



「フードアナリストが見る食品業界の可能性」

ジャパンフードセレクション：消費者が決める商品価値

日本フードアナリスト協会 1級フードアナリスト・認定講師
中森玲子



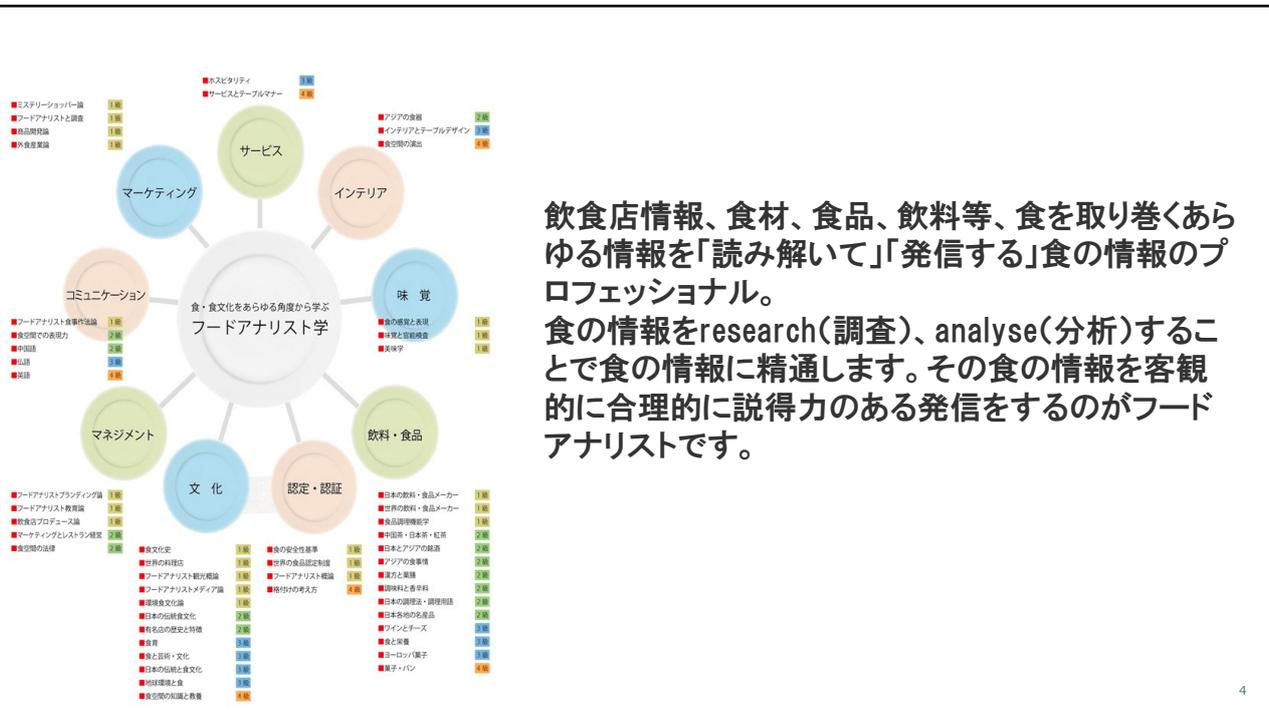
本日の流れ

1. フードアナリストとは？
2. ジャパンフードセレクションとはどんなもの？
3. 消費者のプロという立ち位置
4. 「心の琴線に響く」ことが重要な時代に
～モノ消費からコト消費へ～



フードアナリストとは

「フードアナリスト」は、あらゆる角度から食を学んだ、食の情報の専門家です。「食べて」「評価して」「表現」し、消費者目線から食のプロデュースをおこなったり、食の情報を解説する専門家として活躍しています。フードアナリスト講座では、日本で初めて食に関わる知識を体系的に学べるカリキュラムとなっています。



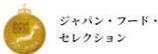
飲食店情報、食材、食品、飲料等、食を取り巻くあらゆる情報を「読み解いて」「発信する」食の情報のプロフェッショナル。
食の情報をresearch(調査)、analyse(分析)することで食の情報に精通します。その食の情報を客観的に合理的に説得力のある発信をするのがフードアナリストです。

ミシュランの星は、料理だけの評価。

●ミシュランの料理の評価(星の数)

三つ星	そのために旅行する価値がある卓越した料理
二つ星	遠回りしてでも訪れる価値がある素晴らしい料理
一つ星	そのカテゴリーで特に美味しい料理

5



TOP 概要 ご検討の法人様へ フードアナリストとは 受賞商品紹介 FA会員ページ

お問い合わせ

Japan Food Selection

ジャパンフード セレクション

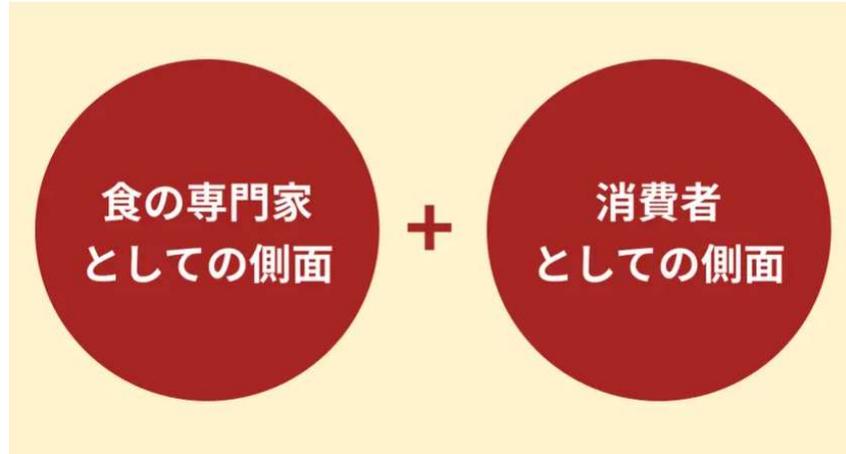
2万3千人のフードアナリストによる日本初の
食品・食材の審査・認定制度です。

お問い合わせはこちら



6

Judge
フードアナリストがJFSの審査員にふさわしい理由



7

モノ消費からコト消費へ

「物欲を満たす」行為がモノ消費です。モノ消費では形ある商品の購入・所有が重要なものに対し、コト消費では形のないサービスの体験が重視されます。またモノ消費が日常的なモノも含めた消費なのに対し、コト消費では主に非日常のコトが消費される点も違います。

8