



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

ステーキロッチ ジューシーステーキ



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 ステーキロッチ ジューシーステーキ

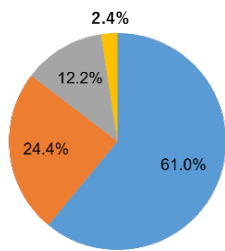
評価結果 金賞 受賞回・年月 第96回 (2026年2月)

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。

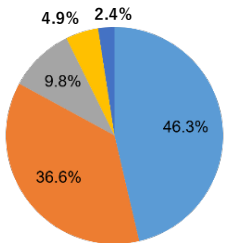
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

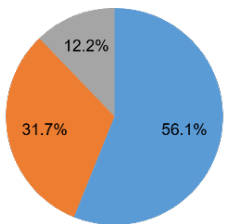
1 この商品に興味がありますか



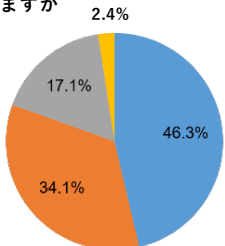
2 この価格で買いたいと思いますか



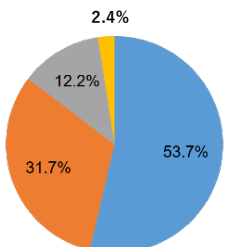
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

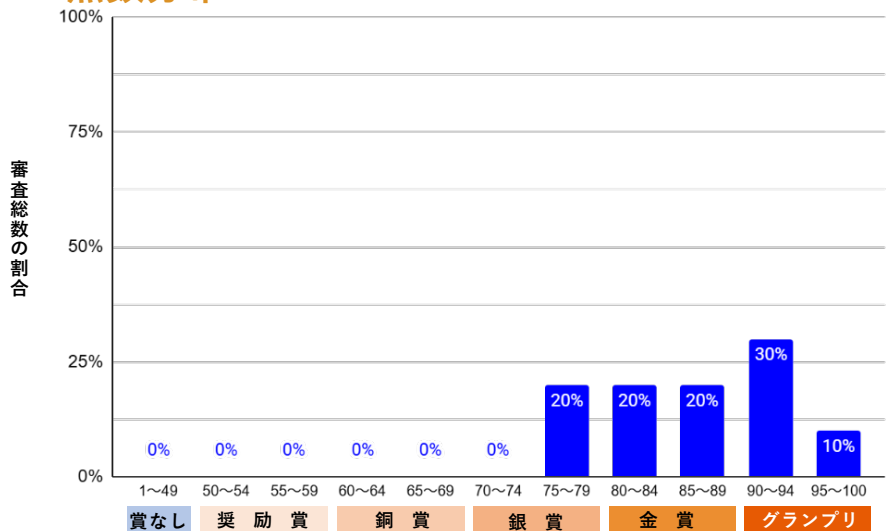
評価が高かった内容

鉄板提供による音、香り、熱の臨場感が食欲を高めている
 ジューシーな肉の旨味に価格以上の満足感を実感できる
 味変調味料が豊富で、最後まで飽きずに楽しめる
 山小屋風の内外装と小物が一貫し、記憶に残る世界観がある
 明るい挨拶と気配りが行き届き、安心して食事を楽しめる
 健康志向のライスや副菜が幅広い客層に支持されている
 衛生管理や調理への姿勢が信頼につながっている

評価が低かった内容

焼き加減や肉質に個体差があり安定性を高める工夫が望まれる
 鉄板提供時の油跳ねへの配慮説明を添えると安心感が増す
 付け合わせ野菜の量や彩りを工夫すると印象がより良くなる
 メニュー上で看板商品の位置づけを明確にすると伝わりやすい
 健康志向層向け栄養情報を補足すると選びやすさが高まる
 トレーサビリティの説明を加えると信頼感が一層深まる
 価格と価値理由を丁寧に伝えることで納得感が高まる

点数分布



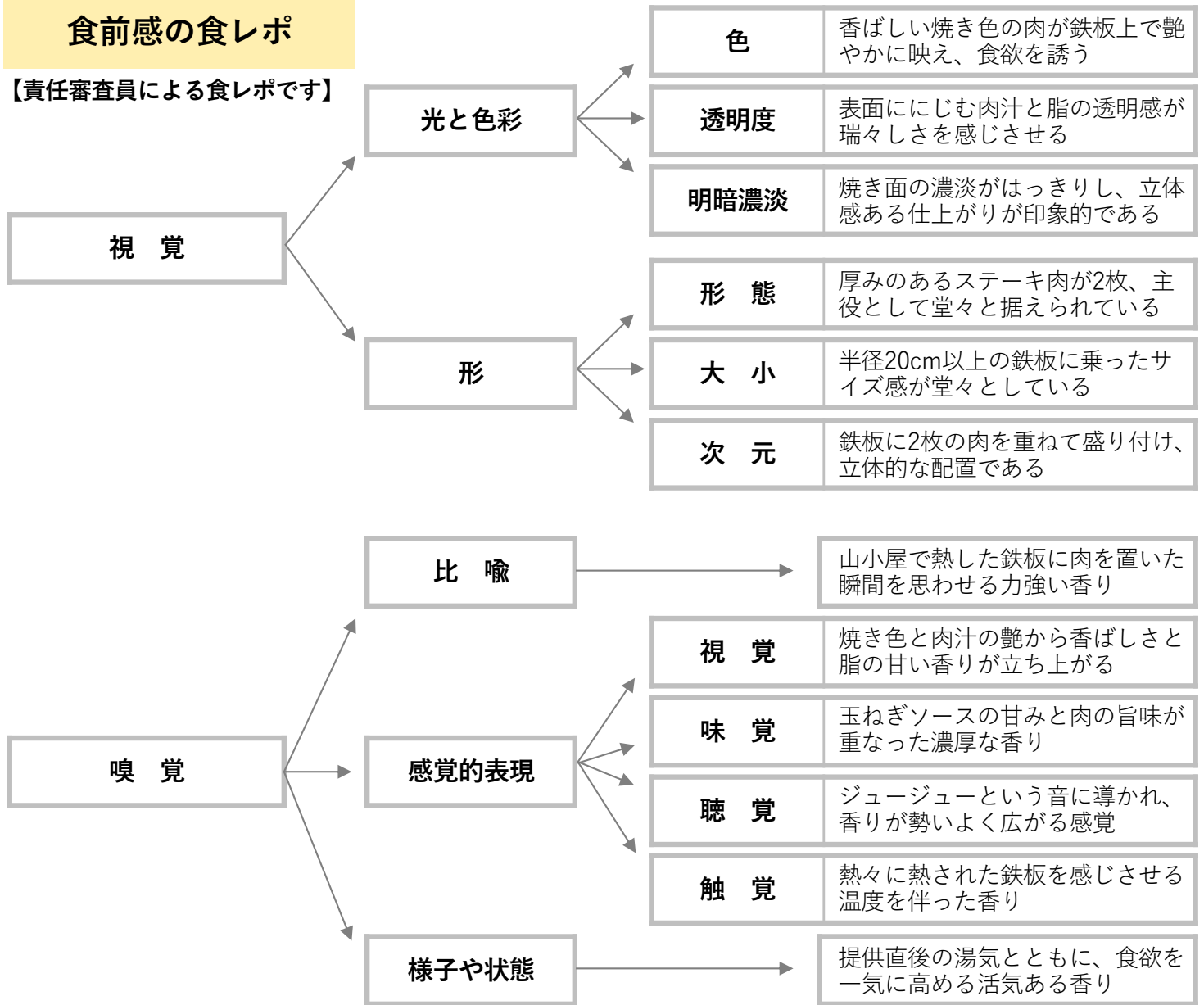
点数分布は、銀賞相当が20%、金賞相当が20%、グランプリ相当が40%を占め、総合評価86点で金賞受賞となりました。高得点帯に評価が集まった背景には、商品コンセプトと体験価値が審査員の期待と一致した点が挙げられます。全体として安定した評価が得られる一方、価格については7.3%が「そう思わない」と回答しており、価格に対する受け止め方には一部意見の幅が見られましたが、総じて完成度の高さが裏付けられる結果といえます。



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

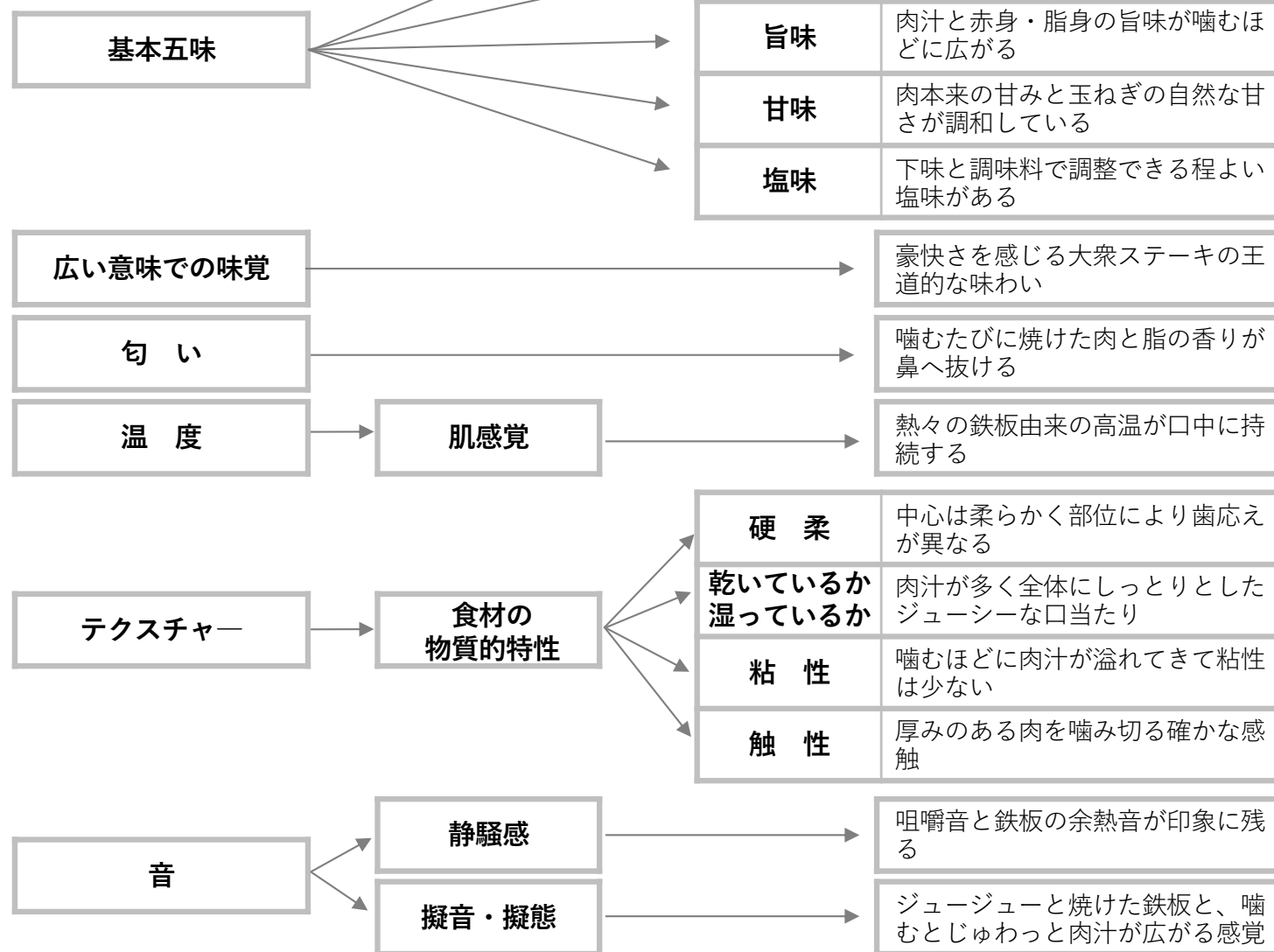
食前の段階において本商品は、鉄板で提供されることによる視覚的・嗅覚的な情報から、ジューシーさを強く印象づけています。まず視覚的には、熱々の丸い鉄板の上に大ぶりな一枚肉が半分にカットされた状態で置かれ、焼き色と肉汁の艶がはっきりと確認できる点が目を引きます。提供時に立ち上る湯気や、鉄板上で肉が音を立てる様子は、食べる前から臨場感を生み、食欲を高めてくれると評価されました。

一方で、油ハネが起こりやすい点もあるため、迫力と同時に注意が必要だと感じます。香りについては提供直後に広がる肉の焼けた香ばしさが中心で、脂の甘みを含んだ匂いが食欲を刺激します。ジュージュウという音とともに立ち上がる香りは、鉄板料理らしい力強さがあり、食前の期待感を高めています。また、淡路島産タマネギを使ったオリジナルソースの香りが重なり、食欲が高まります。味変の豊富さから食べる楽しさを予感させる点も好印象でした。全体として、迫力のある演出とストレートな牛肉の焼けた香りが組み合わせさり、「しっかり食べるステーキ」であることが食前の段階から明確に伝わってきます。

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

「ジューシーステーキ」という名称が示す通り、満足感を重視した力強い味わいが印象に残ります。基本五味の中では肉汁由来の旨味が最もはっきりしており、噛むほどに柔らかな肉質と脂の旨味が広がります。淡路島産タマネギを使ったソースの自然な甘みと、穏やかな酸味が脂をほどよく引き締め、どんどん食べられます。塩味は下味と卓上調味料で調整でき、自分好みの味に仕上げられる点も特徴です。広い意味での味覚としては、豪快さと食べ応えを大切にされた大衆ステーキの王道的な味わいで、しっかり食べたという満足感が残ります。噛んだ瞬間に広がる焼けた肉と脂の香りが鼻へ抜け、鉄板料理らしい香ばしさが続きます。温度は熱々の鉄板によって保たれやすく、最後まで温かい状態で楽しめます。テクスチャーは中心の柔らかさと部位による歯応えの違いがあり、しっかり肉を食べている実感があります。全体に肉汁が多く、ジューシーな口当たりですが、部位によっては硬さに差を感じる場面もありました。咀嚼時の肉の音や鉄板の余熱音が臨場感を添え、迫力と満足感を軸にした食中体験が味わえます。



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

ジューシーな肉の満足感がありながら、脂が重く残りにくく、食後は意外とすっきりしています。レモン水やワカメスープの存在も、口の中を整え、最後まで心地よく食べ進められます。

気候・地域

しっかり体力をつけたい場面に合う一皿です。山小屋を思わせる世界観も相まって、都会にいながら活力を補給するような感覚が得られます。

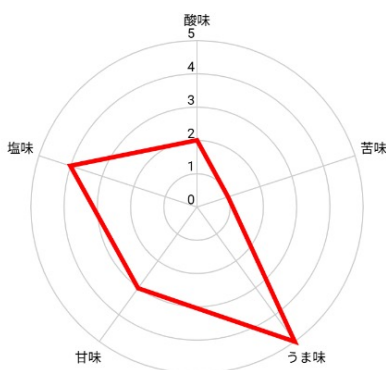
食経験・食習慣

普段から肉料理に親しんでいる層にとっては満足度が高く、量や味変を選べる点が食習慣に寄り添っています。外食で「しっかり食べたい日」に選ばれやすい商品です。

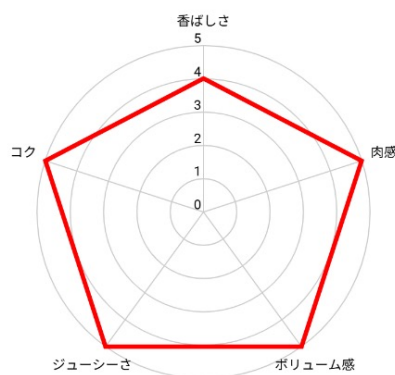
健康・生活様式

バーリーライスや副菜の工夫により、満腹感はあるつつも栄養面に配慮した印象です。日常の中で無理なくエネルギー補給をしたい人の生活リズムに合う食後感といえます。

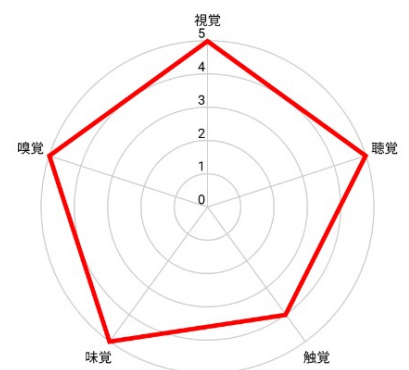
基本五味の レーダーチャート



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	2
苦味	1
うま味	5
甘味	3
塩味	4

広義の味	評点
香ばしさ	4
肉感	5
ボリューム感	5
ジューシーさ	5
コク	5

五感	評点
視覚	5
聴覚	5
触覚	4
味覚	5
嗅覚	5



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

ジューシーという名の通り、鉄板で提供される演出は音や香り、見た目で食欲を刺激し、五感で楽しめる一皿として評価されました。淡路島産タマネギの手作りソースや燻製塩胡椒、わさびなど味変の選択肢が豊富で、300gでも飽きずに食べ進められる点が魅力です。バーリーライスやワカメスープ、レモン水など健康や後味への配慮も好印象でした。一方で、肉の個体差や火入れ、油ハネへの不安の声もありましたが、焼き加減の初期設定や事前説明を丁寧に行うことで、安心感と満足度はさらに高まると考えられます。

2. 外部的要因

「ジュースステーキ」というネーミングは語感がよく、肉の魅力を直感的に伝える点が高く評価されました。商品名と味わいの一致や、山小屋をイメージした世界観、紙エプロンや鉄板の温め直しといった配慮も体験価値を支えています。一方で、メニュー構成や導線面では、看板商品としての訴求がやや控えめに映る場面もありました。表記や配置に工夫を加え、背景やストーリーを補足することで、初来店客にも魅力がより伝わりやすくなるでしょう。

3. 市場要因

2,000円前後で高い満足感が得られる価格設定は、20～40代男性を中心としたターゲット層と合致し、コストパフォーマンスの高さが評価されました。量を選べるステーキやバーリーライス、ランチセットなど健康志向を意識した工夫も市場ニーズを的確に捉えています。女性客やカップルの来店増加から商品設計の柔軟性も強みといえます。一方で、栄養情報の見える化や付け合わせの工夫を加えることで、少食層やシニア層まで含めた市場拡張が期待されます。

4. マネジメント・PR要因

スタッフの明るい挨拶やフレンドリーな声かけ、丁寧な説明など、接客の基本が浸透しており、温かみのあるホスピタリティが評価されました。狭い店内でもお客様の動きを先読みした案内や油ハネ対策、荷物置き場の配慮など、細やかな気遣いが安心感につながっています。顧客の声を改善に活かす姿勢や明確な対応体制も強みです。一方で、SNSやWebでの発信は控えめで、理念や世界観を伝える工夫が加わると、若年層や新規顧客への広がりが期待できるのではないのでしょうか。

5. ブランディング要因

山小屋をイメージした内外装やBGM、アルミ製コップや紙前掛けまで世界観が一貫しており、入店時から記憶に残る体験として評価されました。「活力を養うチャージスポット」という独自性も差別化につながり、女性一人でも入りやすい点はブランドの強みです。実際に、店舗演出と商品体験が結びつき、印象に残りやすいとの声も寄せられました。一方で、ロッヂという名称や肉へのこだわりの背景が十分に伝わっていないとの声もあり、ストーリーを補足することで、ブランドへの理解と共感は一層深まるでしょう。

6. 素材・安全性・その他

淡路島産タマネギを用いた手作りソースや、バーリーライスなど栄養バランスを意識した副材の選定は、素材への配慮として好意的に受け止められています。HACCPに基づく衛生管理や調理場が見える店舗構造、提供時の焼き加減への声かけなど、安全性を意識した運営姿勢も安心感につながっています。

一方で、トレーサビリティや農薬検査、産地情報の見える化を求める声もあり、素材のこだわりや管理体制を丁寧に伝えることで、信頼性はより明確になるでしょう。

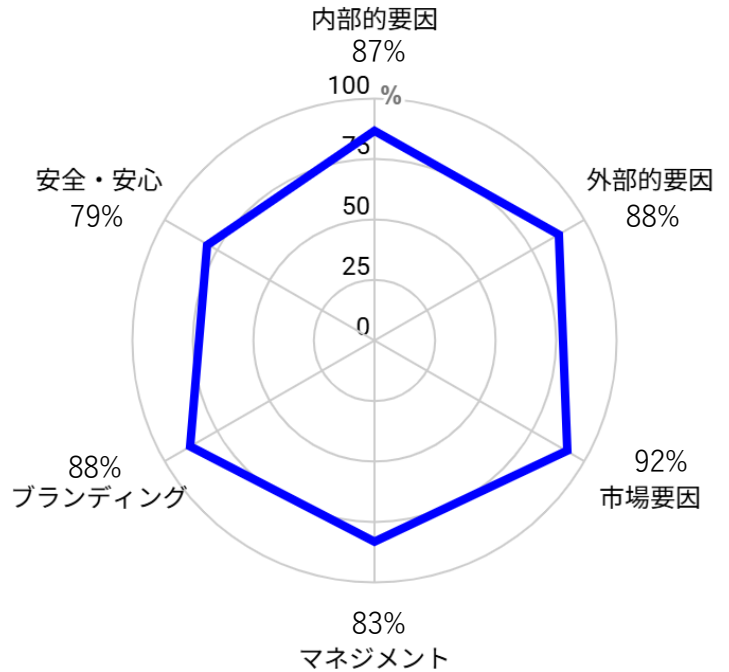
審査レポート

■ 要因分布

要因分析では、全体的にバランスの取れた六角形となりました。中でも「市場要因」は92%と最も高く、価格帯やボリューム、健康志向への配慮が市場ニーズと合致している点が評価されています。「外部的要因」88%、「内部的要因」87%も安定した数値を示し、鉄板提供による臨場感や味変の工夫、商品設計の完成度が支持されました。

「ブランディング要因」も88%と比較的高く、世界観やネーミングの分かりやすさが好印象です。

一方で「マネジメント・PR要因」は83%、「素材・安全性・その他の要因」は79%とやや低く、情報発信や素材情報の見える化が十分に伝わっていない点が数値に影響したと考えられます。



■ 総評

まずはじめに、日常の食事として「しっかり食べて元気になる」体験を大切に、価格・量・満足感のバランスを追求した商品づくりを継続されている貴社の姿勢に、心より敬意を表します。

ステーキというシンプルな料理において、鉄板提供による臨場感や味変の工夫、健康志向への配慮を組み合わせ、単なる食事にとどまらない“体験”としての価値を高めている点は、高く評価されました。肉の旨味とジューシーさを正面から伝える分かりやすい商品設計も、多くの支持を集めています。

また、接客においては、過度に踏み込まない適度な距離感が心地よく、こちらから声をかけた際には一言添えた気遣いがあり、自然と心が和らぐ場面が印象に残りました。玉ねぎソースのお代わりの案内や、食事の進み具合を見て鉄板を温め直す提案など、マニュアルにとどまらない対応が、満足感を下支えしています。こうした何気ない声かけの積み重ねが、「また来たい」と思わせる要因になっていると感じられました。しかし、外国人スタッフが配膳業務に限られ、会話の機会が少なかった点については、店舗全体としてのサービス体験に差が生じやすいとの声もあり、今後は接客レベルの均一化に向けた研修などの取り組みが期待されるところです。

また、肉の個体差や火入れ、油ハネへの不安、素材情報やトレーサビリティの見える化といった点については、さらなる配慮を望む声もありました。これらは商品自体の魅力を損なうものではなく、事前説明や情報発信を丁寧に重ねることで安心感と納得感をより確かなものにできる要素といえます。

迫力と満足感を軸にしなが、細部への配慮を積み重ねていくことで、本商品の体験価値は一層磨き込まれていくものと受け止められました。今後の展開とともに、貴社のますますのご発展を審査員一同、心より祈念申し上げます。



〒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