



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

---

審査レポート

---

夢銅鑼焼



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 夢銅鑼焼

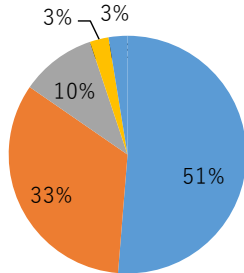
評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第89回 (2025年7月)

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。

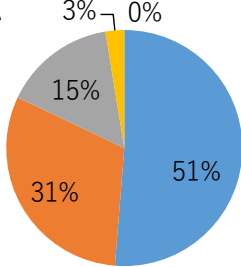
## WEBアンケート結果

■ とともある ■ 少しある ■ 普通  
■ あまりない ■ ない

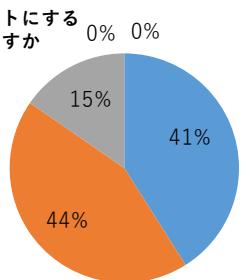
1 この商品に興味がありますか



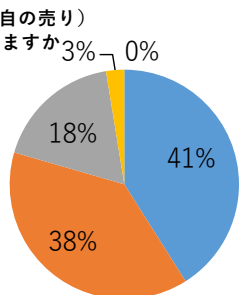
2 この価格で買いたいと思いますか



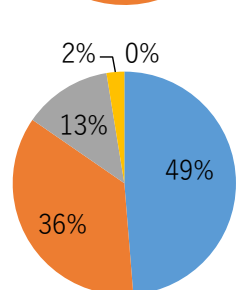
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

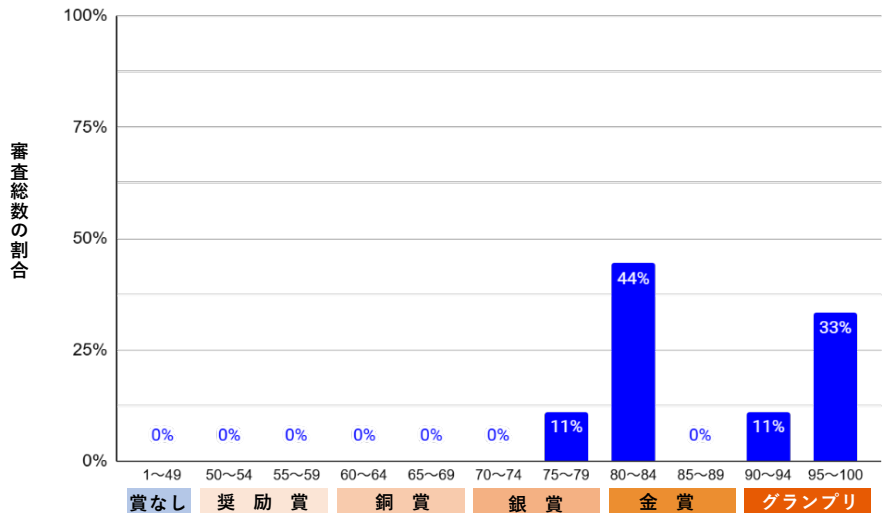
評価が高かった内容

バランスの良い配合、味の追求に美味しさへのこだわりを感じた  
生地の食感、香り、味に特別感があり、もう一つ食べたいくなる  
皮の生地が光沢をもち、しっとりもちもちして食感が良い  
虹色の円に筆文字で大きく「夢」と書かれたパッケージはインパクト大  
パッケージ裏面のメッセージが商品の品格をアップさせている  
二代目として愛着とこだわりを持って看板商品に育てた物語に感動した  
大きさ、味など満足度が高く、高いコストパフォーマンスを感じる

評価が低かった内容

食感を楽しむものにもう少し荒い栗の割り方でもよいのではと思った  
他のどら焼きとの差別化がわかりにくい  
「宇宙一」というのは何と比較してなのかが不明確  
一部でも半透明にするなど工夫があると尚よいのではないか  
「夢」とうたっている割には外見、餡子の量などにインパクトが弱い  
年数回放射能検査をされると品質対応評価が更に上がると思う  
もっと京都ブランドを前面に押ししてもよいのではないか

## 点数分布



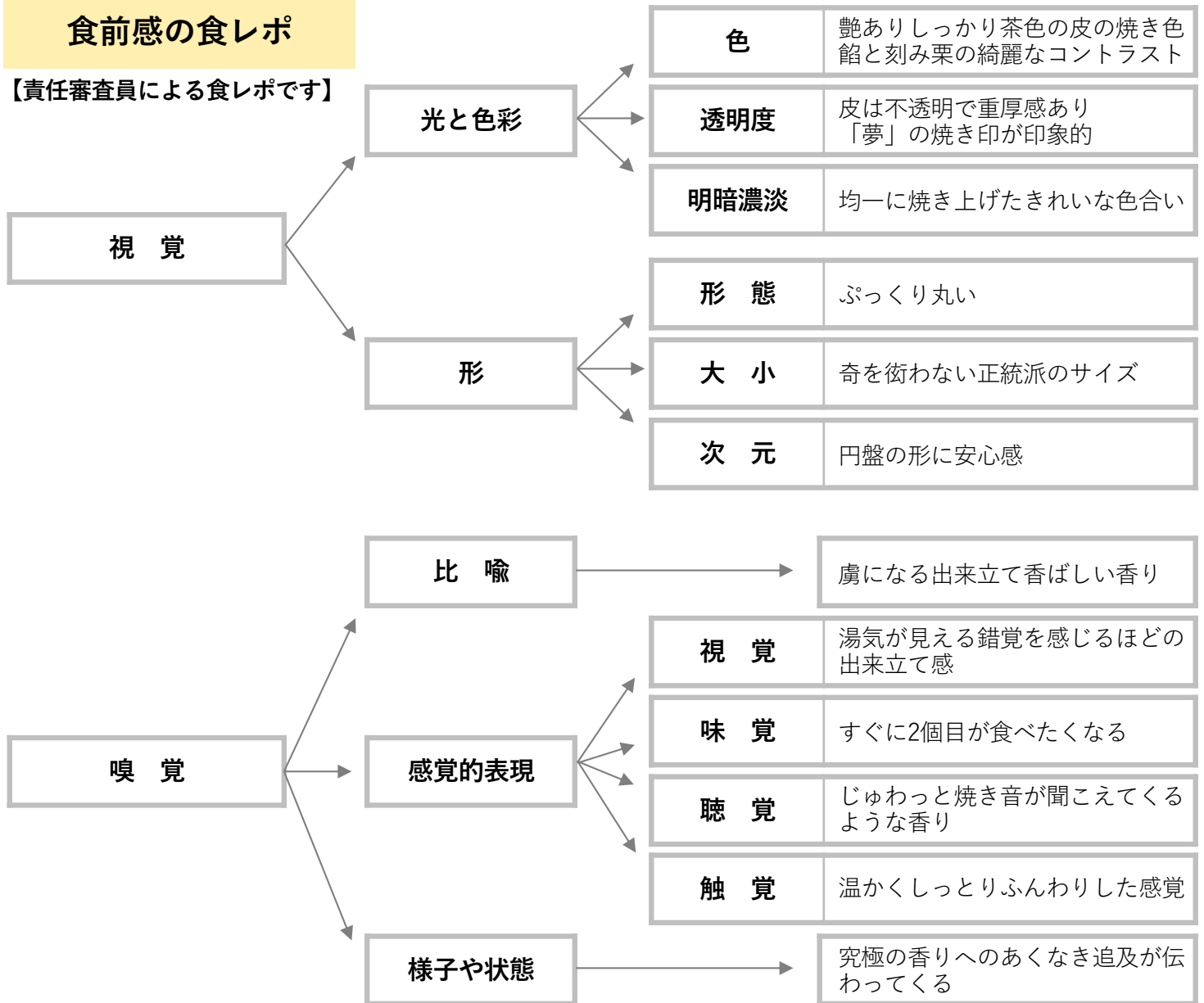
審査総合点では今88点でしたが、最も多量の採点を行う最終審査員の合計平均が90点を超えている点、また食品の一番の重要要因である味についての評価となる内部的要因の全審査員の平均値が90点を超えている点を評価し、2点加点しグランプリとさせていただきました。  
パッケージを開けると湯気が出そうなほど柔らかくしっとり艶のある香ばしい皮の部分の程よい甘さと北海道産の小豆を使用した栗入り餡の味わいが絶妙なハーモニーを生み出しており、こだわりが詰まったどの世代でも楽しめるどら焼きという点が評価のポイントとなりました。



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

きめの細かい皮の部分は艶のあるこんがりとしたきつね色で、色むらもなく均一的な焼き色がまるでまっすぐ広がる台地のように感じました。その上に「夢」の一文字がとても大きなインパクトがあります。また見た目に生地柔らかさが伝わり、心躍りました。

ただ中に濃厚な色合いの餡子が入っているのですが、どら焼きを普段購入している私にとっては主人公でもあるあんの量が少し少なく感じました。

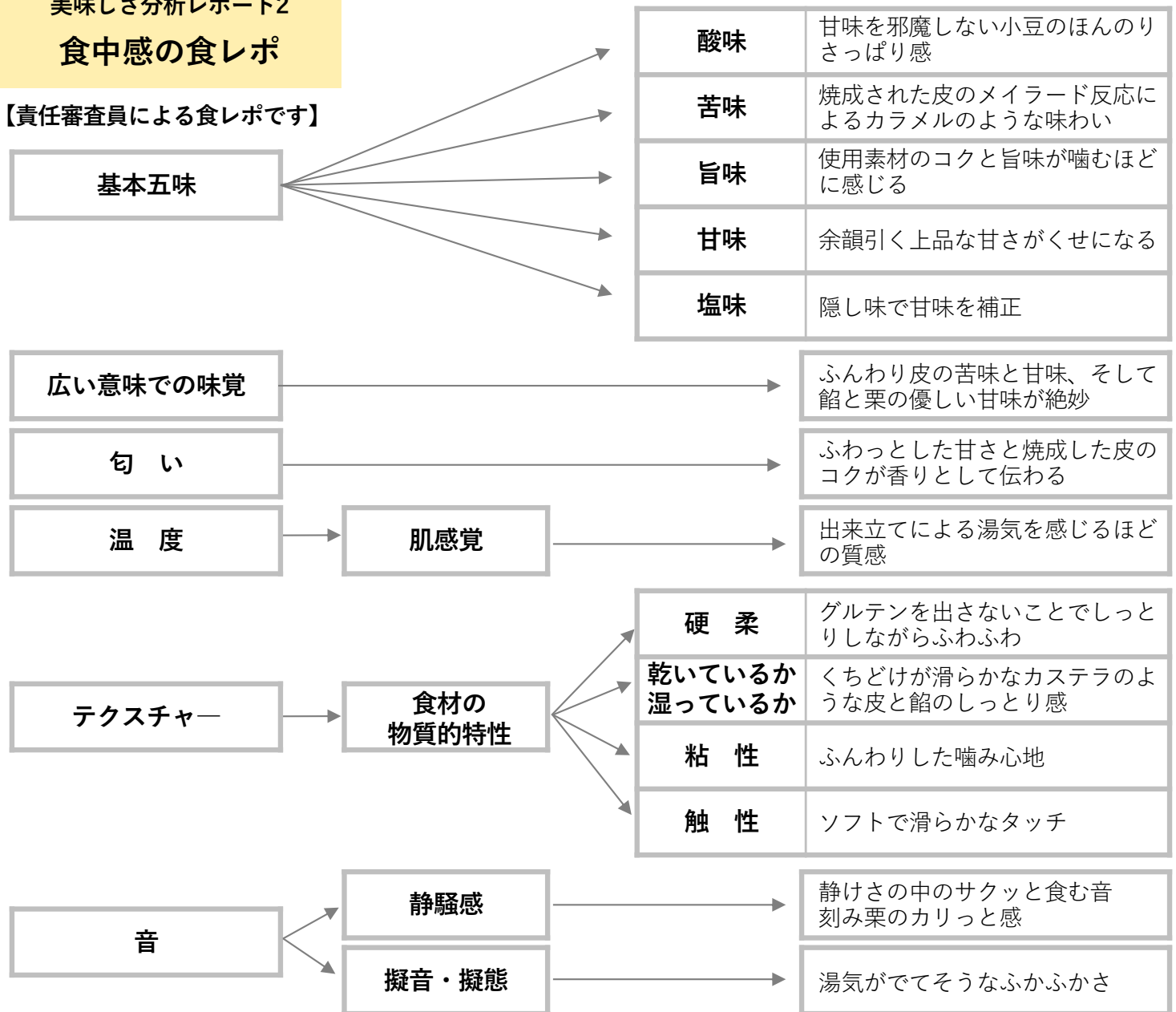
また今回、焼き立てを店舗で直接購入するという方法で審査を行ったため、生地からは湯気がでていいるのではと思わせるほど香ばしく甘い匂いが立ち、見た目と香りの相乗効果で食べる前から食欲をそそられました。



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

手に取った時に光沢ある表面にふわりと指に吸い付くような皮の触感が心地よく、思わずむぎゅっとしたくなるような柔らかさでした。ひとたび、口に入れると手焼きに近い食感の皮の香ばしさと卵の風味がふんわりと広がったあと、次に瑞々しくフルーティーな餡が味の中心となり、一緒に噛むことで大きなハーモニーを生み出していました。

餡は主役でありながら出しゃばらない上品な甘さで、小豆本来の旨味が口の中で感じられました。また刻まれた栗の甘露煮が使われていることで味と歯ざわりにアクセントをもたらしていました。さらに皮の焼き色はどら焼きの理想のような焼き加減で職人の匠技が感じられました。ふわっと軽いのでどら焼き好きはもちろん、和菓子が苦手な人でもずっと食べられるではないでしょうか。食べ終わった後も、後味は軽やかで、もう一口欲しくなる優しい余韻がありました。



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

焼成された皮のほんのりした甘味と苦味、そしてフルーティーな餡と栗の甘みが絶妙なハーモニーを生み出している

気候・地域

季節、地域問わず、家事や仕事、勉強の合間に家族や友人たちと、又は「DORAYAKI」として世界中のティータイムで。

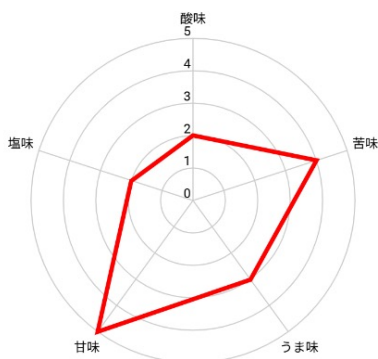
食経験・食習慣

渋めの煎茶または軽めの紅茶とペアリングで。

健康・生活様式

優しい甘味で心身満たされるので、少しリラックスしたいときに、または小腹すいた時のおやつに最適

基本五味の  
レーダーチャート



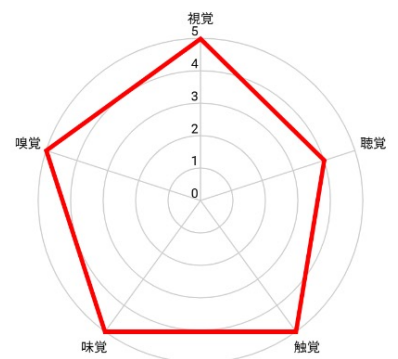
五味	評点
酸味	2
苦味	4
うま味	3
甘味	5
塩味	2

広い意味での味覚の  
レーダーチャート



広義の味	評点
春の木漏れ日の味	4
夏の日差しの味	2
秋の収穫の味	5
冬の暖炉の味	5
家族の味	5

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	4
触覚	5
味覚	5
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）

きつね色に焼成された皮は光沢があり、手に取った時に表面にふわりと指に吸い付くような皮の触感に驚かされました。また手焼きに近い柔らかな食感が印象的でした。口に運んだ時、ふわりとした焼皮のきめ細やかさとほのかに香る甘味、苦味、そしてフルーティーな餡と刻み栗の甘味が絶妙なハーモニーで、こだわりが詰まった一品でした。焼きたてから少し時間が経つと、洋菓子のようなしっとり感が増していき、噛むたびに甘みと旨みが広がるので、次の一口がどんどん進みました。

## 2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

完成まで10年以上を費やして作られたということもあり、「名作 夢銅鑼焼」というネーミングはその思いと夢に満ち溢れているように感じました。あえて「銅鑼焼」と漢字で書くことへのこだわりや、虹色に穏やかな筆文字で「夢」と書かれた和紙調の高級感のあるパッケージは、つい手にとってしまう魅力があります。またあえて透明包装紙にしないことで中身への期待をじんわりと膨らませてくれます

## 3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

定番の和菓子として老若男女に安定した人気があるため、爆発的な大ヒットにはなりづらいですが、その分、一度ファンがつくとロングラン商品になりやすいともいえるかと思います。この商品は大きさ・味・食べた時の満足度は高く、またコストパフォーマンスも非常に良いので、家庭用だけでなく、ちょっとした手土産や、慶弔時のお菓子など幅広いシーンにフィットしていると思いました。姉妹品も多く、何より本店では「焼き立て」が購入できるかもしれないのは他との大きな差別化となっていると思います。

## 4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

上質な和紙風包装、手書き風筆文字などインパクトと気品が演出されているため、成熟層や美意識の高い層への訴求に非常に効果的と思われるが、海外顧客や若年層にとって少し抽象的でわかりづらい可能性があり、また検索すると最初にECモールの販売サイト、次にインスタグラムで、更新が止まっているフェイスブックが2ページ目以降なのは商品の性質上、物足りなく感じます。販売の誘導先はECサイトでもよいかと思いますが、やはりホームページでしっかりブランド説明があった方が安心感が生まれて良いかと思います。

## 5. ブランディング要因

研究を尽くして生まれた商品への強い思いが伝わるパッケージとネーミングはインパクトがあります。また「宇宙一のどら焼き」というコピーも強いアイキャッチとなっており、一貫したビジョンを持っておられると思います。今後の発展形として期間限定ポップアップや、茶専門店・書店など感性の合う異業種とのコラボ展開による販路開拓などがあればさらに強固になっていくのではと思います。審査員からは「これだけ美味しいのに他府県で知名度が低いのは残念、SNS等で発信を増やしてほしい」という意見もありました

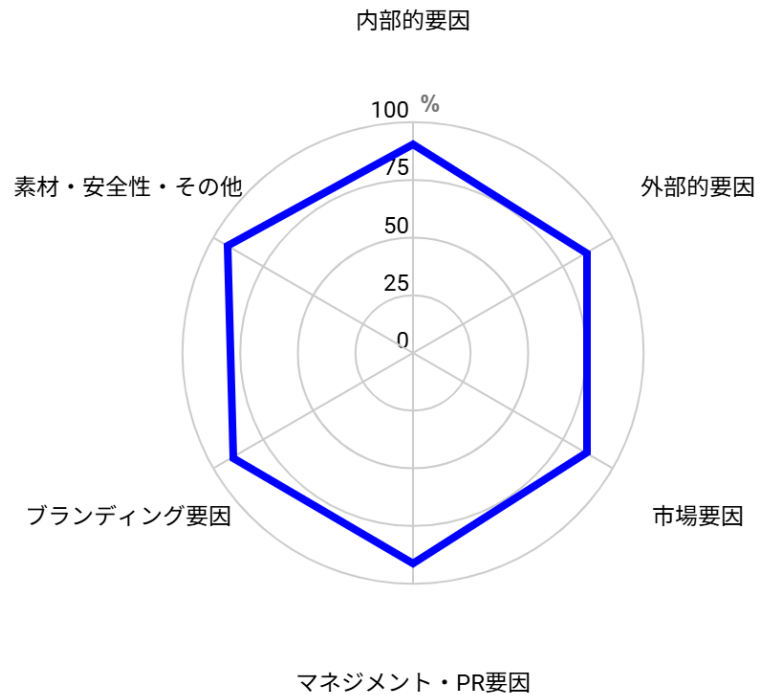
## 6. 素材・安全性・その他

お客様への安心安全と健康第一を最優先に考え取り組んでおられる姿はとても素晴らしいと思います。ただ具体的な取り組み内容がわかりづらいので、次のステップとしてHACCPやISOを導入されたりするより取り組みが可視化されて、分かりやすくなるかと思います。

## 審査レポート

### ■ 要因分布

要因分布としては、各要因は87%から93%の範囲に納まっており、全体的にバランスの良い大きな六角形となっています。一番高い数値が「素材、安全性、その他」で93%、味や香りなど五感からなる商品自体の魅力を「内部的要因」が90%、マネジメント・広報などの「マネジメント・PR要因」が92%、「宇宙一のどら焼き」をコピーとした「ブランディング要因」が90%と四つの要因が90%超えとなりました。一方、ネーミングやパッケージから構成される「外部的要因」が87%、市場・トレンドから構成される「市場要因」が87%と全体に比較してやや低めの評価となっています。



### ■ 総評

お茶の講師をしているため、仕事上どら焼きを食べる機会を定期的に持っており、非常に興味を持って今回審査させて頂きました。また今回は焼き立てを試食しての審査ということもあり、山科区の本店で購入したもので審査をいたしました。結論から申し上げますと、とても完成度の高いどら焼きだと思いました。まず湯気がでていいるのではと思わせるほど、水分を含んだようなしっとりさとふかふかさをを持った皮はとてもソフトで軽く、ほのかな甘さと焼成の香ばしさを合わせ持っていました。口に入れるとフルーティーな餡と刻み栗がじわじわ口いっぱいになり、旨味をまとった一つの大きなハーモニーを生み出していました。まさに素材の質・火入れ・構成のいずれにも妥協がなく、職人技が生み出す品質の高い完成度を感じました。また甘さが強くないので、後味は軽やかで、もう一口欲しくなる優しい余韻を持っていました。また「名作 夢銅鑼焼」のネーミングは単なる商品名ではない強い誇りと思いを感じさせ、高級和紙調の質感、穏やかな筆文字や金銀のあしらったパッケージは、あえて見えないことで中身への期待を膨らませてくれます。コストパフォーマンスもよく、すべてに高いパフォーマンス性をもった商品だと思いました。今後、SNSの環境をさらに整え宣伝力を上げていき認知度をあげて頂き、【YUME DORAYAKI】として世界へ羽ばたかれることを期待しています。





Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション