



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

燦然（コース）



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 燦然（ロース）

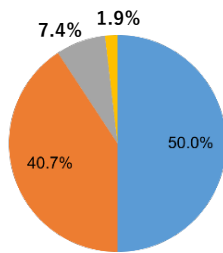
評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第89回（2025年7月）

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。

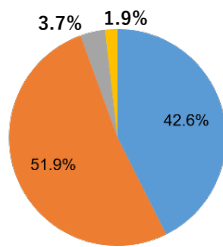
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

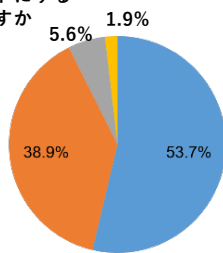
1 この商品に興味がありますか



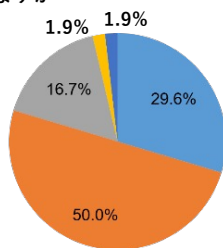
2 この価格で買いたいと思いますか



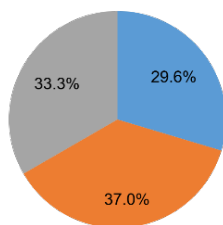
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

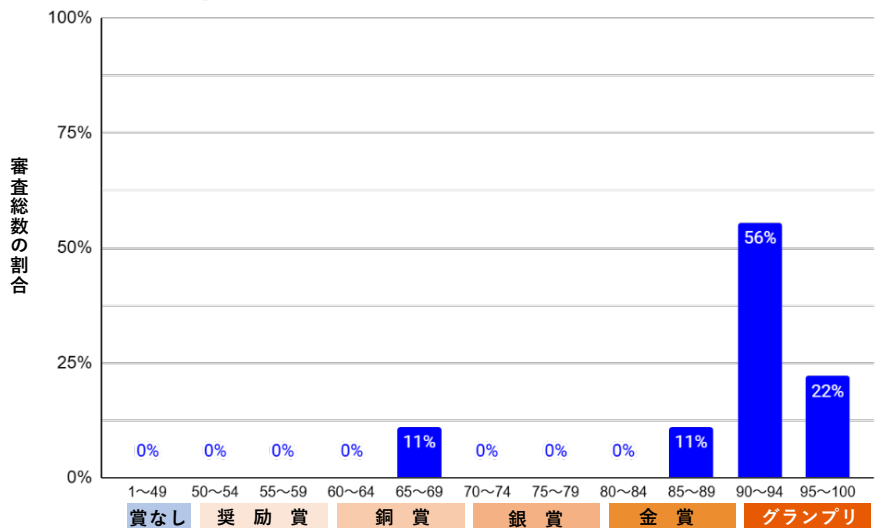
評価が高かった内容

肉の臭み、クセがなく、甘みがありながらもしつこさやくどさがない
 繊細な肉質を感じられ、適度な噛み応えもあり満足度が高い
 綺麗な肉質で見た目にとっても美しく、食欲をそそる
 ネーミングが豪華で、良質なイメージを出していて好ましい
 価値の高い商品を市場に提供している
 豊富な知見、ネットワークを使いブランディングされている
 国産豚肉使用、保存料、着色料不使用で安心感がある

評価が低かった内容

個人的には少しあっさりしすぎている気がする
 脂肪が少ない部分のパサつきが感じられた
 パッケージに、もう少し高級感や輝く感じがほしい
 価値の高い商品を市場に提供していることが消費者に伝わりにくい
 食肉メーカーとの差別化がもう少し伝われば良さそう
 ブランドの定着をするためには、もっと広報宣伝戦略の見直しが求められる
 安心安全と良質な味わいをもっとPRすべきである

点数分布



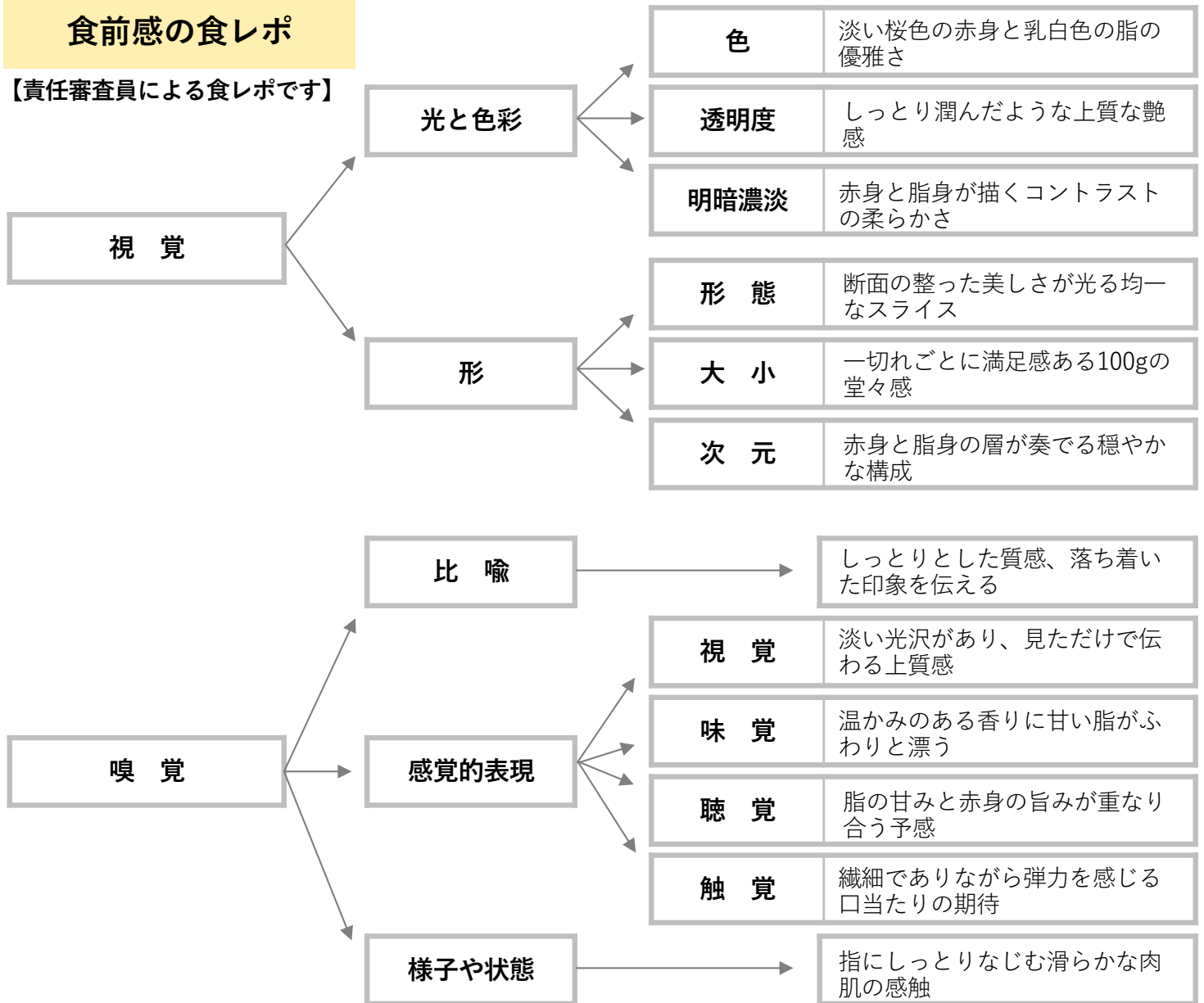
審査員の得点分布では90点以上が全体の78%を占めており、味や品質に対する高評価が顕著でした。一方、65～69点が11%見られた背景には「覚えにくいネーミング」など消費者目線での主観的印象が影響したと考えられます。Webアンケートでも「興味がある」「買いたい」との回答が9割前後と高く、ネーミングやUSPに対する認知は今後の伝え方次第でさらに強化できると評価されます。全体として魅力の伝達と記憶性が今後の伸びしろといえます。



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

第一印象から上質さが漂い、視覚的にも味覚的にも高い完成度が期待される一品です。赤身と脂身のバランスが美しく、全体に淡い桜色の赤身と乳白色の脂が程よく配置され、自然なコントラストを描いています。肉表面にはしっとりとした艶があり、光を柔らかく受け止める質感が印象的でした。赤身の繊維の細やかさや脂身のきめの細かさも視認でき、丁寧な加工の様子がうかがえます。

スライスが整っており、切り口にも美しさがあります。薄く仕上げられながらも断面は滑らかで、繊細な層が見え、構造の安定感を感じさせます。比喩的には、絹のような柔らかさと、淡く広がる光をまとったような穏やかな佇まいがあり、主張しすぎず、品のある存在感を放っています。

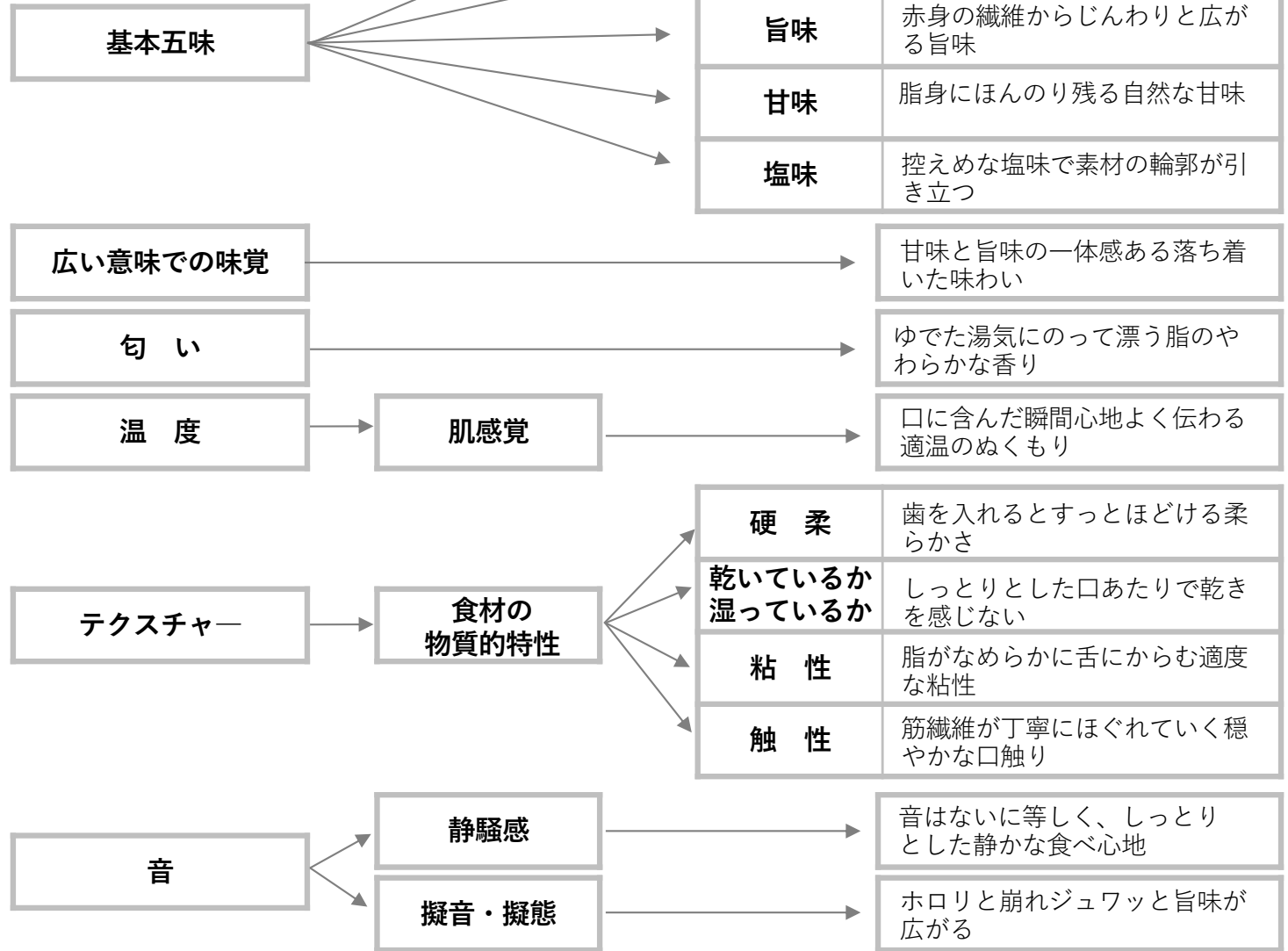
香りには脂の甘みをほのかに感じさせる温かみがあり、味への期待を高めます。食感や味覚についても、しっとりとした舌触りやまろやかな旨みが想像され、全体として「安心」「上質」「丁寧さ」といったキーワードが浮かぶ食前印象となっています。



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

本商品は、ゆでた調理方法にもかかわらず、素材本来の風味やテクスチャーの良さがしっかりと感じられる仕上がりでした。口に含んだ瞬間に伝わるやわらかな温度感としっとりとした舌ざわりが心地よく、赤身と脂身が織りなすバランスの取れた味わいが広がります。赤身は非常に繊維が細かく、噛むたびに「ほろり」と崩れていくような柔らかさを持ち、脂身は舌にまとわりつくような滑らかさで、自然な甘みと旨味が優しく重なり合っていました。塩味はごく控えめで、素材の味を引き立てており、味付けに頼らなくても豚肉本来の持つ滋味がしっかりと感じられます。全体的に丸みのある印象で、非常に安心して食べ進められる味わいでした。また、加熱により立ち上る脂の香りがほのかに甘く、調理時の香ばしさが加われればさらに魅力が増すであろうことが予感されます。音の面でも静かで落ち着いた食べ心地が印象に残り、食卓にやさしい余韻を残す一品でした。派手な味付けに頼ることなく、素材の良さといえぬ加工で勝負する本商品は、まさに“噛むほどに伝わる確かな品質”を体現していると感じました。



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

脂の甘みと赤身の旨味が絶妙に調和し、とろけるような脂の甘さが舌の上にふんわりと残り、全体としてしつこさを感じさせない、落ち着いた余韻

気候・地域

寒さの厳しい土地でも身体を内側から温めてくれるような、やわらかく優しい口当たり。冬の食卓に置きたい、ぬくもりを感じる味わい

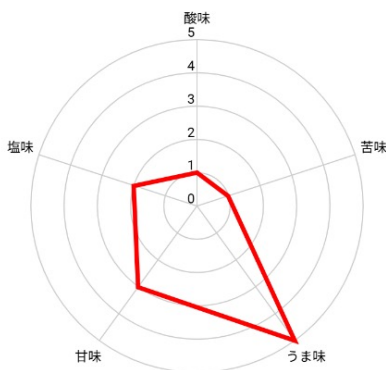
食経験・食習慣

脂の甘みが懐かしい家庭の食卓を思い出させ、どこか親しみのある味。シンプルな調理でも満足できる安心感があり、記憶に残る味覚

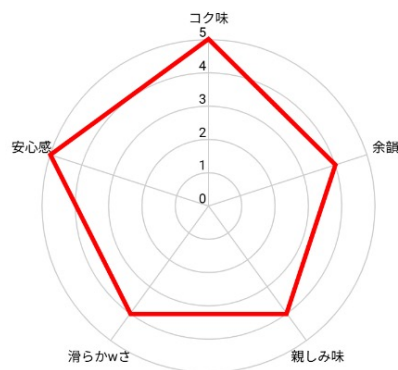
健康・生活様式

忙しい日々の中でも、あたたかくやさしい一品を口にした満足感。無理なく食べきれぬ量と穏やかな味が、健康志向にも合う調和のとれた食材

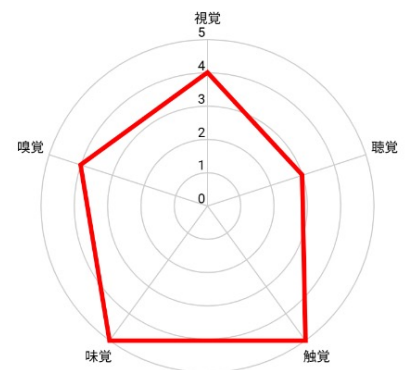
基本五味の レーダーチャート



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	1
苦味	1
うま味	5
甘味	3
塩味	2

広義の味	評点
コク味	5
余韻	4
親しみ味	4
滑らかさ	4
安心感	5

五感	評点
視覚	4
聴覚	3
触覚	5
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）

本商品は、飼料メーカーによる一貫した飼育・加工体制が生む信頼性と、きめ細かく柔らかな赤身、脂の上質な甘みが高く評価されました。調理法がシンプルであっても素材の良さが明確に伝わる完成度の高さが特徴で、臭みやクセが一切ない点も好印象でした。一方で、同系の製品との差別化や、使用部位に関する個性の打ち出しにはさらなる工夫の余地があり、ブランド独自の味覚的特徴が一層明確になると、今後の発展にもつながると考えられます。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

「燦然」というネーミングは印象的で、特別感や高級感を感じさせる響きがあり、商品に品格を与えています。外装も黒のトレーや白基調の箱により、ギフト用としての価値を高めています。ただし、ネーミングにふりがながない点や視認性の控えめさが、一部の消費者にとってはやや親しみにくさとして映る可能性もあります。より多くの層に届くには、視覚的な訴求力や親しみやすさのバランス調整が今後の鍵となるでしょう。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

本商品は、味・品質の両面から高い満足感を提供しつつ、直販によって中間マージンを省いた価格設定を実現しており、プレミアム志向の消費者ニーズに適しています。オンライン販売を軸に展開されていますが、量が多めな点は少人数世帯にとって課題となる可能性があります。今後はギフト市場に加え、少量パック化による日常需要への展開や、店舗流通での認知拡大が進めば、さらに市場競争力を高められると期待されます。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

飼料メーカーが手掛ける肉製品という点にニュース性があり、企業背景そのものがPR資源となっています。一方で、「燦然」単体での広報活動やSNSによる情報発信は今後の課題であり、ブランドストーリーや生産工程へのこだわりを積極的に可視化することで、消費者との接点がより強化されると考えられます。受賞実績を活用した広報や、ECサイト上での情報強化を通じて、信頼性と親近感を同時に高める展開が望まれます。

5. ブランディング要因

「燦然」という名称は、上質で堂々とした印象を持ち、特別なものを連想させる力があります。味・品質・パッケージのすべてがその名に見合う統一された世界観を持ち、ブランドとしての完成度は高いと言えます。一方で、その高級感ゆえにやや距離を感じる消費者も想定されるため、今後は物語性の補強や、親しみやすい派生ブランドの展開などにより、さらなる認知拡大と顧客層の広がりが期待されます。

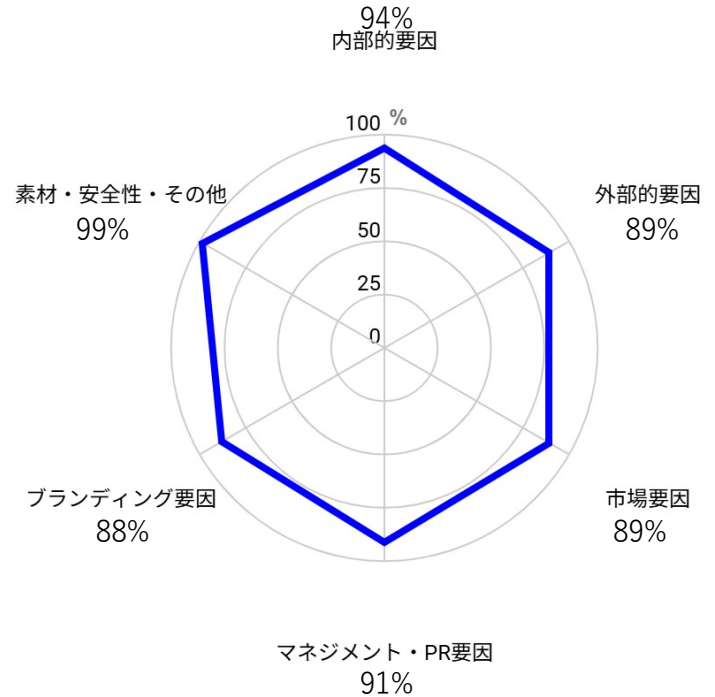
6. 素材・安全性・その他

本商品は、飼料設計から育成、加工に至るまで一貫体制で管理されており、HACCPやISO22000を取得するなど、安全面において極めて高い水準が保たれています。原材料には添加物を使用せず、履歴が追える仕組みも整っており、消費者にとっての信頼性は非常に高いといえます。このような管理体制を積極的に発信し、視覚的にも明示することで、安全性の高さがより伝わり、商品価値のさらなる向上につながるでしょう。

審査レポート

■ 要因分布

全体的に非常に高い評価を得ており、中でも「素材・安全性」が99%と突出して高く、飼料メーカーならではの「一貫管理体制や安全性への信頼感が強く評価された結果」といえます。「内部的要因」も94%と非常に高く、肉質のやわらかさや脂の甘み、赤身の旨味など、味そのものに対する満足度の高さがうかがえます。「マネジメント・PR要因」も91%と高評価であり、企業の背景や取り組みへの期待感が見られました。「外部的要因」「市場要因」「ブランディング要因」もいずれも88~89%と安定した評価を獲得していますが、特にネーミングの記憶性や視認性に対するごく一部の消費者視点からの意見が全体平均にわずかに影響したと考えられます。



■ 総評

本商品は、味や安全性といった「中身」はすでに高く評価されており、消費者の購入行動においても安心材料となることは明白です。ただ、購買の入り口であるパッケージやネーミングにおける伝え方が、商品の魅力をさらに広げるカギになると考えられます。「燦然」という名称には美しい語感と品格がありますが、購買初動では理解に時間を要する場合も想定されます。そこで有効なのが、「意味を補足するサブコピー」の導入です。たとえば「上質な豚肉が放つ、燦然たる旨み」や、「口にすれば、違いが伝わる飼料メーカー発のこだわり豚肉」など、商品名の意味や魅力を“読む前に伝える”仕組みを添えることで、認知のハードルを下げるすることができます。また、栄養面のアプローチも、活かせる視点です。例えば、「セロトニンの材料となるトリプトファンが多く含まれる豚肉は、心を穏やかに整える栄養素の宝庫」といった表現は、機能性表示ではなく、あくまで“栄養補足情報”としての発信が可能です。この場合、「医療的効果」や「効能」ではなく、「～を含むことで～が期待される栄養素として知られています」といった表現であれば、景品表示法や健康増進法上も無理なく活用できます。また、販売導線においては「誰が、いつ、どう食べるか」を可視化することも大切です。たとえば「1枚40gで、お弁当にも使いやすいサイズ」「家族で囲む週末の食卓に」など、シーン提示を添えることで、商品が“ただの美味しい肉”から“わが家にあると嬉しい食材”へと昇華します。オンライン販売が中心であるからこそ、画像・キャッチコピー・商品説明にこのような感情的フックを加えることが、リピート率の向上やレビュー獲得にも寄与すると考えられます。

本商品にはすでに“確かな中身”があります。それをいかに分かりやすく、印象深く、そして親しみやすく伝えるかがポイントになります。品質に誠実であるがゆえに、伝え方の厚みを加えるだけで、多くの消費者の記憶に残るブランドへと成長する余地があると感じます。今後の展開を楽しみにしています。





Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション