



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

---

審査レポート

---

Pantry & Lucky    こだわり野菜カレー 200g



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 **Pantry & Lucky こだわり野菜カレー 200g**

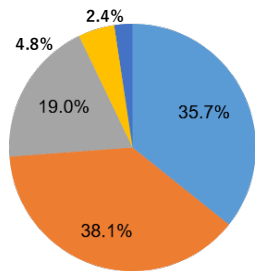
評価結果 **金賞** 受賞回・年月 **第89回 (2025年7月)**

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。

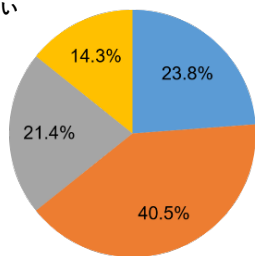
## WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通  
■ あまりない ■ ない

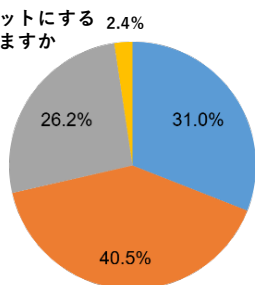
1 この商品に興味がありますか



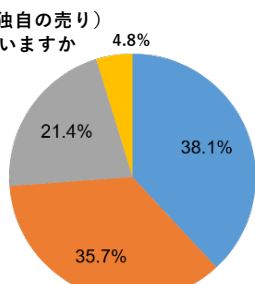
2 この価格で買いたいと思いますか



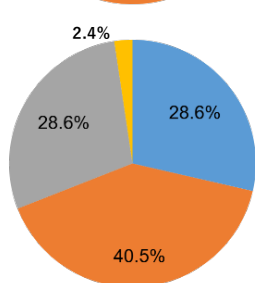
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

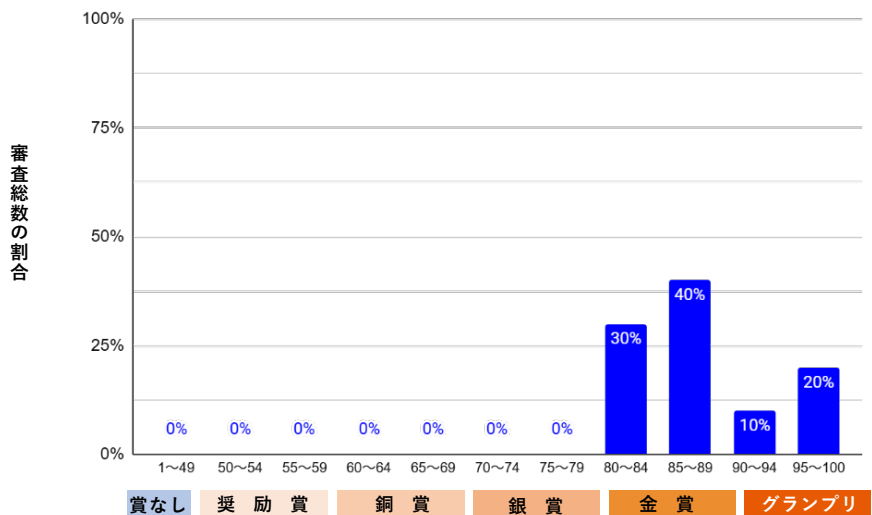
評価が高かった内容

- 優しい味わいで旨味に奥行きがある
- 玉ねぎの自然な甘みが良い
- 全体的に重すぎず、最後まで食べやすい設計
- 野菜の甘さとスパイス感のバランスが取れている
- 味の主張が強すぎず食材との親和性が高く、食卓で応用が効く
- 玉ねぎや人参の素材感が自然
- ご飯との一体感が良く、食事の満足度を高める

評価が低かった内容

- 野菜は存在感はあるが、見た目や食感の印象がやや単調
- 口に入れる前の香りの訴求力がやや弱い
- 「スパイスの特徴を味わいたい層」にとっては印象に残りにくい
- 動物性素材が入っていることでコンセプトとの違和感を感じる
- 「万人受け」な味わいだが、印象に残りにくい
- “素材らしさ”の鮮度感にはやや乏しさがある
- “温めない”と味の一体感が弱まる

## 点数分布



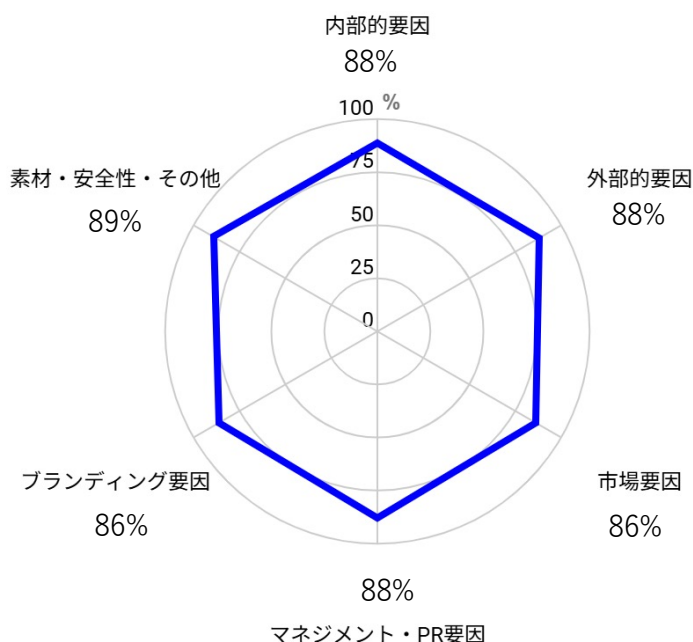
点数は金賞相当からグランプリ相当に分布し、全体として安定感のある高評価を得ました。動物性素材による旨味の厚みに加え、香り高くしっかりとしたスパイスの効きが特徴的で、甘みとのバランスにより奥行きある味わいに仕上がっています。

一方、「こだわり野菜」という名称に対して、具材の印象が弱いと感じた審査員もおり、また“野菜中心”の印象を持った一部審査員からは、動物性原料の使用に対するギャップも指摘されました。パッケージや名称から受ける印象と実際の味・構成との乖離が、改善余地として挙げられています。

# 審査レポート

## ■ 要因分布

各評価要因は、いずれも86～89%の範囲に収まり、全体として非常に高水準のスコアを記録しており、完成度の高さとバランスの良さが際立っています。特に「内部的要因」や「素材・安全性・その他」では約89%と高評価を得ており、製品設計や品質管理における信頼性の高さがうかがえます。一方で「外部的要因」「市場要因」「ブランディング要因」も86%と堅実なスコアを示しており、市場対応力やブランド設計、外部評価の点でも安定した強さを持っています。総合的に見て、本製品は金賞相当の評価帯に位置しており、今後の更なるブラッシュアップによってグランプリ相当も視野に入る、優れたポテンシャルを備えた商品であると言えます。



## ■ 総評

本商品は、まず見た目からして「手づくりの温もり」が伝わってくるような佇まいが印象的です。特に、大ぶりにカットされた野菜の存在感が目を引き、そのビジュアルは、単なる満足感の演出を超えて、「丁寧につくられた」という物語を語りかけてくるようです。視覚的なインパクトが、そのまま味覚への期待へとつながっていく——そんな食体験の導入部として、非常に優れた設計となっています。スプーンを入れた瞬間に伝わる“質感の違い”は、レトルトの域を超えた“設計された仕上がり”を物語ります。ごろごろとした野菜は煮崩れず、しかし過度な固さもなく、まさに絶妙な火入れ。ひと口ごとに食感のリズムがあり、具材の異なる風味が重なり合うことで、単調になりがちなレトルトの印象を大きく覆します。

味の構成も印象的です。はじめに広がるのは、まろやかで自然な甘み。ですが、その穏やかさに油断する間もなく、奥からスパイスの鮮やかな香りとシャープな辛みが立ち上がってきます。この“二段階構成”のような味の展開は、食べるほどに奥行きを感じさせ、飽きることのない設計です。優しさと主張がバランスよく共存し、余韻の中に記憶に残る印象を残します。

審査コメントからは、「スパイスの粒立ちがくっきりしていて印象的」「家庭の味ではなく、構築された味の設計がある」といった声が多く寄せられました。これは、単に美味しいというだけでなく、味の背景に“考え抜かれた意図”を感じるという、非常に高次の評価といえるでしょう。一方で、構成素材に動物性由来の旨味が含まれているため、「こだわり野菜＝完全菜食」と期待した一部の審査員からは、若干の戸惑いも見られました。実際には動物性素材による深いコクと旨味が、味のベースとして全体をしっかり支えているため、食べ応えのある美味しさが成立しているのも事実です。この点は、「美味しさをどう設計するか」という価値判断とのバランスを取る今後の課題と言えるかもしれません。パッケージやネーミングとの整合性の観点では、「こだわり野菜」という言葉が与える印象と、原材料や仕様との間にわずかなギャップを感じたという声もありました。とはいえ、野菜の見た目や食感に関してはその名に十分応えており、情報設計のさらなる工夫によって、より一層の共感と理解を得られる可能性があるでしょう。

総じて本商品は、派手さや奇抜さではなく、誠実な積み重ねと緻密な設計で勝負する“静かな実力派”。流行に安易に乗ることなく、時間をかけて育てていけるだけの余白と、確かな完成度を併せ持っています。今後は、なぜこの味・形に至ったのか、どのようなこだわりがあるのかといった「開発の物語」がより明確に語られることで、さらに広範な層からの共感を呼び込むことができるでしょう。単なる一食にとどまらず、“食体験を通じて共感が残る商品”として、これからの展開に大きな可能性を感じさせる逸品です。



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

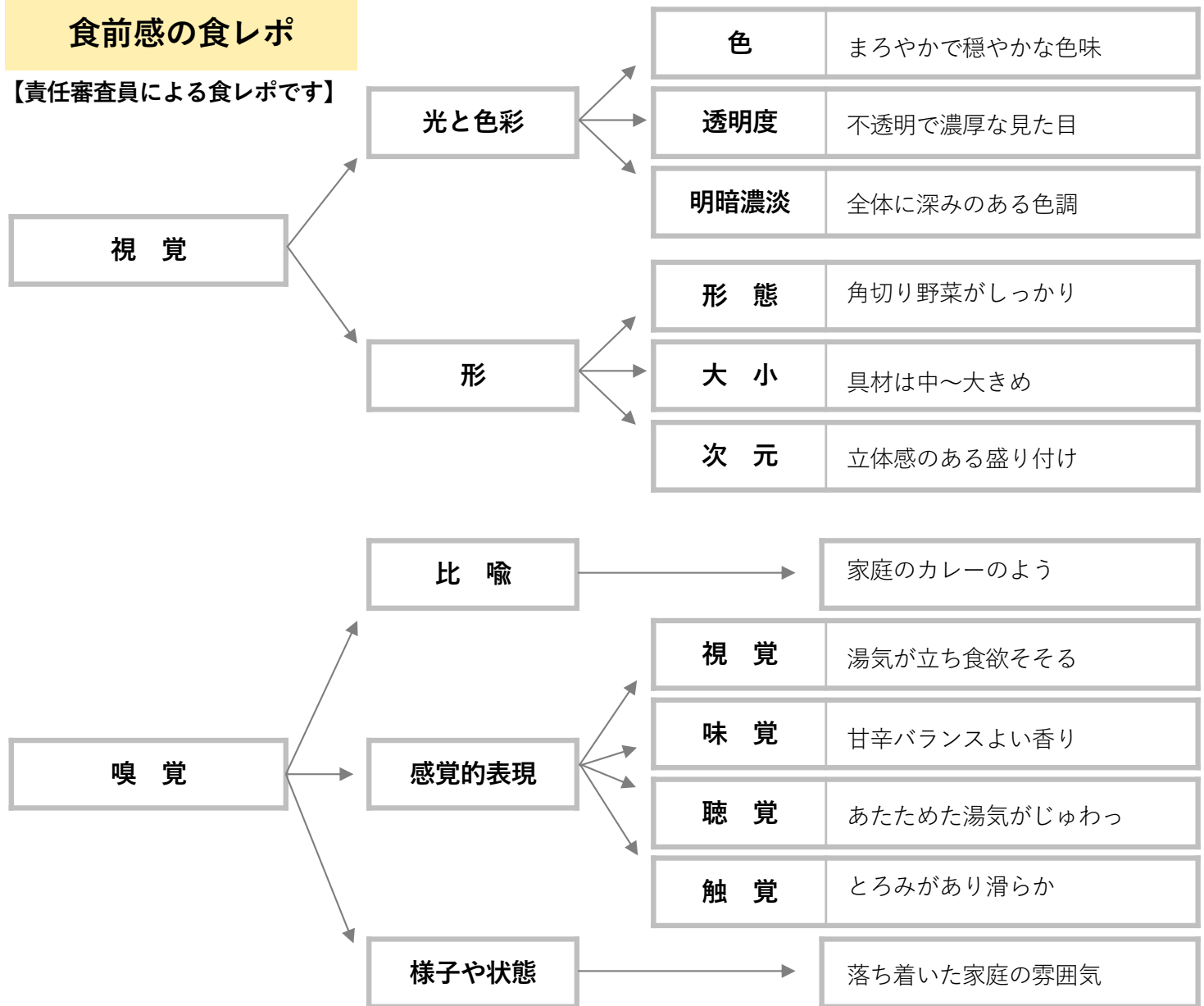
〒102-0082 東京都千代田区一番町15-8 壱番館5階  
Tel : 03-3265-0518 / Fax : 03-3265-0519  
Mail : info@foodanalyst.jp



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

素材そのものの魅力を素直に引き出し、やわらかく包み込むような味わいが印象的な一品です。レトルトとは思えない丁寧な仕上がりで、具材一つひとつがきれいな形を保っており、特に人参やじゃがいもは、煮崩れず自然なやわらかさで仕上げられていて、口の中でやさしくほどけていく食感が心地よい満足感を与えてくれます。

全体的に香りは穏やかで、鼻を抜けるような主張の強いスパイスではなく、じんわりと広がる香味野菜の甘みや、煮込みから生まれる旨みがじっくりと重なり、家庭的でほっとするような、毎日の食卓に寄り添ってくれる安心感のある味わいが特徴です。

スパイスの刺激は抑えられているものの、ビーフエキスをはじめとする動物性素材はあくまで脇役に徹しており、野菜のやさしい風味をしっかりと引き立てながら、味に必要なコクと深みを与えてくれています。

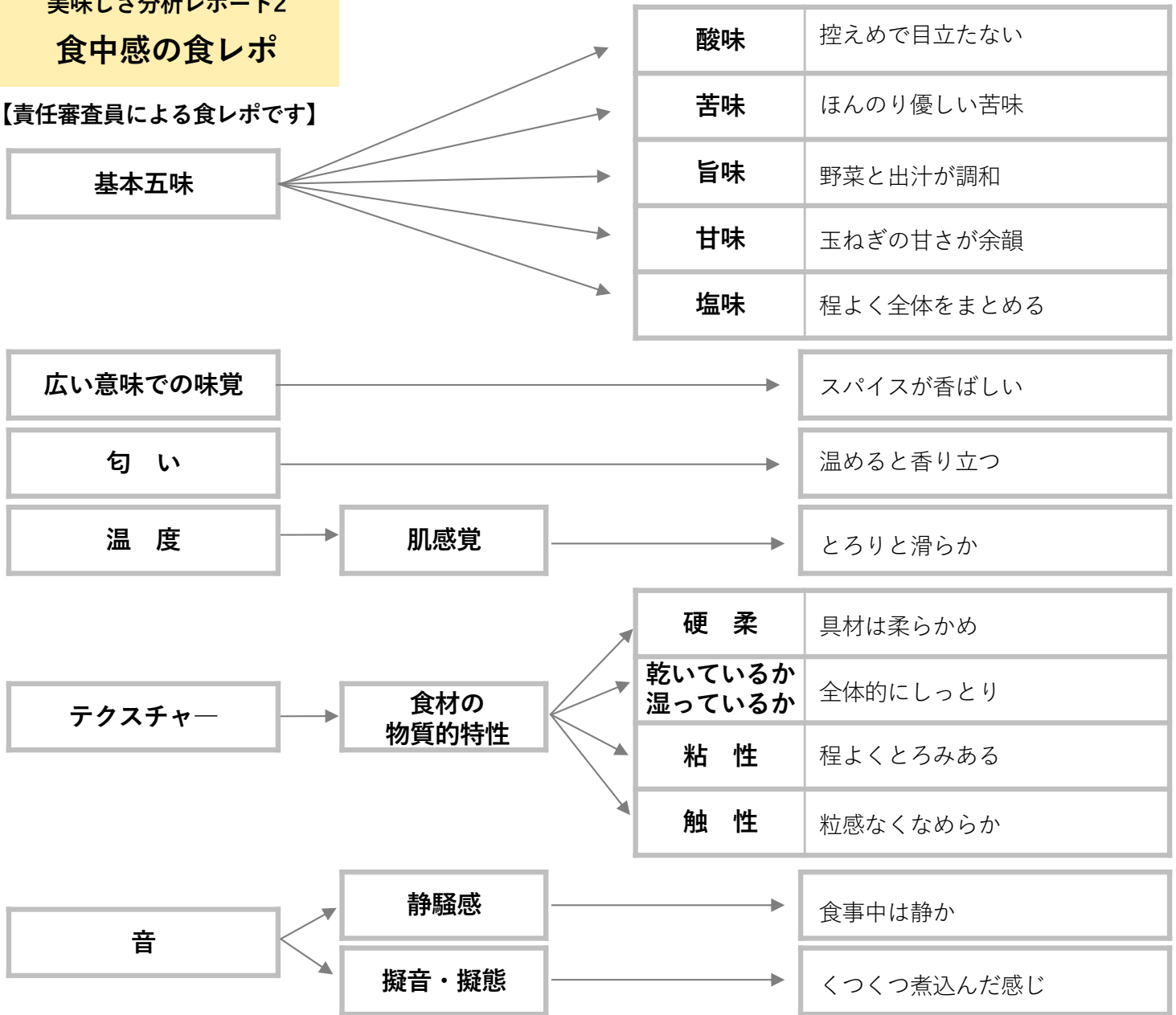
「やさしさを感じる」「毎日でも食べたくなる」といった感想が多く寄せられ、強い個性や尖った味わいよりも、すっきりと軽やかな後味や、食べ続けても飽きがこないバランスの良さが高く評価されました。落ち着いた深みを感じさせる色合いのパッケージと、手描き風のやさしいデザインも好印象。自然派食品やこだわりの商品が並ぶ売り場においても、その世界観と調和しながら、静かに確かな存在感を放っています。



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

口に含んだ瞬間、温もりを感じさせる香りがふわりと広がり、野菜とスパイスが調和したやさしい味わいが、じんわりと舌の上に広がっていきます。旨味は控えめで自然体。野菜由来の素朴な甘みに、はっきりと感じられるスパイスの風味が重なり、芯のある味の層を丁寧に形づくっています。スパイスは控えめというよりも、料理全体の骨格を静かに支えるような存在で、味に奥行きと引き締まりを加えています。酸味や塩味は必要以上に前に出ることなく、まろやかで調和のとれたバランスが印象的です。

ルウはほどよいとろみがあり、舌の上でなめらかに広がって、自然と喉の奥へと流れていきます。具材の野菜も丁寧に煮込まれていて、ゴロゴロとした主張はせず、しっとりやわらかな仕上がりとなっています。咀嚼時に感じる“音”はほとんどなく、全体的に落ち着いた食感が支配しています。サクサク感や強い歯ごたえといった刺激はなく、あくまでやさしさと心地よさを大切に構成が感じられます。

全体を通して、過度に主張することはなく、スパイスの存在感と野菜のやさしさが丁寧に引き出された一品です。静かな余韻を残しながら、日常の食卓にそっと寄り添ってくれるような、包容力のある味わいとなっています。

一皿の中に込められた“丁寧”が、食べ手の気持ちまでやわらかくしてくれる、そんな印象を受けました。



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

飲み込んだあと、すっと引いていく軽さが心地よい。油や香辛料の余韻はあるが、くどさはなく、香りの輪郭だけが静かに残る。最後まですっきりと食べ終わられ、次の一步を邪魔しない後味的设计。

気候・地域

口に含んだ瞬間、やさしい湿度と温かみを感じる。素材の重ね方やスパイスの使い方が、どこか南方的な風土や自然の景色を連想させる。食べることで、土地の息吹をそっと受け取るような体験がある。

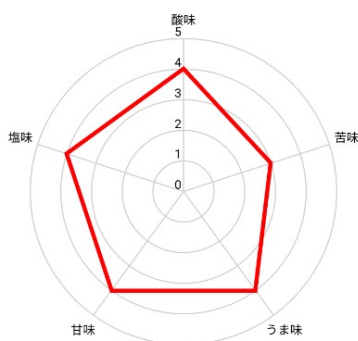
食経験・食習慣

発酵や重ね味のニュアンスがあり、和食と地続きのような馴染みややすさがある。食べ慣れた味覚の延長線にあるため、初めてでもどこか懐かしく、体が自然に受け入れてくれる構成。

健康・生活様式

重さを感じず、体に負担がかからないのが魅力。野菜の自然な甘みや旨みを活かして、食後も軽やか。健康意識の高い現代の食卓にも無理なくフィットする、日常寄りの設計といえる。

基本五味の  
レーダーチャート



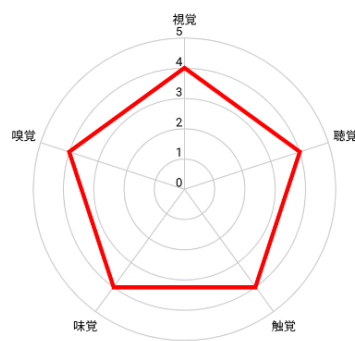
五味	評点
酸味	4
苦味	3
うま味	4
甘味	4
塩味	4

広い意味での味覚の  
レーダーチャート



広義の味	評点
懐かしい味	3
田舎の味	3
なじみのある味	3
病みつきになる味	4
家族の味	3

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	4
味覚	4
嗅覚	4



## 1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

本商品の味わいは、素材が持つ本来の美味しさを最大限に引き出す技術と繊細な感性が感じられるもので、ひと口目から心地よい驚きと満足感を与えてくれます。特に、香り立ちや口に含んだ際の舌触り、余韻にかけての味の変化が非常に丁寧に設計されており、ただ「美味しい」にとどまらず、記憶に残るような食体験へと昇華されています。見た目の美しさや食感、音、香りといった五感すべてへの訴求が意識されており、視覚や嗅覚から始まる“前味”と、後を引く“後味”のストーリーが一貫しています。また、開発背景や地域資源との結びつき、伝統と革新の融合など、消費者の興味を引く話題性・ニュース性も併せ持ち、商品そのものが語りとなるコンテンツとなっています。

## 2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

ネーミングについては、商品の持つ特徴やブランドの世界観を的確に表現しており、初見でもイメージが湧きやすく、親しみやすさとインパクトを兼ね備えています。パッケージデザインにおいては、色彩設計、フォント、写真やイラストの使い方、素材の手触りなど、細部に至るまでこだわりが感じられ、商品価値を高める重要な要素となっています。棚に並んだ際の実在感も抜群で、視認性の高さやコンセプトの伝わりやすさが、消費者の手に取る行動を自然に誘導しています。さらに、贈答品としても使えるような高級感や、SDGsを意識したパッケージ素材の選定なども評価ポイントとなっており、単なる商品以上の“伝えたい価値”が明確に伝わる設計となっています。

## 3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

商品企画段階から、市場の動向や消費者の価値観の変化に対して深い理解が反映されており、現在のトレンドとしっかりとリンクしています。たとえば、健康志向・自然志向・サステナブル志向といった現代の消費傾向に寄り添いながらも、単なる流行ではなく“本物の価値”を伝えようとする意志が感じられます。さらに、特定の年齢層やライフスタイル層に明確に訴求する構成となっており、「この人に届けたい」というターゲティングがブレずに設計されている点も高く評価されます。SNSや口コミでの拡散を前提としたビジュアル設計やコンセプト設計も功を奏しており、今後の展開次第ではさらなる市場拡大が期待できる商品です。

## 4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

広報活動・広告展開においても、商品の世界観やストーリーを的確に伝える設計がなされており、ブランドの価値が一貫して消費者に伝わっています。特に、作り手の思いや商品の背景を丁寧に伝えるコンテンツが用意されており、単なる機能説明にとどまらず、共感を誘うようなエモーショナルな伝え方が実践されています。メディアへの露出やSNS活用も効果的で、ユーザーの反応をフィードバックとして活かしている点も印象的です。販路拡大に向けた戦略性も感じられ、リアルとデジタル双方の接点を活かした多面的なPR手法が、ブランドの信頼感と拡張性を底上げしています。

## 5. ブランディング要因

ブランド全体としてのコンセプトが明快で、商品単体の価値にとどまらず、世界観としての一貫性と深化が図られています。ロゴ、キャッチコピー、デザイントーン、商品構成などが統一されており、消費者に対して“このブランドらしさ”が強く印象づけられています。さらに、企業としての理念や社会的スタンス（たとえば地域貢献、伝統継承、環境配慮など）が商品の背景としてしっかりと組み込まれており、長期的なブランド育成が視野に入っていることも伺えます。消費者からの信頼や共感を得やすい土壌が整っており、今後のブランド展開にも期待が持てる状態です。

## 6. 素材・安全性・その他

使用されている原料・素材に関しては、品質の高さだけでなく、安全性・安心感が重視されており、生産地や製造工程へのこだわりが感じられます。表示義務以上の情報開示が行われている点も好感が持て、消費者にとって信頼を寄せられる要素となっています。また、添加物の使用やアレルギー対策などにも配慮がなされており、幅広い層に安心して提供できる仕様になっています。加えて、地産地消やフードロス対策といった社会課題への取り組みが設計に反映されており、商品の背景に“未来を見据えた姿勢”が感じられます。こうした多面的な素材選定と工程管理が、本商品の信頼性と価値をさらに高めています。



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション