



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

---

審査レポート

---

おかず三昧 北海道産コロッケ



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 おかず三昧 北海道産コロッケ

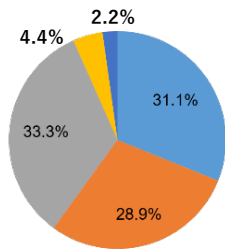
評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第95回 (2026年1月)

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。

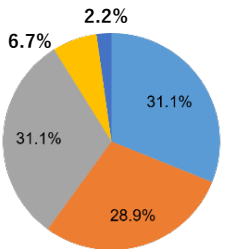
## WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通  
■ あまりない ■ ない

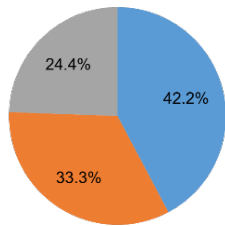
1 この商品に興味がありますか



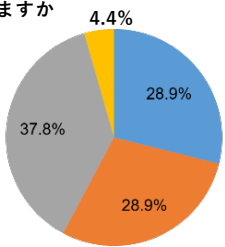
2 この価格で買いたいと思いますか



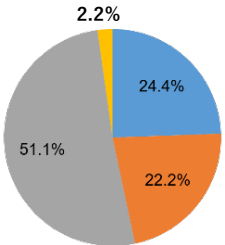
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

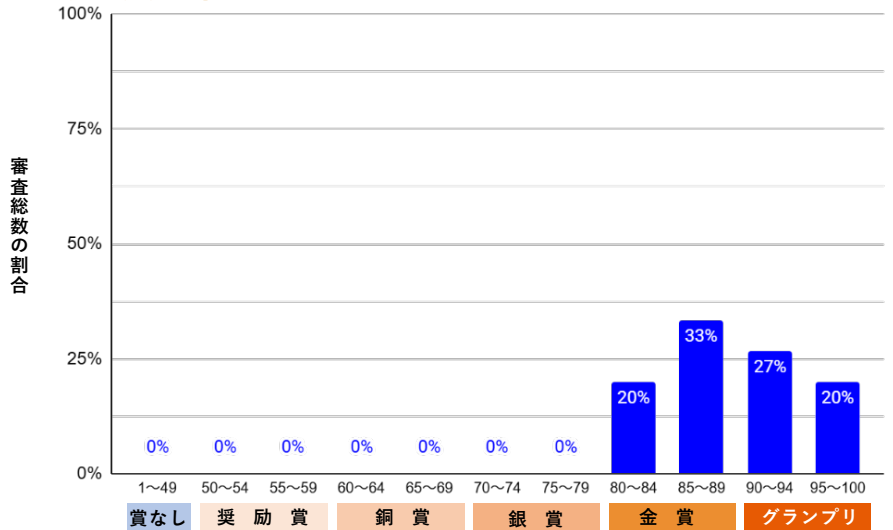
評価が高かった内容

自然解凍対応で非常食としても利便性がある  
 小分けトレーで使いやすく、お弁当に重宝する大きさ  
 北海道産じゃがいも100%で自然な甘さが優しい  
 衛生管理、品質管理に安心感がある  
 時短、コストパフォーマンスが良いので家計に優しい  
 分かりやすくストレートなネーミングが好印象  
 ゼンショーグループに信頼性がある

評価が低かった内容

小分けトレーなので残りを保存しやすい工夫があるとより便利  
 差別化するサブタイトルで特長が欲しい  
 お弁当用惣菜としては、もう少し塩味が欲しい  
 衣の食感が期待したコロッケと違うので記載があると親切  
 レンジ加熱直後の油の臭いが気になる  
 衣が厚く、じゃがいもの味わいの方が若干弱く感じる  
 着色料や添加物の多さが気になる

## 点数分布



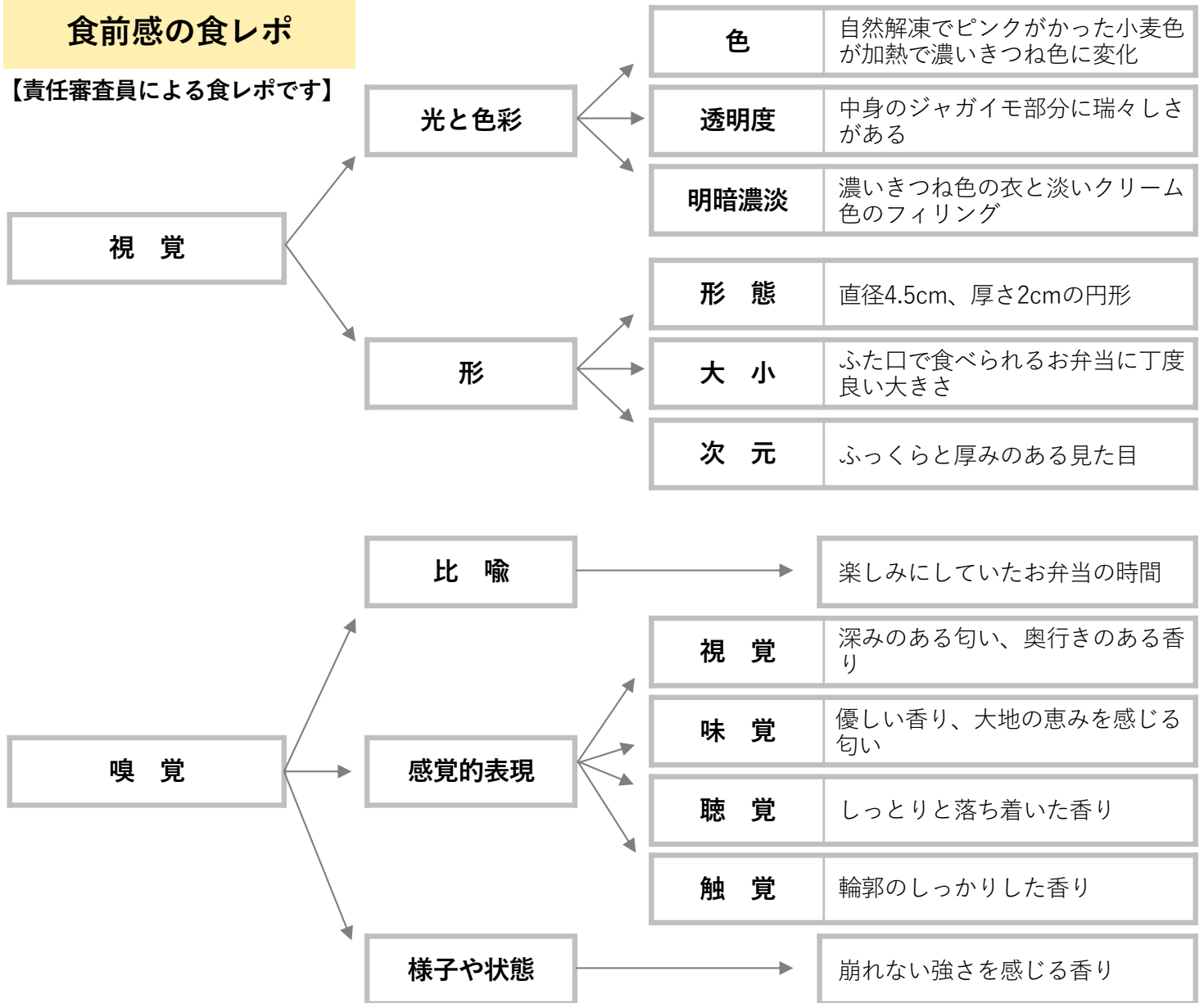
点数分布としては「金賞」相当と「グランプリ」相当で評価が分かれましたが、最終的な総合評価は【グランプリ】となりました。高評価の理由として、老若男女に好まれるふんわりとした食感、北海道産じゃがいも100%による優しい味わいが挙げられます。さらに、お弁当に自然解凍でそのまま美味しく食べられる利便性も高く評価されました。コストパフォーマンスにも優れており、まさにトレンド性と満足感を兼ね備えた魅力的な商品と言えます。



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

見た目はピンクがかった小麦色の本体で、温めると全体的に香ばしい濃いきつね色に変わり、食欲をそそります。大きさは、ふっくらと厚さ約2cm、直径4.5cmの整った円形で、お弁当に使いやすい可愛らしいフォルムが親しみやすく、食べる前から好印象を受けました。

パッケージには、お弁当を想起させる写真と「北海道産じゃがいも100%」「ほんのり甘い、素材のおいしさ」というフレーズがあり、食体験をイメージさせる訴求力を感じました。鮮やかなライムグリーンに濃い緑色が引き締めカラーとして使われ、コロッケの写真を引き立て、早く食べてみたいと思わせます。袋を開けると、切り離せるトレイに整列した姿で利便性も想像できます。

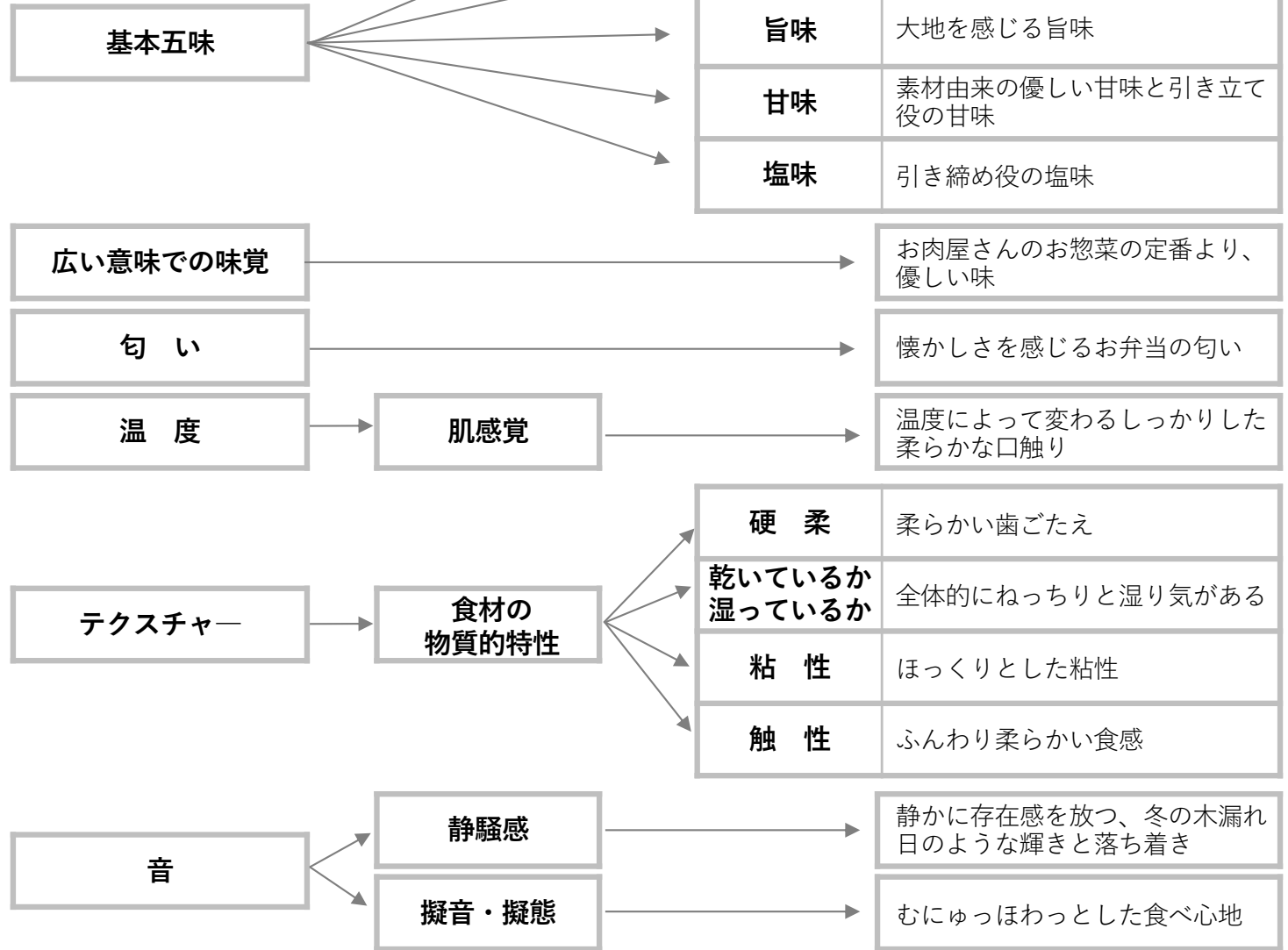
北海道の大地の恵みである“じゃがいも”を使用し、北海道の工場で作られた「北海道産コロッケ」は、手作りの手間をカバーしてくれる手頃な時短商品の味覚を想像すると、早く食べてみたいとワクワクしました。



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

自然解凍で口に運ぶと、しっかりした衣の触感と、じゃがいもの自然な甘味や風味がふわっと伝わり、美味でした。レンジで温めると熱々のじゃがいもが香り立ち、風味が一層引き立ちます。油の角が取れた優しい香りと、しっとりした口当たりが心地よく、満足感の高い商品です。

温めると表面は柔らかく落ち着いた食感になり、老若男女問わず“おいしい”と感じられる優しい舌触りです。噛んだ瞬間、むにゅっ、ほわっとじゃがいもの旨味が口いっぱいに広がります。

本商品の魅力は、どこか懐かしい味覚と優しい食感に加え、安心感のある見た目でお弁当を彩る主役級の“おかず”であることです。お弁当箱を開けた瞬間に心が弾み、箸が自然と進む王道の“おかず”であると実感しました。じゃがいもそのものの優しい味わいだけでも満足でき、ソース不要で手軽な点も魅力で、さまざまなシーンで活躍しながら静かに確かな存在感を放つ「北海道産コロケ」は、食べるたびにほっとする幸福感を与えてくれる逸品でした。



## 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

滋味あふれる深い味わい、じゃがいもの風味が後を引く

#### 気候・地域

北海道の大地のような澄んだ空気の中自然の恵みを受けた、包容力と温かみを感じる

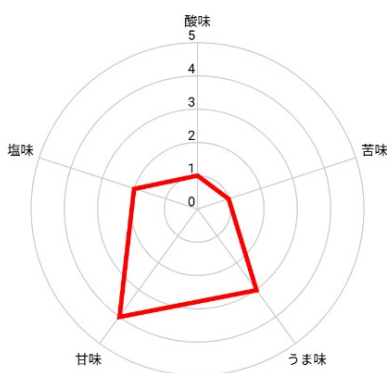
#### 食経験・食習慣

病気がちだった母が作るお弁当は彩りが悪かったものの冷凍コロッケの日は“当たり”の日だった、そんな思いが蘇る

#### 健康・生活様式

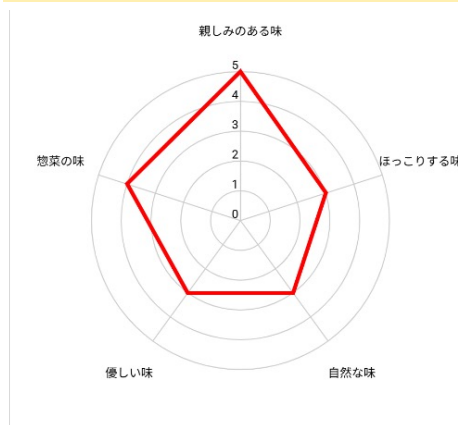
忙しい日々の中、冷凍総菜は日常使いとして心強い味方であり、お助け役

### 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	3
甘味	4
塩味	2

### 広い意味での味覚の レーダーチャート



広義の味	評点
親しみのある味	5
ほっこりする味	3
自然な味	3
優しい味	3
惣菜の味	4

### 五感に対する感じ方 レーダーチャート



五感	評点
視覚	3
聴覚	1
触覚	3
味覚	4
嗅覚	2



# 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）

ふんわりとしたじゃがいもの食感と自然な風味、ほのかに甘い後味が特長で、シンプルながら食感と味わいの一体感が心地よい商品です。子どもでも食べやすいサイズ感に加え、小分けで調理しやすく、温・常温・自然解凍のいずれでも風味が保たれる再現性の高い設計が魅力です。冷めてもソース不要で食べられる点や、「悩まず買える手軽な価格」と「安全安心の担保」を両立した、作り手の誠実な商品づくりへの深いこだわりを感じました。日常使いからお弁当まで、安心して選べる完成度の高い商品だと思いました。

## 2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

ネーミングは明快で、消費者が迷わず商品内容を理解できます。パッケージには一口サイズであることや6個入りであることが視覚的に整理され、調理シーンとしての「弁当に合う」「使い切りやすい」という特徴が直感的に伝わります。わかりやすいネーミングですが、味覚についてだけではなく触感についてもサブタイトルで特徴を補足するとより手に取りやすくなると感じました。また、1個や2個ずつ使うことを想定すると開封後の保存としてジップやシールで止められるような工夫があると便利だと感じました。

## 3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

家庭で作る“コロケ”は手間がかかる為、お弁当用冷凍食品の定番性が高く、季節要因や嗜好変動の影響を受けにくい安定市場です。競合商品が多い中、シリーズ化していくことでより選択しやすい馴染みのある惣菜としての立ち位置が確立すると考えられます。また自然解凍対応や小分けトレーなど非常食としての価値や、コストパフォーマンスの良さは家庭での使いやすさが直感的に伝わり、忙しい方でも扱いやすい冷凍惣菜として手に取りやすい印象があります。お弁当用に特化していくことで更に需要が増えると期待します。

## 4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

お弁当用に特化した広報活動が有効であり、すぐに手が届く冷凍食品の位置づけが重要だと考えます。現時点では、公式HPからのネット購入が出来ず、ゼンショーグループのネットストアからも貴社の商品が購入できない点で違和感を覚えました。また、大手通販サイトでも「おかず三昧」より「トロナ」で検索した方がシリーズを見つけやすい点や別の大手通販会社では在庫切れになっているなど見つけにくい点が解消されるとより、購入ハードルが低くなると考えます。

## 5. ブランディング要因

「すき家 牛丼の具」との認知連動が期待でき、「おかず三昧」シリーズとしてターゲットが明確で購買層の厚い商品だと感じました。「北海道産」「小分け」「常温可」「低価格」といった分かりやすい価値軸により、手軽さや親しみやすさが伝わります。一方で、シリーズ全体の世界観を伝える導線が弱く、商品それぞれの標準的な訴求に留まっている点で消費行動を促すには少し弱さを感じました。視覚表現を強化することで、「北海道産コロケ」の魅力がより際立ち、記憶に残るブランドへ成長する可能性があると考えます。

## 6. 素材・安全性・その他

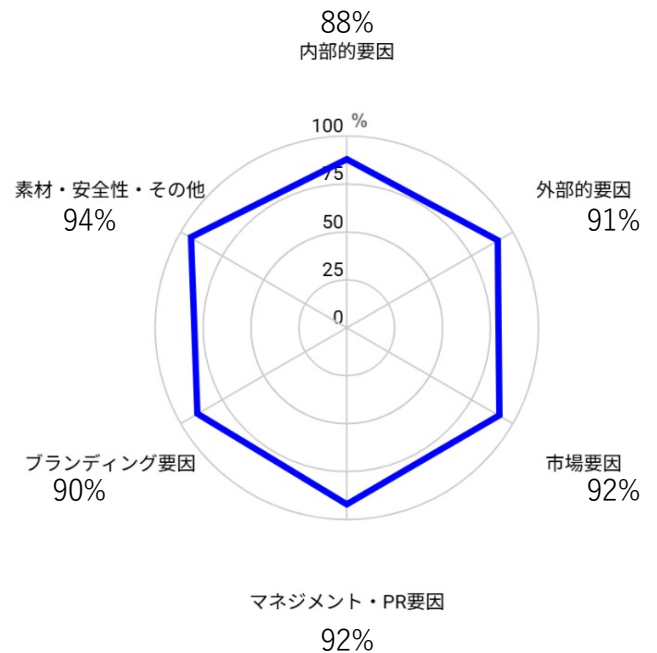
FSSC22000取得工場での製造や、HACCPに基づく衛生管理をはじめ、原材料検査や出荷判定を丁寧に行う体制が一貫して示され、価格以上に安心して取り入れられる土台が整えられています。保存料不使用や農薬検査の実施、トレーサビリティ管理など、安全性への取り組みが明確で、日常的に利用しやすい惣菜として信頼感につながっています。加えて、衣や揚げ油など副原料へのこだわりや、加工でん粉・着色料などの使用意図を補足することで、安全・健康志向の消費者にもより安心して選ばれる商品になると感じました。

# 審査レポート

## ■ 要因分布

素材安全性、外部的要因、市場要因で90%以上の高評価でした。

北海道産じゃがいも100%使用や商品をイメージしやすいパッケージデザインとストレートでわかりやすいネーミング、ターゲットを「お弁当利用者全般」と幅広く捉え、自然解凍と電子レンジの両方に対応している利便性が、忙しい家庭、子育て世帯、一人暮らしまで幅広く活用でき、冷凍惣菜市場で求められる簡便性・時短調理のトレンドともよく合致し、多様な生活スタイルに寄り添うとして高評価でした。老若男女に親しまれるふんわりとした食感、コストパフォーマンスの高さも評価を押し上げた要因となっています。



## ■ 総評

貴社の歴史は長く、アメリカ・シカゴでのピザ生地製造から始まり、2006年のゼンショーグループ入りを経て、ピザや惣菜、「すき家」や「ココス」などグループ外食業態の冷凍食品企画・開発に取り組まれてきました。「世界中の人々に安全でおいしい食を手軽な価格で提供する」という使命のもと、「食の安全」を守ることに注力し、冷凍ピザの技術と知見を活かして安心して“おいしい”と言ってもらえる商品を生み出し続けていることに深く感銘を受け、敬意を表します。

「北海道産コロッケ」は、じゃがいもの食感や素材の美味しさ、自然解凍の強み、コストパフォーマンスの良さという他社にない強みを持ち、安心感のあるブランドとしてさらなる浸透が期待できます。一方で、消費者目線では公式ホームページなどでの情報発信や利便性の面で、さらに工夫の余地があると考えられます。シリーズ全体の世界観や各商品の魅力を、より多くの方に伝えることで、さらに親しみやすさが増すでしょう。今後の参考として、商品に宿る“ほっこり”“ホクホク”“もちもち”といった情緒的な価値を言語化し、サブタイトルやキャッチコピーに取り入れると効果的です。また、口コミを増やし、SNSや公式サイトで発信することで親近感を与え、ブランド浸透を促進できます。また、本審査で意見が分かれた「衣の厚さと食感」については、もちもち食感は商品の特徴として前向きに伝えられる要素であり、衣の厚さはお弁当用として型崩れしにくく、味が混ざりにくい利点があります。こうした点を適切に伝えることで、差別化にもつながります。

現代に求められる多くの魅力を持つ「北海道産コロッケ」は、広く周知されることで貴社の発展に貢献し、“お弁当に欠かせないおかず”として多くの人に愛される商品になると予想されます。今後も一人の消費者として応援するとともに、貴社のさらなる飛躍を心よりお祈り申し上げます。



〒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