



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

マフィン9種セット



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 マフィン9種セット

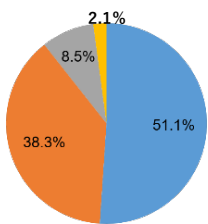
評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第97回 (2026年3月)

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。

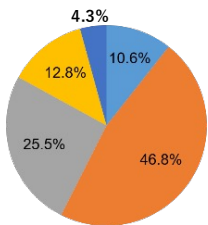
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

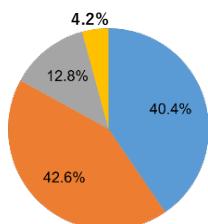
1 この商品に興味がありますか



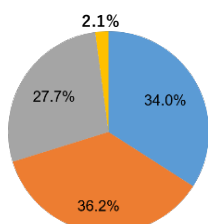
2 この価格で買いたいですか



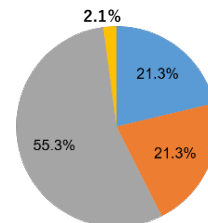
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

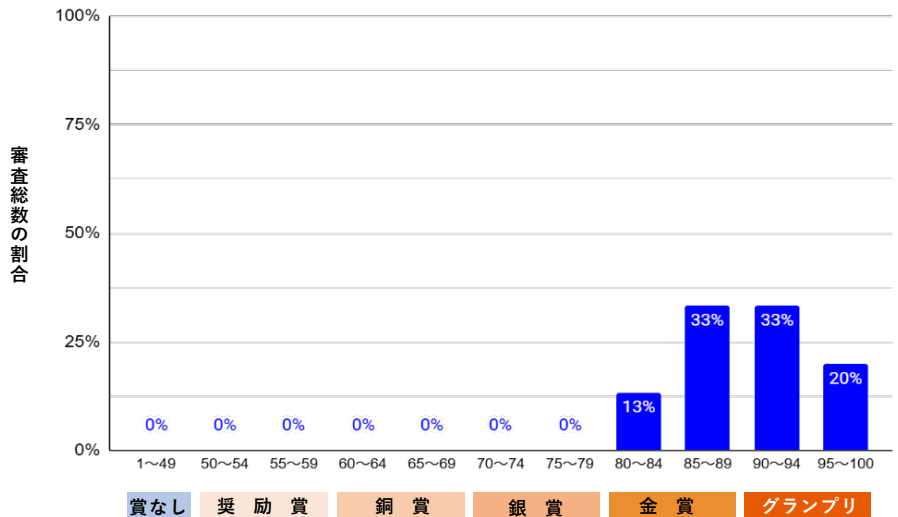
評価が高かった内容

通常のマフィンよりも少し大きめで食べ応えがある
生クリーム等を添えたり、様々な楽しみ方がある
程よい甘さで疲れたときの自分へのご褒美にも好ましい一品
ボリューム感が強く、色んな種類を食べてみたくなる
9つ並んだものを見たときに、インパクトがありワクワクした
素材の組み合わせを楽しめる詰め合わせで、リピートしたくなる
日持ちがして、解凍やレンジなどで好みの食感に変えられる

評価が低かった内容

量的に多いので切り分けて食べる場合、若干分けにくさを感じる
サブタイトル等でもう少し商品の特徴、拘りの説明が欲しい
失敗しない解凍方法や美味しい食べ方の案内が欲しい
色々食べてみたいが一個が大きくその選択に悩む
個数を減らしてもう少し手頃なセットがあると尚良い
ギフトとして送るには箱がややシンプルすぎる印象を受ける
お客様相談室やクレーム・事故の窓口が無い点が気になる

点数分布



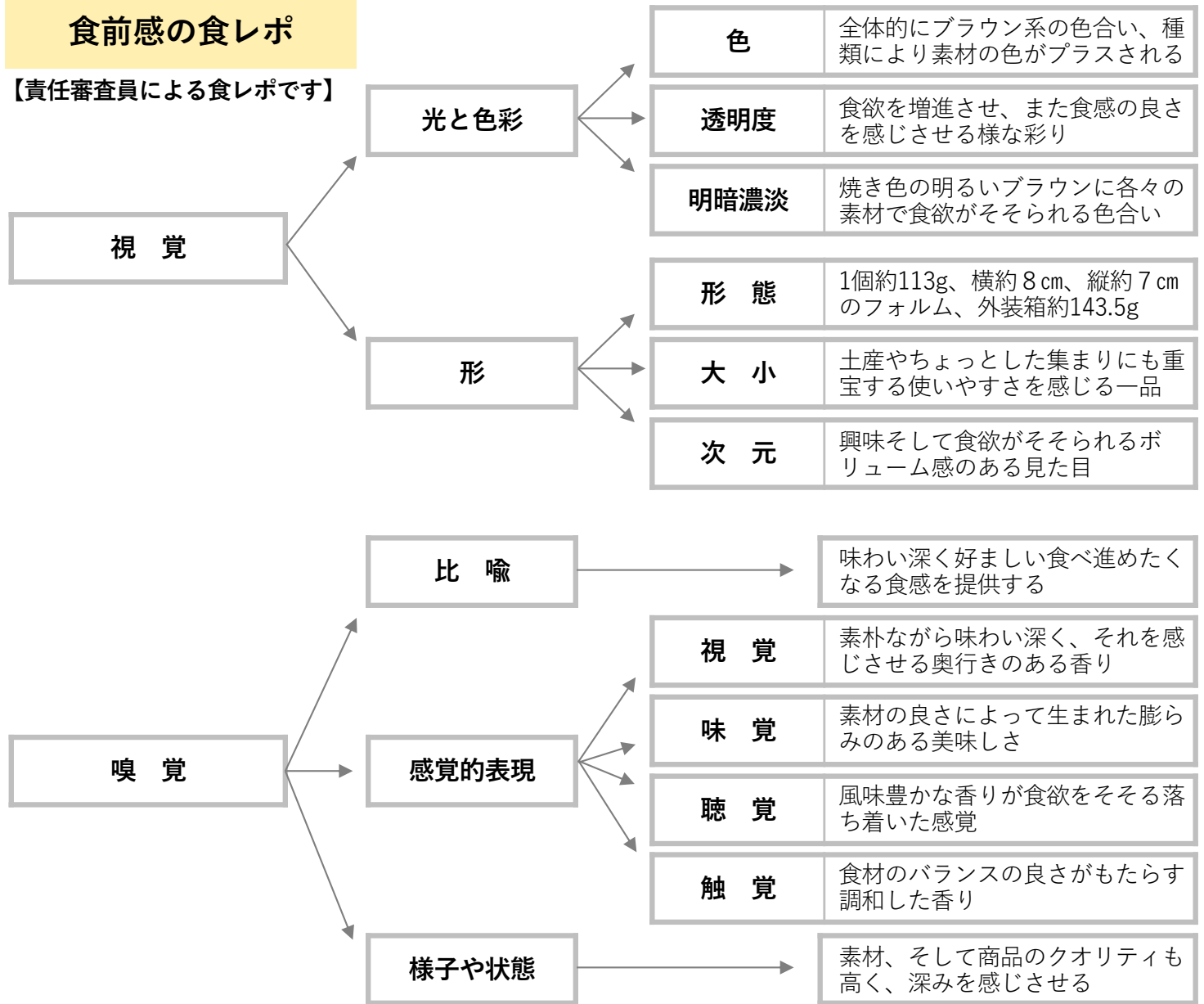
審査員全員が82%以上の評価を付けました。平均では、89.5%と高い評価となっています。内訳として、「金賞」が46%、「グランプリ」が53%という分布となり、どの項目も高い評価となっています。その結果からも商品自体の魅力が強く感じられることが証明され今回、「グランプリ」受賞となりました。また、アンケートの結果からも9割近くの人がこの商品に「興味がある」と答えているのを見ても商品の注目度は強みと言えます。



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

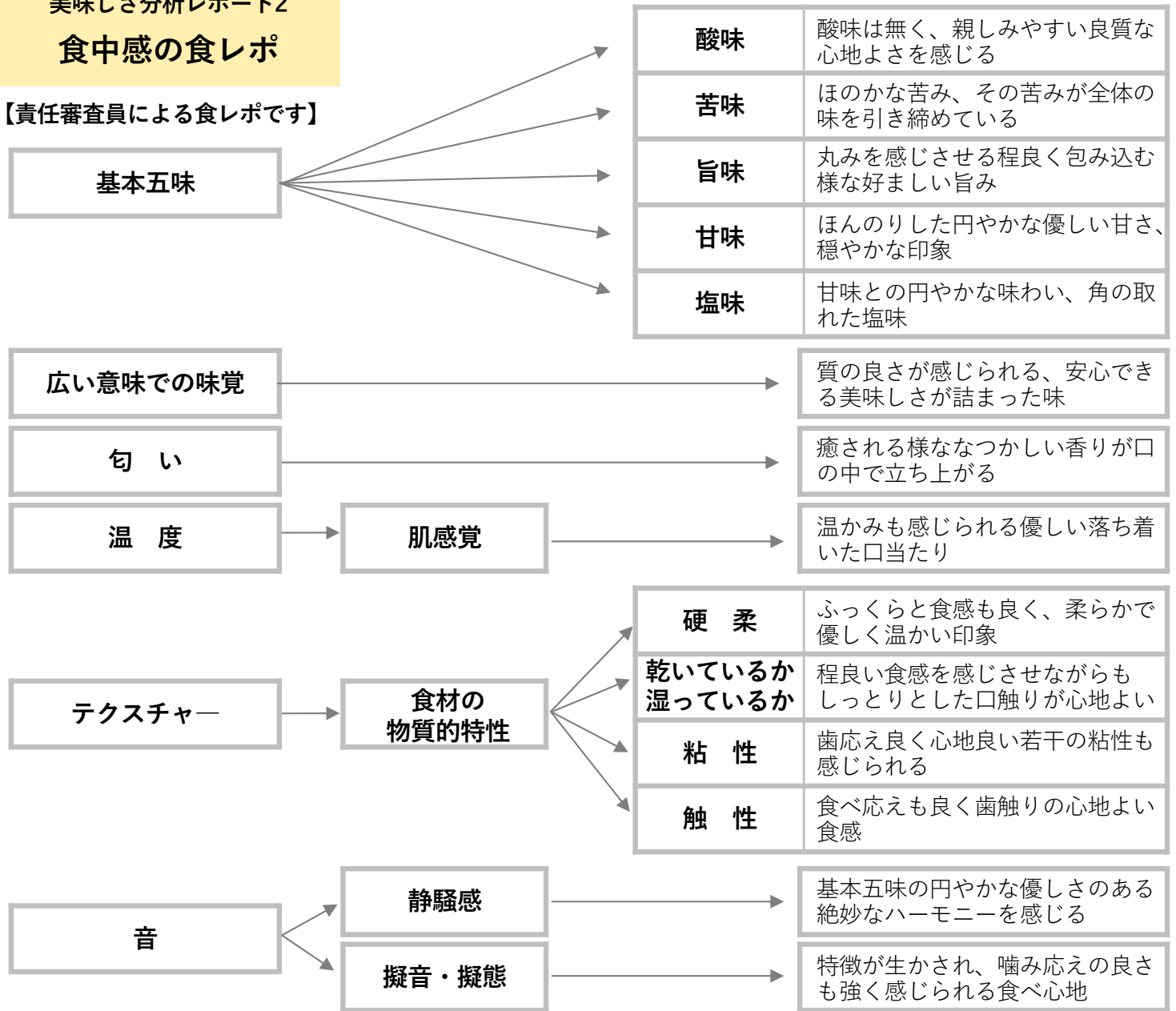
当該商品は9種類のマフィンとなっており、全体的にブラウン系の色合い、そこに商品により個別素材の色がプラスされていて、その素材をそのまま想像することが出来ます。9種類のマフィンが入った外装箱は、約143.5g、横約24.5cm、縦約8cmで、その中に1個約113g、縦約7cm、横約8cm形状のマフィンが9種類入っています。今回、一瞥した時点から『興味』及び『食欲』がそそられ、食べる前から魅力を感じる商品だと思いました。食感の良さを感じさせる様な見た目の各々のマフィンに好印象を受けました。丁寧に作られていることも伝わってきます。厚みのある見た目が更に中身の充実を想像させます。また香りも、素材の良さがもたらす柔らかな香り、その中に、膨らみのある美味しさを想像させます。食べる前から好感を持ち、ワクワク感や楽しみが更に増して『早く食べたい』そんな気持ちになりました。食欲をそそる見た目、そして食材のバランスの良さがもたらす調和した商品から程よい刺激を受け、少しずつでも全種類試してみたいそんな思いにもなり、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

口にした瞬間、甘すぎず、またコクも感じられ「美味しい」と口をついて出てしまいました。一口噛むと、噛み応えの良さを強く感じさせる食感で、噛んだ後はスポンジとそれぞれの含まれるものとのバランスの良さが心地よく口中に広がります。基本五味として、「酸味」は、殆どありませんが、親しみやすい良質な心地よさを感じ、ほのかな「苦味」が全体の味を引き締めています。また、丸みを感じさせる程良く包み込む様に、円やかに仕上げている「旨味」、ほんのりした円やかで優しい甘さ、穏やかな印象の「甘味」、角のとれた甘さをより際立たせている「塩味」を実感しました。結果、甘味、旨味、塩味、苦味などの絶妙なハーモニーが五感を刺激して「美味しさ」へと導いてくれます。この五味のバランスの良さが老若男女を問わず多くの人たちが当該商品を「好ましいもの」と感じる理由となります。優しい香りが鼻を抜け、五味の絶妙なハーモニーが五感を刺激して「美味しさへ」と導きます。差別化がしやすい、充実した内容の商品だと思います。最後に食中間において9種類すべて試してみたいくなる、そんな手が止まらない商品です。



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

口中に広がったマフィン生地程よい甘さ、柔らかくてリッチな風合い、それにしっかりとした歯応えもあり、次いで舌に飛び込んでくる個々の個性的な味に満足感を強く感じる

気候・地域

地域や季節、気候に関係せず、日常において例えば小腹が空いた時などの間食として楽しめる。子供からお年寄りまで幅広い層に受ける一品で、近年、カフェ文化の発展とともにマフィンも人気を博している

食経験・食習慣

元々、アメリカで商業用としてではなく、家庭用として母親が作っていた一品。近年日本でも軽食やおやつとして定番化されてきた。(コーヒーのお供=マフィン) それぞれの安定した素朴な美味しさに親しみをを感じる

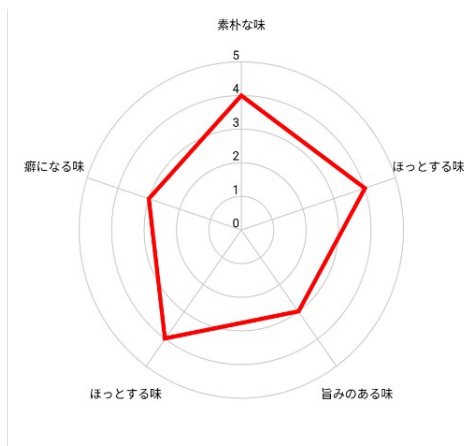
健康・生活様式

家庭的で親しみやすい焼き菓子の代表で、地域や生活様式の違いに関係なく好まれる一品。年齢や性別に関係なく幅広い年齢層に受け入れられるものである

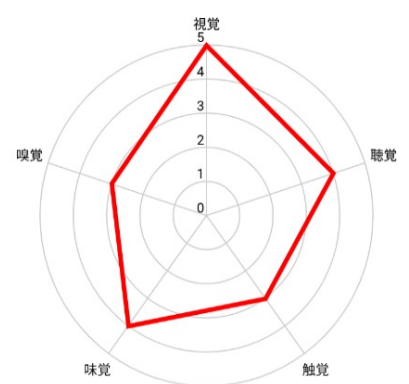
基本五味の
レーダーチャート



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	1
苦味	2
うま味	5
甘味	4
塩味	2

広義の味	評点
素朴な味	4
ほっとする味	4
旨みのある味	3
ほっとする味	4
癖になる味	3

五感	評点
視覚	5
聴覚	4
触覚	3
味覚	4
嗅覚	3

1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

冷凍で日持ちがして、解凍やレンジやオーブンで食感を変えたり、生クリームやバニラアイスを添えたりなどのバリエーションが楽しめる商品です。通常のマフィンよりも少し大きめで食べ応えがあり、バニラ、卵の味がしっかりと感じられます。少し甘めなので、疲れたときの自分へのご褒美ティータイムにも重宝します。店内で手作りされ、従業員の目でダブルチェックをして衛生管理もしっかりしています。自宅等で簡単に食せる、老若男女を問わず、多くの人に好ましい一品です。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

素朴なパッケージに手造り感が感じられます。個装は透明なので大きさ、トッピングなど状態を簡単に確認できます。そして9個という手土産にはぴったりの個数で利便性が高いです。また「おすすめ」というネーミングにお店の人気商品、自信作が届くという期待感が高まります。パッケージは個別包装もされているので扱いやすく、商品が取り出しやすいように適度な空間がありながらもバラつかない程度の間隔が保たれており、発送中の破損などが起きないように工夫されています。性別、年齢を問わず好まれる商品です。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

限定した9種類の商品に固定せず、その季節ごとにランダムに届く9種類の商品（生地も違う）にしていることで再購入意欲をそそり、リピート顧客の獲得に期待できる商品だと考えます。また丁寧に作られているので特別な日にも使えて重宝します。また、セット価格は単価をイメージしやすく、日常のご褒美とプチ贅沢に対応できる位置付けで「温める、焼く、アイスやクリームを添える」など、食べ方の提案が最初から用意されており、買った後の楽しさを作りやすい一品です。9種類の商品群の違いを更に明確にしたいです。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

地元の要望に基づいて作られ、発展してきた商品、温かみのある対応や、時にはAIを活用する姿勢など、納得できるものを取捨選択している点から、良いものを届けたいという思いが強く伝わってきます。また、百貨店にも出品しており、普段お店に足を運んだことのない消費者の獲得やPRにもつながっているとも感じました。ただ、広報専任者が不在のため、SNS等の発信頻度や質を維持するための工夫が必要となります。商品紹介だけでなく差別化となる地元素材への拘りなどSNSでの発信を積極的に行い、認知を高めることが重要です。

5. ブランディング要因

「居心地の良さ」を味で表現するというコンセプトが、家庭的で温かい商品イメージと合って、何か心惹かれるものを感じます。また、季節の地元食材をつかっているのも特別感もあり、その地元農家との繋がりも大切にしている姿勢は、地域性を高め、ブランド力向上に繋がっています。また、持ち帰り、他の誰かと味わって幸せを共有して貰うことをコンセプトとした商品作りを心がけている点も素晴らしいです。ケーキスタイルの当該マフィンは通販商品として、冷凍技術を活用してロス対策や作業効率アップにも期待がもてます。

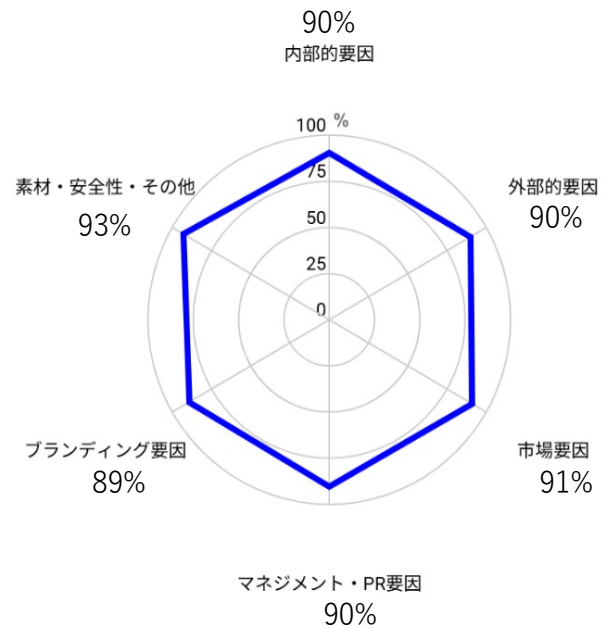
6. 素材・安全性・その他

国内製造の小麦粉、バター、卵、牛乳等の基本原材料が明記され、アレルギー表示も整理されている。保存料・着色料は基本使用しない姿勢を示しつつ、副材料由来の可能性まで言及しており、素材説明に誠実さを感じます。大量生産を避け、鮮度と衛生を優先する運用は、素材の良さを活かす上で理にかなっています。そして食品ロスに注力されている点も素晴らしいです。今後、トレーサビリティ管理を取り入れることで更に安全性が高まるのではと考えます。ご検討頂ければ幸いです。

審査レポート

■ 要因分布

全要因において、89%以上（平均90.5%）という高得点でバランスの良い結果となっています。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』は、食べ易さなどで魅力を感じるものとして90%と高い評価となりました。ネーミングやパッケージから構成される『外部的要因』については90%、市場、トレンドから構成される『市場要因』についても消費者のニーズに充分に応えられる商品であるとの認識で91%となっています。そして『マネジメント・PR要因』については、今後の宣伝、販売活動の更なる強化などにより市場を拡げられる可能性を持つことへの期待度が高く90%の評価となりました。また、『ブランディング要因』も、独自性の高い訴求ポイントを有する商品として89%の評価を獲得、『素材・安全性・その他』については、商品の拘りが十分に理解され、新鮮であることが商品から伝わり93%との高い評価となりました。



■ 総評

マフィンには、18世紀英国発祥の「イングリッシュマフィン」とアメリカの甘い焼き菓子「アメリカンマフィン」の2種類がある中、「マフィン9種セット」は、後者のカップケーキ状の甘いマフィンの流れとして菓子パンやカフェ文化の発展とともに家庭的な焼き菓子として定着、発展してきました。冷凍で届き日持ちがして、解凍やレンジやオーブンで食感を変えたり、生クリームやバニラアイスを添えたりなどのバリエーションが楽しい商品です。①バニラは、バニラの甘い香りが好ましい一品、②クッキー&クリームはチョコレート味が強い③木苺とキャラメルは苺のつぶつぶ感が口に残る④Wクリームチーズは全体的に濃厚⑤ショコラマロンはマロンもしっかりと入って食べ応えがある⑥キャラメルビスケットは、温めるとキャラメルの風味を感じる⑦いちごとチーズは甘さが程よくクリームチーズがしっかりと主張している⑧焼きりんごはりんごが皮ごとで酸味もありそれがシナモン風味と調和している⑨チョコバナナはチョコとバナナのボリューム感がある商品です。総じて9種の魅力溢れる商品だと思えます。ただ「マフィン9種セット」にも未だ少し改善の余地があると思えます。消費者の視点から気になったのは、いっぺんに9種とは言いませんが、多種のマフィンを楽しみたいのですが一個が、量的に多いので切り分けて食べることを選択することになりますがその場合、若干分けにくさを感じます。小さいサイズ商品等、改善をご検討頂ければ幸いです。最後に「マフィン9種セット」の「開発エピソード」や「生産までの苦労話」を商品ストーリーとして消費者に発信することにより、更に価値を高め差別化を可能とします。「どんな人が作っているのか知りたい」などの消費者の想像力を刺激させ「消費者が共感できるポイント」を確立することが更なる知名度アップ及び販売拡大への重要なカギとなります。「マフィン9種セット」はそれ自体個々に完成度が非常に高いものであり、周知されている商品です。これからも商品の持つ可能性の更なる向上を期待しています。





Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション