



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

---

審査レポート

---

プロポリスキャンディー



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 プロポリスキャンディー

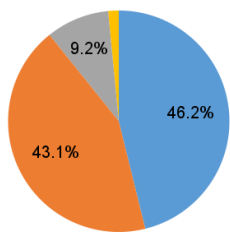
評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第81回 (2024年11月)

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。

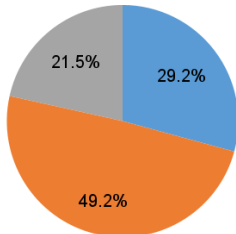
## WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通  
■ あまりない ■ ない

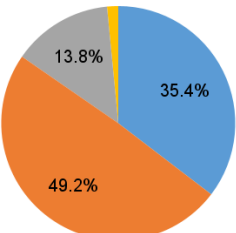
1 この商品に興味がありますか



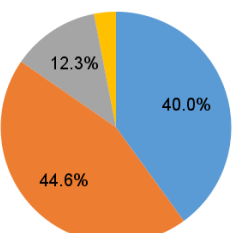
2 この価格で買いたいと思いますか



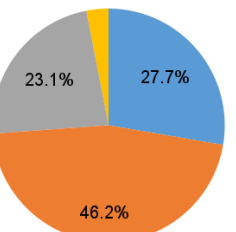
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

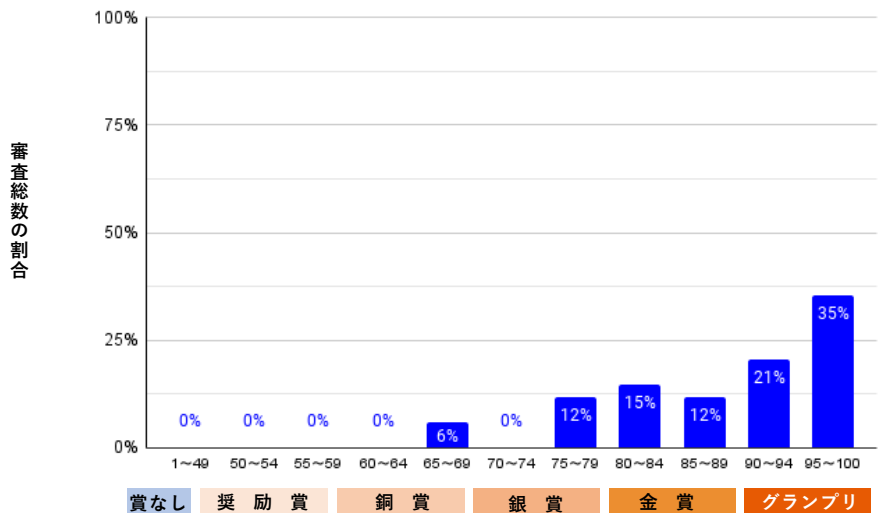
評価が高かった内容

甘いイメージのキャンディーと違い辛いため、ギャップが良い  
奥行きがあり癖になる味で、特有の辛味が活きている  
緑色でインパクトのあるパッケージが良い  
「声のプロ」が使うだけあり、喉にとっても良さそうに感じる  
ネーミングがストレートで、喉ケアとして愛用できる  
「声のプロ」への無償配布が未来に向けての取り組みが良い  
風邪が流行る冬の時期にはとくに需要がありそう

評価が低かった内容

パッケージの蜂をもう少し目立たせてもよい  
プロポリスに関する情報をもっとアピールしたほうがよい  
認知度UPのために、SNSをもっと多用する  
「声のプロ」のインフルエンサーに発信してもらうのはどうか  
素材や製法のこだわりをHPに記載してはどうか  
パッと見た目では、何に良いのか伝わりにくい  
プロポリスの歴史などの記載があればよい

## 点数分布



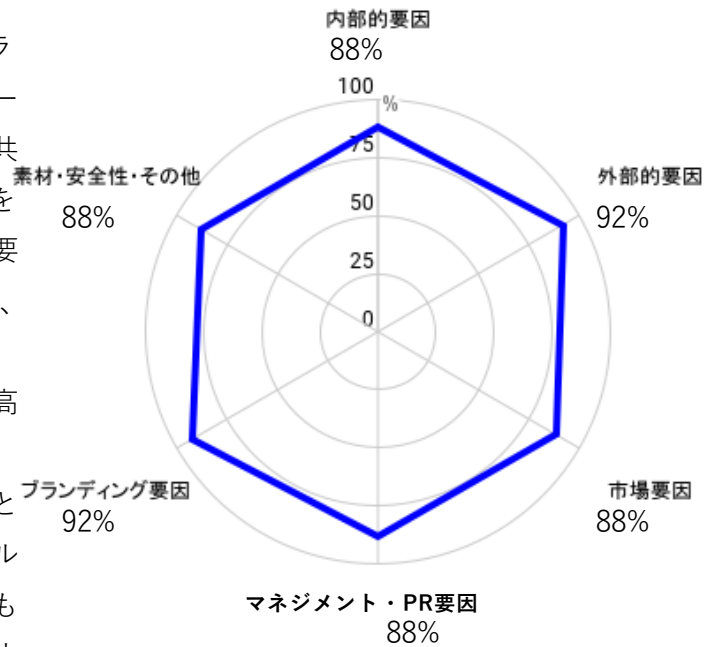
点数分布として、銀賞相当が12%、金賞相当が27%、グランプリ相当が56%を占めた結果、総合評価90%で【グランプリ】となりました。グラフが高得点になった理由として「声のプロ」が使うだけあり、喉に良さそうと感じたことが高得点につながったと考えられます。アンケートの結果から89%の人がこの商品に「興味がある」と答えていることを見ても、商品のわかりやすさは非常に強みといえます。一方、銅賞相当にも少なからず点数が入り、プロポリスに関しての情報が少ない点が評価が割れた要因と考えます。

# 審査レポート

## ■ 要因分布

要因分布として、88%から92%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。ネーミングやパッケージから構成される「外部的要因」「ブランディング要因」が共に92%と高評価です。味や香りなど五感からなる商品の魅力を表す「内部的要因」、市場・トレンドから構成される「市場要因」、マネジメント・広報などの「マネジメント・PR要因」、「素材・安全性」もそれぞれ88%と上記4要因に関しては、この商品の持つそれぞれの特徴やクオリティが高く、安定した高評価につながりました。

ただ、プロポリスについて詳しく知らない人も多数いると考えられるため、プロポリスに関しての情報をもっとアピールしたり、「声のプロ」のインフルエンサーに情報を発信してもらう等、商品価値を高めていくことで、今後の飛躍を感じます。



## ■ 総評

まず初めに、変わらぬ配合で30年以上販売され続けている「プロポリスキャンディー」に敬意を表します。「プロポリスキャンディー」は商品名から商品としてわかりやすく、中身をイメージしやすいため、口に含む前からその効果を楽しみにしていました。口に含んだ瞬間、このキャンディーが持つ「ピリッとした辛味」が予想以上で、喉をしっかりと労わってくれる感じが伝わり、その魅力に一瞬にして虜になりました。「ピリッとした辛味」を感じつつ、その味には丸みがあり、奥深いところでは蜂蜜の味を感じられ、1粒で様々な景色を見せてくれる、そのように感じられる味でした。

このキャンディーに使用されているプロポリスは、抗菌力の高い『グリーンプロポリス(ブラジル産)』を衛生管理・品質管理が徹底された状態で使用されており、1粒1粒手作業で丹精込めて作られている点に心が打たれました。この商品を持つ独特の匂い、ピリッとした辛味、そしてトレーサビリティ等、多くの審査員を魅了しました。

一方、ネガティブな意見では、広報戦略として「声のプロ」に向けては、口コミや無料配布で認知度がありますが、一般の方への認知度が若干弱いなどの意見がありました。「声のプロ」のインフルエンサーに発信してもらったり、美容関係の店舗に置いてもらうことで、新たなファンの獲得にも繋がるかと思われます。

また、パッケージの緑色がとてもインパクトがありますが、蜂のイラストをもう少し大きくすることで、「プロポリス=ミツバチが作った物質」ということが消費者により伝わりやすくなるのではと思われます。

今後、新しいターゲット層拡大のためには、「ピリッとした辛味」が強い理由を大々的に説明し、その辛味にはまっていただく消費者を増やしたり、原材料の良さを全面的に打ち出すことで商品の良さが消費者に伝わるのではないかと考えられますので、ご検討いただくと幸いです。

「プロポリスキャンディー」の更なる飛躍と活躍を楽しみにしています。



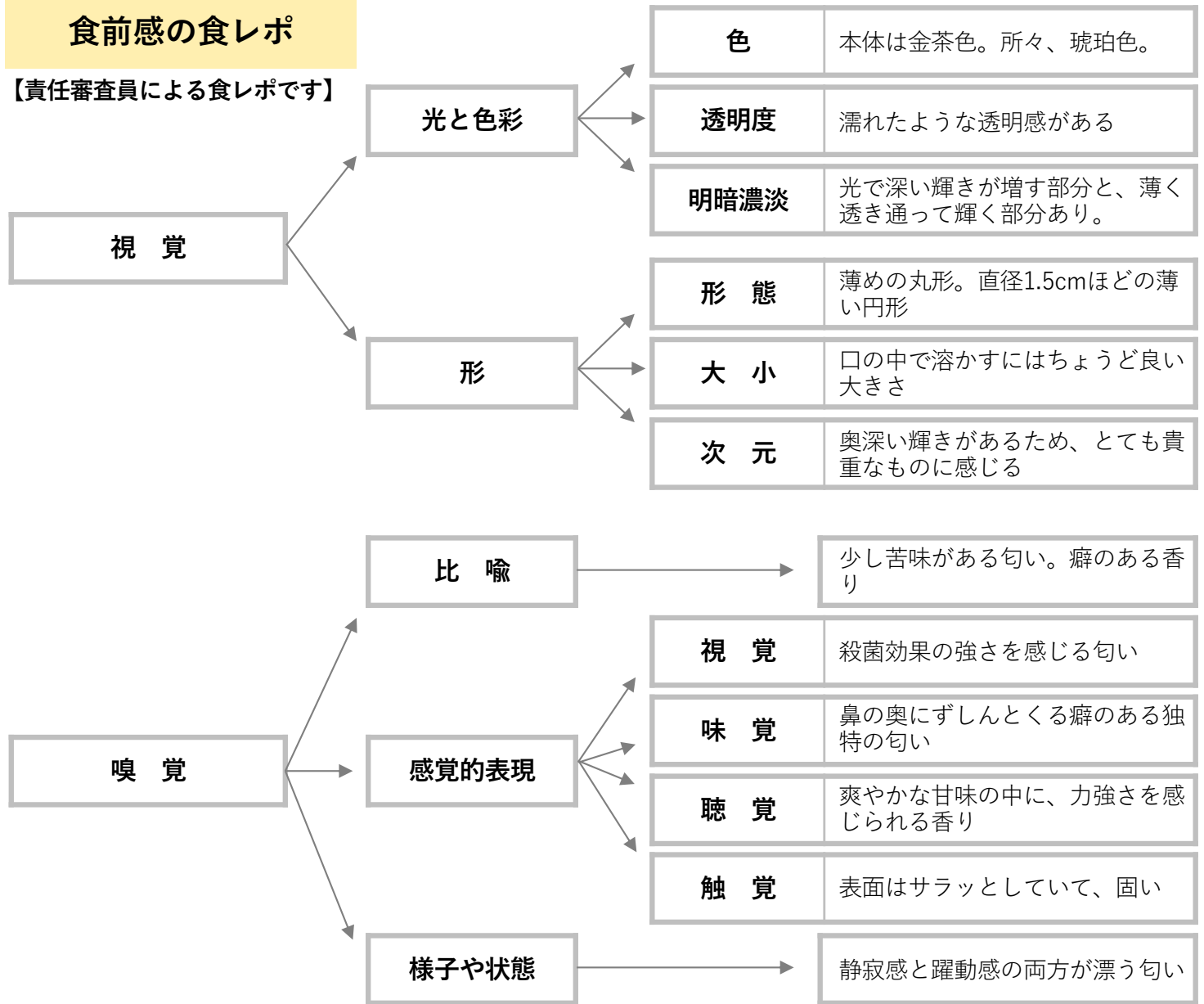
〒102-0082 東京都千代田区一番町15-8 壱番館5階  
Tel : 03-3265-0518 / Fax : 03-3265-0519  
Mail : info@foodanalyst.jp



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、全体的に金茶色をしており、所々は琥珀色をしている美しい色合いです。表面は、飴特有の濡れたような透明感があります。光にかざすと深い輝きが増す部分と、薄く透き通って輝くところがあり、宝石のような印象を受けました。

大きさは、直径1.5cmほどの薄い円形であり、口の中に入れて溶かすにはちょうどいい大きさに感じます。飴自体、奥深い輝きがあるため、とても貴重なものを感じました。

匂いは、少し苦味があり、蜂蜜の甘い香りと混じり合いクセのある香りが特徴です。この匂いは殺菌効果の強さを感じさせる匂いであり、鼻の奥にズシンとくる癖のある独特の匂いが特徴だと思いました。また、爽やかな甘みの中に力強さを感じられる甘みであり、静寂感と躍動感の両方が漂う、どこか懐かしさが込み上げてくる、そのような香りに包み込まれました。

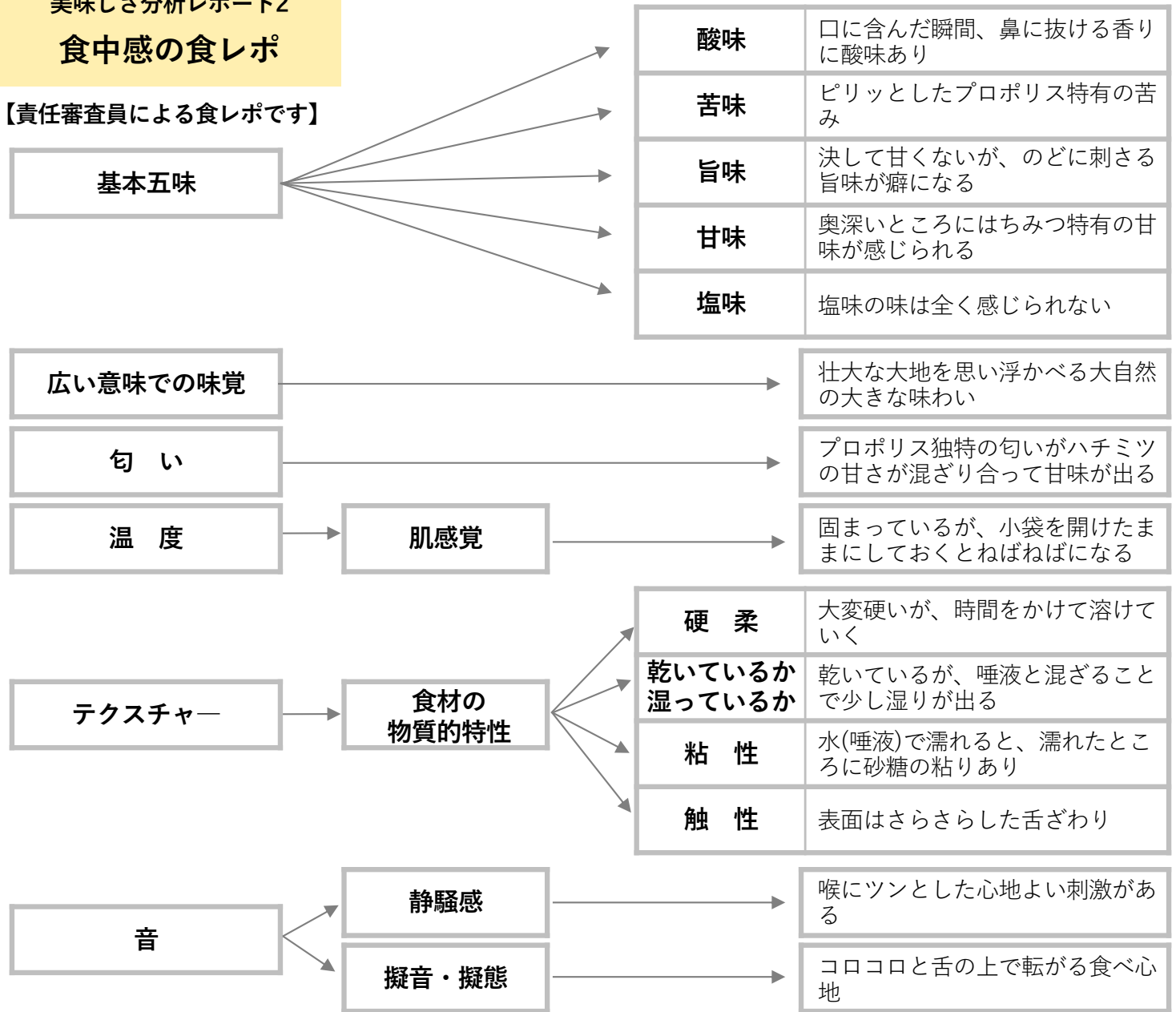
パッケージの深緑と金色のラインが見事にマッチし、貴重なものをこれから食べる、ありがたい気持ちになりました。



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

小袋を開け、キャンディーを取り出したときのプロポリスの独特の匂いと蜂蜜の甘さが混じりあった優しい香り、そして口に含んだ瞬間の蜂蜜の甘さの後に来るピリッとした辛味を感じました。

ゆっくり時間をかけて溶けていき、プロポリス特有の刺激的な味が喉にツンとした刺激があり、その後喉が潤されていく感覚がありました。

基本五味の内、塩味以外はしっかりと感じる事ができました。口に含んだ瞬間の鼻に抜ける“酸味”、ピリッとしたプロポリス特有の“苦味”、プロポリスと蜂蜜が合わさった相乗効果から来る“旨味”、奥深いところにある蜂蜜特有の“甘味”を実感する事ができました。この五味のバランスの良さが、プロポリスを愛用する方々から“おいしい”“また食べたい”と思わせる理由となります。

特に、プロポリスを1度でも食べたことがある人は、貴社のプロポリスキャンディーが大変美味しく感じられると思います。壮大な大地を思い合わせる大自然の深い味わいが五感を刺激して美味しく感じる事ができました。



## 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

ツンとした刺激が喉を刺し、ほんのりとした甘味が口の中に残る。また、独特のプロポリスの香りあり

#### 気候・地域

秋から春にかけて、季節の変わり目によく風邪をひく私にとっては心強い

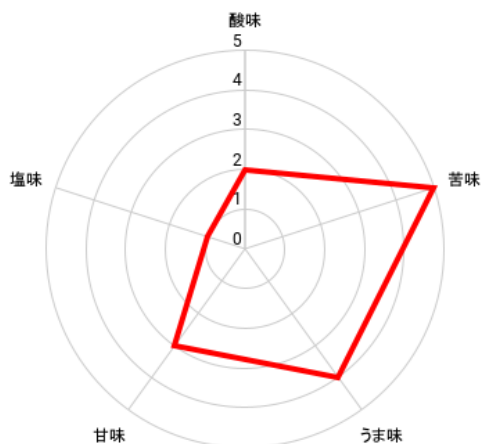
#### 食経験・食習慣

オーストラリアに旅行中、プロポリスを知り、その効用に魅せられ大量に購入したことを思い出した

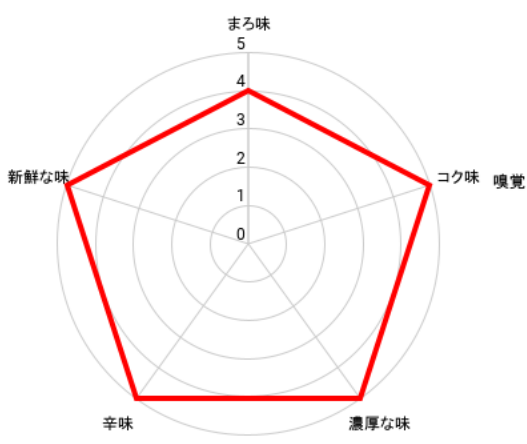
#### 健康・生活様式

大きな声を出す機会の多い私には、喉をいたわることができ、大変うれしい

### 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	2
苦味	5
うま味	4
甘味	3
塩味	1

広義の味	評点
まろ味	4
コク味	5
濃厚な味	5
辛味	5
新鮮な味	5

五感	評点
視覚	5
聴覚	3
触覚	4
味覚	4
嗅覚	3



## 1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

パッケージに書いてある通り、辛味成分があり、思っていた以上の刺激と匂いに大変戸惑いましたが、慣れてくると癖になり不思議と舐め続けたいくなる味でした。じっくり舐めていると、蜂蜜のような甘みを感じ、奥行きのある癖になる味わいです。機能性が高いキャンディーであり、「声のプロ」の方々が使うだけあり、喉に良さそうと思わせる魅力があります。風邪が流行る冬の時期には大変需要がありそうに思いました。人工甘味料が使われていない「媚びていない。昔ながら味」で体に良さそうな味に感じました。

## 2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

パッケージはわかりやすく、ネーミングもストレートで好感が持てます。渋みのあるパッケージは、斬新で大変目立ち、健康促進を安易に想像できる点が素晴らしいと思います。声の健康管理が楽になるメリットを伝えると良いと思いますが、あえて苦味強い理由を公式で説明してはまっていただき、消費者を増やすのはいかがでしょうか。また、今後、美容関係の店舗にも置くのであれば、パッケージを少しソフトにしても良いかと思われます。

## 3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

昔から変わらぬ製法と厳しい原料管理、そして「プロポリスの良さ」が健康志向のトレンドに最適だと思われました。保存料・着色料は一切使わず、刺激・辛味・香りも魅力の1つに変えた良い商品で、購買ターゲットが明確になっているところがさらに良いと思われました。

コスト的には普通ののど飴より少し高いように思われますが、健康上の効果など商品の良さをよりわかるように工夫することで商品の魅力が伝えられ、消費者の目に留まりやすいのではないかと思います。

## 4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

「声のプロ」への無料配布は未来へ向けてとても素晴らしい取り組みだと思います。甘めののど飴に慣れている人には、口に入れた瞬間の驚きがありますが、青汁のようにこの味の渋さや臭いを逆手にとって商品をPRするのはいかがでしょうか。また、プロポリスに関しての情報をもっとアピールすれば、この商品に興味を持つ人は増えるのではないかと思います。「声のプロ」のインフルエンサーにSNSで発信してもらうことで、さらなる新しいターゲットの獲得につながるのではないかと確信しています。

## 5. ブランディング要因

歴史に基づいたブランディングが「声のプロ」に向けては口コミでうまくいっていると思われます。一般の方の人数を上げるためには「声のプロ」のインフルエンサーに発信してもらうのがよいのでは、と考えます。また「ピリッとした辛味」を公表しながらも、最後には良さを理解してもらえらる自負を持っている点が素晴らしいと思われます。商品はとても独自性があるので、一度ハマるとリピート力があり、健康管理の商品として、うまくブランディングすると、新たなファンの獲得にも繋がるのではと確信します。

## 6. 素材・安全性・その他

素材にこだわりがあり、製法にも手作りの部分を生かした安心安全な商品だと思います。そのこだわりをホームページに記載すれば熱意が伝わるのではと思いました。プロポリス自体、一般的にはまだまだ認知されていないので、プロポリスの歴史などの記載があれば理解が深まると思います。

「良薬口に苦し」といった安心感があり、殺菌力の強いプロポリスを使用していることについてもうまく説明し、理解いただけたら売り上げは伸びると期待できます。



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション