International Taste Institute

インターナショナル
テイスト　インスティテュート

感覚分析結果、ブリュッセル 2021
Sensory Analysis Results, Brussels 2021

Grove エキストラバージンアボカドオイル
Grove Extra Virgin Avocado Oil

アボカドオイル
Avocado Oil

International Taste Institute
105A rue Colonel Bourg 1140 Brussels, Belgium | www.taste-institute.com

International Taste Institute

検査結果

Sensory Analysis Results

Grove Extra Virgin Avocado Oil
Avocado Oil

総合スコア
Total Score

83.8%

賞
Award

★ ★

INTERNATIONAL TASTE INSTITUTE 2021 BRUSSELS SUPERIOR TASTE AWARD ★ ★

評価内容
Sensory Evaluation

総合スコア Total Score	84%
第一印象 First Impression	84%
視覚 Vision	91%
嗅覚 Olfaction	76%
味覚 Taste	79%
食感 Texture	87%

Eric de Spoelberch
Managing Director

Laurent van Wassenhove
Managing Director

International Taste Institute

審査内容

The jury

味の専門家による世界で最も専門的な審査員

・製品は、プロの味覚の専門家からなる大規模なパネルによってテストされています。
最も権威のあるシェフ＆ソムリエ協会。
・200 名以上の審査員がテイスティングの経験をもとに厳選。 彼らの才能は、シェフとソムリエのコンペティションで、または次のような有名な機関によって認められています。
ル・ガイド・ミシュランやゴー・ミヨなど。
・審査員には、ミシュランの星を獲得した多くのヘッド ソムリエとシェフが含まれます。
El Bulli（スペイン） や Le Jules Vernes（フランス） などのレストラン、最高のシェフやソムリエ。
イタリア、スペイン、ポルトガル、ベルギー、オランダ、ハンガリーなど、さまざまなヨーロッパ諸国、フランスの大統領や英国の女王のような人格のために料理するシェフ。
・審査員は 20 か国以上から来ています。 それらはすべて外部であり、独立しています。

私たちのパートナー シェフ ＆ ソムリエ協会

International Taste Institute

テイスティング方法

Tasting Methodology

ブラインドテスト

・製品はブラインドテストされています。つまり、テイスターはブランド名、製品名、製品の原産地を知らされていません。彼らは製品カテゴリの簡単な説明だけしか知りません。
・各製品は、以下の品質について評価されます。
5 つの国際ヘドニック感覚に基づく体系的なアプローチ分析基準（AFNOR XP V09A 規格）：第一印象、視覚、嗅覚、味覚、食感または最終感覚（飲み物）。
・各審査員は、自分自身で製品を評価し、採点します。沈黙し、他の陪審員とコミュニケーションを取りません。

製品の準備とプレゼンテーション

・すべての製品は、標準化された透明または白の陶磁器で表示されます。この方法により、審査員にひいきや先入観が発生することを避けます。
・製品は正確なルールに従って準備され、提供されます。生産者の準備と提供の指示を厳密に尊重します。
・テイスト・インスティテュートは、物理的および化学的試験を行う権利を留保します。認定試験所によるサンプルの成分テストされた製品は、消費者が入手できる製品の品質と一致します。

テイスティング哲学と採点方法

・これは競争ではありません。各製品はその本質に基づいて採点されます
・製品は、消費者から期待されるカテゴリーに従って評価および採点されます。
・審査員は、製品が個人的に好きかどうかを尋ねられることはありません。その商品品質が消費者製品としてどれほど優れているかを見極めます。
・ある程度、味は主観的であり、文化的要因があります。ただし、世界的に最高の味覚の専門家と 15 年の味覚評価の経験上、ほとんどの場合、評価に非常に強い一貫性があることを示しています。
・総合的に満足がいく評価ができるように、総合スコアは 5 インターナショナルの加重平均です。

International Taste Institute

感覚基準の定義

Sensory Criteria Definitions

第一印象

第一印象は、製品の体系的な分析評価を始める前に最初の全体的な自発的味覚の印象を指します。
審査員は、製品を試食したときに体験する味覚に関する総合的な自発的スコアを出すように求められます。

視覚

食べ物や飲み物の視覚的品質を特徴付けます。 次のような内容が対象になります。
色、形、大きさ、透明度、くすみ、光沢、残りの有無…
視覚的な側面はカテゴリーに関連付けられた満足のいくものであり、通常の側面と一致していなければなりません。

嗅覚

嗅覚は、鼻によって知覚される香りを特徴付けます。 心地よい香りは食欲をそそります。
嗅覚は、食品や飲み物の鮮度、悪臭、または欠陥を知るのに役立ちます。
これは、風味の知覚において重要な役割を果たす要素です。

味

味覚は、口や舌で感じるフレーバーの特徴です。
味覚には大きく分けて甘味、塩味、酸味、苦味、旨味の 5 種類があります。
味は、鼻で感じる香りと強く結びつき、影響を受けます。

食感（食品）

テクスチャーは、さまざまな感覚、つまり、口当たり、視覚、聴覚などの組み合わせによって知覚されます。
テクスチャーは、多くの食品にとって重要な快感要素です。 たとえば、柔らかさ、パリッとした食感、粘り、歯ごたえ、粒子のサイズと形状などがあげられます。

最終感覚（ドリンク）

最終感覚とは、飲み物を飲んだ後もまだ残っている感覚を指します。