



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

---

審査レポート

---

フルーツメモリー



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 フルーツメモリー

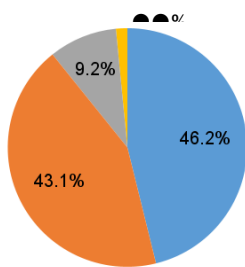
評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第81回 (2024年11月)

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。

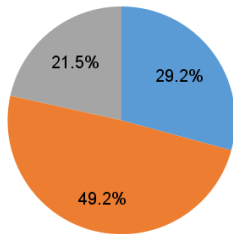
## WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通  
■ あまりない ■ ない

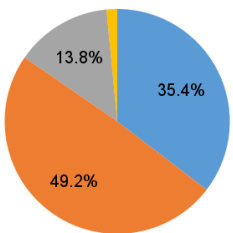
1 この商品に興味がありますか



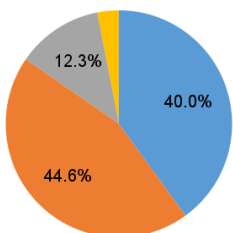
2 この価格で買いたいと思いますか



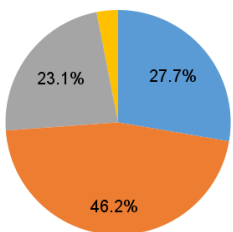
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

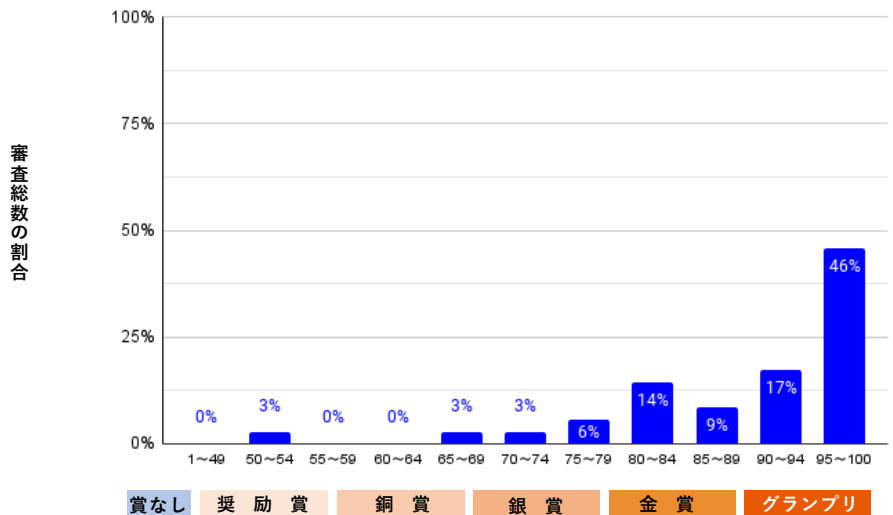
評価が高かった内容

B級グルメを感じるテイストが良い  
 大阪の懐かしいミックスジュースを再現しているのが良い  
 手軽に本格的なミックスジュースが作れるので良い  
 パッケージのレトロな感じが「純喫茶」を連想できて良い  
 牛乳で割るため、好みの濃さに調節できるところが良い  
 「FSSC22000」認証工場で製造されているから安心安全  
 目を引くパッケージで思わず手に取ってみたいくなる

評価が低かった内容

果糖以外の甘さが口に残る  
 「純喫茶の味」等、サブタイトルをパッケージに載せてもよい  
 もっと“大阪”感を出してもよい  
 お試しサイズやストレートタイプがあれば尚よい  
 SNSを積極的に活用してほしい  
 広報戦略にもっと力を入れてはどうか  
 ネーミングから中身が分かりにくい

## 点数分布



点数分布として、銀賞相当が9%、金賞相当が23%、グランプリ相当が63%を占めた結果、総合評価90%で【グランプリ】となりました。グラフが高得点に寄った理由として、大阪発祥の「ミックスジュース」をお手軽に再現できた点が挙げられます。アンケート結果から9割弱の人がこの商品に「興味がある」と答えており、商品の関心の高さが伺えます。一方、奨励賞にも少なからず点数が入り、ネーミングから中身が何かわかりにくい点が評価が割れた要因と考えます。

# 審査レポート

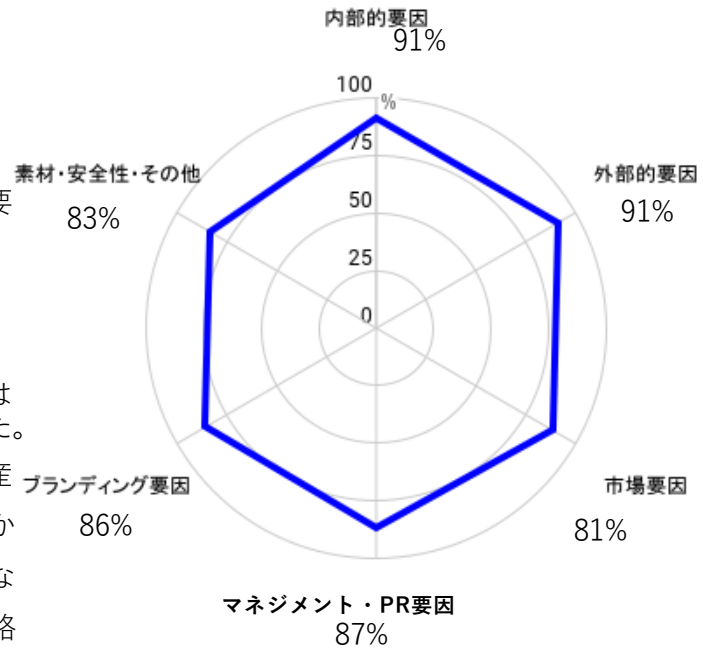
## ■ 要因分布

要因分布として、83%から91%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」が91%、ネーミングやパッケージから構成される「外部的要因」も91%と高評価です。「マネジメント・PR要因」、「ブランディング要因」もそれぞれ87%、86%と、上記4要因に関しては、安定した高評価につながりました。

「素材・安全性」は83%です。保存料、添加物が不使用の点は評価されましたが、輸入品が多いため90%台に届きませんでした。

また「市場要因」は81%です。大阪万博を前に新しい大阪土産としての販売は良いのですが、関西以外の方からはネーミングからどのような飲み物かわからず、手に取られにくい点が懸念となり、点数が伸び悩む結果となりました。商品の販売方法による路線拡大やサブタイトル掲載により今後の伸びしろを感じます。



## ■ 総評

まず初めに、牛乳と混ぜるだけで家庭で簡単に作れる本格的な「大阪ミックジュース」の味わいを再現するために、より良い"味"への追求を続け、開発されたことに敬意を表します。

審査会場で「フルーツメモリー」を試飲した時、純喫茶やジューススタンドや母が作ってくれた『大阪ミックスジュース』の味を思い出しました。審査員方からも「本格的な味ですね」「店で販売されている味と同じですね」との声が多く聞かれました。

パッケージもどこか懐かしく、大阪の純喫茶のステンドグラスがイメージされており、鮮やかで目に止まりやすく、商品の強みになると考えられます。また、ボトルの形を昔っぽい形にすると、さらにレトロ調が増すのではと思われました。

一方、ネガティブな意見として、「パッケージだけを見ると、どのような飲み物が全くわからず手に取りにくい」「関西以外の人には、ミックスジュースになじみがないのでわかりにくい」などの意見がありました。パッケージにサブタイトルをつける、または飲み方をわかりやすく記載する等、関西以外の人々の目線でパッケージに掲載するのはいかがでしょうか。来年度の大阪万博に向けてのインバウンドや、国内における大阪土産としてとてもユニークな商品です。家に牛乳があれば手軽にミックスジュースを作ることができる「大阪のB級グルメ」を広めるためにも、もう少しわかりやすく伝えることができれば購買意欲が拡充するのではと思います。

また、保存料・添加物が未使用、月1回の安全会議等、この商品にかかる思いが大変素晴らしく、その点が消費者に伝わらないのが残念に思いました。HPに掲載することで新たなファンの獲得につながると思います。

出品商品はそれ自体完成度は非常に高いものであり、「フルーツメモリー」が、新たな大阪名物として人々に愛され続けるよう、更なる飛躍と活躍を楽しみにしています。



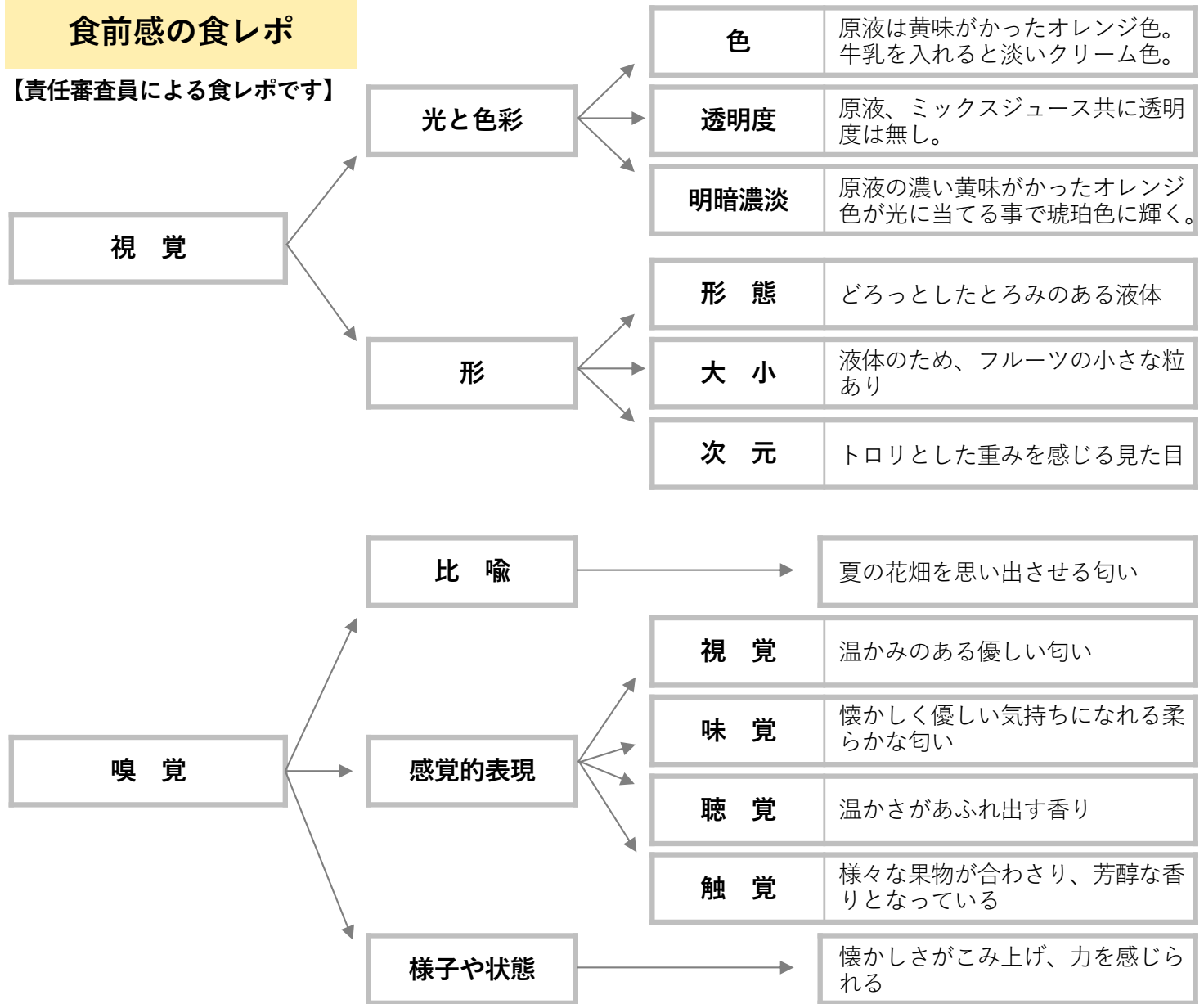
〒102-0082 東京都千代田区一番町15-8 壱番館5階  
 Tel : 03-3265-0518 / Fax : 03-3265-0519  
 Mail : info@foodanalyst.jp



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

見た目は、原液は黄味がかかったオレンジ色で、牛乳を入れると淡いクリーム色になります。原液、ミックスジュースともに透明度は全くなく、原液を光に当てることで琥珀色に輝きました。

形態として、原液はドロっとしたとろみのある液体であり、小さなフルーツの粒がたくさん入っています。とろりとした重みを感じる見た目ですが、牛乳を入れると喫茶店で販売されているミックスジュースそのものであり、食べる前に好印象を受けました。

匂いは夏の花畑を思い出させる匂いの中に、温かみのある優しい匂いが含まれています。また、様々な果物が合わさり、芳醇な香りを楽しむことができました。

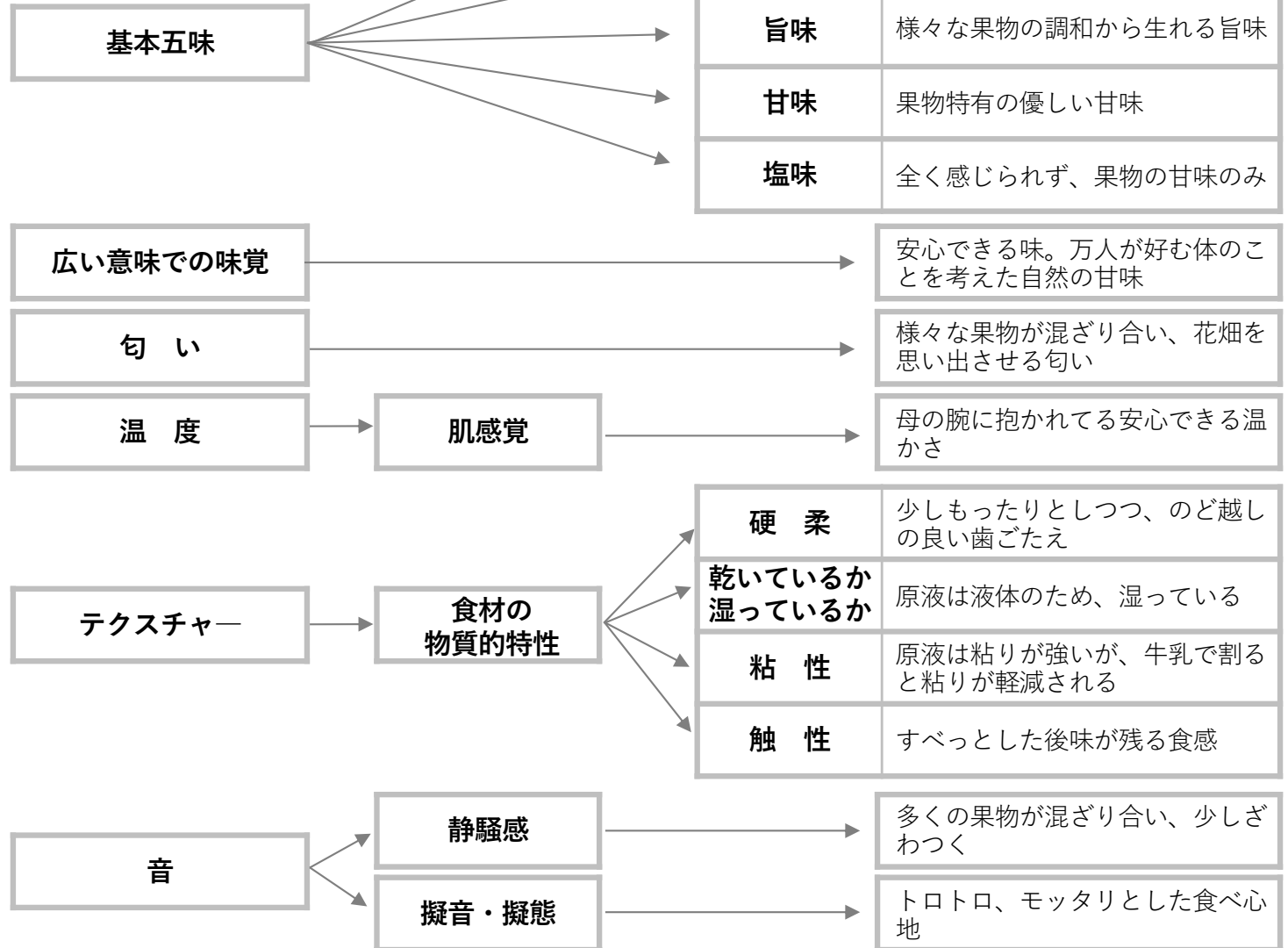
牛乳を混ぜた「フルーツメモリー」を飲む前の匂いは、懐かしさが込み上げ、力が感じられる匂いで、飲む前から“早く飲みたい”と、わくわく感や楽しみが溢れ出し、懐かしく、優しい気持ちになり、柔らかな気持ちに体中が包まれるようでした。



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

牛乳を混ぜた「フルーツメモリー」を手に取り、口に含んだ瞬間、様々な果物が見事にマッチし、大変懐かしく、母の胸に抱かれ安心できるような思いに包まれました。

基本五味の内、苦味・塩味は全く感じることはできませんでしたが、ほのかに漂う酸味や果物特有の優しい甘味、様々な果物の調和から生まれる旨味を実感しました。この三味のバランスの良さが、老若男女多くの方が"おいしい"と感ずることができる理由となります。

特に、大阪のミックスジュースを何度も飲んだことがある私には、「フルーツメモリー」を口に含んだ瞬間、純喫茶で飲むミックスジュースの懐かしい味わいを思い出し、フルーツ特有の芳醇な香りに体中が包まれるようでした。フルーツの粒もしっかり入っており、作りたてのミックスジュースをいただいている、そのような感覚に陥りました。

飲み終わった直後に幸せな気持ちになり、もう1杯おかわりしたくなる「食中間」、やみつきになりました。



## 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

口の中に漂う爽やかな自然の甘さが癖になる。

気候・地域

夏の暑い日や外出中にふと立ち寄り飲みたくなる味わい。とても懐かしい味。大阪のグルメを思い出す。

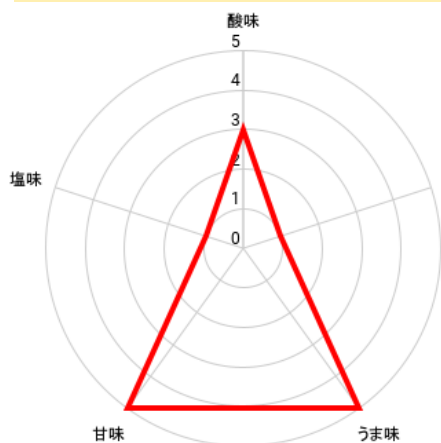
食経験・食習慣

子どもの頃のおやつとして家で作ってもらった頃を思い出した。懐かしい味。

健康・生活様式

健康を考えた際、ミックスジュースを飲むと元気があふれる感覚になり、とてもうれしい。

#### 基本五味の レーダーチャート



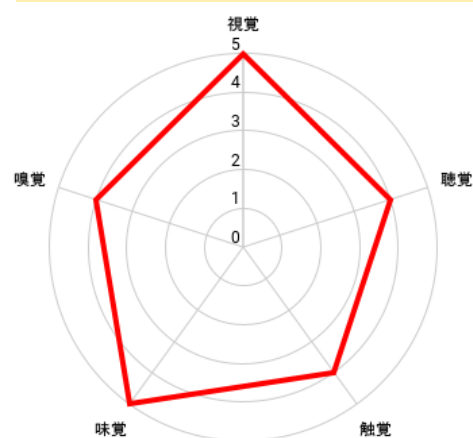
| 五味  | 評点 |
|-----|----|
| 酸味  | 3  |
| 苦味  | 1  |
| うま味 | 5  |
| 甘味  | 5  |
| 塩味  | 1  |

#### 広い意味での味覚の レーダーチャート



| 広義の味 | 評点 |
|------|----|
| まろ味  | 5  |
| コク味  | 5  |
| 濃厚な味 | 5  |
| 辛味   | 1  |
| 新鮮な味 | 5  |

#### 五感に対する感じ方 レーダーチャート



| 五感 | 評点 |
|----|----|
| 視覚 | 5  |
| 聴覚 | 4  |
| 触覚 | 4  |
| 味覚 | 5  |
| 嗅覚 | 4  |

## 1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

口に含んだ瞬間、まるで作り立てのようなフルーツの新鮮さとつぶつぶ感を感じることができる点が素晴らしく、こってりさが出ており、大阪B級グルメのご当地感を感じる商品に仕上がっていました。

ミックスジュースの基本となる果物、そしてみかんの果粒を使用し「喫茶店の味」を手軽に再現できるところが素晴らしい商品であると思われます。

ただ、500gの重さは子供が自宅でコップに注ぎ辛いと思うので、350g程度の商品もあればよいと思います。

## 2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

パッケージは大阪の純喫茶店でよく見かけていたスタンドグラスを思い出し、その外見と少しミステリアスな感じのネーミング「フルーツメモリー」が大変斬新で、大阪土産にも受けが良いと思います。

目を引くという部分では良いのですが中身が想像できないため、サブタイトルを「フルーツメモリー」の真下に小さく書いたり、ミックスジュースのイラストを添えたり、飲み方を前面に記載する、あるいは「懐かしの喫茶店の味をお家で」などの宣伝POPを添える等、工夫することでまだまだ伸びしろを感じることができます。

## 3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

地域性の高い商品になっており、ミックスジュース=大阪名物であることを念頭に置いた販売戦略に好印象を持ちました。ソウルフードの良さを前面に出している潔さ、地域性の高い商品になっている点が素晴らしいです。

関西人には老若男女幅広くの人々に愛されていますが、東日本の方々にとっては何かわかりにくいので飲み方を記載する等、情報発信の工夫でまだまだ新しいファンの獲得を期待することができます。また、大阪万博を契機に広く普及すると思われます。

## 4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

次年度の万博に向け、大阪らしさを感じる素晴らしい商品だと思います。保存料添加物等一切使わず、安全第一であることを念頭においた商品であることを広報戦略に活かし、スーパーでの試飲販売や店頭販売、新聞社の協力で「懐かしい大阪の再現」などの広報戦略、HPだけでなくSNSを使った広報戦略に力を注ぐともっと認知度が上がると考えます。

この味の商品に出会ったことがなかったので、ロングセラーになるよう広報活動の強化に期待しております。

## 5. ブランディング要因

ジャンルにとらわれない、独創的なものづくりの精神が大変素晴らしく、また、社長の想いが伝わってくる素晴らしい商品です。謎めいたネーミングで購買力を高めようとしている点は良いのですが、ネーミングから何かをわかりやすく連想できるもののほうが良いのではないかと思います。

ハイクオリティな価値ある素晴らしい商品であるため、新しい大阪土産として土産店や観光名所、駅や空港などに置く等、販売路線の拡大で新たなファンの獲得につながるであろうと確信します。

## 6. 素材・安全性・その他

月1回の安全会議を行うなど、他社と比較しても安全性へのこだわりが垣間見える点が素晴らしいです。保存料・添加物を使用せず、増粘剤を入れずに、このトロツと感を生み出しているとのことに驚きました。HACCPだけでなく、FSSC22000認証工場で製造されている事も安心できます。

素材本来の味の追求し、無添加で丹精込めて作られるその思いやこだわりをHPに掲載すれば感動が広まり、さらなる商品の発展につながるのではと実感できます。



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション