



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

---

審査レポート

---

凜や御膳



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 凜や御膳

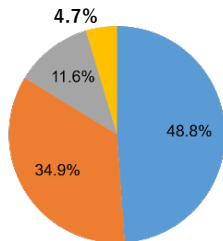
評価結果 グランプリ内定 受賞回・年月 第88回 (2025年6月)

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。

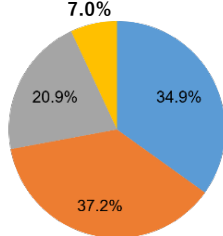
## WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通  
■ あまりない ■ ない

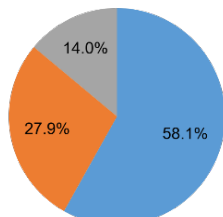
1 この商品に興味がありますか



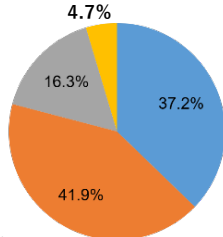
2 この価格で買いたいと思いますか



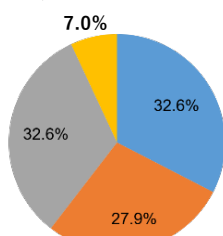
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

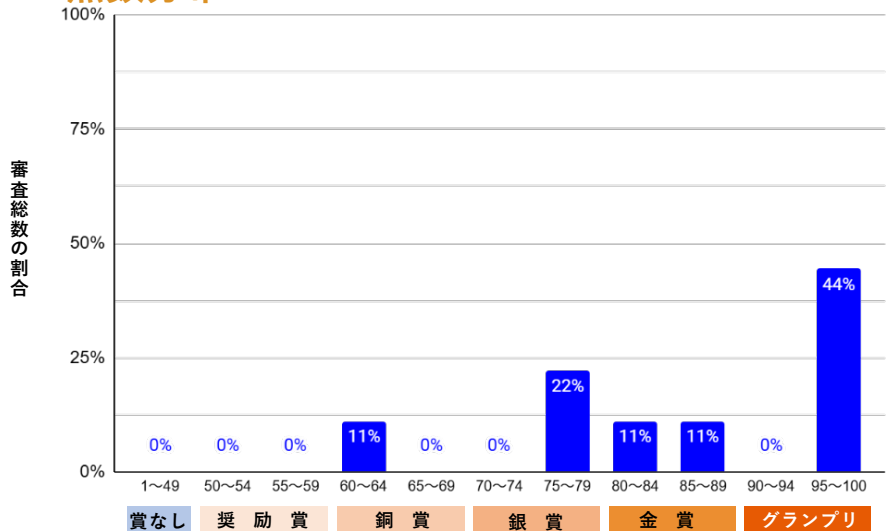
評価が高かった内容

自社製麺のそばはなめらかで、つゆも出汁の香りが立って上質  
天ぷら、刺身、小丼飯、ゆずゼリーと品数が豊富で楽しい  
麺の量が無料で選択でき、そばの冷・温の選択にも満足感がある  
御膳全体が視覚的に豪華であり、小丼も3種類から選べる  
HACCP準拠の衛生管理や接客も丁寧で配慮が行き届いている  
ブランドの軸が明確で、物販との連携も進んでいる  
女性の視点や感性を意識した内装や清潔感、盛り付けなどが好評

評価が低かった内容

へぎ蕎麦としての香りの弱さや盛り付け方、薬味の充実が欲しい  
食後に満腹感が強く、女性や高齢者にはボリュームが過剰に感じる  
麺がくっついた状態や蕎麦湯がぬるい、わさびの品質などに課題  
忙しい時間帯のオペレーションに改善の余地がある  
料理素材の見える化やこだわりの訴求力が弱いように感じる  
メニューやHPでのインパクトがやや弱く、お勧め感が伝わり難い  
都心に店舗が無く認知度向上のため、出店エリア拡大が求められる

## 点数分布

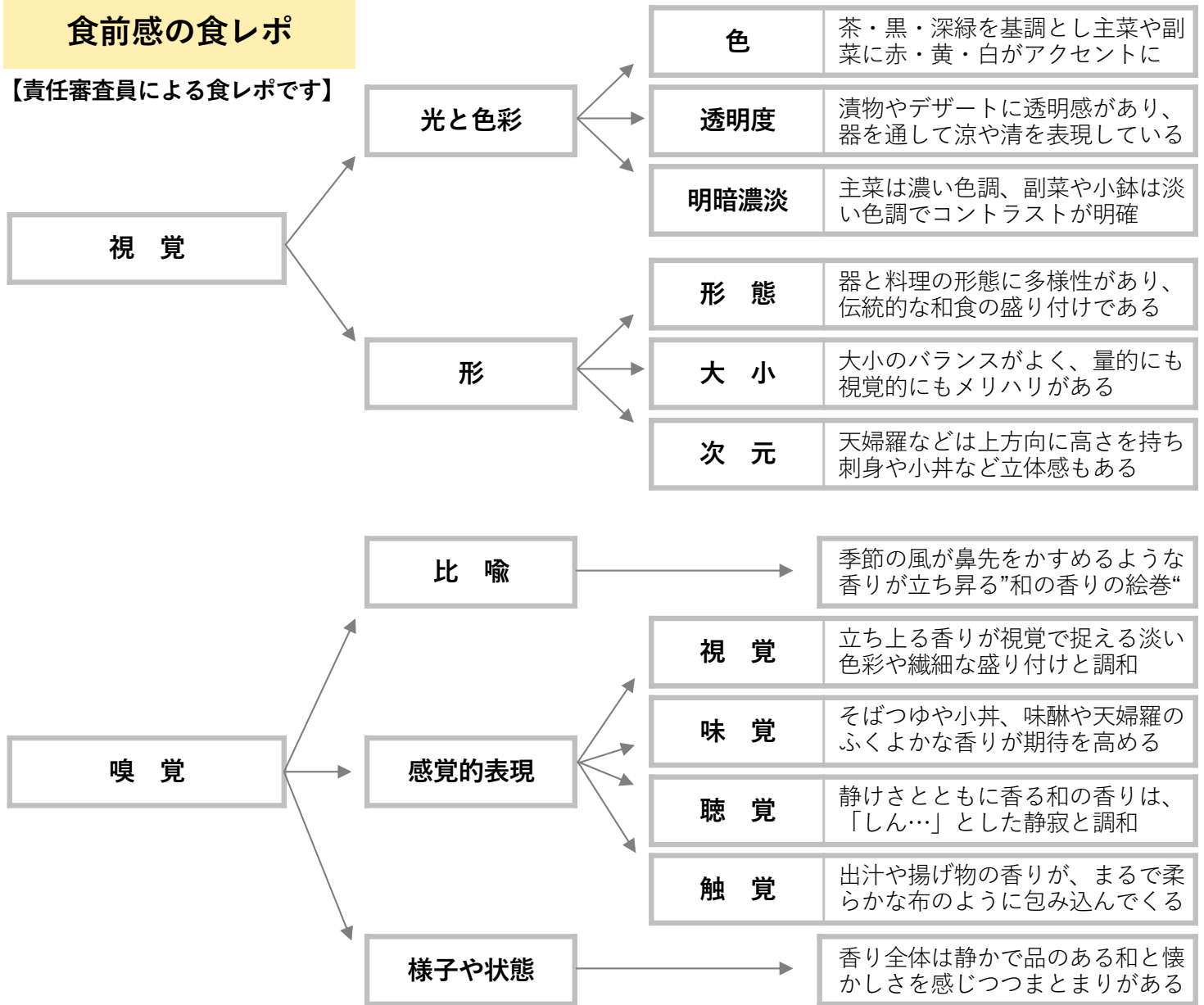


点数分布は、グランプリ相当が45%、金賞および銀賞相当がそれぞれ22%、銅賞が11%と分かれた評価となり、結果90点の【グランプリ】内定といたします。WEBアンケート結果からの商品の興味度・ターゲット分析・USPなども好評で今後は消費者目線での改善をさらに展開いただければ幸いです。

## 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

「凜や御膳」の食前感は、視覚と嗅覚の両面で洗練された和の演出がなされており、食前から期待感を高める構成となっています。まず視覚的には、全体に落ち着いた和を基調としながら、天ぷらや刺身、小井などに配された鮮やかな色彩がアクセントとなり、お膳全体の華やかさを引き立てています。

器や料理の大小・形態・高さの変化が立体感とリズムを生み、見た目だけでも満足度が高い盛り付けと演出になっています。

嗅覚的には、かつお出汁やそばつゆなどに加えて天婦羅の香ばしさ、薬味の清涼感が立ち上り、まるで季節の風を感じるような比喩的世界を作り出している様です。香りは強く主張せず、視覚や触感と静かに連動しながら、全体として「和の静けさ」や「丁寧な手仕事」といった印象を与えてくれます。

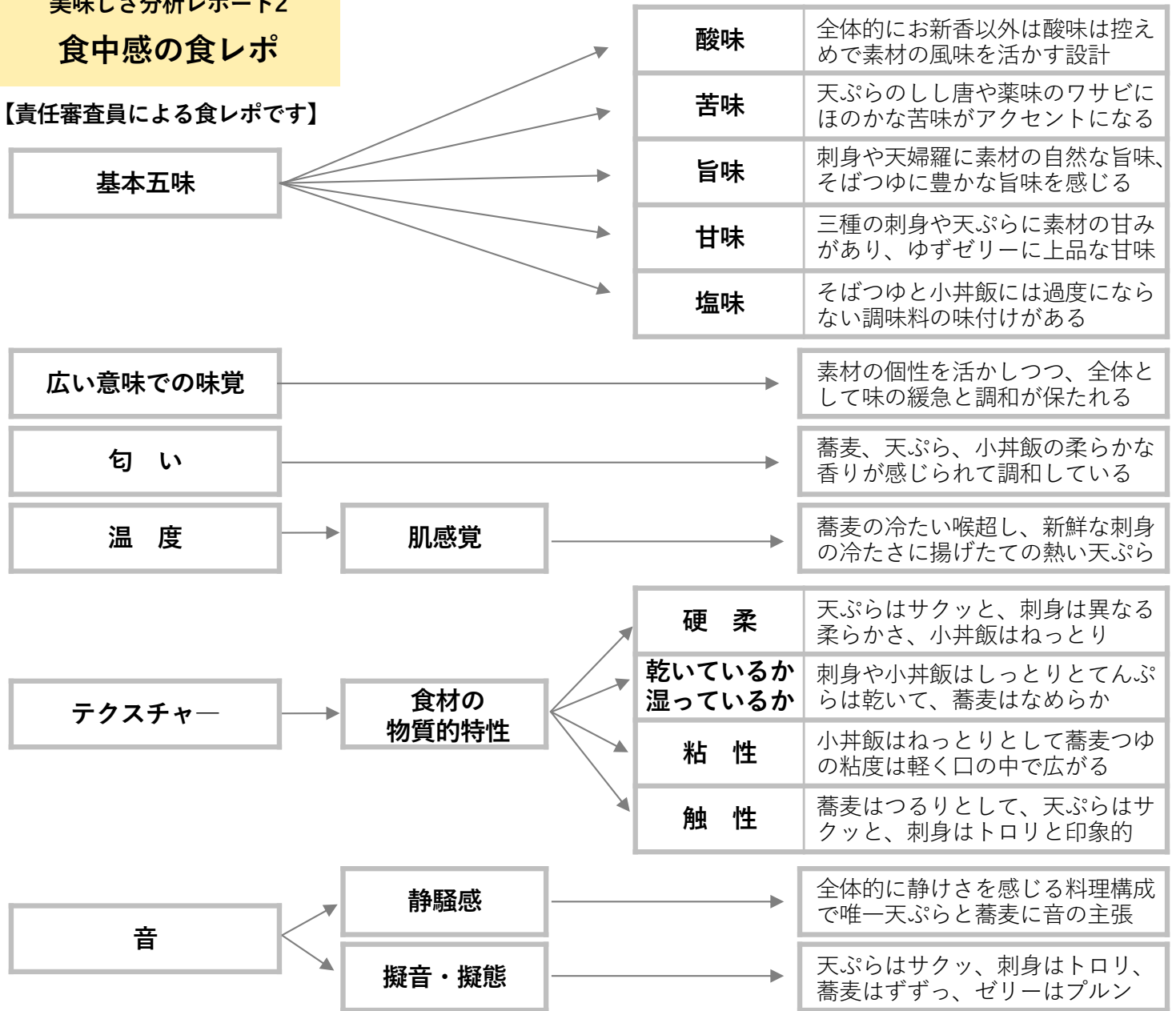
五感のうちの視覚や嗅覚の二感だけでも、これほどまでに豊かな体験を提供している点に、本メニューの完成度の高さが感じられて、早く食べたい気持ちにさせてくれます。



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】



■ 食中感 講評

「凜や御膳」は、味覚の調和だけでなく、「食感・音・温度・香り」の統合的な演出によって、食中感が極めて豊かに設計されている御膳（当店のスペシャルティ・メニュー）であるとまず感じました。また構成する一品一品が素材の個性を活かしつつ、全体として味の緩急と調和が保たれています。例えば、冷たい蕎麦の喉越しと、熱々の天ぷらのコントラストがあり、口内に残る余韻も印象的です。また途中で味の変化が楽しめるような組み立て（小井飯、薬味、漬物、デザートなど）も評価されます。

さらに料理ごとに異なるテクスチャーが、「動と静」「軽と重」「乾と湿」「滑と粘」という軸でバランスよく配され、五感の連動体験が生まれている様にも感じます。特に、天ぷらの揚げたての感や、刺身のなめらかさ、蕎麦の喉越しなど、どの料理にも触感的な印象が残るのが特徴です。また、音に関しても「静寂の中の小さな音」が料理の臨場感を引き立て、日本料理らしい奥ゆかしさを感じさせます。「凜や御膳」は食べること自体が“時間芸術”であるかのような感覚を与えてくれる完成度の高いメニューです。



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

「凧や御膳」は全体的に塩分や脂質が控えめで、後味が非常にさっぱりとしている。口に残る油っぽさや重さが無く、食後の柚子ゼリーも口直し効果が高い構成となっている。

気候・地域

お店のある調布は深大寺そばなどの蕎麦文化に親しみある地域性があり、新潟のへぎそばを持ち込みつつ地元ニーズに応える多彩な選択肢の組合せで季節毎にアレンジの余地がある。

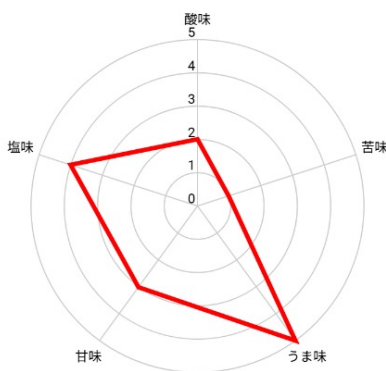
食経験・食習慣

日本人にとって馴染み深い「蕎麦・刺身・天ぷら・漬物・ごはん・和のデザート」といった構成は、小ご飯3種、蕎麦の量の多様性からも現代の消費者ニーズに上手に対応している。

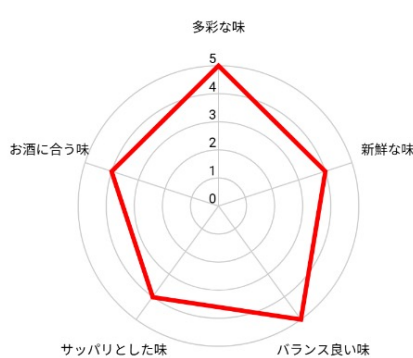
健康・生活様式

ボリュームがある一方で、揚げ物の油切れが良く出汁中心の味付けはヘルシー志向に合致しているが、「炭水化物のダブル構成」は健康意識の高い層にやや過多に感じられる可能性がある。

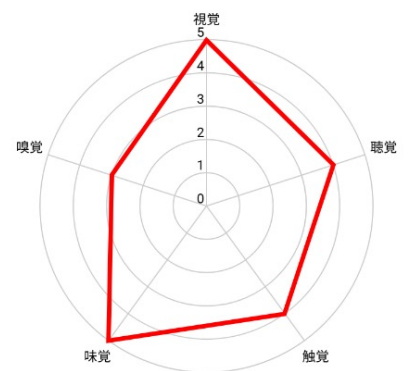
基本五味の  
レーダーチャート



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	2
苦味	1
うま味	5
甘味	3
塩味	4

広義の味	評点
多彩な味	5
新鮮な味	4
バランス良い味	5
サッパリとした味	4
お酒に合う味	4

五感	評点
視覚	5
聴覚	4
触覚	4
味覚	5
嗅覚	3



## 1. 内部的要因

自社製のへぎそばは、滑らかでつゆも出汁の香りが立っていて上質であり、刺身・天ぷら・小井飯など品数が豊富で、五感（味・香り・食感・視覚・温度）すべてで楽しめると好評です。また、自社製麺の蕎麦の量が無料で選択できるコストパフォーマンスの高さも好評です。ただ、蕎麦粉の香りがやや弱く「へぎ蕎麦」としての個性が希薄、茹でたてでも麺がくっついて塊になりやすい、薬味のわさびの香りが弱い、蕎麦湯の提供や温度に指摘が多数ある、など今後改善が望まれる事項がございました。

## 2. 外部的要因

店舗全体は清潔感があり、明るく落ち着いた和の雰囲気を出しているとの声が多く聞こえます。また、和風ながらも「そば店」ではなく「高級居酒屋」のような雰囲気と気軽さがあり、幅広い客層が利用しやすい設計で、一人客向けにカウンター席が設けてあり混雑時の対応に配慮されている点も好評です。ただ、テーブル間がやや狭く混雑時には他の客との距離感に圧迫を感じるという指摘や、膳の料理配置により少し食べ難さを感じるとの声、ベビーカー・車椅子対応などの配席の配慮などに改善の余地があるとの声もあります。

## 3. 市場要因

蕎麦の冷・温の選択や小井飯の選択肢、そばの量を選べる柔軟性は、女性・高齢者・若者すべてに対応可能で好評です。調布というそば文化のある土地柄で「へぎそば」という差別化された蕎麦を提供している点も特別感や優位性があると好評です。また、昼夜を問わず利用できるメニュー設計で、デイリーユースにも対応していて好評です。ただ、食後に満腹感が強く、女性や高齢者にはボリュームが過剰に感じられるとの声や都心に店舗がなく認知度が低いため、今後のエリア拡大とプロモーションの改善が重要と思われます。

## 4. マネジメント・PR要因

スタッフの接客対応は丁寧で、追加の箸や取り皿などにも柔軟に対応する臨機応変さが評価されており、また忘れ物への対応や、お客様の要望への気配りなど「自然で誠実な接客」ができていますと好評です。会社全体として衛生管理（HACCP準拠）やトレーサビリティ対応など組織的マネジメントが実行されている点も評価されます。ただ、繁忙時間帯での席案内や食器下げの遅れ、蕎麦湯の提供漏れなどオペレーション上の課題も散見され、今後は全体を見渡しながら指示を出せるリーダーの配置や育成をされると良いと思います。

## 5. ブランディング要因

自社製麺、へぎそば提供、看板メニューの存在など、ブランドの軸が明確で、物販（生そばや梅干しなど）との連携が進んでおり、ブランディングの拡張性も高いとの声が多く聞かれます。また、女性の感性を意識した内装、清潔感、丁寧な盛り付けなど、空間としてのブランド力があると好評です。ただ、ブランド価値を強調するPR素材（店舗内POP、SNS、HPの動画等）が少なく、商品価値が最大限に伝わっていないとの声や都心部未出店のため、「凜や」のブランド認知が限定的で、拡大に向けた展開が今後の鍵と思われます。

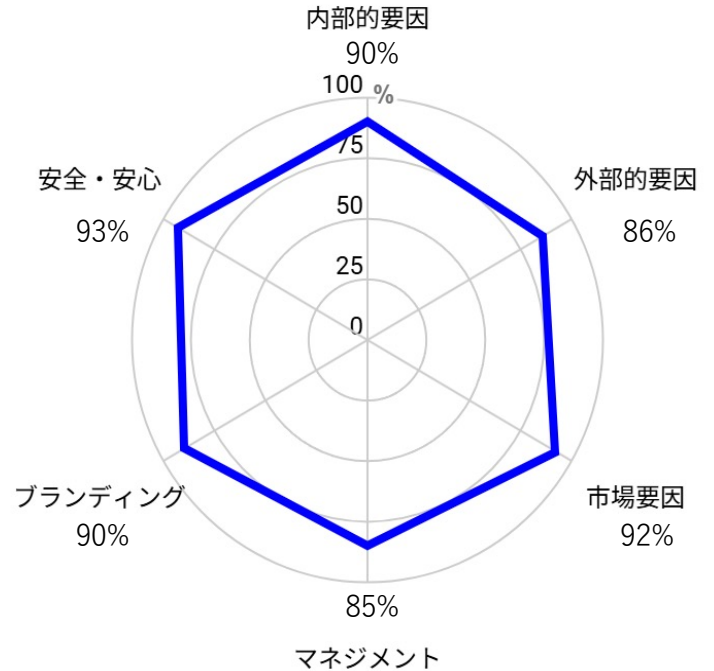
## 6. 素材・安全性・その他

トレーサビリティ・残留農薬検査の徹底など、素材の安全性に信頼が置けると大変好評です。また、自社製麺により品質管理がしやすく、製造・提供体制が安定している点や店舗の衛生状態・スタッフの衛生意識も高く、安心して利用できると評価されています。ただ、そば粉やふのりの産地が不明瞭で、「産地訴求」「素材の見える化」が不足していることや蕎麦湯がぬるい、わさびの品質向上などの細部の温度管理や提供方法に改善の余地が指摘されます。また、一部調理者のマスク不使用も改善を求める声がありました。

# 審査レポート

## ■ 要因分布

要因分析としては、先ず素材のトレーサビリティ管理や残留農薬検査などの実施により「安全・安心要因」は93%と高い評価を得ています。また明確な購買層のイメージやニーズに応えた料理かを指す「市場要因」も92%を獲得、お料理自体の魅力や満足度を表す「内部的要因」は90%、同様にブランドとしての競争力や今後の広がりを表す「ブランディング要因」は90%を獲得しています。ただ、内装やサービス、環境などを指す「外部的要因」が86%、スタッフの対応やオペレーションの課題についての組織運営などを表す「マネジメント」については、85%と改善の余地があるとの指摘も散見され、今後組織的な対応が求められています。



## ■ 総評

出品企業である株式会社クレア様は、駅ビルや商業施設を中心に展開する多業態飲食企業として、首都圏に多数の店舗を構える中、「そば酒房凜や」という和業態においても独自性を発揮されているところに敬意を表します。今回出品されたスペシャルティメニュー「凜や御膳」は、地域性と専門性、そして「視覚・味覚・空間演出」を高次元で融合させた、非常に完成度の高い看板メニューとして高く評価されます。

「凜や御膳」の構成においては、自社製麺のへぎそばを中心に、天ぷら、刺身、小丼飯、和のデザートが一度に味わえる贅沢な設計であり、素材ごとの温度管理や盛り付けのバランス、薬味やつゆの工夫など、細部にわたる配慮がうかがえます。味においても、かつお出汁の香り高いつゆ、揚げたてでサクサクした天ぷら、鮮度の良い刺身など、五感に訴える要素が豊富です。また、そばの「冷・温・量」の選択や小丼飯の選択肢など、柔軟な構成が顧客の多様なニーズに対応しており、特にコストパフォーマンスの高さが幅広い年齢層に支持されています。一方で、サービスや空間においても、カウンターや荷物置きなどの工夫、接客の丁寧さなど現場の対応力が高く評価されており、HACCPに基づいた衛生管理や食材のトレーサビリティなど、安全性や信頼性への取り組みも着実に進められています。

今後に向けては、さらなる魅力の“見える化”が求められるでしょう。例えば、そば粉やふのりなど素材の産地情報の明示、へぎそばの香りや製法のこだわりの訴求、ブランドストーリーの深掘りなどが考えられます。また、SNSや動画を通じた可視的な情報発信、製麺風景の紹介や調理工程の可視化により、消費者の共感や信頼を一層深めることが期待されます。「凜や御膳」は、すでに高い完成度を誇るメニューですが、今後さらなる感動体験を創出するために、都市部や新規顧客層にも広く認知される商品へと進化する可能性を強く感じさせます。今後の貴社の積極的な展開に大いに期待し、ここに総評といたします。





Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション