



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

MIRAI 無えんせきローズハム



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 MIRAI 無えんせきロースハム

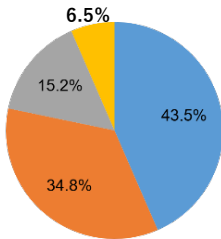
評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第97回 (2026年3月)

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。

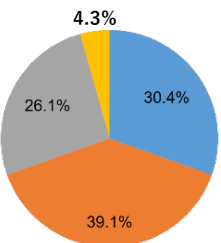
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

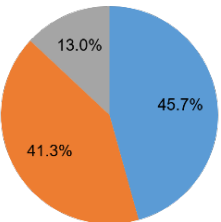
1 この商品に興味がありますか



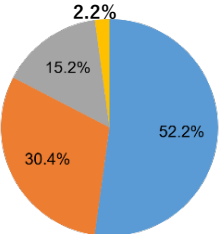
2 この価格で買いたいと思いますか



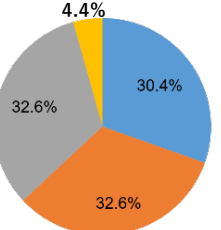
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

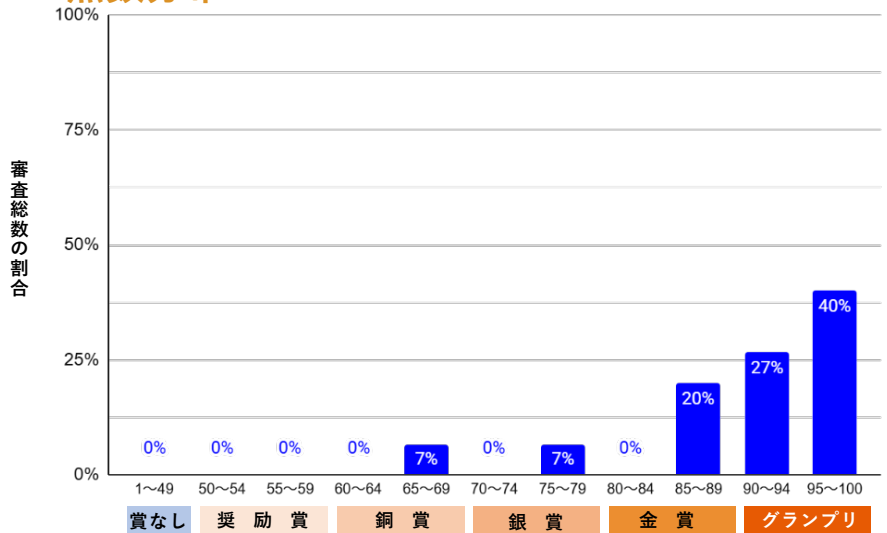
評価が高かった内容

豚肉の旨味、甘味をダイレクトに感じることができる
豚肉と塩だけで作ったことにインパクトがある
商品の強みがパッケージにしっかり記載されている
素材の良さを活かした安心安全な商品
糖質ゼロや国産使用など安心を訴求するトレンドだと感じる
原材料の明確さとシンプルさに安心感がある
無えんせきとしてのMIRAIシリーズに好感が持てる

評価が低かった内容

かなり薄くスライスされている為、ボリュームに欠ける
無えんせきが一般の消費者にわかりにくい
無えんせき = 安全と短絡的に受け取られ、誤解が起きやすい
日常使いにするには割高感がある
量を増やして価格も上げ、高級志向に特化すると良いのでは？
情報発信量が少ないのが残念
素材へのこだわりをさらにアピールできると良い

点数分布



点数分布として、銅賞・銀賞相当がそれぞれ7%、金賞相当が20%、グランプリ相当が67%を占めた結果、総合評価91点で【グランプリ】となりました。豚肉と塩だけで作られたシンプルなハムの旨味と柔らかい食感、素材へのこだわりが高く評価されています。

WebアンケートでもUSPがあり、ターゲット層が多いとの結果が出ています。

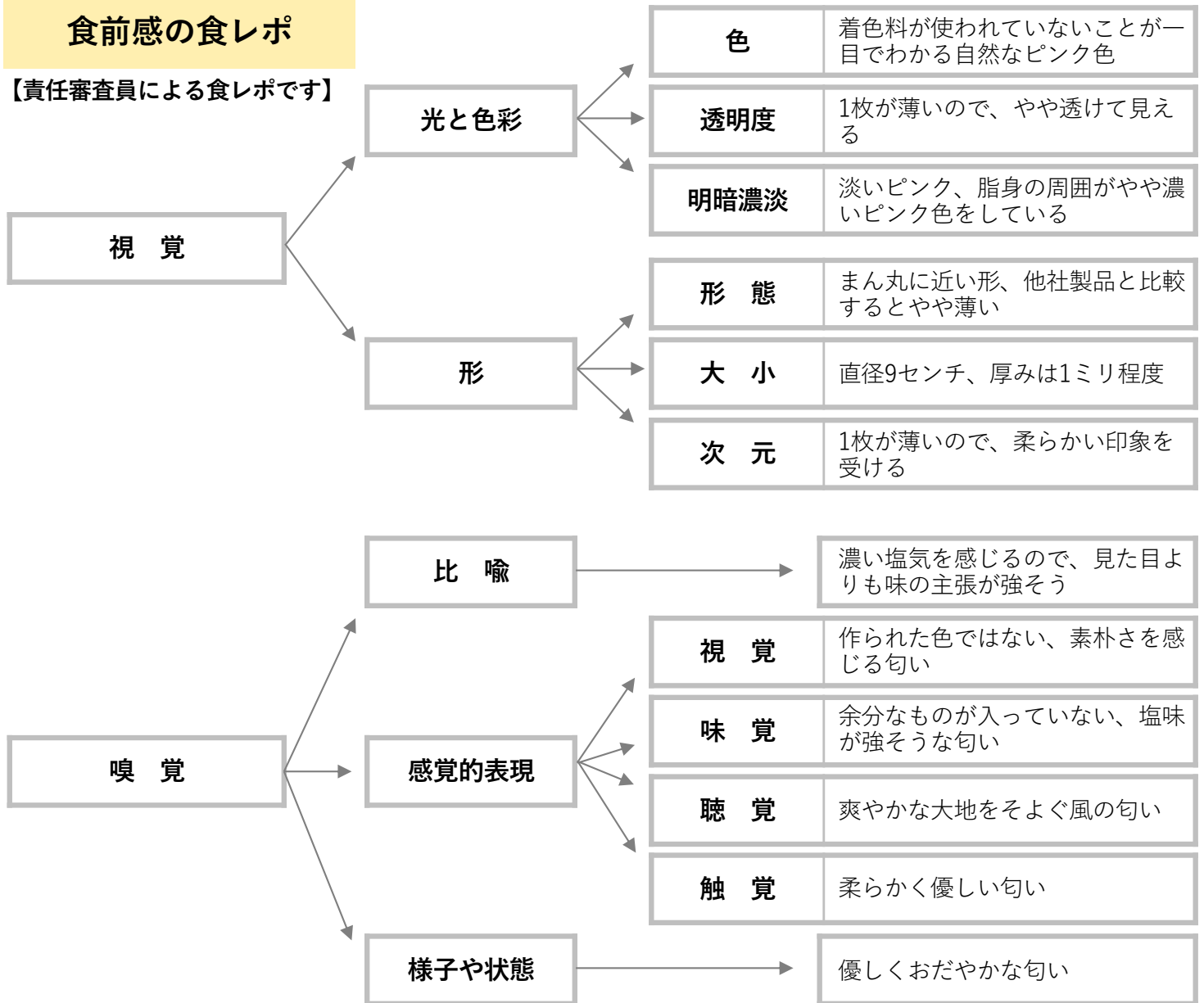
一方で「無えんせき」というネーミングにピンと来ない、1枚が薄すぎる、日常使いには割高感があるなどの意見もあり、銅賞と銀賞にも少なからず点数が入りました。



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

見るからに添加物が入っていないことが想像できる自然な色だな、というのが第一印象です。色だけではなく、脂身があり全体にばらつきがあることによって、よい意味で食欲を掻き立てられます。

開封時に思いのほかハムの匂いが漂ってくることも印象的でした。また一枚がかなり薄いので、パッケージ裏面にもあるように、そのままサラダやサンドイッチの具として活用するのがよさそうです。商品の見た目に関しては、食欲をそそると評価した審査員が多数いました。

一方で、無えんせきというあまり耳にしない商品名に少し頭を悩ませたのも事実です。無えんせき⇒無塩せきと変換できないと、どんな商品なのかを理解しにくいかもしれません。ただパッケージには豚肉と塩だけで作り上げたことが記載されていて、なおかつ「糖質ゼロ」「国産豚肉使用」という魅力的な文言があります。パッケージの好感度がかなり高いことが、商品の良さに繋がる一因となっています。

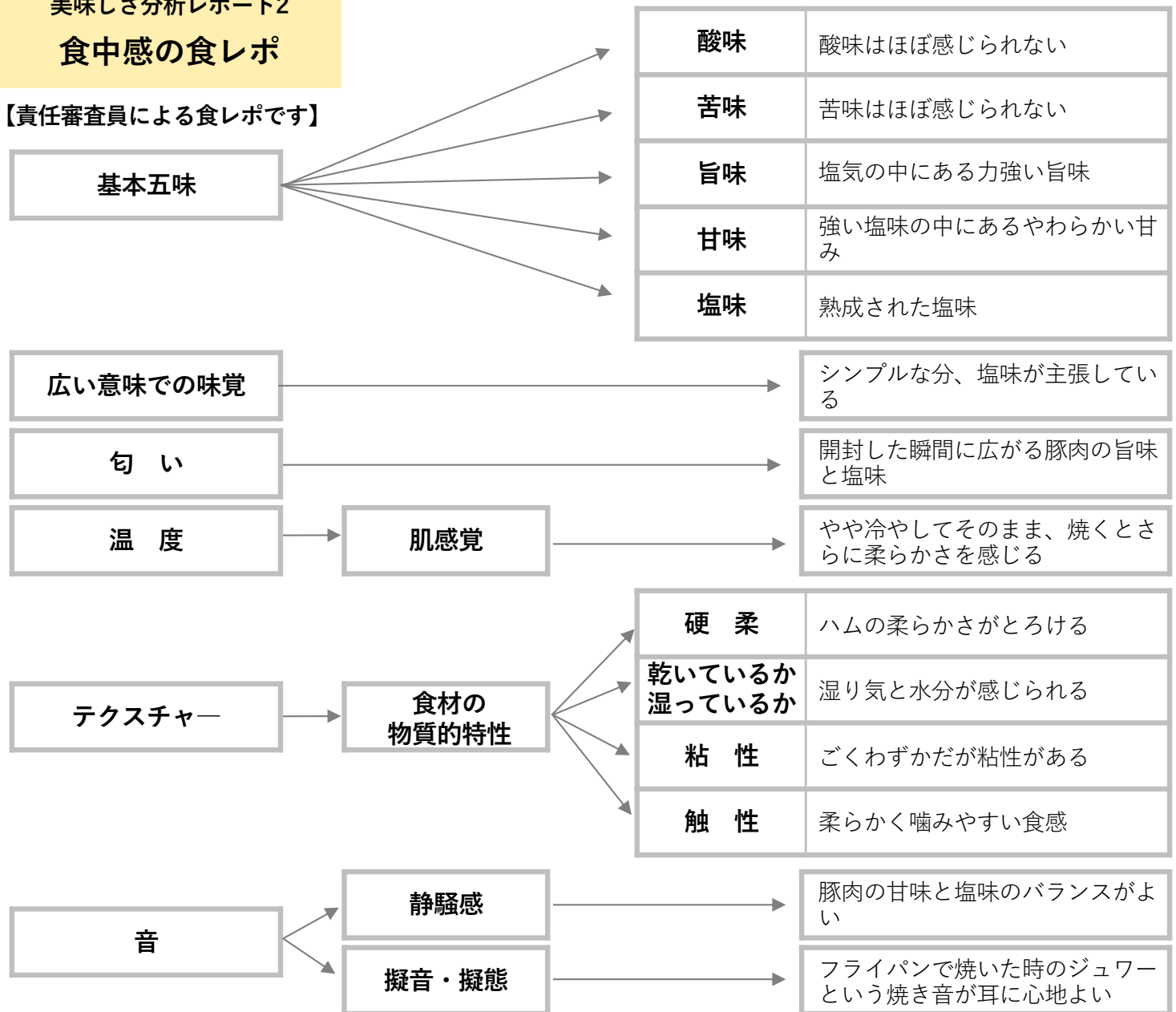
審査員全員が商品として非常にわかりやすいとの高評価を付けたロースハムに一段と期待が高まりました。



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

しっとりとして想像以上に柔らかく驚きました。一口目から豚肉の旨味と甘味が存分に味わえます。豚肉と塩だけで作られたとは思えないほど味に深みがある、雑味がなく食べ飽きない、旨味が存分に凝縮されていて大変美味しいなど、全審査員から高評価に繋がるコメントが出ました。

食前は一枚の薄さがやや気になったのですが、口にしてみるとこの薄さが魅力的だと実感しました。まさに「日々の食卓に取り入れる質の良い食材」であることが実感できます。健康志向へのこだわりがそれほど高くない消費者でも、この味と食感は非常に魅力的です。個人的にはやや塩味が強いかなという印象を受けましたが、サラダやサンドイッチにするとバランスの良い味だと感じられました。

自宅ではハムエッグにも使ってみました。普通のハムと違って薄いので、柔らかさが活かされる分一枚では足りず、さらにもっと焼いて食べたい!と思ったほどです。

Webサイトにあったロースハムと大根のカルパッチョ風サラダも、ぜひ試してみたいレシピの一つです。



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

塩味は強いが、食べ終わった後の主張が強くないので、ほのかな余韻を感じられる

気候・地域

オールシーズンいつでも同じ状態で食べられる。そのままサンドイッチやサラダに入れると良さそう

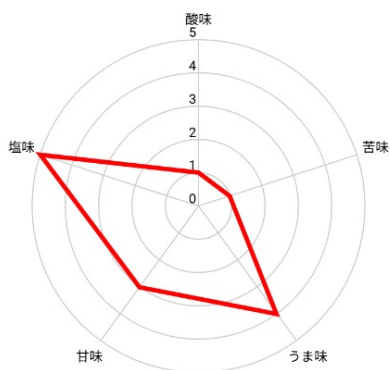
食経験・食習慣

朝食のハムエッグにも良い。ワインのつまみやサンドイッチの具としても活躍しそう

健康・生活様式

糖質ゼロ、健康志向の高いターゲット層が喜びそうな一品

基本五味の レーダーチャート



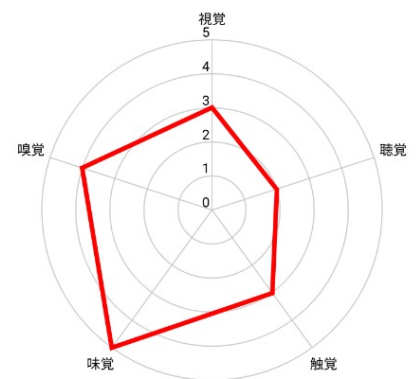
五味	評点
酸味	1
苦味	1
うま味	4
甘味	3
塩味	5

広い意味での味覚の レーダーチャート



広義の味	評点
おおらかな味	5
懐かしい味	4
爽やかな味	4
定番の味	5
毎日食べたい味	5

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	2
触覚	3
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）

1枚が薄くて柔らかく、ハムエッグにして食べるのはもったいないと思ってしまいました。この柔らかさを活かすにはそのまま食べるのが一番です。豚肉と塩だけで作られたハムは優しい色合いと食感で、食べていて思わず笑顔になれます。余計なものが入っていないせいか、豚肉の旨味と甘味が存分に味わえるのが特徴だと実感しました。Webサイトのレシピにあるように、サラダやカルパッチョ、サンドイッチにすると味が引き立つでしょう。

無えんせきロースハムは他社製品にもいくつかありますが、まだ注目度が低いと思われるので、今後アピールしていくことが必要になると思います。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

無えんせきのロースハムは他社製品でもグリーンをベースにしたパッケージが多く、差別化が必要な要因の一つになると思います。その中でも貴社の製品は「糖質ゼロ」と「国産豚肉」を使用していることが一目でわかるので優位に立っています。

しかし無えんせきと聞いてもピンと来ない消費者も多いでしょう。豚肉と塩だけで作られたものだろうという想像はできますが、パッケージでも無えんせきに関しての情報が記載されているとよいかもかもしれません。QRコードを記載するという方法もありますが、真ん中にシールを貼ってアピールできるとわかりやすいと思います。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

こだわり抜いた製品である分、やや割高感を感じるのはいけません。現段階では身近な商品とはなりにくいかもしれません。ターゲット層が明確なので、価格を上げてその分容量を増やしてもよいのではないかと提案が、多くの審査員から出ました。パッケージにも高級感を出すことにより、他社製品との差別化がさらに明確になるという意見もありました。

糖質ゼロや国産の原料使用など、商品としては十分に安心を訴求でき、トレンド商品としての魅力があると感じられます。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

Webサイト上での商品紹介やレシピの公開、工場見学やプレミアムブックなど、非常に見応えがあり工夫されているのがよくわかります。「お客様の笑顔のために、口福を届ける」という非常に素晴らしい姿勢にも共感を覚えました。

その一方で、MIRAIシリーズが発売間もないこともあり、知名度の低さがやや残念です。Instagramの更新はマメにされているようですが、企業としてフォロワー数が少ないことが気になります。

今回の受賞を機に積極的な広告戦略をされていくことを望みます。

5. ブランディング要因

MIRAIシリーズに対する高評価が非常に多かったのが印象的です。未来に安心を、というロゴ（マーク）に込められたメッセージに共感を覚えた審査員が数多くいました。

マークがわかりやすく、シリーズ全体での統一感が見られることが評価されています。

シンプルで安全であることがブランドの核となっていて、高いブランディング力を感じるとの意見もありました。

今後想定されている上昇志向の小売チャネルへの展開、展示会への出展などに期待しています。

6. 素材・安全性・その他

素材・安全性に関しては6項目で最も高い評価となりました。豚肉と塩だけというコンセプトに共感できるとの意見が多くありました。また国産の豚肉と海水塩へのこだわりも素晴らしいと、多くの審査員から評価されています。

工場見学や体験見学でぜひ商品のできあがる過程を見てみたいと思いました。

しいて言えば、使用する豚肉や塩に対する安全情報のアピールができると、さらに安心感が高まるとの意見がいくつかありました。

Instagramでも安全情報に関する発信をしてみたいかどうかがでしょうか。

審査レポート

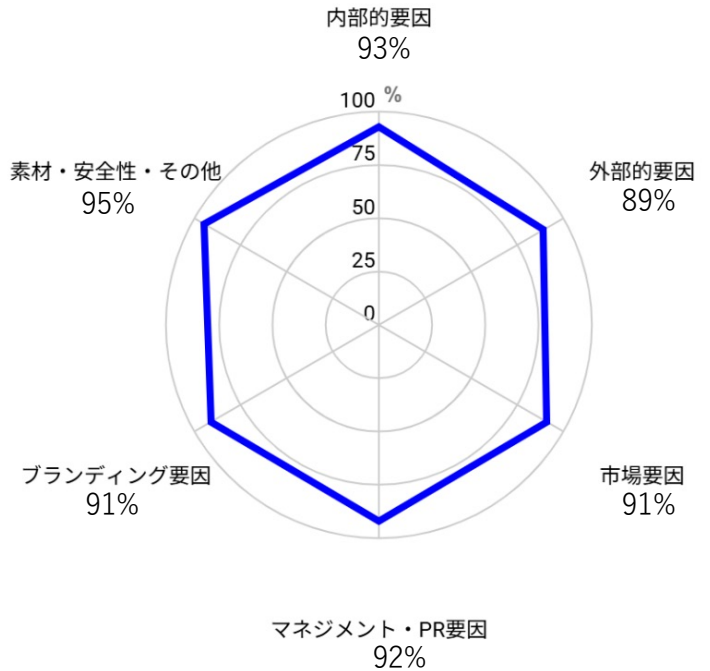
■ 要因分布

要因分布として、89%から95%の範囲に分布し、全体的にバランスの良い大きな六角形を形成しています。

「素材・安全性」が95%と突出した評価となりました。国産の豚肉と海水塩のみを使用していることによる安全性の高さが審査員に伝わりました。

続いて味や香りなど五感から成る商品自体の魅力を表す「内部的要因」が93%です。柔らかい食感とシンプルな味付けによって引き出された旨味が高評価に繋がりました。

「マネジメント・PR要因」が92%、「市場要因」と「ブランディング要因」が共に91%と続いています。無えんせきを「MIRAI」シリーズとしてブランド化することにより、統一感がありマークもわかりやすいとの意見が多くありました。またWebサイトが見やすく、今後ブランドを育てていこうとする姿勢に共感を覚えました。今回の受賞を機にアピールされることに期待しているとの声が多く聞かれています。「外部的要因」が唯一90%に届きませんでした。無えんせきというネーミングが認知されていくことが課題となるでしょう。



■ 総評

このたび、「MIRAI 無えんせきロースハム」が、ジャパン・フード・セレクションのグランプリ受賞となりました。誠にありがとうございます。

創業100年を超える伝統ある企業として、「頑固なまでのこだわり」を持ちながらも「新たな価値と期待を超えた驚き」を提供し続ける貴社の姿勢に感銘を受けました。今回この素晴らしい商品と出会えたことを、審査員一同非常に嬉しく思っています。

ロースハムの一番の魅力は、豚肉と塩だけで作られたシンプルかつ旨味のある味わいです。美味しいながらも糖質ゼロであり、柔らかい食感である舌触りの良さが審査員から非常に高く評価されました。同時に国産にこだわった素材に対する安心感も高評価の一因です。

また今回の審査会に同時に応募していただいたベーコンとあらびきポークウインナーと共に、「MIRAI」シリーズで統一されたブランディングができているとの印象を受けました。

昨年リリースされたばかりとのことなので、今後知名度が広がっていくのが楽しみです。メインブランドである「花ソーセージ」に次ぐブランドとして期待しています。

非常に素晴らしい商品と評価されながらも、銅賞と銀賞にも票が入った要因は二つあると考えられます。一つはコストパフォーマンスに対する評価です。日常使いをするのには向いていないとの意見が多くありました。健康志向の高い消費者向けに内容量を増やし、価格帯も上げてターゲット層を明確にした売り方をしていてもよいのではないかと意見が出ています。他社製品との差別化を明確にする方法の一つとして、ご検討いただければ幸いです。

二つ目は無えんせきというネーミングです。一般消費者に浸透していないため、パッケージに無えんせきの意味について表示があると良いとの提案がありました。

近年、健康志向の高まりにより様々な商品が開発されています。この無えんせきロースハムもその一つであり、糖質ゼロを謳った価値ある商品として、今後さらに注目されていくことでしょう。今回のグランプリ受賞をきっかけに、さらに多方面への発信を広げていかれることに期待しています。

これからも「無えんせきロースハム」の更なる飛躍を楽しみにしています。





Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション