



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

川越プリン（川越いも）



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 川越プリン（川越いも）

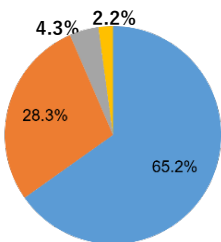
評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第88回（2025年6月）

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。

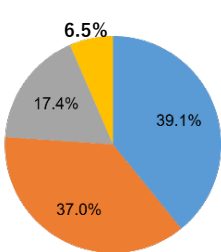
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

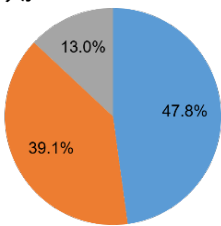
1 この商品に興味がありますか



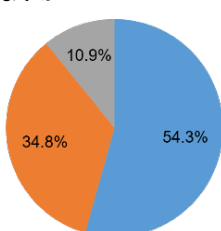
2 この価格で買いたいと思いますか



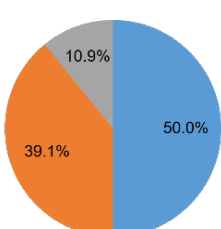
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

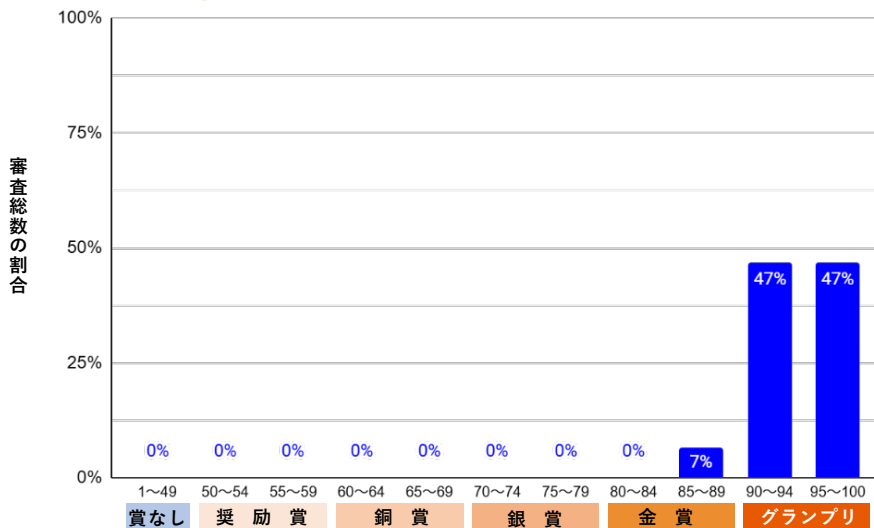
評価が高かった内容

ダイスの存在によって食感のバラエティを生んでいる
 芋のペーストを練り込んでも、なめらかな食感が保たれている
 レトロな街並みにマッチして、大変川越らしい商品である
 名前が分かりやすく、観光客にとってもそそられる
 SNSの駆使からトレンドを意識しているを感じる
 ターゲット、利用シーンを想定した商品づくりをしている
 安心感のある商品でお土産にしたい

評価が低かった内容

カラメルは焼き芋をイメージしてもう少し量がほしい
 カラメル部分がかかなり水っぽくなってしまっている
 芋が出てくるまでが少しあり、それまでがわかりにくい
 川越いもを使っていることがわかりづらい
 魅力はあるが、価格に少し迷いが生じる
 川越のこだわりをもっと全面に出してほしい
 農薬検査も行っていただけるとさらに良いと思う

点数分布



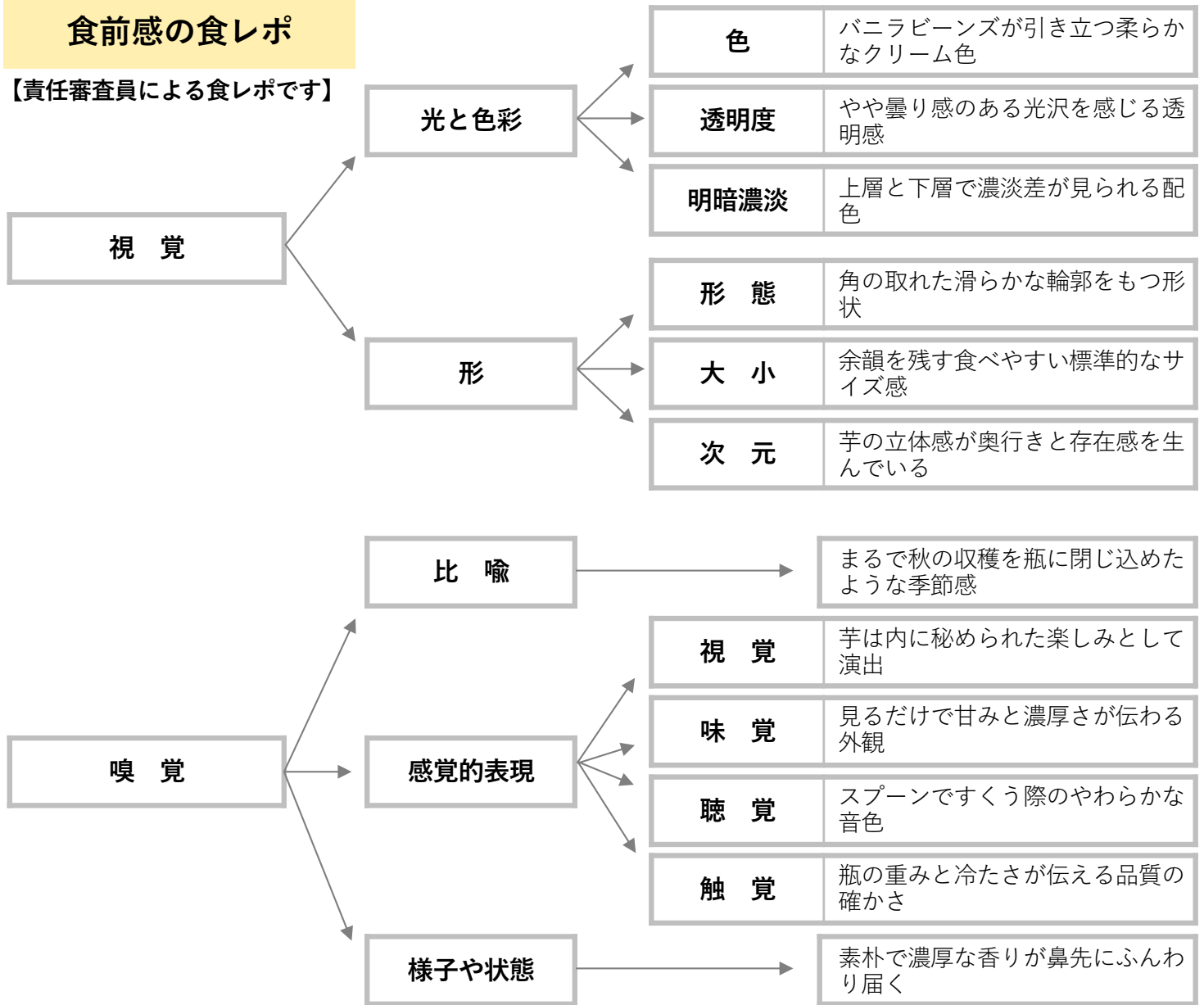
点数分布では、90点以上が全体の94%を占めており、高い完成度と訴求力が多く審査員に支持されました。Webアンケートでも「この商品に興味がある」との回答が90%を超え、写真と基本情報だけでも関心を集めている点が印象的です。価格に関しては評価が分かれたましたが、ターゲットの明確さやネーミングの親和性、USPでは安定した高評価が得られており、実物・情報の両面から消費者に強い魅力を発信できていることが確認されました。



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

本商品は、まずそのやさしいクリーム色と適度な光沢感のある表面から、上品さと丁寧な製造工程が感じられます。サイズは手のひらに収まるちょうどよい大きさで、ガラス瓶の重みが高級感を演出しています。芋の存在は上からは視認できませんが、それがかえって中身への期待を高める仕掛けとなっており、控えめで洗練された外観といえます。芋の立体感によって生まれる奥行きある構成は、見た目にも食感にも楽しみを予感させます。スプーンですくう際の静かな音や、瓶に触れたときのひんやりした感触など、視覚以外の感覚にも訴える魅力があります。また、開封と同時にふわりと立ちのぼるさつまいもと卵のまろやかな香りは、素朴ながらも食欲をそそり、デザートへの期待感を高めてくれます。

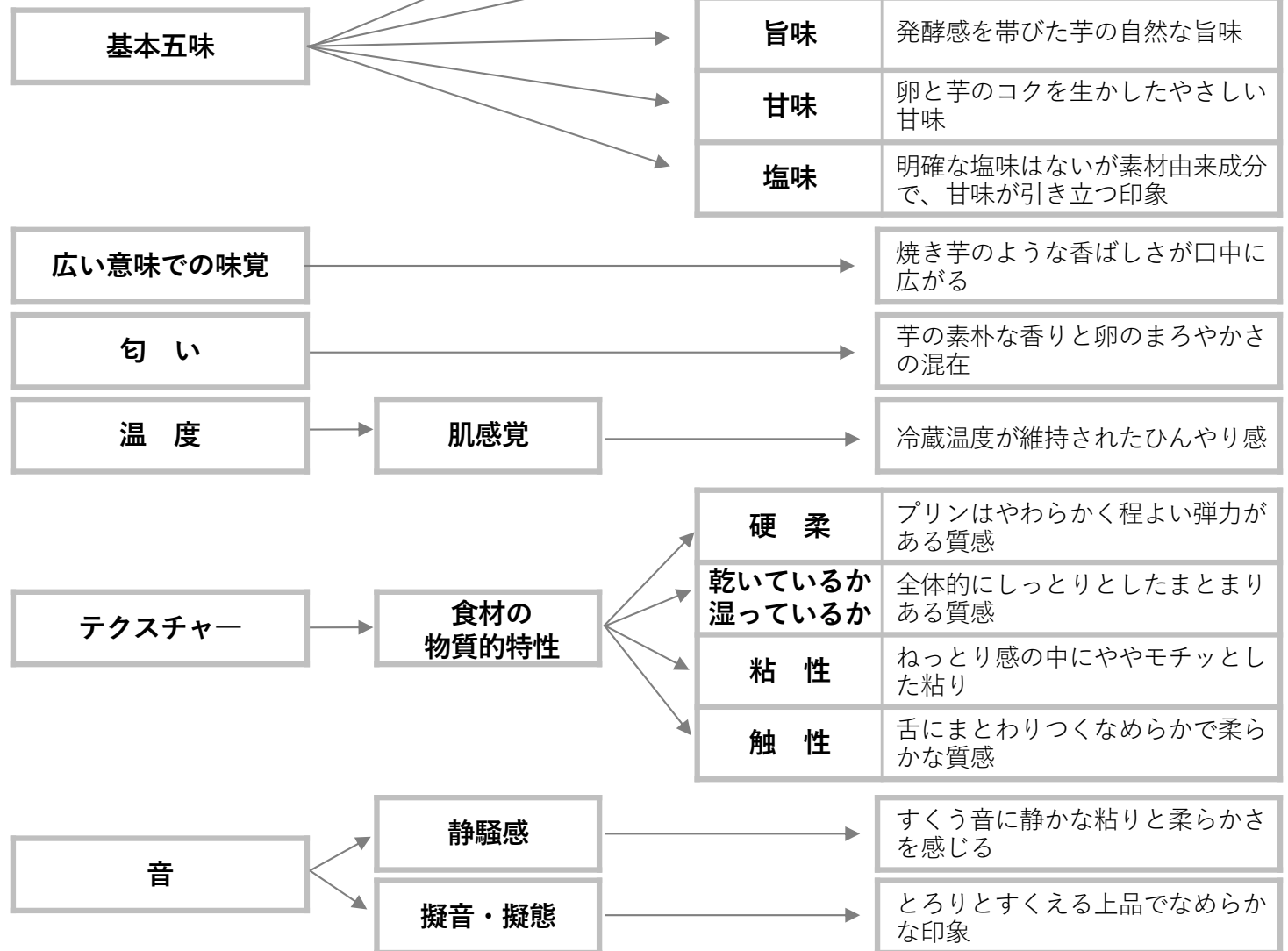
全体として、五感を通じて「丁寧に仕上げられたご褒美感」を印象付ける洋生菓子であり、特に女性層を中心に高い満足度が得られる第一印象であると感じました。さらに、ラベルやスリーブといった視覚的要素にもう一段の個性や素材感が加われば、より幅広い層への訴求が可能となり、見た目からも商品コンセプトの深みが伝わる構成になると考えられます。



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】



■ 食中感 講評

口に含んだ瞬間、なめらかな食感と自然な甘みが広がり、さつまいもと卵のコクが調和した穏やかな味わいが印象に残ります。酸味や苦味はほとんど感じられず、素材本来のやさしさを活かした設計が際立っていました。甘味は強すぎず控えめすぎず、角切りの芋とプリンの組み合わせが生み出す自然な旨味が、全体に深みを与えています。塩味は明確ではないものの、素材由来の成分により甘味や香ばしさが引き立ち、完成度の高さが感じられます。

プリン部分はやわらかさと程よい弾力を兼ね備え、芋のしっかりとした歯ごたえとのコントラストが楽しめます。しっとりとした質感にわずかな粘性が加わり、口の中でなめらかに広がる舌ざわりが心地よさを演出。冷蔵された温度感もちょうどよく、食べ進めるごとに素材の香りがふわりと広がるのも印象的です。スプーンを入れるときの静かな音や、とろりとした質感が伝える感覚も含め、五感にやさしく訴えかける一品であり、丁寧な作り込みが随所に感じられます。



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

さつまいもの素朴で優しい甘さが口内に残り、香ばしさとともに長く余韻を楽しめる後味。舌にまとわりつく滑らかさの記憶とともに、満足感がじんわり広がる味わい

気候・地域

冷たさの中にやさしさが宿る、心まで穏やかにととのえてくれるような甘さと食感。寒い季節にもそっと寄り添う、落ち着きと安らぎを感じる味わい。

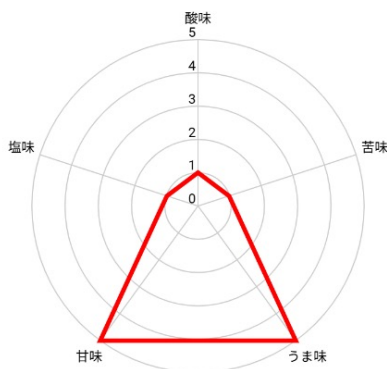
食経験・食習慣

郷土のおやつや家庭の手づくりお菓子を思い出させる懐かしさ。焼き芋やスイートポテトを連想させる香りと味の重なりが、記憶にある素朴な幸せの風景とつながる

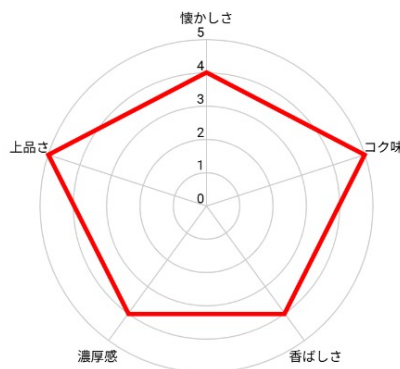
健康・生活様式

朝食をとる時間のない忙しい日常や、甘さを控えたい生活の中でも取り入れやすい一品。少量でも満足感が高く、安心素材と丁寧なつくりが体にも気持ちにもやさしい存在

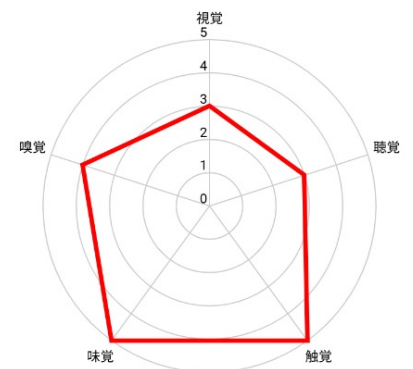
基本五味の レーダーチャート



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	5
塩味	1

広義の味	評点
懐かしさ	4
コク味	5
香ばしさ	4
濃厚感	4
上品さ	5

五感	評点
視覚	3
聴覚	3
触覚	5
味覚	5
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）

川越産さつまいもの豊かな甘味と、なめらかなプリンの口当たりが調和し、味覚面での完成度が非常に高い洋生菓子です。特に自然な甘味とココが際立ち、角切り芋の存在が食感のアクセントとなり、印象に残ります。香りも素材本来の良さを感じさせ、嗅覚を心地よく刺激します。見た目には落ち着きがあり、芋の存在が内側に潜む構成は、食べ進める楽しさを演出しています。川越という地域素材を活かした独自性も光り、土産物としての話題性やニュース性にも優れています。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

川越の蔵造りの街並みをモチーフにした瓦屋根風のデザインや、落ち着いた色合いの外観は、観光地らしい趣を感じさせるパッケージとなっています。裏面に原材料表示を控えめに記載する工夫も丁寧で、土産品として一定の訴求力を備えています。一方で、瓶の重量は複数購入時の負担や持ち運びやすさの点で課題があり、改良の余地があります。ネーミングには地名に由来する親しみや特別感がありますが、「川越芋」の使用が伝わりにくいため、素材の魅力を明示する補足表現の追加が望まれます。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

地元の特産素材を活かし、ご当地感とトレンド性を兼ね備えた商品です。観光地での食べ歩きや土産需要にも適しており、商品設計の意図が明快に伝わります。SNS映えの高さも特筆すべき点であり、幅広い年代の購買層に訴求できる点は大きな強みといえます。一方、価格帯については手軽さを重視する層にはやや高価に感じられるとの意見も見受けられました。すでに複数の味が展開されているなかで、今後は容器の選択肢を増やしたり、季節感を取り入れた打ち出し方を工夫することで、さらなる市場拡大と多様なニーズへの対応が期待されます。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

広報専任の体制が整っており、プレスリリースやSNSを活用した多角的な情報発信が印象に残ります。特にSNSでは、視覚的に訴える工夫を通じて、商品の世界観や地域性が効果的に伝わっており、戦略的な活用がうかがえます。また、西武ライオンズとのコラボレーションなど、話題性を意識した施策も展開されており、積極的な広報姿勢が感じられます。一方で、通販やECサイト上でのさらなる情報充実や、より幅広い年代層に向けた温かみのある訴求など、今後の展開にも一層の期待が高まります。

5. ブランディング要因

川越の街並みや名産のさつまいもといった地域資源を巧みに取り入れ、観光地らしい特別感とブランドイメージの両立を実現しています。SNSやWebサイトを通じて発信される世界観にも統一感があり、ボトルや店舗デザインに至るまで丁寧に設計された構成がブランド価値を高めています。若年層を中心としたターゲットに加え、今後は幅広い年代層への展開やシリーズ化、販路拡大による認知度向上にも期待が高まります。川越ブランドの一翼を担う商品として、さらなる飛躍が期待されます。

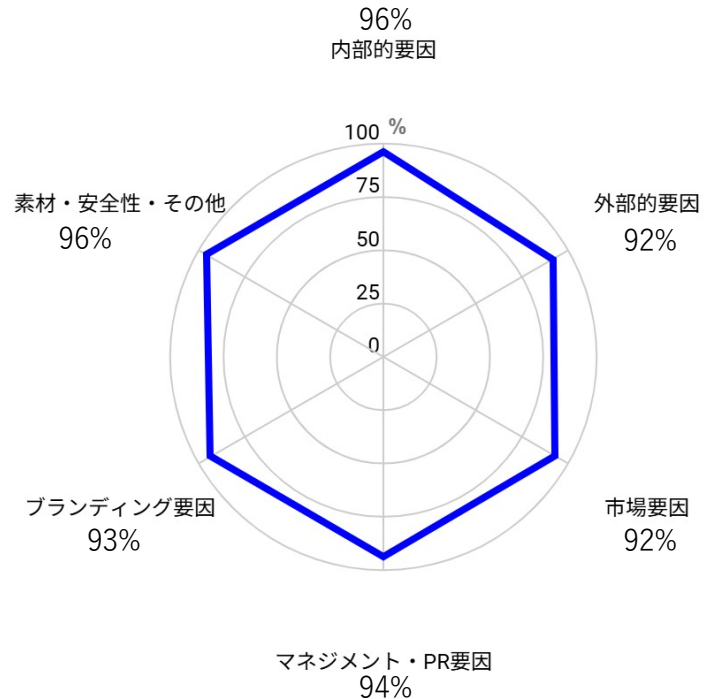
6. 素材・安全性・その他

保存料や着色料を使用せず、トレサビリティ管理や外部検査を取り入れた衛生体制の整備からも、安全性への高い意識が感じられます。地元・川越産の「紅あか」を使用するなど素材選定にも配慮が見られ、安心感と信頼性のある商品づくりが実現されています。商標登録や特許など、権利管理の面でも対応がなされており、製品としての信用力も十分です。今後、農薬検査の導入が実現すれば、さらに高いレベルの安全性につながるものと期待されます。

審査レポート

■ 要因分布

6項目すべてにおいて90%を超える高い評価を獲得しており、本商品の総合的な完成度の高さが際立っています。内部的要因では、味のバランスや五感への訴求力が特に評価され、圧倒的な支持を集めました。素材・安全性に関しては、保存料不使用やトレサビリティ管理、地域素材の活用などから、高い信頼性がうかがえます。マネジメント・PR要因では、広報専任体制とSNSの積極的な活用により、トレンドを意識した情報発信が奏功している印象です。ブランディング、外部的要因、市場要因においても高水準を維持しており、商品企画から販売戦略に至るまでの一貫性と、ターゲット層への的確なアプローチが、総合力として高く評価された結果といえるでしょう。



■ 総評

本商品は、川越名産のさつまいもを用いた洋生菓子として、観光地の食べ歩き需要と土産品としての特別感を両立した完成度の高い商品です。若年層の観光客に向けた手取りやすいサイズ感、甘さの設計、SNSに映えるビジュアルなど、現代的なニーズに応えた商品開発がなされており、企業が想定されている10代～20代女性への訴求力は十分に伝わってきます。

一方で、スイーツ市場全体に目を向けると、実際には40代以上の女性が自分用・家族用・土産品として日常的にスイーツを購入している層でもあることが、消費者調査から明らかになっています。とくに素材の安心感や控えめな甘さ、手作り感のあるビジュアルは、安心・上質を求める中高年層の価値観とも親和性が高く、観光地商品としてだけでなく「家庭で楽しむちょっと贅沢な日常スイーツ」としてのポテンシャルも大いに秘めています。

このような背景を踏まえると、今後の展開においては、現在のターゲット戦略を維持しつつ、40代以降の購買層への接点を意識した販促展開も並行して視野に入れることが、ブランドの持続的成長に寄与する可能性が高いと考えられます。たとえば、ECや通販サイトにおけるストーリー性を持った丁寧な紹介や、芋の品種・こだわりへの訴求強化などは、安心・信頼・地元感を重視する層への届き方をさらに深める一助となるでしょう。

「誰でも好きになれるプリン」を掲げる企業の理念にふさわしく、すでに若年層に確かな支持を得ている本商品は、今後ますます幅広い世代に愛される存在へと成長する素地を備えています。地域ブランドとしての価値を高めながら、貴社がさらに多様な顧客とつながるブランドへと進化されていくことを心より期待申し上げます。





Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション