



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート



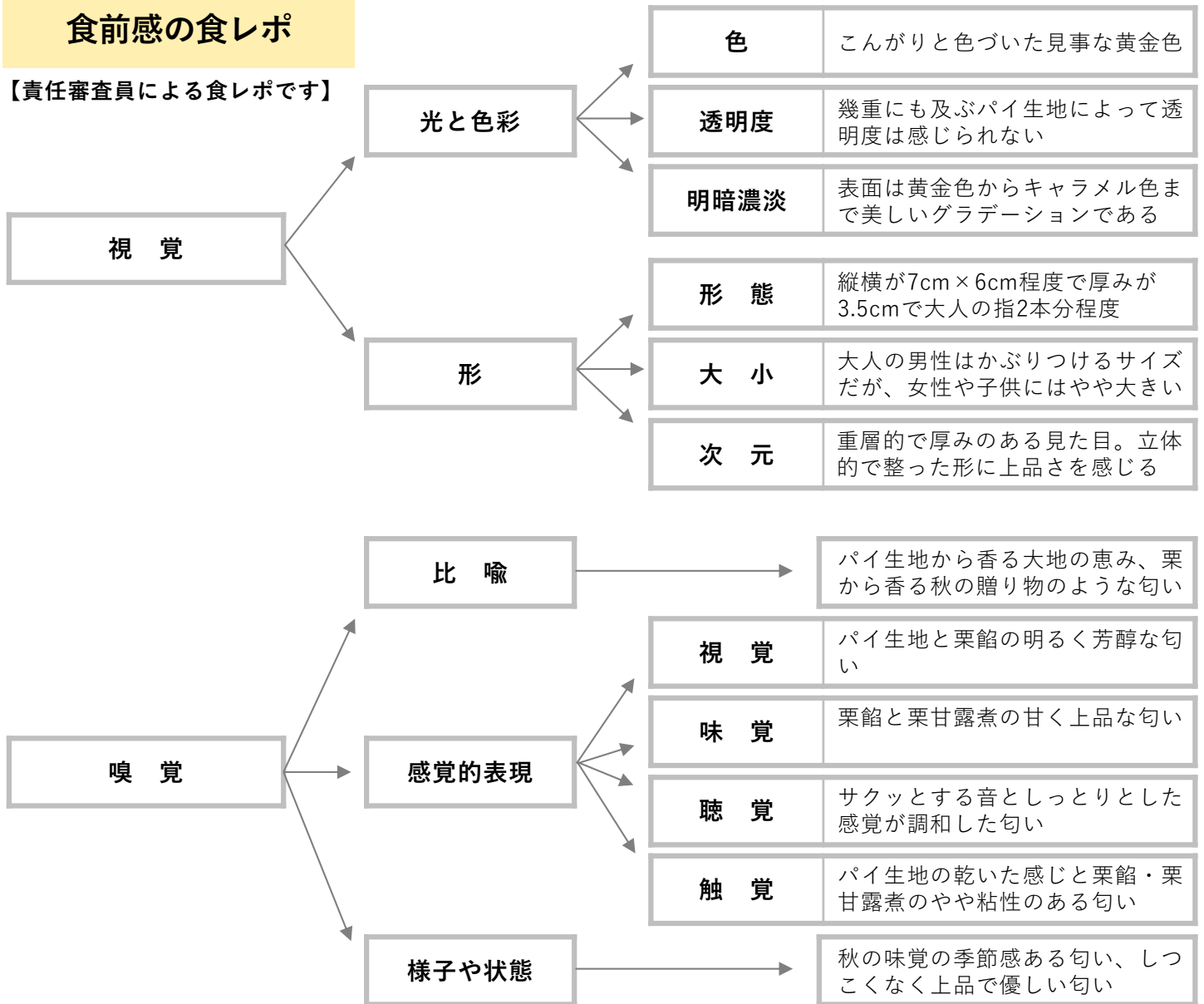
食の情報の専門家
一般社団法人
日本フードアナリスト協会
Japan Food Analyst Association Certified



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

この菓子は、視覚と嗅覚の両面で非常に魅力的です。まず、視覚的な評価では、こんがり焼き上がった見事な黄金色が目を引きまします。幾重にも重なるパイ生地は透明感がなく、しっかりと中身を包み込んでいて重厚感を感じさせます。表面は黄金色からキャラメル色までの美しいグラデーションが広がり、見る者の食欲をそそります。サイズは7cm×6cm、厚みが3.5cmで、大人の指2本分程度の厚さがあります。全体的に重層的で厚みのある見た目、立体的で整った形状が上品さを感じさせます。

次に嗅覚の評価です。パイ生地からは大地の恵みを感じさせる香ばしい香りが漂います。パイ生地と栗餡の香りは、しつこくなく上品で、優しい甘さが感じられます。サクッとする音としっとりとした感覚が想像できる香りは、食べる前から期待感を高めます。栗餡と栗甘露煮の甘く上品な香りが絶妙に調和し、秋の味覚を存分に楽しめる逸品です。

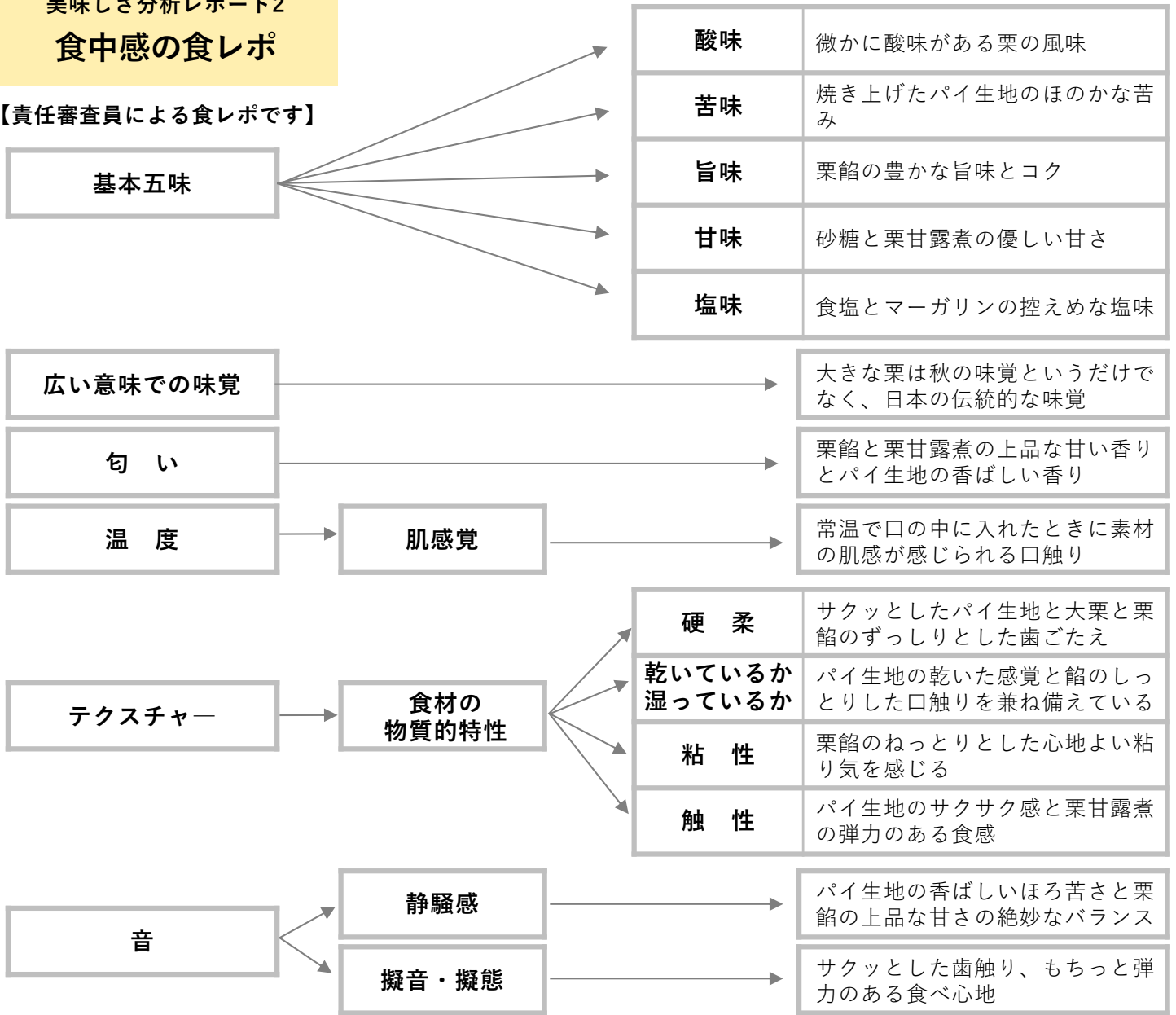
総合的にみて、この菓子は視覚と嗅覚の両面で高い評価を受けるに値します。見た目の美しさと上品さ、そして香りの豊かさと優雅さが絶妙に組み合わせられており、食べる前からその美味しさを強く予感させます。特別な日のデザートとして、また贈答品としても最適であり、食べる人に贅沢なひとときを提供すること間違いなしです。



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】



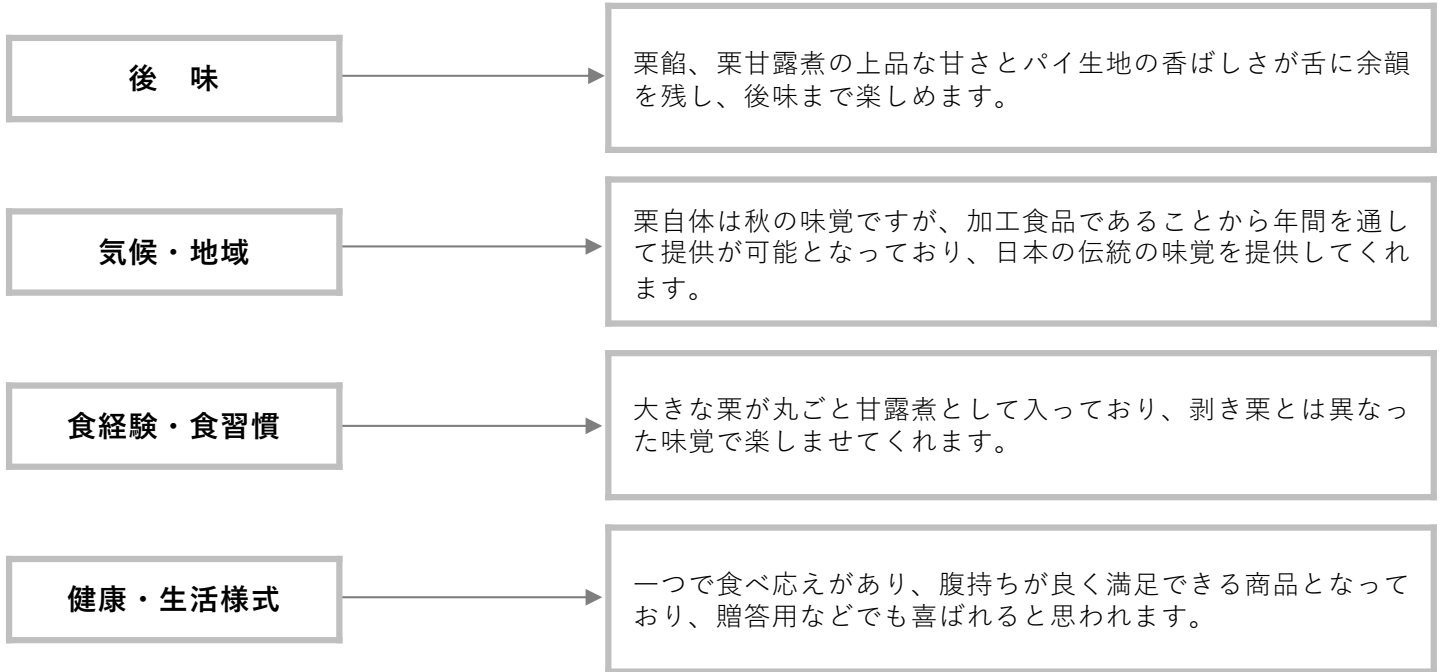
■ 食中感 講評

まず、基本五味のバランスが秀逸です。栗餡の豊かな旨味とコクに、栗甘露煮の優しい甘さが絶妙に調和しています。焼き上げたパイ生地ほのかな苦みがアクセントとなり、微かに感じる栗の酸味が全体を引き締めます。また、食塩とマーガリンの控えめな塩味が、全体の味を一層引き立てています。次に、味覚の評価として、大きな栗は秋の味覚としての魅力だけでなく、日本の伝統的な味覚を感じさせる深い風味を持っています。この点で、季節感と伝統の融合が見事に表現されています。匂いの評価においては、栗餡と栗甘露煮の上品な甘い香りが広がり、パイ生地の香ばしい香りと相まって、嗅覚を心地よく刺激します。これにより、一口食べる前から期待感を高めてくれます。肌感覚としては、常温で口の中に入れたときに感じる素材の肌感が、非常に心地よい口触りをもたらします。パイ生地の乾いた感覚と餡のしっとりした口触りが絶妙に融合し、食べる人に満足感を与えます。テクスチャーの面では、サクッとしたパイ生地とずっしりとした大栗と栗餡の歯ごたえが特徴的です。パイ生地のサクサク感と栗甘露煮の弾力のある食感が、食べるたびに異なる楽しさを提供してくれます。栗餡のねっとりとした心地よい粘り気も、全体の食感に深みを与えています。最後に、音の評価です。パイ生地をかじるときのサクッとした歯触りと、その後続く栗甘露煮のもちっとした弾力が、口の中で心地よいです。総合的に見て、このお菓子は味覚、匂い、肌感覚、テクスチャー、音のすべてにおいて高い評価を受けるに値し、グランプリに相応しい逸品であると感じました。

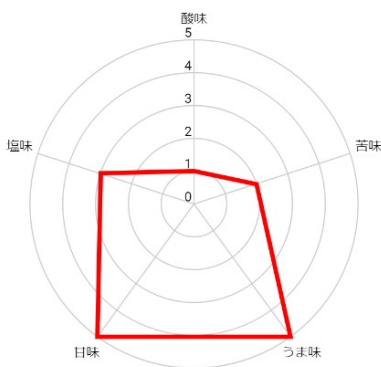


美味しさ分析レポート3 食後感の食レポ

【責任審査員による食レポです】



基本五味のレーダーチャート



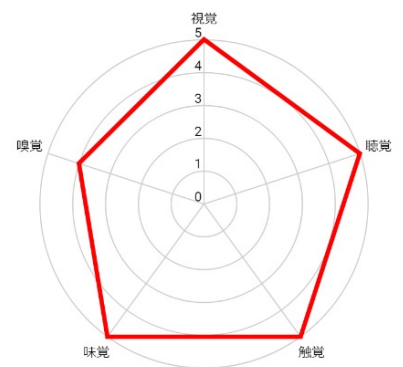
五味	評点
酸味	1
苦味	2
うま味	5
甘味	5
塩味	3

広い意味での味覚のレーダーチャート



広義の味	評点
まろ味	4
コク味	5
えぐ味	1
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	5
聴覚	5
触覚	5
味覚	5
嗅覚	4



1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

審査員から寄せられたコメントは一貫して高評価でした。特に、大粒の栗が丸ごと入ったパイは、その存在感と食感が絶賛されました。栗餡の甘さが控えめで、最後まで飽きずに食べられるとの声が多く、栗と餡のバランスが絶妙であると評価されています。パイ生地のしっとり感とバター風味も好評でしたが、ややサイズが大きいと感じる意見や、パイの底が少し固いとの指摘もありました。この商品のユニークさは、栗を丸ごと使った点と、甘さ控えめの餡によって栗本来の風味を活かしている点にあります。審査員の総評として、本商品は栗好きにとってたまらない美味しさで、見た目のインパクトと食べ応えが素晴らしいと感じられました。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

審査員の評価において、商品パッケージについては賛否両論がありました。シンプルなデザインが親しみやすいとの声や、高級感があり商品をよく表現しているとの評価がある一方で、やや開けにくいとの指摘もありました。また、パッケージに神戸のパティシエが手作りしていることやトレーサビリティ管理を強調することで、品質の高さをアピールできるという意見もありました。パッケージが見やすく洗練されているとの声もありますが、縦書きの商品名が読みにくく横書きの方が良いとの意見もみられました。総じて、パッケージやネーミングに改良の余地があるものの、商品の高級感や親しみやすさは評価されており、工夫次第で更に魅力を引き出せる可能性があると考えます。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

この商品は一過性のブームに依存せず、常に高品質を保っている点が審査員の中でも幅広い層に支持されていました。特に大粒の栗を丸ごと使用していることが強調されると、よりインパクトが増すと考えられます。また、安心安全を重視し、お母さんをターゲットにしたマーケティングが効果的との意見もありました。パッケージデザインも贈答用としても適していると考えます。SNSを活用したPR活動も好評で、ギフト市場にも対応できる日持ちの良さが強みだと考えます。本商品は、日本人全体に親しまれる優しい味であり、広い販売層が期待できます。価格はやや高めですが、品質に見合った価値があり、限定フレーバーなどの展開も新規顧客の開拓に寄与するのではないかと考えます。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

審査員からは、しっかりとしたマネジメント体制が整っており、安全性と消費期限管理が優れている点が高く評価されました。これにより、大手流通への展開が容易になり、陳列機会が長くなる点が素晴らしいという声もありました。また、広報活動も積極的に行われており、自社サイトやSNSでの情報発信がしっかりしている点が評価されています。しかし、ホームページには商品の情報が少なく、商品に対するこだわりや愛情を盛り込み、元はパンから始まったストーリーを含め、商品の歴史や特徴を伝えることで、さらに商品の魅力が伝わるのではとの指摘もありました。全体として、一過性のブームに依存せず、ポリシーを持った商品作りが行われていることが審査員から高く評価されていました。

5. ブランディング要因

「神戸マロン」というブランド名は神戸のお菓子であることが非常に分かりやすく、親近感を感じさせる点が高く評価されています。この商品は、兵庫県で有名な丹波の栗を活用し、地域に根差したブランド力を持っています。また、洋菓子の本場である神戸のプライドを感じさせる商品設計と、一過性のブームに左右されないポリシーが素晴らしいとの評価もありました。見た目のインパクトをさらに活かし、商品情報を増やすことで覚えてもらいやすくなると考えられます。神戸ブランドと大粒のマロン、ベーカリーでの経験からの独自製法を強調することで、ブランド浸透を図ることが期待されます。競争の優位性を持つオンリーワン商品として、神戸を代表する栗菓子の存在感をさらに高めていくことが重要と考えます。

6. 素材・安全性・その他

本商品は安全性と安心感において審査員から高い評価を受けています。HACCPに基づく衛生管理や放射性物質、農薬に関する検査がしっかりと行われており、原材料や製造工程についても信頼性が高いとされています。安心感のある管理体制が整っており、安全への取り組みや品質管理がしっかりとされている点が評価されています。しかし、保存料などの添加物が使用されていることに対しては一部の審査員から懸念が示されており、日持ちをもたせるための措置であると理解されつつも、焼きたて感のある別のラインが望まれるとの意見もありました。全体として、安心安全な商品設定が好ましく、消費者に対して高い安全性を提供していることが伝わっており、これからも真摯な姿勢で安全管理に取り組むことが期待されます。

審査レポート



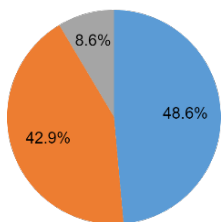
商品名 神戸マロン
 評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第77回 (2024年7月)

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。

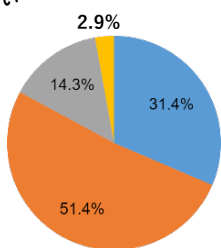
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
 ■ あまりない ■ ない

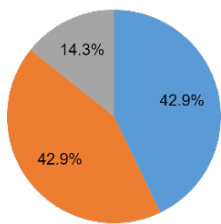
1 この商品に興味がありますか



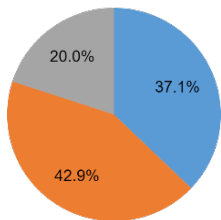
2 この価格で買いたいと思いますか



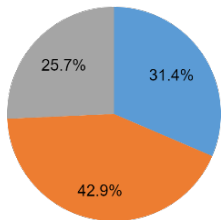
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

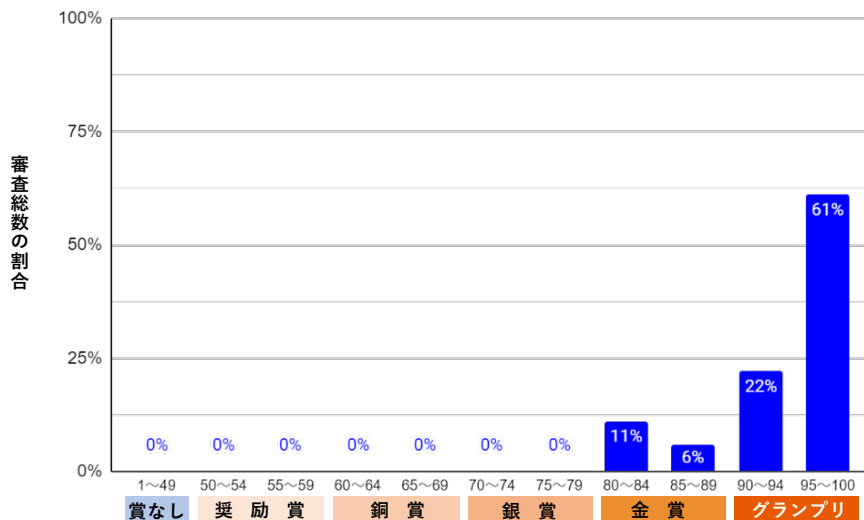
評価が高かった内容

商品名に「神戸」とつくだけあっておしゃれな感じがする
 甘さ控えめでとても食べやすく、餡とパイのバランスが良い
 想像を超えるサイズの大栗の食感が栗を食べている実感がある
 手に持った時の重量感で、食べる前から期待が持てる
 栗が自然な甘さで、懐かしい味と和洋折衷の新しい味が楽しい
 大粒の栗で、誰もが親しみやすいシンプルな商品になっている
 パイ生地のパターの風味が良く、ずっしりと食べ応えがある

評価が低かった内容

女性や子供にとって一個が大きすぎて食べきれない
 パッケージから独自の商品情報が伝わってこない
 大きいだけに味がやや一本調子に感じる
 食べるときにパイ生地がポロポロと剥がれ落ちる
 パッケージがやや開封しにくい
 栗が少し硬いものがある (個体差?)
 ホームページで商品情報が少ない

点数分布



点数分布として、金賞相当が17%、グランプリ相当が83%を占めた結果、総合評価93%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、上品な甘さで甘すぎず、パイ生地の香ばしさも感じることで複雑で豊かな味覚を感じることができると考えられます。審査員の多くが95%以上の特典を付けており、審査委員会では、本商品を口に入れた審査員の顔がほころび、うなずいていたりなど商品に対する好印象が伺えました。アンケートの結果を見ても、ネーミング以外の4項目で、肯定的な意見が80%を超えるという極めて高い評価を得ております。しかしながら金賞相当が16%ということで、顧客ロイヤリティアップ対策の検討の余地があると考えます。

審査レポート

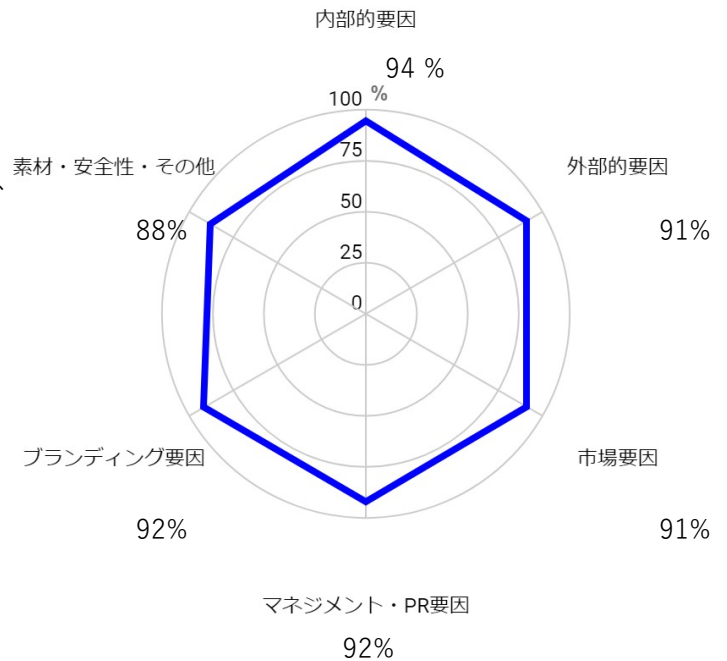
■ 要因分布

要因分布として、88%から94%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。

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94%と最も高く、「ブランディング要因」、「マネジメント・PR要因」がそれぞれ92%、ネーミングやパッケージから構成される「外部的要因」、市場・トレンドから構成される「市場要因」がそれぞれ91%と6項目中、5項目が90%超えの高い評価を得ております。

一方で、決して低いわけではありませんが、「素材・安全性」は88%と他の項目に比べてやや低調になったのは、保存料や添加物の使用に関して敏感に反応した審査員が複数名いたためですが、商品の性質上、必要以上に使用されたものではなく、大きな問題点とは言えないと考えます。

厳選されたこだわり素材を選定し、製造過程における衛生管理、安全管理を徹底して、トレサビリティもしっかりした本商品は、消費者にとって安心していただける商品であると考えます。



■ 総評

まずは【グランプリ】獲得おめでとうございます。本商品は、大きめの栗を丸ごと一つ包んだパイ生地にも重厚感があり、一つ食べただけでも大満足出来る逸品でした。パッケージの工夫から、ネーミング、大粒の栗と甘さを抑えた餡とパイ生地の三位一体となったハーモニーを大切にされた本商品は、神戸の和風洋菓子の代表作と言ってもよいのではないのでしょうか。また、安全への取り組みについても全社一体となって、製造工程におけるHACCPに基づく衛生管理を行ったり、素材に対しても放射性物質に対する安全への取り組みや農薬検査を行い、原材料確保についての徹底したこだわりも、安心感があります。

審査会では、「商品名に「神戸」とつくだけあっておしゃれな感じだと思った。」、「甘さ控えめで食べやすい」、「手に持った時のずっしりとした重量感がすごく、甘すぎない餡と栗の味が生きている」など、ネーミングから味覚まで様々な肯定的意見が数多くありました。一方で、「大きすぎて食べにくい」、「味がやや一本調子」、「神戸らしさなのかわからない」などの否定的な意見もありました。

広報として各種媒体を活用され、一部の芸能人がX（旧Twitter）でつぶやくなど、宣伝効果も出ているように感じます。各種ECサイトにおける口コミや評判もよく、否定的な意見はやはり価格に関するものでした。ただ、肯定的な意見にあるように商品の価値は十分にあると考えますので、消費者に納得していただくための情報の提供にもう少し力を入れてみるのもよいかもしれません。例えば、公式HP（ホームページ）では商品についての説明が簡潔にまとまっていてシンプルで理解しやすいのですが、商品へのこだわりや安心・安全のための工夫などについては、厳選された素材の出どころやHACCPに基づく衛生管理・品質管理などを行っていることなど、商品に込められている企業努力なども伝わると価格への納得感が増すのではないのでしょうか。そのために商品に関してLP（ランディングページ）を作成し、そこで商品に対する思いやこだわり、製造過程などを紹介することで、消費者の商品への理解がさらに深まるのではないかと考えます。また、LPのURLをQRコードにしてパッケージに添付することで、消費者が容易に情報にたどり着くことができるようになるでしょう。更にHPでは、企業理念などを掲載することでより顧客の信頼感を獲得することもできますし、神戸シェルプール様のホスピタリティに共感し、より商品に対する信頼性も出てくるのではないかと考えます。また、「お知らせ」については、常に最新のもののや参考になるものを掲載し、古い情報については整理してこそ情報源としての価値があると考えます。また最近では動画の活用も効果的です。

出品商品はそれ自体完成度が非常に高いものであり、これからも商品の持つ可能性の更なる向上を期待しています。（商品のバリエーションもあるようなので私的にも是非試してみたいと思いました。）



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