



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

---

審査レポート

---

有機切干大根



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



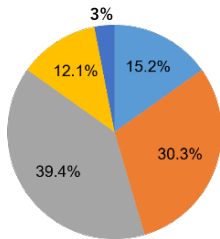
商品名 有機切干大根  
 評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第98回 (2026年4月)

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。

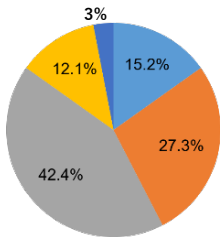
## WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通  
 ■ あまりない ■ ない

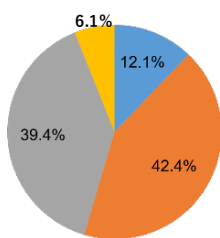
1 この商品に興味がありますか



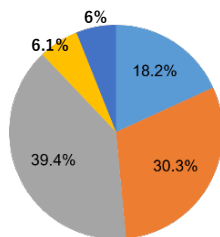
2 この価格で買いたいと思いますか



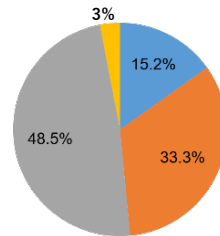
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

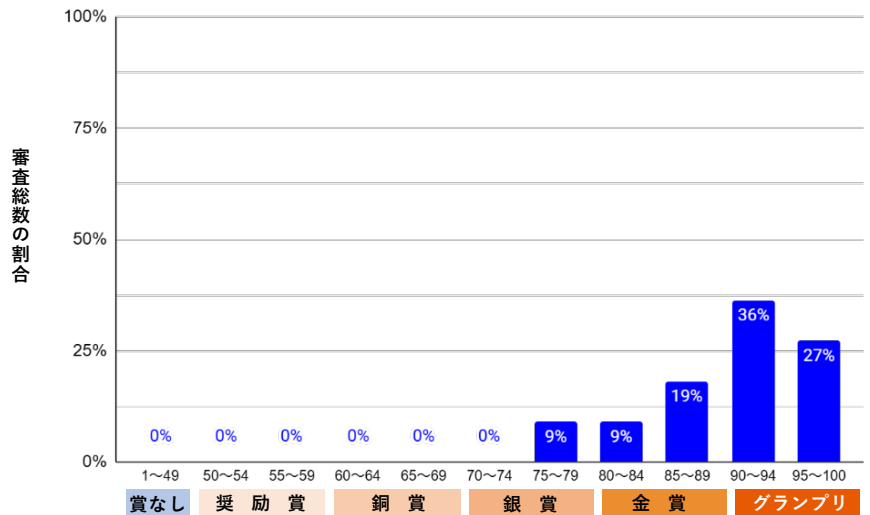
評価が高かった内容

シャキシャキとした食感と旨味が非常に良い  
 リーズナブルな価格で野菜を摂れる身近な食材  
 自然な甘みがしっかり感じられ、乾物特有のえぐみがない  
 有機JASの取得など意識の高さがうかがえる  
 シンプルでわかりやすいネーミングとパッケージ  
 生産者としてしっかり向き合い管理している  
 市場動向を見極めて商品展開している

評価が低かった内容

パッケージに他者との差別化になる情報を入れると良い  
 社会情勢的に中国での調達が難しくなるなどの不安が残る  
 若年層や単身者などへの訴求には工夫が必要  
 中国産である理由について、より広く情報発信する必要がある  
 高度な管理体制であるが、消費者には伝わっていない  
 ブランド価値の発信が十分でなく、他社との差別化が難しい  
 栄養面などの情報をもっとわかりやすく発信してほしい

## 点数分布



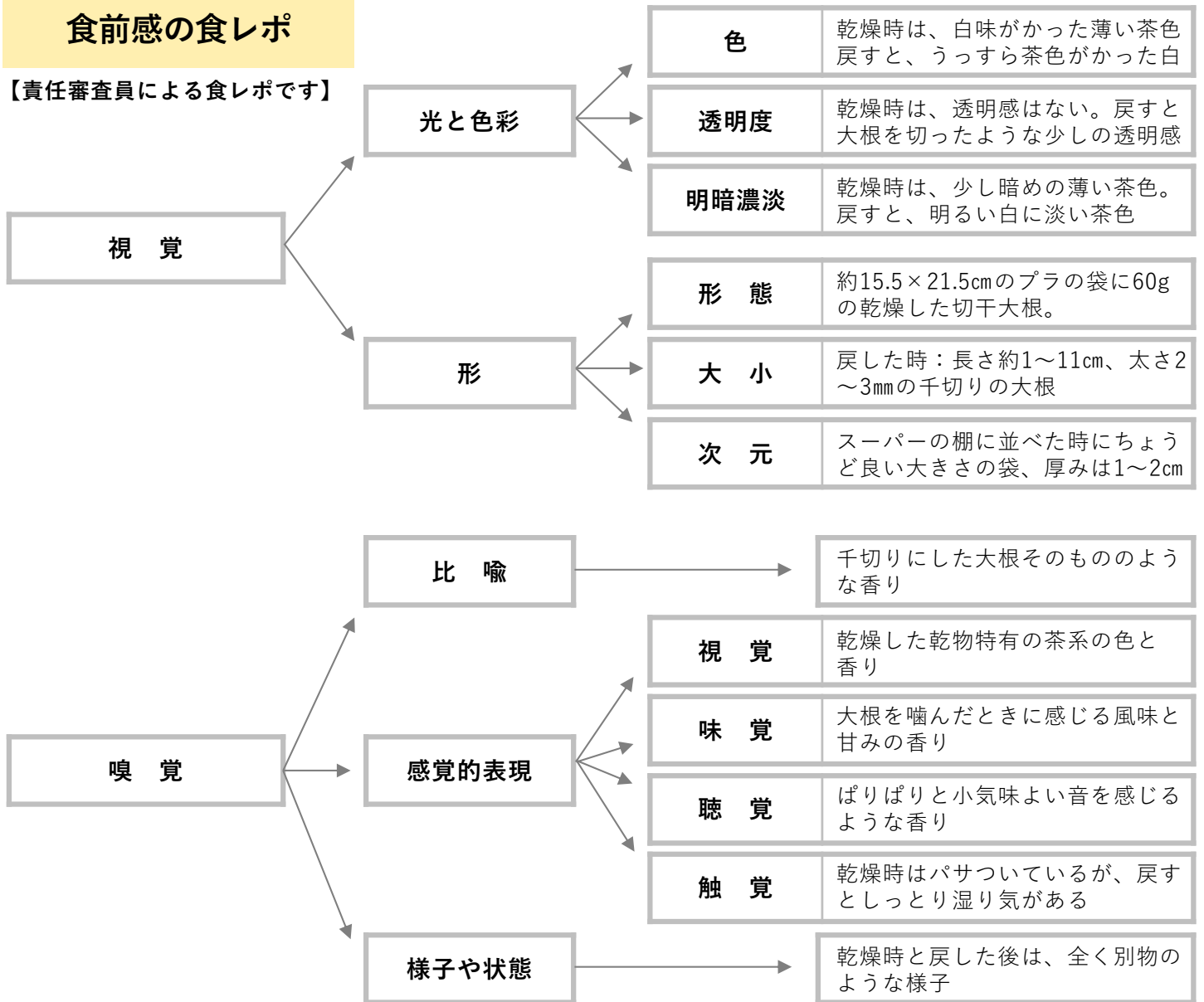
点数は、銀賞相当からグランプリ相当まで分布し、総合評価90点で【グランプリ】評価となりました。約6割の審査員がグランプリと評価した主な理由は、歯ごたえ・甘み・旨味などの切干大根の品質と、有機JAS規格を取得し、産地での丁寧な確認作業をしているなどの意識の高い管理体制によるものです。アンケートでは多くの項目で「普通」という回答が多く見られましたが、貴社の強みや他社との差別化の情報発信が弱いのではないかと推察されます。



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

パッケージは下半分は透明で商品が見えるようになっています。上半分は下から上に濃くなるさわやかな緑色のグラデーションで、青首大根を表しているのかなと感じました。有機JASマークが大きく入っていて目立つようになっています。大根のイラストが素朴さを演出しています。

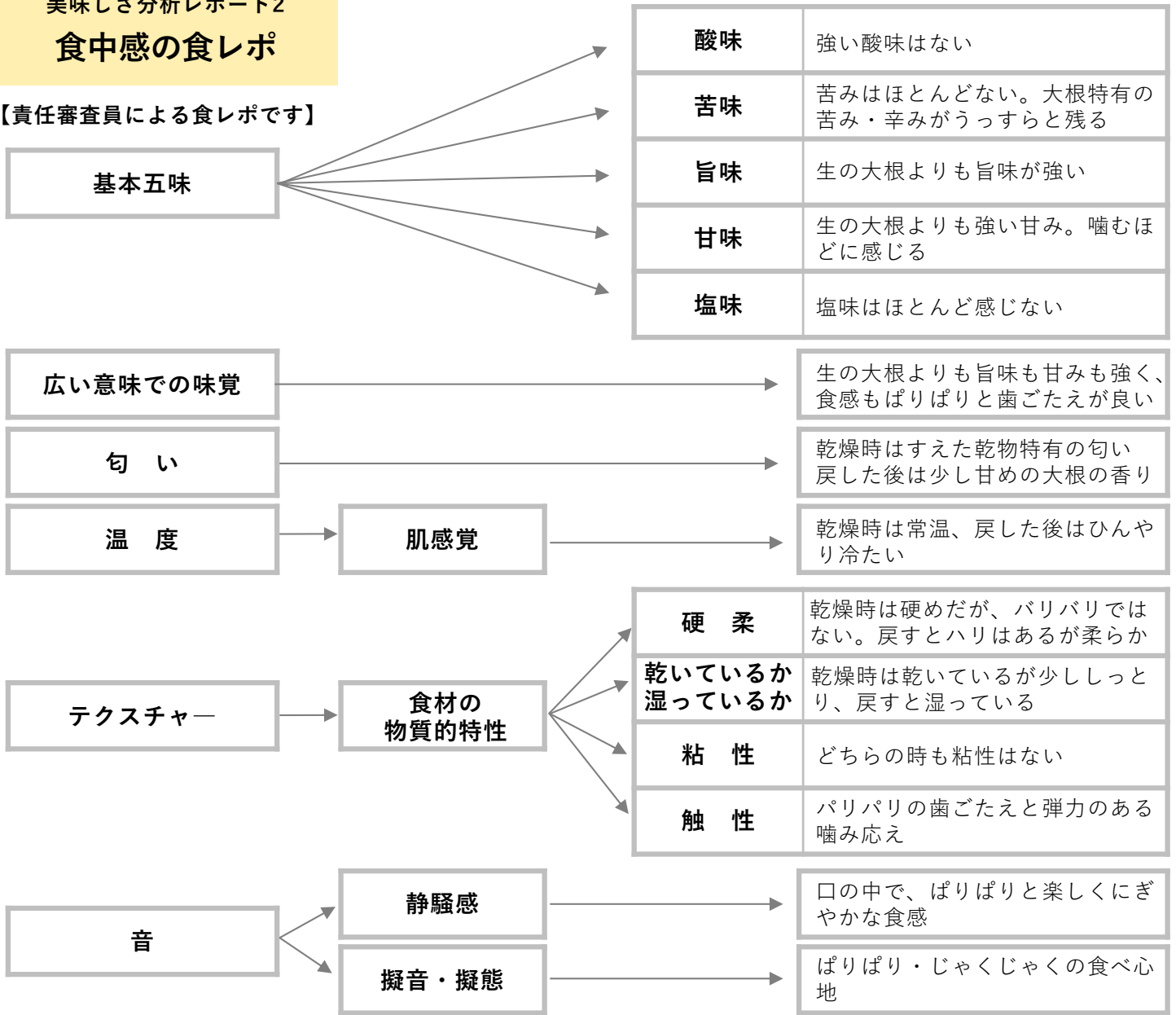
パッケージを開けると、乾物特有のすえたような香りがしますが、今まで使ってきた切干大根のように強い香りではなく、香ばしいような香りもします。そのまま少し食べてみました。強い旨味と甘みにびっくりです。特に甘みは生の大根では絶対に味わえないような強い甘みです。その後に旨味、そして少しの大根の辛さも感じます。そもそも、今まで戻す前の切干大根は食べたことがないので比較のしようがないのですが、この甘み・旨味はちょっとした衝撃でした。普段は、戻し汁は汚れが目立つのであまり使用しないのですが、この切干大根は戻し汁まで使わないともったいないと感じました。パッケージの指示の通り、約20分ほど戻していろいろな料理に使うことにします。とても楽しみです。



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

戻した切干大根は想像していたよりきれいな少し透明感のある白色です。そのまま食べると、生の大根よりもぱりぱりと歯ごたえが良く、やはり甘み、旨味ともに増しています。辛みは戻す前よりも感じません。美味しく味をつけなくてもぱりぱりと食べたくになります。濃い味を知る前の幼児に、おやつとして食べさせるのも良いかなと思える食感と味だと感じます。

ポン酢をかけるだけでもサラダとして十分な美味しさです。サバの水煮缶とトマトと一緒にポン酢をかけサラダにすると、サバの美味しさを吸った切干大根がコクを増してますますおいしく感じます。

煮物は貴社からご提供いただいた干しいたけ（肉厚でぷりぷりした食感で美味しかったです）、人参、油揚げとシンプルにしました。戻し汁は汚れやにごりがなくきれいでしたので、飲んでみると甘みと旨味が強いとてもおいしい出汁でした。この戻し汁も使い、しいたけのもどし汁、砂糖は使用せずみりんと醤油だけを使用しました。大根は煮ても歯ごたえがあり、上品な甘さと旨味・コクのある煮汁を吸ってとてもおいしかったです。そのほかに普段あまり使わないかもしれませんが、チヂミにして試しました。切干大根は細かく切って、ニラと一緒に粉に混ぜ焼きます。切干大根自体に強い味はないので、チヂミにしても少し食感があるくらいで邪魔になりません。みじん切りでなくもう少し食感が残る大きさに切った方が楽しめたかなと感じました。味はそれほど強く出ませんがおいしく食べられましたし、何より栄養や食物繊維を増やすことができるので、野菜嫌いのお子さんには料理に混ぜる食べ方は良いのではないかと感じました。甘い戻し汁も使い、パンケーキなども良いのではと思いました。非常にポテンシャルの高い食材であると感じました。



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

大根の風味とわずかな辛みが残る。甘みと旨味は生の大根以上に感じられ、特に甘みは後味として長く口に残る

気候・地域

気候の面で大根の生産に合っている中国雲南省で育てられ、天日干しされているとのこと。商品に合った地域で生産し、国内で安心して購入してもらえるような努力を惜しみなくしている

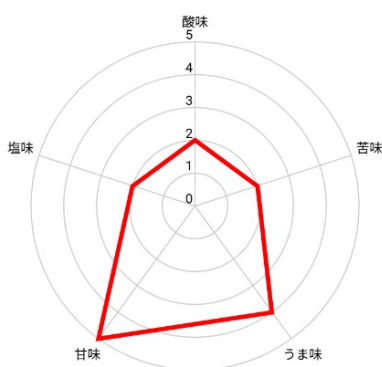
食経験・食習慣

中高年層以上の消費者には切干大根はなじみのある食材だが、若年層の消費者が手に取るにはハードルが高い食材。食べたことのない食材を年をとったからと手にする可能性は低いと思うので、若いころからの食体験が重要だと感じる

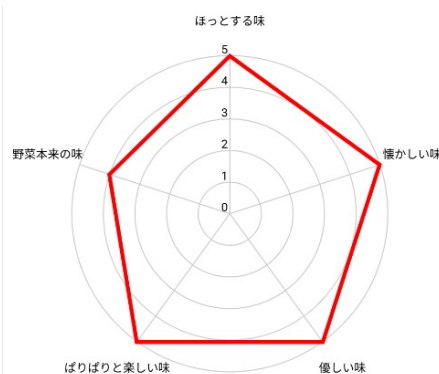
健康・生活様式

現代の野菜の栄養は過去のデータと比べると大きく減少しているといわれるが、乾燥することで栄養を増やせる切干大根はまさに救世主。また、水で戻すだけなので、災害時の野菜不足にも適していてローリングストックとして最適

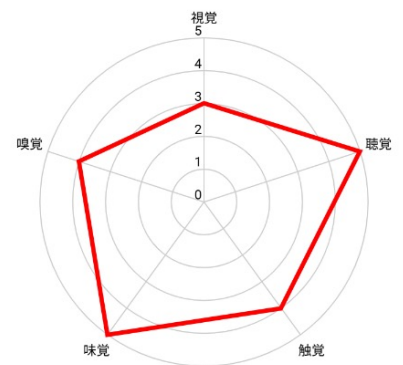
基本五味の  
レーダーチャート



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	5
塩味	2

広義の味	評点
ほっとする味	5
懐かしい味	5
優しい味	5
ぱりぱりと楽しい味	5
野菜本来の味	4

五感	評点
視覚	3
聴覚	5
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）

天日乾燥により旨味・甘みが凝縮され、生の大根よりもぱりぱりとした食感が楽しめます。いろいろな料理に使用でき、食物繊維・カリウム・カルシウム・ビタミン類などの栄養素も効率よく摂取でき、食材として秀逸です。毎回中国の産地に足を運び業務を確認することや、約20年前、切干大根として初めて有機JAS認定取得、定温管理等こだわった生産を続けるパイオニアとしてのストーリーも消費者を引き付ける魅力があります。昔ながらの食材から現代人にマッチした食材へと変貌させられるポテンシャルがあると考えます。

## 2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

非常にシンプルでわかりやすいネーミング・パッケージです。名前に有機と入ることで安心感があります。近所のスーパーで切干大根の棚を見たところ、貴社の商品も並んでいましたが、パッケージはほとんどが緑と白を基調としたものばかりでした。棚の前で時間をかけて選ぶことの少ないスーパーでは、差別化は難しいと感じました。有機JASマークは必要ですが、それに加えて栄養面の優位性や健康・美容への効果など、現代の消費者が求める情報をパッケージに盛り込むことや色使いやデザインを工夫することで訴求力が高まるのではないのでしょうか。

## 3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

昨今の物価高の折に、手ごろな値段で美味しく栄養価の高い食材が使えるのは消費者にとって大変ありがたいことです。健康や美容などを気に掛ける消費者が増えている市場の動向にも合致する商品です。昔からある食材ですが、若年層にはなじみが薄い食材だと思います。今後の継続的な販売につなげるために、切干大根がどんな食材であるのかをもう一度消費者に情報発信し、販売ターゲットごとに販売戦略を明確に作っていくことが必要と考えます。中高齢者層にも今一度食材の良さをアピールすることも良いのではないのでしょうか。

## 4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

毎週の改善会議や産地へ直接足を運ぶ現場主義など、徹底した管理体制は素晴らしい強みです。今後は兼任でも広報の役割を定義し情報発信を強化することで、商品の魅力がより広く伝わります。販売ターゲットごとの戦略も視野に入れ、やはり若年層にはSNS等での情報発信なども考える必要があるのではないのでしょうか。まずは、ホームページの充実を図るのも良いと思います。貴社社の安全・安心の取り組みを詳しく見せる、中国の産地の風景や生産の様子、栄養に関する細かい情報などブランドページを作って発信してはいかがでしょうか。

## 5. ブランディング要因

有機切干大根のパイオニアとしての実績や安定供給・安全への取り組みは、一朝一夕には作れない消費者との信頼を築く大きな資産です。そしてこれこそが貴社の強みの根幹と言えらると思います。新たにWEBにブランドページを設け、生産地との連携ストーリーや改善の歴史、貴社社の思いなどを情緒的価値として発信すれば、ブランド力をさらに高められると考えます。ブランドページは作るだけでなく、多くの消費に見てもらうために、パッケージにQRコードを載せブランドページに飛べるような工夫も大事だと考えます。

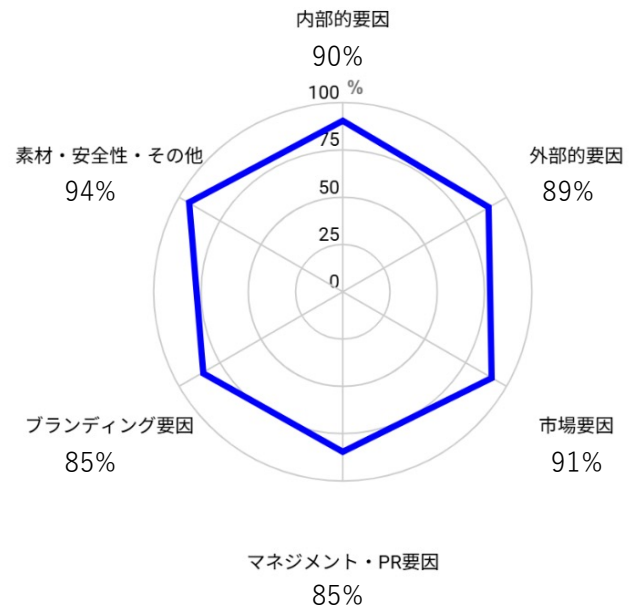
## 6. 素材・安全性・その他

認証工場での国際基準の衛生管理や複数回の選別体制は素晴らしいです。海外原料への不安、特に中国産という不安を取り除くため、この高度な安全管理体制がどのように品質向上に繋がっているのかを、消費者に分かりやすく伝えることが絶対に必要です。有機JASマークだけでは補えない不安を持つ消費者もいるのではないかと推察します。貴社がどれだけの努力をして安全な食材を消費者に届けているのか、具体的に可視化して情報発信することで、既存の顧客にも今後使い続けてもらえるのではないかと考えられます。

# 審査レポート

## ■ 要因分布

各要因は85%～94%までに分布し、バランスの良い六角形を作っています。「内部的要因」は90%と高い評価で、大根の自然な甘み・旨味がしっかり感じられることや、シャキシャキした歯ごたえが大変良いことが理由として挙げられます。94%と一番評価が高かった「素材・安全性」は、中国産であります但有機栽培であり、毎回産地まで足を運び工程を確認する姿勢が素晴らしく、何よりも3か所まで有機JAS認定を取得していることが高い評価の理由です。「市場要因」は、国内産商品が高騰している中で、手ごろな値段で高品質・安心安全な商品を販売していることが評価されています。その他の要因は、広報活動は今まであまりされてこなかったとのことですが、ブランド力は高いポテンシャルがあるため、今後に期待しての評価だと思えます。



## ■ 総評

まずはじめに、『心からお客様に喜ばれる商品づくり』を目標とし、50年以上の長きに渡り美味しく、安心安全な商品を作り続けている貴社に心より敬意を表します。

当該商品「有機切干大根」は、旨味・甘みが凝縮され美味しく、栄養価も高い食材として秀逸であること、そして生産の過程において安心・安全・衛生の管理がしっかりされており、信頼性が高いことからグランプリ獲得となりました。おめでとうございます。

何度もお伝えしている通り「切干大根のパイオニア」として、しっかりした生産管理体制は秀逸で、消費者として非常に安心感、信頼感を覚えます。また、国内原材料不作などの外部環境の変化に対しても安定供給可能な調達法を確立されている点も素晴らしいと感じます。その一方、現在の国際情勢を鑑み、万が一、中国での生産ができなくなった場合も考慮し、リスク管理をすべきだとも考えます。

切干大根は昔からある食材で、主に煮物として食べられていますが、残念ながら若年層の消費者にはなじみの薄い食材になってしまいました。しかし、昨今の物価高騰や健康志向の流れから見直されつつある食材にもなっているようです。

レシピ検索サイトのニュースメディア「クックパッドニュース<https://news.cookpad.com/>」で切干大根を検索すると、煮物は見当たらず、サラダ・炒め物・かさ増しに使う・水で戻さないレシピなど様々なレシピが検索されていることが伺えます。これらを鑑みると、切干大根は物価の高騰、食物繊維・栄養の摂取や腸活などに役立つ食材として現在のトレンドに合致し、再び手に取られることも増えているようです。育ち盛りの子供の成長にも良い切干大根は今後ますます見直されるのではないかと期待しています。その時流を逃さないために、中国産であっても安心安全であることを広く消費者に伝えることは重要だと考えます。ブランドサイトで、たくさんの写真や動画でわかりやすく中国の産地の様子や貴社のこだわりを紹介する、調理動画で基本の煮物から腸活ができるレシピ、子供が喜ぶレシピなどたくさんのレシピ再現をするなど方法はいろいろあると思いますが、その情報をいかに消費者に確実に届けられるかがカギになると思います。

パッケージは、高齢層に向けて今のままの素朴なものと、若年層・子育て層、腸活など健康志向層などいくつかのパターンを用意することで販路拡大にもなるのではないかと考えます。パッケージからQRコードでブランドサイトに誘導したり、広報活動に余裕ができたならSNS発信をするなど可能性は大いにあると思います。もう一つ、戻し汁を捨ててしまっている人も少なくないと思います。栄養たっぷりの美味しい出汁であり、料理に使用できることをパッケージに明記しても良いのではないのでしょうか。

今後も多くの人たちに「有機切干大根」が愛されるよう心より応援いたしております。



〒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