



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート



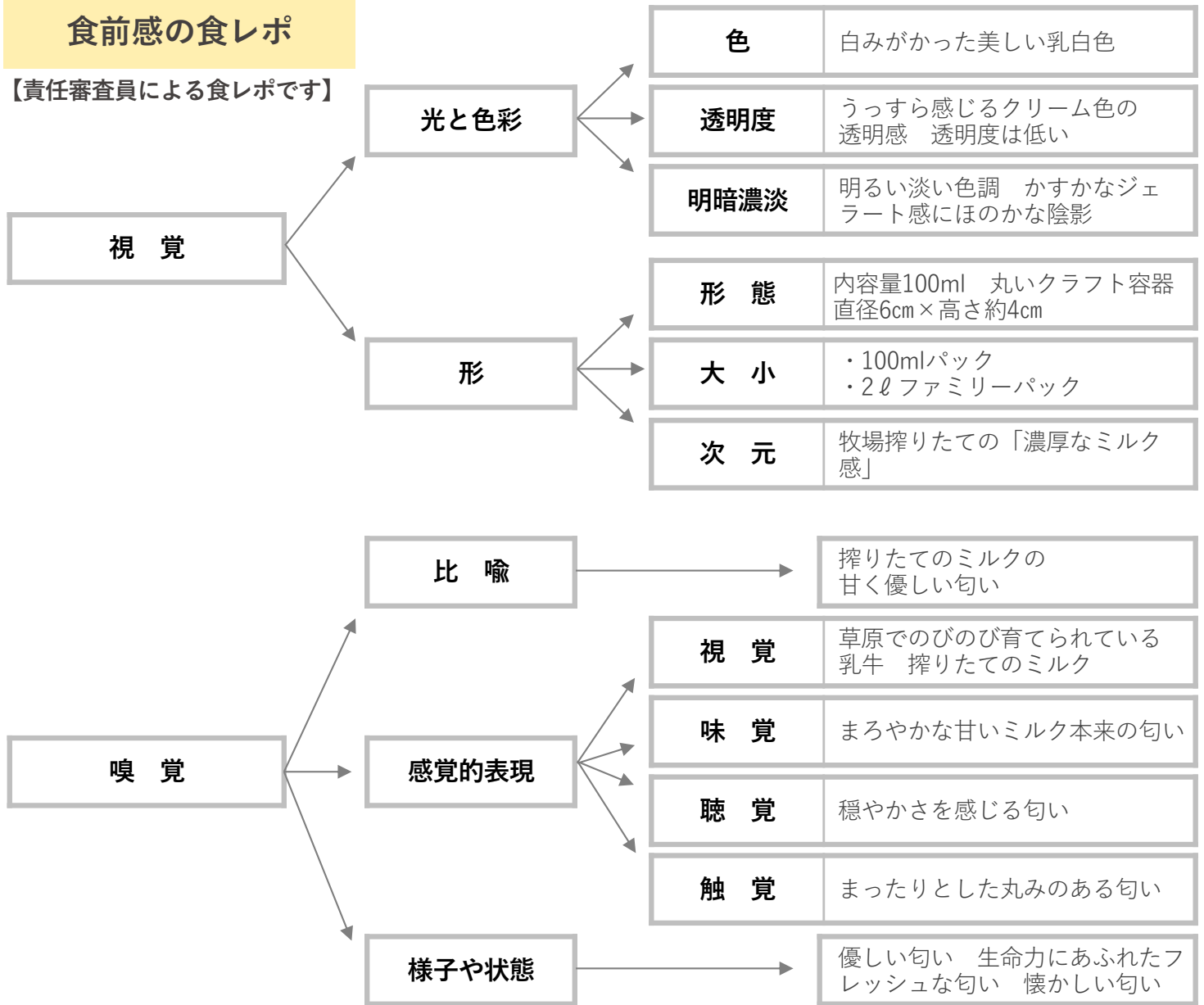
食の情報の専門家
一般社団法人
日本フードアナリスト協会
Japan Food Analyst Association Certified



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

パッケージの見た目は、草原 空の色、放牧の牛をイメージしたオリジナルロゴにインパクトがあり、一気に広大な牧場へ誘ってくれるような素材のイメージそのまま想像させてくれる秀逸なデザインです。容器の大きさは1直径6cm程の丸いシンプルなクラフトパックで1個100mlの容量で開けるときのワクワク感があります。HIRAKAWA FARMブランドを感じさせ、ロゴデザインに北海道のシルエットがベースに入るとより牧場の広大さをイメージさせてくれるのではないかと感じます。アイスクリームは素材そのままのナチュラルな風合いに手作り感が伝わり食べる前に好印象を受けました。

匂いは、搾りたてのミルクの甘く優しい匂いがして、緑豊かな牧場の景色を感じさせ、ソフトで奥行を感じることでどこか懐かしい匂いがしました。

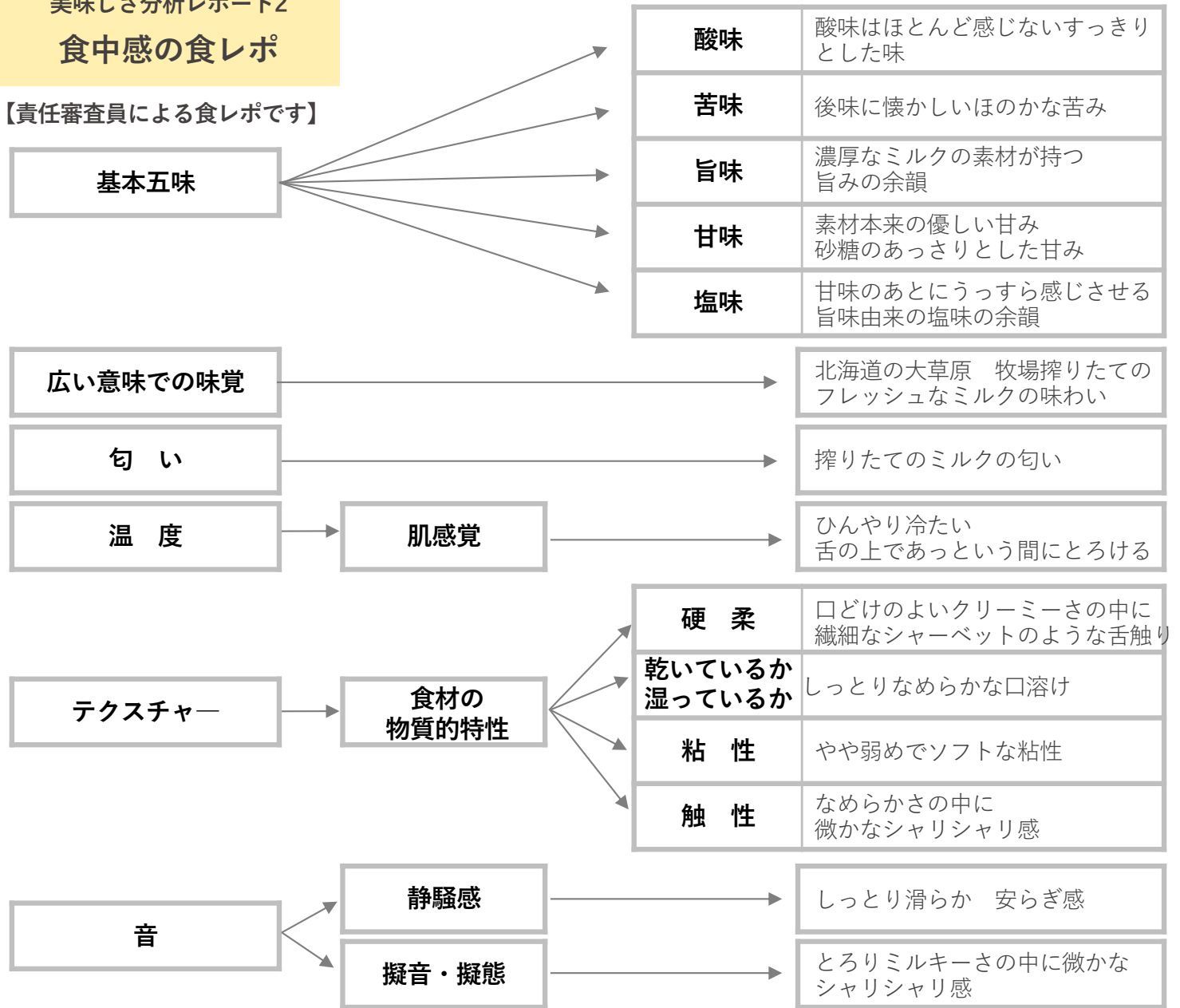
袋を開ける前の牧場をイメージさせるオリジナルロゴ、開けたときの輝くように美しい乳白色のアイスクリームの見た目・匂いから食べる前のワクワクや楽しみが溢れてきました。ほっとさせてくれる安心感があり、ミルクの優しい甘い匂いが郷愁を誘い、食前に“早く食べたい”そんな思いに心が躍りました。



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

クラフト容器の中にひんやり伝わる「フレッシュミルク」アイスの冷たさ、早く食べたいという期待感で胸膨らみます。オリジナルデザインの袋入りの木のスプーンでアイスをすくい口に含んだ瞬間、新鮮なミルクの甘い香りが広がり、濃厚なミルク感ありながらすっきりとした味わい、優しくちどけで幸福感に包まれます。なめらかにとろけるクリーミーさの中に微かなシャリっと感も感じその絶妙なハーモニーを楽しむことができました。基本五味は酸味や苦みはほとんど感じず、搾りたての生乳由来の素材の甘さと北海道産の砂糖の優しい甘味、そのまろやかな味わいの奥に旨味、ほのかな塩味を感じ、「フレッシュミルク」の素朴な生乳の味わいとすっきりとした甘味に昔食べたことのある手作りのアイスクリームのようなどこか懐かしい奥行きのある味わいを実感できました。

すっきりとした甘さでとても口溶けがいいので、あっという間に1個ぺろりと頂けすぐにもうひとつ食べたくなる、シンプルな味ながら飽きのこない癒される味わいがありました。



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

ミルクの味わいの余韻
まったりべたついた甘さが口に残らないすっきりとした後味

気候・地域

暑い夏、クールダウンしたいとき、濃厚なミルク感がありながら後味のさっぱりとした本商品は満足感が高い

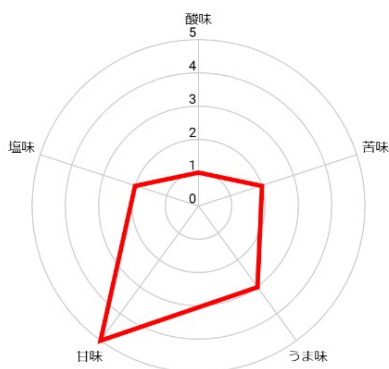
食経験・食習慣

幼い頃夏休みに、母と一緒に手作りしたアイスクリームの懐かしい思い出の味

健康・生活様式

アイスクリームは古代から健康食品と考えられる体に優しい「夏の滋養食」の役割も。本商品は80g 161kcalと低カロリー

基本五味のレーダーチャート



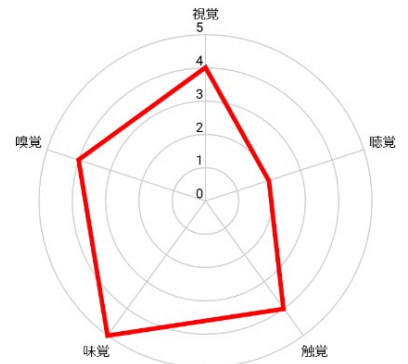
五味	評点
酸味	1
苦味	2
うま味	3
甘味	5
塩味	2

広い意味での味覚のレーダーチャート



広義の味	評点
ミルクィー	5
ココ味	5
まろやかさ	4
奥深い味	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	4
聴覚	2
触覚	4
味覚	5
嗅覚	4



1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

アイスクリームも“鮮度が命”と感じさせる牧場直営だからこそできた「濃厚なミルク感」のある至福のアイスクリームです。搾乳から24時間以内の低温殺菌した生乳を使用し生乳本来の風味や味わいを残しつつ、さっぱりとした後味に仕上げられた本商品を試食し、濃厚なミルクの深い味わいとすっきりした後味に審査員一同感銘いたしました。素材のもつ力強さや、搾りたてのフレッシュな生乳を贅沢に使用した本商品は、USPがありとても満足感のあるアイスクリームといえます。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

丸型のクラフト容器のトップにデザインされた緑の草原と青い空、そしてかわいらしい牛のシルエットのロゴデザインは、牧場のアイスクリームをイメージさせ親しみやすさとインパクトがあります。ただSETANAだけでは産地が伝わりにくく北海道のシルエットをベースに入るとより広大さを感じることができるとでしょう。ネーミングについては「フレッシュミルク」だけではUSPが伝わらないので「農場直営」「搾りたてミルク」など特徴の伝わるサブタイトルを入れて商品特性を訴求する必要性を感じます。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

経済産業省の調査によると菓子類の中で、アイスクリームの家計支出額が年々右肩上がりであり上昇傾向を示しておりアイスクリーム製造品出荷額をみても順調な推移を続けています。日本のアイスクリーム市場は、2023年から2032年までに年平均2.96%で成長すると予測されています。健康志向の高まりと消費者の嗜好の変化に応じて進化し続けており、製品開発においても健康的かつ魅力的な選択肢を増やすことが求められています（参考2024.6.10）貴社では上記のような傾向を捉えた商品開発への取り組みが感じとれます。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

北海道せたな町の広大な草原で美味しい牧草や土を食み伸び伸びと育てられた乳牛の搾りたてのミルクで作られたアイスクリームは、美しい乳白色で素材そのものの格別な甘い味わいが感じられます。自社ECサイトやSNSでの発信によって、ショッピングサイトへの展開から自社牧場やアイスクリーム工房の様子や取り組み、こだわりなどが閲覧でき、安心して購入できる体制がしっかり構築されています。本グランプリ受賞を機にSNSや媒体への情報発信、お取引先さまへの告知、ラベル貼付等に効果的にご活用いただけたらと思います。

5. ブランディング要因

まず貴社には北海道の牧場直営という点で高いブランド力があります。「牧場のアイスクリーム」は、新鮮な原材料で作られるフレッシュな美味しいアイスクリームをイメージさせるUSPがあり、北海道産の特に乳製品は大変人気でポジティブなイメージがあります。ただ現在の商品パッケージにはその点がアピールできておらずもったいないように感じます。農場直営搾りたてミルク使用、“北海道“のせたな町を明確にするように意識していくことで貴社の更なるブランディングの要となっていくことと確信しています。

6. 素材・安全性・その他

美味しいアイスクリーム作りのために、まず牧草・土作りから、そして乳牛の飼育、牛乳・乳製品の製造まで一貫して安心・安全に配慮した体制がしっかり確立されており高い安心感があります。徹底した鮮度と質にこだわり搾乳後24時間以内の搾りたての生乳を風味を損なわないように低温殺菌したミルクを原料に、素材本来の自然な味わいがいかされた濃厚なミルク感と後味の爽やかさが魅力となっています。徹底した安心安全への想いや取り組みが高品質で美味しいアイスクリームを作り上げていることが商品から実感できます。

審査レポート



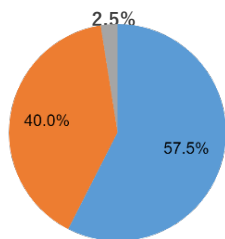
商品名 ひらかわ牧場「フレッシュミルク」
 評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第76回（2024年4月）

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。

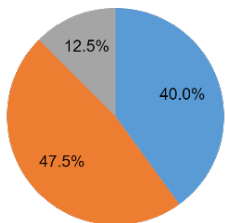
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
 ■ あまりない ■ ない

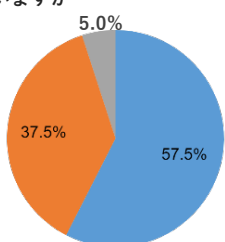
1 この商品に興味がありますか



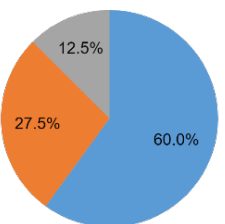
2 この価格で買いたいと思いますか



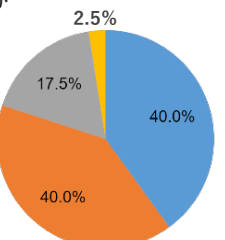
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

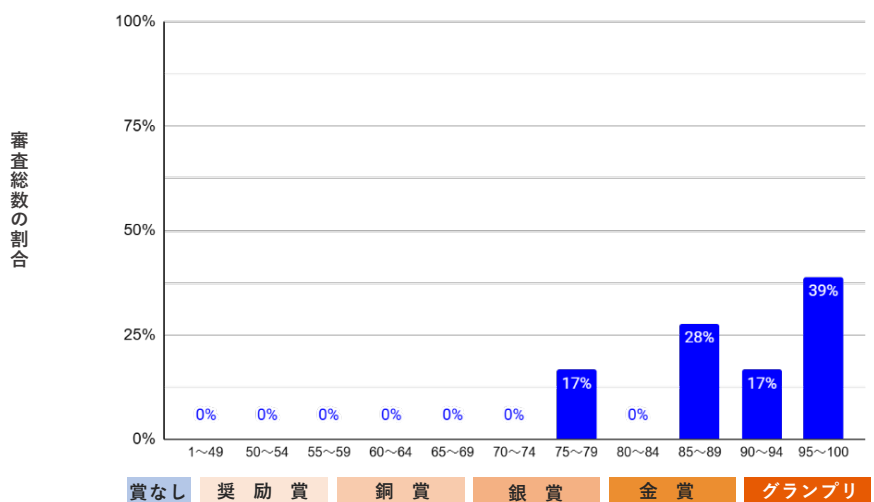
評価が高かった内容

生乳のフレッシュ感とあっさりとした風味がすっきりとしてよい
 濃厚なのに程よい甘さでさっぱりしている
 搾乳後24時間以内の生乳にこだわったスペシャルなアイス
 優しいミルクの味わいがホッとする
 くちどけがとてもよく後味もすっきりしている
 優しい甘さで爽やかな味わいのアイスクリーム
 乳牛と牧草・空の色をイメージしたデザインがとてもよい

評価が低かった内容

商品名に特徴が伝わる一工夫がほしい
 いろんなバリエーション（味）のアイスがあるとよい
 せたなという地名がわかりにくくもったいない感じがする
 蓋に北海道がわかるデザインが入るとより魅力が高まると思う
 ねっとり感がなくとてもとけやすいと思う
 添加物が思ったより使用されていて残念
 生乳の滑らかさを感じられるよう舌触りの改善と濃厚さがほしい

点数分布



点数分布として銀賞相当が17%、金賞相当は28%、グランプリ相当が56%を占めた結果、総合評価90%で【グランプリ】となりました。グラフが高得点に寄った理由として、北海道せたな町産の搾りたての生乳を使用した素材の“味”や“香り”のクオリティの高さに共感を得たことが挙げられます。WEBアンケート結果ではほぼ100%の人がこの商品に「興味がある」と回答し、ほかの価格やターゲット層、USPについても9割前後の人が「ある」と回答しており、商品への関心の高さがうかがえます。

一方、価格とネーミング、USPについての質問については「あまりない/ない」という回答も10%以上みられ、本商品の魅力が伝わりにくいことがうかがえます。

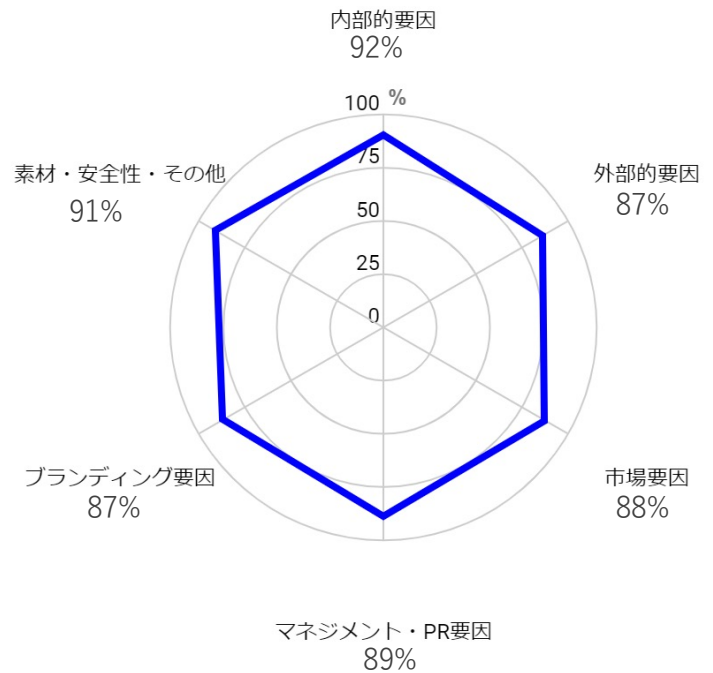
審査レポート

■ 要因分布

要因分布として、87%から92%の範囲に分布し全体的にバランスの良い大きな六角形となりました。

1番評価が高かったのは味や香り、五感からなる「内部的要因」が92%、「素材・安全性・その他要因」が91%と高評価で、低温殺菌した自社牧場搾りたての鮮度の高い生乳を使用した優しい甘さや風味、安心感が高評価につながりました。「マネジメント・PR要因」はECサイトでの販売、自社牧場の取り組みの発信など広報戦略もなされ89%で高評価につながりました。

一方、ネーミングやパッケージから構成される「外部的要因」と「ブランディング要因」はともに87%、市場・トレンドから構成される「市場要因」は88%にとどまり、秀逸なオリジナルロゴデザインながら商品名とパッケージのアピール不足、ブランディングの確立不足が懸念となり評価が割れることで点数が伸び悩む結果となりました。QRコードの導入など牧場認知、PRで商品価値を高めていくブランディング戦略に今後の伸びしろを感じます。



■ 総評

まずはじめに、創業以来一貫して品質にこだわり、北海道せたな町の広大な牧場で自然と調和した循環型酪農を実現し、高品質で安心安全な牛乳・乳製品作りに真摯に取り組んでこられた貴社の姿勢に敬意を表します。美味しいアイスクリームを作るために、まず牛の食べる牧草・土作りから始まり、そして飼育、搾乳、アイスクリーム製造まで質と鮮度に徹底的にこだわった安心安全な循環型酪農に取り組んでおられることに感銘を受け、牧場の青々とした草原からおいしいアイスクリームの物語が始まっていることに心打たれました。

審査会では「フレッシュミルク」をカップごとオリジナルの袋に入った木のスプーンで頂きました。容器の蓋に描かれた草原のグリーン、青空のブルーを背景にかわいらしい牛のシルエットがデザインされたオリジナルロゴは、牧場のアイスクリームをイメージさせ食べてみたいと思わせるインパクトがあり好印象です。蓋をあけると輝くように美しい乳白色のアイスクリームに驚かされ、口に入れた瞬間、濃厚なミルクの味わいとすっきりとした優しい甘みが滑らかに口の中に広がり多くの審査員を魅了しました。すっきり爽やかな後味で、ほんのりミルクの風味と優しい甘い余韻があり、どこか懐かしい郷愁と癒しを感じさせてくれます。一方、ネガティブな意見として、味わい・味覚についてより濃厚さを求める声も聞かれ志向の違いで評価が分かれました。パッケージ・商品名については、商品の特徴がパッケージに記されていないため魅力が伝わらず外部的要因とブランディング要因に影響しています。“北海道産“や“牧場のアイスクリーム・搾りたてミルク使用”などを特徴を明確に伝え、お客様が手に取りたくなるUSPが伝わるネーミングやパッケージへのブラッシュアップの必要性を感じます。

商品は、それ自体が非常に完成度の高いものです。これからも本商品の持つ可能性の更なる向上を期待するとともに、貴社のご発展を審査員一同心より祈念申し上げます。



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

〒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