



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

バームクーヘン屋のラスク



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 バームクーヘン屋のラスク

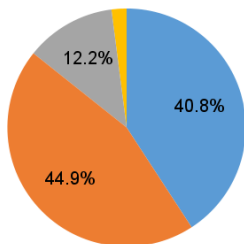
評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第87回 (2025年5月)

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。

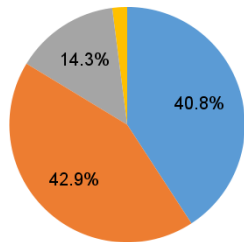
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

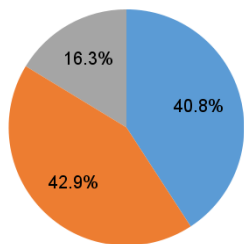
1 この商品に興味がありますか



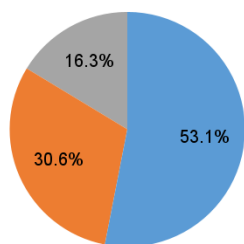
2 この価格で買いたいと思いますか



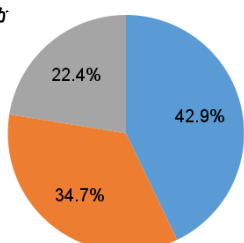
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

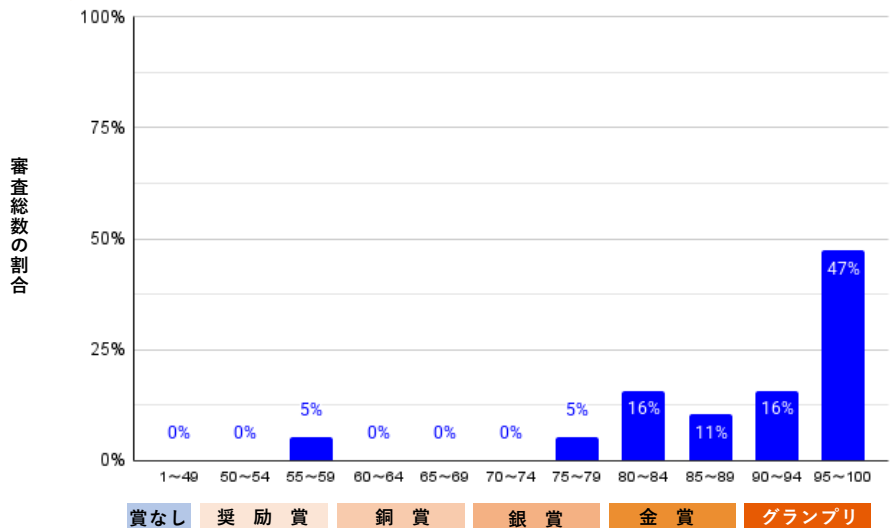
評価が高かった内容

売れ残りを有効活用しているアイデアが良い
ホロッサクツとしていて、甘さもちょうどよく美味しい
中身がわかりやすく、手軽に手に取りやすい
Instagramのフォロワー数も多く、運用がとても素晴らしい
地域密着や口コミの大切さを感じられる
製造工程にてしっかり管理がされているので安心感がある
保存料を使用しておらず、製法にこだわりがある

評価が低かった内容

ラスクなのでもう少し硬めでもよいのではと感じる
フレーバー展開があると同時購入が増えそう
湿気やすいので包装がこれで良いのかどうか少し気になる
ジッパー等封ができる状態になっていると更に良い
もう少し添加物が少ないと幼児にも食べさせられる
SNSはInstagramだけというのは、若干弱さを感じる
製品加工におけるこだわりを商品ページに載せるとよい

点数分布



点数分布として、銀賞相当が5%、金賞相当が27%、グランプリ相当が67%を占めた結果、総合評価90%で【グランプリ】となりました。グラフが高得点に寄った理由として、売れ残りを有効活用しているアイデアや、味の良さ、保存料着色料が無添加であることが挙げられます。アンケートの結果から85%の人がこの商品に「興味がある」と答えているのを見て、商品のわかりやすさが非常に強みといえます。

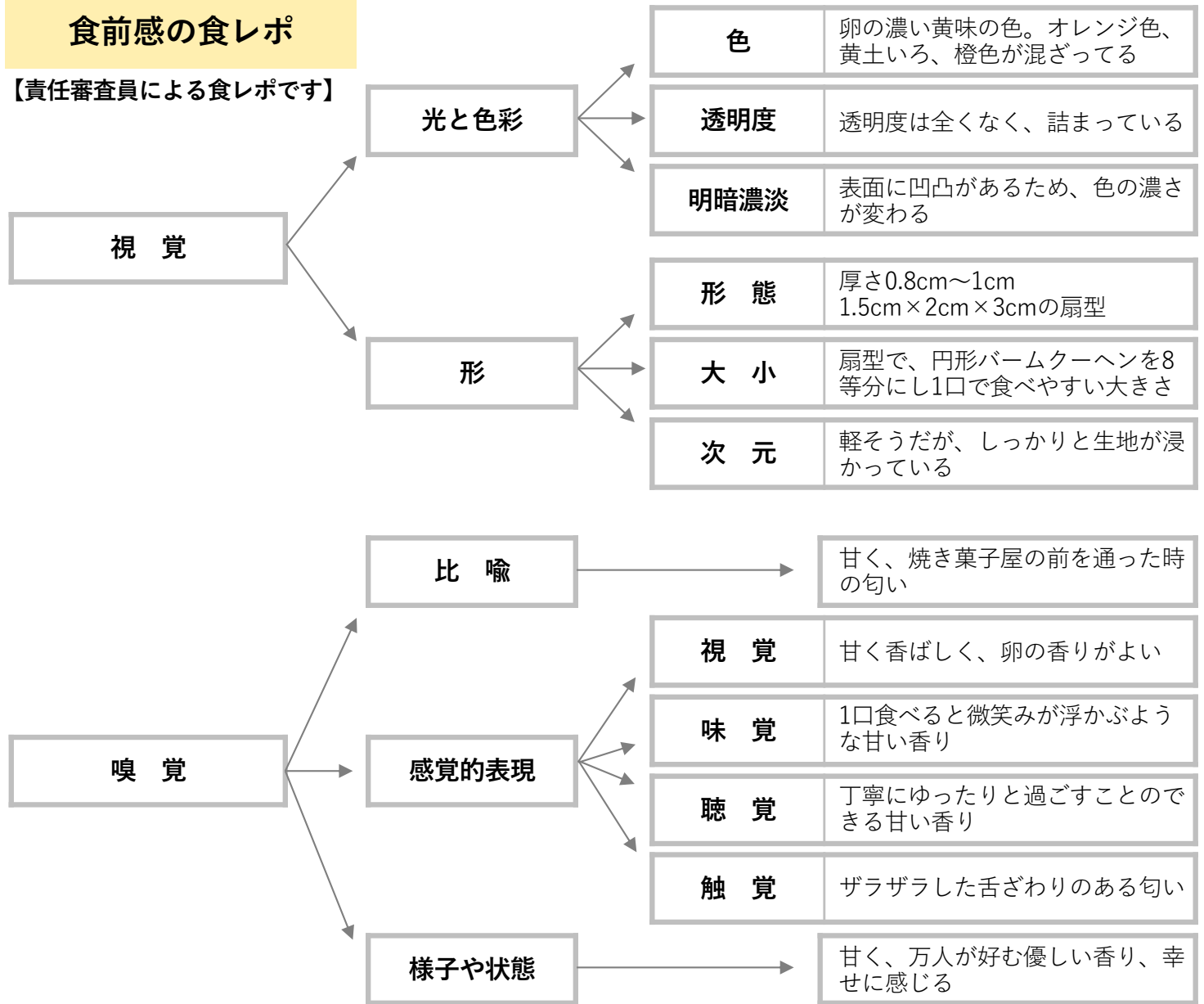
一方、奨励賞の範囲にも少なからず点数が入り、広報活動がInstagramのみである情報発信の弱さが評価が割れた要因と考えます。



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、全体的に卵の濃い黄色の色をしており、オレンジ色、黄土色、橙色が混ざっており、バームクーヘンをそのまま生かした自然な色合いです。バームクーヘンをそのまま焼いたため、表面に凹凸があり、そのため色の差が変わっています。

大きさは、厚さ0.8cm~1cmのバームクーヘンを6~8等分に切り分けた扇形で、1口で食べやすいサイズとなっています。一つ一つ不揃いのため、手作り感が伝わり食べる前に商品に対する暖かさを感じることができました。

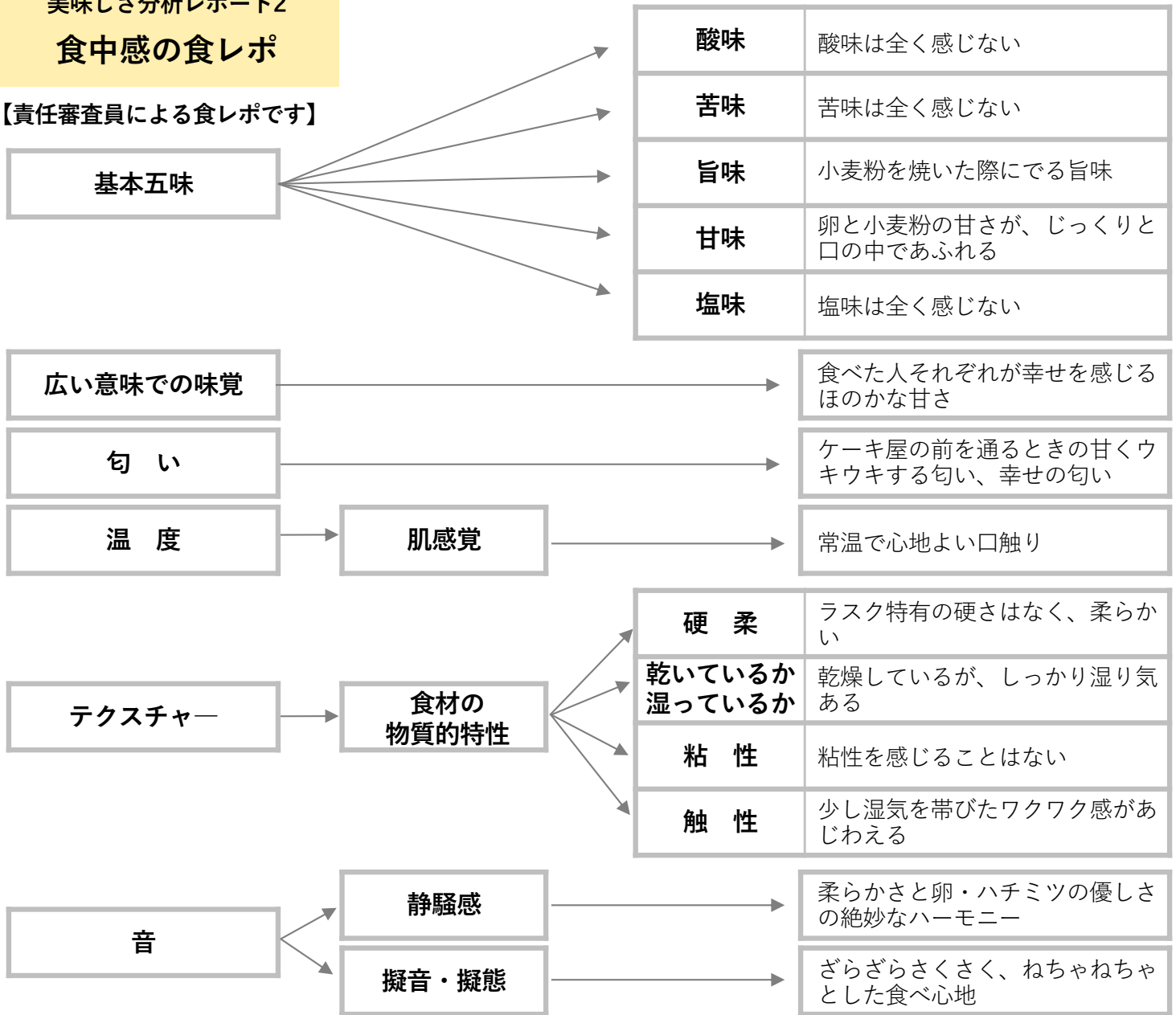
匂いは、甘く、香ばしい卵の香りが心地よく、ひと口食べると微笑みが浮かぶような甘い香りに気持ちがほっとするひとときを楽しむことができる匂いです。袋を開けた瞬間の香りは、想像以上に優しい甘さで、1つ手に取ったときの食感・見た目・匂いから食べる前のワクワクや楽しみが溢れてきました。万人が好む優しい香りが幸せに感じることができ、食前に"早く食べたい"そんな思いに心が躍りました。



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

常温でちょうど良い温度が手に伝わって、ラスクとは思えない柔らかい口触りを感じることができました。ひと口噛むとサクツとした歯ごたえで、噛んだ後はネチャネチャとした食べ心地が続きます。

基本五味のうち、“酸味”“苦味”“塩味”を実感する事はできず、小麦粉を焼いた際に出る“旨味”、卵と小麦粉を焼いた際に出る“甘味”を実感しました。この“旨味”と“甘味”は、洋菓子屋の前を通るときの甘くウキウキする匂いであり、老若男女多くの方が幸せに感じる匂いです。つい2つ目、3つ目と手に取ってしまいたくなるおいしさの秘訣を感じることができました。

一般的にラスクと言えば、パリパリに乾燥しているイメージはありますが、この「バームクーヘン屋のRUSK」は、ラスク特有の硬さがなく乾燥しているがしっかり湿り気があり、大変柔らかい噛み心地です。ラスクの固定概念が覆され、ラスクというより新しい食感のバームクーヘンを食べている新しい“おいしさ”へと導いてくれました。すぐにもう一つ食べたくなる、まさに“手が止まらない”味で、やみつきになります。



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

しっとりとした優しい甘味が口の中いっぱいに広がり、余韻を楽しめる

気候・地域

季節を問わず、食欲がないときや小腹がすいたときなど、ついついつまんで食べてしまいそうな美味しさがある

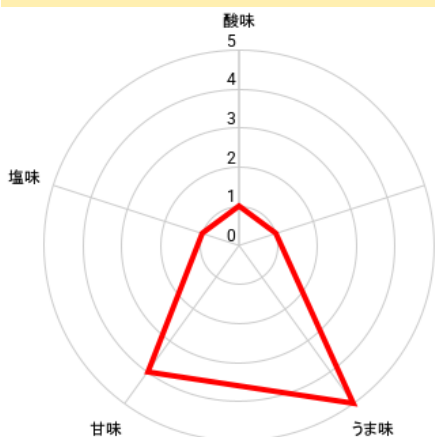
食経験・食習慣

子どもの頃におやつとしてバームクーヘンを食べていたときの、優しい気持ち思い出した

健康・生活様式

仕事中に小腹が空いたらお手軽に食べたいバームクーヘンで、とてもうれしい

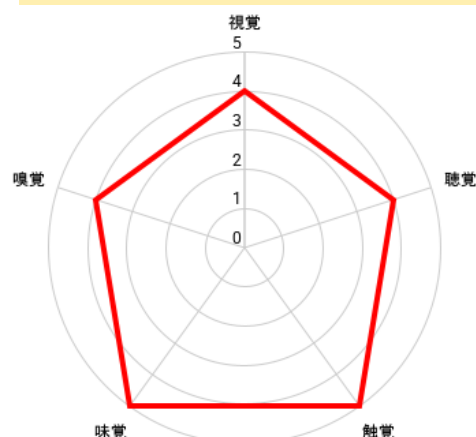
基本五味の レーダーチャート



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	1
苦味	1
うま味	5
甘味	4
塩味	1

広義の味	評点
懐かしい味	5
田舎の味	3
なじみのある味	5
病みつきになる味	4
家族の味	3

五感	評点
視覚	4
聴覚	4
触覚	5
味覚	5
嗅覚	4

1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

売れ残りを有効活用し、ラスクに仕上げるところが「SDGs」を意識していて、そのアイデアが素晴らしい商品です。ひと口食べて、バームクーヘンの風味が香り、ホロサクとしていて甘さもちょうど良く、老若男女多くの方が素直に"おいしい"と感じる味です。優しい卵の味が懐かしさを彷彿とさせ、ひと口サイズなのが食べやすく商品そのものがよくわかり安心感があります。

シンプルな商品なので、フレーバー展開があると同時購入が増えると思われます。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

商品をイメージできるシンプルかつわかりやすいネーミングとパッケージで手に取りやすいと思いました。価格帯もお手頃価格で手に取られやすいと思います。

ただ、「ラスク=サクサク」とした食感を想像されやすいので、パッケージに「しっとり」「ふんわり」などの表記があると、この商品の魅力がさらに伝わります。また、開封時にハサミが必要なため、切り込みがあると売れ残り商品を大切に扱っているのと同様、消費者を大切にしている思いが伝わると思われます。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

価格が非常に手軽で、プチ土産にもなり、賞味期限も1ヶ月と長くて、バームクーヘンと一緒に購入しやすいです。内容量もちょうど良く、独自のラスク食感を追求していることにニュース性のある商品だと思われれます。Instagramのフォロワー数も多く、運用がとても素晴らしいと好印象を持ちました。

今後、全国展開をするには市場価値を高めるためにパッケージを変化させ、商品をもう少し大きくし、高級感を持たせる等、情報発信の工夫でまだまだ伸びしろを感じることができます。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

地域広告を媒体としているところに地域密着や口コミを大切にしているところに好感を持ちました。

しっかりとした予算確保がされているのは良いのですが、広報は店舗の店長と兼務のため、日常業務との兼務は厳しいのではないかと気になります。SNSはInstagramのみなので、若干の弱さを感じます。他のSNSを使用することで知名度が上がるとは思いますが、2025年2月にオープンされたばかりとこのことのため、これからの広報活動に期待いたします。

5. ブランディング要因

ブランドとしてのバームクーヘンを大切にしていきたいという思いが各種施策から感じることができ、ブランディングにこだわらず、サービス、レベル、イメージを落とさない姿勢に感銘を受けました。「あせらず、ゆっくり従業員を育てたい」という方針は素晴らしく、ゆとりがあってこそ社員の士気も高まることと思われれますので、今大切にされている方針をこれからも守ってほしいと思います。

商品に関しては、今後販路をネット販売に展開すれば、さらに知名度が上がるのではと確信します。

6. 素材・安全性・その他

保存料、着色料が無添加であることや卵の起泡性にまでこだわるなど、原材料や調理法へのこだわりを感じます。食品衛生管理の取り組みはとても素晴らしくトレサビリティも管理されており、安全性に配慮された商品であることに感銘を受けます。製品加工におけるこだわりをHP等の商品ページに載せると、丹精込めて作られるその思いやこだわりがこの商品の高品質を保ち、商品のPR活動へと続くのではと確信します。また、HACCP等も取得すると、さらに安心・安全につながっていると実感できます。

審査レポート

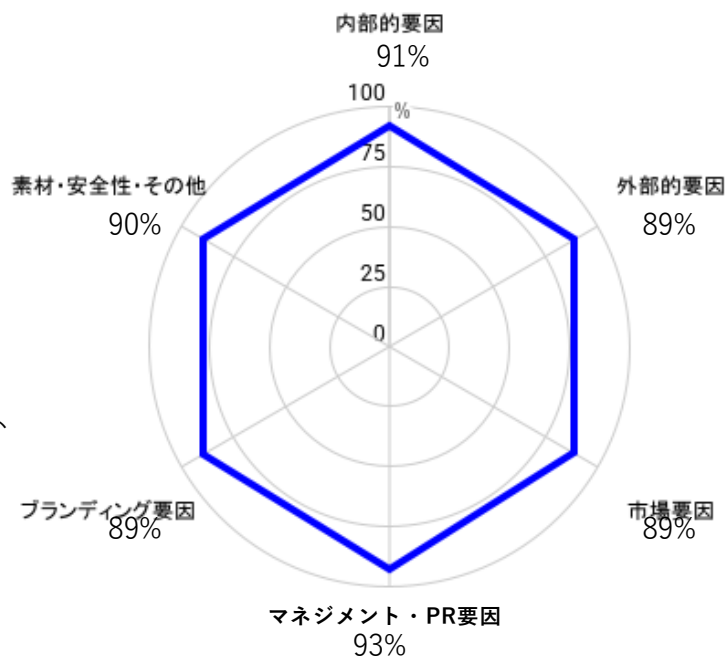
■ 要因分布

要因分布として、89%から93%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。

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91%、マネジメント・広報などの「マネジメント・PR要因」が93%と、この商品の持つそれぞれの特徴やクオリティーが高く、安定した高評価につながりました。

「素材・安全性」は90%です。保存料着色料が無添加であること、製法にこだわりがあることが高く評価されました。

一方、ネーミングやパッケージから構成される「外部的要因」、市場・トレンドから構成される「市場要因」、「ブランディング要因」はそれぞれ90%台に届かず89%にとどまりました。開封時にハサミが必要だったり、ビニールだけの包装なので壊れやすいこと、安価なので購入しやすいが、お店独自の強みや魅力が伝わりにくい等が懸念となり評価が割れることで、点数が伸び悩む結果となりました。商品の魅力を伝えるためにもInstagramだけではなく、他のSNSを使用するなどブランディング戦略や情報発信に今後の伸びを感じます。



■ 総評

まず初めに、焼きたてのバームクーヘンの残りを活用し、売れ残った商品に新しい価値を見出す事ができた着眼点が大変素晴らしく、そのアイデアと商品を大切に、より良い"味"への追求を続ける姿勢に敬意を表します。

「バームクーヘン屋のRUSK」は、商品としてわかりやすく中身をイメージしやすいため、食べる前からワクワクし心ときめく商品でした。食べた瞬間、一般的なサクサクの"ラスク"とは異なりしっとりしているラスクで、そのオリジナリティーのある口当たりで心が奪われました。一般的なラスクはバターやグラニュー糖が仕上げに使われていますが、「バームクーヘン屋のRUSK」は何も加えずカットし焼かれているため、バームクーヘンの味を感じることができます。審査員たちからは、「大変食べやすい」「甘くないのが良い」「アイデアが素晴らしい」等の声が多数聞かれました。また、「SDGs」に即した商品であることも高く評価されています。

一方、ネガティブな意見として、「パッケージにジッパーをつけて欲しい」「パッケージ開けやすくなるため切り込みが欲しい」などの意見がありました。少量なので、食べ切りサイズ用に製造されていると思いますが、パッケージを工夫されることで消費者のニーズに寄り添うことができると思われます。

また、「ラスク」という名前からカリカリサクサクを連想してしまうので、「しっとり」「ふんわり」などのコメントをつけると、この商品の魅力がさらに伝わるのではないのでしょうか。味もバームクーヘン寄りですが、「チョコレートかけ」や「抹茶チョコかけ」「ホワイトチョコレートかけ」「いちごソースかけ」など、あるいは固く焼いた"ラスク"などのフレーバー展開があると同時購入が増えたり、贈答品としても利用でき、根強いファンの底上げや新たなファンの獲得にもつながると思われしますので、ご検討いただくと幸いです。

出品商品はそれ自体完成度は非常に高いものであり、「バームクーヘン屋のRUSK」が多くの人々に愛され続けるよう、さら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