



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

オリジナルローストビーフ



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 オリジナルローストビーフ

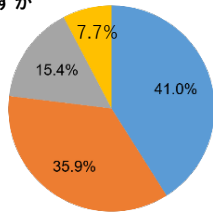
評価結果 金賞 受賞回・年月 第89回 (2025年7月)

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。

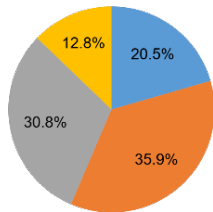
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

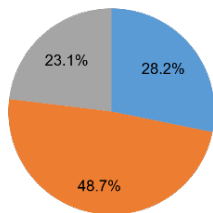
1 この商品に興味がありますか



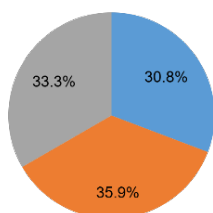
2 この価格で買いたいと思いますか



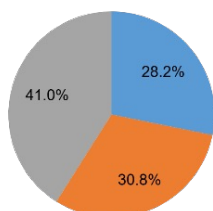
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

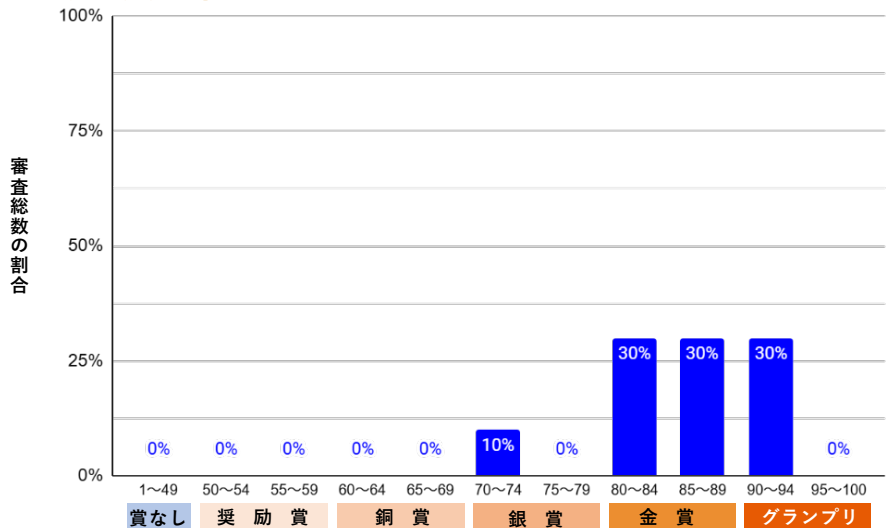
評価が高かった内容

真空低温調理製法でしっとりとしていて柔らかい
 味付けがシンプルでそのままでも美味しく、料理への汎用性も高い
 SNSやふるさと納税等を活用した販路拡大への意欲がある
 真空パックなので安心して取り扱える
 安全性、スピード提供、SNS映え等をキーワードに販促強化している
 衛生管理、品質管理体制が整備されている
 簡単調理で提供できるので幅広い層で需要がありそう

評価が低かった内容

原料が輸入肉中心で地産地消や国産志向の層には訴求しにくい
 味付けがシンプル過ぎて満足感に欠ける場合がある
 オリジナルが伝わりにくい
 顧客ごとの価格設定により、透明性に欠ける印象を与える
 サブタイトルや商品説明がパッケージ上に明示されていない
 解凍方法の記載がどこにも記載されていない
 消費者向けの販路開拓が発展途上であり、認知が限定的である

点数分布



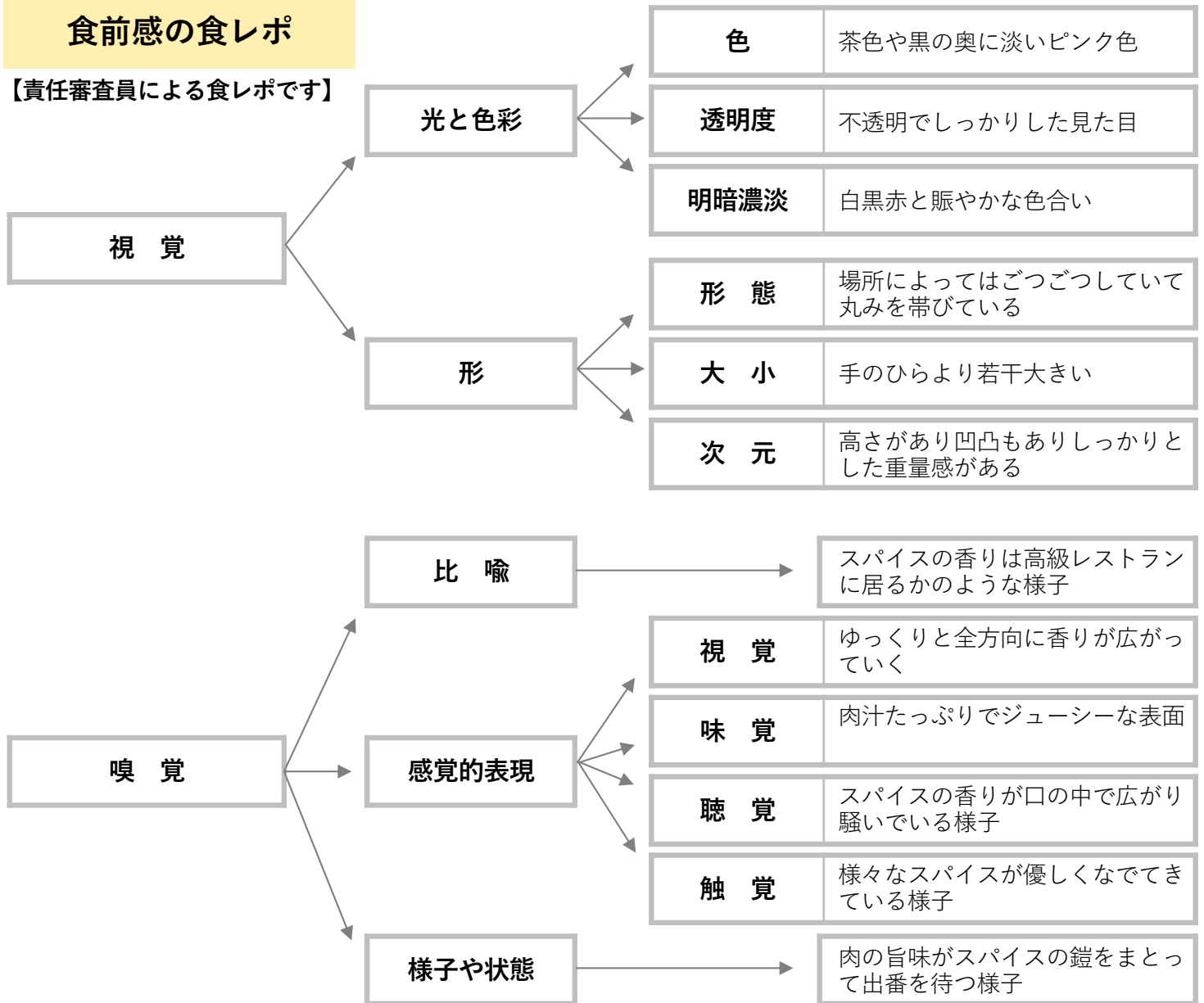
グランプリ相当が30%と高い割合を占めました。金賞相当においても60%と最も高い割合となりました。その結果総合評価86%で【金賞】となりました。アンケート結果の「この商品に興味がありますか？」に対して76.9%が「興味がある」と回答しています。「この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか？」に関しても76.9%が「多い」と回答しています。どの世代にも愛され必要とされている商品だと言えます。



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

本商品はシンプルで重量感、高級感のあるビジュアルを持ち、見た目にも食欲が増進が期待できます。全体的に黒色や白色や赤色があります。表面には凹凸がありしっとりとした質感を持ち、光沢があります。スパイスの隙間からお肉の鮮やかなピンク色が見られてお肉がジューシーであることが伺えます。真空調理されていることで大きな塊肉ですが中はしっとりとした柔らかい見た目で、また塊肉だからこそ用途に合わせてカットできる汎用性も評価されています。

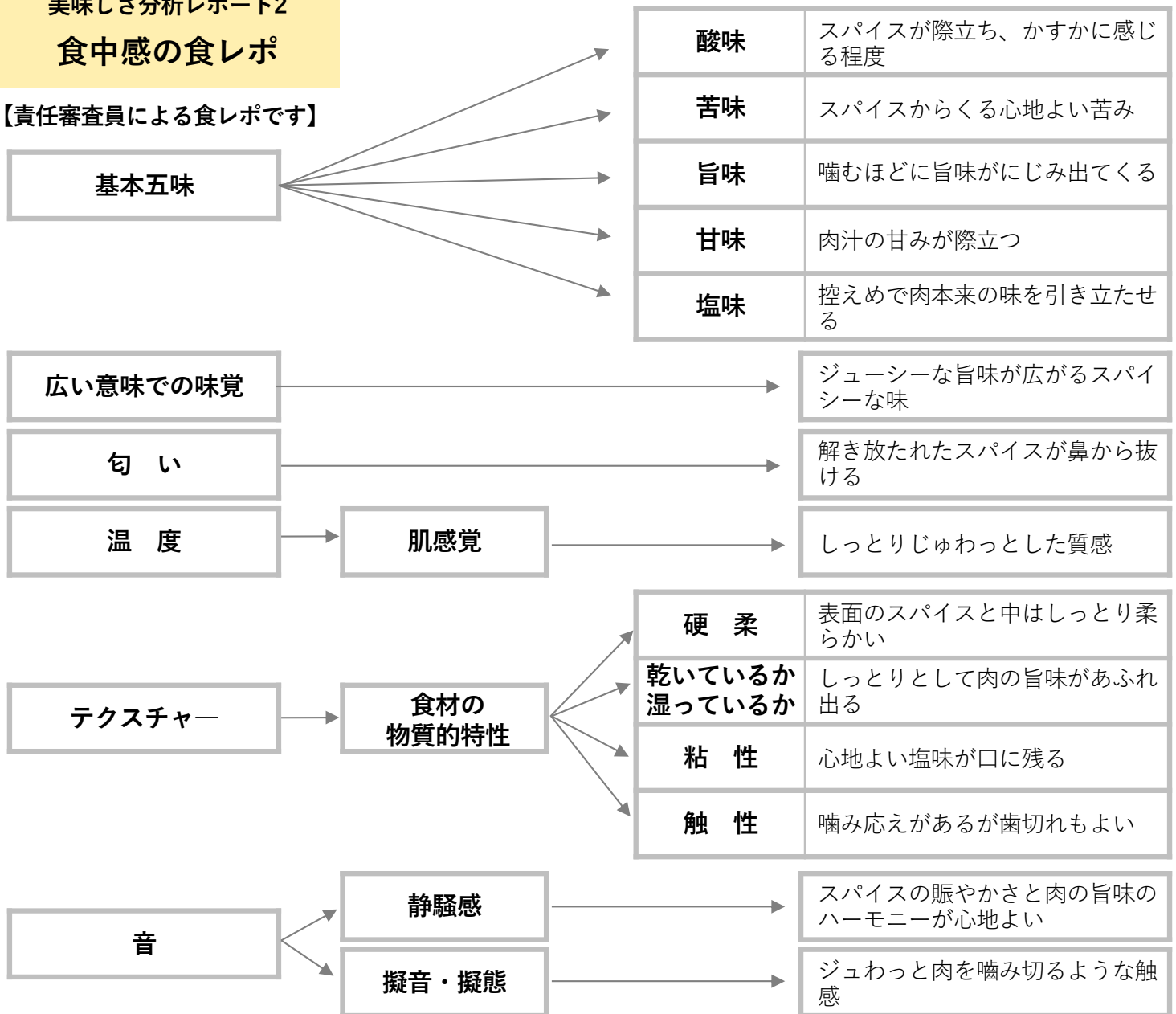
パッケージやネーミングがシンプルでなじみやすい一方で、シンプル過ぎて競合品との差別化が難しい、との評価もありました。また業務用商品で一般流通していないことで価格の透明性に欠ける、といった意見もありました。今回の受賞をきっかけに販売戦略は考えておられるので、今後の商品の飛躍を期待したいです。



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**

本商品はもも塊肉等を使用しているが、中でも部位を選定して使用しています。真空包装され低温調理で中までしっかり加熱されたもも塊肉等は、どこを切っても柔らかくジューシーです。中から肉汁があふれ出てきます。塩分控えめな味付けとシンプルなスパイスでお肉本来の旨味をしっかりと感じる事が出来ます。なかでも大きなスパイスを噛んだ時にはふわっと香りが立ち、その食中感の味の違いを楽しむことが出来ます。肉の脂がジューシーで甘く、芳醇なスパイスの香りと組み合わせさり、まさに口の中で遊んでいるような味わいです。

テクスチャーとしては口内でしっかりとした噛み応えがあります。粘性はなく柔らかいのでサクッと噛み切ることが出来ます。カットの仕方でお子様でも高齢者でも安心して食べることが出来ます。シンプルで飽きの来ない味付けがされており、汎用性も高く高級感も演出してくれる本商品は、贈答用や普段使いでも満足度の高い商品だと感じました。



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

牛モモ肉等の甘みとスパイスの香りが余韻として残ります。塩分控えめなのでもっと食べたい、という欲求が掻き立てられます。

気候・地域

輸入肉ならではの肉の味がしっかりと感じられます。豪州の自然豊かな牧草で育った牛が想像できます。

食経験・食習慣

ハレの日や節目のイベント時に食べた経験があります。今では日常によく出てくるようになりました。幅広い年代で支持される商品です。

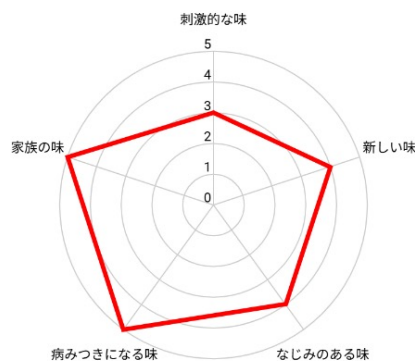
健康・生活様式

優しい余韻とたっぷりのお肉の甘みが、お祝い事などの贅沢な一品としてぴったりな味です。日常使いでも解凍してすぐに食べることが出来る簡便性も魅力です。

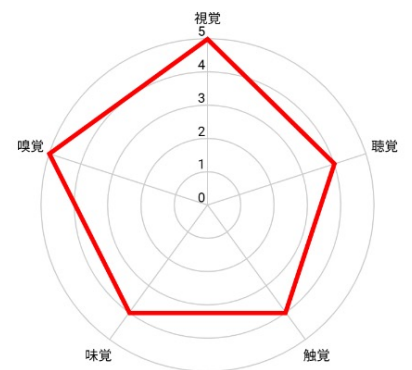
基本五味のレーダーチャート



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	4
苦味	5
うま味	5
甘味	3
塩味	3

広義の味	評点
刺激的な味	3
新しい味	4
なじみのある味	4
病みつきになる味	5
家族の味	5

五感	評点
視覚	5
聴覚	4
触覚	4
味覚	4
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）

本商品は海外から輸入した（豪州、メキシコ、ニュージーランドや他各国）牛モモ肉等を使用して作られており、厳選された部位を使用しています。また、真空包装され低温調理されています。大きな塊肉だがその触感是非常に柔らかくジューシーです。また味付けが塩分控えめながらスパイスも程よく効いていて、牛肉の本来の味や甘みを味わうことが出来ると評価されています。添加物を最小限にまで抑えて作られているところも評価されています。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

本商品は500g（200g～700g）と顧客によってサイズが違います。顧客の要望に沿った使いやすさを提供しています。塊肉のため非常に汎用性が高く好みにカットできるところも評価が高いです。また味付けがシンプルで塩分控えめなところも評価されています。

一方でネーミングやパッケージデザインについて「シンプル過ぎる」、また業務用商品が主流のため価格が不透明なところも改善の要望がありました。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

本商品は品質にこだわりのある業務用のお客向け、ふるさと納税などの贈答用として明確な市場をイメージされていることが評価されています。塩分控えめ、スパイスもできるだけシンプルに設計されており、新たな健康志向の顧客獲得に期待できると考えます。

今では市場にたくさんのローストビーフが出回っています。普段使いでも抵抗なく購入しているケースが目立ちます。本商品もスーパーで購入できるようになることを期待しています。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

本商品は原料管理から製造・カット・成型に至るまで一貫した品質へのこだわりがあると、高く評価されています。また従業員の健康管理や労働環境に重点を置いていることも評価されています。良い商品を良い品質で製造し続けるには、従業員の満足度、楽しい職場環境は必須だと言えます。

一方で、クレーム発生時のお客さま相談窓口が明示的に整備されていない点は今後の課題だと考えます。限られた人員で厳しい環境ですが今後の改善に期待したいです。

5. ブランディング要因

本商品は今後の受賞歴や販路拡大に合わせて、HPや名刺などブランド露出を計画しており、戦略性があると評価されました。また、ナチュラルな風味を重視した製法により、他社の「ハム風味」製品との差別化が明確である、との声も挙がっています。商品に無駄な装飾が無いところも高級感を高めているとの声もありました。商品に力を入れており、飾らない会社の姿勢にも感銘を受けます。最近の流行のSNSサイトの活用やアレンジレシピ等の幅広い分野での広報活動に期待しております。

6. 素材・安全性・その他

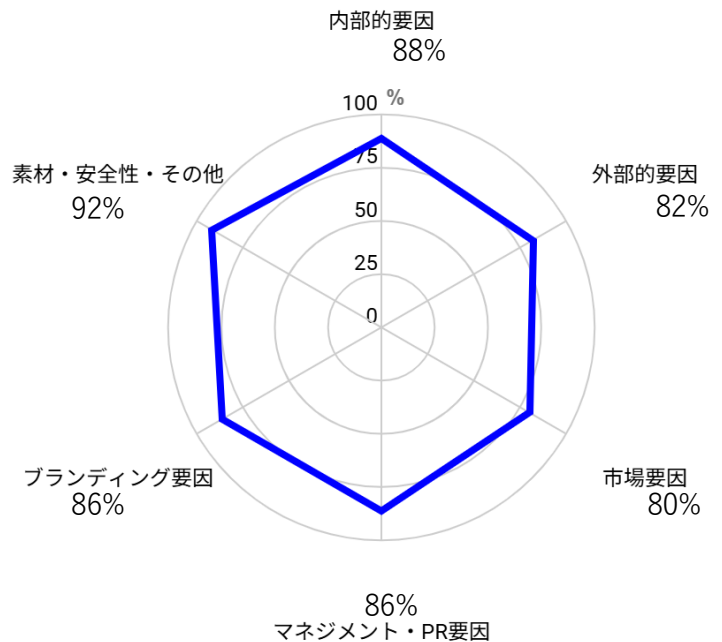
本商品は原料管理から製造・カット・成型に至るまで一貫していることで、品質管理が徹底しています。HACCPの考え方を取り入れた衛生管理、金属探知機の活用、防虫検査、従業員の検便、従業員の健康管理等、しっかり管理されているところが評価されています。また、保存料不使用、他添加物の最小限の使用など、品質面において管理されていることが高く評価されています。一方で産地の違う牛肉を最終製品にした際の安定性の工夫など、業務用製品であればよりコアな視点での記載があるとよいと感じました。

審査レポート

■ 要因分布

本商品は「素材・安全性・その他」において92%と最も高い評価となっています。仕入れから製造まで一貫した生産体制が高く評価されました。また「内部的要因」も88%と次に高く、柔らかくて美味しい、や肉汁たっぷりといった点も評価された要因です。またシンプルな味付けも評価されています。「市場要因」が80%と要因分析中で最も低い点となりました。業務用商品が中心であることで価格の不透明さやパッケージやネーミングがシンプル過ぎる、等の意見がありました。

今後のSNSの活用や販売戦略が明確であり今後の市場拡大と商品の認知拡大が大きく期待できる商品であると考えます。



■ 総評

本商品は熊本県内中心で業務用として販売されてきました。今後は地元の名品としてふるさと納税だけでなく一般消費者への販路拡大を目指したい、という社長のコメントが商品に表れていると感じました。

「オリジナルローストビーフ」に関して牛モモ肉等を使用して作られており、厳選された部位を使用しています。真空包装され低温調理されており、その食感は非常に柔らかくジューシーです。また味付けが塩分控えめだがスパイスも程よく効いていて、牛肉の本来の味や甘みを味わうことが出来ると評価されました。添加物を最小限にまで抑えて作られているところも評価されています。HACCPの考え方を取り入れた衛生管理、金属探知機の活用、防虫検査、従業員の検便、従業員の健康管理等、しっかり管理されているところが評価されています。また顧客の要望に沿った使いやすさを提供しています。塊肉のため非常に汎用性が高く好みにカットできる場所も評価が高いです。

今後の受賞歴や販路拡大に合わせて、HPや名刺などブランド露出を計画しており、戦略性がある、ところも評価されました。また、ナチュラルな風味を重視した製法により、他社の「ハム風味」製品との差別化が明確である、との声も挙がっています。

一方でネーミングやパッケージデザインの情報訴求力やブランドストーリーの発信に若干弱い点が指摘され、また業務用商品が主流のため価格が不透明なところも改善の要望がありました。クレーム発生時のお客さま相談窓口が明示的に整備されていない点は今後の課題だと言えます。

良い商品を作り続けるには良い職場環境は必須だと考えます。従業員の健康管理、福利厚生等、従業員満足度を高めることに重点を置いている事は非常に感銘を受けます。

今回の受賞を機に一般消費者への販路拡大、市場認知の拡大に繋がることを期待しています。





Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション