



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

国産うなぎ蒲焼 切身



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



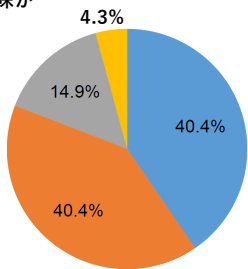
商品名 国産うなぎ蒲焼 切身
 評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第97回 (2026年3月)

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。

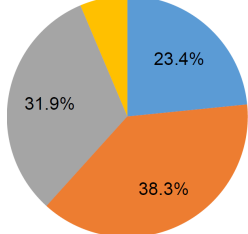
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
 ■ あまりない ■ ない

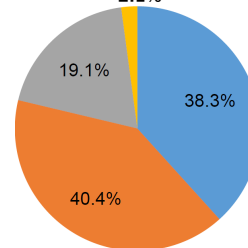
1 この商品に興味がありますか



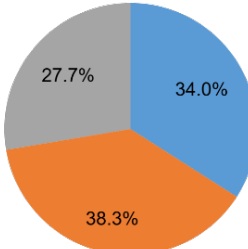
2 この価格で買いたいと思いますか



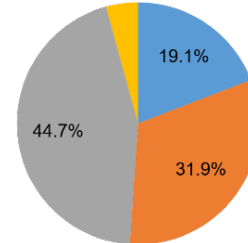
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

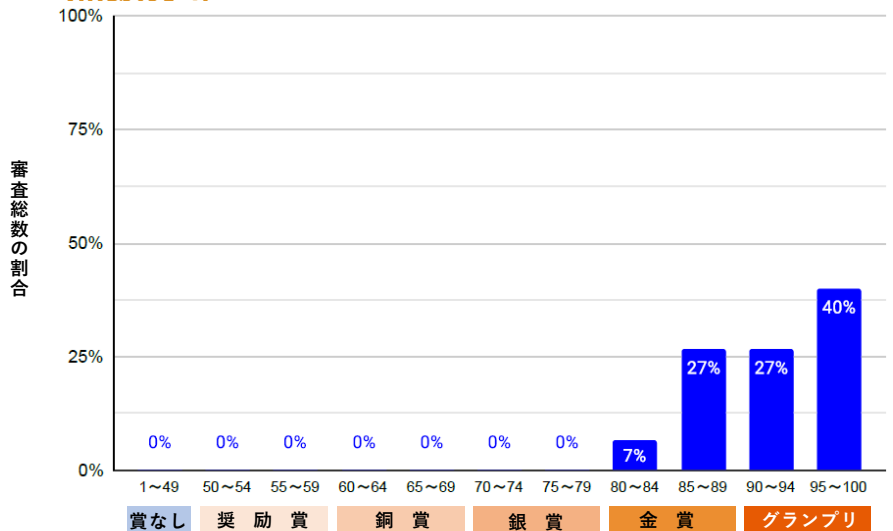
評価が高かった内容

ふんわりと柔らかく、脂と旨味のバランスが良く上品な味
 中身が見える設計でサイズ感と品質の安心感が伝わる
 小分け個包装により、少量需要や中食ニーズに適合している
 SNSや展示会など多面的な広報活動が継続されている
 国産うなぎブランドとしての信頼性と安心感が明確
 3種類使用した特製たれにこだわりを感じた
 情報発信体制と品質保証の姿勢が企業信頼につながる

評価が低かった内容

たれの味がやや前に出てうなぎ本来の旨味が弱く感じられる
 個体差によるものと考えられるが、骨の存在感がやや気になる
 商品の特徴やこだわり表現が少なく情報量に物足りなさがある
 価格面で日常使いにはやや割高に感じる層も想定される
 ブランドメッセージが分散気味で訴求軸の統一余地がある
 切身商品の独自価値を象徴する印象的なコピーが不足している
 安全性の取り組みが専門的で生活者への可視化がやや弱い

点数分布



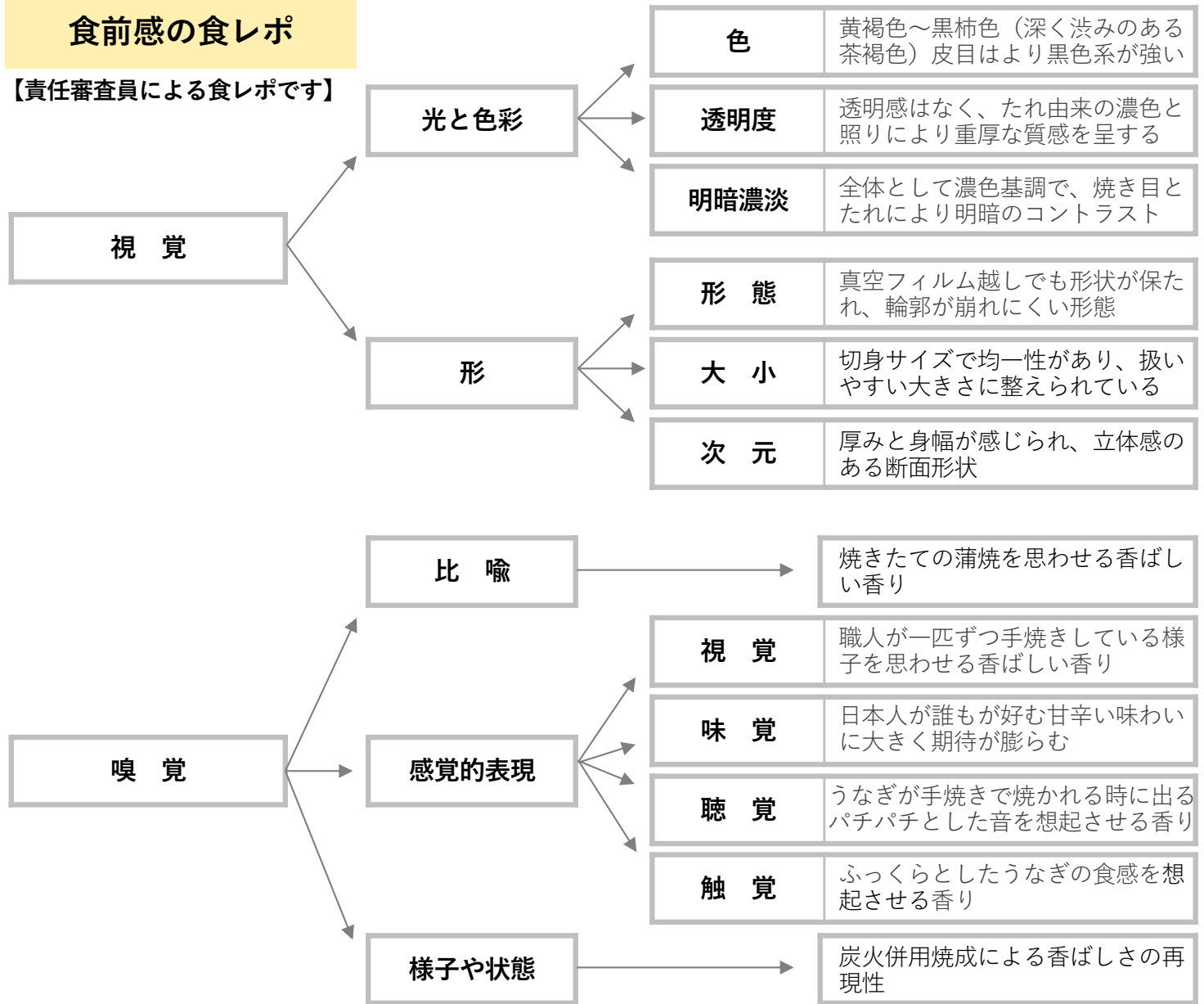
事前のアンケート結果では約81%の審査員が本商品に興味を示し、約79%がターゲット層の広さを評価、約72%がUSPに対して肯定的な評価となりました。審査結果の点数分布においても高評価が多数を占め、総合評価93点となり、第97回ジャパン・フード・セレクションにおきまして【グランプリ】受賞とさせていただきました。柔らかい食感と国産うなぎの品質、小分けによる利便性が評価され【内部的要因】【市場要因】の評価が高く、さらにHACCP認証工場での製造管理や検査体制などの安全性への取り組みも評価され【素材・安全性要因】においても高い評価を受け、全体の高評価につながりました。



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

まず、湯煎によって解凍された本商品を内装から取り出すと、小分け仕様でありながら艶やかな光沢を纏った蒲焼の表面が目を引きまます。皮目は深い茶褐色から黒褐色にかけての落ち着いた色合いで、照りのあるたれが均一に絡んでおり、視覚的にも上質感が感じられます。身はふんわりと厚みがあり、やわらかな質感を想起させる外観で、小ぶりのサイズながらもしっかりとした存在感があります。

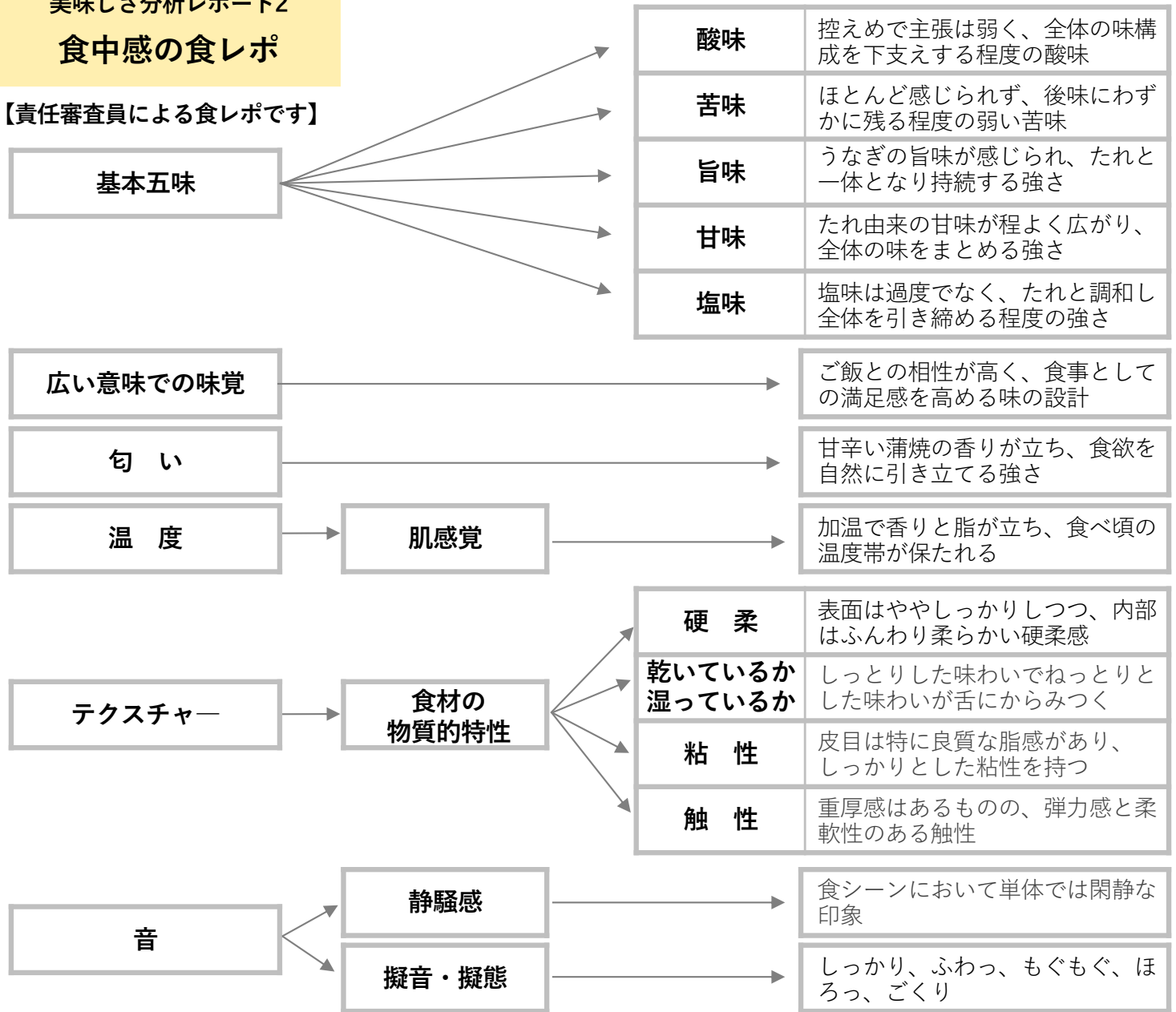
たれは表面にほどよく乗り、光の当たり方によってしっとりとした艶が際立ち、食べる前から旨味の凝縮感を想像させる仕上がりとなっています。漂う香りは、甘辛い蒲焼特有の香ばしさに加え、加熱によって引き立つ醤油由来の芳香と脂の穏やかな焼成香が重なり合い、食欲を自然に喚起します。この甘く香ばしい芳香は、醤油や糖分が加熱される過程で生じるアミノ・カルボニル反応に由来する香気成分によるものであり、日本人の嗜好に合致しやすい食欲誘発性の高い香りといえます。さらに、開封時から立ち上る温かみのある香りは専門店の蒲焼を想起させ、食前段階において味への期待感を大きく高める完成度の高い香り設計であると評価できます。



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

本商品を一口大にカットして口に運ぶと、まずふんわりとした柔らかさとしっかりした身質の両立した食感が感じられます。表面は適度に焼きが入り組織感を保ちつつ、内部は脂と水分によりしっとり蒸されたような状態で、口の中でほろりとほどける滑らかさがあります。焼成による外側のやや締まった食感と中心部の柔らかな食感の対比が生まれており、単調にならないテクスチャーの変化が楽しめる点も特徴です。脂のりは過度ではなく上品で、身の旨味と調和したバランスの良い仕上がりとなっています。続いて甘辛いたれの風味が口中に広がり、醤油や糖類由来のコクがうなぎの旨味を包み込む構成です。たれの甘味は全体をまとめる役割を果たしつつ、しつこさは抑えられており、食事としての満足感を高めています。皮目は香ばしさを保ち、身との一体感も良好です。

全体として完成度は高いものの、部位や個体によっては骨がやや気になるという意見も見受けられ、個体差の範囲と考えられるものの、更なる選別や品質管理の向上により一層の安定性が期待されます。



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

咀嚼が進むにつれてたれのコクと甘味が穏やかに広がりつつも引きは軽く、過度な甘さを残さずすっきりと収束し、うなぎの旨味の余韻が静かに持続する

気候・地域

気候や地域による需要変動の影響は受けにくい、土用の丑の日との結びつきは依然として強く、国産うなぎという点も産地信頼性の訴求につながる

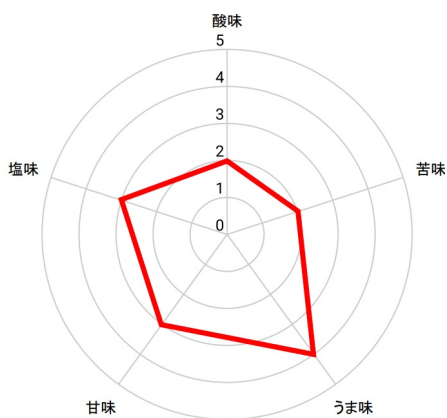
食経験・食習慣

うなぎは日本人にとって食経験の蓄積がある身近な食材である一方、切身の個食タイプとしての摂取経験はまだ限定的であり、本商品は日常的に取り入れやすい新たな食習慣の提案につながる

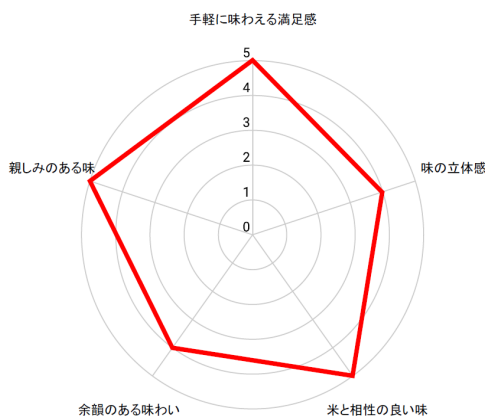
健康・生活様式

うなぎにはビタミンA、B群、D、E、DHA、EPA、カルシウム、亜鉛など、様々な栄養素が豊富に含まれており、疲労回復や免疫力向上に効果があると言われている

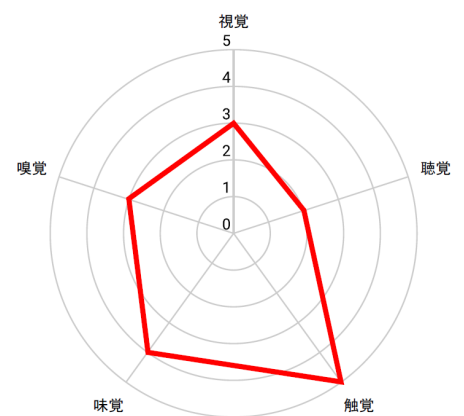
基本五味の レーダーチャート



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	2
苦味	2
うま味	4
甘味	3
塩味	3

広義の味	評点
懐かしい味	5
酒に合う味	5
なじみのある味	5
やみつきになる味	4
透明感のある味	5

五感	評点
視覚	3
聴覚	2
触覚	5
味覚	4
嗅覚	3

1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

ほとんどの審査員が味わいについて高い評価を示しました。特に、原料うなぎの品質の高さと丁寧な下処理、焼成工程を経て仕上げられたふっくらとした食感と旨味のバランスは安定感があり、製造体制に裏打ちされた再現性の高い味づくりが評価されました。一方で付属のたれはやや味の存在感が強く、白飯と合わせる際には満足度が高い反面、そのまま単体で喫食する場合は量の調整余地があるとの意見も見られ、使用量の目安などをパッケージ等で補足すると、より食べ方の幅が伝わりやすくなると考えられます。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

ネーミングは「国産」表記により品質の分かりやすさと安心感が伝わり、商品特性の理解に直結する点が評価されました。パッケージは白地に金を基調とした清潔感と信頼感のあるデザインで、中身が見える仕様により量やサイズ感が直感的に把握しやすく、実用性の高さにもつながっています。一方で売場においては特長訴求がやや控えめとの意見もあり、国産原料や小分けの利便性、品質背景などの価値が一目で伝わる表示や情報補足を行うことで、商品理解と購買動機のさらなる向上が期待されます。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

本商品は小分け仕様と価格設定において、実用性と品質を両立したポジショニングである点が一定の評価を得ました。手軽に国産うなぎを楽しめる設計は中食需要や少人数世帯のニーズと合致しており、簡便性の高さが市場性として評価されました。一方で、日常食としてはやや高価格帯に位置するため、購買層や利用シーンはある程度選ぶ商品と考えられます。しかし、品質志向や「少量で良いものを」という昨今の消費傾向には適合しており、市場における訴求性は十分にありと判断されました。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

SNS運用や展示会出展など複数の発信チャネルを活用している点が確認され、継続的な情報発信姿勢は一定の評価を得ました。また、品質保証体制や広報活動に対する組織的な取り組みも見受けられ、企業としての管理体制の明確さにつながっています。一方で、これらの活動が一般消費者への認知拡大にどの程度浸透しているかはやや見えにくく、商品の特長や製造背景をより分かりやすく発信する余地があると考えられます。今後はブランドメッセージの統一や販促情報の整理を行うことで、商品価値の伝達力向上が期待されます。

5. ブランディング要因

公式オンラインショップや各種SNSの発信内容からは、「養殖から加工・販売までを一貫して手掛ける国産うなぎ専門企業」という企業イメージが明確に形成されており、品質重視かつ実直なブランド姿勢が伝わります。商品説明では産地や製造工程が整理され、高級感と実用性を両立した設計が確認できます。SNSでも原料調達から食卓までの流れを発信しており、専門メーカーとしての信頼性や透明性の訴求につながっています。一方で、切身商品の独自価値の打ち出しはやや控えめで、ブランド認知のさらなる強化余地があると考えられます。

6. 素材・安全性・その他

昨今の食品偽装や健康被害問題の影響もあり、食品の安全性や品質管理に対する消費者の目は年々厳しくなっています。生きたうなぎを原料とする商品特性上、衛生管理や食品衛生基準の遵守は極めて重要ですが、HACCPに基づく生産管理やトレーサビリティ管理が適切に実施されている点は高く評価されました。加えて原料供給先や関連先の監査体制および残留検査の実施など、多層的な品質管理体制が確認でき、安全性への配慮は十分に判断されます。また、保存料・着色料を使用していない点も安心感につながる評価要因となりました。

審査レポート

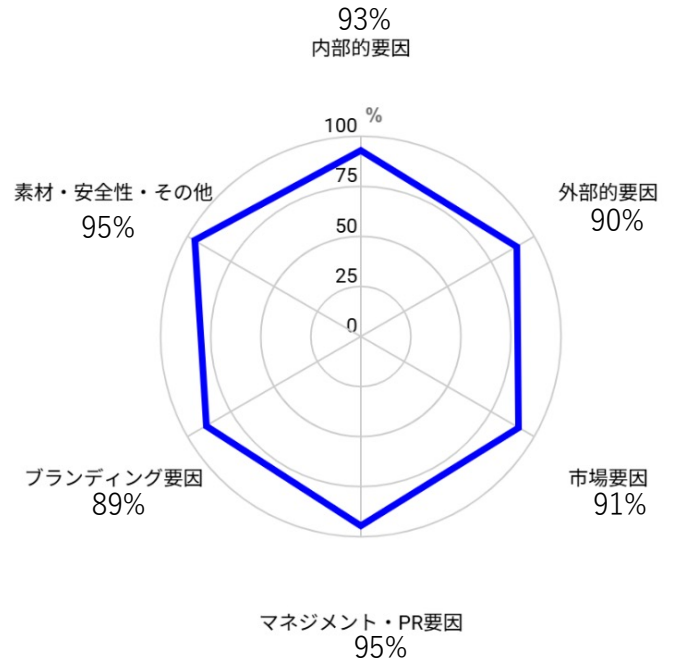
■ 要因分布

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93%となり、国産原料の安定した品質や炭火併用焼成による食感、特製たれとの調和など、蒲焼としての完成度の高さについて多くの審査員から高く評価されました。

小分け個包装による利便性や中食需要との適合性、価格と内容量のバランスの妥当性が認められ、幅広い購買層に対応できる点から「市場要因」も高評価となりました。

また、その他に高評価だった項目としては「素材・安全性」となっておりますが、HACCPに基づく衛生管理やトレーサビリティ管理、残留検査の実施など十分な管理体制や原料へのこだわりが認められ95%と高い評価を得ました。

「外部的要因」「ブランディング要因」については上記要素よりはやや控えめな評価となりましたが、全体としてはバランスの取れた大きな六角形となりました。



■ 総評

近年、和食は健康志向や本物志向の高まりを背景に国内外で再評価されており、伝統的な食文化としての価値だけでなく、日常の中で質の高い和の食を求める消費者意識も着実に高まっております。中でもうなぎは、日本の食文化において特別な存在感を有する食材であり、その加工品は伝統と技術の継承を体現する重要なカテゴリーの一つと言えます。そうした中で、養殖から加工・販売までを一貫して手掛け、高品質な商品を安定的に市場へ供給されている貴社の取り組みには大いなる敬意を表します。

今回の審査商品「国産うなぎ蒲焼 切身」につきましては、内部的要因、市場要因、素材・安全性において多くの審査員から高い評価を受けており、その他の項目についても総合的な完成度の高さが認められ、第97回ジャパン・フード・セレクション審査会においてグランプリ受賞となりました。審査委員会において特に多く見られた意見は、柔らかくふっくらとした食感や小分け設計による利便性、特製たれとのバランスの良い味わいに対する好意的なコメントであり、「食べやすく上品な味わい」「必要な分だけ使える設計が現代の食生活に合致している」などの高評価が大多数を占めました。

一方で、外部的要因やブランディング要因については更なる向上の余地が指摘されており、切身商品の特長や産地・製造体制の強みをより分かりやすく訴求することで、ブランド価値の一層の強化が期待されます。養殖から加工・販売までを一貫した体制で手掛け、HACCPに基づく品質管理、個包装による利便性など、他社との差別化となり得る要素を十分に備えており、これらの魅力を統一したメッセージとして発信することが有効であると考えられます。

今回のグランプリ受賞を契機として今後さらにブランド発信や販促施策に磨きをかけられ、伝統的なうなぎ文化の価値を現代の食生活へ適応させながら、多くの消費者に高品質な商品を届け続けられることを期待しております。貴社の弛まぬご努力と今後ますますのご発展を、審査員一同心より祈念いたしております。



〒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