Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

ミルフィーユ10個入

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

Food Analyst

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

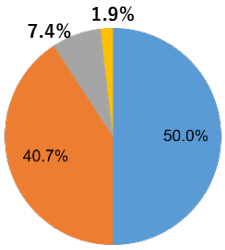
商品名	ミルフィーユ10個入
評価結果	グランプリ
受賞回・年月	第88回（2025年6月）

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。

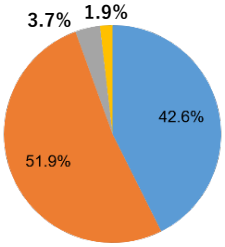
■ WEBアンケート結果

とてもある　少しある　普通　あまりない　ない

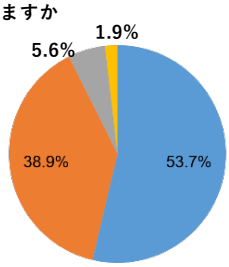
1 この商品に興味がありますか



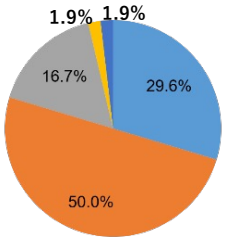
2 この価格で買いたいと思いますか



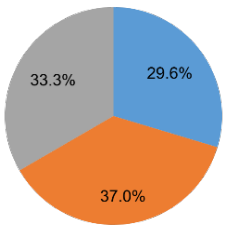
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

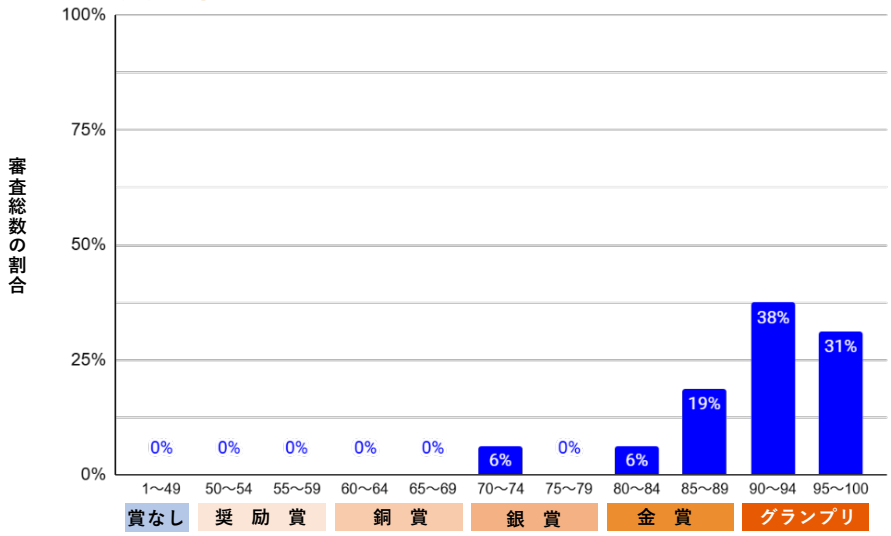


■ 審査評

評価が高かった内容	サクサク食感が心地よく、チョコレートとの一体感がある
	パイがばらけにくく、手や口を汚さず食べやすい構造である
	チョコレートの2度掛け製法で濃厚な味わいに仕上げられている
	色分けされた個包装が視覚的に分かりやすく、選ぶ楽しさもある
	季節イベントなど通年を通して需要が見込める商品である
	長年のブランド運営で信頼性と品質の安定感が確立されている
	軽量かつ豊富なラインナップでギフト用として汎用性が高い

評価が低かった内容	ミルフィーユの開発背景や物語性の説明があるとなお良い
	イチゴ風味の香料がやや強くあまり果実感を感じられない
	シンプルなネーミングのみでは印象が弱く、記憶に残りにくい
	同価格帯の競合商品が多く、強い差別化ポイントが見えにくい
	ミルフィール単体での情報発信が少なく、印象に残りにくい
	味や形状に個性的な工夫を加え、他社との差別化が図れると良い
	原材料の産地や調達ルートの透明性が高まると更に安心できる

■ 点数分布



点数分布として、銀賞相当が6%、金賞相当が25%、グランプリ相当が69%を占めた結果、総合評価90%で【グランプリ】となりました。WEBアンケート結果によると、本商品や価格に対する関心はいずれも90%以上と非常に高く、また多くの人がターゲット層の広さも感じていることは非常に強みと言えます。一方で独自の売りであるUSPやネーミング関しては評価がやや分かれており、今後一層の魅力づけや差別化の工夫が期待されます。

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】

- 視　覚
  - 光と色彩
    - 色：アーモンド：黄櫨染、ストロベリー：白茶、チョコレート：文人茶
    - 透明度：透明感はないがチョコレートの下にあるパイが微かに透けて見える
    - 明暗濃淡：チョコレートコーティングの凹凸による若干の濃淡
  - 形
    - 形　態：長さ5cm程度の直方体
    - 大　小：２口程度で食べきれる大きさ
    - 次　元：重層的で厚みのある見た目、奥行きを感じる
- 嗅　覚
  - 比　喩：記憶をくすぐる甘い香り、幸福感を呼び覚ます甘くとろける香り
  - 感覚的表現
    - 視　覚：艶めくチョコレートが光りを弾く甘い香り
    - 味　覚：舌に広がる甘さを想わせるまろやかな香り
    - 聴　覚：柔らかく耳元に届くような静かな香り
    - 触　覚：肌にふれる風のように包み込む優しい香り
  - 様子や状態：繊細な層がほどけて漂う甘やかな香り

■ 食前感　講評

見た目と香りの繊細な調和により、食べる前から豊かな期待感を抱かせてくれます。箱を開けると、3種類のフレーバーがあることがわかり、どれを選ぼうかというワクワクや楽しみから始まります。それぞれを開けてまず目に映るのは、上品な色彩です。アーモンドの黄櫨染、ストロベリーの白茶、チョコレートの文人茶といった落ち着きのある色調は心地良く、それぞれが穏やかに主張し合いながら調和し、視線を惹きつけます。直方体の形状は長さ約5cmと程よく、厚みと重層感をもつ奥行きある造形が、パイ層の繊細な構造を予感させます。チョコレートコーティングの表面には僅かな凹凸があり、光の加減でわずかな濃淡が生まれ、視覚的な奥行きも演出されています。

一方、香りは記憶をくすぐるように甘く、まろやかで静か。艶やかなチョコレートからは、幸福感を誘う甘い香りがふんわりと立ち上り、まるで肌に触れる風のようにやさしく鼻腔を包みます。視覚と嗅覚の織りなす静かな高揚感が、ひと口目への期待を自然に高めてくれます。

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】

基本五味	酸味	ストロベリーのフルーティな爽やかさが甘味にアクセントを加えている
	苦味	甘味が強く感じづらいがチョコレートのカカオ由来のビター感
	旨味	クリームから感じる乳製品由来のまろやかにまとめる旨味
	甘味	幸福感や満足感をもたらす、食べた瞬間に感じる豊かな甘さ
	塩味	パイ生地に感じる微かな塩味が甘味を引き立て味を引き締めている
広い意味での味覚		幾層にも重ねられた素材が生み出す奥行きのある複雑な味わい
匂　い		サクっとしたパイ層がほどける瞬間に香ばしさが鼻に届く
温　度	肌感覚	常温の優しい平和な口触り、舌の上でゆっくりと溶けていく温度感
テクスチャー	食材の物質的特性	硬　柔	サクっと軽く砕ける繊細な層
		乾いているか湿っているか	外側はチョコレートコーティングは乾いて光沢がありべたつかない
		粘　性	中のクリームはなめらかでやや粘性があり口の中でとろりと広がる
		触　性	チョコレートとクリームが舌に心地良くまとわりつき軽やかに消える
音	静騒感	食感の変化が生む小さな音のグラデーション
	擬音・擬態	サクッとホロッと口溶けの良い食べ心地

■ 食中感　講評

食感・香り・味わいの三位一体による繊細な調和が印象的です。ひと口かじると、チョコレートが体温で少しずつ溶けていくとともに、内層のパイが「サクッ」「ホロッ」と崩れ、重なり合う層の立体感が際立ちます。しっとりとしたクリームがパイにやさしく絡み、口の中でとろけるような一体感をもたらします。香りは甘くまろやかで、どこか懐かしさを感じさせる優しいニュアンスを持ち、口に含むごとに幸福感が広がります。温度は常温で口あたりはなめらかですが、冷やして食べるとチョコレートの食感が変化し、甘味も穏やかに感じられ違いを楽しむこともできます。繊細な構造でありながら、味わいは深く、層を重ねるごとに変化する風味の展開も魅力のひとつです。全体として、丁寧に設計された上品な味わいを堪能できます。甘味が全体の主軸となっているミルフィーユですが、基本五味としっかりと感じバランス良く調和しています。すぐにもうひとつ食べてみたくなる、別のフレーバーを試したくなる、まさに手が止まらない味として食中間においてヤミツキになりました。

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

まろやかな甘味と香ばしさが穏やかに残る。重層的ながらも優しく、次の一口を誘うような後味。特にストロベリーは軽やかな酸味が後味に爽やかさを添えるため重たすぎず心地良い。

気候・地域

季節や地域に関係なく楽しめる商品。チョコレートは夏に敬遠されがちだが、冷やして食べる楽しみもある。個人的には、夏は爽やかなフレーバー、冬は濃厚なチョコレートを堪能したい。

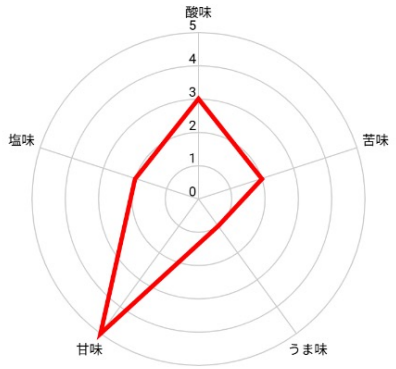
食経験・食習慣

子供の頃に食べたお菓子を思い出させるようなノスタルジックな香り、子供も楽しめる万人受けするチョコレートやクリームの味わい。

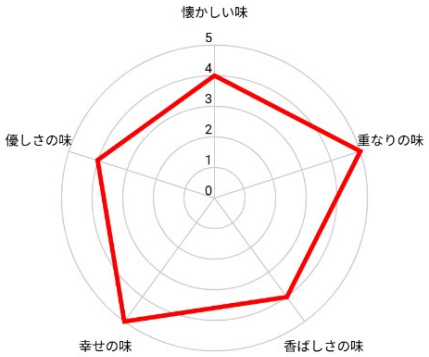
健康・生活様式

仕事や家事の合間の休憩に、紅茶やコーヒーにあわせて一息つくことができる、気持ちが華やかになるとともにリフレッシュできるミルフィーユ。

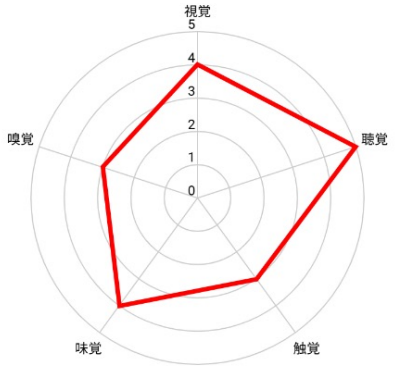
基本五味のレーダーチャート



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	3
苦味	2
うま味	1
甘味	5
塩味	2

広義の味	評点
懐かしい味	4
重なりの味	5
香ばしさの味	4
幸せの味	5
優しさの味	4

五感	評点
視覚	4
聴覚	5
触覚	3
味覚	4
嗅覚	3

1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

ミルフィーユは、2度掛けチョコレートの濃厚さとサクサク感が絶妙で、ブランドとしての信頼感や丁寧な仕上がりがとても魅力的です。食べやすく見た目も上品なため、贈り物にも使い勝手が良いという声も多くありました。性別や生まれ育った地域による嗜好に影響を受けることなく、老若男女から愛される親しみ深い味ですが、アーモンドやストロベリーのフレーバーには個性がもう少し欲しいという声もありました。また、商品開発に至ったより詳細な背景やストーリーが伝わると、さらに愛着が増すと感じます。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

シンプルなパッケージデザインで、各フレーバーの違いを視覚的に表現し、贈答用や手土産としても適しています。個包装の色分けや素材をイメージさせるイラストも工夫され、直感的に味が伝わる点が魅力です。一方で、商品名が一般的な「ミルフィーユ」のみであるため、類似商品との差別化が難しく印象に残りにくいという声もあります。またチョコレートの2度掛けがパッケージから伝わらずもったいないため、ネーミングに独自性を持たせたり、味の特徴をより明確に伝える工夫を加えること等、視認性と訴求力の向上に期待します。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

手頃な価格帯であり、贈り物や自家用として幅広いニーズに応える優れたバランスを持っています。長年チョコレートを扱ってきた企業の信頼性と品質の高さも購買動機として大きく作用しており、特にバレンタインなどのシーズン商品として安定した需要が今後も期待できます。また、季節毎に展開されている限定フレーバーもリピーターにとっては嬉しい魅力的な商品です。今後、若年層向けのSNSプロモーションをさらに強化することで、より多様な層へのアプローチと市場での存在感を一層高めることができると考えます。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

SNSやプレスリリース、ブランドページといった多様な広報チャネルを活用し、ブランド認知向上への取り組みが見られる点が非常に評価できます。広報専任部署を持ち、品質管理体制やお客様窓口の設置など、企業としての信頼感や丁寧なマネジメントも伝わってきます。また、長年培った老舗ブランドとしての安心感や歴史的背景も、商品全体の価値を高める要素となっています。一方で、個別商品の魅力発信はまだ限定的であり、特にミルフィーユ単体の話題性や発信力の向上が今後の成長において課題となるでしょう。

5. ブランディング要因

バレンタイン文化を築いた歴史ある企業として「想いを贈る」というコンセプトが一貫して商品に反映されています。現状のブランディングは「歴史や伝統」に重きを置いている印象があり、若年層や将来の消費者に対しては、進化し続けるブランドイメージも今後必要と感じます。例えば、カカオ製品を提供する企業として、サステナビリティやエシカルといった新たな価値観を企業理念に統合することは、将来を見据えたブランド戦略の構築に資するものと考えられます。ブランドの“今”、伝統と現代の視点の融合に期待します。

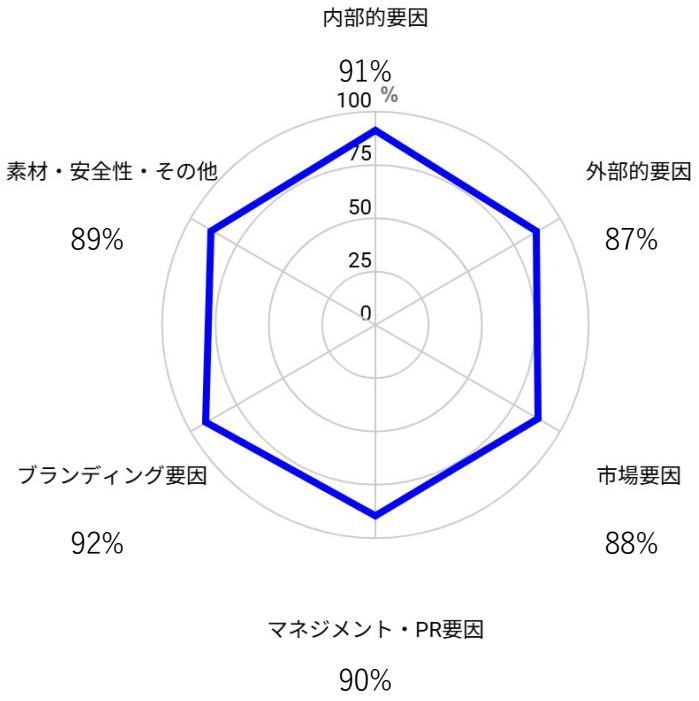
6. 素材・安全性・その他

素材や安全性に関しては、認証取得やトレーサビリティ管理が徹底されており、保存料を使用せず素材本来の美味しさを活かす姿勢が高く評価されています。老舗ブランドとして培ってきた信頼感や品質へのこだわりも、消費者に安心感を与える大きな要素です。一方で、放射性物質や農薬検査の情報開示、原材料の産地や調達ルートの透明化などを進めることで、さらなる信頼の醸成が期待されます。

審査レポート

■ 要因分布

要因分布として、87%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。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%、また「ブランディング要因」が92%と最も高く評価され、長年培ったブランド力や世界観の浸透が強みとなっていることが分かります。「マネジメント・PR要因」においても90%と高い評価を得ており、企業姿勢に対する信頼が感じられます。一方で「素材・安全性」は89%、市場・トレンドから構成される「市場要因」は88%、ネーミングやパッケージから構成される「外部的要因」は87%と90%台に届かず、独自の魅力が伝わる名称の工夫を求める声も挙がっています。今後もより持続的なブランド価値の向上が期待されます。



■ 総評

まずはじめに、日本ではじめてチョコレートで想いを伝えるバレンタインデー文化を提唱し、時代の変遷とともにチョコレートの様々な楽しみ方を提案し続けている姿勢に敬意を表します。

「ミルフィーユ10個入」は、長年チョコレート文化を築いてこられた老舗ブランドならではの絶大な安心感と、上質な味わいを兼ね備えた逸品です。2度掛けされたチョコレートと幾層にも重なるパイ生地の層が、奥行きのある高級感を演出しています。直方体の形状は手に収まりやすく食べやすいサイズ感で、個包装の裏側に「こちら側のどこからでも切れます」という表示には消費者への配慮が感じとれます。充実したラインナップで贈答用としても幅広く利用できる点も多くの審査員から高く評価されました。艶やかなチョコレートから立ちのぼる甘くまろやかな香りが、記憶をくすぐるように漂い幸福感を誘い、サクッとしたパイと濃厚なチョコレートの重なりにより五味がバランスよく感じられました。口どけもよく、後味には上質なチョコレートの余韻が静かに広がり、くどさを感じさせません。原材料の選定やトレーサビリティ体制も整っており、品質管理への意識の高さがうかがえますが、一方で放射性物質や農薬検査に関する情報開示、フェアトレードの有無など、より高い透明性のある情報発信が求められる場面もあります。オフィシャルホームページにある「カカオへの新たな挑戦」のページが残念ながらアクセス不可となるため、ぜひ更新をお願いしたいです。歴史や伝統を強みにした世界観が一貫しており「想いを贈る」というコンセプトも根付いていますが、若年層に向けた発信や新たな価値観の反映が今後の課題と感じます。ネーミングやキャッチコピーについては、一般的な名称から一歩進んだ独自性のある表現へのアップデートが、競合との差別化や未来の顧客獲得にもつながるでしょう。最後に本商品はそれ自体が非常に完成度の高いものです。これからも本商品の持つ更なる向上を期待するとともに、貴社のご発展を審査委員一同心より祈念申し上げます。

Food Analyst
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
〒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

Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション