



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

糖質0中華麺



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

審査レポート



商品名 糖質0中華麺

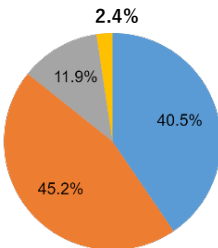
評価結果 受賞回・年月 第81回 2024年11月

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。

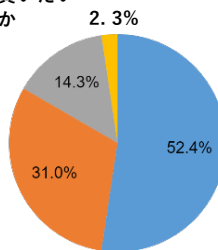
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

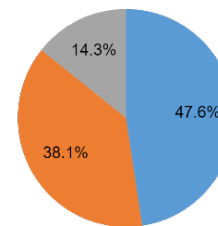
1 この商品に興味がありますか



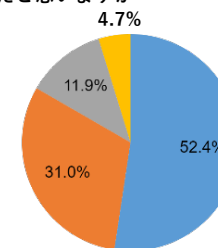
2 この価格で買いたいですか



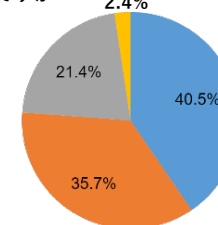
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

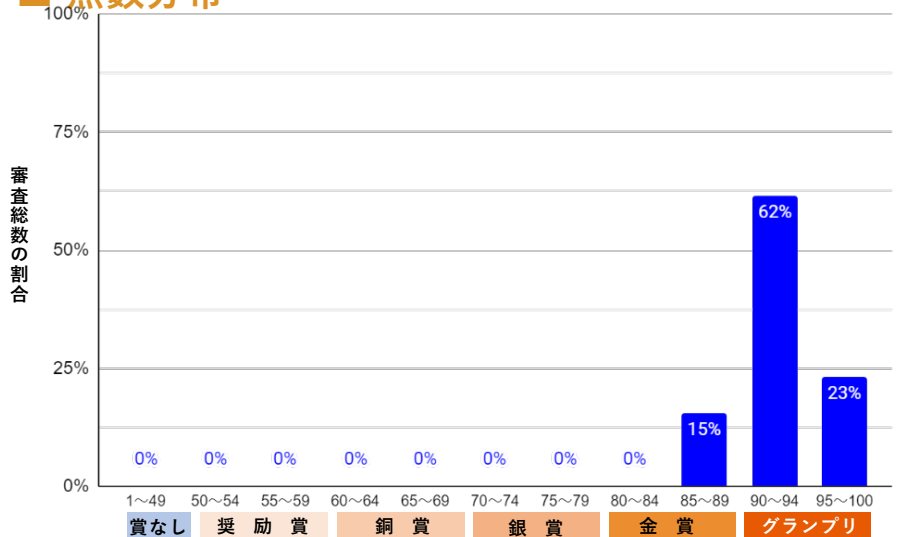
評価が高かった内容

こんにゃく独特の臭みがないところが良く、食べやすい
水でさっと洗うだけで食べられる手軽さが非常に良い
火を使わなくて済むので、暑い夏に調理しやすい
ダイエット中の人にピッタリで、現代に合っている
群馬県産のこんにゃく製品ということで安心感がある
こんにゃくパークの商品なので面白く、購入意欲が湧く
中華麺と見間違えるほどのそっくりな色味で素晴らしい

評価が低かった内容

パッケージは色を使い過ぎていて、目が疲れる感じがする
こんにゃくパークのロゴがあるが、こんにゃくと記載がない
つるつると言っているが、歯茎でつぶせず咀嚼しにくい
麺と思って食べるとやはりこんにゃく臭が気になってしまう
商品名「糖質0中華麺」の名がパッケージにないのが気になる
パッケージに切り込み口がないので開けにくく感じた
こんにゃくパークと本商品の関連性がわかりにくい

点数分布



総合点数から、「グランプリ受賞」相当の結果となりました。評価の内訳は「グランプリ」の中でも23%が95点以上と評価し、90点以上であると評価したものが62%あります。合計85%がグランプリであると認めております。

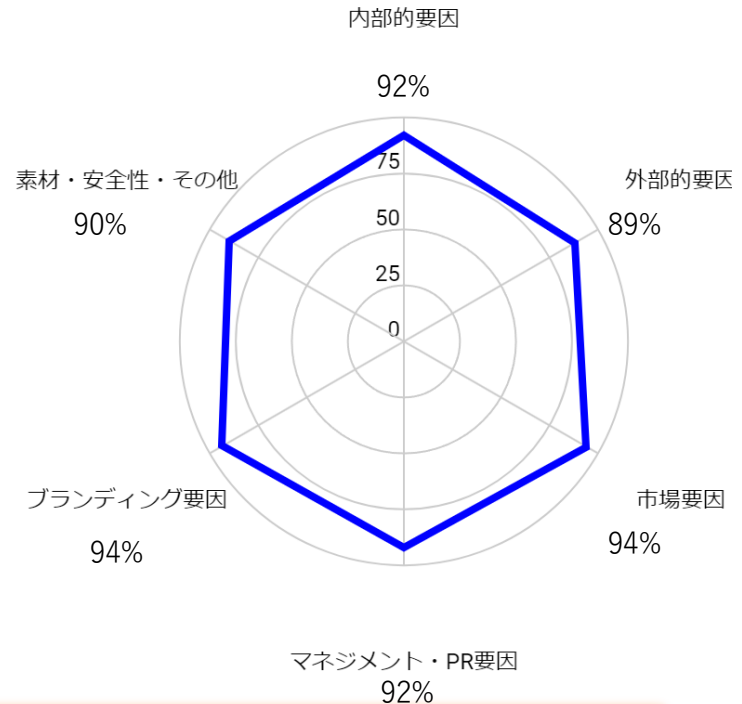
Webアンケートでは、この商品に興味があると85%の審査員が回答しました。また、80%以上がこの商品をこの価格で買いたい、USP (その商品の独自の売り)があると高い関心を示しております。この商品をターゲットにする客層も多いと思われます。

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94%、市場・トレンドから構成される「市場要因」が90%、マネジメント・広報などの「マネジメント・PR要因」が92%、「ブランディング要因」は94%、「素材・安全性・その他」要因が90%と大変高評価です。こんにやく独特の臭実がないところや、水だけで食卓に乗せることができる手軽さ、ダイエットに最適である点が評価されました。

ネーミングやパッケージから構成される「外部的要因」は89%で、こちらも高評価です。90%に達しなかったのはパッケージが開けにくい点、糖質0が目立ちますが、何の商品であるかわかりにくかった点が上がりました。



■ 総評

文句なしの「グランプリ」の評価です。こんにやくと知らなければ本当の麺と見違えるほどの麺であり、ツルツルとど越しの良さが感じられました。こんにやくの持つ独特の臭みはなく、ひんやり感が夏の暑い日の冷やし中華に最適であると高い評価を得ました。中華麺のスープとの絡み合い方も本物の中華麺と遜色ありません。

また、昨今の健康志向の中でカロリーを抑えたい消費者、糖質を抑えたい消費者にとりまして、こうした商品はマンネリになりがちなダイエット食に、バラエティに富んだ食生活をもたらすことができます。お求めやすい価格帯であり、一食ずつのパッケージは年代問わず助かりますし、家族の中で一人だけ本出展商品を食卓に乗せることも可能になってきます。

一方で、見た目が普通の中華麺と同じ色で同じ形状なので説明を受けないと本物と思いこむことが考えられます。パッケージの表には「こんにやくパーク」のロゴがありますが、糖質0が大々的に表記されており「こんにやく」であるとは書かれておりません。麺の長さはかなり長く1mを超えるものもたくさん入っております。箸でつまんだ時、その手を高く持ち上げてもまだ器からすくいきれないことがあるほどです。ズズッと吸い込みながら食べてしまった時にのどを詰まらせてしまう危険性があると思われます。袋にも注意書きは入っていますが、全体として少し短めにされてもよいのではないかと思います。

本出展商品は、こんにやくパークを中心としてブランディングされている点や、地域産業の発展につながる商品である点も、群馬県の生産者のみならず消費者にとっても嬉しいところであると考えます。出展企業様の今後のご活躍と更なるご発展を期待しております。



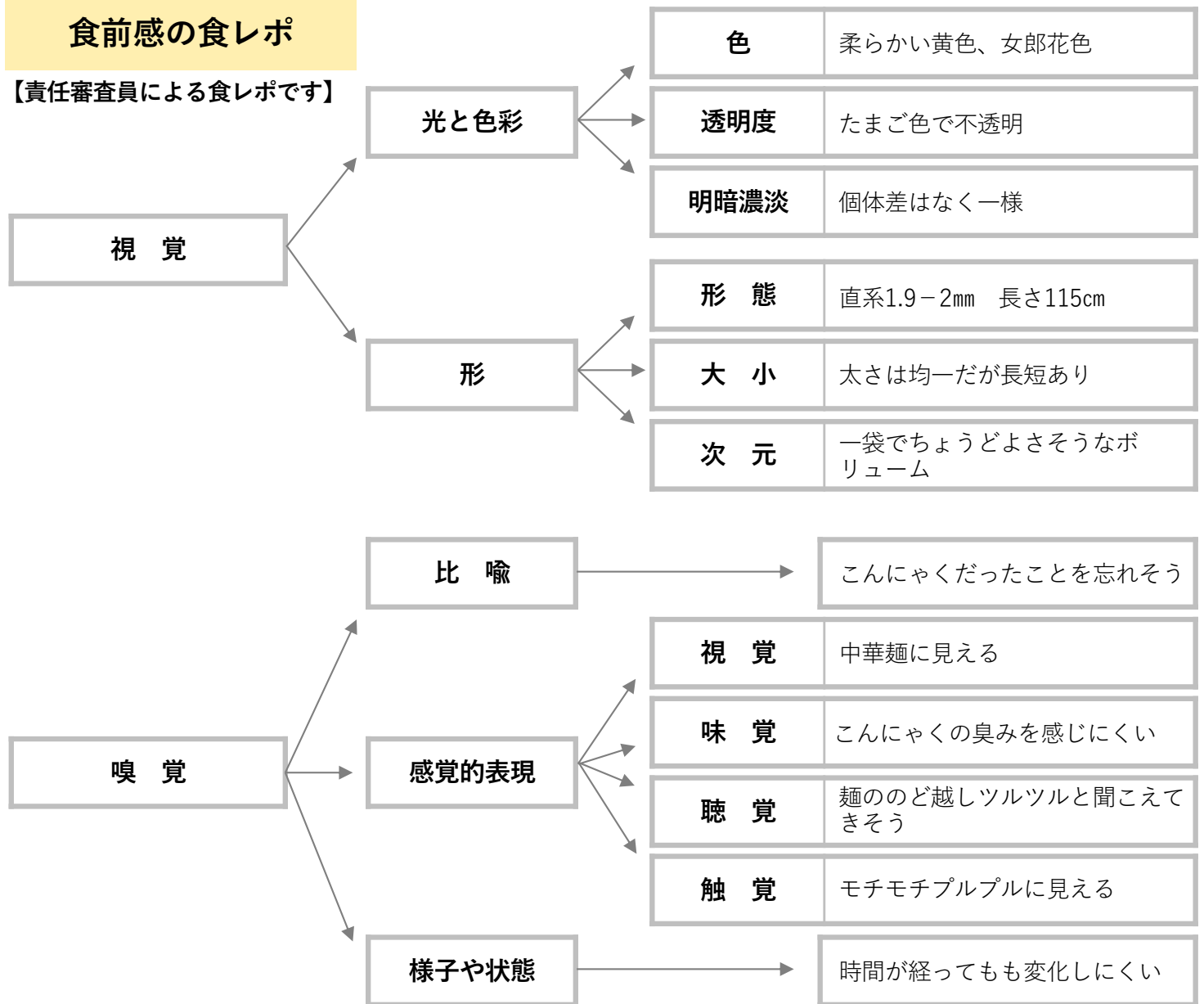
〒102-0082 東京都千代田区一番町15-8 壱番館5階
Tel : 03-3265-0518 / Fax : 03-3265-0519
Mail : info@foodanalyst.jp



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

パッケージは1食分ずつになっているので、家族人員数が少ないご家庭であっても、家族の中で自分だけ糖質①の本商品に置き換える人であっても利用しやすい分量となっています。切込み口がなくて開けづらい点はあるものの、開けたらすぐ水洗いするだけでいいのは消費者にとってありがたいところです。封を開ける前は、よくあるタイプの白滝に色を付けただけのものかと思いました。しかし麺に卵を練りこむことで白滝のように半透明ではなく透過性のない麺となっています。あたかも本物の中華麺かと思うほどのそっくりさんとなっています。

こんにゃくですので糖質ではなく食物繊維に分類されますが、糖質0と表現されたところはさすがだと思います。昨今の糖質0がもてはやされる点をしっかりっキャッチされております。

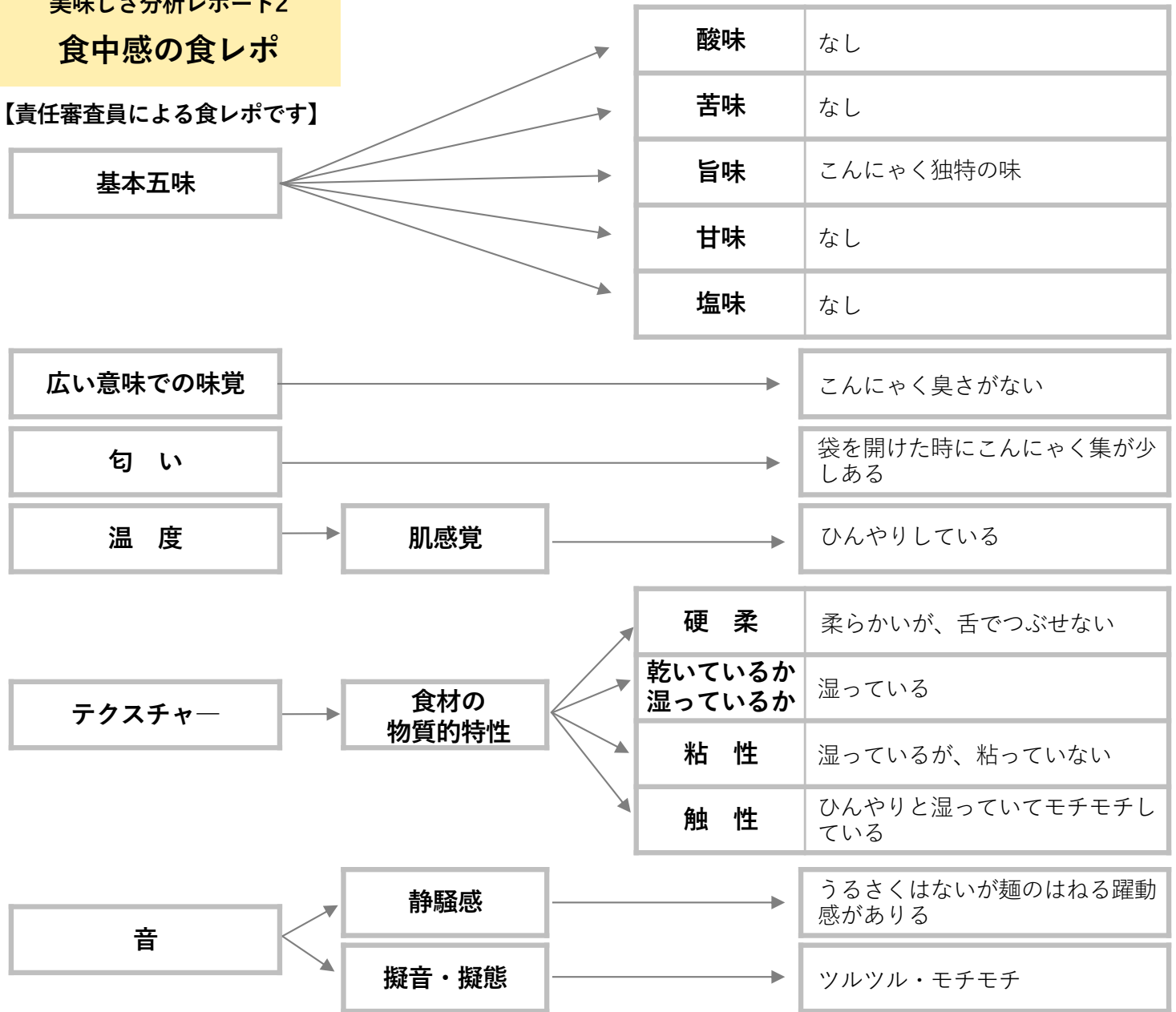
夏の暑い日に早くツルツルッと中華麺を食べたい、という気持ちを抑えつつでササッと水通ししてただけで食べられるというのはありがたいです。



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

袋を開けた瞬間にこんにゃく臭が少し残るが、水さらしによってすぐに臭みは消えます。こんにゃく麺を口にするるとひんやり感があり、夏の暑い日には涼が取れて口当たり良くツルツルと流し込めます。若干のこんにゃく臭は残っていますが、麺だけで食べるわけではないので、冷やし中華麺のつゆ等の味が良く絡みつきうまい具合においしくなります。かすかに感じるこんにゃく臭を感じにくくするためにも冷やし中華麺のような濃い味付けが合うと感じました。

ツルツル感は大変おいしさを増すところですが、気になる点があります。

というのも、弾力がありすぎて、歯茎で噛み切りづらいです。麺を食べるときは歯だけでかんでいるのではなく、勢いよくツルツルズズッといく時は上あごと舌で押し切るようにしてのどに流し込んでいると思います。でするので本物と思って食べると少々危険があるのではないかと感じます。



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

こんにゃくの臭みのない味です。

気候・地域

夏の蒸し暑い中に涼やかな麺を思わせます。

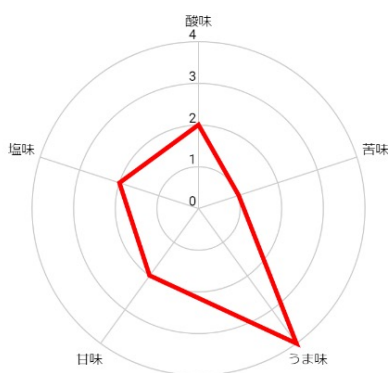
食経験・食習慣

言われなければ普通の麺のような食感で食べた後の満足感もしっかりあります。

健康・生活様式

健康を意識した消費者にピッタリです。健康上の理由で一人だけ糖質制限している場合でも周囲に気づかれずに食べられます。

基本五味の
レーダーチャート



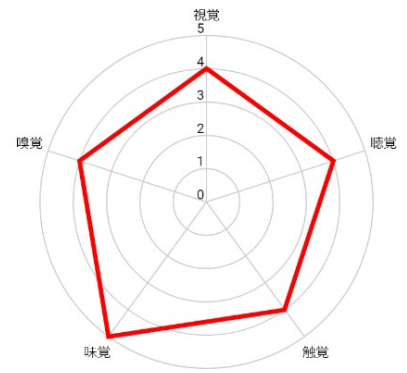
五味	評点
酸味	2
苦味	1
うま味	4
甘味	2
塩味	2

広い意味での味覚の
レーダーチャート



広義の味	評点
まろ味	4
コク味	3
濃厚な味	2
辛味	1
新鮮な味	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	4
触覚	4
味覚	5
嗅覚	4

1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

こんにゃく独特の臭みが少なく麺の代用品として使用しやすいと思いました。

色へのこだわりが感じられ、まさに中華麺といった色合いです。

食物繊維を前面に出すのではなく糖質0で攻めてくるあたりが現代人のし好にマッチした商品です。糖質0で罪悪感なくたくさん食べられますし、実際は食物繊維も取っているということでこんにゃくの良さを改めて感じさせる商品です。ただし、噛み切りにくいのが難点でありましょう。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

パッケージが開けづらいです。切込みが入っていると開けやすくなると思います。こんにゃくパークのロゴの色どりと、低カロリーの青と白、糖質0の黒色、中央のバックの赤、麺を表す黄色等色とりどりすぎて少々目が痛いです。糖質0ということは伝わってきますが、糖質0中華麺という商品名はどこにも入っていないため、本出展商品の商品名がわかりません。「茹でずに簡単水でほぐすだけ」という文言ですが、「簡単水」なるものがあるのかと誤解を与えやすいので、簡単と水の間に点を打つのはいかがでしょうか

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

何と言ってもダイエットや、糖質カット、糖質0に興味がある消費者、実行している消費者にアピールする商品です。美を追求する若い女性から、生活習慣病の心配を抱える世代の層まで幅広くターゲットになります。かつてから日本食にあるこんにゃくを、現代人をターゲットにした優れた商品であると感じさせられます。色合いも地味目なこんにゃくを糖質0というトレンドに乗せ黄色い卵練りこみ麺に変身させたところは素晴らしいです。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

こんにゃくパークを設立されていらっしゃるようですが、群馬をよく知らない消費者にとってこんにゃくパークと本出展商品が同じ企業内で展開されていることがわかりづらいです。せっかくのテーマパークですので群馬産のこんにゃくを広く知っていただくために、また戦略として小学校中学校高校等の校外学習のコースをHPに載せCRSをアピールされてはいかがでしょうか。HPには商品名が「低カロリー糖質0中華麺」とありますが、パッケージには低カロリー糖質0中華麺風となっています。商品名を統一されるといいと思います。

5. ブランディング要因

伝統的な食べ物であるこんにゃくをこんなにも現代人の生活にマッチさせていらっしゃいます。手軽に一食分ずつ、食べることができますし、茹でる必要もないので簡単です。現代人の食生活として家庭内での調理が大幅に減っていますので、調理技術も落ちているのが実際です。時代が変わることで食文化が変わるということを見据えての包丁も日も使わない調理に着目されたのはさすがです。伝統を守り、こんにゃく生産者を守り、消費者動向をとらえ三方よしとなっていると思います。

6. 素材・安全性・その他

群馬県産であること、地元のきれいな豊富な水とコンニャクイモからつくられているので素材に関して安心感があります。実際に安全性に注意を払って製造に当たられていてFSSC22000を取得されていることで衛生管理面も安心です。伝統的な食べ物であるこんにゃくを次世代またさらに次の世代までつなげていこうという出展企業様の熱い思いがこんにゃくパーク設立に表れていらっしゃいます。文化庁の食文化ミュージアム認定であることもパッケージに載せ宣伝なさってください。



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション