



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

湖のくに生チーズケーキ



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 湖のくに生チーズケーキ

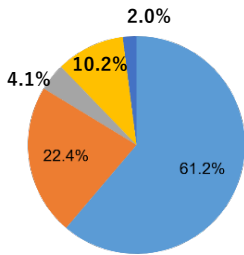
評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第91回 (2025年9月)

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。

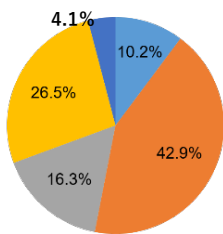
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

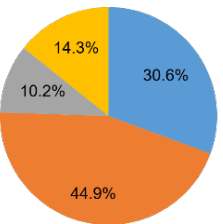
1 この商品に興味がありますか



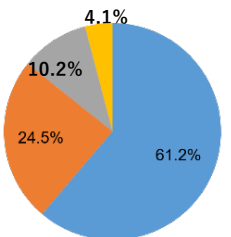
2 この価格で買いたいですか



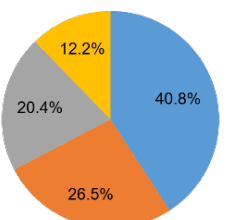
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

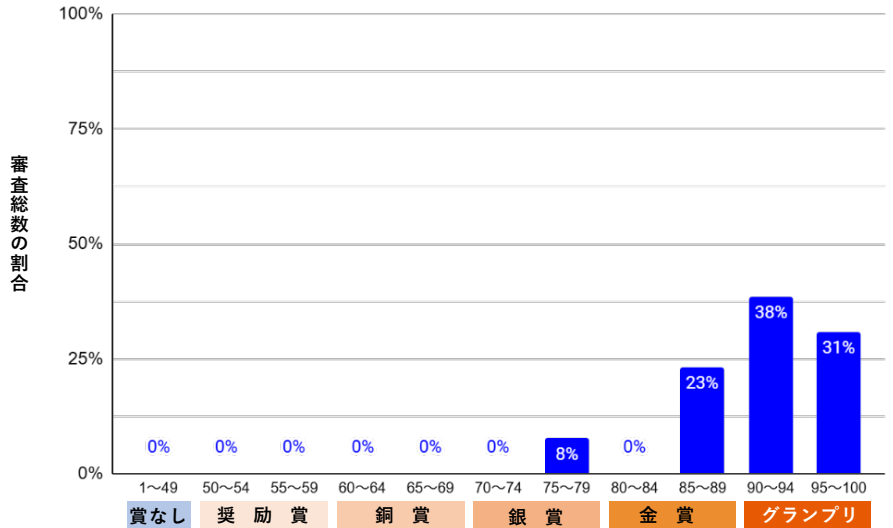
評価が高かった内容

酒粕の香りとチーズのまろやかさの調和が取れている
 利き酒のように楽しめるセットにしたアイデアが素晴らしい
 お猪口にチーズケーキを入れるという発想が良い
 廃棄していた酒粕の利用はSDG s の観点からも素晴らしい
 男性やお父さんのためのというコンセプトが良い
 障害者の自立支援を基盤に、質の高い商品を実現している
 統一感とストーリー性が明確である

評価が低かった内容

ビスコッティの硬さが際立っていてバランスが取れない
 チーズケーキとビスコッティの数が合わないのが気になる
 外装が弱く、持ち帰り、配送面でやや不安
 チーズケーキであることがややわかりにくい
 若年層やノンアル層には接点がなく、ターゲットが限定的
 アレルギー表記などに改善の余地がある
 トレーサビリティ管理が未導入なので更なる説明が必要

点数分布



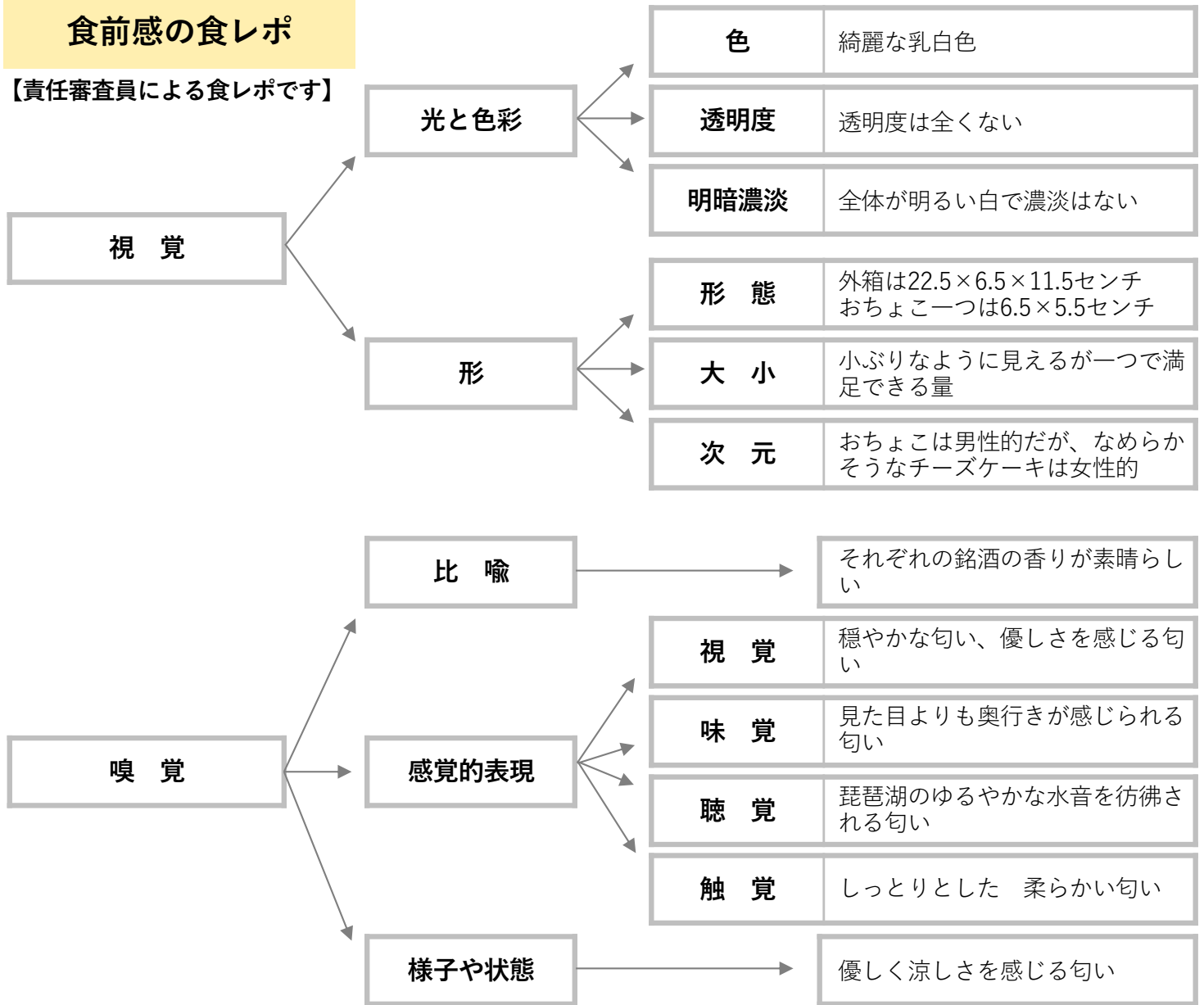
点数分布として、銀賞相当が8%、金賞相当が23%、グランプリ相当が69%を占めた結果、総合評価92%で【グランプリ】となりました。評価が非常に高かった理由として、地元の銘酒をチーズケーキにしてお猪口に入れるという発想が素晴らしい、障害者就労支援の考えに共感を得たこと、などが挙げられます。WEBアンケートでも非常に高い評価が得られました。一方でビスコッティに対する評価はあまり上がらず、外装の脆さやトレーサビリティ管理の未導入などに対しての数値が伸び悩み、結果として少なからず銀賞相当の範囲に点数が入ることになりました。



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

滋賀県を代表する銘酒6種類の名前が描かれたお猪口を見て、テンションが上がりました。お猪口を器にしてチーズケーキを入れるという発想が素晴らしいです。そして個人的に私の大好きな「七本槍」があることがとても嬉しくなりました。食べ終わった後、実際に七本槍を入れて飲むのが楽しみです。

蓋を開けるとほのかにお酒の香りが漂います。クリームチーズのしっとりとした食感が見た目からも味わえます。お猪口がもっと大きかったらいいのに、と思ってしまうほどでした。

商品には酒粕ビスコッティも付いています。これもまた七本槍を使用しているとのことで、嬉しくなります。かなり硬そうに見えますが、生チーズケーキのディップとして食べるのが楽しみです。

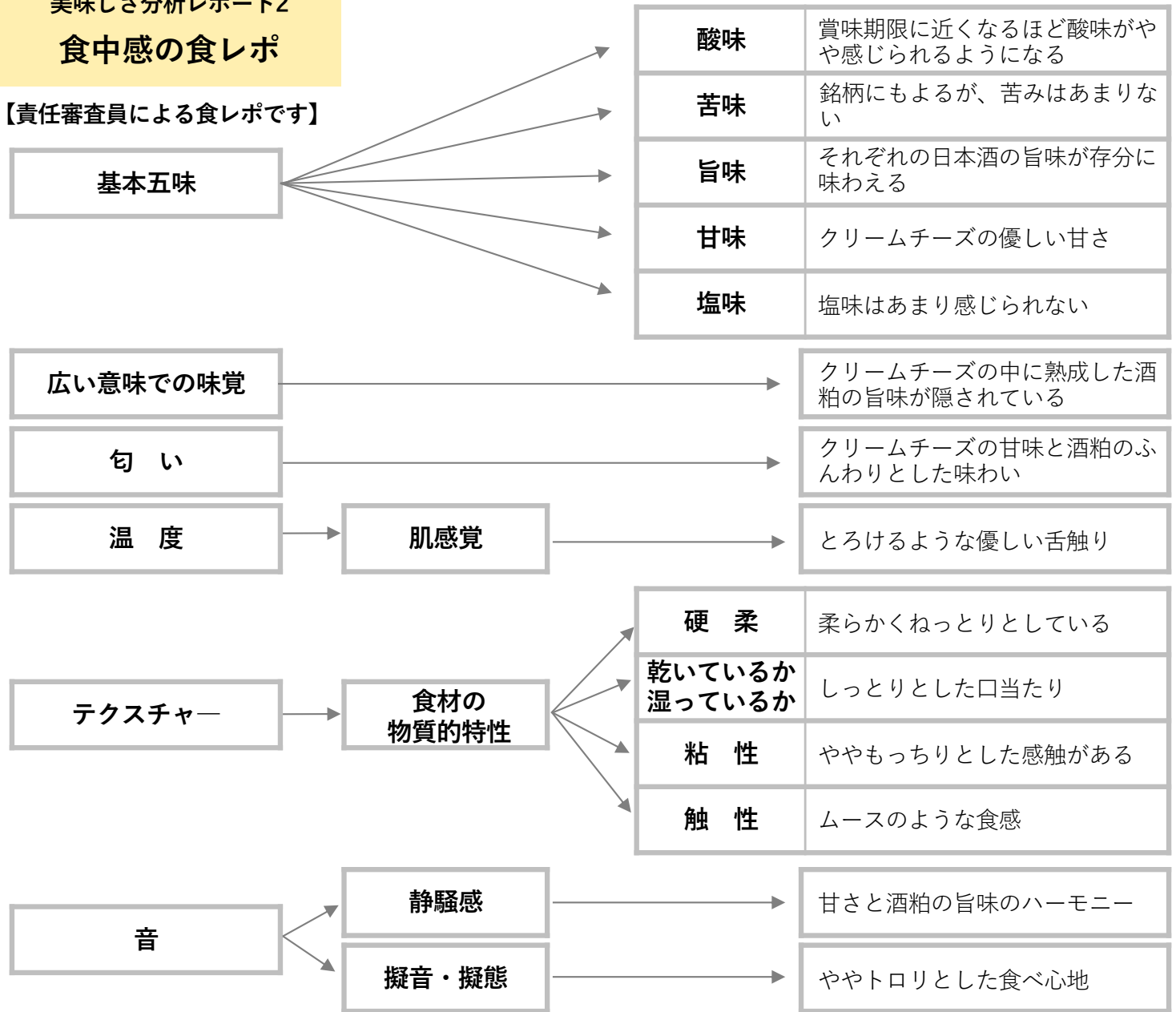
販売当初はお父さん世代の男性をターゲットとしていたようですが、日本酒好きの外国人も増えていますし、おそらく今ではターゲット層がかなり広がっていると思われます。審査会でも日本酒好きの審査員の期待がかなり高く、みんなが楽しみにしていました。



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**

鼻をくすぐる日本酒の香りを楽しみながらスプーンを入れると、ムース状にも似た柔らかい手ごたえを感じました。生チーズケーキというだけあって、とろけるような食感を味わうことができます。食べる前に見たお猪口はやや大きめの印象を受けましたが、これならペロリと完食できそうです。もしかしたら物足りないくらいかもしれません。

発酵がすすむので、作り立てと賞味期限間近では香りにも差があるようです。十分に発酵させたほうが日本酒の風味が高まり、個人的には好みでした。

6種のチーズケーキは使われる日本酒のタイプによって「端麗タイプ」と「濃醇タイプ」に分かれているようですが、この味を見分けるのはやや難しいような気がします。でもすぐに別の味も食べたくなる魅力的な商品です。

同封のビスコッティはかなり硬く、残念ながら生チーズケーキをディップにして食べるのにはあまり向いていないような気がします。そのまま食べるにしても、もう少し柔らかい食感が好まれるかもしれません。



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

口の中に甘さとほのかな日本酒の旨味が残り、長く余韻が味わえて満足度が高い

気候・地域

冷菓ではあるが、一年中楽しめる味わい

食経験・食習慣

お酒を呑んだ後の口直しとしてのスイーツにぴったり

健康・生活様式

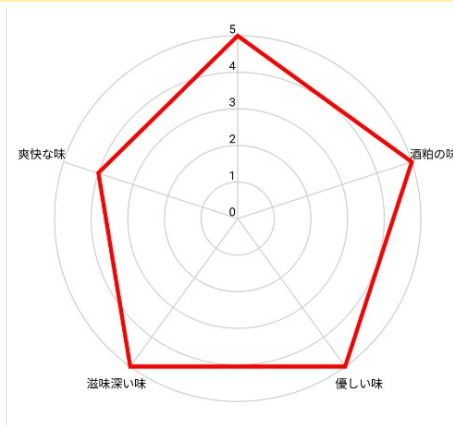
アルコール入りのため、大人のおやつといったイメージが強いビスコッティは日本酒感がないので、誰でも楽しめる

基本五味のレーダーチャート



五味	評点
酸味	2
苦味	1
うま味	5
甘味	4
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
とろける味	5
酒粕の味	5
優しい味	5
滋味深い味	5
爽快な味	4

五感に対する感じ方レーダーチャート



五感	評点
視覚	4
聴覚	2
触覚	5
味覚	4
嗅覚	3



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）

滋賀県の銘酒である6種の日本酒の酒粕を使用したチーズケーキは、食べる前から非常に期待感が高まる商品です。蓋を開けるとほんのり日本酒の香りが漂い、チーズケーキを口にすると、その素晴らしい香りが鼻に抜けて、お酒好きにはたまらない一品となっています。

味も端麗タイプと濃醇タイプの2種類があり、賞味期限に近づくほど酒粕の熟成がすすむので、風味がまた違ってくるのが面白く感じました。一つが160キロカロリー程度であるのも魅力です。

一方でビスコッティはかなり硬く、チーズケーキを乗せて食べるのには向かないという評価がありました。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

お猪口にチーズケーキという発想が素晴らしいとの意見が非常に多く出ました。まだ2段で透明なケースに入っているので商品としてわかりやすくおしゃれであるとの感想も出ています。ただ透明なプラスチックケースは圧力がかかると変形しやすく、外装がやや弱いとの指摘もありました。

また、チーズケース6種に対してビスコッティが4本であることに違和感を覚えた審査員が多く、チーズケーキとのマリアージュを感じられないのが残念です。敢えてビスコッティを付ける必要はないとの意見もありました。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

スイーツ男子をターゲットに商品を販売されたようですが、今では日本酒好きの女性や外国人観光客など、多くの人から喜ばれる商品に成長しているようで、非常に感銘を受けます。

これからもターゲット層が広がりを見せることが予想できて楽しみです。市場での稀少価値も高いと思われます。

今後は滋賀県が誇るお土産として知名度を上げていくことが課題の一つになると思います。

ノンアルコールがあるとお酒を飲まない世代や若年層へのアピールにも繋がるとの意見もありました。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

社会福祉法人として、障害者の自立支援を基に組織的なマネジメント体制が確立されていると感じました。スタッフの方たちの一人一人が、日々自信をもって丁寧に取り組まれていることでしょう。

官公庁や経済産業省のお墨付きもあり、今後の広がりも期待できそうです。

一方で、広告戦略がやや弱いこと、お客様相談窓口がないことなどが情報発信においての課題になると思われます。外国人向けを意識するのであれば、日本語以外の説明のあるリーフレットを用意する、QPコードから誘導するなどの工夫があると良いのではないのでしょうか。

5. ブランディング要因

「滋賀」×「日本酒」×「チーズケーキ」×「就労支援」という要素が商品に込められていて、ストーリー性が明確であると高く評価されました。商品を大切に育て、店舗創業10周年を迎えられたことが予想できます。地産地消へのこだわりが感じられ、まさに滋賀県を代表する商品としての地位を確立しているのは素晴らしいことです。

非常に良い取り組みをされているので、今後は設定したターゲット層意外への訴求も検討されてみてはいかがでしょうか。また県内だけではなく、物産展なども活用して県外へアピールしていくことにも期待しています。

6. 素材・安全性・その他

保存料や着色料が使用されていないこと、厳選されたクリームチーズを使っていることなどが高評価に繋がりました。本来廃棄される酒粕を利用していること、海外産のクリームチーズを使用する理由などが明確にされるとさらに安心感を覚えると思います。

また、トレーサビリティ管理がされていないことは評価の上でマイナスになってしまいます。この点について、は消費者が納得できるような品質面での安心感について情報発信していくことが必要になっていくのではないのでしょうか。

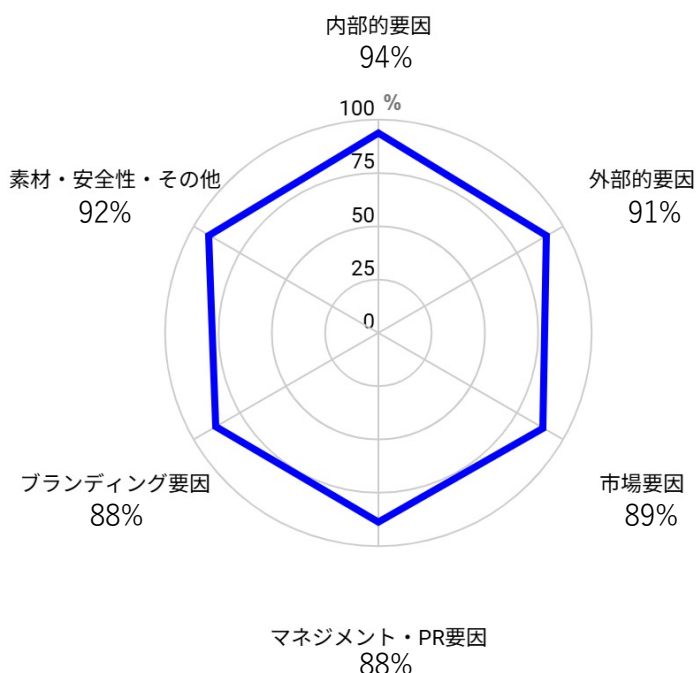
審査レポート

■ 要因分布

要因分布として、88%から94%の範囲に分布し、非常に大きくバランスの良い六角形となりました。圧倒的に高評価だったのが、味や香りなど五感からなる商品全体の魅力を表す「内部的要因」で94%となっています。酒粕を使用したムース状に近いクリームチーズの味わいが素晴らしいとの意見が多くありました。

「素材・安全性」とネーミングやパッケージから構成される「外部的要因」がこれに続き、90%以上の数値になっています。お猪口にチーズケーキを入れるという発想の素晴らしさに高評価が集まりました。

市場・トレンドから構成される「市場要因」、マネジメント・広報などの「マネジメント・PR要因」、「ブランディング要因」は80%台ですが、どれも非常に高い評価となっています。昨今の日本酒ブームを捉えた商品であり、廃棄される酒粕を使用していること、障害者就労支援を実施していること、明確なブランディングがされていることなどを絶賛する審査員が大勢いました。



■ 総評

「滋賀の丁字麩おふらすく」に続く2品目のグランプリ受賞、誠におめでとうございます。今回は数多く出品された商品の中でも、特に高評価となりましたことをご報告いたします。何といても審査員全員が感激したのが、お猪口に入ったチーズケーキです。見た目からテンションが上がり、全国的にも知名度が高く人気の「七本槍」や「松の司」などの酒粕を使用したこの商品は、日本酒好きの審査員たちを小躍りさせるのに十分すぎるほどの魅力がありました。ほのかに漂う熟成された日本酒の香り、とろけるような舌ざわりのチーズケーキの味は素晴らしく、カロリーも控えめなのでいくつも食べられそうな気がしました。この商品が産業廃棄物となる酒粕を基に作られていること、御社が就労支援に取り組んでいること、産地消にこだわり丁寧な製法で商品ができあがっていることに深く感銘を受けました。まさにグランプリにふさわしい一品だと思います。

日本酒好きの方や外国人観光客も喜びそうなこの商品は、お土産や贈り物にもふさわしく、またプラカップでリーズナブルに購入できるものもあり、今後ターゲットが広がっていくことでしょう。

6つの要因すべてにおいて高評価を得た商品ですが、いくつかの意見と提案をお伝えさせていただきます。チーズケーキは非常に高く評価されましたが、ビスコッティについては残念ながら必要ないのではとの意見もありました。お猪口とビスコッティの本数も一致していないので、ここは改善の余地があると思います。

また、ターゲット層の広がりとともに、外国人向けの説明（英語等での記載、QRコードへの誘導）や、それぞれの日本酒についての詳細なアピールもあると良いと考えます。

現時点では県内での販売網は確立されているようですが、さらなる知名度アップのためには全国へのアピールも必要でしょう。今回のグランプリ受賞をきっかけに、様々なターゲットへの訴求や、広告戦略の強化などをご検討いただければ幸いです。

今後、あちこちで「湖のくに生チーズケーキ」にお目にかかれるの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 壱番館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