



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

情熱ホルモン 驚愕の肉カレー 牛盛り



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 情熱ホルモン 驚愕の肉カレー 牛盛り

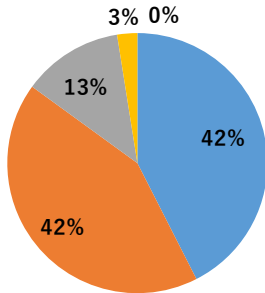
評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第95回 (2026年1月)

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。

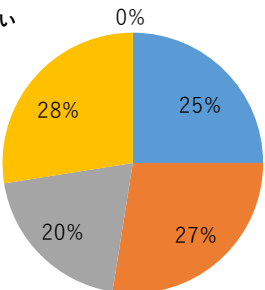
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

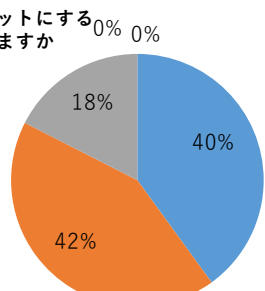
1 この商品に興味がありますか



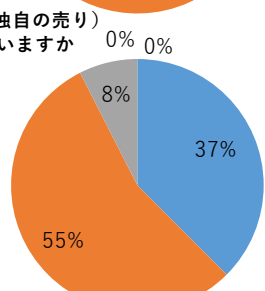
2 この価格で買いたいと思いますか



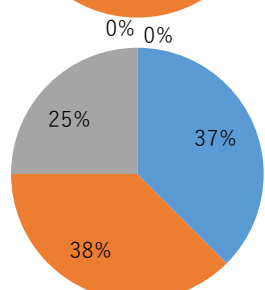
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

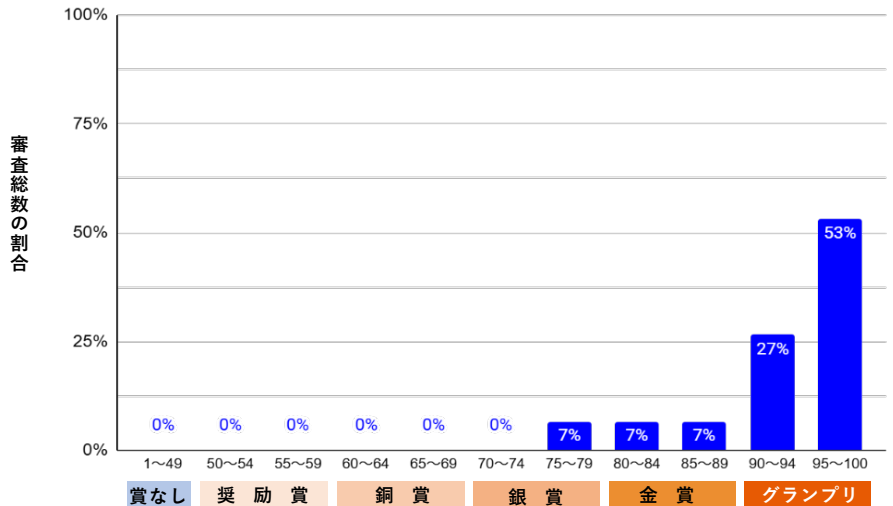
評価が高かった内容

圧倒的中身のボリュームと食欲をそそる色合い
 噛めば噛むほど肉の旨味をぐっと感じるテイスト
 スパイスを感じながら、フルーティーな味わい
 スプーンで切れるほど牛すじがほぐれやすく食べやすかった
 分かりやすい商品名のインパクトが抜群
 迫力と高級感、優れた商品だとわかるこだわりのパッケージ
 肉に強い会社を作るカレーという説得力がある

評価が低かった内容

牛すじ肉の食感が若干弱い、弾力性が求められる
 スパイスの粉っぽさをマスキングするためかもったりさを感じる
 果物の甘さが先にくるので、スパイス好きには物足りなさも
 牛すじ使用をパッケージのメインにしっかり記載した方が良い
 脂の浮きが気になる。少し脂っぽさを感じる
 カレーの特徴についても肉に負けない説明が欲しい
 パッケージに素材のこだわりの記載などもう一つ差別化が欲しい

点数分布



総合審査でも93点で加点するまでもなくグランプリの点数となっており、特に一部の項目で審査評価が満点という高い評価もあり、まとめでも商品の内的、外的要因でいずれも94%と高評価であったことが今回のグランプリにつながったと思われます。

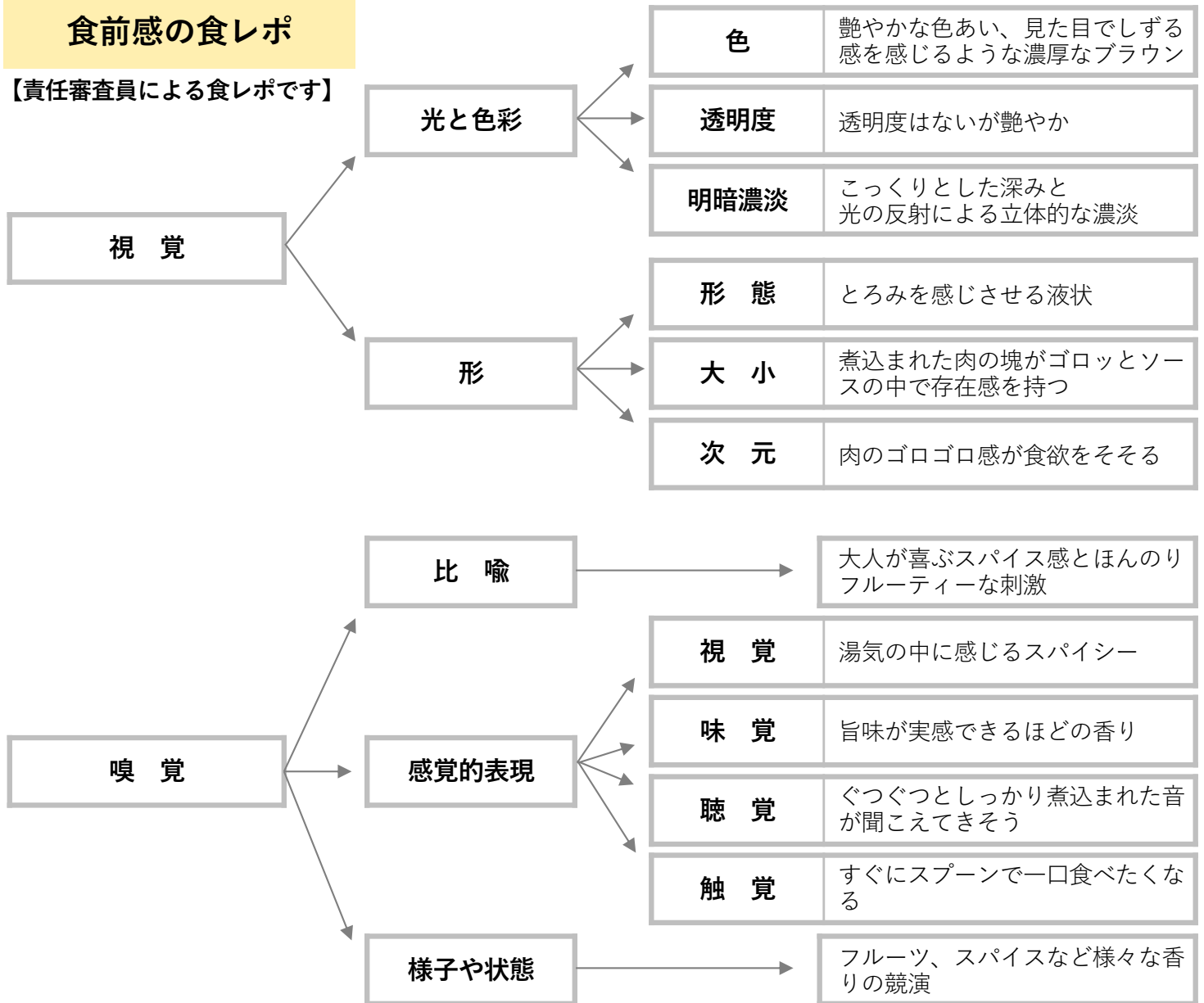
関西を中心とした人気の焼き肉チェーン店が牛すじ肉を100gとたっぷり入れて作られたこのカレーは、盛りつけた見た目はレトルトとは思えないボリュームと食欲をそそる色合いであり、一口食べるとスパイシーながら辛味はほどほどで、フルーティーな味わいと噛めば噛むほど肉のうまみをぐっと感じるテイストでまさに贅沢を味わえる大満足のカレーという点が高く評価できると思いました。



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

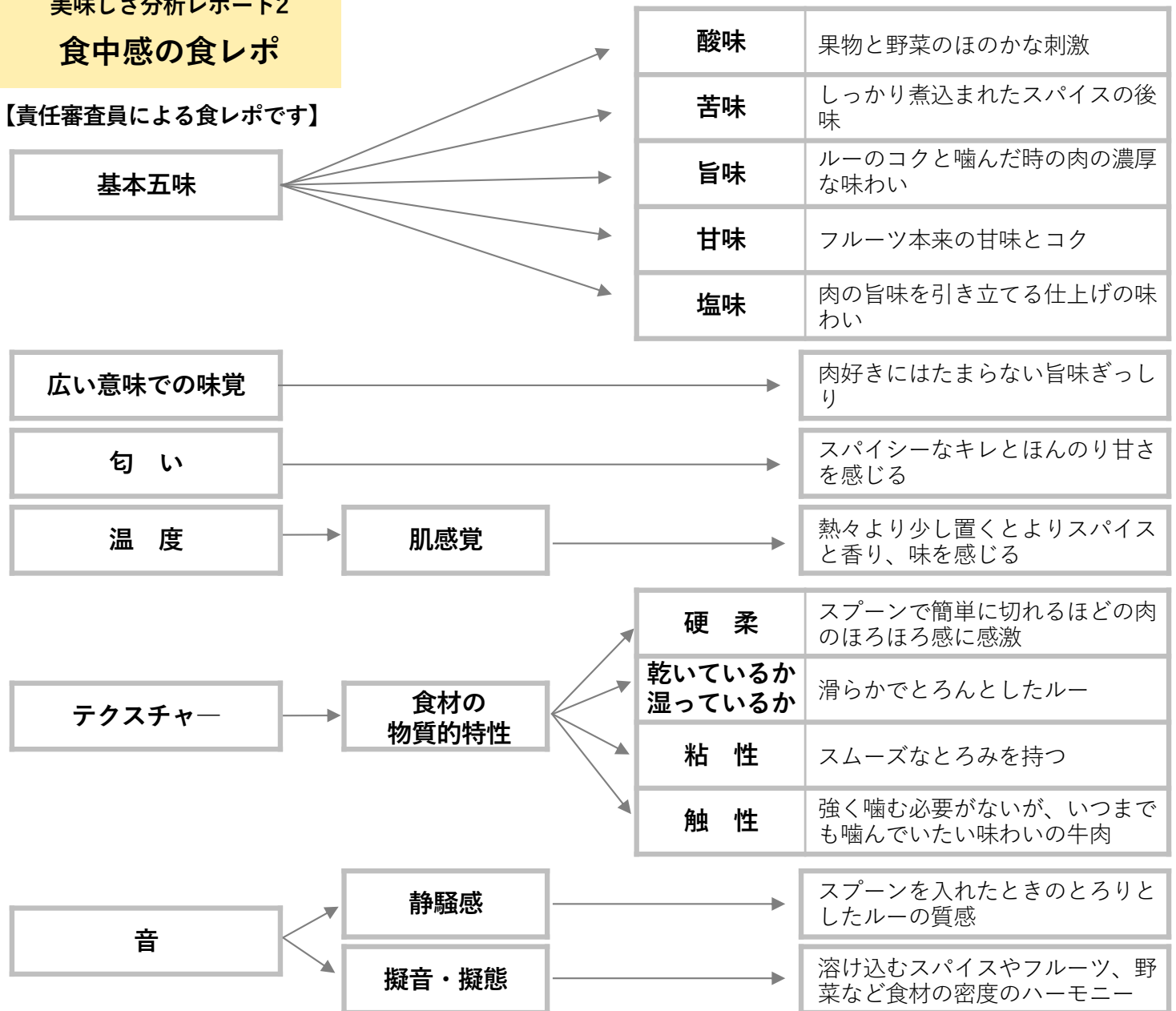
「情熱ホルモン 驚愕の肉カレー 牛盛り」を前にした瞬間、まず目に飛び込んでくるのは、艶やかな色あいと食欲を直撃する濃厚なブラウン。スパイスと旨みが溶け込んだルーは照りを帯び、湯気が立ちのぼってきそうなしずる感があります。

ごろりと存在感のある牛肉は、ルーをまとめて深みのある色に輝き、噛めば旨みがあふれ出すことを予感させます。全体として重厚感がありながらも、見るだけで「熱々・濃厚・スタミナ満点」という印象が伝わってくる、食べる前から期待値を一気に高めてくれるビジュアルです。また香りは程よい強さでスパイシーでありながらほんのりフルーティーな香りも含み、さらなる期待値が上昇します。

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

ひと口食べた瞬間、溶け込むスパイスやフルーツ、野菜など食材の密度のハーモニーが広がり、奥行きのある味わいに包まれます。そこへたっぷり入った牛肉と牛すじ肉、2種類の肉が口の中で存在感を放ち、また噛むほどに濃厚な肉の旨味がルーへと溶け出します。

また肉のうまさを引き立てるスパイスの刺激、フルーツの甘み、野菜のコクと一体となり、力強さとまろやかさを兼ね備えた、満足感の高い一皿に仕上がっています。

またボリュームがありながら、スパイシーさは後に引かないため、スパイスがそれほど得意ではなくても一気に食べられる味わいです。



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

辛味はそれほど後を引かないため、次の一口に行きやすい肉の旨味が強く印象に残る贅沢な味わい

気候・地域

一口食べた瞬間から、贅沢な時間が始まるまるで一流ホテルのシェフが作る料理のように

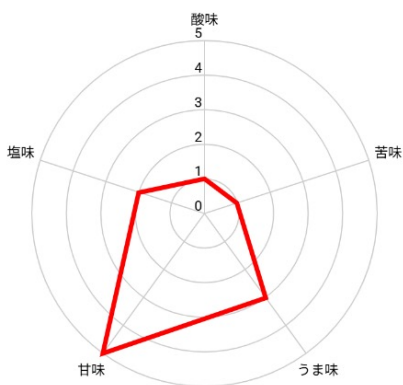
食経験・食習慣

自宅でワインやシャンパン、アイ스티ーと一緒に心地良い食事の時間を楽しむ

健康・生活様式

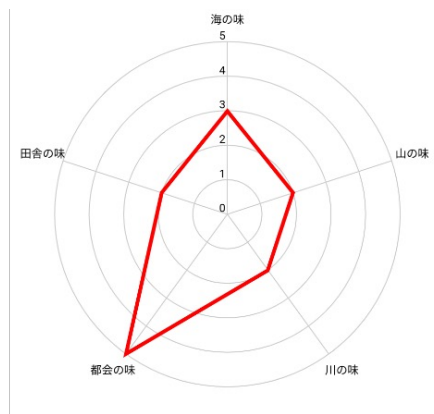
カラダをしっかり元気にする効果を感じられるくせになる味わい

基本五味のレーダーチャート



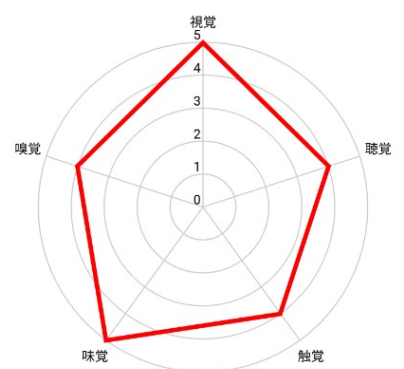
五味	評点
酸味	1
苦味	1
うま味	3
甘味	5
塩味	2

広い意味での味覚のレーダーチャート



広義の味	評点
海の味	3
山の味	2
川の味	2
都会の味	5
田舎の味	2

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	4
触覚	4
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）

スパイシーな香りに食欲をそそられ、具もたっぷりで満足感があります。

スプーンで切れるほど牛すじがほぐれやすく食べやすかったです。

牛盛りカレーというだけあり、しっかりお肉の旨味を感じられます。

どちらかというとも味よりも香りにスパイス感が強く、味と香りの同時のスパイスのインパクトがほしいです。

肉がゴロゴロッと入っていて贅沢感があり、噛むとほろほろとした肉の食感がたまらないです。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

黒を基調とした外箱に金文字でインパクトと高級感があります。

牛がゴロゴロ入っていてネーミング通りで素晴らしいです。

美味しい牛肉がたっぷり入っているのわかるネーミングとパッケージだと思いました。

「牛盛り」というネーミングは肉が多いことを一瞬で理解でき、商品の本質を直感的に伝える強いワード。

肉量を強く押し出しているため、こだわりの味の説明が埋もれがちだと感じました。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

肉ゴロゴロ系レトルトカレーの需要が高まっており、市場トレンドにうまく合致しています。

カレー好きは多く、スパイス感を求めている人も多いので時代に合っていると思います。

レトルトカレーブームの中、ここまで目立っているのは素晴らしく、高くても思わず買ってしまいます。

辛味・スパイス感・肉感が強いため、ターゲットが好きな人に限定される可能性があります。

高級カレーの市場はかなり飽和しているので、もう一つ何か差別化が欲しいです。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

北野エースという販路が強みであり、継続して欲しいです。

広告戦略が弱く、見栄えがよい商品なので、どんどんSNSなどを活用してほしいです。

SNSでも文字が強すぎるので、カレーか何かが伝わらなく、面白いから買いたいへのアクションへ繋げるページへのリンクが欲しいです。

これからコラボ企画などプロモーション次第で認知度が上がると伸びてくると思います。

5. ブランディング要因

肉のイメージが強いブランドなので、カレーの展開に最適で肉のおいしさが期待されます。

「情熱ホルモン」ブランドの知名度を背景に、「肉に強い会社を作るカレー」という説得力があります。

お客様の声などもっとHPで掲載すればよいと思います。強力な思いがブランドとして表現されていないのがもったいなく、もっと具現化するとわかりやすくなると思います。「ホルモン専門店のパイオニアが作った」というところももう少し訴求できるのではないかと思います。

6. 素材・安全性・その他

加熱殺菌工程が明確で、レトルト食品としての衛生基準がしっかり確保されています。

海外の協力機関へのチェックを怠らない姿勢はかなり評価ができます。

安全面でも衛生面でも取り組みが見られ、安心できます。

農薬検査もあり、衛生管理をしっかりとされている印象です。

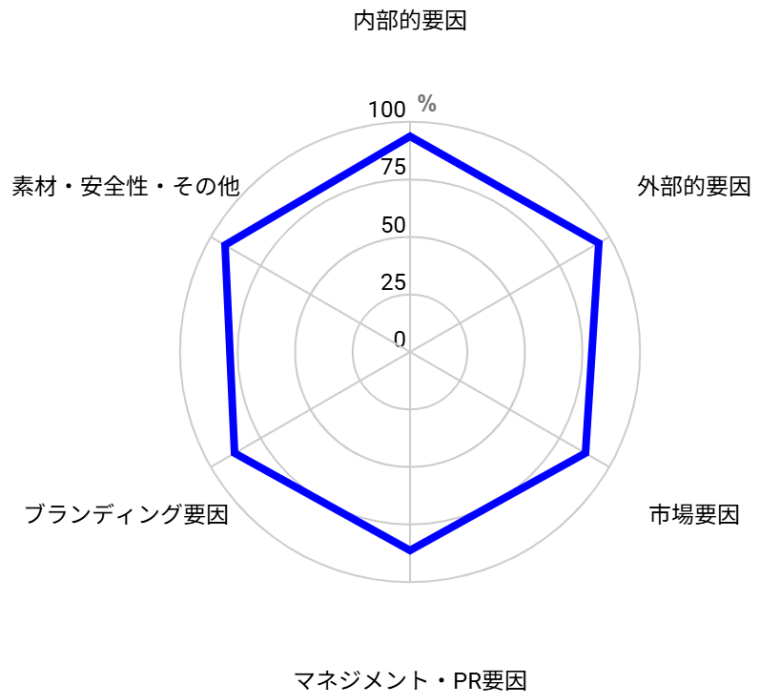
国産牛を使ったプレミアムバージョンなどがあっても良さそうだと思います。

審査レポート

■ 要因分布

要因分布として、味や香りなど五感からなる商品自体の魅力を表す「内的要因」とネーミングやパッケージから構成される「外的要因」が94%と一番高く、以下、順次86~93%以上で高水位で分布し、全体的に大きく偏った分布とならず、とてもバランスの良い大きな六角形となりました。

その他、「素材、安全性、その他」が93%、「市場要因」は88%。「ブランディング要因」も88%、そして最後に「マネジメント・PR要因」が86%とのことです。 「マネジメント・PR要因」に関しては、現状に関してであり、これらはこれからのPR活動であったり、店頭内でのPOP、SNS活用など今後の展開次第で偏差値は上がってくると思われます。



■ 総評

情熱ホルモン 驚愕の肉カレー 牛盛りは、究極の牛肉入りレトルトカレーとして、あらゆる視点から見ても評価に値する完成度を備えていると思います。艶やかで濃厚なブラウンのルーは、提供された瞬間から強いシズル感を放ち、視覚的訴求力が非常に高いというのが食前に感じました。

味わいは、溶け込んだスパイスを軸に、フルーツのやさしい甘味、野菜のコク、ほのかな酸味と苦味が層を成し、スパイシーながら後に辛味だけが強く残ることもなく、食材密度の高さによる調和が口の中で感じられ、非常に高い満足感が得られました。またたっぷり入った牛肉と牛すじ肉という二種の肉が、ほろほろと崩れるほどの柔らかさで、焼き肉店という肉料理を得意とするブランドならではのカレーだと思いました。温度帯に関しては、あえて適温で味わうことで香りと旨味が最大限に引き出され、最後まで食べ疲れせずに楽しめたところに味わいの深さを感じました。

価格帯は決して安価ではなく対象層を選ぶ傾向はあるものの、無理に間口を広げず高付加価値路線をそのまま維持する戦略は妥当かと思われます。今後は、辛さや香りのバリエーション展開、地域や季節を意識した限定仕様などを加えることで、さらにブランド価値と話題性が高まり、継続的な支持を獲得できる商品へと進化していくことが期待されます。



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション