



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

佐野川の茶畑



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 佐野川の茶畑

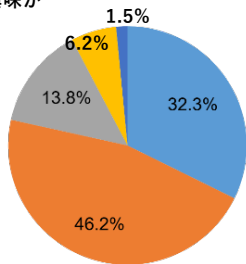
評価結果 金賞 受賞回・年月 第93回 (2025年11月)

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。

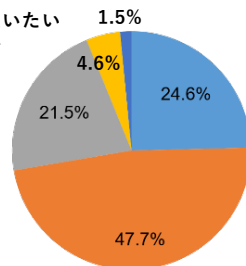
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

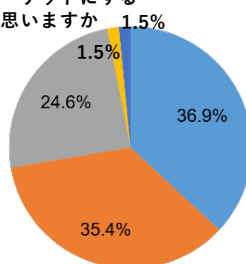
1 この商品に興味がありますか



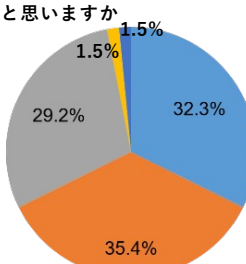
2 この価格で買いたいと思いますか



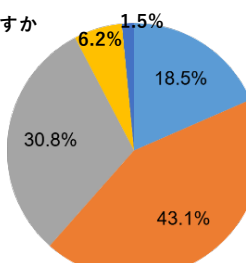
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

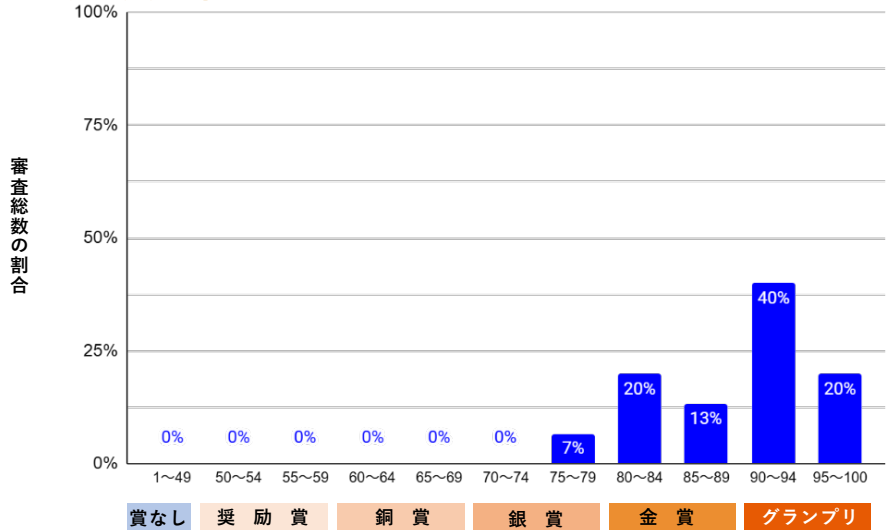
評価が高かった内容

緑茶の香りがずっと鼻を抜け、爽やかな余韻を残す
どっしりとした食感が、他にはない美味しさを感じる
流行に左右されない愛される味
イメージ戦略が確立されていて、地産地消に好感が持てる
地域の口コミにも力を入れている
日持ちがするので手土産やプチギフトにとっても良い
保存料や着色料が不使用なので安心感がある

評価が低かった内容

ネーミングからはマドレーヌであることが伝わりにくい
ストーリー性や背景が伝わるような施策があると、より効果的
パッケージにもう少し高級感があると良い
変えない独自性がもう少し伝わると、より印象に残る
Instagramの広告戦略が弱く、取り組みが不足している
ブランディングが確立していない印象を受ける
農薬・放射能検査が未実施で、安全性重視層に懸念が残る

点数分布



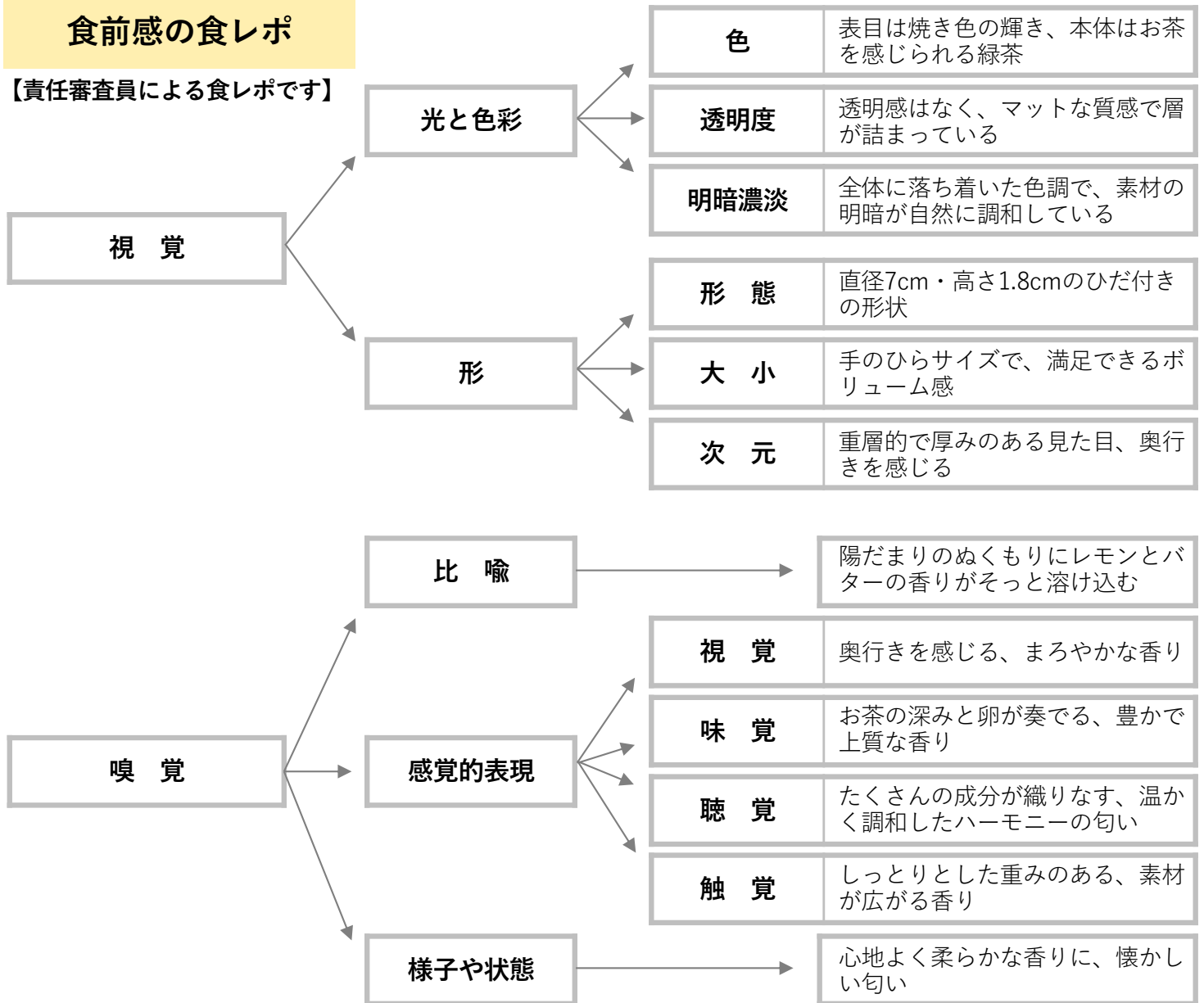
点数分布は、下は銀賞相当の75点から上はグランプリ相当の100点までの範囲に分布しています。総合評価89%で【金賞】を受賞となりました。Webアンケートでは、70%以上の方が「興味がある」「買いたいと思う」「客層は多い」と答えています。一方、ネーミングから特徴が伝わらないという意見が多数上がっており、消費者への印象付けや訴求力を高めるための改善など工夫の余地があると考えられます。



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

見た目と香りの調和が、食べる前から豊かな期待感を抱かせます。商品を包むピンクのパッケージは可愛らしく、ラベルからはお茶畑の風景が想像できます。開けやすい作りで、直径7cm・高さ1.8cmのひだ付きの手のひらサイズで、満足できるボリューム感があります。表面は卵とバターの豊かな風味を連想させるような焼き色の輝き。本体は緑茶を感じさせる落ち着いた緑茶色で、全体に自然な明暗の調和が見られます。素材の色合いが美しく重なり合い、愛情を込めて丁寧に焼き上げられた逸品であることが伝わってきます。

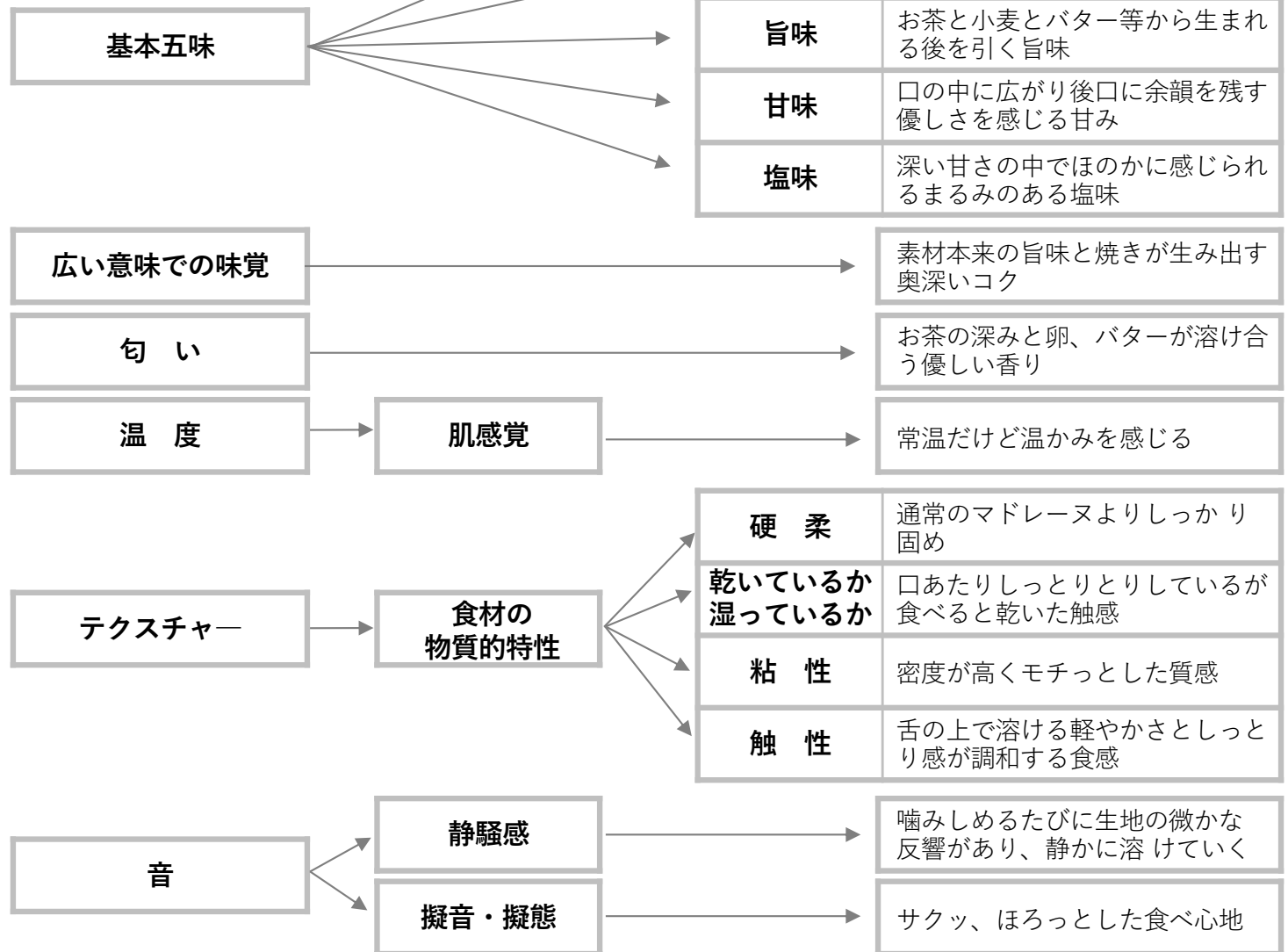
袋を開ける前の商品の心地よい重さ、封を開けた瞬間に広がる鼻に抜ける心地よい香りが、食べる前からのワクワク感を高めます。陽だまりのぬくもりにレモンとバターの香り、アーモンドの香ばしさがそっと溶け込み、まろやかな香りが広がります。お茶の深みが奏でる豊かで重厚感のある香りは、素材が織りなす温かく調和したハーモニーのようです。食前に「早く食べたい」そんな思いに心が躍りました。



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

手に取ると、ほどよい重みとしっとりとした質感が指先に心地よく伝わります。ひと口噛むと、外側はさりげなく香ばしく、内側はやわらかでほどけていきます。小麦のやさしい風味がふわりと広がり、アーモンドと焼き目の香ばしさ、緑茶の穏やかな苦みが調和します。芳醇なバターと卵のコクが重なり、まるやかな余韻を残します。当商品は地元食材である佐野川産の緑茶を使用しており、厳選された素材の自然な味わいと風味が感じられます。その他の素材も国産にこだわり、丁寧に仕上げています。常温でも不思議と温もりを感じ、ゆっくり噛み進めるごとに基本五味がじんわりと広がります。この五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になります。じっくり焼き上げることで生まれる芳醇な香りの絶妙なハーモニーが、素材の魅力を優しく包み込み、とても素晴らしいと感じました。噛みしめるたびに、生地 of 微かな反響が口の中に広がり、サクッとほろっと溶けていく食感がたまりません。ひと口食べるごとにもう一口欲しくなり、手が止まらなくなるほどの美味しさで、ついついやみつきになってしまいました。



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

口の中に広がる濃厚な甘さ、ほのかな苦みがゆっくりと心地よい余韻へと変わり、思わずもう一口食べたくなる。

気候・地域

季節や場所を問わず、いつ、どこで食べても心安らぐベーシックな味わい。この味を求めて佐野川を訪れたい。

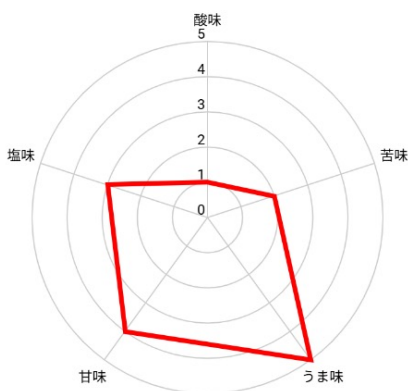
食経験・食習慣

子どものころに食べた手作りの焼き菓子を思い出させる懐かしさと、家庭で親しんだ味の記憶が合わさり、お茶の風味を加えることで大人向けの味わいへと進化している。

健康・生活様式

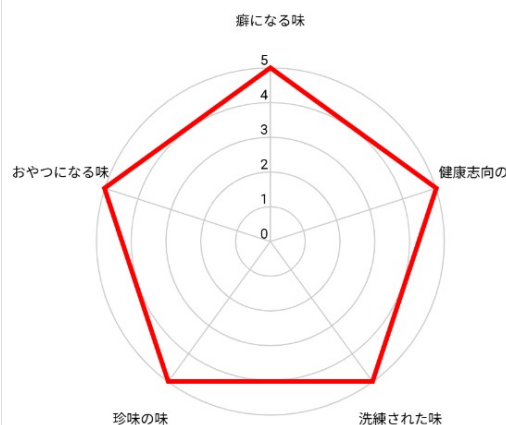
忙しい日常でもひと口で満足感を得られる。子どもとの甘いひとときや、家族の会話が弾む時間に。さまざまな場面で楽しみたい美味しさである。

基本五味の レーダーチャート



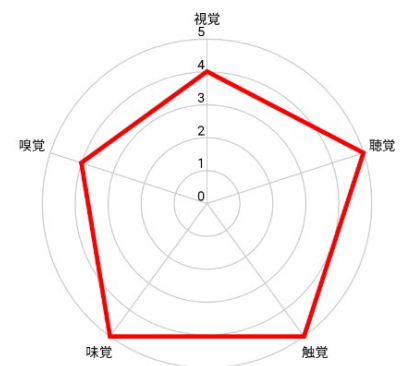
五味	評点
酸味	1
苦味	2
うま味	5
甘味	4
塩味	3

広い意味での味覚の レーダーチャート



広義の味	評点
癖になる味	5
健康志向の味	5
洗練された味	5
珍味の味	5
おやつになる味	5

五感に対する感じ方 レーダーチャート



五感	評点
視覚	4
聴覚	5
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）

口の中に広がる濃厚な甘さとほのかな苦みが、ゆっくりと心地よい余韻へと変わります。緑茶の香りがずっと鼻を抜け、爽やかな後味が続くため、ひと口ごとに満足感があります。どっしりとした食感のほかにはない美味しさを感じさせ、低温でじっくり焼き上げることでしっとり感が持続し、口当たりもなめらかです。地元食材である佐野川産の緑茶を使用しており、厳選された素材の自然な味わいと風味が感じられるのも魅力です。抹茶ではなく緑茶を使っている点も新鮮ですが、見た目では分かりにくいのが少しもったいないと感じます。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

商品を包むピンクのパッケージは可愛らしく、ラベルからはお茶畑の風景が想像でき、好感が持てます。開けやすい作りにも配慮が感じられます。また、中身の見える透明包装で商品が密封されており、分かりやすさと安心感もあります。しかし、ネーミングからは残念ながら、マドレーヌであることが伝わりにくい点が課題です。審査員からは、パッケージにストーリー性や背景が伝わるような工夫があると、さらに良いという声が多く聞かれました。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

マドレーヌは、市場規模が大きい中で、しっとりどっしりとした他にない食感で差別化しており、高く評価できます。地産地消で、緑茶以外の原料も国産を使用し、無添加で身体にやさしい点は、健康志向や地元産品を好む消費者にとって付加価値となります。地域の緑茶を活かした特産菓子として価格帯も妥当で、土産需要や観光・地域イベントの需要にも対応可能です。素材の安心感や特産品としての魅力をさらに訴求できれば、価格への納得感も高まるでしょう。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

地域性を活かした商品開発の姿勢は素晴らしく、口コミや地域メディアで取り上げられることで確かな広告効果を生んでいます。顧客窓口やクレーム対応窓口も整備されており、消費者対応力も十分です。今後は、全国的な認知度向上に向けてオンラインでの商品紹介や販売にさらに力を入れると、より大きな市場展開が期待できます。添加物を使用せず日持ちする点も活かし、ネット販売を強化することで、販路拡大や認知度向上につながると感じます。今後の取り組みに大いに期待致します。

5. ブランディング要因

「相模原マドレーヌ」は、地域農産物を積極的に取り入れ、約30種類のマドレーヌを展開する地産地消の取り組みがブランド力を高め、地元土産の定番としての位置づけを強化しています。地域に根差したブランドとして一定の認知を得ており、消費者の地域愛着を喚起する効果もあります。審査員からは「地元食材を活かした多彩な展開が魅力的」との声が寄せられています。一方で、独自の物語性や広域への発信は十分ではなく、地域外市場で存在感を示すには、ブランドコンセプトやプロモーションの強化が必要です。

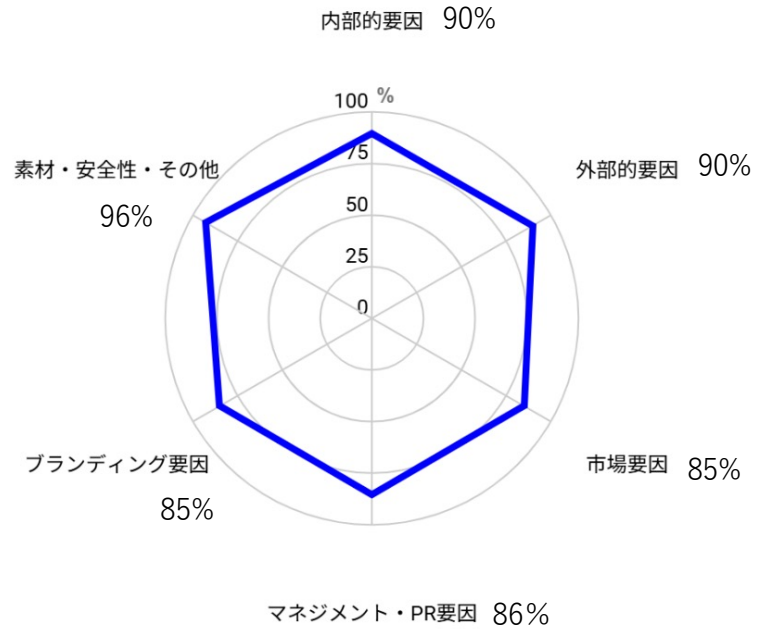
6. 素材・安全性・その他

素材へのこだわりが高く評価されます。規格外農産物や国産原料を活用し、無添加で安心感のある商品づくりが行われています。HACCPに基づく安全運用や環境改善への取り組みなど、消費者に安全で信頼できる商品を提供する姿勢も非常に好感を持たれます。一方で、放射性物質検査や農薬検査が未実施である点は課題です。審査員からは「検査体制の導入や情報公開を進めることで、さらに安心感を高められる」との指摘があり、改善されれば消費者にとってよりわかりやすく、安心・安全です。

審査レポート

■ 要因分布

要因分布として85%から96%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」ネーミングやパッケージから構成される「外部的要因」が90%、「素材・安全性」は96%で、地元相模原の食材を活用している点や、しっかりとした管理体制が高く評価されました。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」ブランド訴求力の「ブランディング要因」それぞれ85%、86%と市場、トレンド、マネジメント、広報、ブランディングについて確立不足が懸念となり評価が割れることで、点数が伸び悩む結果となりました。これらについては今後の更なる可能性として期待したいです。



■ 総評

はじめに、相模原市民の手土産となるマドレーヌ作りに取り組み、40年近くにわたり「作ってみたい商品、自分の想像した商品を作り続ける」という独自性のある商品開発に取り組まれている姿勢に心から敬意を表します。美味しさや感動、幸せな気持ちをお客様に届けたいという真心を込めて販売している点が高く評価され、そのこだわりが商品としての完成度に反映され、金賞受賞となりました。地元相模原・佐野川産の緑茶を使用し、その他の素材も国産にこだわることで、ひと口ごとに素材本来の自然な味わいと豊かな風味が広がります。さらに、規格外農産物を活用し、無添加で安心感のある商品づくりを行う姿勢には、消費者への優しさや誠実さがあふれ、高く評価されるポイントです。丁寧に選ばれた素材と、ひとつひとつに心を込めた製法が、「安心して楽しめる美味しさ」としてそのまま商品に反映されています。お客様を第一に考える貴社の姿勢は深く心に響き、長く愛され続ける「相模原マドレーヌ」は、保存料を使わず製造から40日間日持ちする、手土産としても安心して選ぶことができます。この商品からは、安心・安全を届けたいという貴社の揺るぎない信念が伝わり、地域の誇りとなる特産品であることが感じられます。日々の食卓や贈り物の場面に、彩りと幸せをそっと添えてくれる、そんな温かさにあふれた商品です。多くの審査員が、そのやさしい味わいと丁寧なつくりで魅了されました。一方で、安全性への取り組みの詳細がパッケージから伝わりにくいとの声もあり、こうした情報がもう少しわかりやすく示されると、消費者にとってさらに安心で、心温まる贈り物としての魅力が増すと感じられます。受賞を契機に、積極的な情報発信によって安全性やこだわりを丁寧に伝えることで、消費者が安心して手に取り、相模原の魅力や地域の誇りを感じられるブランドとしてさらに愛されることが期待されます。これからも商品の持つ可能性の更なる向上を期待するとともに、貴社のご発展を審査員一同心より祈念申し上げます。



〒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