



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート



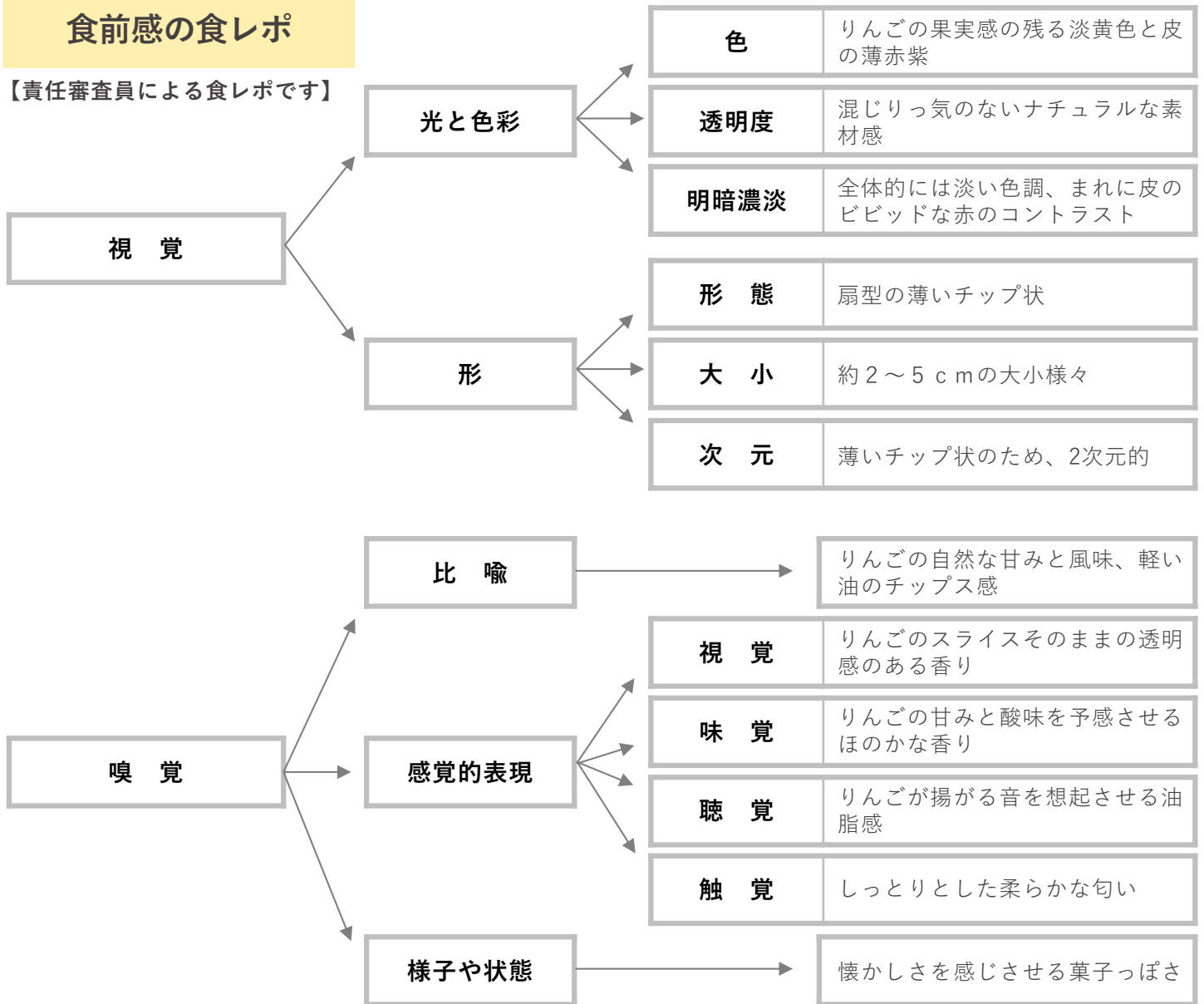
食の情報の専門家
一般社団法人
日本フードアナリスト協会
Japan Food Analyst Association Certified



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

当該商品のパッケージは、りんごの写真が多数配置され、「そのままおいしいりんご」という商品名を体現しています。

また、中央には商品名ロゴとりんごチップス自体が配され、商品の特徴や魅力がわかりやすく記載されており、りんごの甘さや風味、ヘルシーさなどが強調されており、消費者にとって魅力的な商品であることを伝えています。

パッケージは耐久性があり、中身を保護するためのしっかりとした作りになっています。袋の切り口があり、スムーズに開封できますが、切り口が下部にある事と目安の表示がないため見つけにくい事、チャックは無いため、開封後の保存方法に課題を感じさせます。

商品としての見た目は、りんごをそのままスライスした扇形の形状が主流でその欠片も混在していますが、皮の色目もナチュラルな印象を感じさせ、稀にあるビビッドな赤い皮も良好なコントラストを醸しており、総じて自然な果実感を感じさせます。

大きさは約2cm～5cmの扇型、厚さ約3mmの薄いスライスで、持ってみるとチップス独特のからっとしたさわわり心地がサクサクした食感を想起させ、味への期待感を高めます。

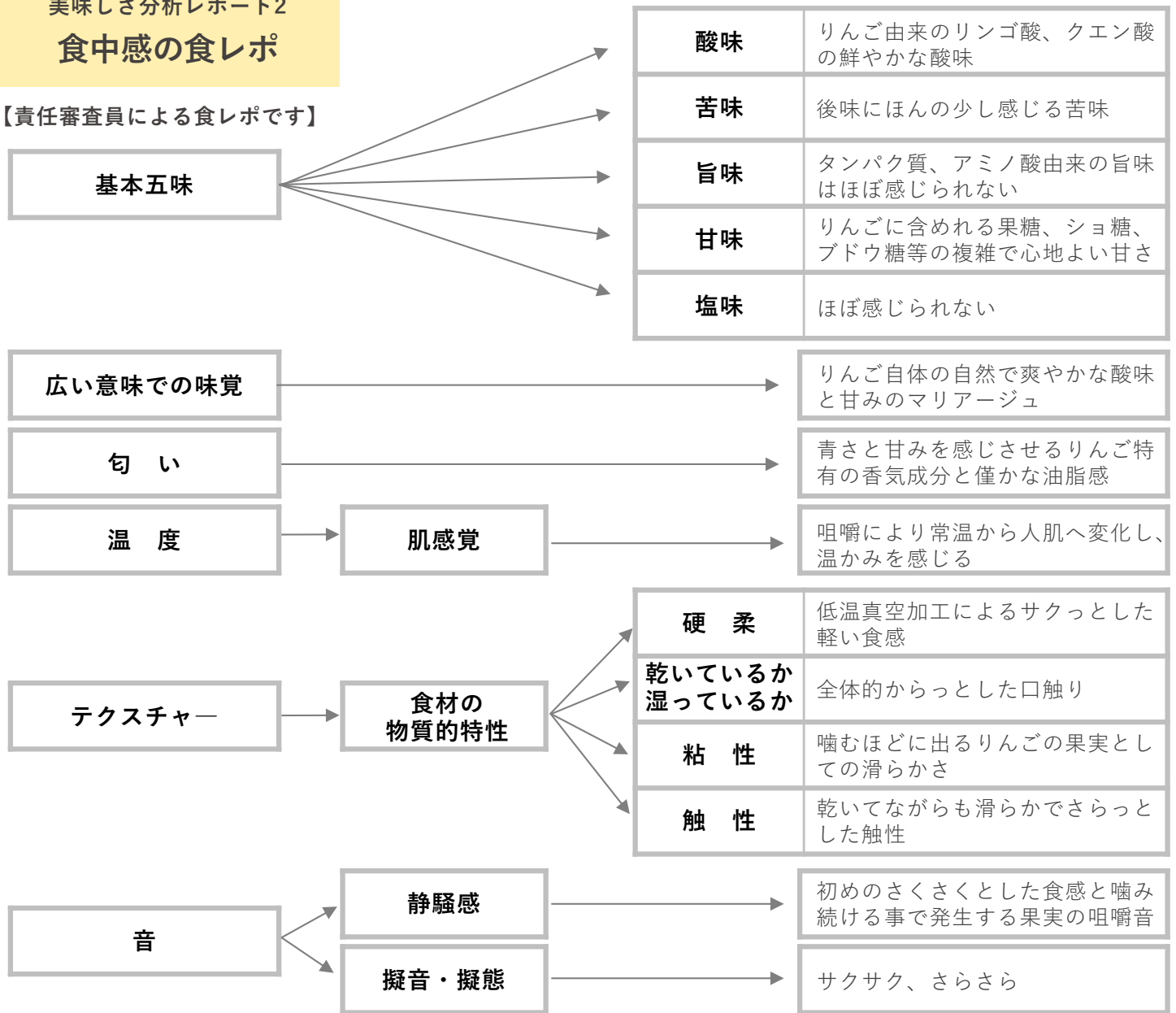
匂いは、強いものではなく、軽い油脂感とその裏側にあるりんごの甘みと酸味を想起させるほのかな芳香が感じられます。



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

まずは口に入れ、咀嚼した瞬間にサクサクしたその食感が心地よく伝わります。

りんごと言えば通常、生かプレザーブ、加工度が高くてもドライフルーツやフリーズドライとして食べる事がほとんどで、本製品を食べた事のない人にとっては初めての体験であり、この点については消費者にとっては大きなベネフィットであると言えます。

次にその独特の食感に促されて咀嚼を続けると次に鼻腔に広がる芳醇なりんごの香りと甘みと酸味が口の中が満たされます。

りんごの甘みの成分は、光合成により葉で作られたソルビトールやソルビトールが果実内で分解された果糖やブドウ糖、さらには果糖とブドウ糖が結合したショ糖等がありますが、中でも最も多く含まれるのは果糖であり、果糖は常温下においては他の糖に比べて約1.2倍の甘味度を持つ事や、リンゴ酸、クエン酸を主体とした鮮やかな酸味と共に、甘味残りが少なく、さっぱりとした食べ心地を演出します。

適度な甘み・酸味と共に感じるりんごの香気成分の中心は、新鮮な青さと甘さを演出するヘキサノール、ヘキサナール、甘さと感熟度を与えるエチルブチレート、ブチルアセテート等のエステル類です。品種や熟度によってこれらの構成は変わりますが、原料の産地、品種を厳選している事から、本製品は菓子として食指が進む要素を十分に有していると言えます。

食後にはりんごの繊維の残滓とともに、うっすらとした油脂感が残ります。

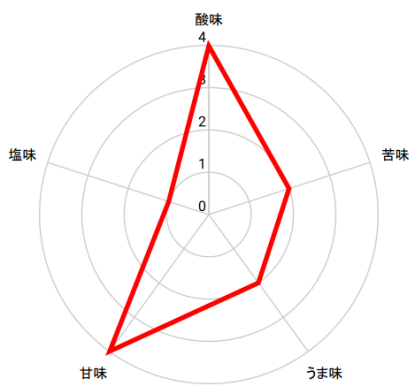


美味しさ分析レポート3 食後感の食レポ

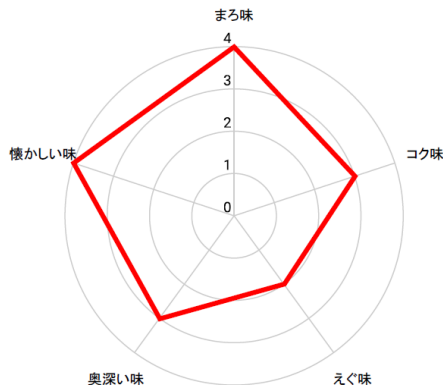
【責任審査員による食レポです】



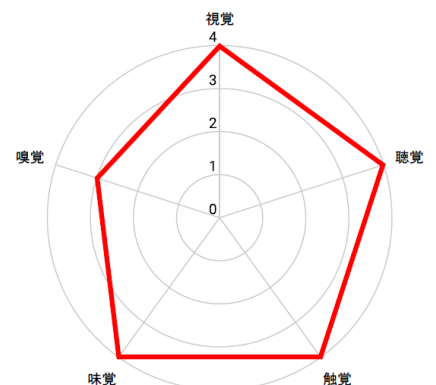
基本五味のレーダーチャート



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	4
苦味	2
うま味	2
甘味	4
塩味	1

広義の味	評点
まろ味	4
コク味	3
えぐ味	2
奥深い味	3
懐かしい味	4

五感	評点
視覚	4
聴覚	4
触覚	4
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その味については高評価でした。

特に、原料のりんごの品質に裏打ちされた甘味、酸味、香りのバランスの良さは特筆すべきもので、その品質の高さを評価する声が圧倒的で、

また、その食感についてもりんご加工品として「食べた事がない食感」「新しいりんごの食感」等、その希少性を評価する声が多くありました。

その反面、本製品の加工に必要な油脂の風味については香ばしさに対する評価の一方、「油っぽさを感じる」「風味として気になる」「指が汚れる」等の意見も一定数ありました。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

パッケージについてはりんごの彩度の高い画像を全体にちりばめ、その中央に商品イメージを具現化した商品ロゴと商品画像が配されており、「かわいらしいパッケージ」「親しみやすく手に取りやすい」等、概ね好評な評価が多数となりました。

ネーミングについては「商品を簡潔に表したネーミングが良い」という評価の一方、「（真空加工製法で）揚げている＝ポテトチップスのような食感」の良さが伝わりづらい、との声も散見されました。

実際の中身については、「細かい欠片が多い」「大きなスライスを食べたい」といったピースの大きさに関する意見も複数ありました。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

シンプルなりんごの加工品はジュースやジャム、ドライフルーツ等、市場には無数に存在しますが、本商品のようにスライスしたものを低温の油で揚げた商品というのは非常に稀なものであり、その点においては市場における訴求力は十分に有していると分析されます。

販売価格帯については菓子のカテゴリーにおいては容量との兼ね合いから若干高めとの意見もありましたが、販売チャネルやエリアの選定を間違わなければ問題ないものと言えます。

また、原料としてのりんごに含まれるポリフェノールや食物繊維、各種ビタミンやミネラル等の効能の各種エビデンスもあり、現代の健康志向に沿った素材と言えます。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

昭和40年代から地元農家やJAとの取り組みの結果、真空フライ製法の開発や廃棄していた果実、野菜の加工に組み込み、現代のSDGsの考え方を半世紀以上前から体現されてきたストーリーは素晴らしい歴史です。ただし、せっかくのストーリーが自社HP（リニューアル後も拝見しました）や商品パッケージから十分に伝わって来ず、非常に残念に思います。

また、広告予算や専任者、SNSにおける展開についても、今回、多くの審査員からももう少し頑張りたいとの応援の意見が出ておりましたので、今後、PR活動を踏まえたマネジメント全般のブラッシュアップを期待しております。

5. ブランディング要因

創業からまもなく70年を迎えられ、その伝統と低温真空加工製法によりりんご、野菜加工品、米菓製造メーカーとして確固たるブランディングにより、絶対的な商品力や地元根差したサービスで地域における存在感は十二分にあるものと想定されます。とは言え全国的な知名度としては発展途上である事は否めず、その点での評価は低かったものの、「そのこだわりや商品力は十分なポテンシャルを有している」事への期待の意見が多数ありました。今後さらに商圏を広げるためにはパッケージやロゴのブラッシュアップ、商品ストーリーの拡充、そういった情報のHPやSNSコンテンツの強化、商品パッケージからのHP、SNSへの誘因等、それほど費用をかけずともできる事から始めてみる事をご提案いたします。

6. 素材・安全性・その他

昨今の食品偽装や食品・サプリメント等の健康被害等の問題を受け、商品の安全性や品質管理に対する一般消費者の目は製造ラインの大小を問わず、年々厳しいものになってきています。貴社においては一般的な衛生検査に留まらず、HACCPに則った衛生管理基準の導入やトレーサビリティ管理、ポジティブリストによる原料の農薬検査等、万全の体制により安全性に関して、消費者に対しては十分な安心感があると判断できます。

一部の審査員からはトレハロース使用の是非についての言及がありました。

審査レポート



商品名

そのままおいしいりんご

評価結果

金賞

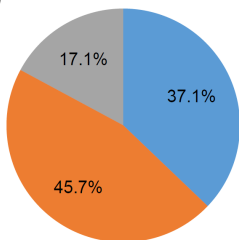
受賞回・年月 第77回 (2024年7月)

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。

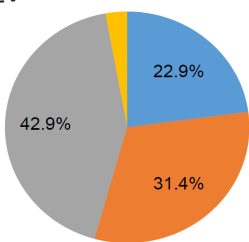
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

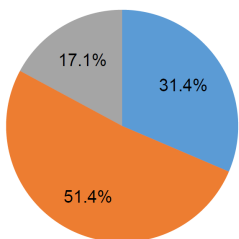
1 この商品に興味がありますか



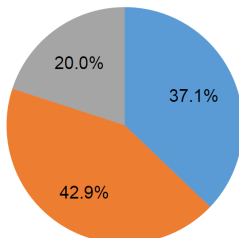
2 この価格で買いたいと思いますか



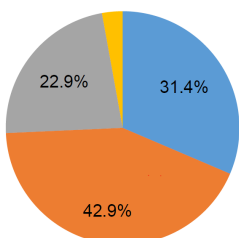
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

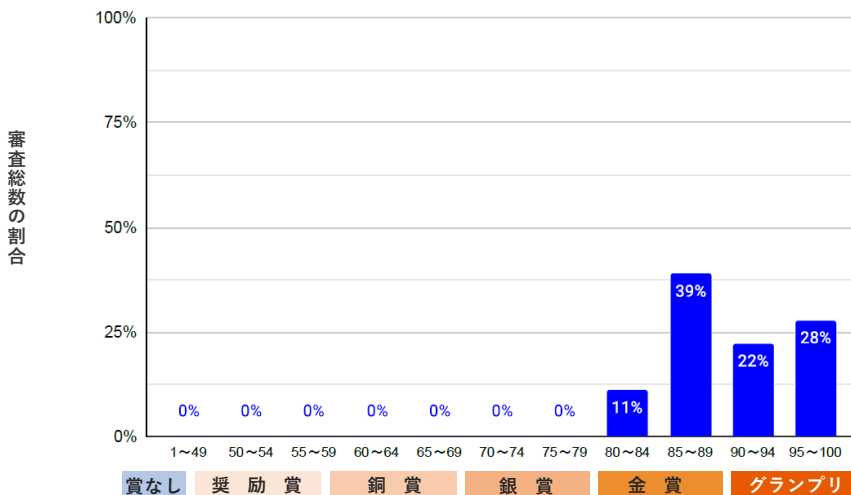
評価が高かった内容

歯応えがよくサクサクとした食感が心地よい
 りんごのそのままの味わいと後味が素晴らしい
 ネーミングと商品がマッチしている
 パッケージがカラフルで目を引いてとても良い
 量は少なめだが手頃にとりやすく、購入しやすい
 JAや地元農家とのタグが強く
 農薬検査により安全面でも安心できる

評価が低かった内容

パッケージを開けた瞬間、少し油の匂いが気になる
 商品自体 (食べる前) リンゴの酸味の匂いが弱い
 食後、手に油が残った感じがするのが気になる
 粉々になっている物もあり量が少なく感じる。中身が見えない
 パッケージから青森県産や品種のこだわりが見えないのが残念
 ホームページSNSにおける情報提供量が少ない
 トレハロースを使用している

点数分布



事前のアンケート結果では約83%の審査員の興味を引き、80%の審査員がUSPに対して高評価でしたが、価格やネーミングについての評価はやや低い結果となりました。審査結果の点数分布として、金賞相当とグランプリ相当が共に約50%となりましたが、使用している油に対する低評価が散見された事や広告戦略における今後の展開への期待も込めて【金賞】受賞とさせていただきます。商品自体の美味しさや特徴的なパッケージから【内部的要因】、【外部的要因】の評価が高く、安全に対する取り組みも一定の評価となり、全体の高評価につながりました。

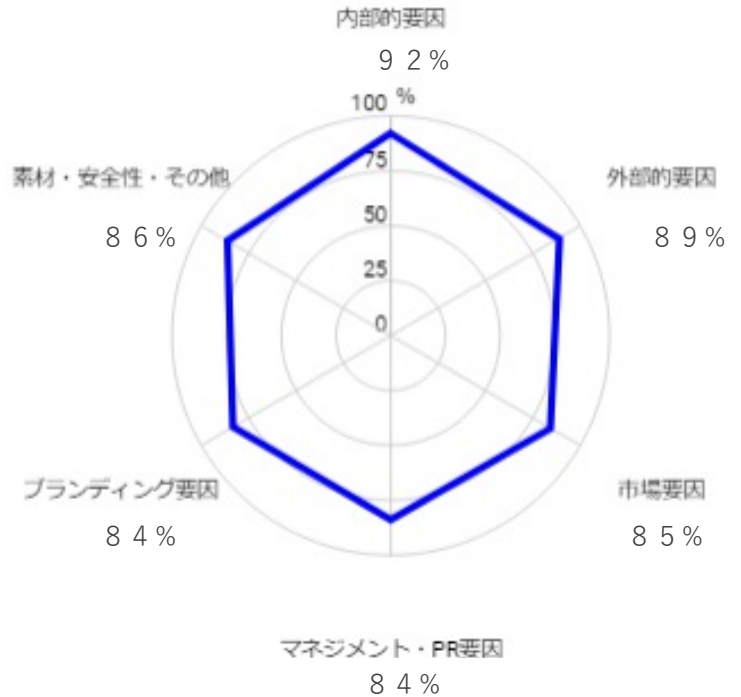
審査レポート

■ 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92%となり、産地や品種にこだわった原料の美味しさに加え、独自の低温真空加工製法による独特の食感による商品としての美味しさが高く評価されました。

「外部的要因」も素朴ながらもりんごを一面に配した特徴あるパッケージが高く評価され89%、HACCPの導入やトレーサビリティ管理、ポジティブリストによる農薬検査による安全性への安心感から「素材・安全性」も86%と高い評価となりました。

「マネジメント・PR要因」「ブランディング要因」についてはまだまだ改善の余地が見込まれる事から他要素に比べて点数としては少し伸び悩みましたが、全体を通してはバランスの良い大きな六角形となりました。



■ 総評

国連が2015年に採択したSDGs (Sustainable Development Goals) は、持続可能な世界の実現のために2030年までに達成すべき17の目標と169の具体的なターゲットから構成されています。

その目標には食品メーカーとして取り組むべき課題が多数含まれており、特に農業労働者や小規模の農家の生活水準向上させる取り組み（「貧困と飢餓の撲滅」 SDG 1とSDG 2）や健康的な食品の提供や栄養価の向上への取り組み（「健康と福祉の促進」 SDG 3）、持続可能な消費と生産の確保（「つくる責任、つかう責任」 SDG 12）は重要なファクターとなります。

その観点から行くと、本製品は本来廃棄されるはずの商品を活用する事により食品ロスを減らすと同時に農業従事者への利益の還元を行い、りんごという栄養素が豊富な原料を活用して未来に向けて菓子として持続的に提供し続ける事を通して、多くの課題を解決出来る貴重なものと言えますし、本製品を（SDGs などなかった時代から）半世紀に渡り体現されてきた貴社の企業としての真摯さに大きな敬意を表します。

また、商品自体の内部的要因、外部的要因においても一部の指摘事項はあるものの、ほぼ全審査員の高い評価を受けており、本商品が有するポテンシャルの高さについては言うまでもないと言え、今回、第77回ジャパン・フード・セレクション審査会において金賞受賞となりました。

ただ惜しむ点としては、PR、広報活動を含めたマネジメント体制についてもう一步踏み込んだアプローチが欲しいという意見が多数ありました。

日本国内においては今後のさらなる人口減、都市部への一極集中が今以上にさらに加速する事はあらゆるデータが物語っており、その対策はこれまで以上に重要になってくると考えられます。

商品自体の品質維持、向上は当然の事ながら、常にマネジメントやブランディング戦略の見直しは必須でありターゲットとする顧客層や需要の変化を把握し、それに合わせた販促活動や商品開発を行うことがこれまで以上に重要なファクターとなっています。

貴社においてはHPやSNSにおける販促への取り組みの余地はまだまだあると思われれます。ウェブサイトやSNSを活用した商品の情報発信により、新規、既存顧客へのアクセスを強化し、販路をさらに広げる議論を今後、さらに深めてはいかがでしょうか。

今回の金賞獲得を機に今一度、マネジメントやブランディングにさらなる磨きをかけ、弛まぬ研鑽を続けられ、より一層、貴社のご発展される事を審査員一同、心より祈念いたしております。





Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション