



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

---

審査レポート

---

『なかむら牧場』ができました。「直実」酒粕入りカレー



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 『なかむら牧場』 がつくりました。「直実」酒粕入りカレー

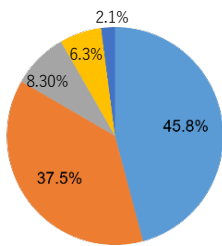
評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第93回 (2025年11月)

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。

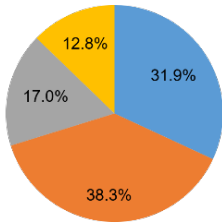
## WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通  
■ あまりない ■ ない

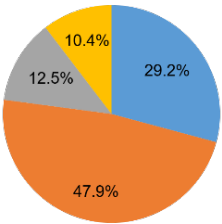
1 この商品に興味がありますか



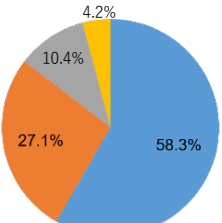
2 この価格で買いたいと思いますか



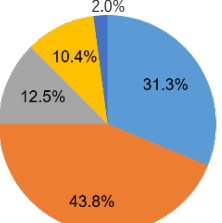
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

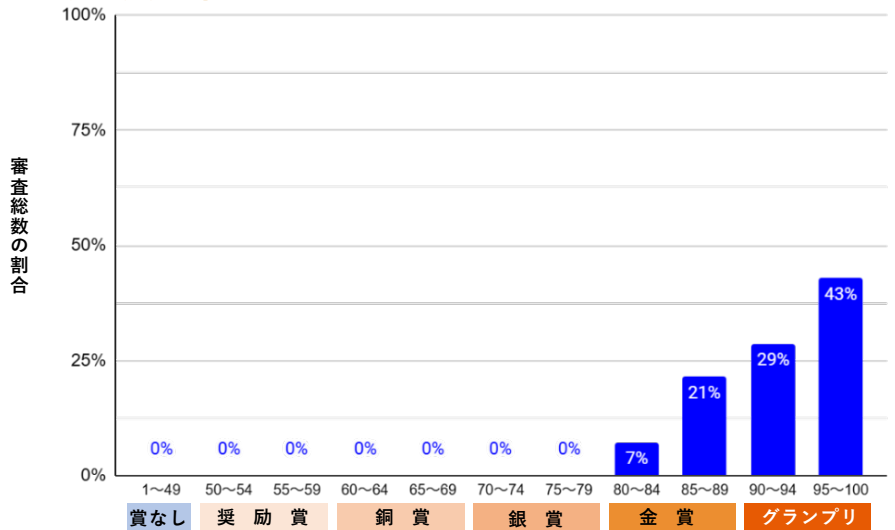
評価が高かった内容

豚肉の多さと柔らかさに満足感が高い  
 酒粕のまろやかさと旨味が調和している  
 地産地消で地域性と信頼性が高い  
 厳選された豚肉に安心感がある  
 パッケージが上品で、ネーミングのユニークさにも興味が湧く  
 ストーリー性があり、開発背景も魅力的である  
 現代の健康志向に合致している

評価が低かった内容

価格が高めなので日常には使いにくい  
 広報やSNS発信が限定的で弱く感じる  
 酒粕や製法の説明が不足している  
 辛さの表示やアルコール残存量の情報が不足している  
 ブランドの認知が地域中心に留まっている  
 農薬・放射性物質検査の明示がないのが不安材料となる  
 パッケージから味の特徴が伝わりにくい

## 点数分布



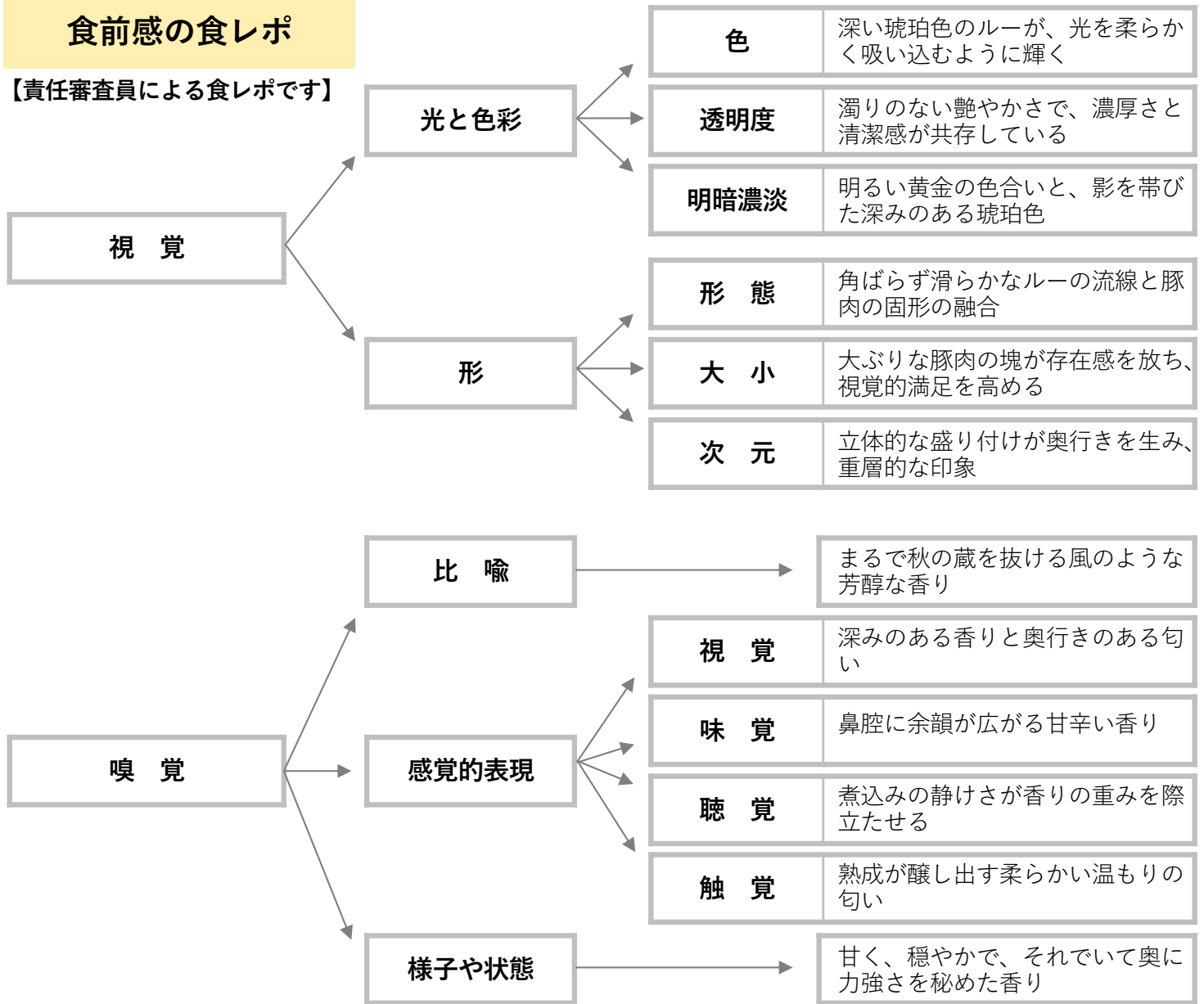
点数分布として、金賞相当が28%、グランプリ相当が72%を占めた結果、総合評価93%で【グランプリ】となりました。グラフが高得点に寄った理由として、「味」や「香り」のクオリティの高さが多くの人々の共感を得たことが挙げられます。アンケート結果から8割強の人が「興味がある」、「USPがある」。7割強の人が「買いたくなるネーミング」「ターゲット客層は多い」と答えている点からもネーミングのインパクトは強みであると言えます。



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

「直実」酒粕入りカレーの食前感は、第一印象から五感を静かに刺激する上質な世界観を感じました。深い琥珀色のルーに光が反射し、酒粕とスパイスが織り成す芳香が立ち上る瞬間、まるで蔵と牧場の風景が一つに溶け合うような錯覚を覚えました。

視覚的には重厚感と清潔感が共存し、レトルト食品にありがちな人工的印象を感じさせず、香りには穏やかな甘さとスパイスの輪郭があり、嗅覚から「温もり」や「安心感」が伝わってきます。豚肉の存在感が視覚にも香りにも影響し、しっかりとした満足感を予感しました。

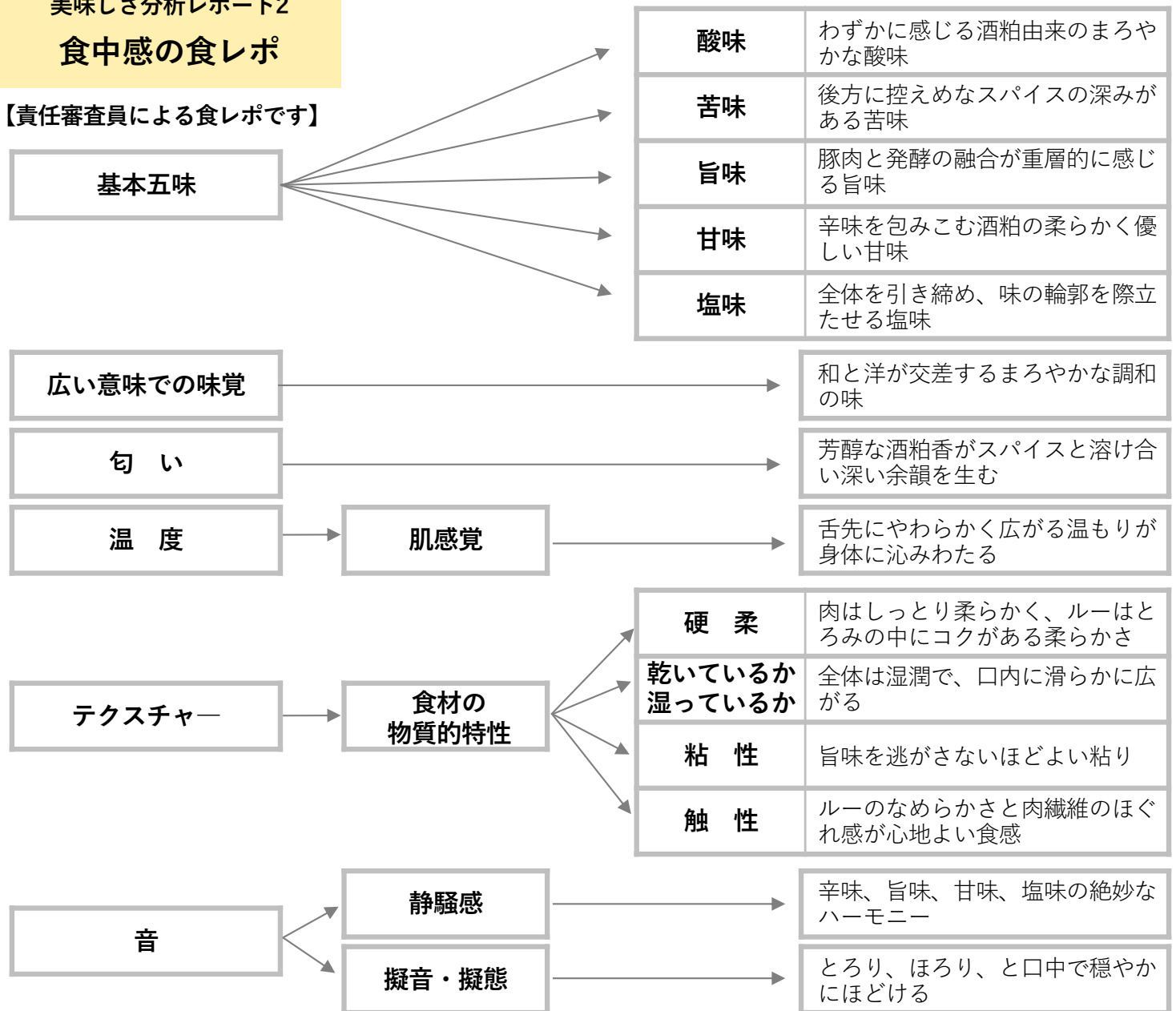
全体として、派手さではなく“静かな上質さ”に魅了され、地産地消の理念と発酵文化が一皿の中に結晶したような完成度を感じ食前に“早く食べたい”そんな思いに心が躍りました。



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、まず広がるのは酒粕特有のまろやかで芳醇な香味でした。その後、豚肉の旨味がじわりと舌の奥へと広がり、スパイスの余韻が心地よく後を追ってきました。酸味や甘味は控えめながらも、互いに補い合うバランスが取れており、塩味が全体を一つにまとめ上げているように感じました。

食感はとても柔らかく、豚肉の繊維がほぐれる瞬間に「手間をかけた料理」だと感じました。酒粕のとろみがルーに一体感を与え、舌触りの滑らかさが高級感を醸しだします。煮込みの深みと土地のぬくもりが感じられ、家庭的でありながら上質な体験をした気分になります。

食べ進めるごとに辛味と旨味の調和が整い、最終的には「優しさの中に芯のある味」という印象に落ち着きます。地元の素材を最大限に引き出した職人の感性が光る、完成度の高い一皿であると思いました。



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

酒粕のほのかな甘香が口内に残り、心地よい後味。そして、その余韻は軽く消える

気候・地域

熊谷の暑さと豊かな風土が旨味の厚みに反映されている。そんな地域のぬくもりを感じる

食経験・食習慣

和の発酵文化（酒粕入り）と洋のスパイス文化（カレー）と地域の銘柄豚が融合した新体験のカレーだった

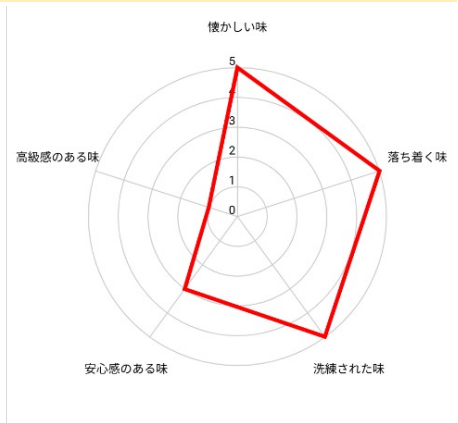
健康・生活様式

発酵食品の滋味が身体に優しく、安心感を与える

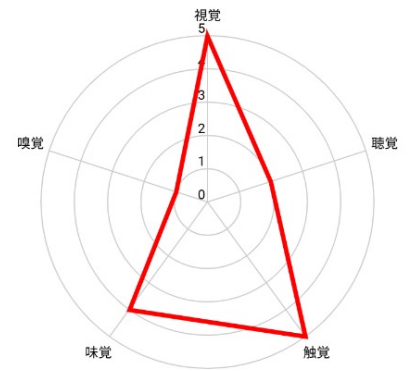
基本五味のレーダーチャート



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	1

広義の味	評点
懐かしい味	5
落ち着く味	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	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）

「豚肉が柔らかく量が多い」「酒粕によるまろやかさと深みがある」など高い評価を得て、通常のレトルトカレーを超える満足感がありました。スパイスのバランスや発酵香の心地よさも好印象で、地域性を活かした新鮮な味わいとしてニュース性あり、また独自性と完成度が高く、五感で楽しめるご当地グルメとしてのポテンシャルが高い商品でした。酒粕という特異な素材が話題性を生む一方、辛さなどの味覚情報の明示やアルコール残存量の説明があると更に良いと感じました。

## 2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

「直実」や「なかむら牧場」などのネーミングは地域性や信頼性を連想させ、高品質な印象を与えています。白基調の上品なパッケージや本のようなデザインも新鮮で、ギフト需要にマッチしています。

一方、味や辛さ、酒粕の特徴がパッケージから直感的に伝わらない点が残念です。ネーミングやデザイン自体の完成度は高い商品ですので、特に“どんな酒粕を使っているのか”“どのような味わいなのか”を視覚的に補足するサブコピーや説明文の追加があれば、購買意欲をさらに高めることができると思います。

## 3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

健康志向・発酵食品ブーム・地産地消トレンドに適合した商品であり、ギフトや観光地土産としての高付加価値市場に適していると思います。一方、一般的なレトルトカレーより高価格なため、日常的な購買層への浸透には課題があるように感じます。味や品質への満足度は高い商品ですので、「贈答・プレミアム・地域限定」といった明確なターゲット戦略が有効だと思います。今後は“ご当地ブランド×発酵食品”というトレンド価値を活かしつつ、多角的な販路展開の工夫でまだまだ伸びしろを感じることができる商品です。

## 4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

広報活動は主に直販・オンラインショップを中心に展開されており、生産者の顔が見える発信が信頼性を支えているのだと思います。しかし「広告予算の不足」と「SNSや地域イベントでの露出が限定的」に感じますので、地域ブランドとしての自立性を高めるためには、ターゲット別のSNS戦略やプレスリリースの定期配信、酒蔵との共同イベントなどによる情報拡散が効果的です。発酵食品や地元素材という話題性を活かしたPRを強化することで、地域外への認知度を高め、ブランド拡張と販路拡大の両立が期待されます。

## 5. ブランディング要因

「牧場直営×地元酒蔵」という協働構造は強力なブランドであり、地域性・信頼性・物語性の三拍子が揃っています。消費者からも「ストーリーが魅力的」「開発背景に共感できる」との声が多く、ブランド基盤は堅実であると感じます。一方で、「なかむら牧場」「直実」といった個別ブランドの説明や価値定義が消費者に十分伝わっていないように思います。今後は商標登録・特許取得などによる知的資産の保護も重要だと思います。企業理念と地域貢献を融合したブランドストーリーの発信が全国展開に繋がると確信します。

## 6. 素材・安全性・その他

素材面では「牧場直営豚」「地元酒粕」という原材料の信頼性が高く、HACCPに基づいた品質・衛生管理も整備されている点が強みです。消費者からも「安心感がある」「生産者の姿勢が伝わる」と高評価です。

一方、農薬・放射性物質検査の実施結果の公開があれば、安心感をさらに高めることができるでしょう。安心・安全性への取り組みをされていることは非常によくわかりますが、情報の見える化によって更に消費者からの信頼が得られると思いました。

# 審査レポート

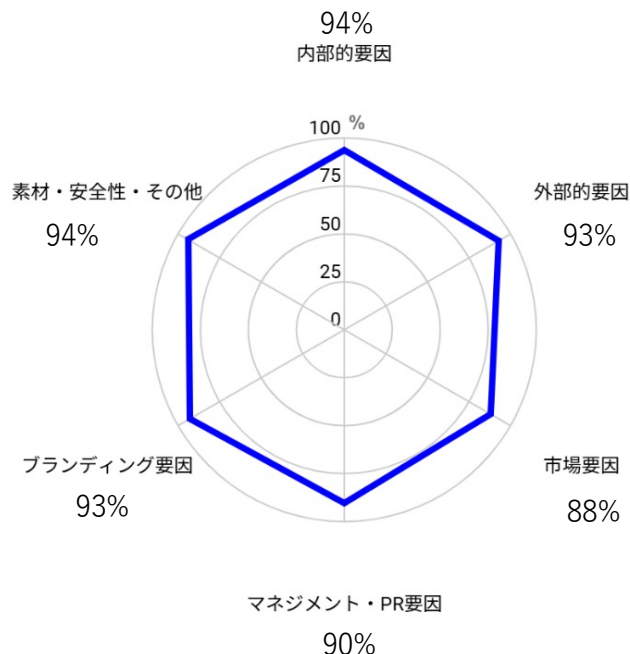
## ■ 要因分布

要因分布として、88%から94%の範囲に分布し、全体的にバランスの良い大きな六角形となりました。

味や香りなど五感からなる商品自体の魅力を表す「内部的要因」が94%、ネーミングやパッケージから構成される「外部的要因」と「ブランディング要因」が93%と高評価です。「ブランディング要因」が93%、「マネジメント・PR要因」が90%と、この商品が持つそれぞれの特徴やクオリティが高く、安定した高評価に繋がりました。

「素材・安全性」は94%です。これは地産地消の素材の良さが安心感と信頼性に繋がったのだと考えられます。

一方「市場要因」が90%に届かず88%に留まったのは地域限定の商品の印象が強かったと考えられますので、情報発信することによって、今後の伸びしろを感じさせます。



## ■ 総評

まず初めに「『なかむら牧場』がつくりました。『直実』酒粕入りカレー」は、御社の銘柄豚と権田酒造の銘酒をはじめ、オール熊谷のコラボ商品として開発された姿勢に敬意を表します。

「豚肉がたっぷり入っていて満足感がある」「スパイスと酒粕のバランスがよく、まろやかで奥深い味わい」といった味に関するコメントが多く、肉の柔らかさや旨味、酒粕によるコクと香りが好評でした。

一方で、酒粕の風味を感じにくい、またはアルコールや発酵香に敏感な層には抵抗があるという意見も見られ、味の説明やアルコール残存量の明示など、安心感を与えるための情報発信の必要性が指摘されました。

パッケージについては、「本のようなデザインがオシャレ」「ナチュラルで体に良さそう」と高評価でした。またネーミングは「直実」「酒粕入り」「牧場」といった地域性・素材感が伝わると好評でした。

「酒粕の特徴や辛さレベル」「豚肉の部位や使用理由」など、より味の特徴や開発ストーリーを伝える工夫があれば更に消費者の興味を引く商品になると考えられます。

価格については「600円前後なら購入しやすい」「高付加価値商品としてギフト向け」に良いとの意見がある一方、「一般的なレトルトより高く、日常使いにはハードルがある」との声もあり、ターゲット層に応じた価格設定やラインナップの拡充が望まれます。

また、「地産地消」や「牧場直営による安心感」「HACCPに基づく品質管理」など、安全性や信頼性への評価が高い一方、「農薬検査や放射性物質検査の明示がない点が不安」という指摘もありました。

広報面では、地域資源を活かした独自性と品質の高さが光る商品ですので、SNSや地域イベントを活用した情報発信を強化し、ブランドストーリーを広域的に伝える取り組みを通じて、消費者への訴求力を高めることで更なる飛躍と発展に繋がると予想されます。とても楽しい商品です。



〒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