



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

サラダじまん



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 サラダじまん

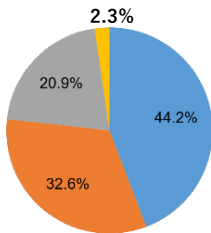
評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第89回 (2025年7月)

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。

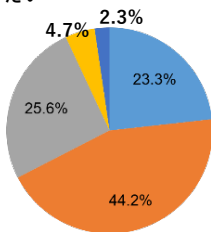
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

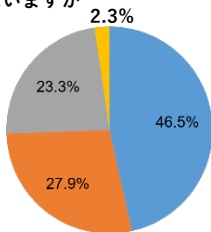
1 この商品に興味がありますか



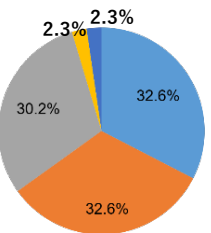
2 この価格で買いたいと思いますか



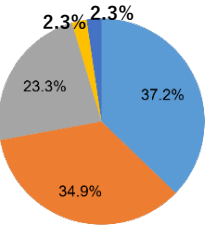
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

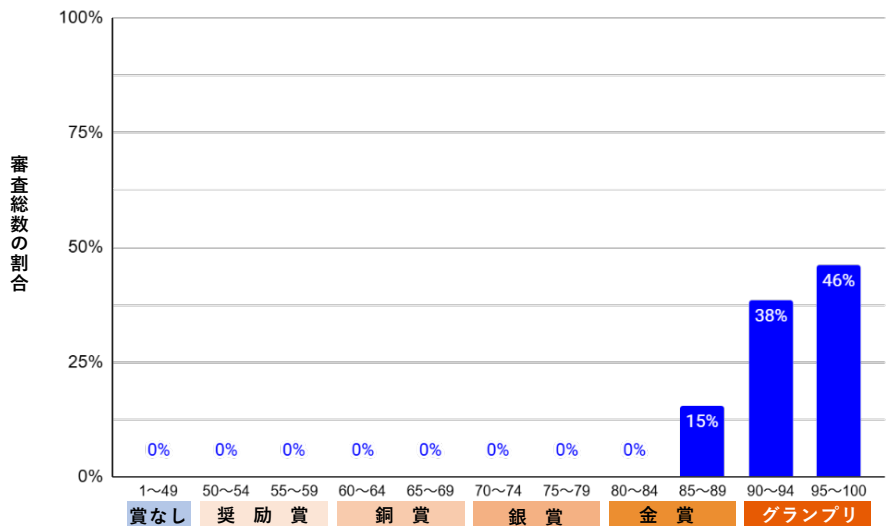
評価が高かった内容

しっかりとした噛みごたえで米の美味しさを感じられる
ビーフパウダーと塩、砂糖の甘みのバランスが良い
日本人で良かったと思える逸品
新潟産100%もち米を使用した安心感
サラダじまんというネーミングとポップなフォントが良い印象
高級感がありながら手に取りやすいパッケージデザイン
「まじめにこつこつ」の精神がブランド力になっている

評価が低かった内容

焼きムラや仕上がりの均一感到課題
USP(独自の売り)や特徴がやや弱く、埋もれやすい
ネーミングが外国人に理解されにくい場合がある
「サラダ」という言葉の意味やイメージが伝わりづらい
海老の練り込みは甲殻アレルギーの人にとって避けたい要素
受賞などのアピールをさらに強化できる余地がある
SNS関連が不明瞭

点数分布



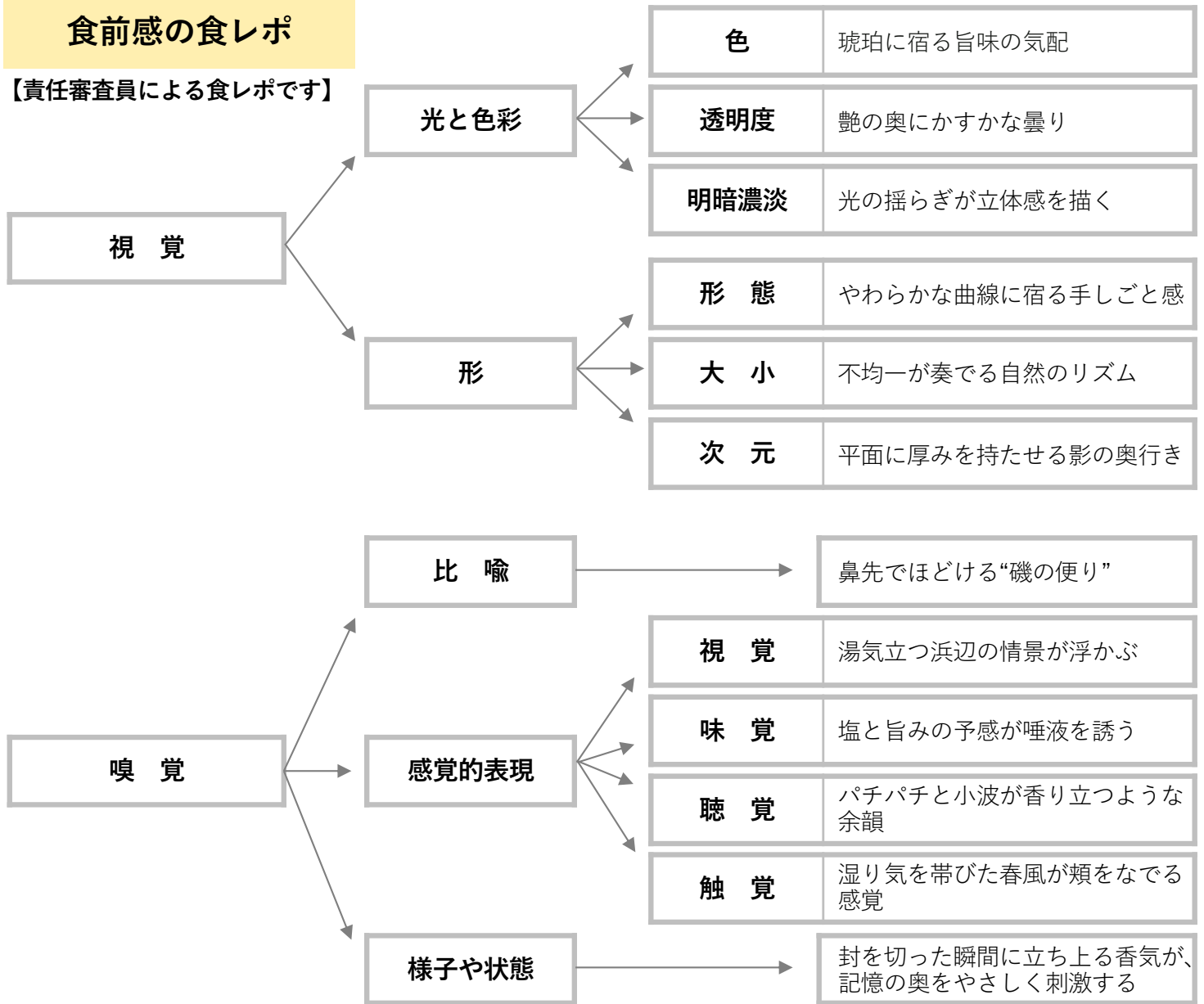
「サラダじまん」は試食会で高く評価され、総合評価では94点を獲得し「グランプリ」を受賞しました。点数分布の内訳としては、「金賞」が15%、そして85%の人々が90点以上の「グランプリ」相当と評価しました。米の旨みと食感に加え、ビーフパウダーや塩・砂糖の絶妙なバランスが好評。ネーミングやパッケージも高評価を得ており、今後は広報とブランディングの強化が鍵となります。



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

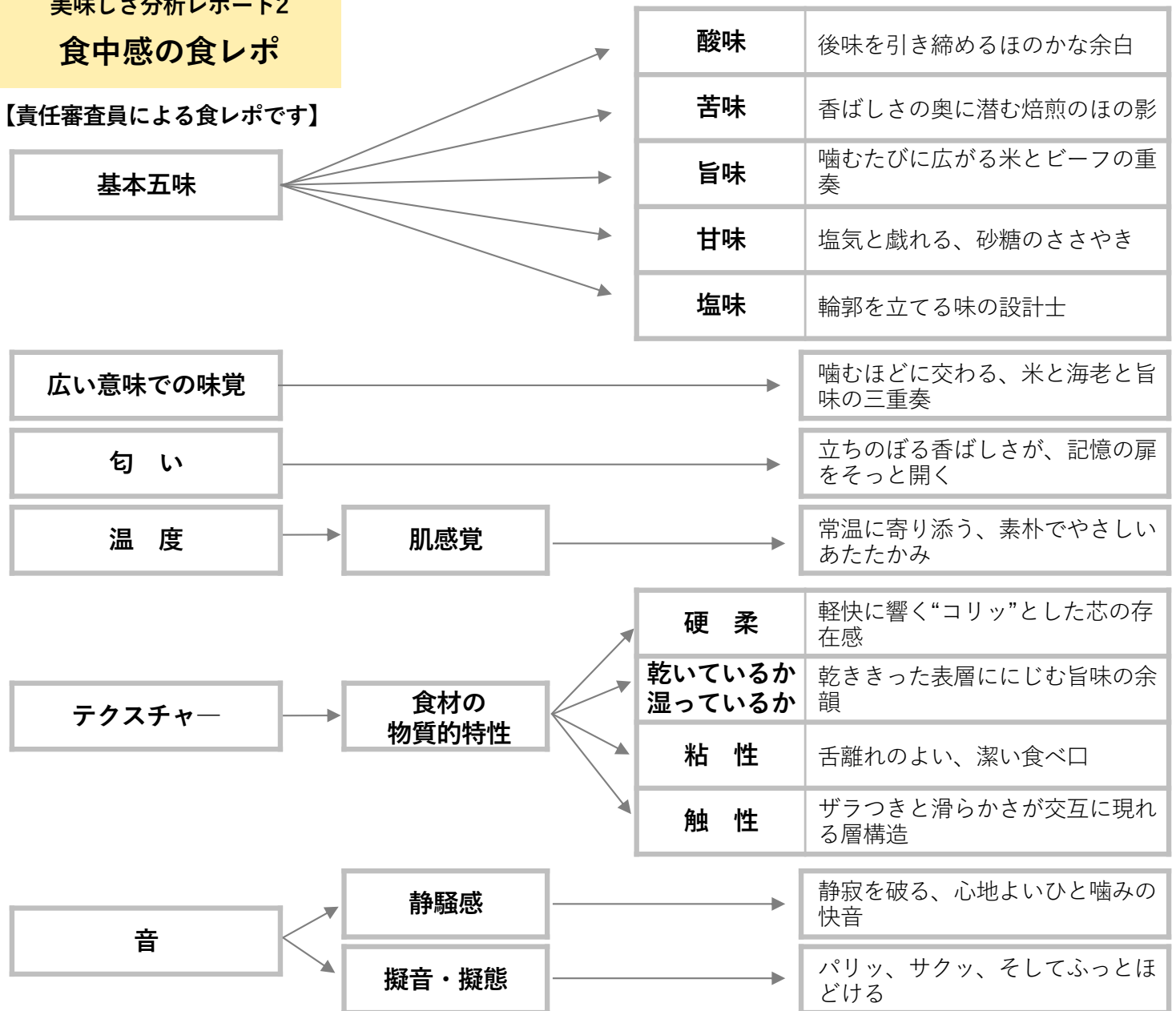
視覚面では、「琥珀に宿る旨味の気配」や「光の揺らぎが立体感を描く」など、単なる色彩や明暗の描写にとどまらず、商品の質感や手づくり感、そして自然由来のあたたかさをも視覚的に想起させる点が高く評価されます。また、「やわらかな曲線に宿る手しごと感」「不均一が奏でる自然のリズム」など形状に込められた偶然性や人間味も、「おかき」に対する信頼感や親しみを醸成しています。嗅覚面では、「鼻先でほどける磯の便り」や「唾液を誘う塩と旨みの予感」といった比喩と感覚の統合が秀逸です。香りが単なる情報ではなく、記憶や情景を呼び起こす装置として描かれていることで、味覚に先行する期待値が高まり、購買動機やブランドイメージの強化にも貢献していることがうかがえます。全体として、視覚と嗅覚の食前感を詩的かつ多感覚的に表現したこの分析は、「サラダじまん」の価値を言語で掘り起こす成功例です。今後はこれらを活かし、商品紹介やパッケージコピー、販促物に展開することで、さらに一貫性あるブランド訴求が期待できます。



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

味覚においては、「噛むほどに広がる米とビーフの重奏」「砂糖のささやき」など、旨味・甘味・塩味のバランスを繊細に表現し、それぞれが味の構築要素として機能している点が印象的です。酸味や苦味の扱いもあくまで控えめに描かれ、主張しすぎない余白感が“上品さ”や“素朴さ”を引き立てています。

テクスチャー面では、「コリッとした芯の存在感」「ザラつきと滑らかさが交互に現れる層構造」など、咀嚼時の感覚が豊かに再現され、単なる“硬さ”の表現にとどまらず、“食感のリズム”という新たな切り口に昇華されています。これは、ただ噛むという動作が「味わう」という体験の一部として強調される設計であり、本商品の「噛む文化」へのこだわりが見事に活かされています。

さらに、「パリッ、サクッ、ふっとほどける」といった音の表現や、常温でも温かみを感じさせる“肌感覚”の表現は、記憶や情緒へと訴える要素となっており、単なる味の分析を超えた情緒的価値を提示しています。



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

さっぱりとした後味が長く続き、口の中に心地よさが広がる。

気候・地域

四季折々の風土や気候に影響された、自然の恵みを感じさせる味わい。

食経験・食習慣

日本の伝統的な米菓文化に基づき、馴染み深く親しみやすい食経験と習慣に調和する味わい。

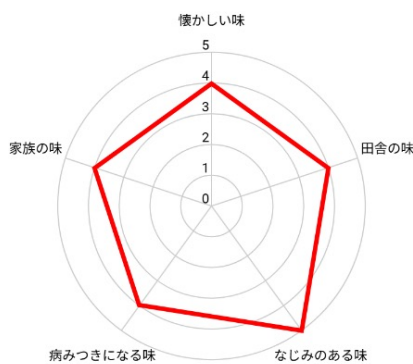
健康・生活様式

自然素材を大切にした健康志向のライフスタイルにぴったりの、優しい味わいと安心感。

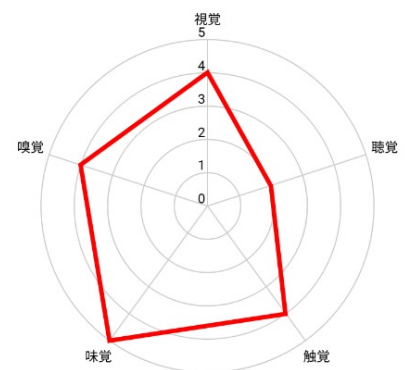
基本五味のレーダーチャート



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	2
苦味	1
うま味	4
甘味	3
塩味	3

広義の味	評点
懐かしい味	4
田舎の味	4
なじみのある味	5
病みつきになる味	4
家族の味	4

五感	評点
視覚	4
聴覚	2
触覚	4
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）

サラダじまんはしっかりとした噛みごたえと米の美味しさを感じられる商品で、五感を刺激する香ばしさと食感が高評価を得ています。ビーフパウダーや塩、甘みのバランスも良く、食欲をそそる味わいに加え、口の中で広がる旨味や豊かな香りが消費者の満足感を高めています。特に鮮明な商品特徴や独自性が伝わりやすいため、ニュース性も生まれやすい商品です。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

ネーミングの「サラダじまん」は親しみやすく視認性も良い一方、「サラダ」という言葉が味やコンセプトとやや乖離している可能性があります。パッケージは高級感と手軽さを両立させており、スタンドパックのデザインやフォントの工夫が好印象です。ただし、ネーミングやデザインの差別化や伝達力を向上させる余地もあります。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

ターゲット層は幅広く、子供から高齢者まで受け入れられるサイズと硬さが特長です。健康志向や自然志向の高まりに対応し、国内産米や安全素材をアピールできている点も好材料です。ただし、類似商品が多く、市場は飽和気味なため差別化が重要です。価格設定は適正ですが、差別化による付加価値を高めないと競争力を維持できません。今後はブランドの個性や特徴を明確に打ち出す必要があります。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

SNSや広報活動は積極的に行われ、受賞歴も効果的にアピールされています。ただし、お客様窓口や安全衛生に関する情報発信が不足しているのが課題です。広告や広報によりブランド力を高めるため、長期的な戦略やターゲット拡大に注力すべきです。特に、安全・安心を伝える情報や、商品ストーリーの発信が深まると効果的です。これにより、ブランドへの信頼や認知度をさらに高められます。

5. ブランディング要因

伝統的なイメージと革新的なデザインのバランスは評価されていますが、「サラダ」というネーミングと味のギャップがやや弱みです。小規模企業ならではの誠実さや丁寧さを伝え、地域ブランドとしての価値向上も課題です。伝統を守りつつ、革新や独自性をブランドに落とし込みたいところです。商品やパッケージを通じて、安心感や品質の良さを伝える工夫が必要です。ストーリーや地域性を強化し、ブランドの深みを増すことに期待します。

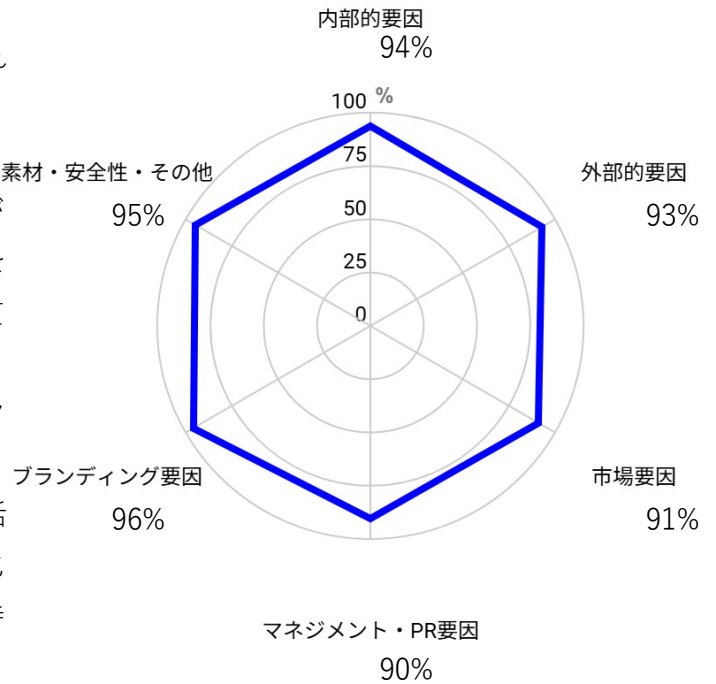
6. 素材・安全性・その他

新潟産米100%という高品質な素材の使用は、消費者に安心感を与える重要なポイントです。保存料や着色料未使用も安心材料として評価されています。ただし、安全性に関する情報の見える化や、農薬検査の透明性の向上が不足しています。農薬や残留物の検査体制やトレーサビリティ情報を積極的に伝えることが、信頼性の向上につながります。安全への取り組みをアピールし、健康志向の層にも響く商品にしていく必要があります。

審査レポート

■ 要因分布

「サラダじまん」は全体的に91%以上とバランスの取れた高評価を得ています。中でも「素材・安全性・その他」は95%と高く、新潟産もち米100%やHACCPに基づく衛生管理、添加物不使用など、誠実な商品づくりが評価されています。「ブランディング要因」では96%を獲得し、ネーミングやパッケージの世界観、そして一貫したSNS発信が功を奏しました。「外部的要因」でも93%と高得点で、使いやすく高級感あるスタンドパックや丁寧な筆文字が好印象。一方で「マネジメント・PR要因」では90%とやや控えめで、受賞歴や顧客の声の活用さらなる展開の余地が見られました。今後は差別化されたUSPの打ち出しが市場浸透に寄与することが期待されます。



■ 総評

「サラダじまん」は、審査会での試食を通して、素材のこだわり、味覚設計、ブランディング、さらには企業の姿勢に至るまで、多角的に高い評価を獲得しました。特に印象的だったのは、新潟県産もち米100%という素材の信頼性と、保存料・着色料不使用という安心感。開封と同時に立ち上る磯の香り、サクサクとした心地よい咀嚼音、噛むほどに広がる米とビーフの旨味が、五感全体で“食べる愉しみ”を体現しており、咀嚼文化に根ざした独自の魅力を伝えています。

味わいは、「旨味と塩味のバランスが絶妙」「海老の香ばしさとほのかな甘みが印象的」といった声に裏付けられ、素朴ながらも完成度の高い調和が認められました。さらに「ザラつきと滑らかさが層状に現れる口当たり」など、テクスチャーに込められた職人技が随所に感じられます。ブランド面でも、「サラダじまん」というネーミングの親しみやすさと、筆文字や手書き風フォントを使ったパッケージデザインが、まじめで誠実な世界観を醸成し、広く共感を得ています。一方で、“サラダ”という言葉の味覚的な解釈にやや戸惑いの声もあり、今後は外国人や初見の消費者に対する説明補助や、商品名と味覚のつながりを伝える工夫が望まれます。

また、SNSを活用した丁寧な情報発信はブランドの一貫性を高める一方で、広報の多角化や顧客の声の深掘りが今後の課題とされます。商品そのものの完成度が極めて高いからこそ、パッケージやメッセージングにもう一段階の進化を加えることで、より幅広い層に響く展開が期待されます。伝統と革新が融合した本商品は、今後も地域の魅力と誠実なものづくりを伝える力強い旗手となることでしょう。



〒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