



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

ハードバウム



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 ハードバウム

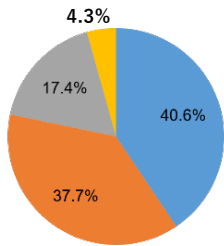
評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第87回 (2025年5月)

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。

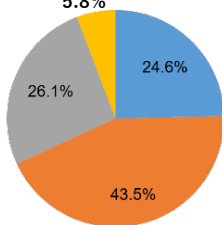
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

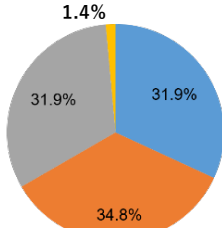
1 この商品に興味がありますか



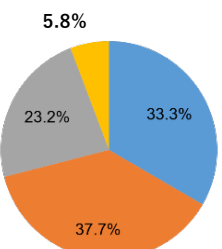
2 この価格で買いたいと思いますか



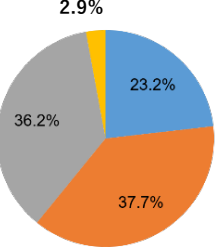
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

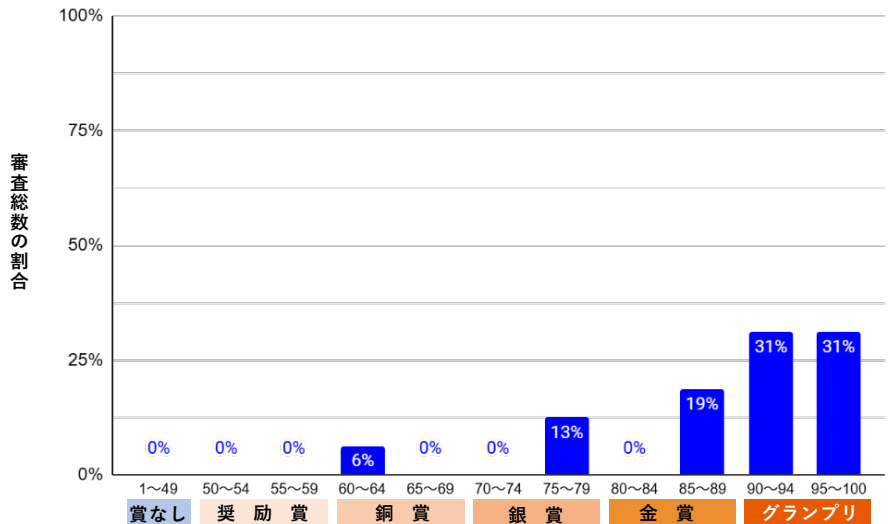
評価が高かった内容

しっとりもちり、バター風味が豊かで美味しい
バウムクーヘンのハードタイプというのが面白い
ストレートなネーミングが分かりやすくて良い
岡山県の平飼卵と北海道よつ葉バターのこだわりある原料
特別感が嬉しく、ギフトに最適な商品である
お客様とのふれあいを大切にしている好感が持てる
ブランディング戦略がしっかりされている

評価が低かった内容

もう少しホロホロと崩れる感じの食感が欲しい
特にないが、強いて挙げると、ちょっとぽろぽろ崩れやすい
アーモンドプードルの風味が強く違和感がある人もいるかも
ネーミングがシンプルなのでサブタイトルを出してもよいかも
SNSをもっと活用しアピールされることを望む
園だからこそ購入したいという理由付けができない
農薬検査をしていない所が惜しく、取り組みがあればなお良い

点数分布



点数分布として、銅賞相当6%、銀賞相当13%、金賞相当が19%、グランプリ相当が62%を占めた結果、総合評価90%で【グランプリ】となりました。グランプリ相当に得点が寄った理由として、老若男女問わず好感が持てる親しみ深い味や香りのクオリティが高く多くの人の共感を得たことが挙げられます。

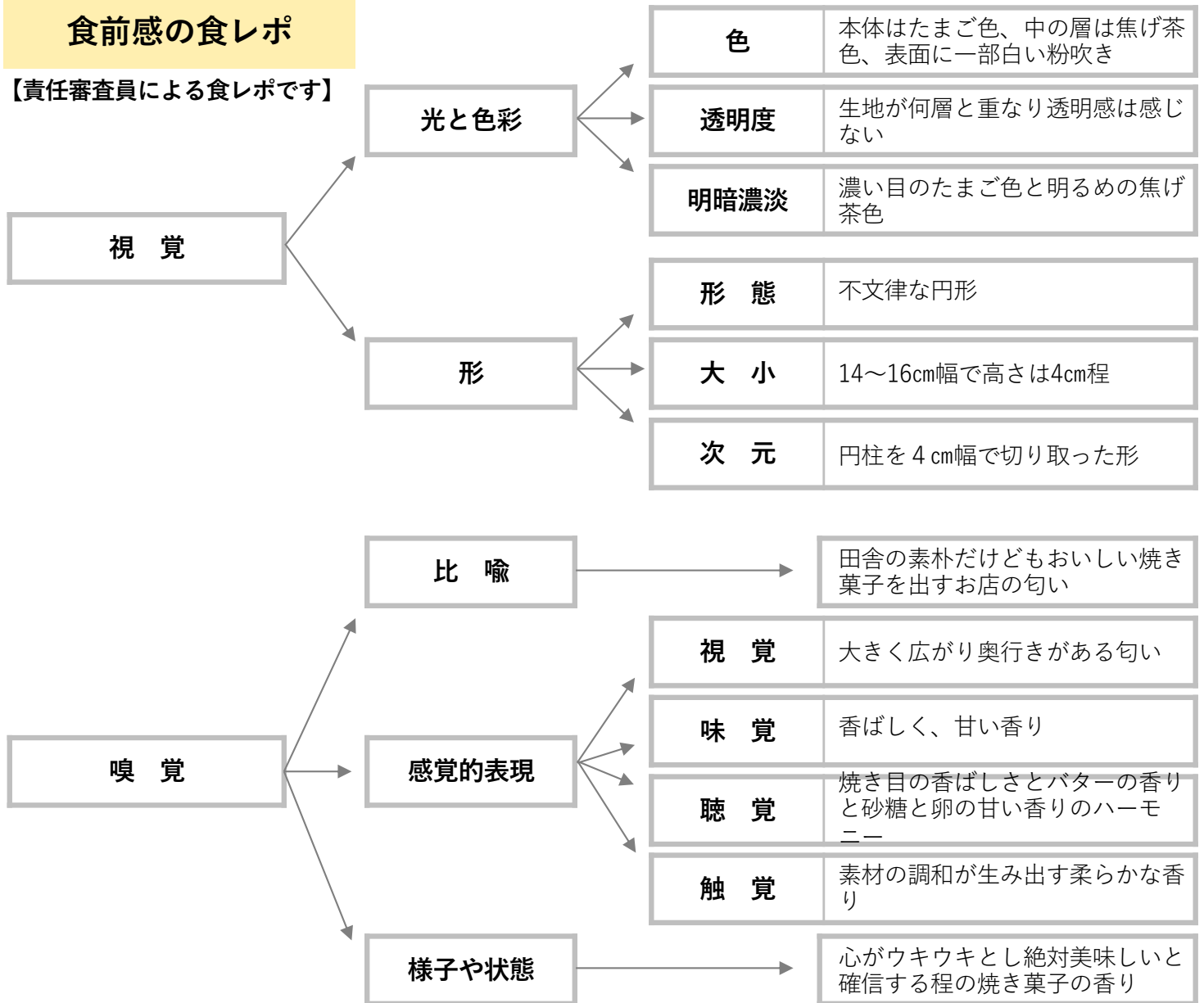
一方、銅賞や銀賞相当の範囲にも少なからず点数が入りましたが、商品に対しての情報発信の弱さやパッケージの弱さで商品のこだわりやコンセプトが伝わり切れなかったのが要因だと考えます。



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

見た目は全体的にやや濃いめのたまご色で中が香ばしそうな焦げ茶色の層が何層も重なっています。バウムクーヘンの生地の焼き色は使用している玉子が影響しているようで、良質の玉子を生地に入っていることが見た目から想像できます。

大きさは直径14~16cm幅で高さは4cm程、大きくもなく小さくもない、持ち帰るのにもちょうどよい大きさにファミリーや贈答品でという商品コンセプトにちょうど良い大きさだと感じます。ハードタイプということで重さを感じますが、心地よい重さで何層にも重なった生地の厚みを重さでも感じる事が出来ます。

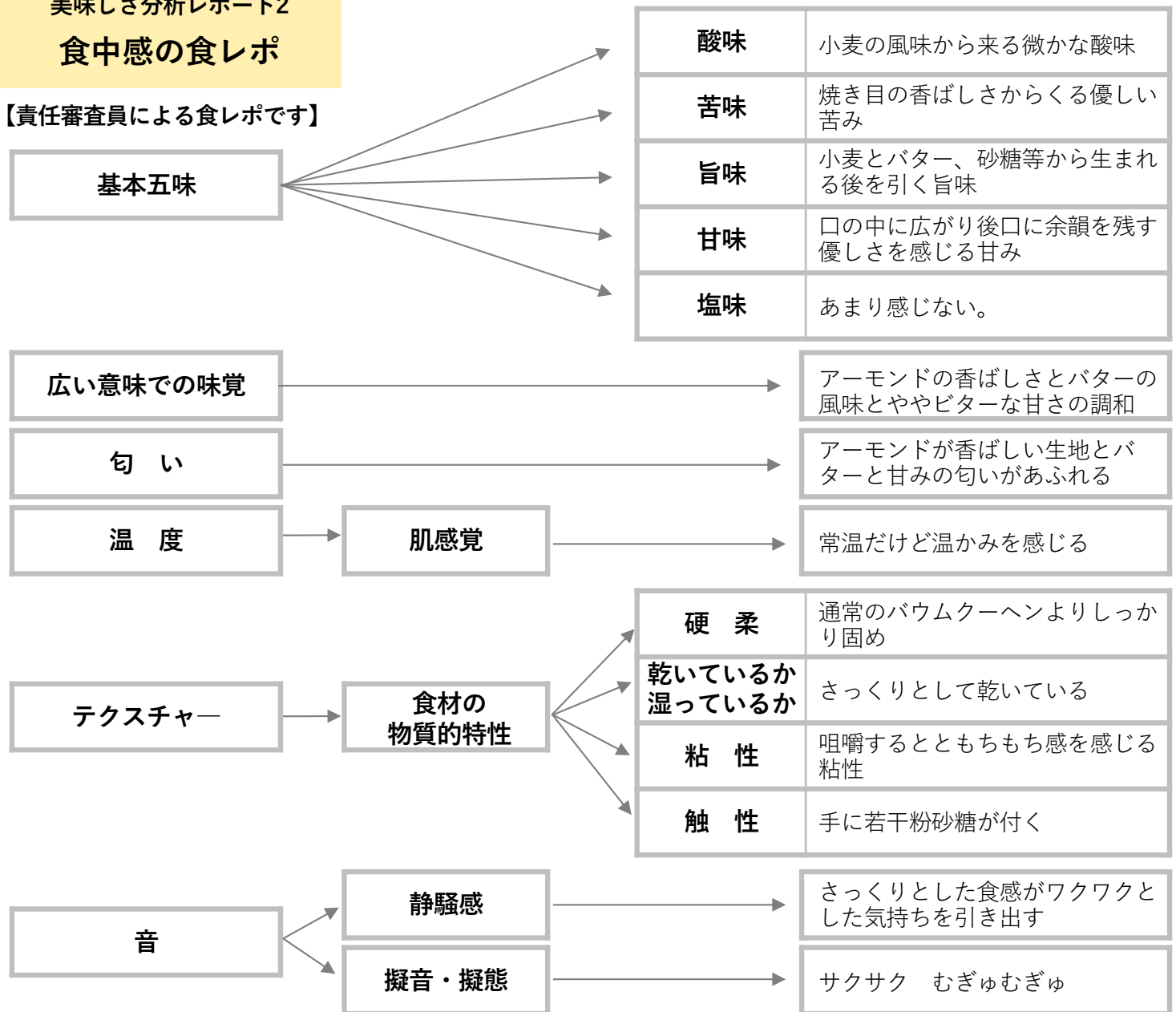
匂いは香ばしく焼かれた小麦の香りにバターの香りと卵や砂糖などが醸し出す優しい甘い匂いが鼻腔をくすぐります。素朴でありながらも製造に対しての誠実さを感じさせる生地の匂いは食する前から「これは絶対に美味しいに違いない」という期待感を高ぶらせ、わくわくとした気持ちにさせてくれます。



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

食べようと口元に一切れ持っていくと、キャラメルのような甘い匂いと生地の香ばしい匂いが鼻をくすぐります。香ばしさは生地にグラニュー糖を焦がしてキャラメル状にしたものを混ぜ込んでいるとのことでしたが、それとはまた違うナッツの様な香ばしさも感じます。

口に入れると、さっくりとした表面の食感と中のもぎゅっとした食感があり、そのコントラストが病みつきになります。特徴的な食感はこの商品の売りではないかと思えます。

味につきましては、アーモンドの風味が口の中に広がったのが印象的でした。材料に「アーモンドプードル」と記載されていましたが、生地の香りづけ程度ぐらいだろうと思っていたのですが、しっかりと味の構成の一部として存在していたのは面白いと感じました。アーモンドプードルを使用した焼き菓子といえばフィナンシェを思い出すのですが、フィナンシェが好きな方にはサクサクむぎゅむぎゅの食感と共にすごく刺さりやすい味わいではありますが、バウムクーヘンのカスタードのような卵の風味を感じたい方は違和感をもたれる方もいらっしゃるのではないかと思います。私個人の意見では、食感といい風味といい好みのほうでしたので、最後まで美味しくいただくことが出来ました。



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

少し甘さは残るものの、もっちりとした食感が忘れられず、つい一口食べてしまう味

気候・地域

地域や気候関係なく、万人に好かれる味わい

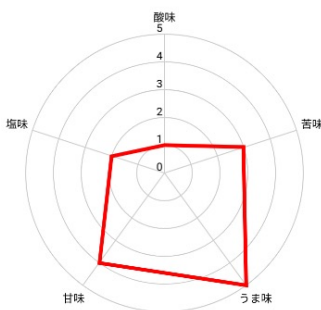
食経験・食習慣

昨今のバウムクーヘンブームに一石を投じるような特徴のある生地の食感と風味

健康・生活様式

素材にこだわっていて、添加物など気になる方でも安心して食することができる

基本五味の レーダーチャート



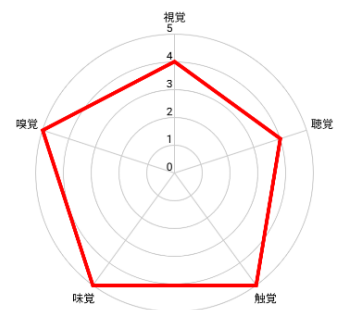
五味	評点
酸味	1
苦味	3
うま味	5
甘味	4
塩味	2

広い意味での味覚の レーダーチャート



広義の味	評点
懐かしい味	4
ほっこりする味	5
なじみのある味	4
病みつきになる味	4
親しみある味	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	5
味覚	5
嗅覚	5



ジャパン・フード・セレクション 審査レポート

1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

星型の形状や焼き加減など、手作り感があり、購買意欲をそそります。

予想以上に香ばしさがあって驚きましたが、キャラメルソースが入っていると書かれていたので納得しました。ソフトバウムと明確に対比されていて良いと思います。形が均一でなく、硬さと柔らかさの食感のコントラストがあり、食べるのが楽しいです。

非常においしかったです。強いて言えば、少し崩れやすい点があります。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

ネーミングのハーメイドは、ハーベストの丘のオリジナル商品であり、お土産として最適です。

遠方からお越しのお客様やギフト用に持ち運びしやすい設計になっている点は良いと思います。

「ハード」という表現では食感が異なるように感じました。「さっくりもっちり」というサブタイトルを強調するのはどうでしょうか。ハードバウムの美味しさをパッケージなどで全く伝えられていないのが気になります。私自身は、サクサクしていてもっちりとした美味しさを感じたので、その情報がパッケージにないのは非常にもったいないと感じます。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

ハーベストの丘を選ぶ理由が明確ではない点があります。同じ価格のソフトバウムと比べて、企業の努力が伺えます。競合との差別化が課題であり、ハーベストの丘ならではのハーメイドやギフト戦略が重要になるでしょう。例えばソフトとハードの組み合わせが興味深いと感じたので、ソフトとハードのハーフサイズセットがあれば、人気が出るのではないかと思います。セット販売があればお得感や独自性を感じて、購入者が増えると考えられます。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

お客様への対応や陳列棚へのPOPなど、基本的な手法にしっかりと取り組んでいる点が素晴らしいと思います。商品に関する広告としてSNSを利用していないとお聞きしましたが、最近では検索を通じて知って購入するパターンが増えているため、専任スタッフの設置などぜひご検討されてはいかがでしょうか。またSNSでの広告でバウムクーヘンの製造過程を撮影した動画があれば、より認知度が向上すると思われます。

5. ブランディング要因

ハーベストの丘＝自然あふれる公園のイメージどおりのナチュラル志向でこだわりのある商品だと思いました。ただ、ハーベストの丘を知らない人がギフトを受け取っても、商品の良さが伝わりづらいので、商品の特徴が伝わるブランディングができれば良いとは思っています。

またあえてクロズドマーケットを逆手にとって、公園を訪れないと食べれない、振り切った商品開発を進めてはどうか。（USJなどテーマパークのような）

6. 素材・安全性・その他

安全管理と品質管理、トレーサビリティがしっかりしている点に好印象を持ち安心感がありました。

HACCPに基づいた管理方法とのことです。HACCPは自主運用でなく、第三者認証にすると、より信頼度が増すと思います。また保存料を使用せず、素材を生かした商品作りをされているのであれば、着色料や香料を使用していないショートニングを使っただけの商品づくりを進めるなどもう一度素材の選定を考えても良いと思います。

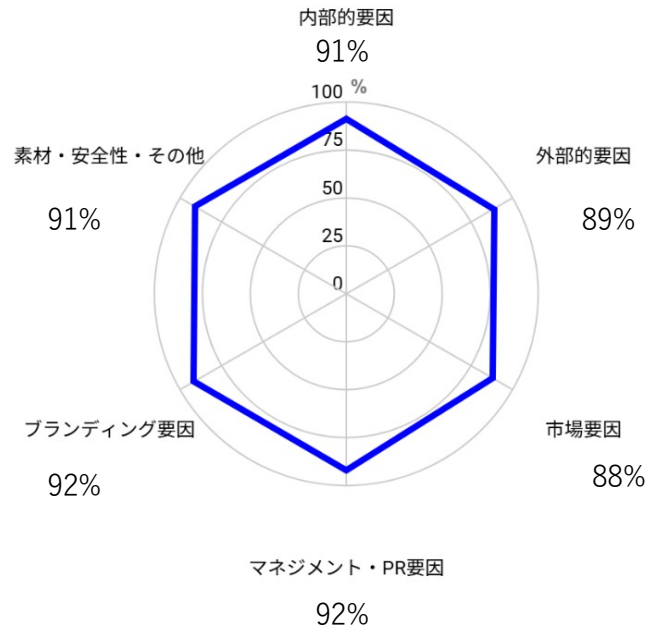
審査レポート

■ 要因分布

要因分布として、88%から92%の範囲に分布し、全体的にバランスの良い大きな六角形となりました。

マネジメント・広報などの「マネジメント・PR要因」ブランド力の「ブランディング要因」が92%、また味や香りなど五感からなる商品全体の魅力を表す「内部的要因」素材や安全管理などの「素材・安全性・その他」が91%と、上記4要因に関し手この商品が持つそれぞれの特徴やクオリティが高いことから高評価へと繋がりました。

一方でネーミングやパッケージの「外部的要因」市場・トレンドから構成される「市場要因」が88%とやや低い評価にとどまりました。これに関しては、審査会でも「ネーミングがストレートすぎる」「パッケージがややおとなしい」「他商品との差別化をもっとアピールすれば」といった声がありました。商品自体の魅力は十分にあるのでハーベストの丘特製！といった付加価値を高めるような外見や販売方法を進めていけばより良い商品になるのではないかと感じています。



■ 総評

ハーベストの丘は以前訪問したことがあり、のどかでのんびりとした園内の雰囲気がとてもよく、また売店で売られている商品が美味しくてつい色々購入してしまった思い出があります。今回の「ハードバウム」もそんな園内ののどかな雰囲気に合った素朴だけど実直でやさしい焼き菓子だと感じました。平飼いのたまごと北海道のよつ葉バターとこだわりの素材を使用しじっくりと手作りで焼き上げたこのお菓子は唯一無二の食感と味わいがあると思います。アーモンドプードルの香ばしい風味も他にはない味で同じく園内で販売されている「ソフトバウム」との差別化がしっかりされていると感じました。ただ、パッケージが双方とも同じデザインの色違いで少しわかりにくく、また「ハーベストの丘」のお土産品やこだわりのある素材、ソフトのほどけるような柔らかい食感とハードのサクリむぎゅな食感の違いのアピールがパッケージから感じる事が出来なかったのが残念でした。商品自体は内部的要因で91%と高く、様々な人々に支持される愛される魅力のあるお菓子だと思います。実際に食してみて、他にはないアーモンドプードルの風味が効いた甘さもあるけど香ばしい味わいと表面はさっくり、中はもっちりむぎゅっとした特徴的な食感で病みつきになった身としてはもっとアピールが欲しいと感じてしまいます。

またSNSで販売される商品に関しての投稿があまり見受けられないのも気になりました。審査会でもその点を指摘される声は多数あり、昨今の商品の購買動機のきっかけの一つとしてSNSの投稿があるなど販売に対しての影響力があると思います。かわいらしく愛らしい動物や四季を彩る園内のお花などのお写真の中に手作りで焼かれるバウムクーヘンの動画などがあれば「え、何だろ？」とつい見てしまうのではないのでしょうか。バウムクーヘンの製造過程など中々見る機会がないので投稿されれば面白いと思います。最後に今回は出品いただきありがとうございます。この商品の更なる飛躍と活躍を楽しみにしています。



〒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