



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

ミックスフルーツサンド



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 ミックスフルーツサンド

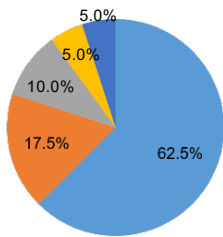
評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第95回 (2026年 1月)

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。

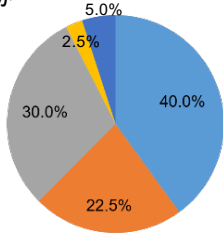
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

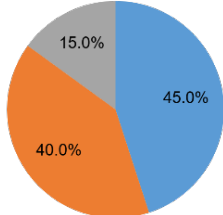
1 この商品に興味がありますか



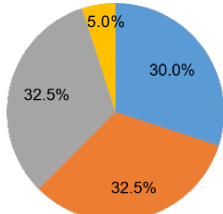
2 この価格で買いたいと思いますか



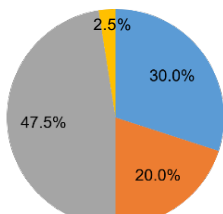
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

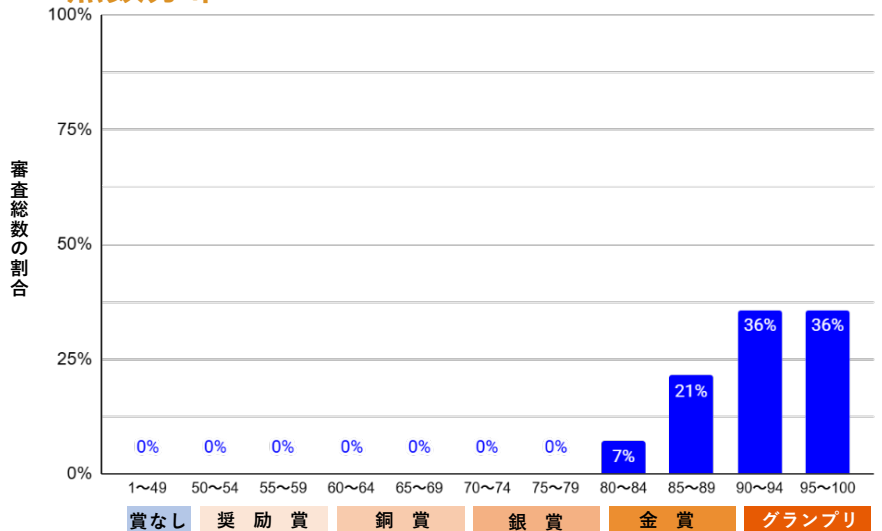
評価が高かった内容

クリームの甘さが控えめで、フルーツの味がしっかり楽しめる
 フルーツの断面がカラフルで可愛らしく、視覚効果抜群で映える
 5種類のフルーツが一度に楽しめて、価格的にお得感がある
 パッケージがしっかりしているので、手土産にも最適
 フルーツが大きくカットされていて華やかで、食べ応えがある
 食事、デザートどちらでも活用できる利便性、汎用性がある
 手を汚さずに簡単に食べられる配慮があり、独自性を感じた

評価が低かった内容

サンドの厚みが大きく、一口では収まらず食べにくい
 「新SUN」がブランドネームなのか、わかりにくい
 競争が多い中、ブランド名が不明で、リピートに繋がらない
 手頃な価格とは言えないので小さくして価格を下げしてほしい
 フルーツの味は一定ではないので、バラつきがありそう
 商品本体にアレルギー表示があると、さらに好印象になる
 相談・問い合わせの窓口があると、さらに信頼感が高まる

点数分布



点数分布としては、金賞相当が28%、グランプリ相当が72%を占めた結果、総合評価92点で【グランプリ】となりました。

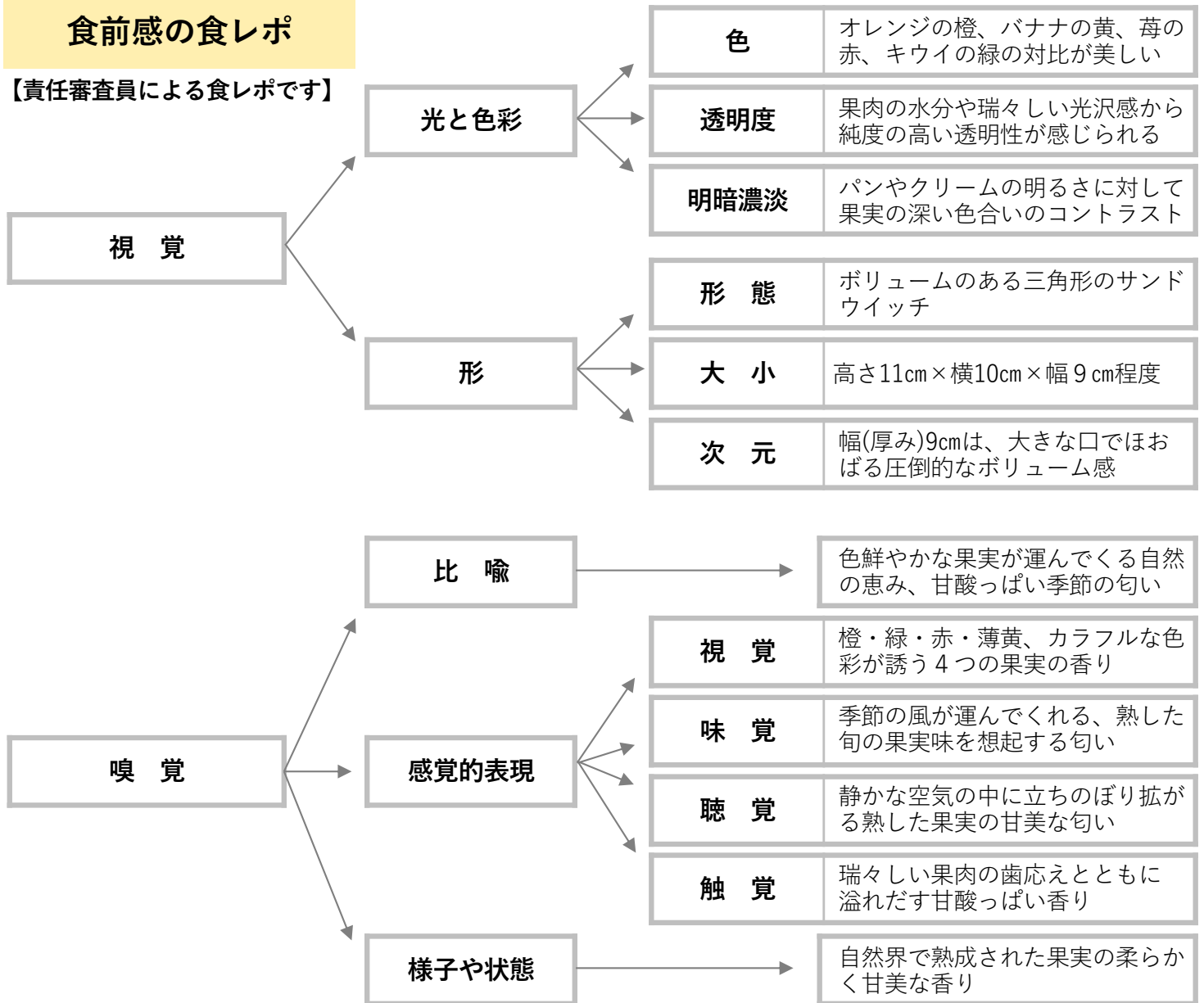
Webアンケートの結果でも、この商品に興味がある人が80%を占め、85%の人がターゲットの客層が多いと回答、高評価でした。
 一方、価格の受容度やUSP（商品独自の売り）の評価は62.5%、ネーミングの評価は50%と伸びしろがあります。今後、さらなる評価の上昇が期待できる素晴らしい結果となりました。



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

新SUNのミックスフルーツサンドを手にとった瞬間、その美しさに心がギュッと驚つかみされます。透明なパッケージ越しの果実の断面の光沢を帯びた瑞々しさと、鮮やかな色合いの美しさに、果実の鮮度と仕上げ技術の高さを感じます。白いパンとクリームを背景に浮かび上がる、大ぶりにカットされたオレンジの橙、キウイの緑・イチゴの赤・バナナの薄黄の配色に、単なる視覚的な美しさを超えたアートに近い感動を覚え、とても贅沢で豊かな気分になることができます。「自分だけでなく大切な人にも見せたい、感動を分かち合いたくなる」そんなサンドウィッチを超えた大きな付加価値は多くの人を魅了するでしょう。

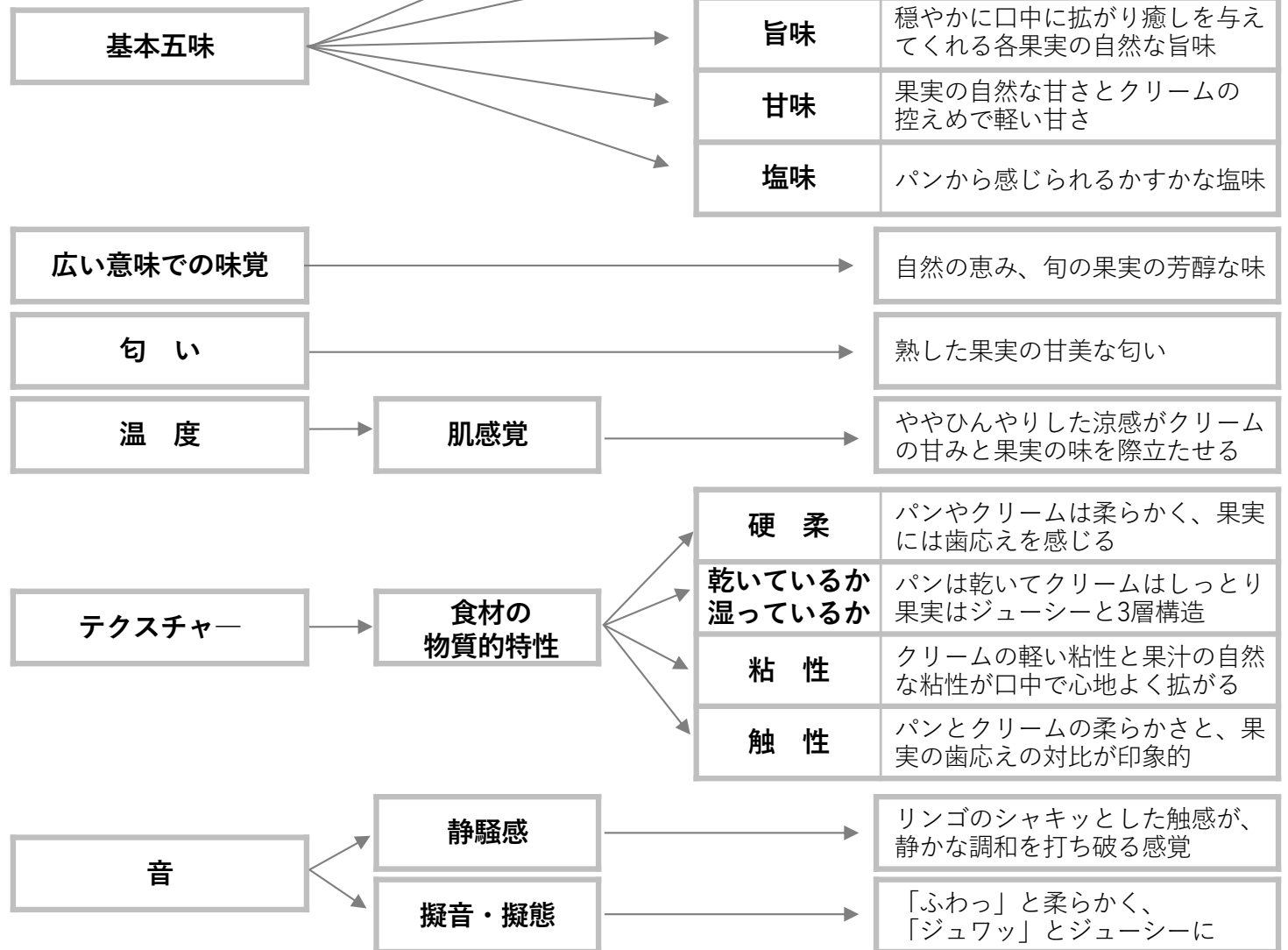
パッケージを開けると、甘み、爽やかな酸味、甘酸っぱさを感じさせてくれる果実の自然な香りが、ほのかに広がり、味覚への期待感が膨らみます。また、指先に感じるパンの柔らかくひんやりとした触感、ふんだんに使われたクリームと果実の適度な重量感、どこかデザートやスイーツのようでもあり、「早く味わってみたい」と食べる瞬間への期待感がより大きく高まります。



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**

大きくほおばった瞬間、パンとクリームの空気を含んだようなふわっとした柔らかさを感じ、次にクリームが舌の上でほどけるように滑らかに口中に広がります。そして、微かな香りと共にイチゴ、キウイ、オレンジ、バナナ、それぞれ独特な果肉の触感と出会い、さまざまな旬の果実の甘みと酸味を堪能することができます。一つのサンドウィッチの中で、複数の果実の異なる美味しさを味わうことができる「ミックスフルーツサンド」は、まさに至福の喜びと言えます。噛みしめるごとに果実はジュワッと溢れ出る新鮮な果汁に姿を変え、舌の上をとろっと滑り落ちます。果実は次第にクリームのほのかな甘さと一体化し、心地よく喉の奥に消えていきます。ここまででも大満足なのですが、さらに第5の果実としてクリームの中からリンゴが登場し、「シャキッ」と硬質で爽やかな歯応えを提供してくれます。噛みすすめると、心地よい歯応えと共に聴覚のリズムが生まれ、リンゴの爽やかな酸味が口中を整えてくれます。五感に響く贅沢なミックスフルーツサンドにすっかり魅了されてしまいました。次はどんな旬の果実に出会えるのか楽しみになります。



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

クリームや果実の甘さは口に残らず、キウイ、イチゴ、オレンジ・リンゴの酸味が後味をしっかり引き締めて、爽やかな余韻として残る。清涼感に包まれる満ち足りた後味

気候・地域

一年中いつでもどこでも、四季折々の旬の果物のおいしさを手軽に味わえるのが最大の魅力。良く晴れた気持のよい週末の朝食やランチにゆっくり味わいたい一品

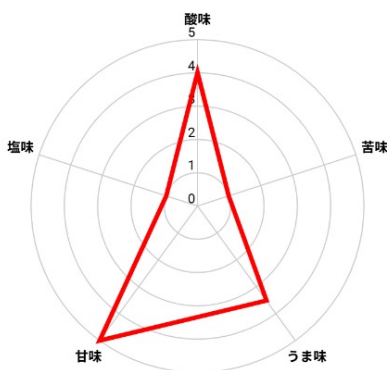
食経験・食習慣

複数の旬の果物を一度に味わえ、単身者に嬉しい商品で甘いスイーツよりも果物の方がヘルシーで好きな人に最適。大ぶりにカットされた新鮮な果物は贅沢な気分にしてくれる

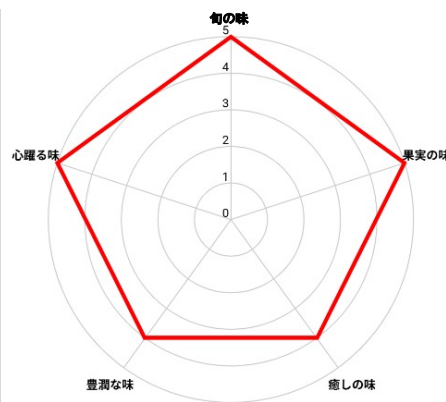
健康・生活様式

サンドウィッチという主食でありながら、嗜好性が強いことからデザートやスイーツに近い位置づけ。新鮮な果物は罪悪感がなく、自分へのご褒美として心を満たしてくれる

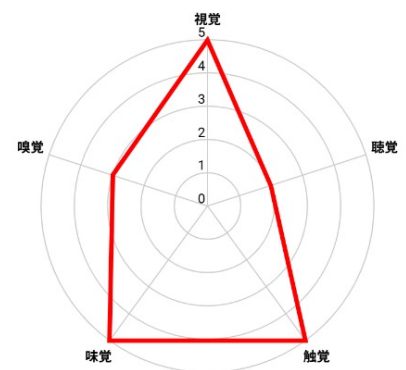
基本五味の レーダーチャート



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	4
苦味	1
うま味	3.5
甘味	5
塩味	1

広義の味	評点
旬の味	5
果実の味	5
癒しの味	4
豊潤な味	4
心躍る味	5

五感	評点
視覚	5
聴覚	2
触覚	5
味覚	5
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）

果実の断面の美しさ、大きさ、配置、クリームとの量とパンの厚みが、非常に高い精度で丁寧にデザインされており、視覚効果が極めて高く、多くの審査員がそのビジュアル性に魅了されました。その卓越したアート性は、話題性・ニュース性に繋がり、SNSユーザーのニーズとも合致し、大きな波及効果が期待できます。

また、厳選された果実の品質の高さに加え、自然の甘みや酸味を最大限に活かすために開発されたクリーム等、緻密な商品設計を背景とした五感へのアプローチの数々は、非常に高い評価を獲得しています。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

透明性の高い素材を用いたパッケージは、果実の断面の美しさや新鮮さがそのまま視覚的な魅力として伝わる設計となっており、商品そのものが広告の役割を果たしています。手に取った時の清潔感や持ち運びの利便性も好ましく、日常から贈答まで幅広いシーンに対応可能な点も審査会では高く評価されています。

一方、ネーミングについては素材の良さをシンプルに伝えていると好印象である反面、指名買いに結び付きにくいという点を危惧する声もあがりました。記憶に残るネーミングへ進化する余地があると考えられます。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

果実の自然な甘さや、軽やかな後味、ワンハンドの手軽さは、素材の安全性を求める自然派志向や健康志向、重くない甘味を求める層と親和性が高く、トレンドを捉えた商品設計は多くの支持と期待を集めています。

また、忙しい日常で手軽さと同時に食の質を大切にする層が、朝食や軽食、デザートにフレッシュフルーツを摂取するライフスタイルが広がっていることも追い風となっています。手軽な軽食であり、デザートとの満足感も兼ね備えている点は大きな強みであり、日常のご褒美として大きな可能性が感じられます。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

果物の断面の瑞々しい美観など、視覚的なインパクトの強さが大きなPR価値となっています。店頭やSNSで注目を集め、拡散される可能性が高い商品と言えます。さらに旬の新鮮な果実、甘さを抑えたクリームは健康志向・自然志向の高まりとも合致し、効果的なメッセージの発信が期待できる点も高く評価されています。

一方で、本商品は視覚効果が高く、SNSとの相性が良いことから「もっと露出をふやさないともったいない、機会の損失に繋がる」という意見が多くみられ、情報量の拡大に大きな期待が寄せられています。

5. ブランディング要因

「専門店ならではの厳選された果物の旬の味覚」「手軽に毎日食べられる贅沢」この二つのメッセージは、完成度の高い商品の美しいビジュアルにしっかり反映されており、安心感や好印象に繋がっています。

季節ごとに果物が変わる点や、産地や種類を固定化していない点について、一部で味のバラつきを不安視する声が聞かれましたが、旬の果実ならではのメリットや、産地・品種の違いの楽しみ方を積極的に発信・共有することで、さらなる大きなブランド価値へ転化できると考えます。

6. 素材・安全性・その他

果実の品質・鮮度が高く、カット精度や大きさの均一性、クリームとの量や安定性など丁寧に管理されており技術の高さが窺えます。特に、果汁の多い果物を使いながらパンが快適な触感を維持している点については、多くの審査員から高評価を得ています。透明パッケージから中身の確認ができる点も安心感に繋がっています。

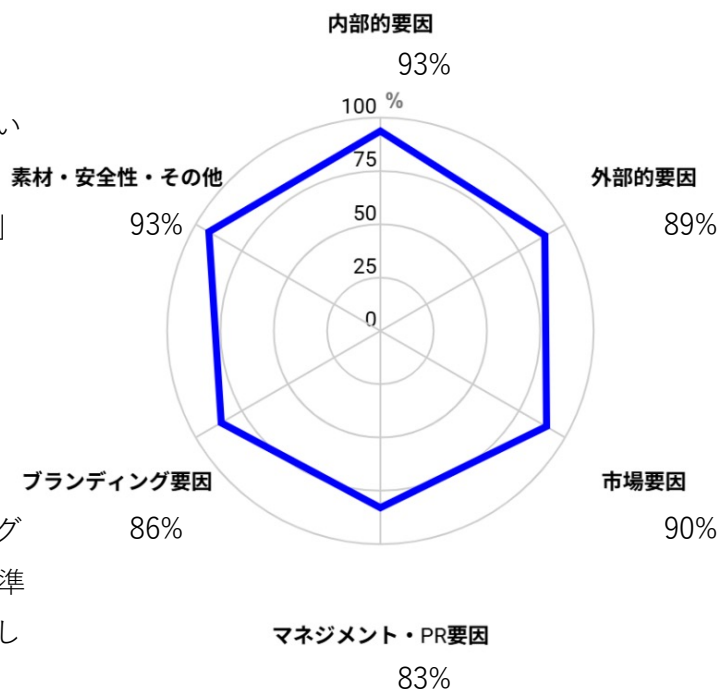
また、使用果実の産地・品種の詳細情報、今後の果実情報を求める声も多く、旬の果実の変化や季節変動を肯定的に捉え、共有し楽しむことができるのも、本商品の強みと言えるでしょう。

審査レポート

■ 要因分布

6項目が83%から93%の範囲に分布し、全体的に大きく整った六角形となり、本商品の総合評価が高いことが示されています。特に、商品自体の評価である「内部的要因」「素材・安全性・その他の要因」は93%と高く、果実の断面の美しい視覚効果、旬の味覚、素材の新鮮さや安全性が、消費者の心を強く掴み、非常に高く評価されています。

「市場要因」90%「外部的要因」89%は高水準で、トレンド性や需要度、パッケージやネーミングの評価が高いことが示されています。「ブランディング要因」86%「マネジメント・PR要因」83%は、高水準ではあるものの、ブランド訴求や情報発信力に伸びしるがあり、さらなる評価の加点が期待されます。



■ 総評

ジャパン・フード・セレクション、グランプリ受賞、誠におめでとうございます。果実専門店として日頃より誠実な姿勢と丁寧な商品づくりを続けてこられた貴社の取り組みに、まずは深い敬意を表します。本商品『フルーツミックスサンド』は果実の鮮度や断面の美しさを中心に据えた構成が印象的で、ブランドが大切にしている「自然体の美味しさ」が端的に伝わる完成度の高い一品です。イチゴ・キウイ・バナナ・オレンジに加え、奥に配されたリンゴの触感が味わいにアクセントとリズムを生み、甘みを抑えたクリームとしっかりとしたパンが全体をやさしくまとめています。食べ進めると「ふわっ」「ぎゅっ」「じゅわっ」と多層的な触感が響きあい、後味に果実のほのかな甘さと爽やかな酸味が残るため、軽食としてもデザートとしても成立する汎用性を備えています。また、透明パッケージによる視覚的なインパクトや季節ごとに果実が変化する設計は高いPR効果を持ち、現代の健康志向・自然派志向・安全性・即食性のトレンドとも高い親和性を示しています。これらの要素は審査会において高い評価を獲得しています。

一方で、ネーミングが一般的であることや情報発信が控えめなことから「商品の魅力が十分に伝わり切れていないのでは」と言った意見がありました。「新SUN・旬の五果サンド」「新SUN・旬のフルーツセレクト」など、ブランド名と特徴が直観的にわかるネーミングやキャッチフレーズを付加することで、記憶に残り、指名買いしやすくなる等の意見も寄せられています。また、果実の産地・選果基準、製造工程でのこだわりなど「見えない部分」の開示をすることで、さらなる安心感と親近感、信頼感の向上が期待でき、果実全体への興味と理解が増すのでは、という意見も散見されました。

本商品は、貴社の果実への愛情と技術の結実により誕生した美しく美味な一品です。より多くの人に愛され、さらなる飛躍を遂げられますこと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