



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

---

審査レポート

---

東京レモンチェ



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 東京レモンチェ

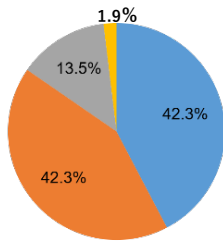
評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第88回 (2025年6月)

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。

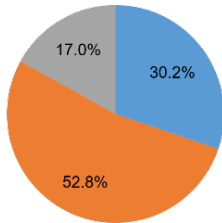
## WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通  
■ あまりない ■ ない

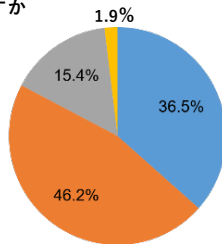
1 この商品に興味がありますか



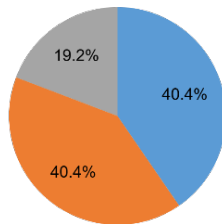
2 この価格で買いたいと思いますか



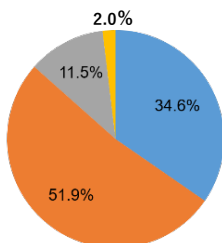
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

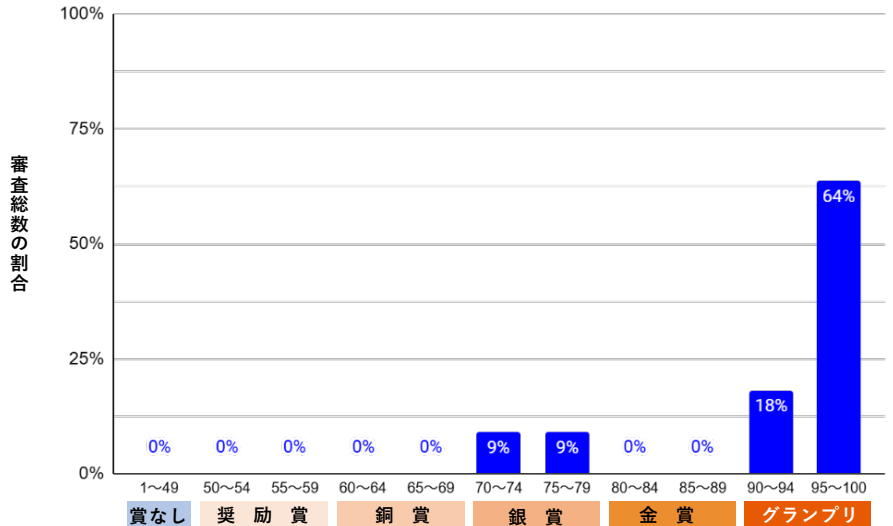
評価が高かった内容

爽やかなレモンの香りと風味、酸味が魅力的である  
 レモンピールの苦味と食感が味のアクセントになっている  
 パッケージデザインが非常に可愛く、特に女性受けがする  
 ふわふわの食感とコロとした見た目の可愛さが魅力的  
 地中海レモンなど素材のこだわりが伝わってくる  
 InstagramなどSNSの活用は非常に効果的である  
 安心、安全の取り組みが消費者への信頼を獲得

評価が低かった内容

「レモンチェ」の意味が伝わりにくい  
 ダックワーズである説明が不足している  
 東京とレモンの関係性、パッケージのキャラの説明が欲しい  
 広報戦略やブランド戦略が少し曖昧  
 価格と商品サイズ (4個の大きさ) とのバランス  
 封緘シールが手で少し剥がしにくい  
 着色料の使用に消費者はやや不安を感じる

## 点数分布



点数分布として、銀賞相当が18%、グランプリ相当が82%を占めた結果、総合評価92%でグランプリ受賞となりました。

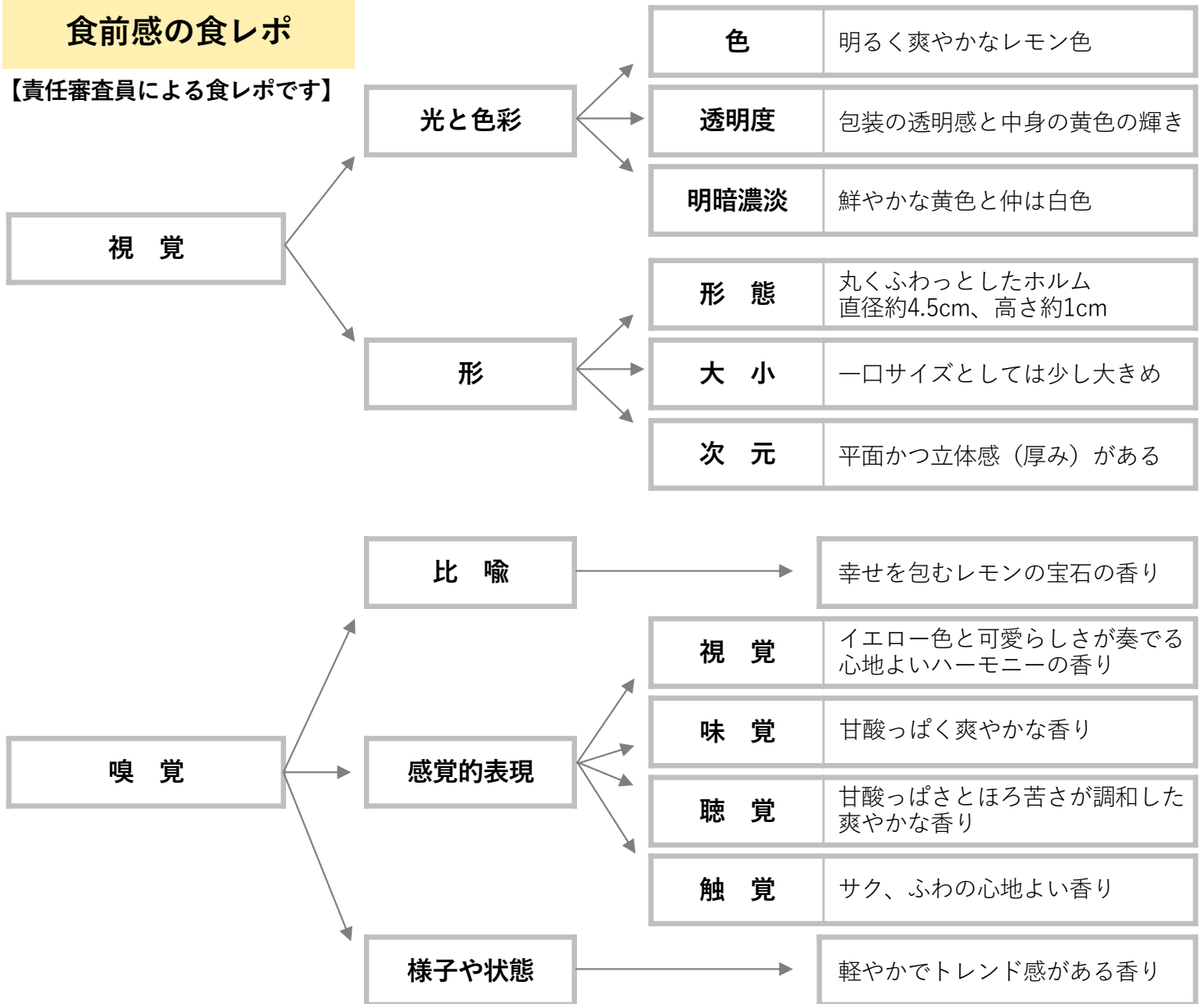
グラフが高得点に偏った理由として、味と食感が絶妙に調和したクオリティの高さが挙げられます。全アンケート結果から8割強の人が良い評価であるのは、商品に対して広くニーズが取れる強みとも言えます。一方、「レモンチェ」の意味が分かりづらい点、着色料への懸念などがマイナス要因と考えます。



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

見た目はまず、個包装のキャラクターの男の子と犬、レモンの絵がとても可愛らしく目を引きまます。個包装を開けると中には黄色のコロンとしたマカロンのようなお菓子が入っていて、名前の通りレモン味のイメージを想像することができました。

大きさは直径約4.5cm、厚さが約1cmの一口で食べるには少し大きめのサイズです。

レモン色のお菓子の甘酸っぱく爽やかな香りを感じて割ってみると、中から山吹色の黄色い生地の中にシトラスイエロー色をしたクリームが現れました。幸せを包むレモンの宝石のような香りを感じました。

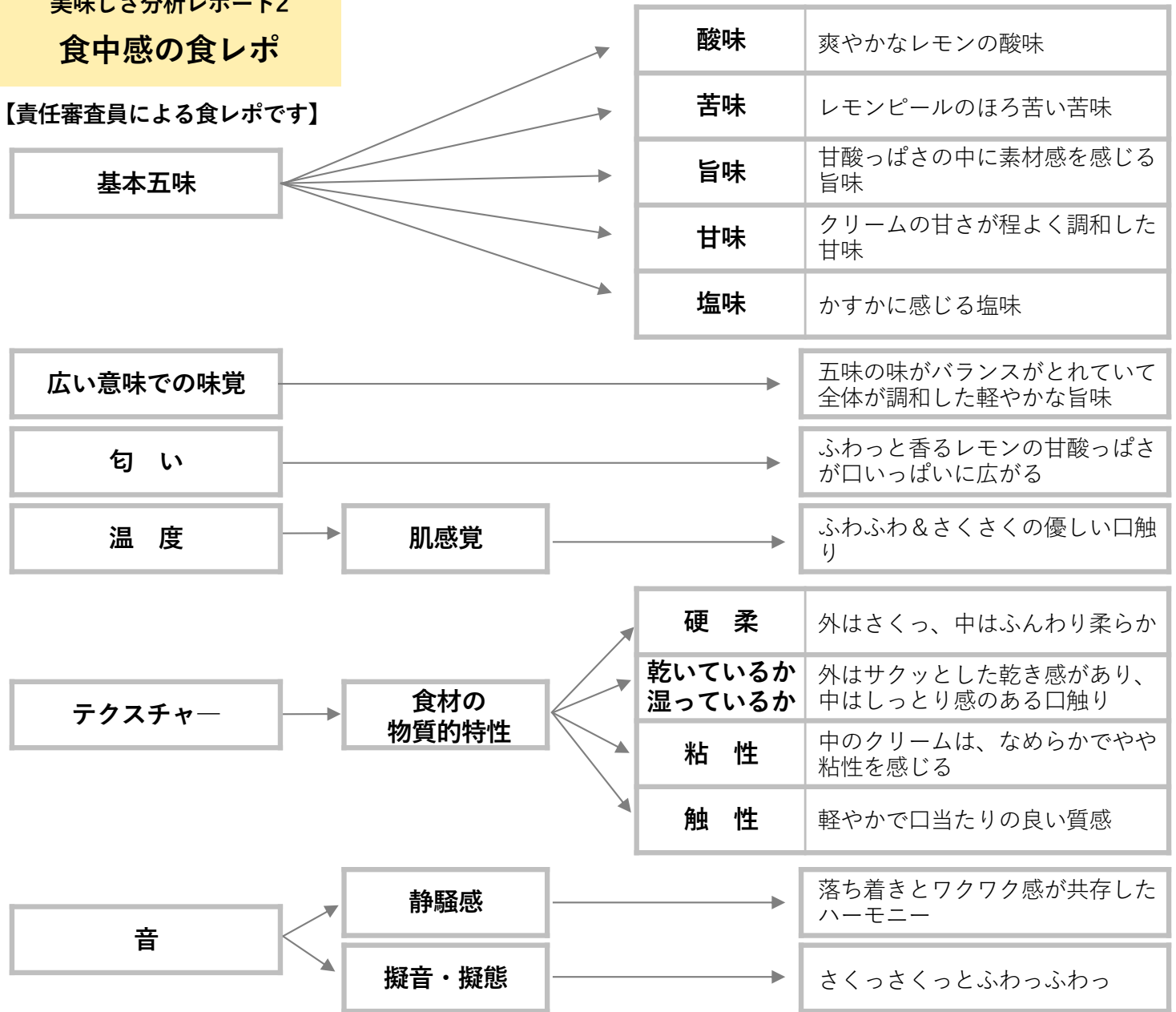
袋を開ける前の見た目の可愛らしさ、コロンとした丸い形、爽やかなレモンの甘酸っぱさの香りに食前から“早く食べたい”そんな思いに心が躍りました。



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

開封した瞬間にふわっと広がるレモンの香りが心地よく、第一印象から爽やかさを感じさせてくれる一品です。サクサクとしたレモンダックワーズ生地となめらかで甘酸っぱいレモンクリームをサンドしたお菓子で、その組み合わせはまさに涼しげで爽快な美味しさです。中に練り込まれたレモンピールが程よい苦味と食感のアクセントになっており、甘さの中にしっかりとレモンの存在感が感じられます。

サイズについては「一口には大きく、二口には小さい」といった大きさと、もう一回り小さなサイズがあれば、女性や子どもにも食べやすいのではないかと思います。

全体として、香り・味・食感ともにこだわりが詰まった完成度の高いレモンスイーツで、可愛らしい見た目とともに、贈り物や自分へのご褒美として手に取りたくなる魅力を持った商品です。



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

甘酸っぱく爽やかな後味に、レモンピールのほろ苦さがプラスされて絶妙なアクセントとなっている

気候・地域

東京発の都会的なデザイン。レモンクリームの甘酸っぱさとレモンピールのほろ苦さとの調和が爽快感となり、特に夏にぴったりなお菓子だと感じる。お土産にも最適

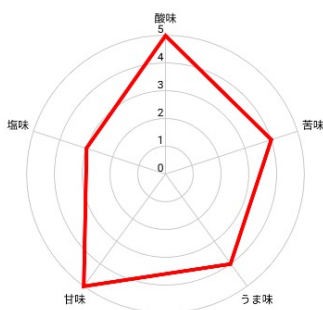
食経験・食習慣

ふわふわ生地とサクサク感という異なる食感の組み合わせが楽しく、幸せを感じる

健康・生活様式

ほっと一息つきたいときに甘酸っぱい爽やかなお菓子を口にして幸福感を感じるのが嬉しい

基本五味のレーダーチャート



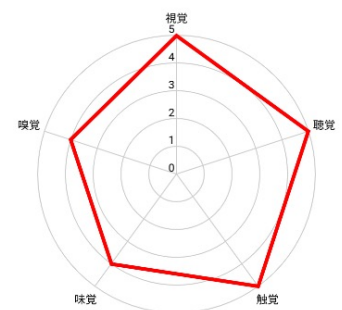
五味	評点
酸味	5
苦味	4
うま味	4
甘味	5
塩味	3

広い意味での味覚のレーダーチャート



広義の味	評点
甘酸っぱい味	5
爽やかな味	4
ほろ苦い味	5
田舎的な味	2
幸せを感じる味	4

五感に対する感じ方レーダーチャート



五感	評点
視覚	5
聴覚	5
触覚	5
味覚	4
嗅覚	4



# 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）

さくさくのダックワーズ生地と、甘酸っぱいレモンクリームとのハーモニーが爽やかで、ふわっと広がるレモンの香りやほろ苦いレモンピールの食感がアクセントになっています。五感で楽しめる味わいで、程よい酸味や苦味のバランスも絶妙です。ニュース性や話題性の演出があれば、より注目されると思います。

「東京レモンチェ」という名前からは、レモンと東京とのつながりがやや曖昧とを感じる方もいるので、「東京のお土産である」「どのようなお菓子か」をより明確に伝えると東京土産としての魅力が高まります。

## 2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

「レモンチェ」は可愛らしい響きで印象的です。パッケージはレモンの雰囲気やレトロ感があり、とてもキュートです。イラストや金色文字の「TOKYO」など視認性が高く、キャラクターの存在もブランド認知に貢献しています。レモン色と水色の色合いは、明るく、清々しい色合いで可愛らしく、優しい印象です。

ただ「レモンチェ」というネーミングが、商品内容と結びつきにくいとの声がありましたので、説明することによってさらに消費者の興味が増すと感じました。

## 3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

パッケージや味の工夫により、特に若い女性を中心としたターゲット層に高い支持があると感じられます。自分へのご褒美用・手土産・ギフトと用途が広く、流行のレトロ感やレモンフレーバーの人気も追い風になっています。また、東京土産としてのトレンド性も十分だと考えられます。

サイズや価格、パッケージの多様性を考慮することで、更なるターゲット層拡大に繋がると期待されます。「味わいに自信をもって商品を提供する」この貴社の姿勢に、大変感銘を受けました。

## 4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

ホームページは充実しており、InstagramなどSNS活用もされていて分かり易いです。また、口コミによる自然な広がりも期待されます。

今後としては、広報戦略がまだ弱く、担当者や具体的なPR計画がない点が課題だと考えられますので、メディア露出やPR施策、キャラクター活用などを通じた戦略的な広報展開が必要です。商品ストーリーや開発秘話を活用した情報発信を強化することによって、更なる認知向上が期待されます。

## 5. ブランディング要因

「ワクワク」「ハッピー」というブランドコンセプトが明確に伝わっており、可愛らしいキャラクターとの連携で世界観の統一感が生まれています。

更にキャラクターやストーリー性の追加により、ブランドの独自性や価値がさらに際立つ可能性があります。抽象的なコンセプトだけでなく、具体的なビジュアルやストーリー展開で補完すると、よりブランド力が高まると考えられます。

## 6. 素材・安全性・その他

地中海レモンやダイスカットのレモンピールなど、素材へのこだわりが随所に感じられます。トレーサビリティやHACCP導入、JFS-B認証取得に向けた取り組みも好印象で、安全性への信頼が得られています。

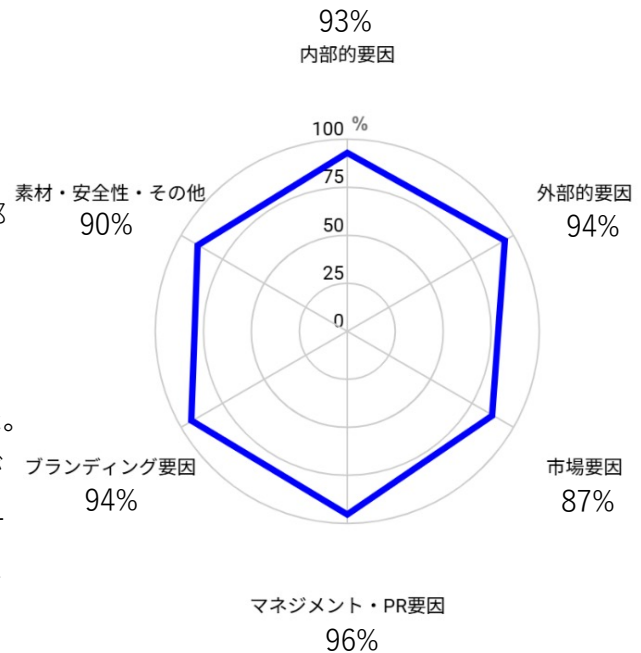
今後は着色料など添加物への配慮、農薬検査などを明示すると、消費者にとってはより一層安心感が高まり、貴社への更なる信頼向上に繋がると思います。

# 審査レポート

## ■ 要因分布

要因分布として87%から96%の範囲に分布し、全体的に非常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」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」及び「ブランディング要因」が94%、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93%、「素材・安全性」が90%とこの商品が持つそれぞれの特徴やクオリティが高く安定した高評価でした。

一方、市場・トレンドから構成される「市場要因」が87%にとどまりました。商品のサイズや価格、パッケージ展開の多様性などを考慮することで更なる購買訴求に繋がると思います。今後がとても楽しい商品です。



## ■ 総評

まず初めに「お菓子を通してたくさんの人に幸せをお届けしたい」笑顔あふれる幸せを感じてもらうためには、従業員が幸せを感じて仕事をしなければ思いは伝わらないとの思いで日々の業務に臨まれている姿勢に敬意を表します。

「東京レモンチェ」は、サクサクのダックワーズ生地と甘酸っぱいレモンクリーム of 絶妙な組み合わせが爽やかで美味しく、レモンピールの食感がアクセントとなっています。ふわっとした軽い食感やマカロン風のフォルムも特徴で、幅広い層に受け入れられやすいお菓子です。特に若い女性や観光客に人気があり、可愛いパッケージや「TOKYO」の文字が東京土産としての魅力を高めています。

一方で「レモンチェ」というネーミングからお菓子の内容が伝わりにくい、サイズ感や封緘シールの使い勝手などの改善点も指摘されています。また、東京とのつながりがやや曖昧と感じる方もいるようです。そのため「東京のお土産であること」「どのようなお菓子か」をより明確に伝えるサブタイトルや説明文の追加があると良いでしょう。広報に関しては、Instagramでの活動やネット販売は高評価を得ており、ホームページは充実しているものの、戦略的な広報担当者が不在であり、SNS活用やストーリー発信が今後の課題です。開発秘話やキャラクター設定の紹介など、ブランドの背景にあるストーリーを発信することで、商品の魅力をより伝えられるでしょう。今後の展開に大いに期待が高まります。

衛生・品質面ではHACCPやトレーサビリティの導入、JFS-B規格取得への取り組みが安心感を与えており、より素材へのこだわりや無着色を強調すれば更に魅力が高まると考えられます。

最後に「東京レモンチェ」は、東京土産の新定番としてのポテンシャルを十分に備えた商品です。今後の更なる飛躍と活躍を審査員一同心から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