



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

---

審査レポート

---

ヨーグルツペ



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 ヨーグルッペ

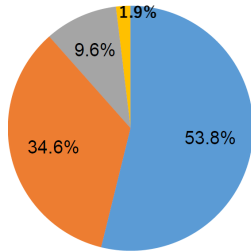
評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第88回 (2025年6月)

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。

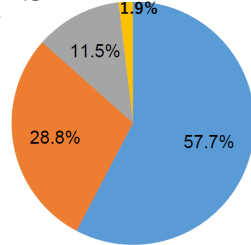
## WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通  
■ あまりない ■ ない

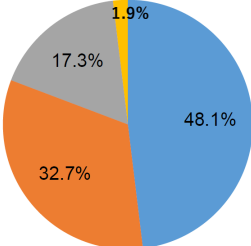
1 この商品に興味がありますか



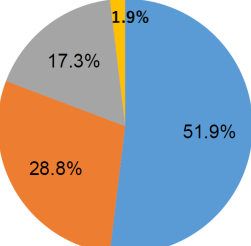
2 この価格で買いたいと思いますか



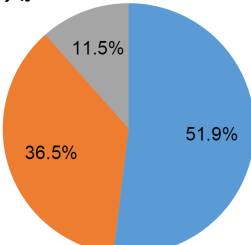
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

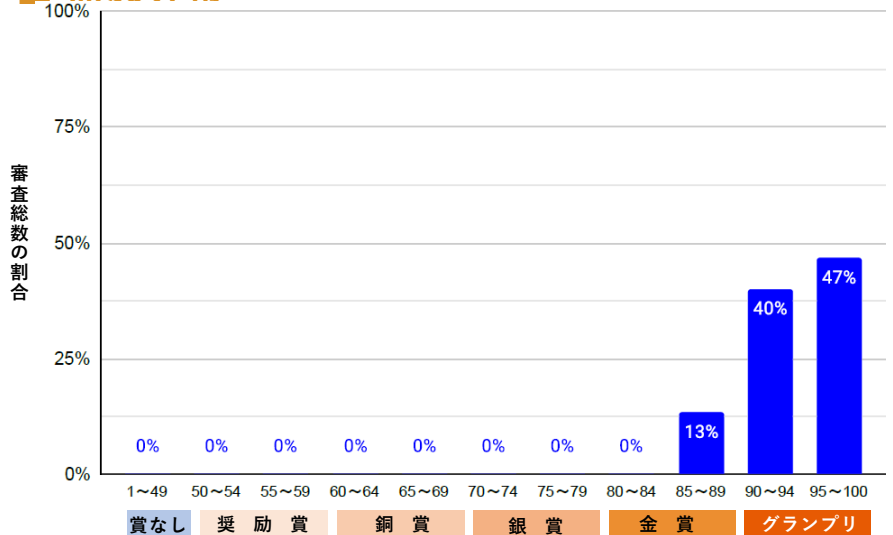
評価が高かった内容

年代を問わずに飲める優しい味わいと適度な酸味のバランス  
 乳酸菌飲料らしい香気成分、後味の引きもすっきりと心地よい  
 北海道の原料で、安全かつ良心的な商品を作り続けている  
 パッケージイラストが伝統的で、安定感のあるイメージを伝える  
 九州出身の人にとっても馴染みがあり、懐かしさを感じさせる  
 徹底した原料と安全への管理体制が整っている  
 保存料を使わずに常温で120日保存できる技術が素晴らしい

評価が低かった内容

個人的にはわずかに甘さを強く感じ、喉に少し残る印象  
 ストーリー性のある商品なので、製法などのアピールが欲しい  
 他社同等商品との差別化ポイントの明示があると良い  
 パッケージがヨーロッパ風であり、北海道との齟齬を感じる  
 ストロウの袋が強くて開けづらく、子供やお年寄りは大変に感じる  
 販売チャンネルが限定されていて手に入りにくい  
 ホームページやSNS対応など、広告宣伝に伸びしろがある

## 点数分布



事前のアンケート結果では約88%の審査員の興味を引き、約81%が購入するターゲット層の広さを評価し、約81%がUSPに対して高評価でした。

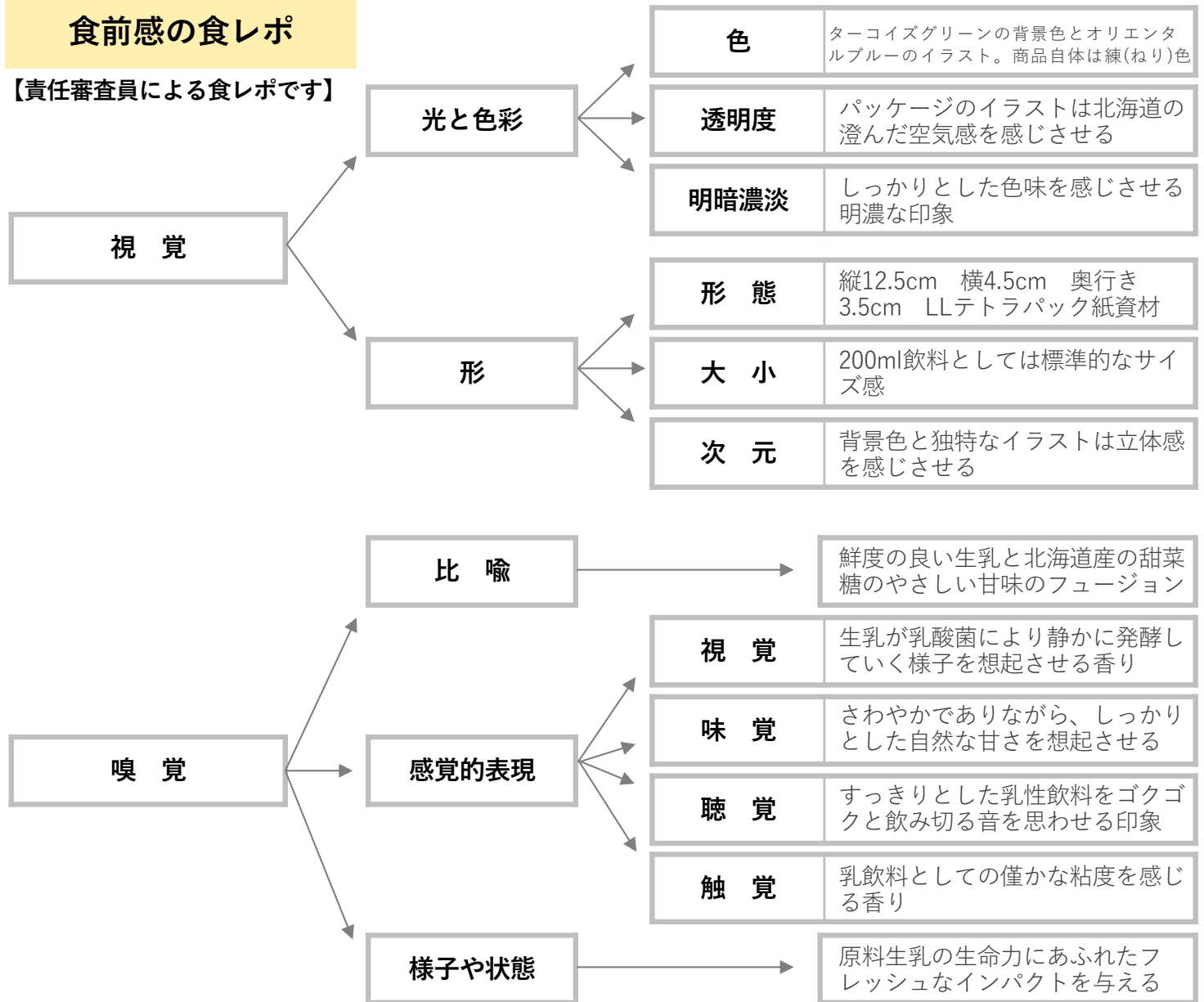
審査結果の点数分布として、グランプリ相当が全体の約9割、金賞相当が約1割となり、総合評価94点で第88回ジャパン・フード・セレクションにおきまして、グランプリ受賞とさせていただきます。

商品自体の美味しさやデザイン性の高い外観から【内部的要因】  
 【外部的要因】の評価が高く、また、乳業メーカーとしての高い品質管理のレベルを評価する声が多くありました。【素材・安全性】も98点で全体の高評価につながりました。

## 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

外観の形状・材質は200mlのLL飲料として標準的な形状であり、ストローの圧着添付も一般的なものであります。保管、開栓に大きな問題はありますが、一部の審査員からはストローの押し出しの際に角度によっては多少の力を要するため、子供や年配の方には不都合な可能性があるとの意見がありました。

パッケージデザインは青系の色を多用し、上部の地図のイラストも相まり、北海道の冷涼な雰囲気をよく伝え、鮮度の良い原料生乳や北海道産の甜菜糖を使用している事を想起させます。女性のイラストや商品名とそのロゴはレトロな印象を与え、昨今の昭和レトロブームにもフックできる可能性もあります。種類別を始めとする一括表示や問い合わせ窓口などの表示は万全であり、歴史ある大手乳業メーカーとして安心感を与えるものでありますが、全体としては画一的な印象を感じ、パッケージに商品特徴や他社品との差別化がもっとあった方が良いという意見が一定数ありましたので、今後の検討課題の一つとしてはいかがでしょうか。

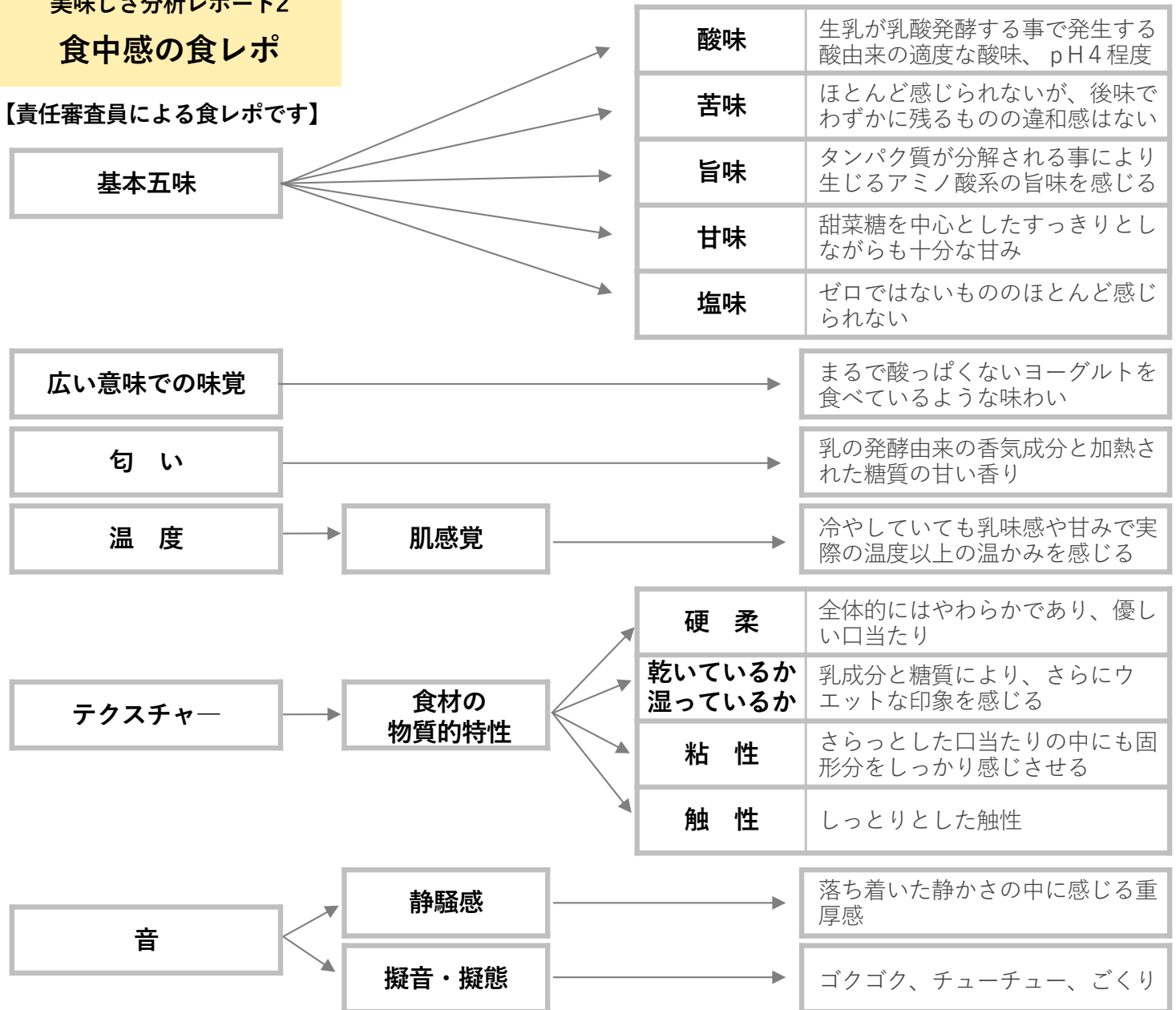
グラスに注いでみるとまさに乳酸菌飲料らしい練色（白味がやや強い肌色）であり、乳製品の発酵臭と甜菜糖の甘みを想起させる甘い芳香に包まれ、味への期待感が大きく高まりました。



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

口に含んだ瞬間に感じるのは、その滑らかでクリーミーな舌触りです。乳酸菌飲料特有のまろやかさがあり、口の中に広がる感触が心地よく、飲みやすさを際立たせています。この滑らかさは、乳製品をベースにした飲料ならではのもので、他の清涼飲料水とは一線を画しています。また、味の中心となるのがその甘さと酸味です。共に決して強すぎることはなく、むしろ控えめで上品です。甜菜糖のすっきりとした甘さに加え、乳糖が乳酸菌により分解されたブドウ糖等も寄与しているものと考えられ、これが飲みやすさに繋がっていて、後味が非常にすっきりしているのも特徴的です。また、酸味は乳酸発酵によるもので、甘さとのバランスを絶妙に保っています。酸味が加わることで味に深み生まれ、単なる甘い飲み物とは違った複雑さを楽しむことができます。全体的な印象として、単に飲み物としての楽しさだけでなく、どこか懐かしさを感じさせる要素があり、多くの人の子供の頃に慣れ親しんだ乳酸菌飲料の思い出に繋がり、ノスタルジックな気分になることができるのも、本商品の味の魅力のひとつです。また、万人受けする味わいは朝食や間食、デザートと幅広いシーンで活躍する事が期待できると言えます。



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

乳酸菌飲料特有の酸味と甘みの引きが良く、さっぱりとした印象を受ける。乳成分と糖分の残りが喉に残る点については評価が分かれる。

気候・地域

基本的には季節・気候を問わないが、汗をかき水分が不足する夏や空気が乾燥して喉の潤いが失われやすい冬がより好適。北海道産原料に拘っている点は大きなアドバンテージがある。

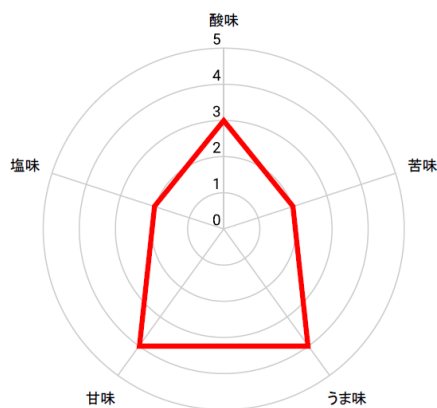
食経験・食習慣

日本人の多くが子供の頃に飲んだ乳酸菌飲料の味わいは、懐かしさを感じさせる。他社競合品もあるが本商品の甘さや酸味がちょうどよく、多くの人の共感を得る事ができる。

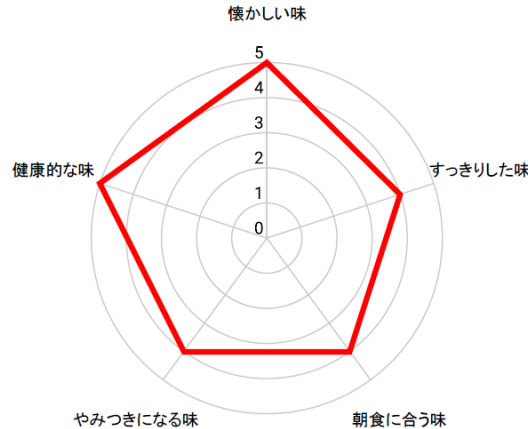
健康・生活様式

乳酸菌は生きていなくても、発酵生産物や菌体内外の諸成分に抗腫瘍性、血圧降下作用、血清コレステロール低下作用などの健康効果があるとされていて、本商品にも一定の効果が期待できる。

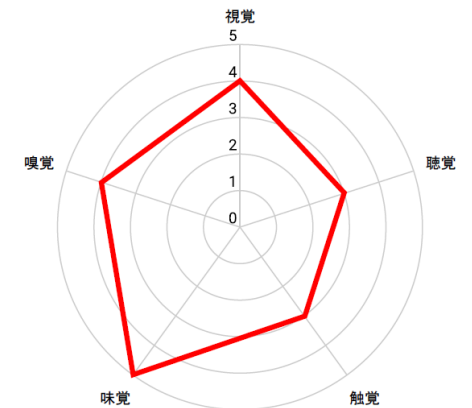
基本五味の  
レーダーチャート



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	4
甘味	4
塩味	2

広義の味	評点
懐かしい味	5
すっきりした味	5
朝食に合う味	4
やみつきになる味	4
健康的な味	5

五感	評点
視覚	4
聴覚	3
触覚	3
味覚	5
嗅覚	4

## 1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

多くの審査員が味について高評価でした。特に、万人受けするちょうど良い甘さと酸味、喉ごしの良さ、乳酸発酵と糖質のメイラード反応による複雑な香気成分等、それぞれのバランスが絶妙であり、乳酸菌飲料としての品質の高さを評価する声が圧倒的でした。また、原料に北海道産の生乳と甜菜糖を使用している点は十分にニュース性がある事も高い評価を得ています。後口の喉に残る乳成分と甘さを指摘する声が複数見られ、乳酸菌飲料の宿命である事に違いありませんが、今後の開発シーズとなるかもしれません。

## 2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

ネーミングや外装、商品コンセプトについては、良い意味でのレトロ感が懐かしさとノスタルジーを感じさせる味わいと相まり、昨今の昭和レトロブームにおいても十分なポテンシャルを有していると言えます。その点を評価する声が多数ありました。パッケージイラストの少女については北海道というよりはヨーロッパのテイストを強く感じる、という声が複数ありました。また、商品特徴や本商品のアドバンテージの記載がもっとあっても良いという意見もありました。

## 3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

商品コンセプト、サイズや価格設定において、量販店やCVSにおける乳酸菌飲料市場で適切なポジショニングである事が多くの審査員により評価されました。特に飲みやすさを追求してお年寄りから子供まで万人に受けるフレーバリングと手に取りやすい価格帯は多くの審査員が認めるどころです。トレンドに流されていない、という反面、昨今は機能性や腸活が取り上げられる事も多く、オリジナリティに富む珍しい乳酸菌を使用している点などを活用した販促や新商品があっても良いかも知れません。

## 4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

全体のマネジメントとしては、ホームページ等で確認する範囲では盤石な体制となっています。またホームページ自体は様々な取り組みを通じた企業としての姿勢や品質管理に対する意識の高さが十二分に伝わる一方、どこか肩に力が入った印象を受け、コンテンツを含めてもう少しポップな方向性があっても良いのでは、という意見もありました。今後SNSにおける販促をご検討されるという事ですので、ホームページの厳格さはそのまま変更せずに、SNSではギャップを活かしたキャッチーな方向性も是非検討いただければと思います。

## 5. ブランディング要因

北海道の肥沃な大地と鮮度の高い原料乳、最新の技術を活用したプラントによる高品質な製品など、ブランドイメージは一定の安心感と付加価値を感じる点において高い評価を得ました。特にモツァレラチーズは、日本における大規模生産の先駆者としてのポジショニングは確固たるものがあり、全国的な普及率も相応にあると思われる、その点での評価も確認されました。ただし、それに比するとその他の製品はまだまだ発展する余地があると思われるので、今後の販促や商品開発によるさらなるブランド認知向上に期待します。

## 6. 素材・安全性・その他

昨今の食品偽装や食品・サプリメント等の健康被害等の問題を受け、商品の安全性や品質管理に対する一般消費者の目は製造ラインの大小を問わず、年々厳しいものになってきています。貴社においては、一般的な品質管理、衛生検査に留まらず、FSSC22000に準じた高次元の管理や放射性物質の厳密な調査など、乳業メーカーとして十分な衛生管理、品質管理ができています事が高く評価されました。本商品においては北海道産の生乳と甜菜糖を使用するなど、原料品質へのこだわりも強く感じられました。

# 審査レポート

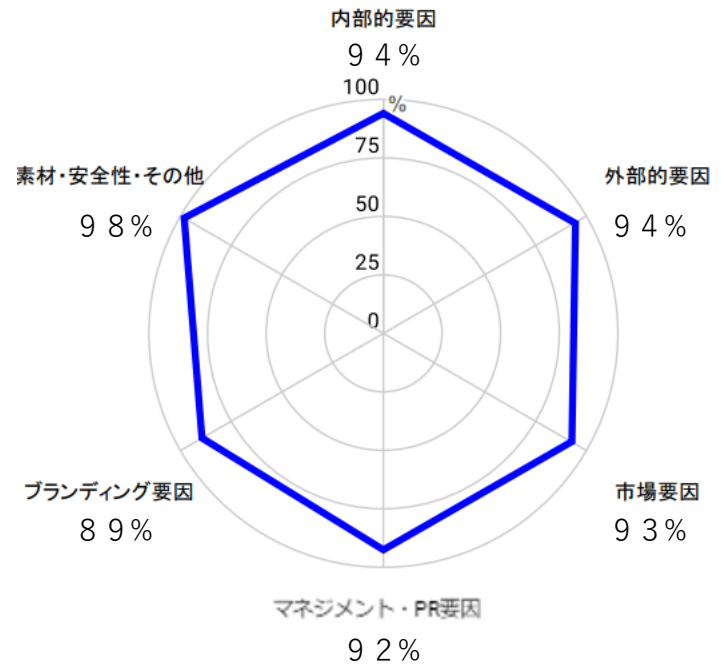
## ■ 要因分布

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94%となり、乳酸菌飲料としての独特な芳香や適度な酸味と甘みのバランスが良く、その風味が高く評価されました。

「外部的要因」も高品質な乳飲料である事を伝えながら流行りの「昭和レトロ感」を感じさせるパッケージやロゴデザインが高評価となり94%、高いレベルでの原材料の管理、衛生管理や品質管理などの安全性への取り組みが確認され「素材・安全性」も98%と高く評価されました。

また、高品質な商品でありながら手に取りやすい価格帯や販売しやすい形状なども評価され「市場要因」も一定の評価を受けました。

「ブランディング要因」については、乳業メーカーとして商品ラインナップや広告宣伝要素に改善余地がある事から他要素に比較して少し低い評点となりましたが、全体としてはバランスの良い大きな六角形となりました。



## ■ 総評

国連が2015年に採択したSDGs (Sustainable Development Goals) は、持続可能な世界の実現のために2030年までに達成すべき17の目標と169の具体的なターゲットから構成されています。その目標には乳業メーカーとして取り組むべき課題が多数含まれており、特に酪農事業者や小規模の酪農家の生活水準向上させる取り組み（「貧困と飢餓の撲滅」 SDG 1とSDG 2）や健康的な食品の提供や栄養価の向上への取り組み（「健康と福祉の促進」 SDG 3）、持続可能な消費と生産の確保（「つくる責任、つかう責任」 SDG 12）は重要なファクターとなります。その観点からすると、貴社は昭和62年に地域の酪農家から集められる生乳を全量処理する事を使命として設立され、生乳廃棄の問題に真摯に取り組みながら酪農業従事者や農業協同組合への利益の還元を行い、栄養素が豊富な乳製品として持続的に提供し続ける事を通して消費者の健康増進など、多くの課題を解決されてきたと言えます。本商品のみならず様々な乳製品を通して（SDGs などなかった時代から）40年以上も体現されてきた貴社の企業としての真摯さに大きな敬意を表します。

今回、本商品については、酸味と甘みと香りの調律の取れたその類い稀なる味わいはもちろん、原料の選定から検査、殺菌や発酵、充填といった製造過程において厳しい生産管理を始めとした、放射能検査・トレーサビリティ管理・FSSC22000を取得した高次元の管理等が正しく行われている事、また、適切なマーケティングに基づく商品展開なども高く評価され、最終的に第88回ジャパン・フード・セレクションにおきましてグランプリ獲得となりました。

ただ、PR・広報活動を含めたマネジメント体制についてももう少し踏み込んだアプローチが欲しいという意見が一定数ありました。日本国内においては今後のさらなる人口減による需要の減少、都市部への一極集中による需要動態の変化はあらゆるデータが物語っており、その対策はこれまで以上に重要になってくると考えられます。商品自体の品質維持、向上は当然の事ながら、常にマネジメントやブランディング戦略の見直しは必須でありターゲットとする顧客層や需要の変化を把握し、それに合わせた販促活動や商品開発を行うことがこれまで以上に重要なファクターとなっています。本商品においてはホームページやSNSにおける販促への取り組みの余地はまだまだあると思われますのでそういった販促、広告宣伝活動を通じて、新規、既存顧客へのアクセスを強化し、販路をさらに広げる議論を今後深めてはいかがでしょうか。

今回のグランプリ獲得を機に今一度、マネジメントやブランディングにさらなる磨きをかけ、弛まぬ研鑽を続けられ、より一層、貴社がご発展される事を審査員一同、心より祈念いたしております。



〒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