



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

審査レポート



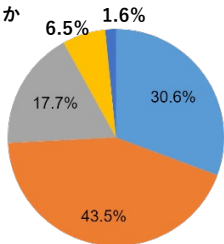
商品名 クルミの飴炊き 80g×5パック
 評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第81回 (2024年11月)

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。

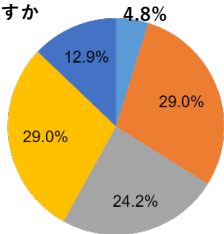
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
 ■ あまりない ■ ない

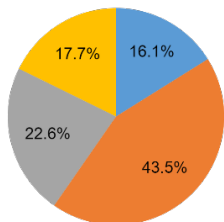
1 この商品に興味がありますか



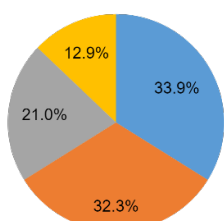
2 この価格で買いたいですか



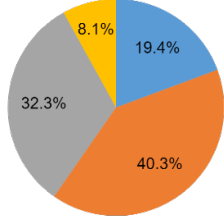
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

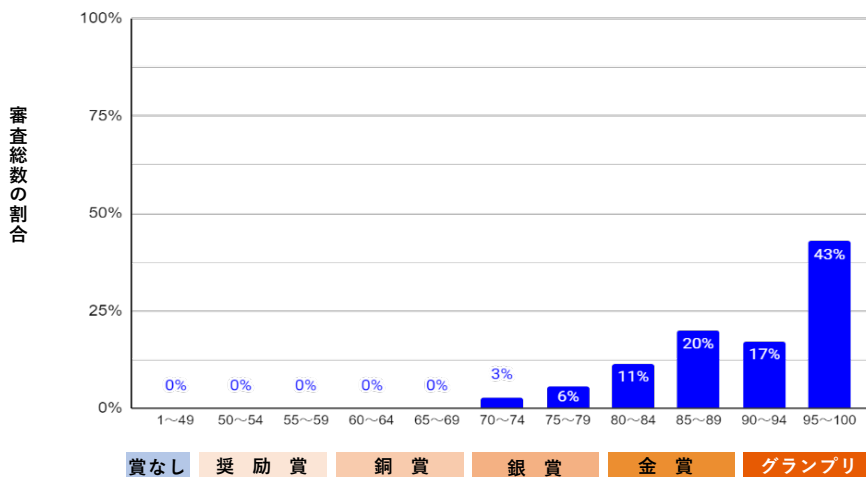
評価が高かった内容

口に入れた時は飴の甘さが広がり、噛むと胡桃の香りがする
 食べた瞬間にカリッとした食感が良くて美味しい
 中央に、赤色ベースに黄色の文字のシールはインパクトがある
 パッケージに和風の紙を使用していて高級感があり好印象
 広報に積極的で、広報計画が数多くあるところが素晴らしい
 ブランディングに独自性があり、熱意と統一感がある
 贈答やちょっとした贅沢に合い、様々な用途で利用できそう

評価が低かった内容

パッケージに写真を入れると良い
 一般消費者が購入するには少し高いと思った
 広告予算の確保や担当者がいないのが惜しい
 商品のストーリーが素晴らしくホームページに表示したら良い
 胡桃が輸入品なので農薬・放射能検査があれば安心感がある
 保存料、着色料なしは嬉しいので、どこかに表示があれば良い
 少量パックでももう少しコストを下げられたら良い

点数分布



90点以上の評価が60%と半数以上あり、総合評価は91点となり
 グランプリ評価となりました。

香ばしくカリッとした食感や、高級中華料理屋を連想させる落ち着いた味付けや、中央に赤色で黄色の文字のシールがインパクトを感じることで、パッケージに和風の紙を使用とのことで高級感があり好印象。などが、審査員から素晴らしい点して評価を得ました。

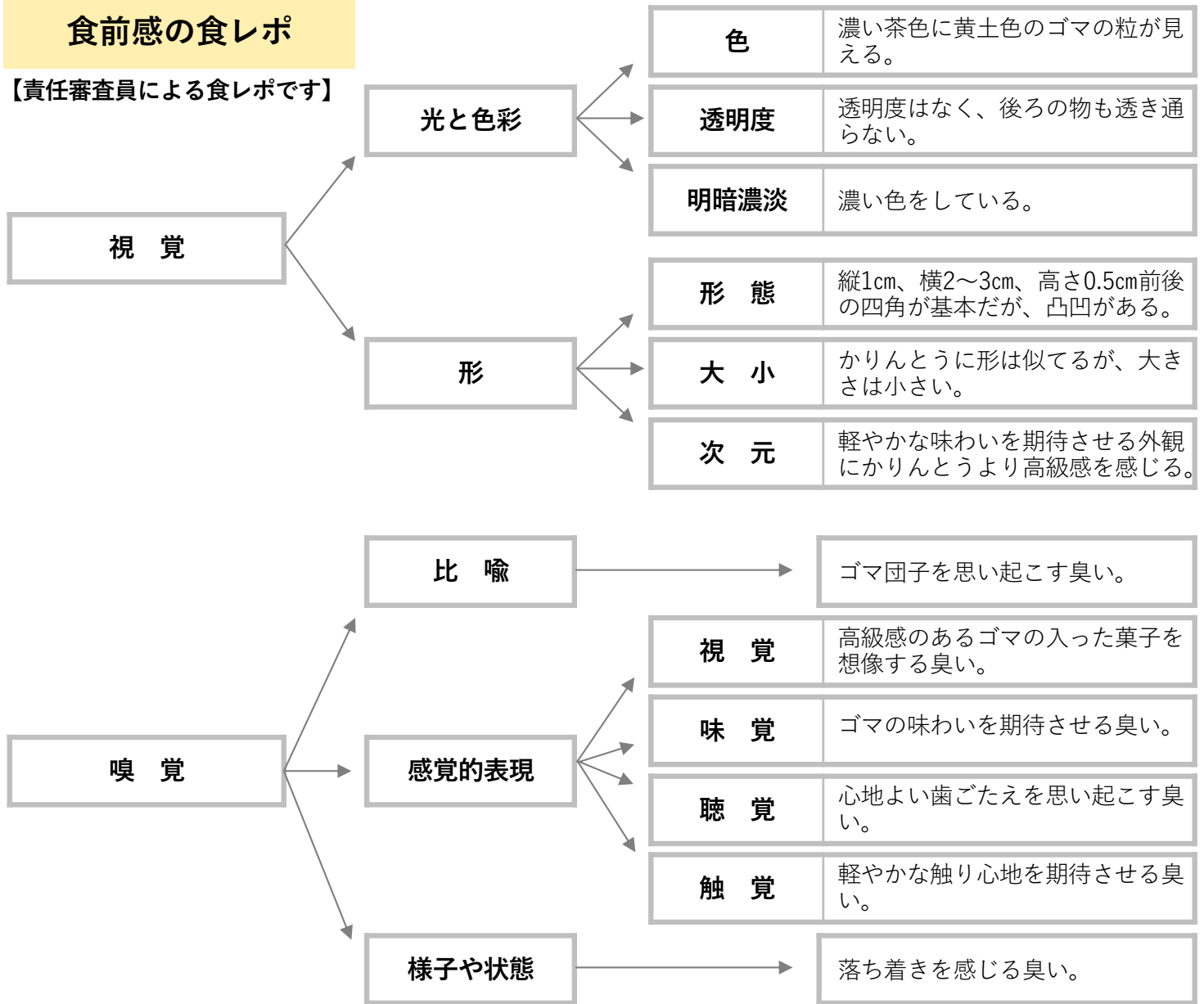
一方で、少量パックでももう少しコストを下げられたら嬉しい。商品のストーリーが素晴らしくホームページに表示したら面白いなどの意見がありました。



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

パッケージを開けた瞬間から、落ち着いた高級感のあるゴマの臭いがします。

製品の外観は、かりんとうのような濃い茶色にゴマの粒が見えます。大きさは、四角が基本ですが、凸凹があり、角が丸かったり、製品が2.3本くっついているような形のものもあります。

臭いは、製品自体にもゴマの香りが漂っており、ゴマ団子を思い起こさせるような高級感のある落ち着いた臭いを感じることができます。

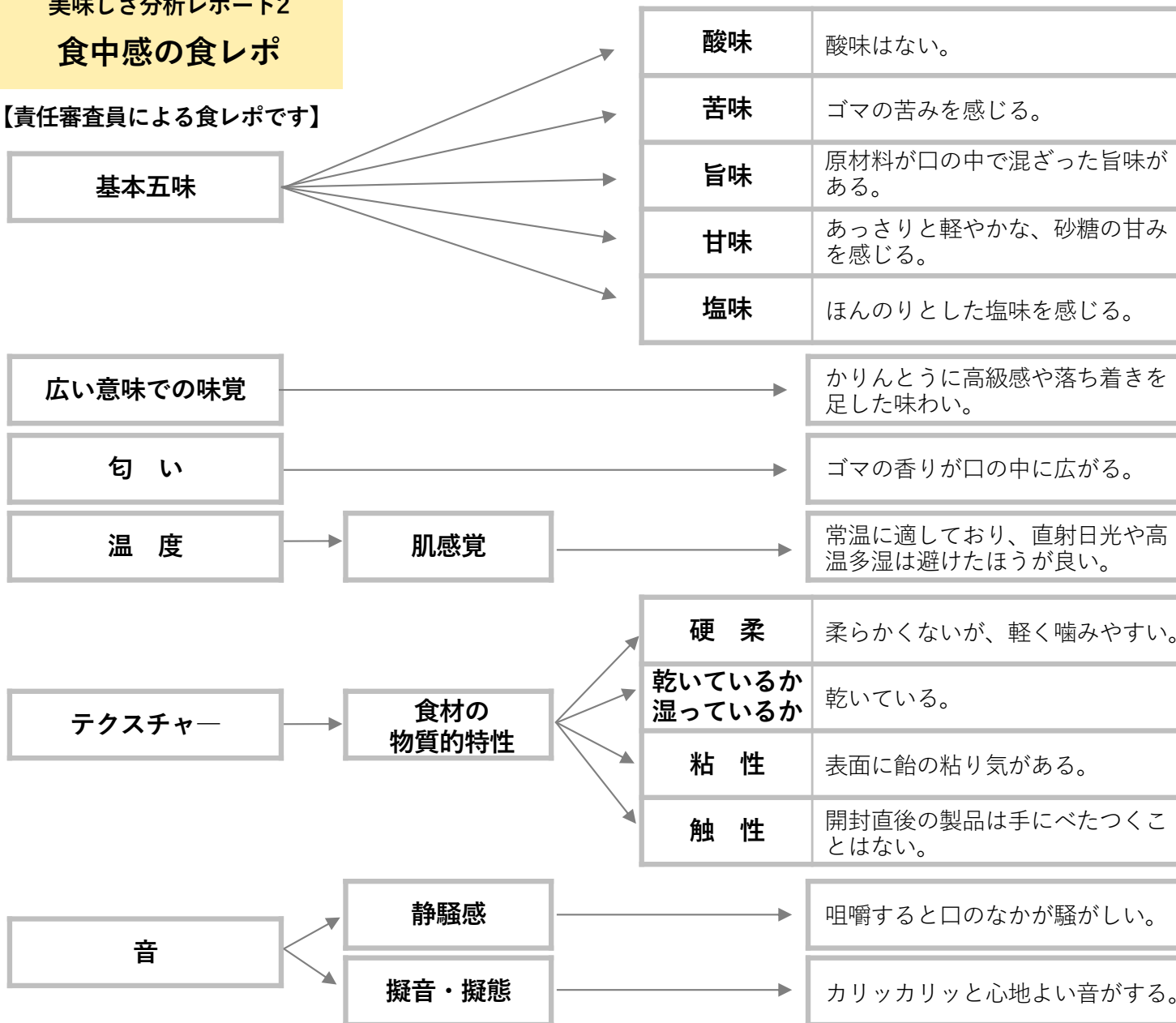
触り心地は、「飴炊き」のネーミングから、手がべたつく印象がありますが、開封直後の製品は手で触ってもべたつくことはない触り心地です。

また、かりんとうを持っているかのような重さのため、軽やかな甘い味わいを期待することができます。



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

1口食べると、口の中に飴の甘い香りと、ゴマの香りが漂い落ち着いた高級な雰囲気を楽しむことができます。咀嚼すると、クルミのカリッカリッとした心地よい音が聞こえ、何度でも食べて聞きたくなる中毒性を感じることができます。味わいは、砂糖の甘みを感じますが、甘すぎることはなく、あっさりとした甘さで1度で数10個食べることができそうな、飽きのこない甘さを感じます。

また、甘さだけではなくゴマの旨味や苦味、クルミの歯ごたえのある触感も感じることができ、甘さだけではない豊かな味わいを感じることができます。ただ、豆のような苦味はなく、豆の味が苦手な人でも抵抗なく食べることができそうな味わいも感じることができます。製品はそのまま食べるだけではなく、ホームページではサラダやコーヒーゼリーに混ぜることをすすめる動画もあります。そのため、製品をそのまま食べるだけではなく、他の料理に混ぜて食べることで、料理のアクセントにもなり、普段とは違った非日常の味わいを楽しむことができます。おやつとしてだけでなく、お酒のおつまみとして甘いものを食べたい時にも合います。



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

ゴマの芳醇な香りと、ほんのりとした甘い香りが合わさった心地よさが後味に残る。

気候・地域

中国の宮廷で王族や貴族の一員になったような気分の高揚感を感じることができる。

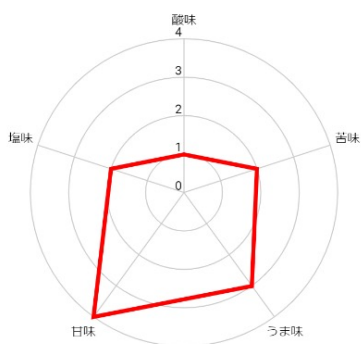
食経験・食習慣

かりんとうのような見た目と軽やかさだが、食べると栗おこしのような食感がする。

健康・生活様式

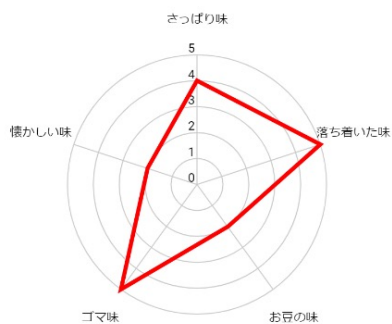
自分へのご褒美だけでなく、大切な人へのプレゼントとしても期待できる。

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	3
甘味	4
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
さっぱり味	4
落ち着いた味	5
お豆の味	2
ゴマ味	5
懐かしい味	2

五感に対する感じ方
レーダーチャート



五感	評点
視覚	3
聴覚	4
触覚	3
味覚	5
嗅覚	4



1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

口に入れた時は餡の甘さが広がり、噛むとゴマとクルミの香りがして、食べ終わった後も香りが残っていて良いことや、カリカリの食感と程よい甘みがちょうどよくておいしいことなどが、素晴らしいところとして挙がっていました。

また、甘みがきついか、ベタベタするイメージがありますが、サラッとして食べやすいことや、雨が手につかないところも素晴らしい点として挙がっていました。

一方で、開封して時間がたつと餡が手についてべたつくところがあるところが惜しく、個包装もあれば良いなどの意見もありました。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

ネーミングはシンプルなどころなどが素晴らしいところとして挙がっています。パッケージは、和紙を使用しており、シンプルで上品な高級中華料理屋のような雰囲気を感じさせており、食べる前のワクワクを増していることや、中身がうっすら見えてどんな商品か分かりやすいところや、中央に赤色で黄色の文字のシールがシンプルさの中にインパクトがあるところなどが素晴らしいなどの意見が挙がっていました。

一方で、サブタイトル、グルメ写真や製品のイラストを入れると、より魅力が伝わるのではないかとの意見も挙がっていました。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

プライベート商品や業務用であった製品を、現在の購買ターゲットである一般消費者の問い合わせに答える形で、小売りとして販売を始めたことや、中華料理の基本を保っていることなどが、素晴らしいところとして挙がっていました。

価格は、お土産用や贈答用、ちょっとした贅沢に合う価格帯が素晴らしいところですが、もう少し安かったら買いやすいことや、買いやすくするためにパック数を減らした商品の販売をすると買いやすいのではないかなどの意見もありました。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

ホームページやSNSでの情報発信。商社や問屋の展示会・催事出店、メディアへの出演・雑誌の掲載、書籍発行、購入して頂いた顧客へのDM送付、送料無料キャンペーン、商品サンプル配布など充実した広報計画があり、各半に向けた積極的な姿勢や多方面にわたる広報活動、顧客ニーズを大切にしているところなどが素晴らしいところとして挙がっていました。

一方で、広告予算の確保や担当者の配置がないことが惜しいという意見や、製品ストーリーをホームページに載せたり、加工・調味の技術についても宣伝できるのではないかなどの意見が挙がっていました。

5. ブランディング要因

中華料理から派生したブランドがパッケージから伝わる場所や、過去のグランプリ受賞経験で「藤屋ブランド」の構築はうまくいっているように感じる場所や、ブランディングに熱意と統一感を感じる場所などが素晴らしいところとして挙がっていました。

一方で、WEBサイトが業務用の印象があるので、一般消費者に親しみやすく、御社の個性を活かしたWEBサイトにすることや、季節毎の価値を伝えることができれば、ブランディングに良いのではなどの意見がありました。

6. 素材・安全性・その他

安全面は社内独自の衛生管理体制や、HACCP衛生管理、保存料・着色料の使用していないことなどが素晴らしいところとして挙がっていました。

素材は、品質を安定させるため、アメリカ産の決まった産地の主原料を決めているところが素晴らしいところとして挙がっていました。

一方で、クルミが輸入品で、農薬、放射性検査があれば良いのではとの意見や、保存料、着色料なしは嬉しいので、どこかに表示があれば良いなどの意見も挙がっていました。



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション