



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

---

審査レポート



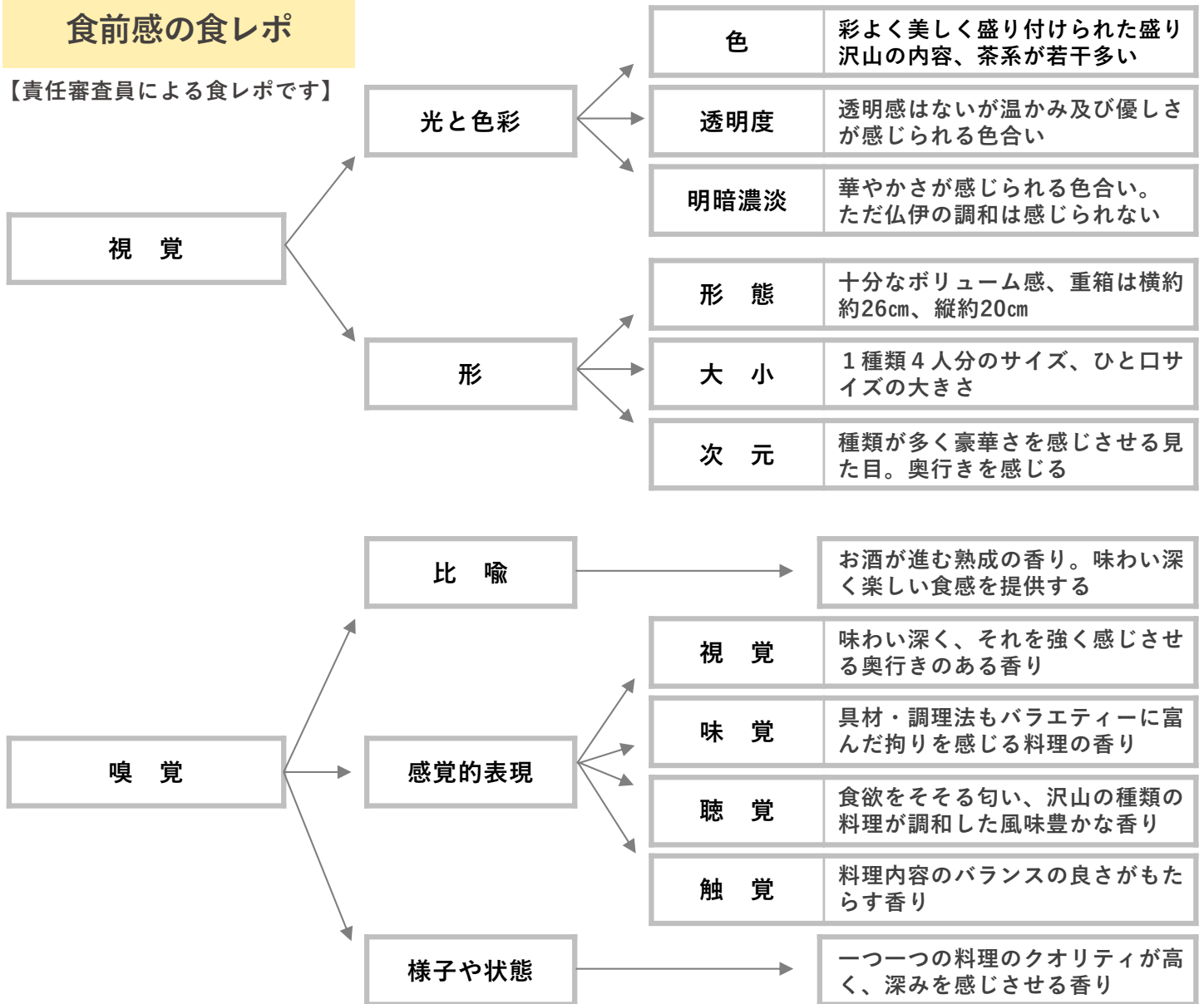
食の情報の専門家  
一般社団法人  
日本フードアナリスト協会  
Japan Food Analyst Association Certified



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

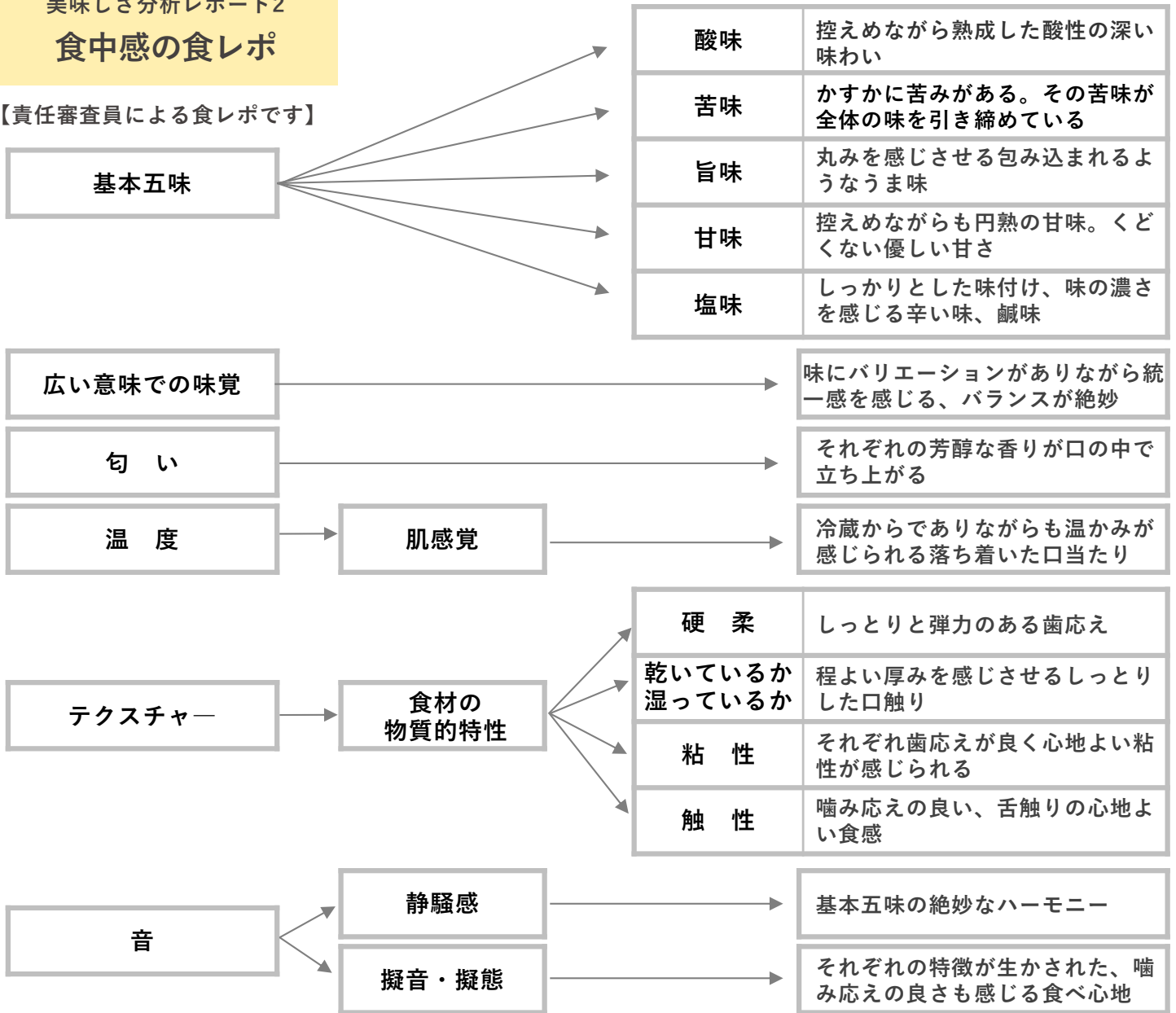
先ずは見た目、ぎっしりと詰め込まれた料理の豪華さ、若干茶色が多く感じる色合いも全体的には素晴らしく、そして、その料理が食べやすい大きさに並んでいるのが、クオリティの高さを強く印象付けます。また色々な料理を食べる事に強く喜びも感じさせます。一瞥しただけでも彩よく美しく盛り付けられている事が分かり、また一つ一つ丁寧に作られている事が伝わってきます。しかも広島で人気のイタリア料理レストランと京都のホテル内にあるフランス料理レストランの味を一つの品として自宅などで味わえるのは、非常に美味しいものです。重箱の大きさは横約26cm、縦約20cmで凡そ3~4人分となります。品数が多く、具材・調理法もバラエティーに富んだ商品で見た目も楽しく、丁寧に作られている事が伝わり食べる前から好印象を受けました。匂いは、一つ一つの料理のクオリティが高く深みを感じさせる香り、また味わい深く楽しい食感を提供する、お酒が進む熟成の香りがしました。見た目が華やかで気分が盛り上がる、質の高い手の込んだ料理が手軽に食べられる当該商品に食べる前から好ましさを感じ「早く食べたい」そんな思いに心が躍りました。2段の重箱である当該商品の心地よい重さ、蓋を開けた時の華やかさが感じられる色合い、そして具材や調理法までもバラエティーに富んだ拘りを感じさせる数々の料理の香りに、素晴らしいものと感じられ、更に食べる前のワクワク感や楽しみが溢れてきました。華やかでかつこってりした食欲をそそる見た目そして香りが嗅覚を程よく刺激し食前に早く食べたいそんな思いにさせる逸品です。



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

品数が多く、具材・調理法もバラエティーに富んだ商品で見た目も楽しく、食欲がそそられました。口にした瞬間から、当該商品の特徴として、どの料理も味がはっきりと認識できる味の濃さを感じました。味にバリエーションがありながらも統一感を感じる、そんなバランスが絶妙な逸品です。直ぐに全種類を堪能してみたいと『食中間』で考えました。基本五味をしっかりと感じ、控えめながら熟成した『酸味』の深い味わい、かすかな全体の味を引き締めている『苦味』、包み込まれるような『旨味』、同じように控えめながらも円熟のくどくない優しい『甘味』、しっかりとした味付け、味の濃さを感じる辛い味、鹹味、『塩味』を実感しました。この五味の絶妙なバランスが、老若男女を問わず、多くの方が好ましいもの、食べ進めたいものと思わせる理由となります。肉料理、魚料理の一品一品の食感が程よく大変満足できる奥行きのある味のオードブルだと思います。それぞれの特徴が生かされ、また噛み応えの良さも感じる食べ心地の商品です。基本五味の絶妙なハーモニーが五感を刺激して『美味しさ』へ導いてくれました。直ぐにもう一つ違う味のものを食べたくなる、まさに手が止まらなくなる盛り沢山の種類、そして味で食中間においてヤミツキになりました。見て楽しく、華やかでワクワクする、そして食べて味わい深さを感じ、食べ進めたくなるそんな逸品です。



## 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	味付けが全体的に濃いので食べ進めているうちに全て同じ味付けに感じてしまう。味の違いが分かりにくい。伊料理と仏料理は魅力的だがその一つ一つの特徴が説明されていない。
気候・地域	冷凍ではなく冷蔵が届くが賞味期限が発送日を含む2日間なので全国的な発送は難しく思われる。また料理内容の一品ごとの説明がなく、内容を理解、確認しながら食す楽しみができない。
食経験・食習慣	伊料理と仏料理と重が2つに分かれているのは魅力的だが、別々の料理としての味の違いが分かりにくい。伊料理が肉、仏料理が魚であれば、どうしてそうなったのかの説明が欲しい
健康・生活様式	種類は多いが見た目の色合いは、かなり地味に感じる。またどんなオードブルかを明確にする説明等もあると、購買者に伝わりやすくなるのではと考える。

### 基本五味のレーダーチャート



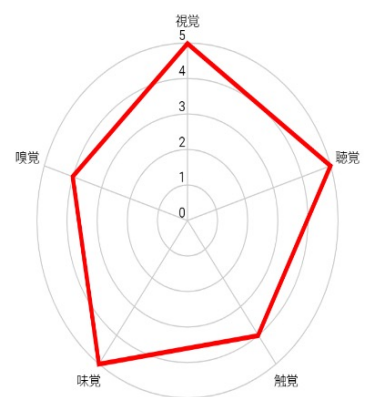
五味	評点
酸味	4
苦味	4
うま味	5
甘味	4
塩味	5

### 広い意味での味覚のレーダーチャート



広義の味	評点
風味豊かな味	5
安心感のある味	5
コクのある味	5
デリシャスな味	4
後を引く味	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	4
味覚	5
嗅覚	4



## 1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

色々な種類の料理が味わえます。それぞれが丁寧に調理されていて見た目にも豪華で、テーブルに彩りを添える素晴らしい逸品だと思いました。気軽に一口で食せるサイズに切り分けてあるのも好印象を感じました。また、料理の種類が多いので、好き嫌いがあっても集う人全員が楽しめるものと考えます。食べ易さ、また沢山の種類の料理を試したい、そんな気持ちを考え一口で食せるサイズに切り分けてある事にも好印象を持ちました。肉、魚料理それぞれの一品一品の食感が程よく大変満足できるオードブルだと感じました。人気のイタリア料理レストランやフランス料理レストランの味が簡単に自宅で楽しめます。彩よく盛り付けられた2段の重箱内の品数の多さも満足できるものです。

## 2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

まずは見た目に祝いの品と連想して好ましく感じます。また、商品名から年始のおせちだけでなく季節に関係なくホームパーティなど用にも選ばれそうな商品だと感じました。パッケージは見栄えがよく、食べる前から気持ちを高揚させます。ゴージャス感のあるボックスに細かく仕切があり、それぞれ味が混ざらないようにしてある気遣いも素晴らしいです。そのままテーブルに並べても良いのですが、皿に移す時の盛り付け方、そして、それぞれの料理の説明のリーフレットがあったら、現代の料理を更に楽しみたい消費者には有難いです。それに加えて、例えば、「海と山のおせち」等、どんなオードブルかを明確に表現するコピーなどがあると、商品内容への理解度がアップされ、更に好ましが伝わり易くなるのではと考えます。

## 3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

まずはコストパフォーマンスの高さを強く感じます。今後、他商品との差別化ポイントを明確にした上で、それをネーミングやサブタイトルに落とし込んで良いのではと感じます。例えば、「毎年売り切れ」等の「売れている感を出す」のも宜しいのではと考えます。他社には、あまり感じられない好ましい詰め込み感も感じられ選ぶのが楽しい商品と思われる。ただ、若干色合い的には華やかさがそれほど感じられないところは、更に検討が必要と考えます。更なる拡大販売を試みる企業努力は素晴らしいと思います。ハイクオリティ、美味しさ、USPを感じる当該商品は、地元以外の人でも取り寄せ等をしてみたくなる逸品です。現代の消費者のニーズに合致した商品です。

## 4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

SNSなどを使った若い夫婦層へのちょっとした祝いへの訴求、展開が必要に思われました。現状、季節商品ですが、日頃からブランディングすることでさらなる拡大販売に繋がります。お正月以外にパーティなどでも活用が可能と考えます。「自社サイトやSNS」で情報発信しているので、情報がタイムリーに伝わり、予約、購入できるのが良いです。更に予約開始の時期に合わせてメディアへの情報発信もあると更に良いと考えます。高額商品なので、リピーター購入者から、更に口コミで広げて頂く事が有効と考えます。また、今後の更なる積極的な情報発信により今まで以上の商品認知度のアップや購買層の拡大が見込めるとも考えますが、まずは各レストランと連携して予約、販売している体制をいかに拡大するかがキーになると思います。

## 5. ブランディング要因

商品を愛している様子が、説明コメントからも伝わってきて、好ましく感じました。ただ、ネーミングが「オードブルボックス」のままでは、顧客がどう覚えて良いものか分からなくなると思います。予想として、レストラン名+オードブルボックスは如何でしょうか。オリジナリティを感じさせる適切な名前と共に覚えてもらうことで、よりブランディング的に好ましい状況になるのではと考えます。そして、当該商品にはまだまだ既存顧客以外の層への訴求力を強く感じます。新規顧客獲得が見込める味のバリエーションとその良さ、魅力があり、今後、イタリア・フレンチ両料理の特色を更に強化して打ち出していくと、需要も拡大すると予想します。そしてその為には、食の安心・安全について常に情報発信するコンテンツが同時に求められます。

## 6. 素材・安全性・その他

国内流通の素材を使うなど安全への取り組み、商品管理がしっかりなされている事に強い安心感を感じます。大量生産ではない良さが非常に好ましく感じられる逸品です。今後も期間限定、数量限定を続けて更に価値感をあげて頂きたいです。また商品数が多いため、保存料・着色料の利用は現状しかたないのですが、できる限り減らすことで、更に別の訴求軸が見つけられるのではとも考えております。農薬検査をしていないのが一つの不安材料ではありますが、素材本来の自然で新鮮な味を追求して作るその思いや拘りが当該商品の高品質を保ち、安心・安全に繋がっていると実感したいです。安心安全を基に食(内容)への拘りについて更に説明があると差別化となって良いと思います。

# 審査レポート



商品名

オードブルボックス

評価結果

グランプリ

受賞回・年月

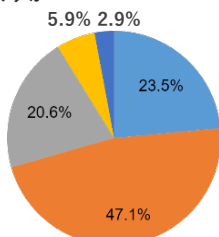
第77回 (2024年7月)

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。

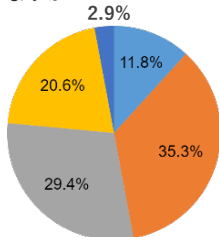
## WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通  
■ あまりない ■ ない

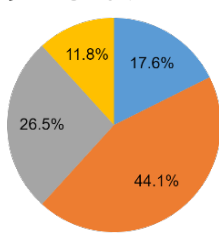
1 この商品に興味がありますか



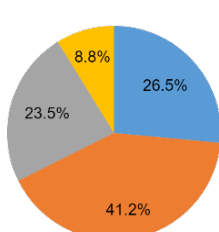
2 この価格で買いたいと思いますか



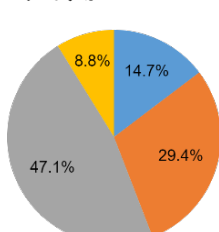
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

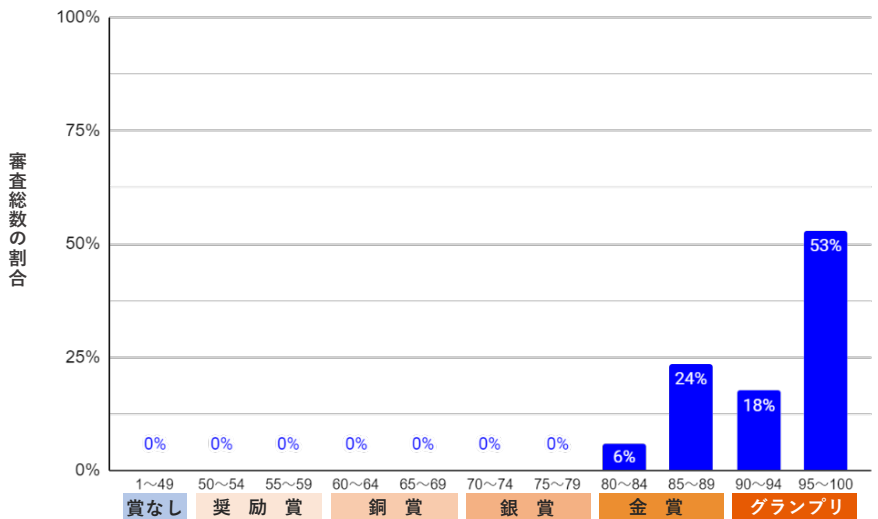
評価が高かった内容

イタリア料理、フランス料理のレストランの味が手軽に自宅で齎数が多く、具材・調理法もバラエティーに富んだ楽しい商品。多岐にわたる伊・仏の逸品がぎっしり詰められていて、豪華さを強調した瞬間から味ははっきりと確認できる美味しさが素晴らしい。肉や魚の一品一品の食感が程良く、大変満足できるオードブル。見た目が華やかで楽しく、ワクワクし、食べてその良さが味わえる。商品サイズで様々な料理が並んでいて、それを楽しむ事ができる。

評価が低かった内容

味の付け方が全体的に濃いので、酒は進むが味の違いが分かり難くなる。賞味期限の短いのが購入の妨げになりそうに感じる。イタリア料理とフランス料理の違い、区別がはっきりしていない。1段目と2段目の賞味期限を分けるなどで更なる工夫を考慮されたい。商品中にメニュー表が欲しい、また適切な解凍時間の明示も必要。デザートとなるスイーツの一品も含まれていたが、違和感を感じた。冷蔵庫に収納するには正方形より長方形の方が良い。

## 点数分布

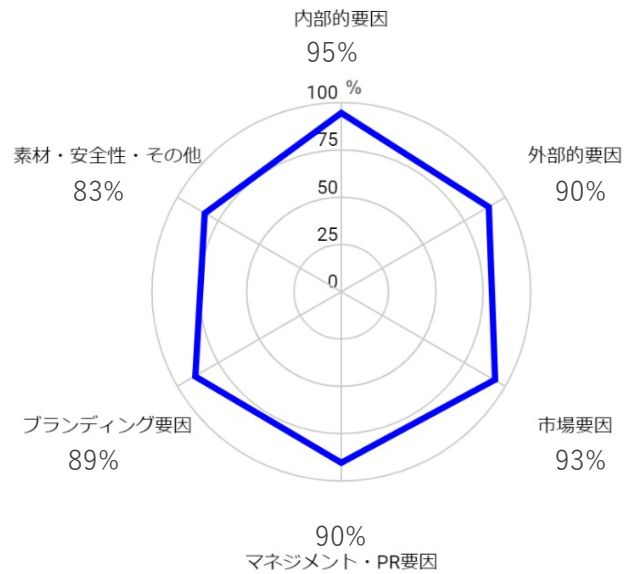


審査員全員が83点以上の評価を付けました。総合評価93% (平均92.8%) となっています。内訳としては、『金賞』が29%、『グランプリ』が71%という分布となっています。その結果からも商品自体の魅力が強く感じられる事が証明され今回『グランプリ』受賞となりました。また、グラフが高得点に寄った理由として、性別や生まれ育った地域による嗜好に影響を受ける事なく、老若男女全ての人々が好む料理の豪華さを感じさせる見た目、味のクオリティの高さが、多くの人の共感を得た事が挙げられます。またアンケートの結果から7割強の人が「興味がある」と答えている事を見てもイタリア料理やフランス料理のレストランの味が手軽に自宅で楽しめるのは非常に強みと言えます。

# 審査レポート

## ■ 要因分布

全要因において、83%以上（平均90%）という高得点でありバランスの良い結果となっています。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」は、味覚・食感などで魅力を感じるもので95%と高い評価となりました。次いで、市場、トレンドから構成される「市場要因」は消費者のニーズに十分に答えられる商品であるとの認識で93%の評価となっています。ネーミングやパッケージから構成される「外部的要因」についても90%、同様に、「マネジメント・PR要因」についても、今後、更なる宣伝活動の充実、環境の変化により市場を大きく広げられる可能性を持つ事への期待度が高く同様に90%の評価となりました。次いで、「ブランディング要因」でも、元々、独自性の高い訴求ポイントを有する商品との認識で89%の評価となりました。そして「素材・安全性・その他」の項目については、当該商品への拘りは、十分理解されながらも品数が多い事での、保存料・着色料の使用について、できる限り減らすことへの検討や農薬検査等を行うことで、さらに別の訴求軸が見つけられるのではと思います。そんなマイナス要素を考慮して、今後の期待度、のびしろとして83%の評価となっています。



## ■ 総評

海外（発祥はフランス）で「オードブル」とは、元々、作品外、メニューにない料理という意味があります。お通しのような扱い、コース料理の前菜で食欲をそそるためのものとして、塩分や酸味が強い料理が出されました。日本では、「オードブル」には2通りの意味があり、1つは海外と同様の「前菜」という扱い、もう1つは酒のつまみや軽食の際に円形の皿に盛られた料理をオードブルとし、大勢の人が集まるときに振る舞うことです。日本において、最近では後者の方が主流です。当該商品「オードブルボックス」は、品数が多いので、好き嫌いがあっても集う人全員が楽しめる、また一口で食せるサイズに切り分けてあるのも好印象な、見た目が華やかで気分が盛り上がる逸品です。当該商品「オードブルボックス」の料理を実際に試食した時、口に入れた瞬間から味ははっきりと感じられる肉、魚の一品一品の食感が程よく大変満足できるオードブルだと感じました。それぞれ丁寧にしっかり調理されていて見た目にも豪華でテーブルに彩りを添える素晴らしい商品だと思います。見た目が華やかで気分が盛り上がり、好ましく感じられる手の込んだ料理が手軽に食べられる、年始のおせちとしてだけでなく季節は関係なくホームパーティなど用にも選ばれそうな商品だと感じました。ただ、当該商品『オードブルボックス』にも、まだ少し改善の余地があるとも考えます。消費者の視点から気になったのは、賞味期限が短い事による遠方からの購入の妨げになりそうなところ。また、その為でしょうか塩味が強い一品が多い事も感じます。そしてフランス料理とイタリア料理の味の違いが明確で無い様に感じられるのも気になります。ただ、当該商品には、大量生産ではない良さが強く感じられるので期間限定や、数量限定を続けて更に価値観をあげて欲しいと思います。最後に当該商品「オードブルボックス」の「開発エピソード」や「生産までの苦労話」を商品ストーリーとして消費者に発信することにより更に価値を高め差別化を可能とします。「どんな人が作っているか知りたい」などの消費者の想像力を刺激させ「消費者が共感できるポイント」を確立することが更なる知名度アップ及び販売拡大への重要なカギとなります。当該商品はそれ自体完成度が非常に高いものであり、地元では幅広く周知されている商品です。商品の持つ可能性の更なる向上を期待していま



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 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