



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

GARDEN BREWS TEA-芳香紅茶-



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 GARDEN BREWS TEA-芳香紅茶-

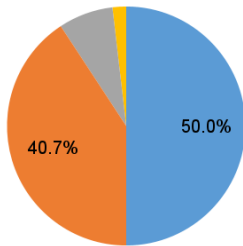
評価結果 金賞 受賞回・年月 第89回 (2025年7月)

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。

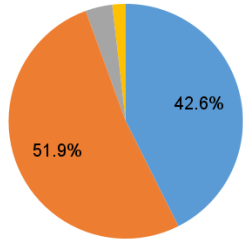
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

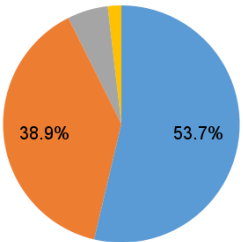
1 この商品に興味がありますか



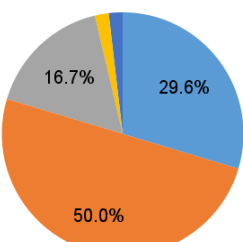
2 この価格で買いたいと思いますか



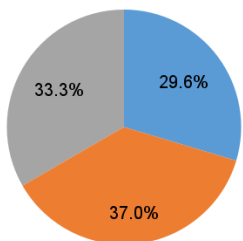
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

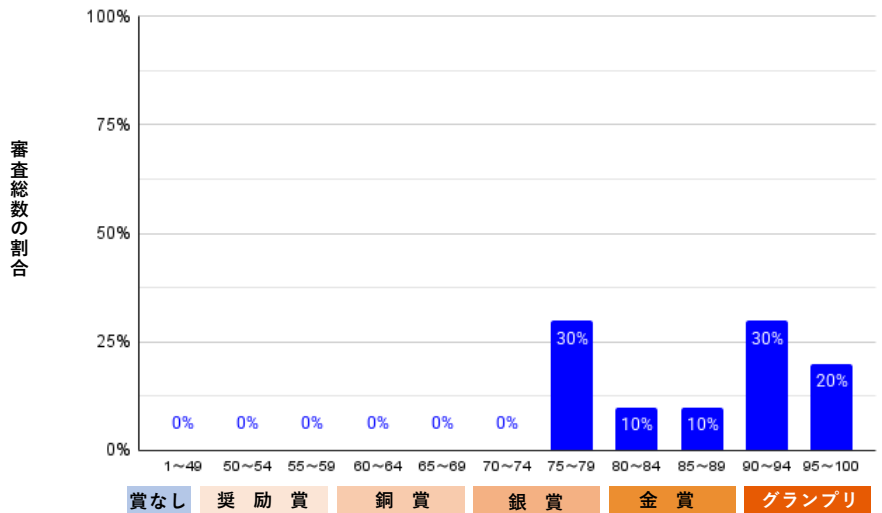
評価が高かった内容

天然素材由来のフレーバーで香料不使用、透明感ある味わい
粉末でありながら、お湯、水、どちらでもすぐに溶ける利便性
独自のハイブリット製法で茶葉の香りと旨味を最大限に抽出している
高級感のあるスタンドバックで、遮光や遮湿性も高い
明確なターゲットを設定し、ニーズに合致した設計
広報、製造、全てにおいて統一されたホスピタリティ姿勢
衛生や安全、安心に対する管理体制が整っている

評価が低かった内容

香りのキレが良すぎて、あまり余韻がない
使用している花のイメージが伝わりにくい
英語表記が強いため、シニア層などに意味が伝わりにくい
一目で何かわかりづらい
お試しパックがあると手に取りやすい
Instagramやホームページが見つげにくい
中国産原料のイメージが消費者に不安を与えるリスクがある

点数分布



点数分布として、銀賞相当が30%、金賞相当が20%、グランプリ相当が50%を占めた結果、総合評価87%で【金賞】となりました。グラフが高得点に寄った理由として、天然素材由来のフレーバーティーを茶殻を出すことなく、湯または水のどちらにも溶け、すぐに楽しむことができること、高級感のあるスタンドバックを使用していることなど、クオリティー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9割強の人がこの商品に「興味がある」と答えているのを見て、商品の良さが伝わったと思われます。

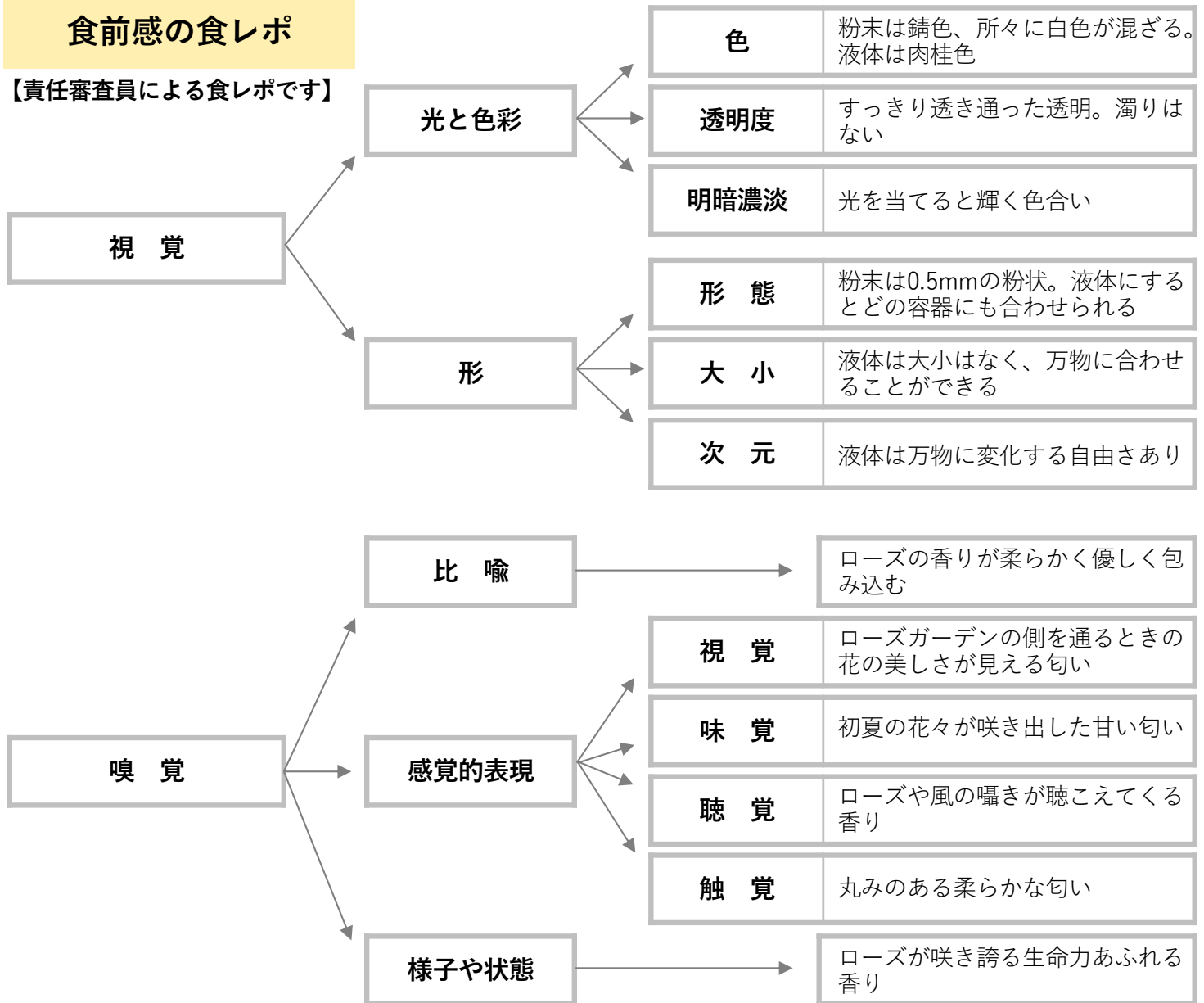
一方、銀賞相当の範囲にも点数が入り、中国原産の原料のイメージが先行し、安全・安心な製品であることが伝わりきれていない点が評価が割れた要因と考えます。



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

粉末の見た目は、全体的に錆色を主としており、所々に白色が混ざった色合いです。湯で溶かし光に当てると透き通った液体が肉桂色に輝き、とても美しい透明感のある紅茶です。

大きさは0.5mmの粉状で、液体はどの容器にも合わせることができます。

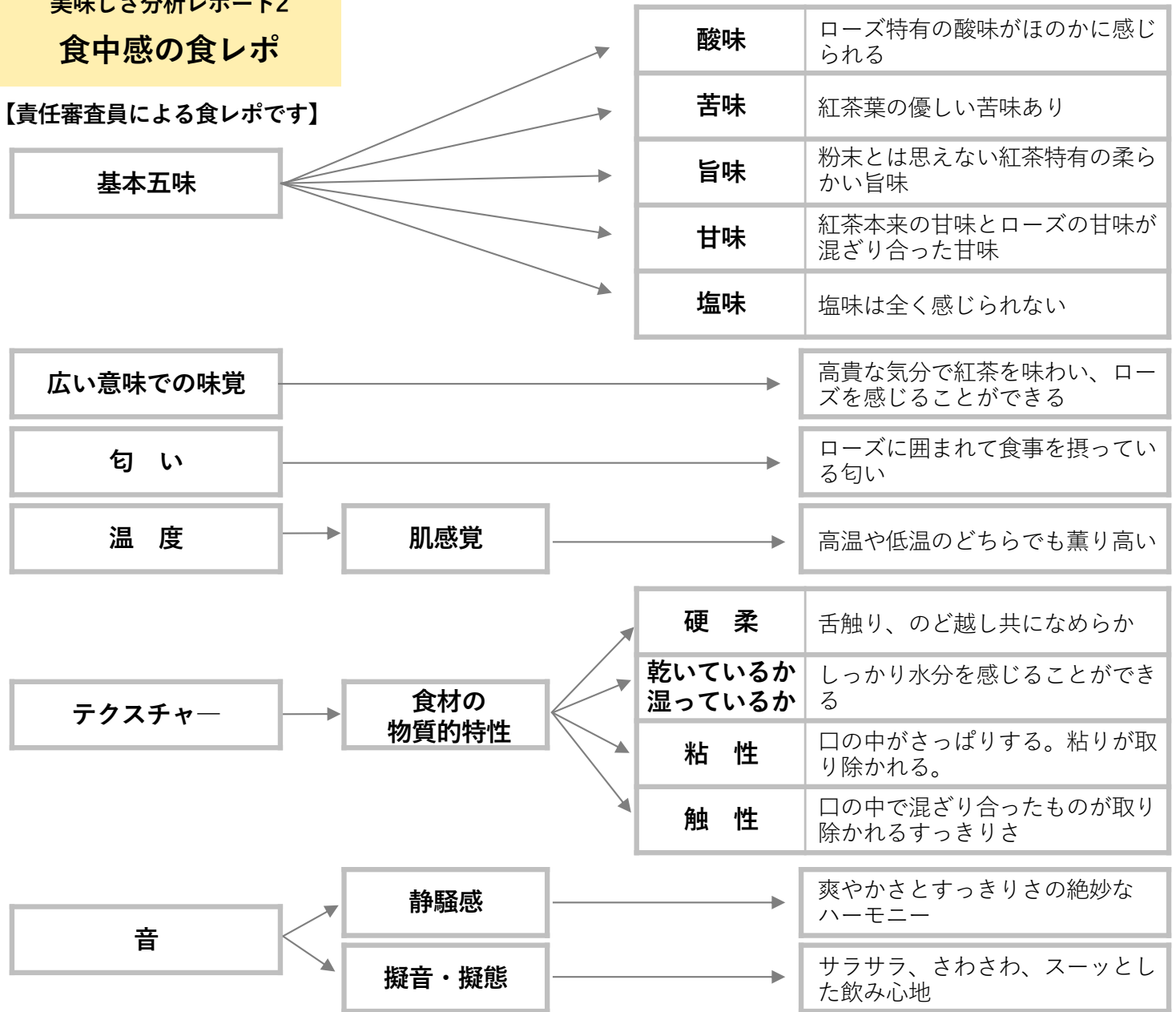
匂いは初夏の花園にいるような花の香りがし、特にローズの香りが柔らかく優しく包み込むような奥行きのある香りを感じることができ、その香りにずっと包まれていたい気分になりました。

パッケージは英国調の高級感が溢れるデザインで、「Brews de Charmed」という名前も素晴らしいです。袋を開ける際の手触り、パッケージを開けた瞬間に香る紅茶と花々の優しい香りから、試飲する前のワクワクや楽しみが溢れてきました。ローズを中心とする花々の優しい香りが心地よく、風にそよぐ花々のささやきが聞こえてくるようで、それらの香りが嗅覚をよく刺激し、食前に"早く飲みたい"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

沸騰した湯や冷水にも溶けやすく、どちらも薫り高い味わいでした。炭酸水にも溶けやすく、手軽に炭酸紅茶を味わうことができ、フレーバーティーを味わうことができます。飲んでる間中花束に囲まれている気持ちになり、高貴な気分で紅茶を味わい、ローズを中心とした花々を感じることができました。

基本五味は"塩味"を感じる事はできませんでしたが、ローズを中心とした特有の"酸味"、紅茶葉の優しい"苦味"、粉末と思えない紅茶特有の柔らかい"旨味"、紅茶本来の甘味とローズの甘味が混ざり合った"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多くの方が"おいしい"と感じることができる理由となります。

特に紅茶を飲んだことのある人には、口に含んだ瞬間の花々に包まれ鼻を抜ける感覚、そしてその奥にある紅茶特有のさっぱりとした奥行きのある香りを感じることができ、リラックスできる"ほっとする時間"へと導いてくれます。すぐにもう1杯飲みたくなる、まさに"手が止まらない"味で食中間、ヤミツキになりました。



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

ローズの香りが鼻から抜け、口の中では爽やかなローズの残り香が続く

気候・地域

ローズや他の花々が咲き誇る庭園に行った日のことを思い出し、懐かしい気持ちになった

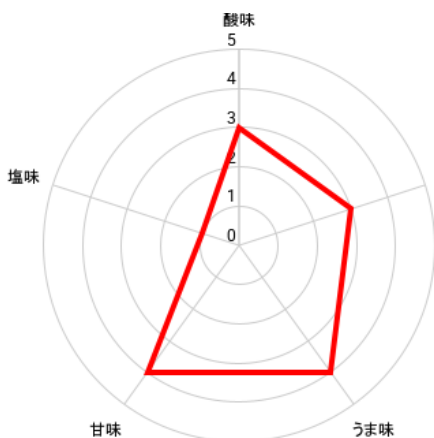
食経験・食習慣

仕事が忙しく、一息つく暇もない私にとって、手軽に飲める粉末が重宝する

健康・生活様式

ケーキやクッキーと共にお茶をする習慣があり、かすかなローズの香りで気分が高められ、疲れが取れ癒される

基本五味のレーダーチャート



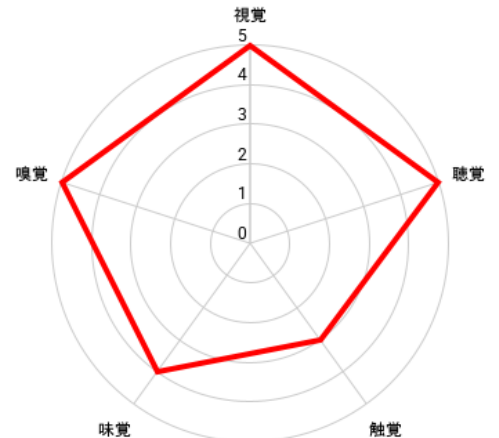
五味	評点
酸味	3
苦味	3
うま味	4
甘味	4
塩味	1

広い意味での味覚のレーダーチャート



広義の味	評点
懐かしい味	3
田舎の味	1
なじみのある味	4
病みつきになる味	3
家族の味	2

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	3
味覚	4
嗅覚	5



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）

天然素材のフレーバーで、香料不使用なのにふわっとしたローズの香りを感じられるところが素晴らしいです。粉末でありながら、お湯、水どちらにもすぐ溶け、粉っぽさがない独自の製造方法に感銘を受けました。

茶殻が出ないため、環境への配慮があり、手軽に飲用することができます。1袋約50杯分と、コストパフォーマンスも良く、次世代型のドリンクになっていくのでは…と、実感しました。ただ、味のキレが良く、味覚の余韻が物足りなく感じるため、その点を改善されると、リピーターが増えると確信します。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

視覚・聴覚に残る詩的なネーミングであり、サブタイトルは直感的で世界観が統一されており、女性の心をくすぐるイメージがあります。クラフト紙+アルミ素材のナチュラル感と高級感を併せ持つパッケージデザインは贈答用にも適していると思われます。また、密封性・遮光性にも優れ、スタンドパックで機能性も高く、消費者を大切にしている感じがしっかりと伝わってきました。

ただ、ぱっと見て中身のイメージがつきにくいいため、使用している花をイメージ画像で記載するとわかりやすくなり、購入者が増えるのではと考えます。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

明確なターゲットが設定されており、忙しい現代女性がリラックスできるアロマの商品を飲料で提供しているのが大変素晴らしいです。先行企業は多いですが、「芳香紅茶」は新しい香りと味で深くリラックスでき、感銘を受けました。

また、高品質×即溶性のギャップが「インスタントらしくないインスタント」として訴求力があります。

ただ、紅茶市場が伸びていく中、店舗販売が少ないため、EC販売のため香りのこだわりなど他者との差別点が伝えられないのが残念に思いました。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

広報体制が整っており、SNS運用やAmazonのvineプログラム活用など積極的な戦略があり、マイクロインフルエンサーによるPRも考え、世間への浸透を図っているところが素晴らしいです。ただ、SNS施策に頼っているため、リアルイベントや試飲体験を通じた五感アプローチはやや弱めのため、百貨店の催事やセレクトショップでのポップアップを検討されると新しい顧客の獲得につながると思われます。

また、InstagramやHPが見つけにくいのが難点なので、情報発信の工夫で、まだまだ伸びしろを感じることができそうです。

5. ブランディング要因

ブランド名「Brews de Charme(魅力の一滴)」が洗練されており、高級紅茶・香水ブランドを彷彿とさせ、花束などのイメージを取り入れた商品演出が高級感を高めていて好印象を持ちました。素材・製法・ストーリー・デザインと、世界観がしっかり統一されており、信頼性のある商品です。

ブランディングの世界観がやや「上品・大人」寄りのため、若年層へのアプローチには「かわいい×上質」路線や、コラボデザインなどを取り入れると、新たなファンの獲得につながるかと確信します。

6. 素材・安全性・その他

原材料ごとに、HACCPに基づく残留農薬・微生物検査を実施している姿勢に感銘を受けました。また、香料・保存料・着色料が無添加で、自然由来素材を使用し、素材調達から製造までのトレーサビリティがされていて、丁寧な管理体制がしっかりと伝わります。

最終加工は、日本国内のFSSC22000取得工場にて包装されていますが、原産国が「中国産」のため、一定層の消費者に懸念が残る可能性があります。安心を伝えるため、原産地の写真や栽培管理レポートなどを併せて提示すると、信頼性がUPすると実感できます。

審査レポート

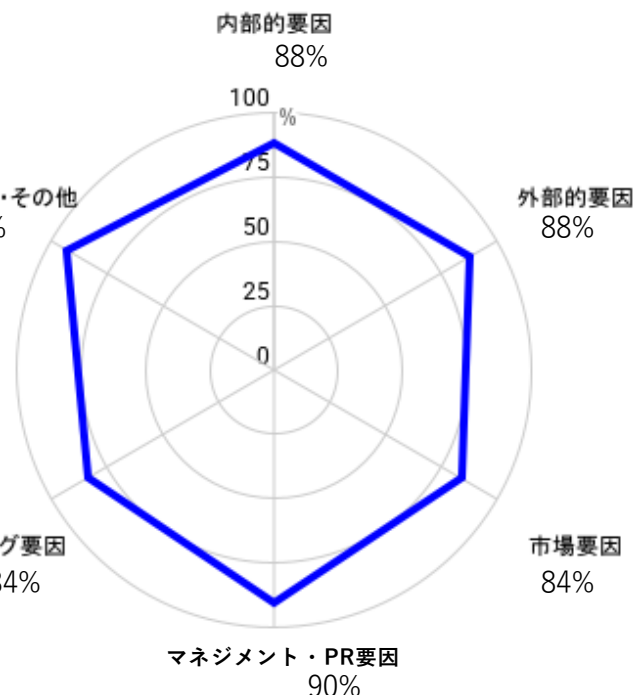
■ 要因分布

要因分布として、84%から93%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88%、ネーミングやパッケージから構成される「外部的要因」も88%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90%で、上記3要因に関しては、この商品の持つ、それぞれの特徴やクオリティーが高く、安定した高評価につながりました。

「素材・安全性」は93%です。残留農薬検査・放射性物質管理・着色料不使用など、丁寧な管理体制やFSSC22000認証工場やHACCP導入、独自のハイブリット製法の採用等、安全な衛生管理が審査員に伝わり、突出して高評価となりました。

一方、「市場要因」「ブランディング要因」は共にブランディング要因90%に届かず84%にとどまり、点数が伸び悩む結果となりました。商品価値を高めていくブランディング戦略や、情報発信に今後の伸びしろを感じます。



■ 総評

まず初めに、現代人の忙しい毎日に寄り添い「上品な香りと味わいに包まれるひとときを届けたい」との思いから、新しい製法を研究し、独自の製法により茶殻を出さずに、手軽にフレーバーティーを楽しむリラックスできるように開発された姿勢に敬意を表します。

「GARDEN BREWS TEA～芳香紅茶～」は、名前から香り高い紅茶であることが見受けられ、パッケージを手に取った瞬間からどのような香りの紅茶なのかとても気になり、想像するだけでワクワクする心ときめく商品でした。パッケージを開けた瞬間、微かなふわっと優しい香り。そしてマグカップに茶葉を入れ、湯を注いだ直後から花の香りが漂い、その柔かい香りに心が癒されるようでした。ひと口飲むと、花の香りが鼻に抜け花畑の中にたたずんでいる、そのような気分になりました。

この香りは、香料ではなく独自に開発されたフリーズドライ製法で花の香り成分を封じ込めた点が審査員から高く評価されました。また、茶葉は独自のハイブリット製法で抽出され、茶殻などのゴミが出ない点についても高評価を得ています。

一方、ネガティブな意見として、「味覚の余韻が「優しい」方向に触れており物足りない」「パッケージデザインは素敵。だが、タイトルだけでは中身がイメージしにくい」などの意見がありました。サブタイトルとして「飲むブーケ」とパッケージに記載したり、中身が見えるように小窓を付ける、またはイメージ写真をつけておくと消費者が購入する際、安心できると思います。

また、原産国名が「中国」とあり、不安に思う消費者は少なからずいると思います。パッケージを見る限り、HACCPの導入やFSSC22000認証工場で製造されているなど、丁寧な衛生管理体制が整っていることが消費者に伝わりにくいことが挙げられます。消費者はより安全なものを望みますので、パッケージ裏面に「HACCP導入」「FSSC 22000認証工場」など記載したり、情報発信を強化することで、消費者に今まで以上に「安心」が伝わり、意欲の拡充へと起因します。そして新たなファンの獲得へとつながると思われれますので、ご検討いただくと幸いです。

出品商品はそれ自体、完成度は非常に高いものであり、「GARDEN BREWS TEA～芳香紅茶～」が多くの人々に愛され続けるよう、さらなる飛躍と活躍を楽しみにしています。



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

〒102-0082 東京都千代田区一番町15-8 壺番館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