



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート



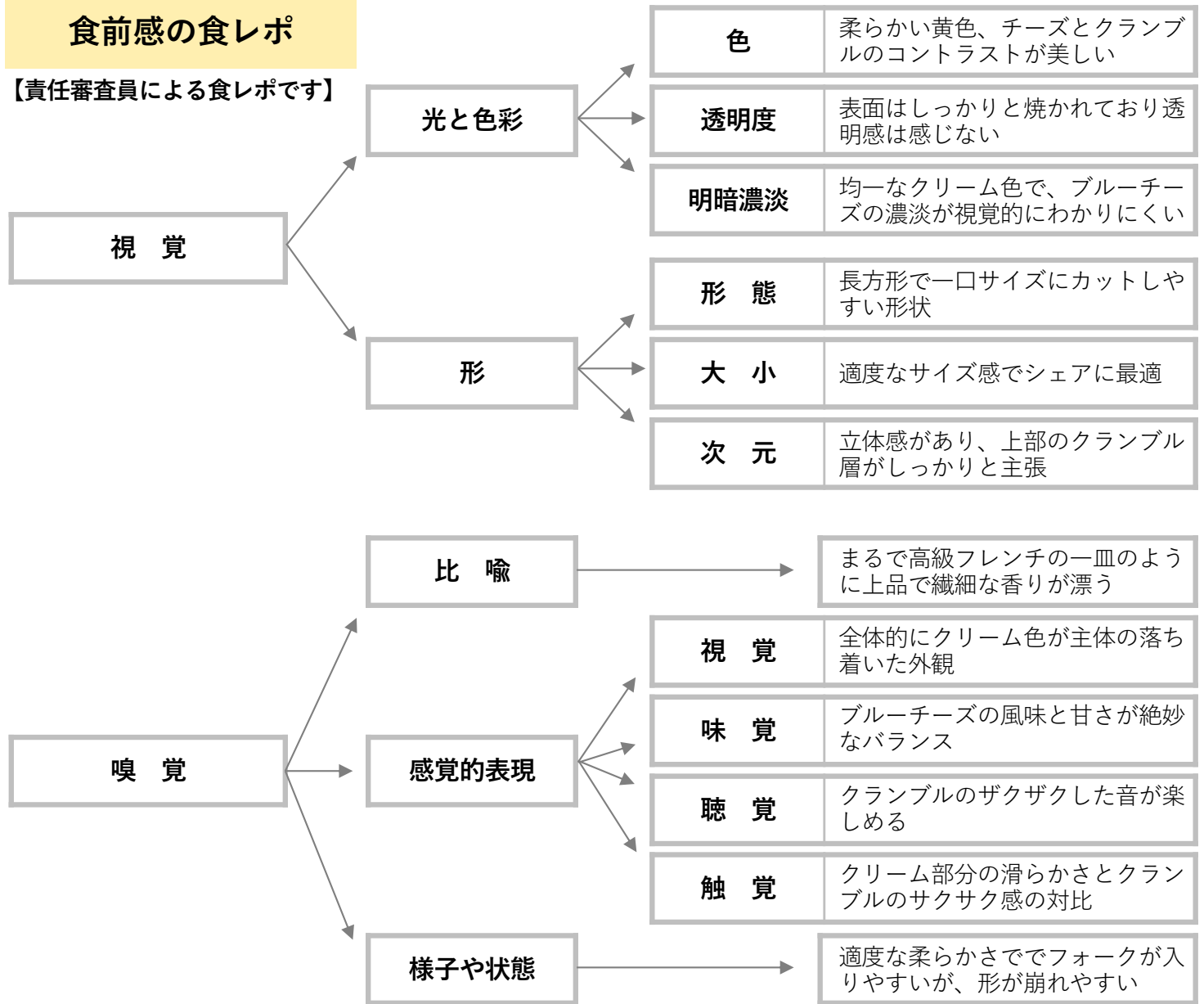
食の情報の専門家
一般社団法人
日本フードアナリスト協会
Japan Food Analyst Association Certified



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

本商品の外観は全体的に均一なクリーム色で、ブルーチーズの存在感が視覚的にはほとんど見受けられません。しかし、その控えめな外観が逆に上品で落ち着いた印象を与えます。一口サイズにカットしやすく、長方形の適度なサイズ感がシェアに最適です。立体感があり、上部のクランブル層がしっかりと主張しています。視覚的にはブルーチーズの色がほとんど見えないため、初めての方にはややシンプルな印象を与えるかもしれませんが、それがこの商品のミステリアスな魅力でもあります。光と色彩、明暗濃淡の点ではクリーム色が主体で、濃淡のコントラストは控えめです。

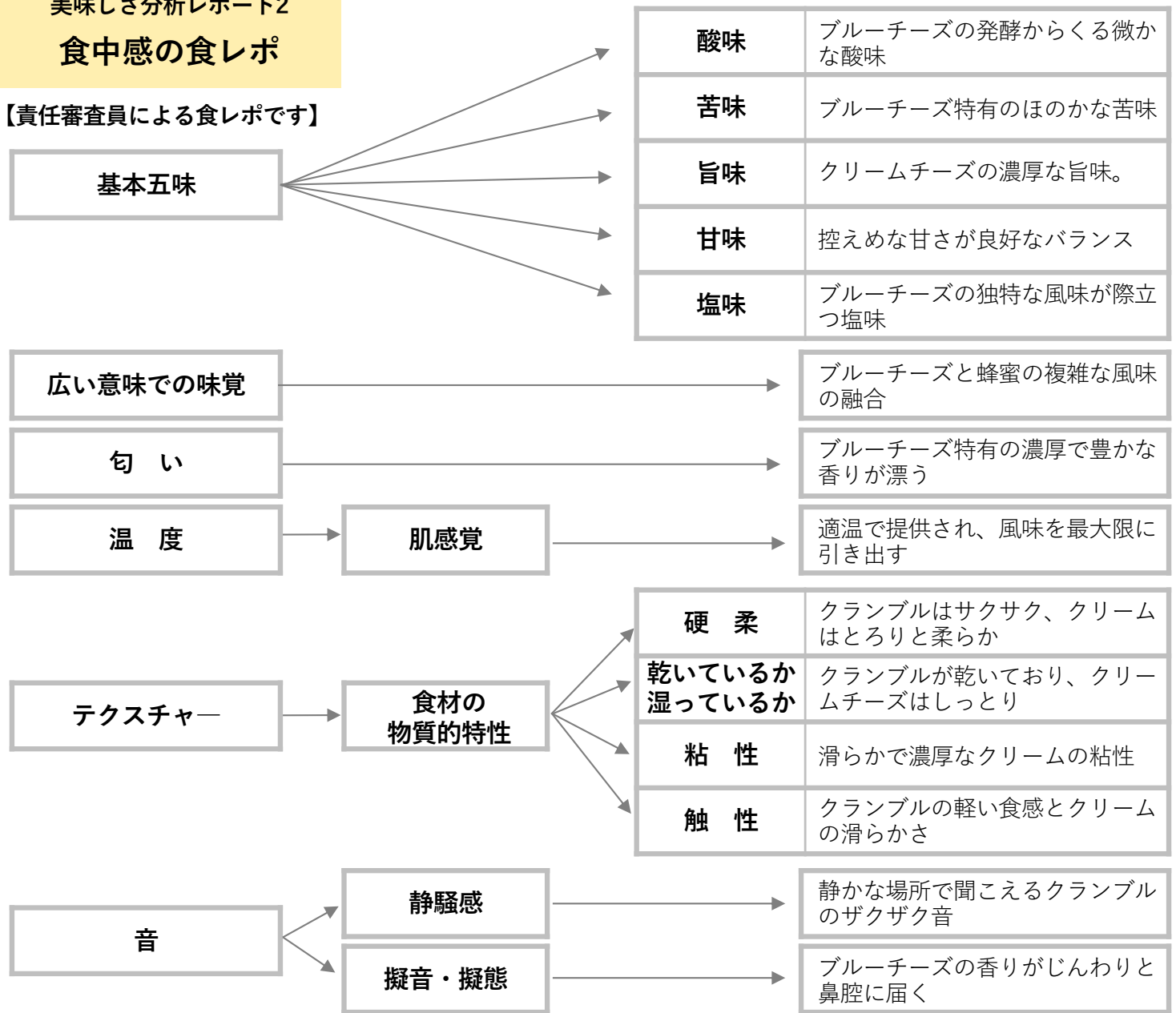
嗅覚の点では、ブルーチーズの香りがしっかりと感じられ、甘さと塩味のバランスが絶妙で、香りだけで食欲をそそります。その上品な見た目と豊かな風味、そして多様な食感が楽しめます。ブルーチーズの独特な風味と上品な甘さが絶妙にバランスしており、22時の贅沢なひとときを演出するのにふさわしい商品です。シンプルながらも贅沢なひとときを提供する一品として、高く評価できます。



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

本商品は、その独特な風味と食感で食べる人に深い印象を与えます。ブルーチーズの発酵による軽い酸味とほのかな苦味が絶妙なバランスを生み出し、クリームチーズとマスカルポーネの濃厚な旨味とその複雑な風味を引き立てています。また、蜂蜜の自然な甘みとブルーチーズの独特な風味が織りなす塩味が、全体の味わいをより深くしています。これらの味覚の調和は、単なるデザートを超えた、奥深さを提供してくれます。食感に関しては、クランブルのサクサク感とクリームのとろりとした柔らかさが絶妙なコントラストを成し、滑らかで濃厚なクリームの粘性とクランブルの軽い食感が、口の中での楽しい体験を生み出しています。音に関しても、クランブルを噛む際のザクザクとした音が心地よく、食べる楽しさを増幅させます。ブルーチーズと蜂蜜の香りが口に広がる感覚や、ブルーチーズのクリーミーな質感が強く印象に残ります。本商品は五感に訴える多層的な体験を提供しており、ただのチーズケーキとしてではなく、贅沢なひとときを演出する一品として高く評価できます。



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

ブルーチーズの豊かな風味が持続し、後味には蜂蜜のやさしい甘さが残る。余韻が長く、口の中に心地よい満足感が広がる

気候・地域

日本の気候に合った滑らかな口当たりと、北海道産クリームチーズの上質さが特徴。町田産蜂蜜が地元の特産品として活かされている

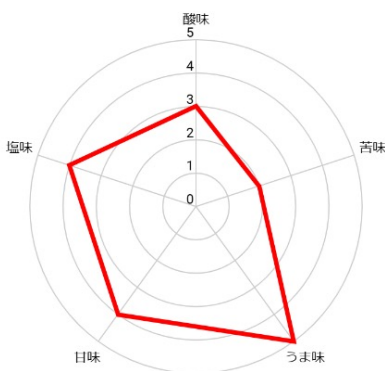
食経験・食習慣

和洋の食文化を融合した独特の味わい。特に和食の素材に慣れ親しんだ方には、ブルーチーズのクセが新鮮に感じられる一品

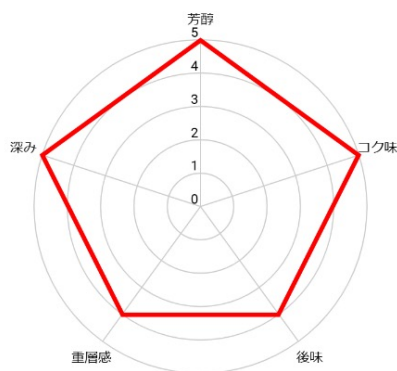
健康・生活様式

グルテンフリーで、小麦アレルギーや健康志向の方にも配慮された設計。保存料不使用で安心して食べられ、健康を意識したライフスタイルに適した商品

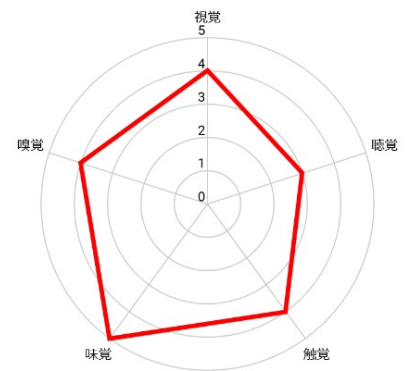
基本五味の
レーダーチャート



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	3
苦味	2
うま味	5
甘味	4
塩味	4

広義の味	評点
芳醇	5
コク味	5
後味	4
重層感	4
深み	5

五感	評点
視覚	4
聴覚	3
触覚	4
味覚	5
嗅覚	4

1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

ブルーチーズと蜂蜜の調和が際立っています。五感に訴え、全体のバランスを崩さない絶妙な調整が施されており、町田産の蜂蜜がさらに味わいを引き立てています。しっとりとした食感とクランブルのサクサク感のコントラストが、食感の楽しさを増幅させます。また、グルテンフリーである点も、健康志向の消費者に対する配慮として高く評価できます。ブルーチーズの風味がもう少し強調されると、全体の味わいがさらに引き立つでしょう。全体的に、他社製品との差別化も図られており、贈答用としての価値も高い商品です。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

「#22時の誘惑」というネーミングは、商品のコンセプトを的確に伝えており、消費者の心を引きつける効果があります。また、パッケージは黒を基調としたシックなデザインで高級感があり、贈答用としても喜ばれるでしょう。特に、蜂蜜が瓶で同封されている点が特別感を演出し、開封時の喜びを増幅させます。ただし、プレカットされていないため、家庭での取り扱いに少々不便さがあるとの指摘があります。全体的に、ネーミングとパッケージデザインが商品の価値を高めており、話題性も高い商品です。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

ターゲット設定が明確であり、30代以上の大人、特に女性を主な顧客層としている点が評価されています。グルテンフリーなどのトレンドに沿った特徴が、健康志向の高いチーズ好きの人に刺さります。ホテルブランドのイメージを活用した高級感のあるギフトセットは、消費者に対する訴求力が高いです。ただ、現時点での認知度が低い点は、ターゲットに応じた訴求方法の工夫が必要です。価格設定はやや高めですが、こだわりのある商品であることをしっかりと消費者に伝えることで、納得感のある価格とすることが重要です。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

本商品のマネジメント・PR要因については、広報や広告戦略がしっかりと計画されており、素材の選定から安全性の取り組みまで、広く消費者にアピールしています。スタッフのホスピタリティが商品にも反映されており、顧客マネジメントや製品マネジメントの体制も整っている点が高く評価されました。品質管理と衛生管理が徹底されており、安心安全なイメージを消費者に提供しています。広報活動において、消費者に親しみを持たせるような社風や社員の姿を見せることで、さらに信頼感を高める効果が期待されます。

5. ブランディング要因

本商品のブランディング要因は、高級感と大人向けのスイーツとしての位置づけが成功しています。特に、ホテルメイドのケーキというプレミアム感が強調されており、贈り物としても話題性があります。SNSを活用した戦略的な広告活動、特にInstagramを中心に費用をかけたプロモーションの実施や、アンバサダーやインフルエンサーの起用も時代に合ったアプローチであり、商品の認知度向上に寄与しています。ケーキに合う蜂蜜をセットにすることで地域性と独自性を強調し、ブランドの差別化に成功しているといえます。

6. 素材・安全性・その他

本商品の素材・安全性への取り組みは非常に高い評価を受けています。アレルギー持ちの消費者も安心して利用できるよう、米粉を使用したグルテンフリーの対応、保存料や着色料不使用、トレーサビリティ管理や農薬検査の徹底など、安全性への配慮が感じられます。製造管理やスタッフの衛生管理も徹底しており、高い信頼感を獲得できます。ただし、例えば、北海道産クリームチーズの添加物の有無やマスカルポーネとブルーチーズの産地など、消費者が安心できるような明確な情報提供も求められます。

審査レポート



商品名 # 22時の誘惑 ブルーチーズケーキ~Bella~

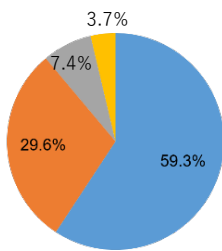
評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第78回 (2024年8月)

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。

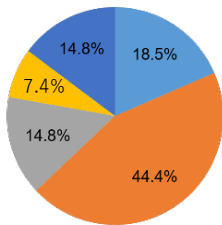
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

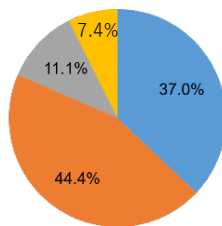
1 この商品に興味がありますか



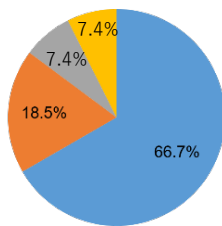
2 この価格で買いたいですか



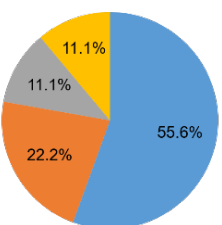
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

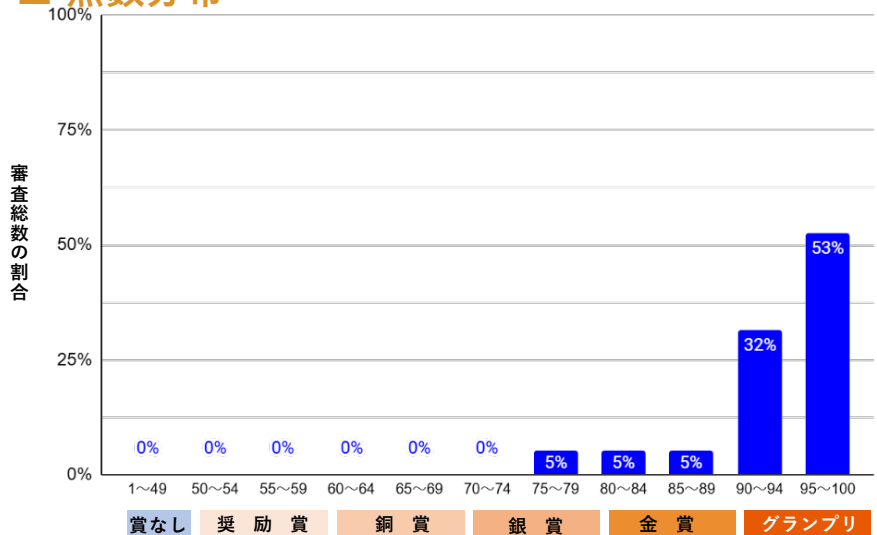
評価が高かった内容

ブルーチーズのクセがしっかり感じられる
バスクチーズのように一部とろける食感が素晴らしい
ブルーチーズの濃厚な味わいで少量でも満足感が得られる
濃厚さと塩味がよくマッチして、美味しさを引き立てている
蜂蜜が濃厚な分、ブルーチーズとの相性が際立っている
クランブルのサクサクが際立つのでより美味しく感じる
食感もとろり、ザクなど、対比があって楽しい

評価が低かった内容

クランブルとクリーム層の柔らかさの差により崩れやすい
クランブルが甘いのでブルーチーズの塩味が控えめに感じる
食べたい時にカットしにくい
北海道産クリームチーズの添加物が不明である
食べたい時に食べたい分だけ解凍できない
まだブランディング力の弱さを感じる
価格が高いと感じた

点数分布

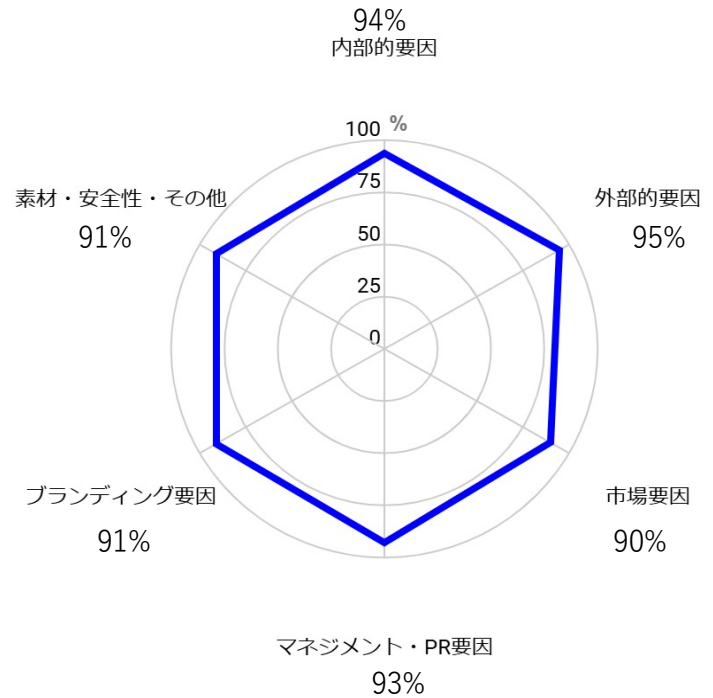


Webアンケートと審査員の点数分布を分析すると、全体的に高評価を得ています。「商品に対する興味」に対して44.4%が「とてもある」と回答し、消費者の関心が高いことが伺えます。また、審査員は53%がグランプリにふさわしいと評価しました。特にブルーチーズと蜂蜜の組み合わせが高いUSPとして認識されています。消費者の価格に対する評価を改善するためには、商品の付加価値や安全性への取り組みをより明確に伝えることが有効です。

審査レポート

■ 要因分布

本商品は、全体的に評価が非常に高く、特に外部的要因が95%、内部的要因が94%と高評価を受けました。ネーミングやパッケージの魅力、ブルーチーズと蜂蜜の独特な組み合わせが強い訴求力となっています。マネジメント・PR要因も高く評価されており、広報活動やマーケティング戦略の効果が明確です。素材・安全性についても、米粉の使用や添加物の不使用、原材料の追跡可能性の確保により、消費者に安心感を与えています。ブランディング要因では、高級感と特別感が伝わり、贈り物としての価値が強調され、市場要因もターゲット層に合った商品設計や価格設定が市場ニーズに適合していると評価されています。全体として、本商品は高品質とブランド力を兼ね備え、多くの消費者に支持される商品です。



■ 総評

本商品は、全体的に非常に高い評価を受けています。特に、ブルーチーズと蜂蜜の組み合わせが独特であり、高いUSP（ユニーク・セリング・プロポジション）として評価されています。また、その特徴的なネーミングと高級感あふれるパッケージデザインが、多くの消費者の関心を引くでしょう。さらに、パッケージは開封後の保存がしやすい設計で、消費者への配慮が感じられる工夫が施されています。通常のサイズ感よりも長さに余裕を持たせた真空パックは、商品の約二倍の長さがあり、ケーキの保護と保存の面で優れた設計となっています。これにより、残ったケーキをパッケージに戻す際もスムーズで、保存時の利便性が高いです。このようなデザインは、消費者が商品を長く楽しむための工夫がなされていると評価できます。

しかし、いくつかの改善点も指摘されています。プレカットされていないため家庭での取り扱いがやや不便と感じられることがあります。また、一部の審査員からは個人の嗜好の違いはあるものの、塩味が強すぎるとの声や、ブルーチーズの風味が控えめであるという意見がありました。特にブルーチーズを好む消費者には風味が物足りないと感じる可能性があるため、風味の調整は一考の余地があると思います。

さらに、商品の独自性をより一層引き立てる手段として、ホテルの名前にもなっている画家「レンブラント」にちなんで、内面的な深みとドラマティックな表現を追求するブランドイメージを強調することができるのではないかと思います。また、他のフレーバーの展開やシリーズ化も視野に入れることで、ブランドの魅力をさらに上げることが期待されます。本商品は高品質とブランド力を兼ね備え、多くの消費者に支持されるポテンシャルを持つ商品であるといえます。今後も、さらなる商品開発とマーケティング戦略の強化により、多くの消費者に愛される商品として成長していくことを期待しています。





Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション