



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

赤い靴の女の子 いちごラング



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

赤い靴の女の子 いちごラング

評価結果

金賞

受賞回・年月

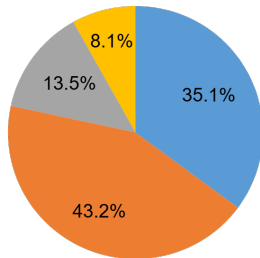
第86回 (2025年04月)

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。

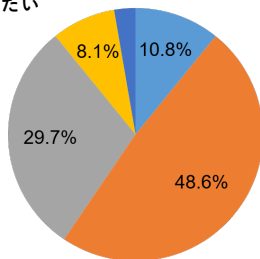
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

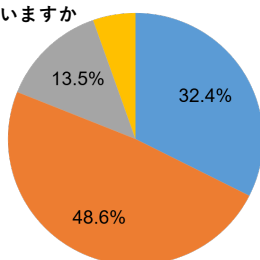
1 この商品に興味がありますか



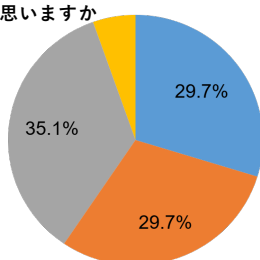
2 この価格で買いたいですか



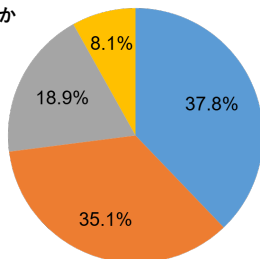
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

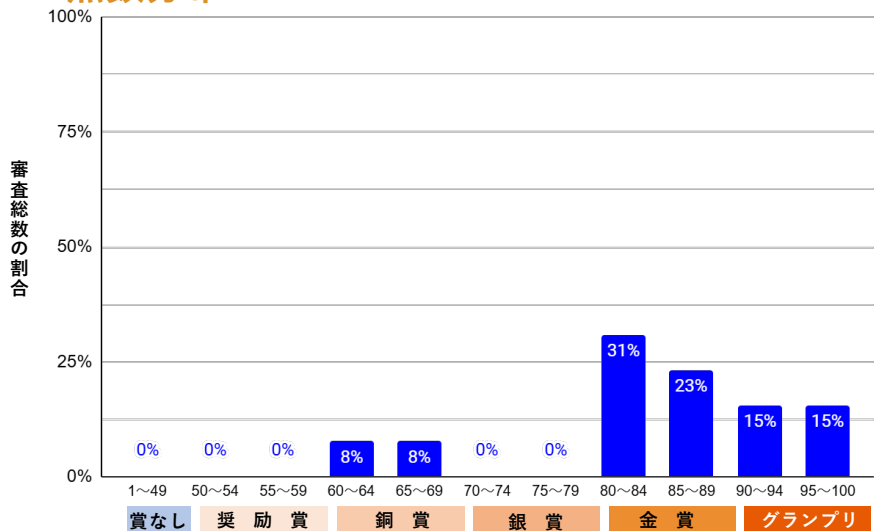
評価が高かった内容

封を開けた時のいちごの甘い香りがとても良い
 チョコの甘さとビターなショコラ生地バランスが取れている
 ラングドシャのサクサクとした歯触りが心地よい
 横浜のお土産らしいネーミングのセンスが感じられる
 パッケージの赤と黒のカラーリングはお洒落な印象がある
 誰もが手軽に購入できる価格設定に安心感がある
 ブランドが確立されていて長く愛される商品である

評価が低かった内容

味はやや単純であり、食する前から想像がついてしまう
 生地はややパサつきがあり、喉に詰まる感じがする
 原材料へのこだわりがあまり感じられないのが残念
 よくある地方のお菓子といった印象なので目新しさが欲しい
 味については、競合他社との明確な違いが見受けられない
 商品の広告や広報活動に力を入れていないように思われる
 自社製造の商品ではない為、安全性の多くに疑問が残る

点数分布



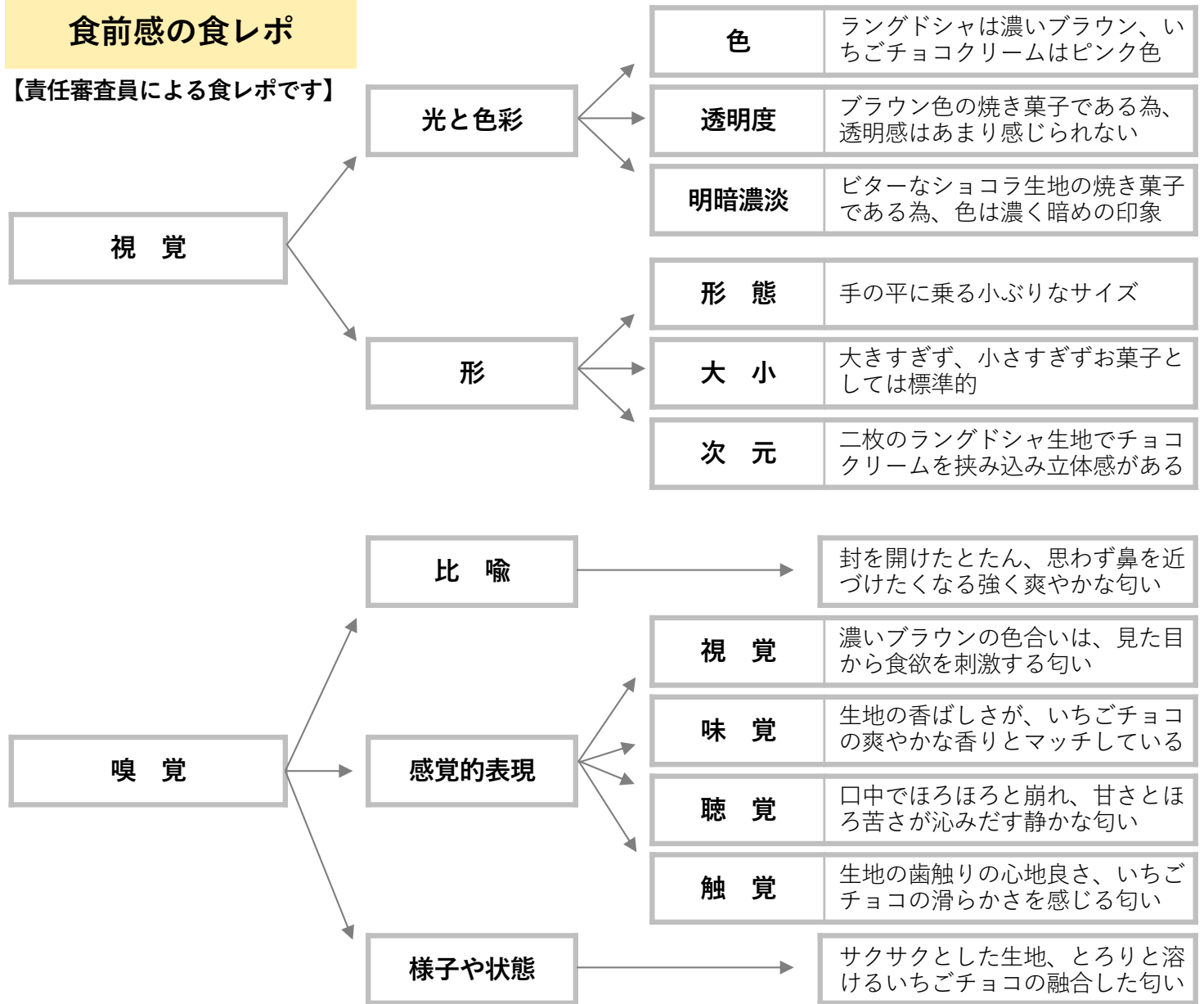
点数分布として、銅賞相当が16%、金賞相当が54%、グランプリが30%を占めた結果、総合評価85%で金賞となりました。味は良い印象ながらも、際立った特徴や目新しさが無いと言えますが、ネーミングとパッケージはさすが横浜らしいセンスのものであり、手軽に手に取れる価格設定も、お土産の品としては十分な力を発揮できていると思われます。商品の安全性への疑問、広報活動に対して積極的ではない事が弱点であり、極めて惜しい部分です。



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

ココアパウダーを使用したブラウン色の生地は、いかにも焼き菓子らしい重厚感があります。また、商品名にもなっている赤い靴の女の子の横顔がワンポイントのデザインとして施され、見た目の印象を良くする効果を上げています。

匂いの面で何よりも印象的だったのは、封を開けたとたんに香るいちごのフレーバーでした。焼き菓子はスイーツの中では地味な印象を受けるものも多いですが、いちごチョコクリームの甘酸っぱくも華やかさのある香りのおかげで、当商品は食する前から大いに期待を唆られるものがあります。

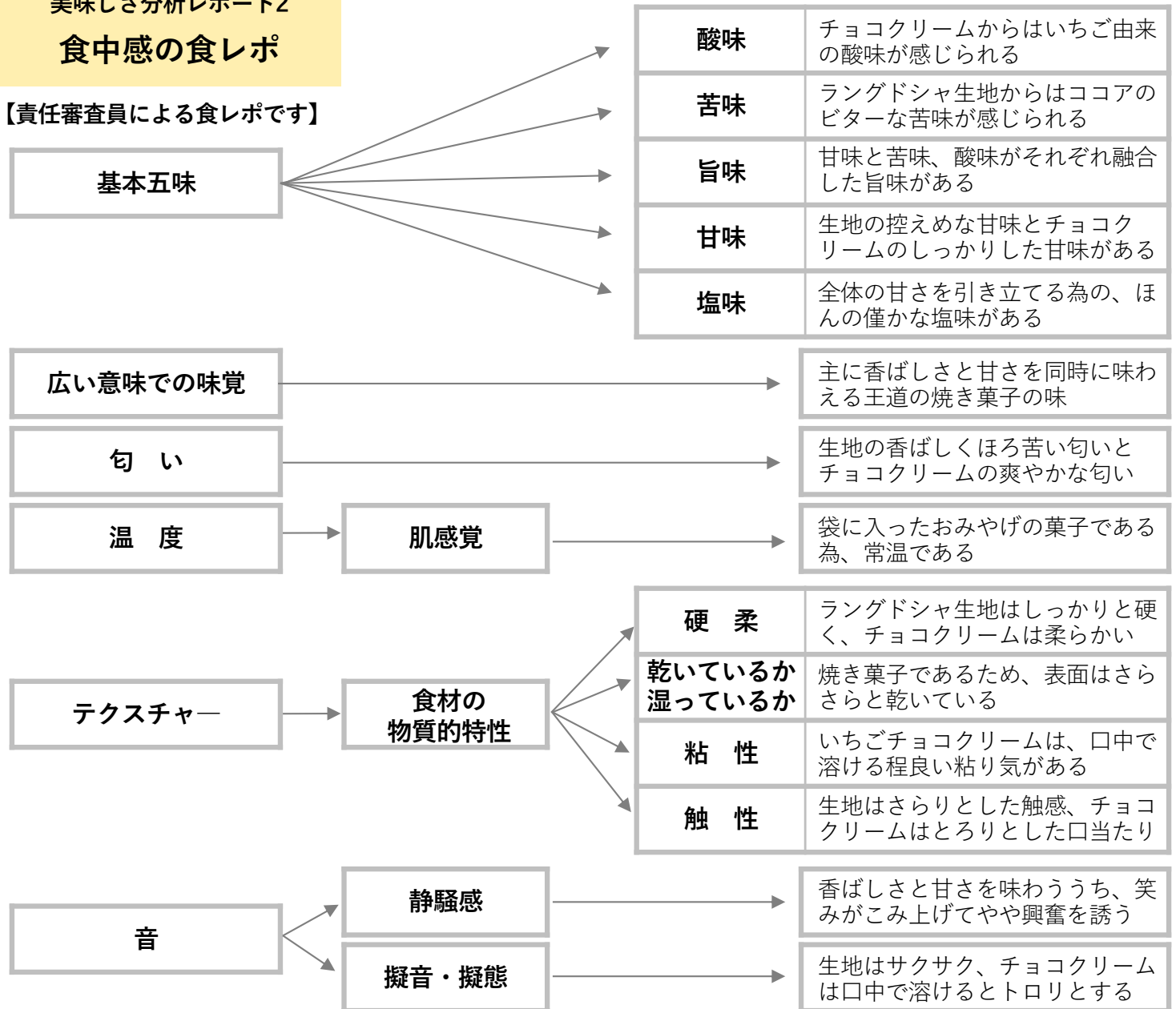
クッキー、サブレ、そしてラングドシャ等の焼き菓子の醍醐味は、やはり香ばしく焼けた生地のサクサクとした歯触りにありますが、当商品はその香ばしさが色味からしっかりと見て取ることができ、視覚からも食欲を大いに刺激すると感じられました。



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

ラングドシャ生地に歯を当てたとたん、脆くもサクサクと崩れ、2枚の間に挟まれたいちごチョコクリームと口中で溶け合い、生地 of 香ばしさとほろ苦さ、チョコクリームの甘味と酸味が非常に良い塩梅となつて思わず笑みが零れる感じがしました。

基本 of 五味はいずれも感じ取ることができました。特に甘味は菓子の柱とも言えるもので、生地、チョコクリームの両方からそれぞれの持ち味を味わえました。苦味と塩味は生地から、酸味はいちごチョコクリームから、そして2つが合わさったことにより感じる旨味までも形成されていました。

ラングドシャはクッキーよりも薄くパリッとしているのが特徴で、その食感 of 軽さと香ばしさからそのまま味わうのはもちろん、味の濃いチョコや果物のジャムを挟んだ土産物の菓子もあります。



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

チョコは重厚さがその持ち味と言えるが、当商品は商品名にある通り赤をイメージしたいちごチョコクリームを使用し、甘酸っぱさが菓子全体の後味をさっぱりとしたものになっている

気候・地域

ラングドシャはお茶菓子として最適である為、春や秋に屋外で味わうのも趣がある。フランスの伝統的な焼き菓子だが、日本国内でも各地の果物や特産品と合わせたものが販売されている

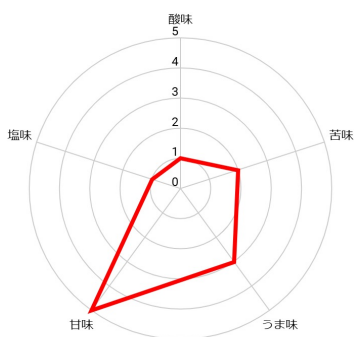
食経験・食習慣

フランスで誕生したラングドシャは、その形状から猫の舌という意味がある。北海道の銘菓として有名な白い恋人は、ホワイトチョコを使用したもので長くお土産の品の定番とされてきた

健康・生活様式

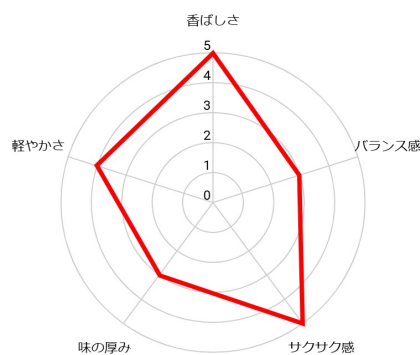
薄いながらも、砂糖や油脂分を多く使用し作られるラングドシャはカロリーが高い為、食べ過ぎには注意する必要がある。全卵ではなく、卵白のみを使用し作られたものもある

基本五味のレーダーチャート



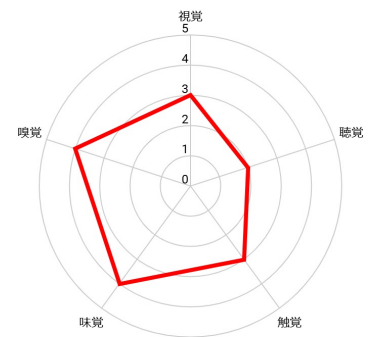
五味	評点
酸味	1
苦味	2
うま味	3
甘味	5
塩味	1

広い意味での味覚のレーダーチャート



広義の味	評点
香ばしさ	5
バランス感	3
サクサク感	5
味の厚み	3
軽やかさ	4

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	2
触覚	3
味覚	4
嗅覚	4

1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

まず封を開けた時のいちごチョコクリームの良い香りが良く、味への期待を唆られました。ココアパウダーを使用し、ビター感を加えたラングドシャ生地は甘さが控えめでサクサクとした歯触りが心地良く、甘酸っぱい味のいちごチョコクリームとの相性が抜群であると感じました。お土産の品としては平凡な味である、わかりやすく、味の想像が付きやすい等の厳しい意見も見受けられましたが、くどさが無く、コーヒーや紅茶と共に味わえる手軽なお菓子として、当商品は十分に美味しいものであることに間違いはありません。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

童謡界の三大詩人のひとりに数えられる野口雨情の作詞した「赤い靴」は非常に有名な歌であり、赤地の箱とやはり赤い色の包装がネーミングの通り歌の中の赤い靴の女の子をイメージさせ、インパクトと遊び心があると感じられました。また赤と黒の二色のみのカラーリングは、お土産の品としてはかえって珍しく、横浜らしいお洒落な商品であり、また同時にシンプルでありながら素晴らしく洗練されたデザインのパッケージの印象があります。マットな手触りの箱の質感も高級感を漂わせているように思いました。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

当該商品は値段も手頃であり、誰もが安心して購入できると思われる点にまず市場内に於ける強みがあると考えます。そして横浜のお土産として知名度が高く、わかりやすいネーミングであることも大きな特徴となっています。自身の感性を大切にし、商品の開発が行われているとされる点にも大いに共感できる部分がありますが、横浜と同様に海外に開けた港のある神戸や長崎等の市場トレンドを調査された上で、今後の商品開発や販売の展開への参考にしてみるのも良いかと考えます。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

広報に関する計画は今現在は考えておらず、御社の運営するホームページでのみ他の様々な商品を含めた紹介が行われているとのことですが、今後の商品開発戦略、販売戦略が見えないという点で早急に改善すべきであると考えます。地元で開催されるイベントへの出典、同じ横浜の名物などとのコラボ企画などを推進して認知度を上げる広報戦略は効果的であり、また現代の広報活動には必須といえるSNSを使った情報発信を恒常的に行い、ハッシュタグを活用するなどして商品をより積極的にアピールしてはどうでしょうか。

5. ブランディング要因

日本国内でも指折りの大きな港町である横浜、この地の歴史や街のイメージに寄り添ったブランディングに対する姿勢は素晴らしく、申し分のないコンセプトであると思われます。赤い靴の女の子をはじめ、御社の商品には数々の主要ブランド商品があり、いずれも歌の歌詞がネーミングとなっているもの等の個性的なラインナップが揃っているようで、今後も多くの観光客が横浜を訪れた際には、ぜひとも購入を考えるシリーズを作り、横浜の代表的な銘菓として長く愛される商品になることを期待します。

6. 素材・安全性・その他

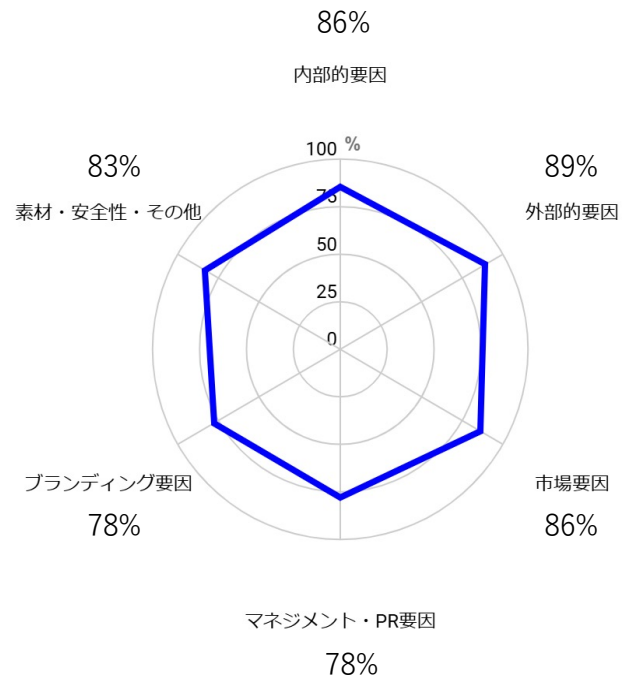
御社の信頼する会社に製造を委託されているとのことですが、任せきりという印象をどうしても受けてしまうのは残念です。またその点の情報開示について、消費者に対しての安全への訴えかけの面で説得力に欠け、改善の余地が大であるというのが我々食の専門家の遠慮の無い意見となります。現代の食品製造に於いて、重要な要素のひとつと言えるトレーサビリティ管理が成されていない点についても、多くの審査員から指摘のあった部分です。OEM委託先への監査や指導の方針を明確にすることも大切であると考えます。

審査レポート

■ 要因分布

要因分布として、89%から78%の範囲に分布し、金賞に相当する点数を獲得されています。

最も評価の高かった89%の外的要因は、やはり横浜らしいお洒落なネーミングと目を惹くデザインの商品パッケージによるもので、次いで同じ86%の内部的要因、市場要因は、ラングドシャの菓子としての味の良さと、それに釣り合う価格設定の適正さが正しく評価されたものとなります。83%の要因と素材・安全性・その他は、原材料は明確であるものの、第三者としてのOEM委託先の商品製造に於ける安全管理への疑問が評価の理由、共に78%のマネジメント・PR要因とブランディング要因は、横浜土産のお菓子としてコンセプトは良いものの、広報活動が十分では無い点による評価となります。



■ 総評

日米修好通商条約がきっかけとなり、安政6年に開港されて以降、横浜は日本人ばかりではなく海外の窓口として、華僑をはじめとする多くの外国人が集まり国際都市に発展して今日に至っています。日本の童謡界の三大詩人のひとりに数えられる野口雨情が作詞した「赤い靴」は、御高齢の方なら誰しも一度は耳にしたことがあると思われ、横浜と言えば赤い靴の女の子というイメージを定着させている人も少なからずいるのではないかと思います。当該商品は、ネーミングとしてそのワードを採用し、横浜のお土産として非常にインパクトのあるものとなっています。さらにお土産の品として重要なポイントである商品パッケージは、赤と黒の二色のみという大胆且つ視覚的効果の高いものとなっており、多くの人の目を惹くのに十分な効果を上げています。商品の味そのものは、サクサクと香ばしく、ビターな感じも快いラングドシャ生地に、赤い靴の女の子のイメージに合わせいちご味のチョコクリームを挟み、香ばしさと甘酸っぱさがとても良いバランスとなっています。また、生地表面に女の子の横顔が刻印されている点にも、仕事の細やかさを見ることができました。特に際立った特徴はあまり感じられず、ごく単純な味の焼き菓子という印象が拭えませんが、シンプルさゆえにその良さも伝わり、気軽に受け取り、そして気軽に口にできるというのも、先にも述べたようにお土産の大切な要素のひとつであると考えます。

以上、株式会社横浜マリノフーズ様より出品の「赤い靴の女の子 いちごラング」は、第86回ジャパン・フード・セレクション審査会に於いて、厳正な審査の結果、85点を獲得した上で金賞を受賞されたことの御報告とさせていただきます。横浜は日本を代表する世界に開かれた国際都市であり、その歴史や世界観を大切にしながら、温故知新の精神でさらなる成長を考えるその姿勢は、企業としてまさしくあるべき姿であり、御社の今後の益々のご発展を心より願っております。



〒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



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション