



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

---

審査レポート



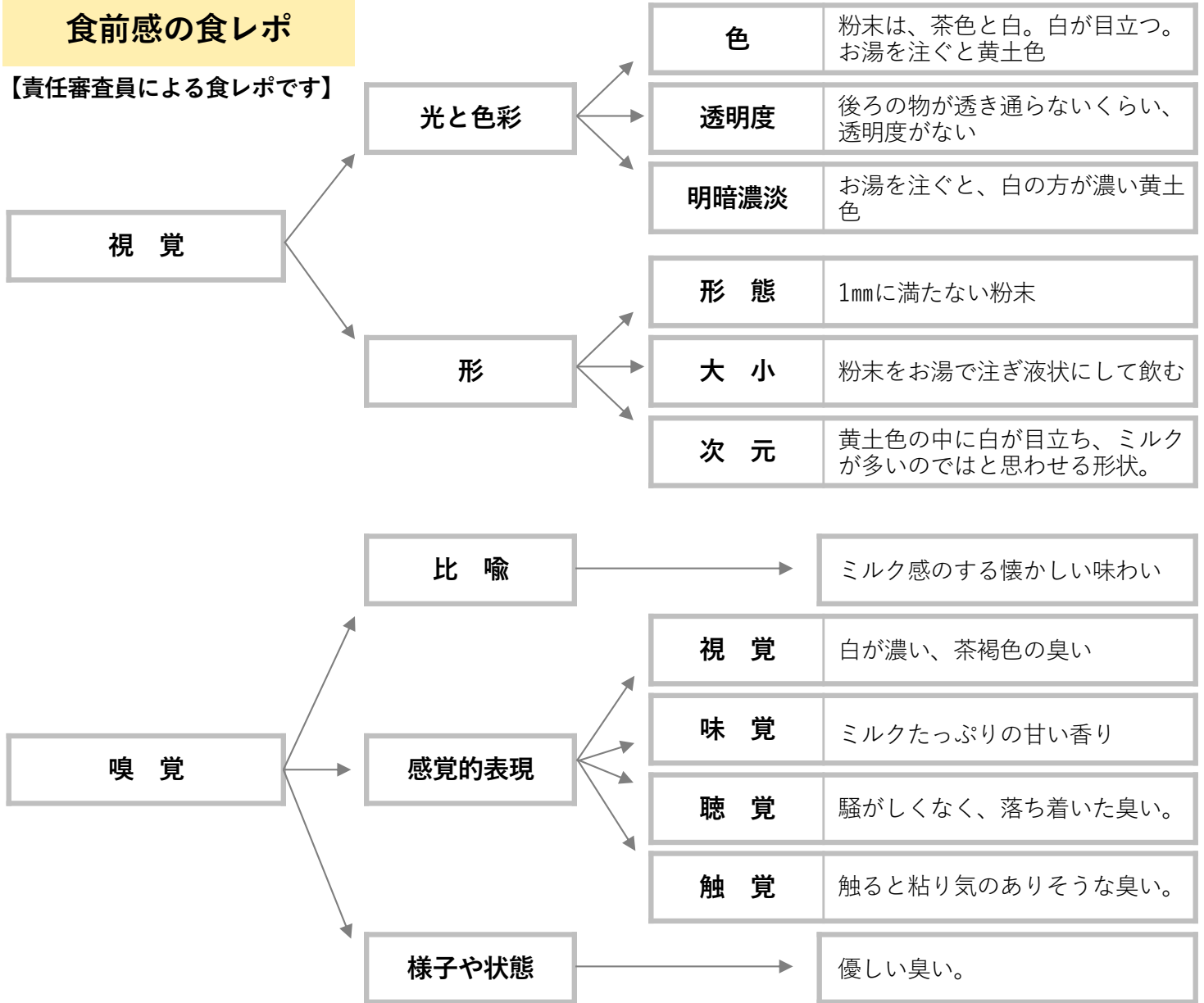
食の情報の専門家  
一般社団法人  
日本フードアナリスト協会  
Japan Food Analyst Association Certified



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

粉末の見た目は、茶色と白で、白が目立ちました。大きさは、1mmに満たない小さな粉末です。お湯を注ぐと、白が目立つ黄土色の液体になり、見た目からもミルクが多いのではと感じさせる見た目です。

臭いは、ミルク感のする懐かしさを感じ、色は茶褐色なもの白が目立ち、味もミルクたっぷりの甘い臭いがしました。

パッケージは、原材料表示や作り方、タイトルが大きな文字のため、見やすく細かなところまで目に負担をかけない優しさを感じました。

粉末の入った袋を開ける時は、他社のように横から開けるのではなく、縦からでないとい開かないため、慣れない人や、他社の製品をよく使う人には、扱いづらいと思いました。

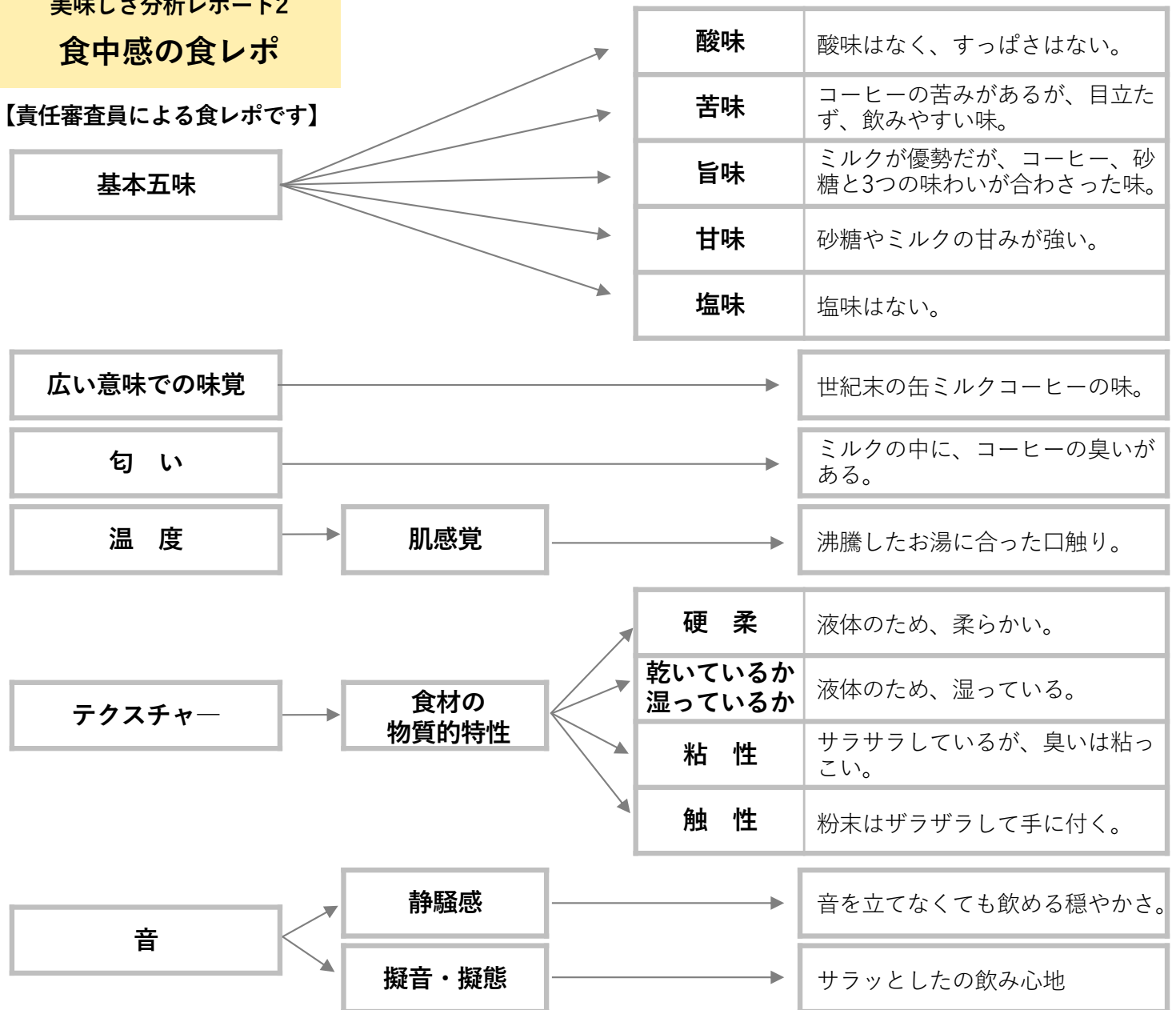
ベトナムコーヒーや、3IN1といったなじみのない言葉もでてきますが、製品の臭いをかぐと、懐かしい缶コーヒーのような香りが漂い、なじみのある味わいが期待できるのではと思いました。



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

お湯を注ぎ、口に入れるとミルクのまろやかな味わいに、コーヒーの苦みと砂糖の甘みが広がり、まさしく、3IN1というタイトルにふさわしい味わいを感じました。

ベトナムコーヒーというネーミングは、なじみはないですが、口に入れると、2000年前後の平成半ばにある缶のミルクコーヒーのような懐かしい味わいが口に広がってきます。

なので、ベトナムコーヒーや、3IN1といったネーミングやパッケージからイメージが付かなくても、味わってみると昔懐かしい、なじみのある味わいが広がるため、試しに飲んでみる価値はあるかと思えます。

ただ、粉末の入った袋を開ける時に横向きで開かず、縦でしか開かない部分は、他社の製品に慣れている人は、違和感や怒りを感じてしまい、その気持ちのまま口に入れると、実際の味覚よりもオリジナリティが少ないオーソドックスな味わいを感じ、復路の開けずらさから、味わいの感じ方や評価が下がってしまうのではと思います。



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

まろやかな甘さやミルクの感じが後に引く味わいを感じる。

気候・地域

ベトナム国は暑い気候のイメージがるが、冬の冷たい時期に暖かい優しい味わいが癒しになる。

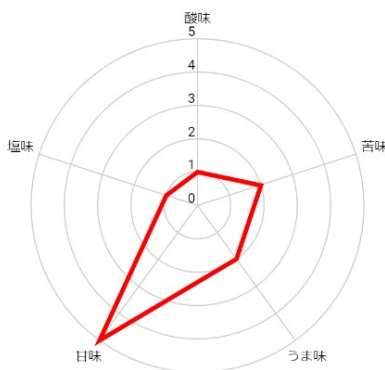
食経験・食習慣

ベトナムコーヒーは、味わいが想像しにくい名前だが、味わってみると、2000年前後の缶入りミルクコーヒーの味を思い出す。

健康・生活様式

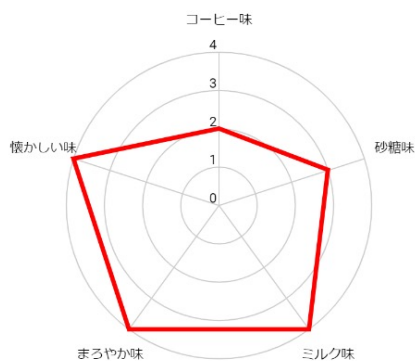
濃厚で特有の甘さがあり、その味わいを楽しみたいときに、仕事中や家庭などで手軽に飲んで楽しむ生活様式。

基本五味の  
レーダーチャート



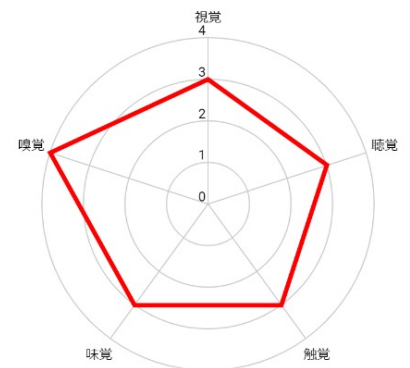
五味	評点
酸味	1
苦味	2
うま味	2
甘味	5
塩味	1

広い意味での味覚の  
レーダーチャート



広義の味	評点
コーヒー味	2
砂糖味	3
ミルク味	4
まろやか味	4
懐かしい味	4

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	3
触覚	3
味覚	3
嗅覚	4



## 1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

飲む前から、ミルクたっぷりのほんのりとした甘みが伝わる香りが漂い、ホッとするような甘さとコーヒーの香りに癒されます。ベトナムコーヒーというなじみのない名称ですが、飲んでみるとなじみのある飲みやすい味です。ベトナムは気軽に行ける所ではないですが、目にすることが少ないベトナムコーヒーを粉末にしたことで、気軽にベトナム気分が味わえる商品です。

また、商品開発に至ったストーリーや消費者ニーズにおける購買ターゲットが素晴らしく、日本語パッケージでベトナムコーヒーを日本の方にもっと身近にしようという思いが素晴らしいです。

## 2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

パッケージは、原材料表示が見やすいなどの素晴らしい面もありますが、競合他社との違いが分かりずらく、アオザイなどベトナムをイメージする絵を入れたら、もっとベトナムらしさや競合他社との違いが分かりやすくなるのではないかと思います。

また、粉末の入った袋は、箱を捨ててしまったときにも表示があって素晴らしいとの意見がありましたが、横向きに開封できず、縦にしか開封できないため、封の上部に切り込みを入れるなどの工夫が必要かと思いました。

## 3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

価格が20袋で510円とリーズナブルに感じる所が素晴らしいところです。国内のベトナムへの関心が高まっている中で、将来性や先を見通した感じがあり、手軽に家庭で楽しむことが素晴らしいとの意見があります。

一方で、ベトナムコーヒーを理解していないひとが2回以上も買うには工夫がいることや、カフェインレスの需要もあるので、カフェインレスの商品も開発してほしいことや、砂糖が多いので10本の少量パックを販売してみてはとの意見もあり、工夫の余地や伸びしろを感じます。

## 4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

2人で担っていて、とても商品に力を入れており、頑張っていることが伝わる所や、広告戦略にSNSを活用しているところが素晴らしいといった意見があります。

反面、何が伝えたいのか分かりにくかったり、ウェブサイトブランドページがあればいいのではという意見があったり、広報担当に人がさけない中で、口コミで広げるのがいいのではといった意見もありましたので、工夫の余地があると思います。

## 5. ブランディング要因

ベトナムコーヒーを扱う良さが素晴らしさを感じる点ですが、カフェビーンズ、3IN!、ヴィージェイ物産など、今はブランド力として今は馴染みや認知が少ないです。

しかしながら、ベトナムコーヒーメーカーの代理店をしていることや、ベトナムの喫茶店を巡っていること、ベトナムコーヒーに詳しいことのアピールや、色々なイベントに試飲販売するなどの工夫で、甘いコーヒーが好きなコアなファンが増えるなどの余地があります。

## 6. 素材・安全性・その他

外国の製品だと、添加物などで不安があるイメージですが、当商品は添加物や保存料、着色料を極力排除した商品で、農薬や放射線の検査もしっかりしていて、安心感がもてます。

しかしながら、乳化剤やPh調整剤、微粒二酸化ケイ素を使用しているところが惜しいところで、さらに工夫して減らしていったり、安全な代替品があれば、より安全につながるのではないかと思います。

素材に関しては、ベトナム原産にこだわっている点が、素晴らしいところです。

# 審査レポート



商品名 ベトナム 3 IN1カフェラテ

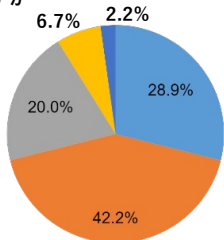
評価結果 金賞 受賞回・年月 第76回 (2024年6月)

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。

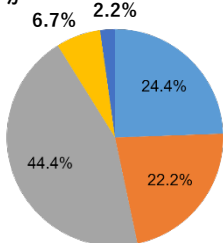
## WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通  
■ あまりない ■ ない

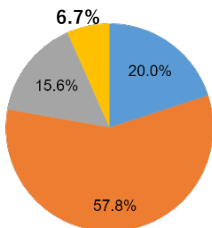
1 この商品に興味がありますか



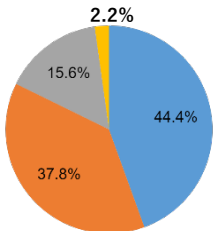
2 この価格で買いたいと思えますか



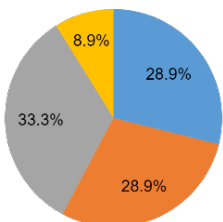
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思えますか



4 USP (その商品の独自の売り)がある商品だと思えますか



5 買いたくなるネーミングですか



## 審査評

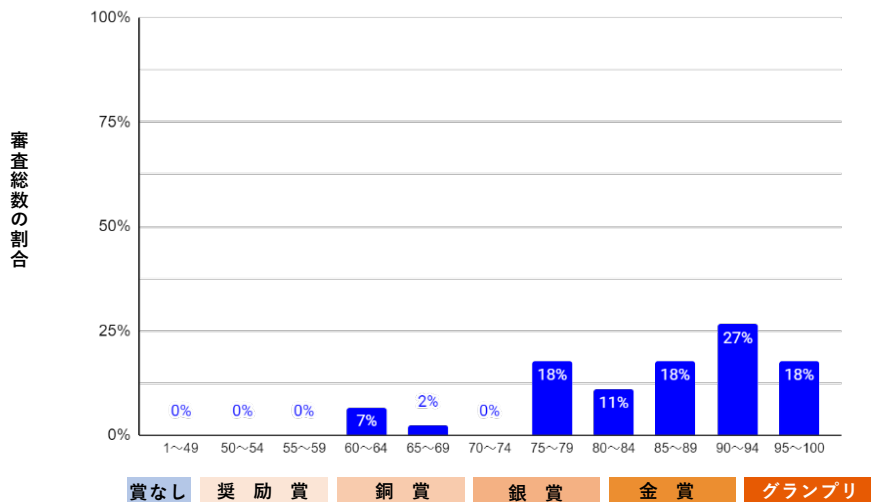
評価が高かった内容

ベトナムコーヒーを身近に感じられ、価格がリーズナブル  
保存料・着色料を使用していないのに、この風味は嬉しい  
香りも良く、パッケージの原材料表示が大きくて見やすい  
開発ストーリーや消費者目線の工夫があって素晴らしい  
優しい甘さで飲みやすく、商品に力を入れているのが伝わる  
農薬・放射性検査がしっかりしているので、安心して飲める  
バランスの良い味で、市場であまり見ないので優位性を感じた

評価が低かった内容

スティックが開封しにくかったので、切り口が欲しい  
パッケージが目立たない  
乳化剤やPh調整剤、二酸化ケイ素を使用している  
ブランディングとしては、まだまだの状況を感じる  
何が伝えたいのか分かりにくい  
理解していない人が2回以上買うには工夫がいる  
10本入りの少量パックが欲しい

## 点数分布



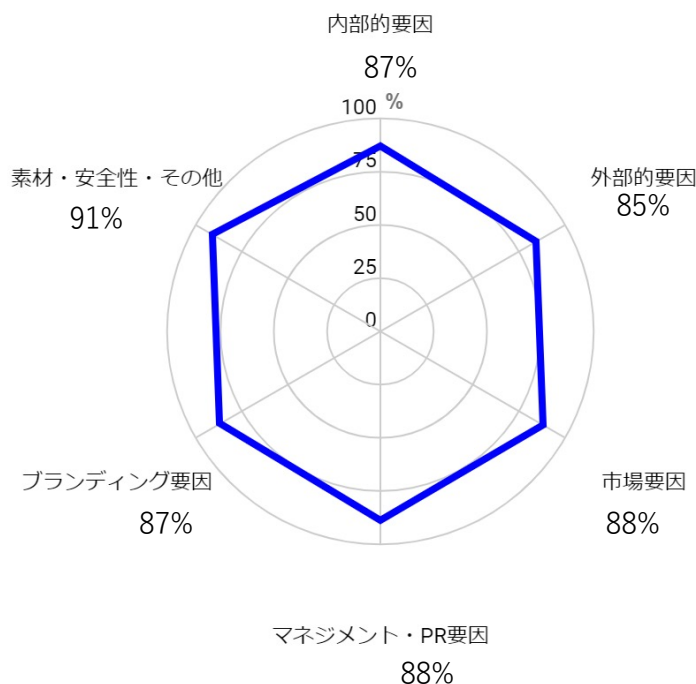
80点以上の金賞の評価が74%ですが、90点以上の評価が45%と半数に満たず、総合評価では86点となりました。さらに、5点減点して、81点で金賞となりました。価格が20袋510円とリーズナブルなところや、保存料・着色料が使用されていないのに、この風味は良い。マネジメントとして商品に力を入れていることが伝わるなどで高く評価する声がありました。ただ、スティックが開封しにくく、切り口が欲しい意見や、10本入りの少量パックが欲しいなどの意見があり、改善の余地はあると考えることができます。

# 審査レポート

## ■ 要因分布

「安全性・その他」の項目が91%と最も高評価でした。高評価の要因としては、添加物や保存料、着色料を極力排除しているところや、農薬や放射線の検査もしっかりしていて、安心感がもてるところや、ベトナム原産の素材にこだわっているところなどの評価がありました。

一方で、外部的要因は85%と最も低く、競合他社との違いが分かりずらく、アオザイなどベトナムをイメージする絵を入れたら、もっとベトナムらしさや競合他社との違いが分かりやすくなる評価や、横向きに開封できず、縦にしか開封できないため、封の上部に切り込みを入れて欲しいなどの評価があり、今後も工夫の余地があると考えられます。



## ■ 総評

ヴィージェイ物産株式会社社長並びに、「ベトナム 3 IN1 カフェラテ」ご担当者様に心から御礼申し上げます。

当商品自体は、コーヒーとミルクの香りが寄っても良く、保存料や着色料が使用されていないのに、この風味は良いことや、香りも良く程よい甘さで手軽に楽しめることなどが素晴らしい点として挙がっています。

パッケージに関しても原材料表示が見やすいことや、パッケージだけでなく、スティックにも原材料表示が書いていることも素晴らしい点として挙がっています。

市場要因としては、価格が20袋で510円とリーズナブルに感じる所が素晴らしいところです。国内のベトナムへの関心が高まっている中で、将来性や先を見通した感じがあり、手軽に家庭で楽しめることが素晴らしい点として挙がっています。

広報に関しては、商品に力を入れており、頑張っていることが伝わる所や、広告戦略にSNSを活用しているところが素晴らしいといった意見があります。

安全面や素材に関しては、添加物や保存料、着色料を極力排除した商品で、農薬や放射線の検査もしっかりしているところや、ベトナム原産の素材にこだわっているところが素晴らしい点として挙がっています。

一方で、他社との差別化が分かりにくいなどの意見があり、パッケージにアオザイの絵を描くなど、ベトナムらしさを主張することや、ネーミングを分かりやすくすればいいのではとの意見がありました。

スティックの開封に関しては、横向きに開封できず、縦にしか開封できないため、封の上部に切込を入れたほうがいいのではとの意見もありました。

ブランディングとして、ベトナムコーヒーメーカーの代理店をしていることや、ベトナムの喫茶店を巡っていること、ベトナムコーヒーに詳しいことのアピールや、色々なイベントに試飲販売するなどの工夫で、甘いコーヒーが好きなコアなファンが増えるのではとの意見があります。

このような点から、更なる向上の余地があるため、今後も期待をしています。



〒102-0082 東京都千代田区一番町15-8 壺番館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