



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

山陰 中浦かにめし



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 山陰 中浦かにめし

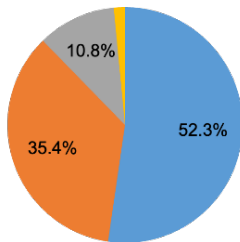
評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第93回 (2025年11月)

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。

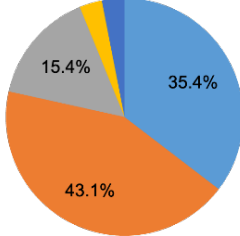
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

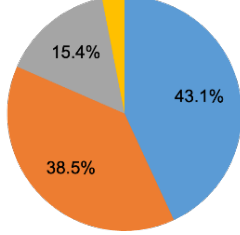
1 この商品に興味がありますか



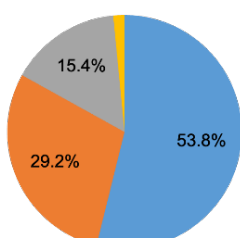
2 この価格で買いたいと思いますか



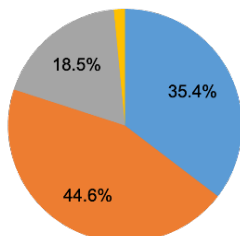
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

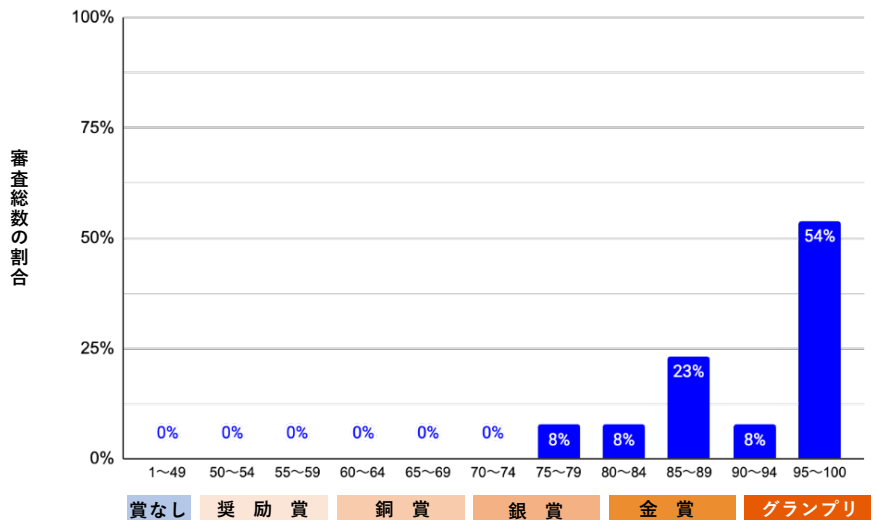
評価が高かった内容

ゴロツとしたカニ身から豊かな風味としっかりした香りを感じた
 鯉節と昆布の丁寧な出汁から味の奥行と深みを感じて美味しい
 優しい味付けや味わいにより素材の風味がとても活かしている
 地元の魅力を全国に発信したい、商品開発ストーリーに惹かれる
 お土産として持ち帰りやすく、自宅で山陰の味わいが楽しめる
 地元への想いに加え、山陰の食のブランディングが頼もしい
 カニを連想できるパッケージカラーに工夫とインパクトを感じる

評価が低かった内容

思ったより蟹身が少ない
 蟹身がばさついている
 他のレトルトとの差別化がもっとほしい
 パッケージの絵と実際の中身に相違がある
 もう少し出汁が効いているといい
 若干高いと感じる
 パッケージ裏面の情報量が多過ぎる

点数分布



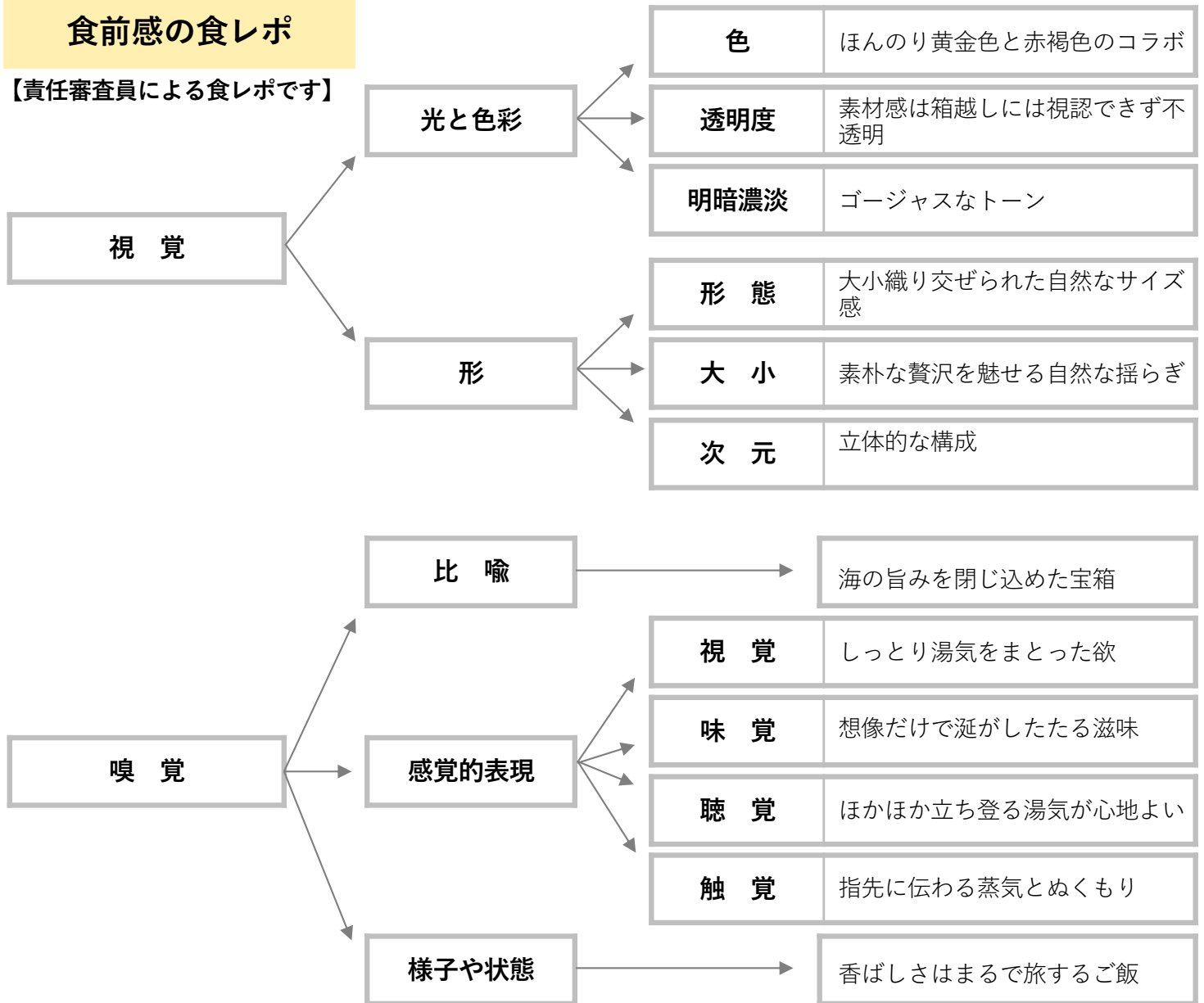
境産紅ずわい蟹の本格的な味覚に注目が集まりました。海の恵みを感じる味には満足度が高く、しっかりとした蟹の風味もあいまって高評価です。パッケージもわかりやすく、どこか落ち着いた気品が漂うビジュアルにも安心感と期待が感じられます。商品としての完成度は非常に高く、レトルトとは思えないクオリティ。見た目の上品さも、食べた後の満足感もすべて群を抜いており、グランプリの商品です。



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

パッケージの視覚だけで、まるで海の街を旅行したかのようでした。紅ずわい蟹の赤色を強調したビジュアル構成は視認性が高く、贈答品や土産物としても手に取りやすいと感じます。封を開けて、お米と混ぜてお釜で炊くと、炊きたての湿度と熱が広がりました。どこか海の街を思わせるリアリティがあり、すでに心はその香ばしさで、海辺へタイムトリップしていきました。

炊飯器で炊きましたが、炊いている最中の香りが最高です。炊き上がり、蓋を開けてみると、ご飯は赤みが強すぎず、茶色にも寄りすぎない絶妙な炊き色で、まさに「蟹の旨味をまとったごはん」の証でした。光を浴びて艶めくその表面は、照り焼きにも似た誘惑を放っており、ただの炊き込みご飯とは思えない視覚的な美味しさがありました。

お茶碗によそって鼻を近づければ、ふわりと立ちのぼる潮の香り。磯の香ばしさと、出汁のまろやかさが入り混じり、五感のうちすでに四感が満たされ始めていることに気づきます。

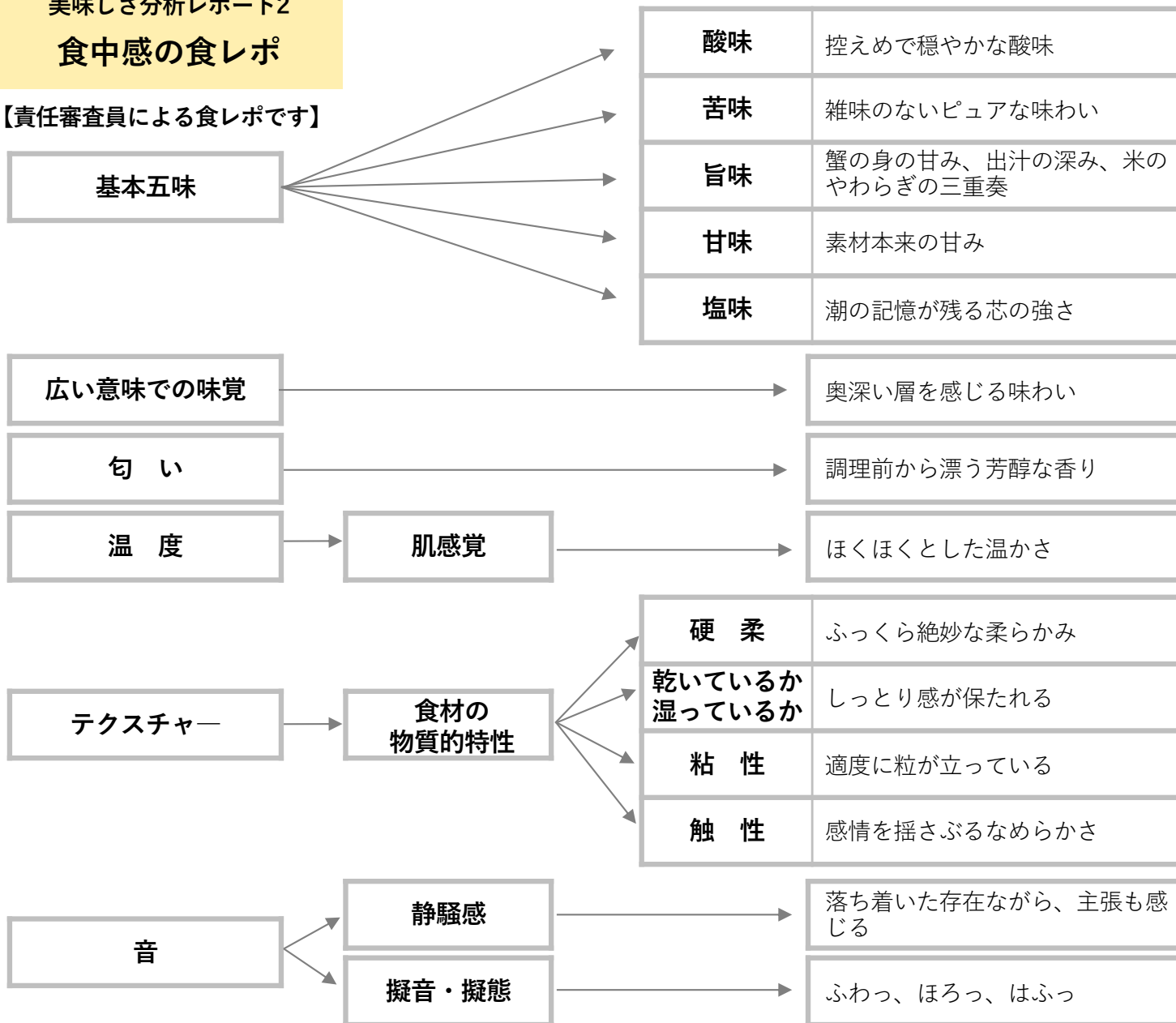
食べる直前、お箸でそっとごはんに触れると、粒立ちはしっかりしつつも、わずかに沈むような柔らかさが指先に伝わってきました。ほぐされたかのにの身もまたワクワク感をそそりますが、もう少し大きな身があってもいいなと感じました。とはいえ、「これは間違いなく美味しい」と確信できた瞬間です。炊きたてごはん、紅ずわい蟹の贅沢な香りや彩り。食べる前から、すでに“ごちそう”なのです。



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

炊き込みご飯は大好きなメニューです。食べた瞬間からグッと来ました。やわらかく光を反射する混ぜご飯の香ばしい黄金色を箸ですくえば、蟹身がほろりと舌に感じ、ふわっと香りが落ちてきました。海の幸の香りがやさしい湯気とともに、鼻腔をくすぐりながら、口福なひとときです。

まず驚くのは「かにめし」味の完成度です。見た目の色味が食欲をそそるのはさることながら、噛みしめるとじゅわっと染み出す出汁の旨味は、海の街を旅行した時に感じた味です。蟹から“出たて”の旨みが染み込んでおり、米粒のひとつひとつが滋味の粒のように感じられました。噛むほどに味が膨らみ、どこか懐かしいのに新しい——そんな味わいが広がっていきました。

蟹の身は繊維感がありながら、決してパサつきがありませんでした。口の中でやさしくほぐれ、ご飯と混ぜ合いながらも、きちんと主張しています。ときおり、口の中に“ふわっ”とした舌触りと、“とろり”としたニュアンスが混在しており、単調ではない食感の変化が心地よかったです。

塩気はしっかりしていながらも、しょっぱさは感じません。むしろ、やさしい感じもあり、素材そのものの風味が生きており、過剰な味付けに頼らない“品のある味設計”が伝わってきました。全体のバランスが非常によく、最後まで飽きずに食べ進められます。大小織り交ぜられたほぐし身が、ひと口ごとに異なる表情を見せていたのがよかったです。



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

ふわりと広がるのは、蟹特有の甘さで上品な香り。食後の満足感を引き上げる“残り香”のような風味が、次もまた食べたいという気持ちを自然と呼び起こしました

気候・地域

列車の窓から流れる風景を眺めながら温かいお弁当を広げるノスタルジックな時間も大切な食の記憶のひとつ。そんな旅の途中に立ち寄った海沿いの街の味として地域色が濃いです。

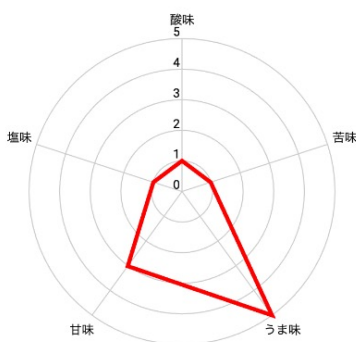
食経験・食習慣

どこかで出会ったような親しみと安堵感。現代の多忙なライフスタイルの中でも、この懐かしさは一種の“癒やし”として機能し、ほっと一息つける時間をもたらしてくれました。

健康・生活様式

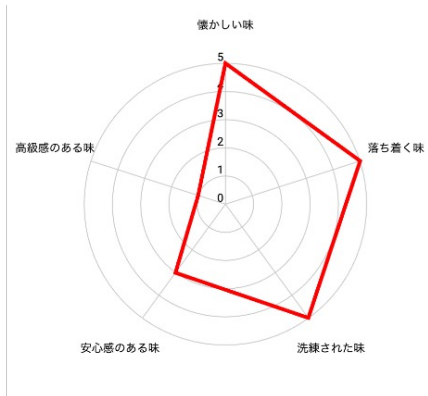
健康意識が高まる今の時代、「美味しさ」だけではなく、「安心して食べられるか」という点でも、取り入れたい素材感。

基本五味のレーダーチャート



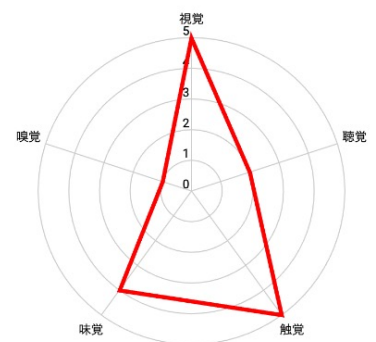
五味	評点
酸味	1
苦味	1
うま味	5
甘味	3
塩味	1

広い意味での味覚のレーダーチャート



広義の味	評点
懐かしい味	5
落ち着いた味	5
洗練された味	5
安心感のある味	3
高級感のある味	1

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）

蟹本来の旨味を丁寧に引き出した味わいで、決して過剰ではない自然な塩味と、出汁の効いたご飯の調和が秀逸です。大ぶりすぎず、小さすぎない、絶妙なサイズ感の蟹身が、噛むごとに海の香りをふんわりと感じさせ、レトルトとは思えない奥行きを持っています。さらに、境港という地域性、蟹100パーセントの使用、地産地消という点、地元で人気のお土産でもストーリー性が強く、ニュース性も抜群です。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

原材料の厳選や添加物を控えた製造体制、レトルトでも風味を損なわない技術力が高く評価されています。「かにめし」というシンプルなネーミングも食欲をそそります。特にパッケージの構造やラベリングにも配慮がなされ、商品としての完成度が非常に高いという評価です。社内の製造管理から商品ブランディングに至るまでの一貫した姿勢が、安心感と信頼性につながっており、今後も期待ができます。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

トレンド面では、蟹市場そのものが持続的な成長軌道にあることは周知だと存じますが、国内では高級食材としての蟹はなかなか手が届かず、特に最近の価格高騰という課題にも直面しています。しかし、加工食品形態で“手が届くごちそう”にすることで、こうした流れを好機に変える可能性があるといえ、非常にタイムリーな商品です。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

地域色を活かしたブランディングや、ふるさと納税・ECサイト・駅ナカ店舗など多角的な販路展開が見られ、一定の広報努力と顧客接点の確保がなされていると感じられます。SNSや公式サイトの情報更新は控えめな印象を受けるものの、地元メディアや口コミなどを通じて地域密着型の広がりを見せています。食品としての安全性と透明性、そして“体に取り入れるものへの信頼”は重要な価値といえるでしょう。

5. ブランディング要因

本商品は、地元・鳥取の味を全国へ届けるという明確な理念のもと、商品開発とブランド基盤が丁寧に組み立てられています。今後さらに効果的なプロモーションを展開するには、ストーリーの打ち出し、SNSの活用による若年層への訴求、東京戦略との連動などが期待されます。全体として、誠実かつ前向きなブランドが感じられます。

6. 素材・安全性・その他

蟹の身はもちろん、国産小麦など信頼性の高い素材を使用し、保存料不使用という点も、現代の消費者ニーズに寄り添う大きな魅力となっています。原材料の段階から徹底された品質管理がなされており、加工品でありながら、素材本来が持つ風味や香りを丁寧に引き出している点には、確かな開発技術と誠実な製造姿勢が感じられます。

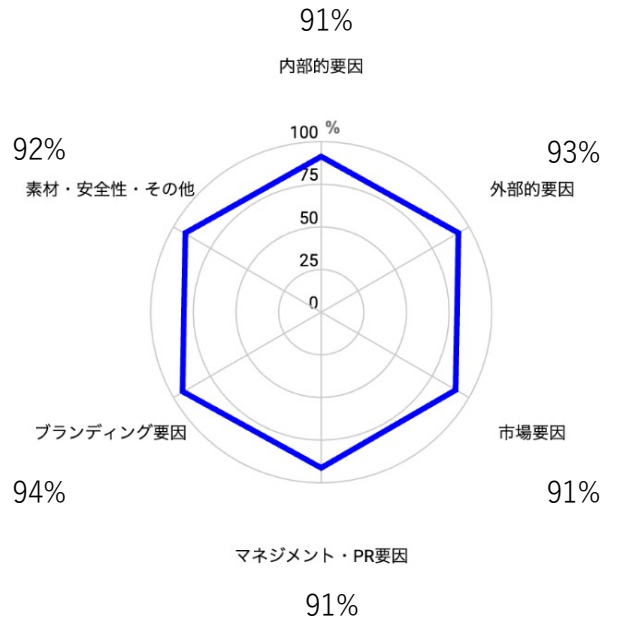
審査レポート

■ 要因分布

すべての項目において90%以上の高得点を記録。バランスの取れた理想的な六角形のチャートが形成されており、商品としての総合力の高さが明確に表れました。

特に突出していたのが、「ブランディング要因」の94%、「素材・安全性」の92%、「外部的要因」の93%の3項目です。原材料への強いこだわりや無添加への配慮、地元の魅力を最大限に伝えるパッケージデザインとネーミング、そして消費者の購買意欲を引き出す商品設計が、高く評価されました。

また、「マネジメント・PR要因」の91%においても、広報体制や製造現場の衛生管理などが整っており、企業としての姿勢の丁寧さが見て取れます。「市場要因」「内部的要因」も同様に高水準であり、マーケットとの親和性や企業内部の生産体制にも信頼性が感じられます。



■ 総評

「かにめし」という伝統的なイメージを継承しつつ、現代の食卓にふさわしい“ヘルシーなごちそう”としての地位を築こうとする意欲が感じられる一品でした。

まず、外観の印象が非常に優れています。パッケージには透明の蓋が採用されており、中には淡紅色のほぐし身と、やや艶を帯びた黄金色のご飯が美しく盛りつけられています。視認性が高く、贈答用やお土産としても手に取りやすいデザインで、山陰の特産感を即座に伝える力があります。また、「かにめし」という短く覚えやすいネーミングと、紅ずわい蟹を赤で強調したパッケージ設計も優秀で、今後の展開にさらなる期待が持てます。なお、消費者への訴求力をより高めるためには、「紅ずわい蟹100%」といった原材料の魅力をパッケージにもっと大きく記載するなど、明確な打ち出しも検討の余地があるでしょう。

味覚面においても、その完成度は非常に高いと感じました。ふわっとほぐれる繊細なかにの食感、口いっぱい広がる出汁の旨味、そして何よりご飯そのものの美味しさ——。粒立ちの良さとしっとり感を両立させた炊き加減は、冷凍食品とは思えない完成度です。健康意識の高い現代人にも無理なく寄り添える、糖質や塩分への配慮がなされた味設計にも好感が持てます。使用している原材料へのこだわりも見逃せません。紅ずわい蟹はもちろん、国産小麦など信頼性の高い素材を用い、保存料不使用という安心感も備わっています。加工品でありながら、素材本来の風味や香りをしっかりと残す開発技術は特筆に値します。さらに、トレーサビリティもしっかりと管理されており、食品としての信頼感是非常に高いレベルにあります。

特筆すべき点として、「健康と美味しさの両立」に真正面から取り組んでいる姿勢があります。一般的に、レトルトは味や満足感に課題が残りがちです。しかし本品は、そうした従来の枠を超え、“安心でおいしい”ことを追求していることが明確に伝わってきました。「おいしいから仕方ない」ではなく、「美味しいのに安心設計」。このアプローチは、今後のレトルト食品の在り方を示唆する優れた事例となるでしょう。

外部要因としても「かにめし」という覚えやすいネーミング、そして紅ずわい蟹の赤色を強調したビジュアル構成は、視認性が高く、贈答品や土産物としても手に取りやすい工夫です。特産品らしさが即座に伝わる点も、今後のブランド展開の核になっていくことでしょう。一点もったいないと感じたのは、せっかくの赤色の蟹身が炊き込むと赤茶色になってしまうこと。例えば「100%のほぐし身」を炊いた後に入れる仕様にするなど、さらなるおいしさを追求する余地も感じられました。



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション