくい  
HPだけでは魅力が十分に伝わっていない可能性を感じる  
一般個人向けに、見せる遊び心のあるHPだと親しみが湧く  
あっさりしていて肉味が物足りなく感じる  
パッケージの九州が赤く噴火を連想させる  
キャラクターなどがパッケージにあると覚えやすい

## 点数分布



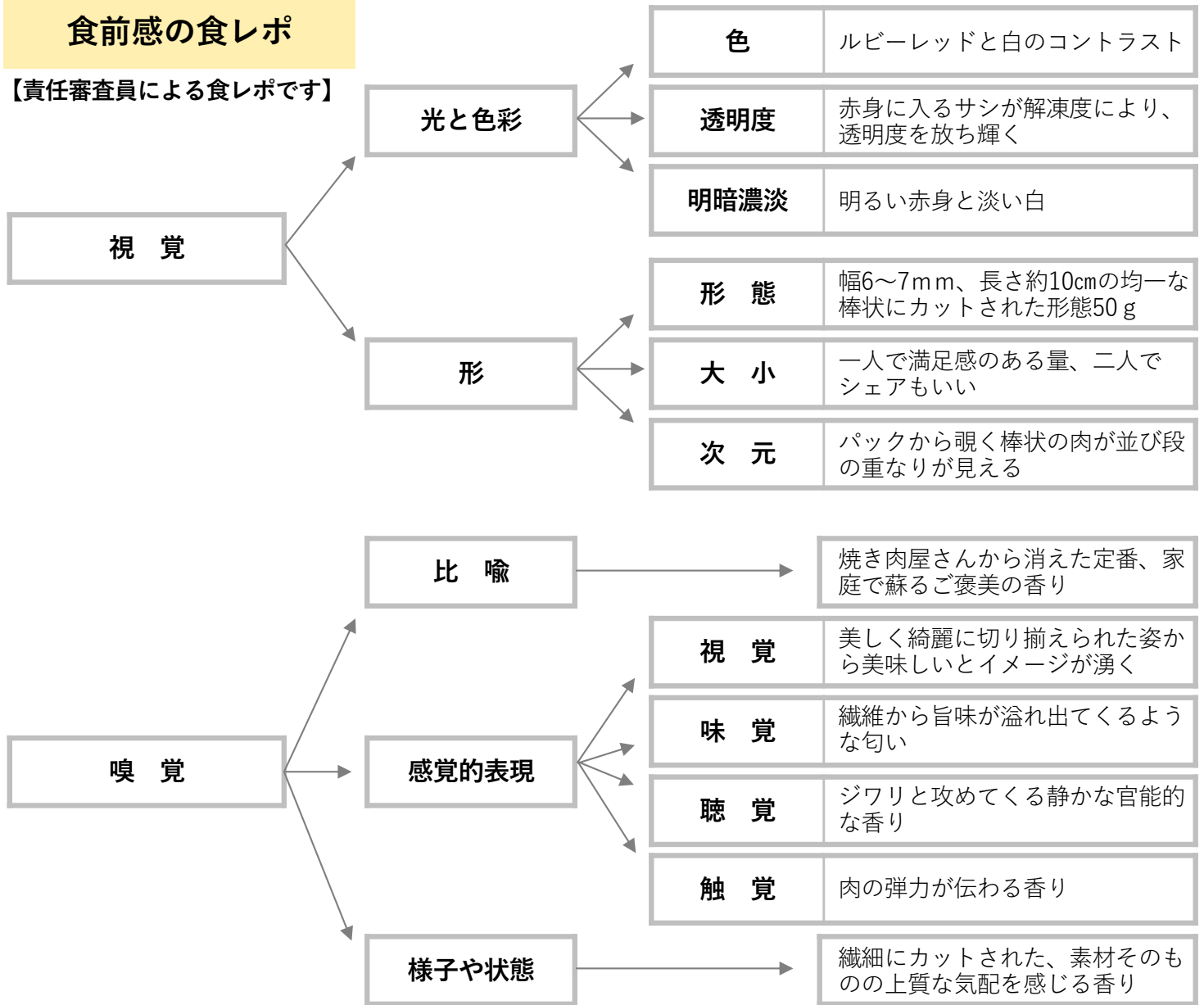
点数分布として金賞相当が10%、グランプリ相当が80%を占めた結果、【グランプリ】となりました。グラフが高得点に寄った理由として安全な管理と希少性、見た目の美しさ、五感を唸らせる味覚など高いクオリティが好印象でした。又、ターゲット層や価格についても9割以上の方が興味を持ち、共感を得ていたと言えます。企業として「安全・安心」で「価値ある豊かな食」を提供する姿勢はまさに強みと言えるでしょう。



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

「九州産黒毛和牛ユッケ」と白い毛筆のような字体で描かれた商品名は、勢いがあります。金粉が舞っているかのようなデザインは力強さと和、そしてご褒美感を演出した、まさに和牛のイメージそのものです。黒いパッケージが器になり、幅6~7mmに繊細にカットされ、上質な気配を纏った様子が透明な窓から覗き、ルビーレッドと白のコントラストのカラーが目を引きまます。

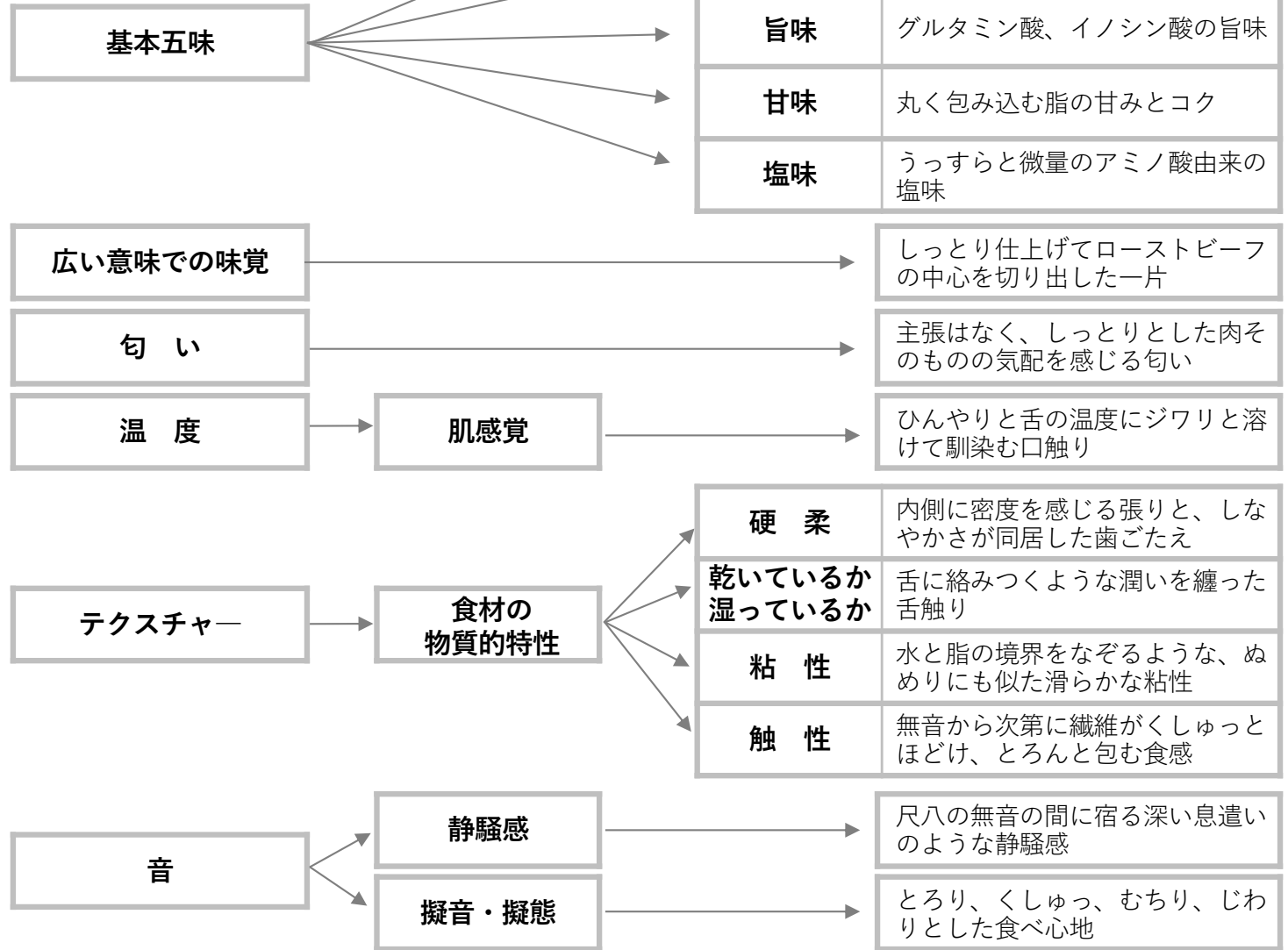
二人でシェアするか独り占めするか、タレは何にしようか想像をするだけで期待感が高まり、生命を感じる赤と質の良さが分かる脂身の白は食べる前から好印象を受けました。期待に応える味覚だろうと想像できます。その見た目だけでも味が伝わってくるようで食べる前からワクワクし胸が躍ります。

封を開けると全貌が見え、箸で持つと程よい弾力も伝わり、更に食欲をそそります。肉の持つ独特な臭いもなく、ドリップゼロで管理の行き届いた商品であることを食べる前から伝えてくれています。視覚と箸から伝わる触感から“早く食べたい”とワクワクし待ちきれない思いに駆られた食前感でした。

## 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

いよいよ、その瞬間が来ましたと心が躍りました。自身の心臓の鼓動を感じながら勿体なさを表現するかのよう3切れ程丁寧に箸で掬い、少しひんやりと冷たさが残る「九州産黒毛和牛ユッケ」を舌に載せると口中温度でジワリと上品な脂が溶けて舌の上に潤いと粘性を感じました。基本五味の中でも旨味が強く、野性的な臭いは除かれていることで丁寧な製造過程が伝わってきました。肉質は密度を感じる張りとしなやかな歯ごたえがあり、口の中でむちり、じわりと滑らかに、そしてとろんと包み込み、噛めば噛むほどに肉本来の旨味と食感がダイレクトに感じられ、心地よい風味が広がりました。

待ちわびたこの瞬間を大切にゆっくりと噛み締め至福の時を迎えました。舌の上から口いっぱい広がるこの味わいは静かで深い息遣いを感じることで更に広がっていきます。この旨味と食感は老若男女多くの方が“おいしい”と感じることが出来る理由だと実感しました。やがて舌の奥から滑り落ちていく味覚が名残惜しく、すぐにもう一口食べたくなり箸が止まらないヤミツキになる食中間でした。



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

派手な脂の主張がなく、舌の奥に赤身肉の温もりが静かに留まり余韻を楽しめる

気候・地域

真夏の筑後川の水面にのぼる陽炎のように、舌の上でじんわりと広がる芯のある赤身の力がみなぎり、明日への活力となる

食経験・食習慣

血気盛んな若輩者だった頃、毎晩のように肉を食らいエネルギーに満ち溢っていたあの頃を懐かしく思い出した

健康・生活様式

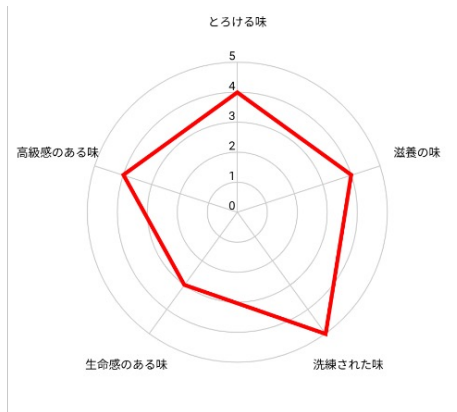
自分への活力としてエネルギーでもありご褒美としても冷凍庫にストックしておきたい一品

基本五味のレーダーチャート



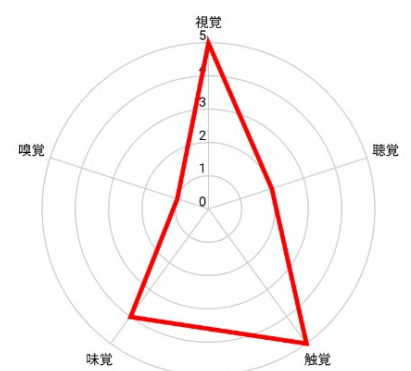
五味	評点
酸味	1
苦味	1
うま味	5
甘味	3
塩味	1

広い意味での味覚のレーダーチャート



広義の味	評点
とろける味	4
高級感のある味	4
生命感のある味	3
洗練された味	5
滋養の味	4

五感に対する感じ方レーダーチャート



五感	評点
視覚	5
聴覚	2
触覚	5
味覚	4
嗅覚	1



# 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）

透明パッケージから覗く赤身肉の色の美しさ、口に入れると生肉ならではの食感がありながらも優しくほどけ、甘味、旨味、触感のバランスが良く美味でした。生肉特有の臭いは全くと言える程感じることはなく旨味と品の良い脂味を感じました。一時期“生食肉の代表ユッケ”が世の中から消え、今後一切口にするのではないのかと思うとそのショックの大きさは計り知れませんでした。「九州産黒毛和牛ユッケ」はニュース性もあり、まるで一筋の光の様に私達の生活に潤いと活力を与えてくれる救世主に違いありません。

## 2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

黒を基調としたパッケージに赤い肉が映え、購買意欲が掻き立てられます。商品名の白い毛筆もインパクトがあり、金粉が舞うような演出も九州産黒毛和牛の高級感が伝わってきます。保存を意識したサイズ感も好印象です。ただ、九州地図の“赤”が噴火＝危険な印象を受ける、無機質な印象という意見もありましたのでキュートなロゴやQRコード、サブタイトルで味覚の魅力やキャッチコピー（例：角が立つのに優しい旨味など）を入れることで消費者へのメッセージとして有効だと感じました。

## 3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

生食が苦手でもユッケなら好きという方も多く、ヘルシーな刺身は女性や若い世代、海外でも好まれます。又、このサイズにこの価格なら自分へのご褒美として買い置きしておきたいという意見も多数ありました。

ユッケそのもののイメージは、ヘルシーであり美意識の高い健康志向の方にも喜ばれるトレンドに沿った商品だと思います。ただ、消費者の安全性への関心も高まっていることは間違いなく、正しい情報を発信することで多くの新たなユッケファンも獲得出来ると思いました。

## 4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

自社HPが一見整っている反面、情報の物足りなさから商品特徴が十分に伝わり切れていない可能性を感じました。JAタウンの検索では探しにくさ、口コミが偏っている事が気になりました。一方「dancyu」のHPでは博多和牛の素晴らしさ、厳密な製造体制、解凍方法、自宅でのユッケルールなど写真と共に見やすく分かりやすい内容で購買意欲が掻き立てられました。それらを活用することが出来るのなら自社HPにもリンクを貼る、紹介するなど活用し、伝えきれていない情報をフォローできる可能性があると感じました。

## 5. ブランディング要因

JAブランドで販売される米、野菜、果物、牛乳、肉などは「安心・安全」というイメージが強く、消費者の間では「JA＝品質が良い」という信頼感があります。一方で長い歴史と巨大な組織構造を持つため、「官僚的」「保守的」という印象もあります。とはいえ「全農」ブランドと聞けば「信頼性と品質の象徴」が確保されています。まさに全農ブランドだからこそ成し得た「九州産黒毛和牛ユッケ」という商品であり、九州黒毛和牛の良さを最大限に生かした「生食用ユッケ」のブランディングだと感じました。

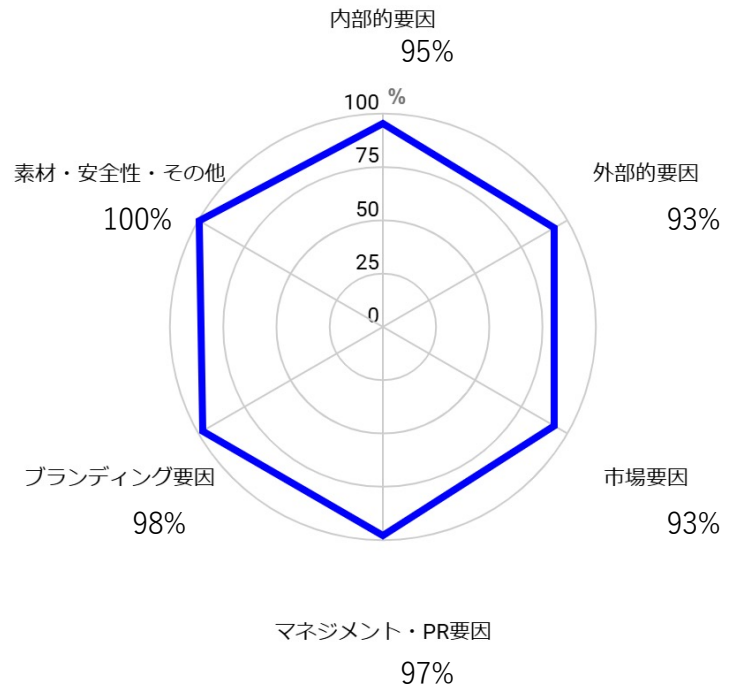
## 6. 素材・安全性・その他

安全性を第一に販売方法に拘りがある事でクオリティーを保つようにしている、厚生労働省の厳しい規格基準を全て満たした商品であることなど安全・安心の商品であることは間違いのないことをもっと周知していくことで安心感が高まると考えます。それらを商品パッケージに記載する、又はQRコードを貼る、サブタイトルでアピールなどの工夫があると消費者の理解が促進されるのではないかと思います。又、通販サイトでのみの販売に拘り、ユッケルールに従って食してもらうことで製品のクオリティーを保てると感じました。

# 審査レポート

## ■ 要因分布

全体的に評価が高く特に素材・安全性100%、ブランディング要因98%マネジメント要因が97%と高評価でした。厚労省基準の徹底的なゼロ菌管理のもとに成り立つ商品であることが大きく貢献していると考えられます。又、内部的要因も95%、外部的要因、市場要因共に93%で「食感、旨味、美しいルビー色で角が立っている見た目の美しさ、市場での希少性」から好印象だったことが伺えます。近年の健康ブームで生肉へのヘルシーな印象と健康効果からトレンドにも合い、ターゲット層が幅広く、ちょっとご褒美にストックしておきたい魅力ある商品でした。



## ■ 総評

「日本の食卓に安全・安心な国産食肉を届ける」という崇高な使命のもと、幅広い事業活動を展開し、国産食肉の付加価値の向上にも取り組んでいることに心より敬意を表します。「九州産黒毛和牛ユッケ」は、牛生肉を家庭で食せる事を実現した希少価値、差別化できる強みを持った魅力的な商品だと感銘を受けました。徹底した管理に基づく安全性はまさに貴社の長い実績と信頼性を持ってブランディングイメージとなっている一方、商品についてその価値が十分に伝わりづらい点で価格の差で判断されるのは勿体なく、九州産黒毛和牛について更に魅力をアピールしていく必要性も感じました。

SNSの仕掛けとしては、消費者の行動変容を起こすような調理や食事風景（家族団欒、一人時間の楽しみ）など賑やかで動きのあるHPで明るく発信することでより身近に感じられます。参考としてはありますが、“消費者の食べる楽しみ、選ぶ楽しみ”を提案する、例えば九州のパックタレとの期間限定セットを作る（例：宮崎牛×戸村のたれ、福岡牛×博多玄風館なんでもかけたれなど）「今回は九州のどこの和牛×タレなのだろう」という試してみたいと思えるアプローチを仕掛けることで期待感、購買意欲が増すだけではなくリピーターを増やすきっかけにもなるのではないのでしょうか。

ECサイトでは食味、脂身や肉感など指標を5段階で表現することで消費者の勝手な印象からのコメントや誤解が減ると考えます。また、業務用と個人向けで価格が違う事は理解できますがHPで掲載している為、同じ仕様の商品の価格差が明確で少々気落ちします。パッケージを分ける、違う仕様にする、個人向けでも「ユッケ会員」登録をすれば同価格で購入できる、4パックの他に8パックを設けるなど購入意欲に働きかける施策にも期待します。前向きな戦略もあり、常に前進していこうとする貴社の熱い想いに触れ、ファンとしても応援したい気持ちになりました。貴社の今後の成長と飛躍を祈念しています。





Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション