



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

---

審査レポート

---

スティックわらびもち



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 スティックわらびもち

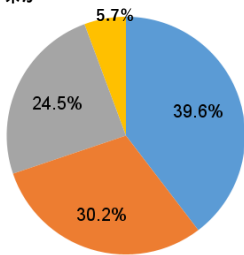
評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第88回 (2025年6月)

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。

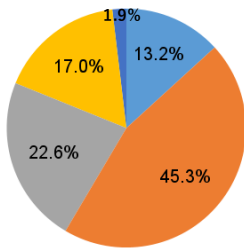
## WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通  
■ あまりない ■ ない

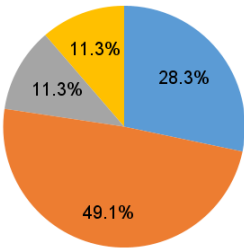
1 この商品に興味がありますか



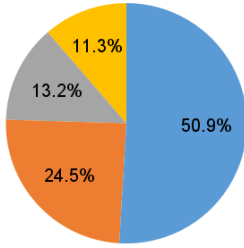
2 この価格で買いたいと思いますか



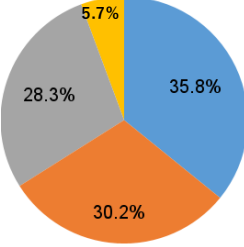
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

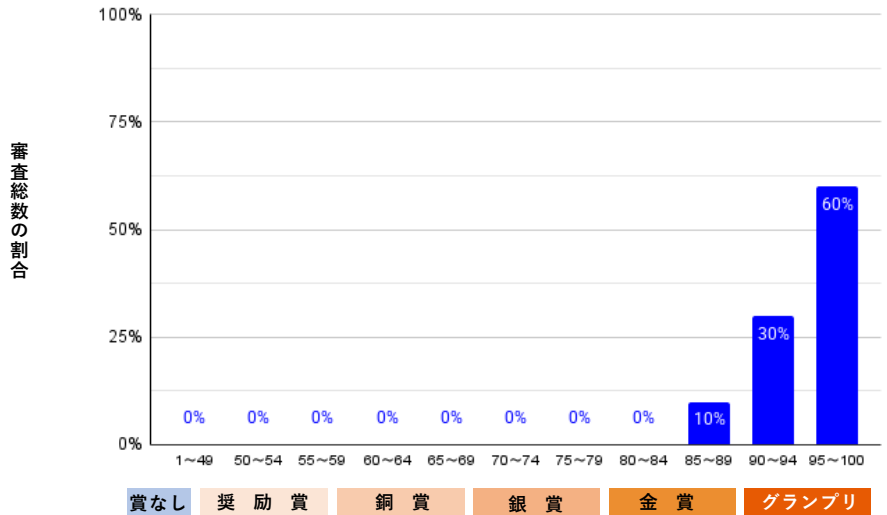
評価が高かった内容

フルーツの芳醇な香りと程よい甘さに好感が持てる  
もちぶる食感で贅沢な時間を過ごせる  
パッケージの仕掛け、デザインが素晴らしい  
パッケージは高級感があり、おしゃれで女性向けに良い  
衛生や安全、安心に対する管理体制が整っている  
ギフトや手土産にピッタリな高級感がある  
保存料なしで長期保存できる

評価が低かった内容

甘味を強く感じる  
きな粉を別添えてほしい  
外装品の開封の際、中心のつめが外れにくい  
個包装にもフレーバー名の記載がほしい  
スティックわらびもちの商品説明が分かりにくい  
鎌倉ブランド=鎌倉時代ということが分かりにくい  
保存料無添加をしっかりとアピールしてほしい

## 点数分布



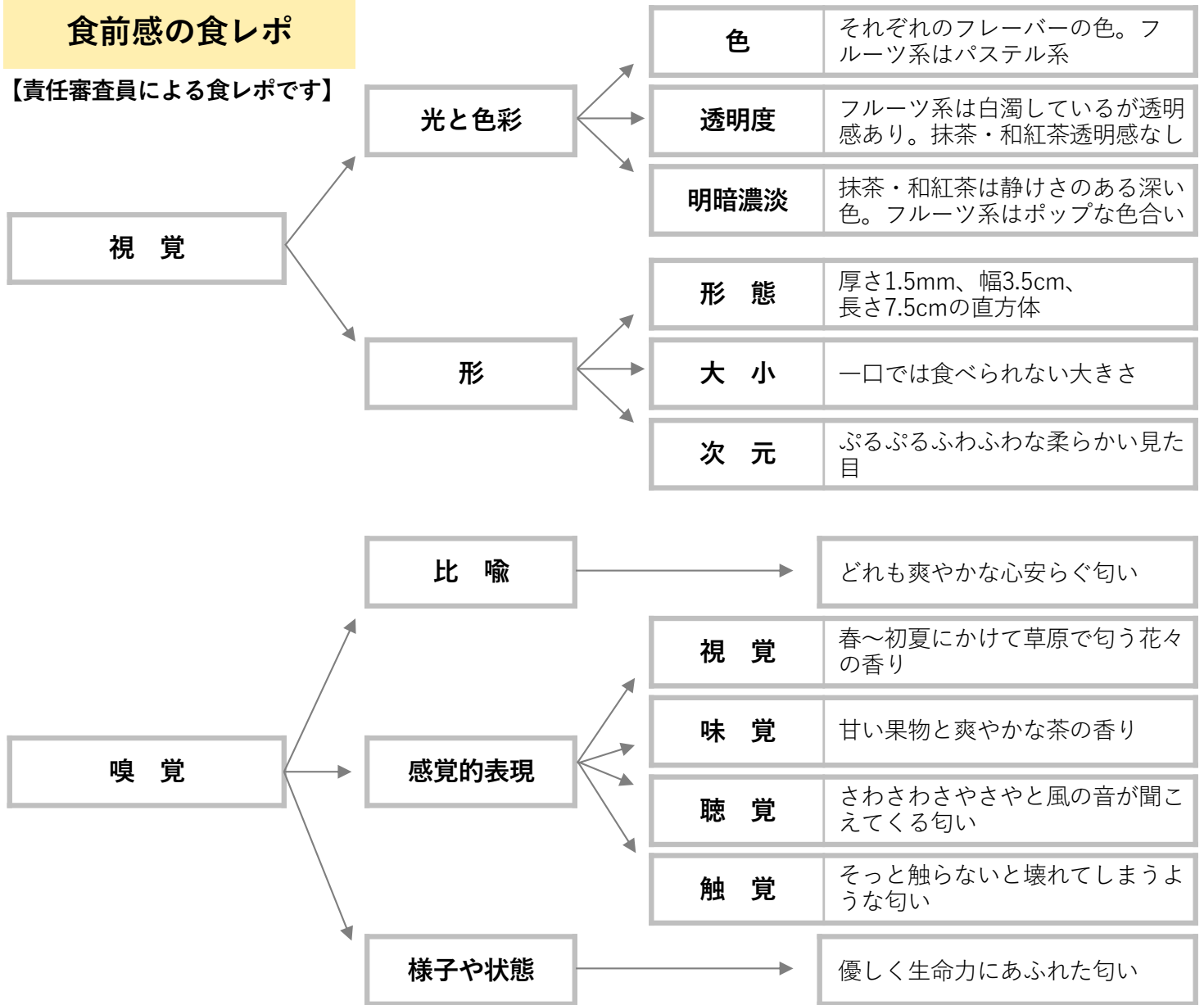
点数分布として、金賞相当が10%、グランプリ相当が90%を占めた結果、総合評価95%で【グランプリ】となりました。グラフが高得点に寄った理由として、日本の伝統的な和菓子であるわらびもちを食べやすくスティック状にし、抹茶やフルーツなどのフレーバーを加え、現代向けに進化させたクオリティの高さが多くの人の共感を得たことが挙げられます。アンケートの結果から7割弱の人がこの商品に「興味がある」と答えていることを見ても、商品のわかりやすさは非常に強みといえます。



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、5種類ともそれぞれのフレーバーの色をしていて、フルーツ系は淡いパステル系です。フルーツ3種類は白濁していますが、透明感があり、優しい春を思わせる少しポップな色をしています。抹茶・和紅茶は透明感がありませんが、表面は静けさのある深い色合いをしています。全てを皿に並べると、表面の水分が輝き、宝石を見ているような気分になりました。

大きさは、幅3.5cm × 長さ7.5cm × 厚さ1.5mmの直方体です。一口では食べられない大きさで、スティック状で食べても、皿に取り出し切って食べても良い大きさです。全てがぷるぷるしていて大変柔らかく、食べる前から見た目の可愛さに好印象を受けました。

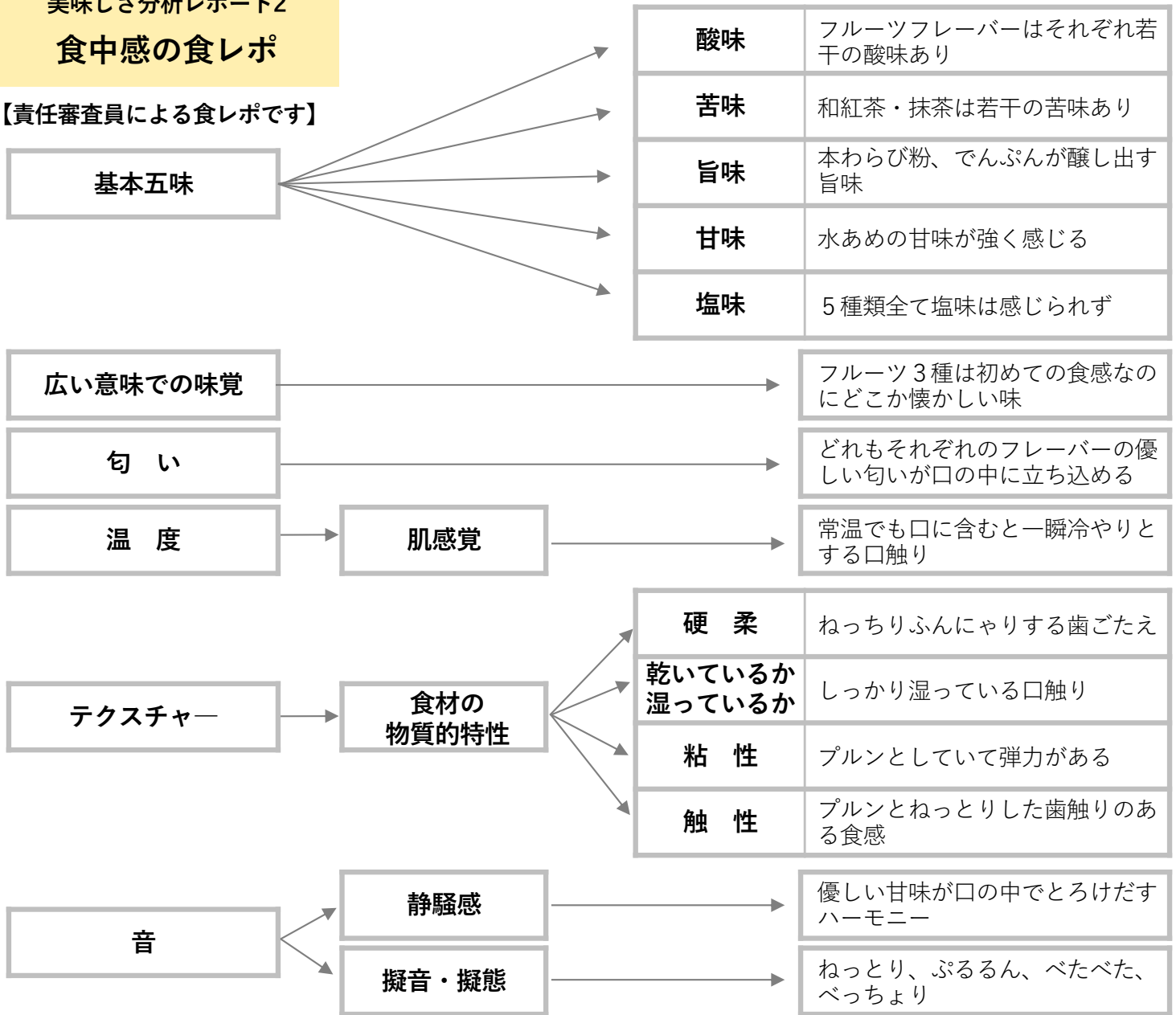
甘い果物と爽やかな茶の香りがして、どれも爽やかで心安らぐ匂いです。春から初夏にかけて、草原をさわさわさやさやと風が通り抜けるようなイメージが心地よく、食前に"早く食べたい"そんな思いに心が踊りました。



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

常温でも冷やしても手軽に食べられる商品です。常温で食べた際、口に含むと、一瞬冷やりとする口触りを感じました。ひと口噛むと大変柔らかく、粘り気がありながらふんにやりして、心地よいねっとりした食感が続きます。

基本五味は、5種類全て塩味を感じることはできませんでした。フルーツフレーバーはそれぞれの果物の味の“酸味”を若干感じる事ができました。また“苦味”については、抹茶・和紅茶は若干感じる事ができます。また、本わらび粉とでんぷんが醸し出す「旨味」と水あめのような「甘味」を実感しました。この四味のバランスの良さが老若男女、国籍を問わず、多くの方が「おいしい」と感じる事ができる理由となります。

一般的なわらび餅と比べ「スティックわらびもち」はかなり柔らかく、それ自体新しい和菓子と感ずることができ、味覚・歯ごたえ、全てにおいて口の中でとろけ出すハーモニーが新しい美味しさの世界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食中間、やみつきになりました。



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

それぞれのフレーバーが口の中で余韻を残す後味。ただ、甘味がしっかりと感じる事ができ、口の中にあふれている

気候・地域

「わらびもち」といえば夏を想像するが、春から夏にかけて、爽やかな風が吹くころに温かい日本茶と一緒に食べたくなる

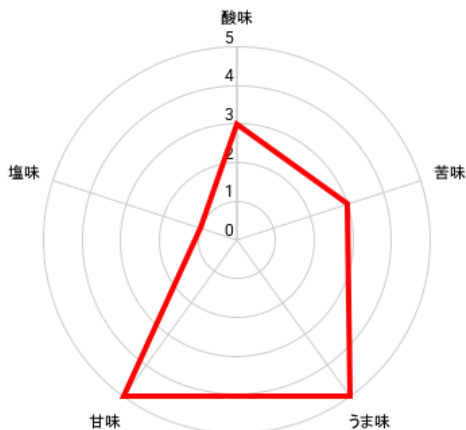
食経験・食習慣

京都・嵐山で食べた“生わらびもち”のような柔らかさ、口触りを思い出した

健康・生活様式

煎茶道を学んでいる私にとって、とっておきのおいしい玉露と一緒に食べたくなった

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





## 1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

ゼリーとは違ったサブタイトル通りの「もちぶる新食感」のわらび餅で、シンプルなわらび餅と比較して、非常に甘く濃厚な味わいでした。1つで満足感がある納得の味です。和菓子にありがちな味だけではなくフルーツ味が多く、新感覚の商品だと感銘を受けました。常温で試食した際、全体を通して甘みを強く感じたので、きなこの別添やきなこを中心部分に入れるなどの工夫があると、さらなる魅力が楽しめると思われます。また「和紅茶」はもう少し茶葉の風味を効かせた方が良いとの意見が多くありました。

## 2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

パッケージは高級感があり、女性向けで手に取りやすいです。また、外装箱には小窓が空いていて、開くと個別の箱自体が立ち上がるようになっている、とてもインパクトのあるアイデアの素晴らしいデザインに感銘を受けました。開封時も手が汚れず、すぐに食べられるのは消費者を大切に思う思いがしっかりと伝わります。このパッケージの仕掛けや食べやすさは、国内のみならず、海外でも好まれる頼もしいニュース性があると実感できます。

## 3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

わらびもち業界は競合他社が多い中、貴社の「ぶるぶるのわらび餅を個包装にして、和菓子を手軽に楽しめるスティック型にした」という発想は、とても素晴らしいものだと感じました。

2024年11月発売とのことで「鎌倉わらびもち」のブランドを生かして、今後の販促につながればと思います。女性好みのパッケージデザインと工夫された仕掛けは大変評価が高く、インバウンド層に広く認知されていけば、さらに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）

貴社のHPが美しく高級感が溢れていること、また情熱を持って運用されていて、Instagramなど他のSNSも広報について具体的な戦略を立て、他商品のメディア紹介も素晴らしいと感銘を受けました。トレンドや消費者市場も調査された上で商品開発されたことが伺え、この商品にかかる思いがしっかりと伝わってきます。海外進出を大きく視野に入れている場合、空港などで広く販売されると新たなファンの獲得につながると確信します。

## 5. ブランディング要因

甘味処として「鎌倉ブランド」は既に国内外に店舗展開していて、和スイーツを広げるための販路が整っている点が素晴らしいです。和スイーツを広げるのならば、ターゲット層に沿った戦略をされていると思いますが、若年層にブランドを普及させるには、もう少し価格を抑えた方が良いでしょう。

また、好きなフレーバーだけを購入し、外装箱に入れる販売方法などを行われるなど、販売方法の仕方でまだまだ伸びしろを感じることができます。

## 6. 素材・安全性・その他

日本の伝統のわらび餅を、素材、本来の風味や品質を大切に、製造されていることに感銘を受けました。国際的な食品安全規格「FSSC22000」を取得した工場で、消費者の安心感を第一に考え、安心安全に非常に注力されていると実感できます。

また、保存料なしで長期保存できるところが大変素晴らしいです。ただ、一般消費者は「長期保存=保存料使用」と思いこむことが多いため、パッケージに大きく記載するのはいかがでしょうか。

# 審査レポート

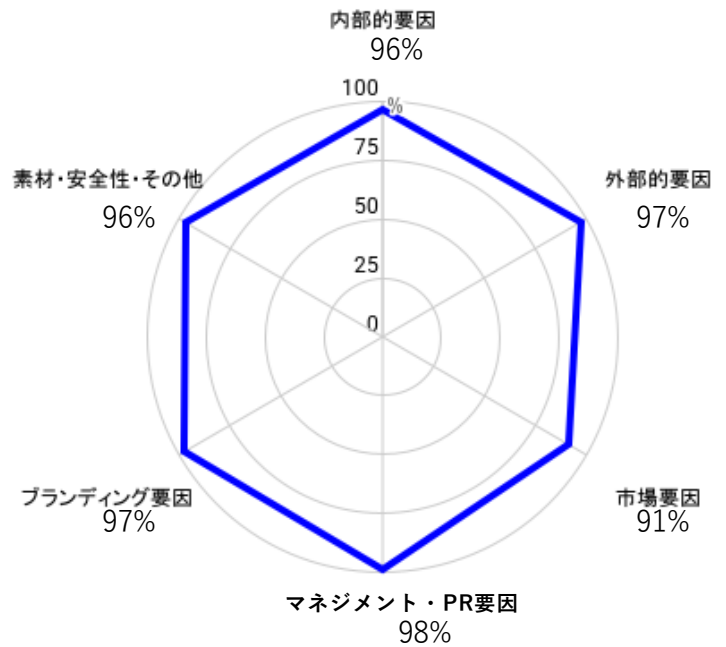
## ■ 要因分布

要因分布として、91%から98%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96%、ネーミングやパッケージから構成される「外部的要因」は97%と高評価です。マネジメント・広報等の「マネジメント・PR要因」は98%、「ブランディング要因」は97%と、上記4要因に関しては、この商品のそれぞれの特徴やクオリティが高く、安定した好評価につながりました。

「素材・安全性」は96%です。伝統的な和菓子文化のわらびもちを現代風に進化させ、手軽に楽しめるスティック型にしたこと。また、定番の和のフレーバー以外にフルーツのフレーバーも加え、新しくありながら従来の食感を大切にしていること等が審査員に伝わり、高評価を得ました。

一方、「市場要因」が91%にとどまりました。手土産や贈答品、海外展開も視野に含まれて販売されている事は良いのですが、“わらび餅=安価である”というイメージが強いため、1本あたりの単価が高いことに評価が割れ、点数が伸び悩む結果となりました。



## ■ 総評

まず初めに、日本の和菓子文化である「わらび餅」を現代向けに進化させ、どこにでも持ち運べる個包装の食べやすいスティック型を取り入れ、伝統を重んじながら新感覚のスイーツとして開発されたことに敬意を表します。

「スティックわらびもち」は、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。外装箱では小窓が開いていて、そこから覗く5つのフレーバーのイラストが大変可愛らしく、童心に戻ったようなわくわくが止まりませんでした。蓋を開けるとそれぞれの箱が立ち上がる仕組みになっていて、「かわいい♡」とキュンキュンする気持ちが高まりました。審査員からは「とても可愛い箱ですね」「飛び出すパッケージのアイデアが素晴らしい」と大絶賛でした。このワクワク感のまま「スティックわらびもち」を試食すると、“もちもちぶるぶる”の食感に再度胸が打たれ、幸せな気持ちに包まれました。外装箱の可愛らしさ、蓋を開けたときのわくわく感、味を含むぶるぶるの新食感、これら3つの要素は、老若男女全ての人の感動を巻き起こす商品だと確信します。

一方、ネガティブな意見として「甘みが強い」「きなこを別添えてほしい」などの意見がありました。和と洋の魅力を融合させた新しいおいしさの商品ですが、それぞれの商品の色が美しいため、お皿に出して美しさを楽しみながら食べる消費者もいるかと思われます。「食べ方いろいろ」とメッセージカードときなこを添えて販売されると、消費者の探究心がさらにくすぐられるのではないのでしょうか。

また、日持ちのする商品のため「保存料不使用」と伝わりにくく、使用されていると思われるがちです。「保存料不使用」は大きな強みとなります。パッケージのどこかに記載することで、消費者は安心して購入することができ、新たなファンの獲得につながると思いますので、ご検討していただけれますと幸いです。

出品商品はそれ自体完成度が非常に高いものであります。これからも多くの人に愛され続けるよう、さらなる飛躍と活躍を審査員一同心より楽しみにしています。





Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション