



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

boco to deco



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 **boco to deco**

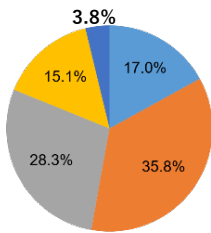
評価結果 **グランプリ** 受賞回・年月 第88回 (2025年6月)

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。

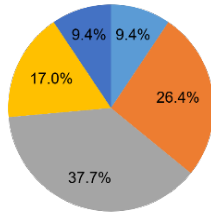
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

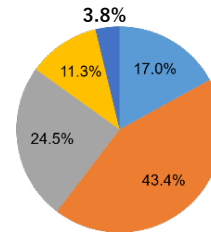
1 この商品に興味がありますか



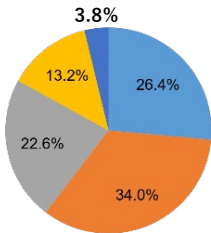
2 この価格で買いたいですか



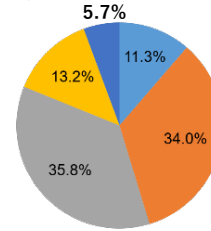
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

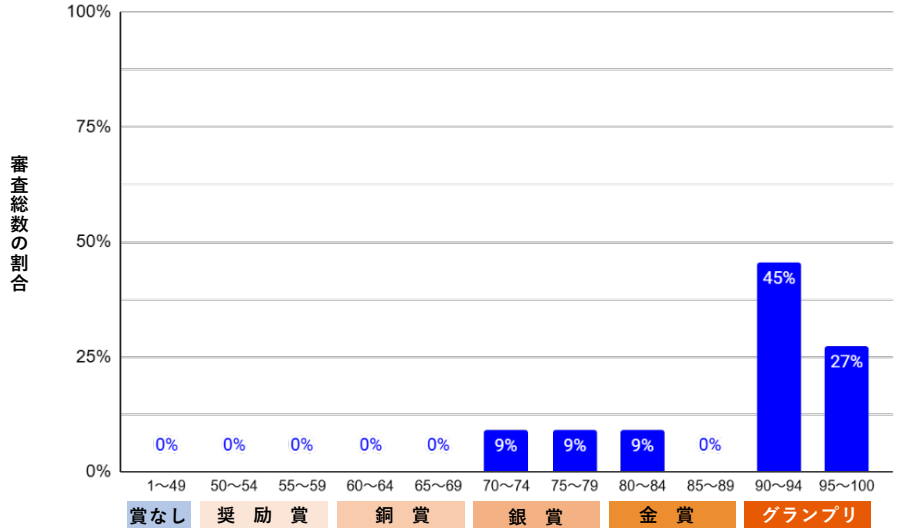
評価が高かった内容

さっぱりとした味で飲みやすく、明日葉のほのかな苦みもよい
スタイリッシュなパッケージ、丸みのあるフォルムがよい
素材のシンプルさが最大限に活かされている
苦味が少なく、老若男女飲みやすく出来ている
今の時代に求められる透明性に重きを置いていて素晴らしい
安全性に配慮して製造されていることが伝わる
商品名が可愛らしく、ブランド名として認知されやすいと思う

評価が低かった内容

明日葉がスーパーフードである点はもっとアピールできる
水に溶けづらく、粉のざらつき感が残るのが残念に感じた
商品名がお洒落過ぎてどんな商品なのかわかりにくい
毎日続けるには値段が少し高く感じる
SDGsの取り組みが素晴らしいので、もっとアピールできる
類似品が多い商品なので、差別化できる施策が不足している
「すっぽん小町の～」といえはすぐわかるので紐付けしてほしい

点数分布



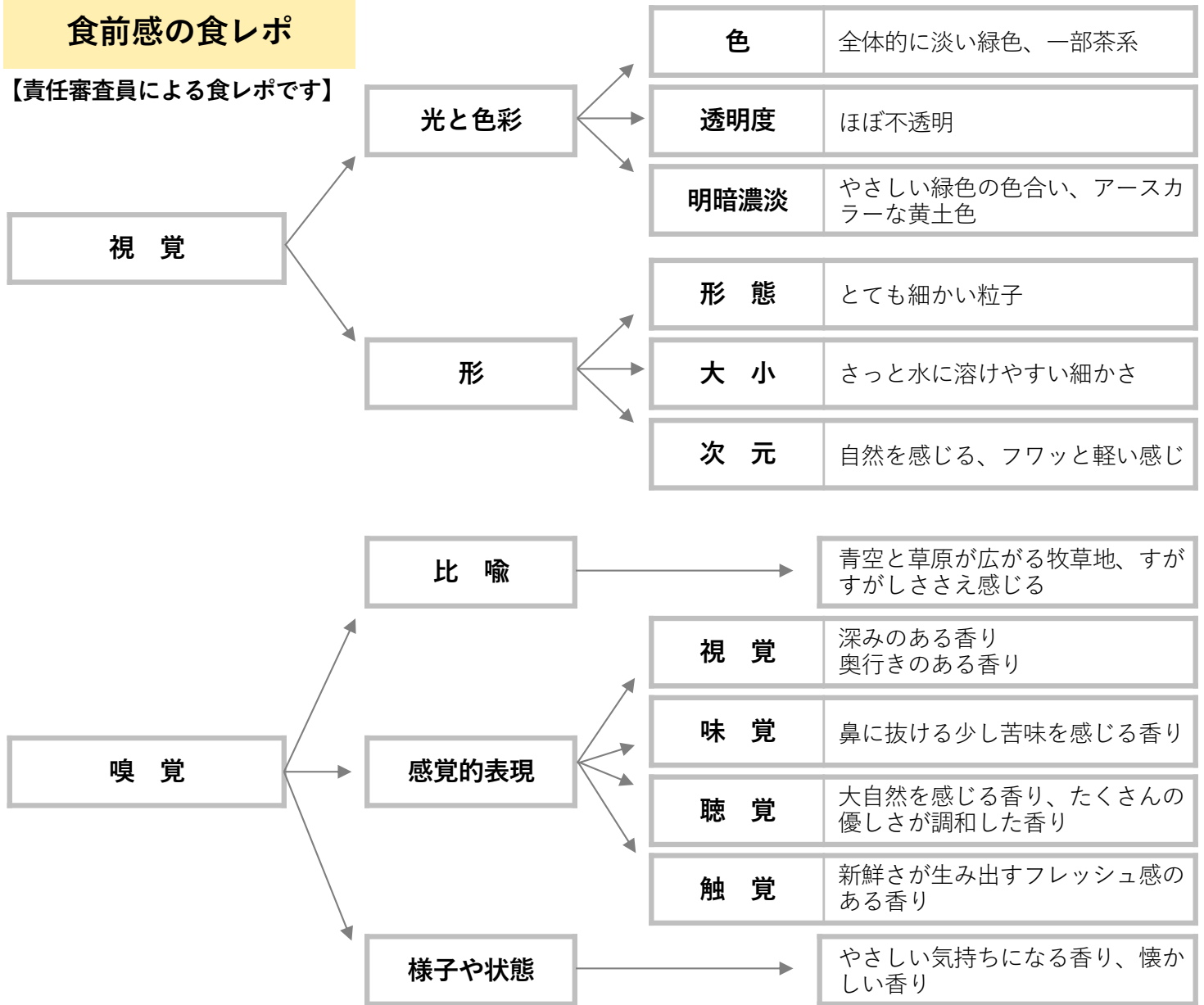
点数は銀賞相当からグランプリ相当に分布し、総合評価91%で【グランプリ】評価となりました。分布が高得点に寄った理由として、商品の美味しさ、高級感とブランディングの高さが多くの共感を得た事と考えます。アンケートではこの商品に「興味がある」と9割強の人が答えており、商品の安全性は非常に強みです。一方、銀賞相当の範囲にも少なからず点数が入り、商品名がお洒落すぎる故のわかりにくさが要因と考えます。



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

見た目は全体的にさわやかな初夏を感じさせる淡い緑色を主体としており、茎や根っこの素材由来な風合いを生かした自然な色合いです。また、透明感はほぼないに等しく大地の力強さを感じさせるアースカラーが特徴的です。とても細かい粒子でさっと水に溶けやすく、風が吹くと舞ってしまうくらいフワッと軽い感じに自然を感じました。香りは、青空と草原が広がる牧草地で深呼吸したようなすがすがしさと明日葉の深みのある奥行きを感じ、鼻に抜ける苦味も少しあります。やさしさとポジティブさの中に、田舎に帰ったような懐かしさも感じました。

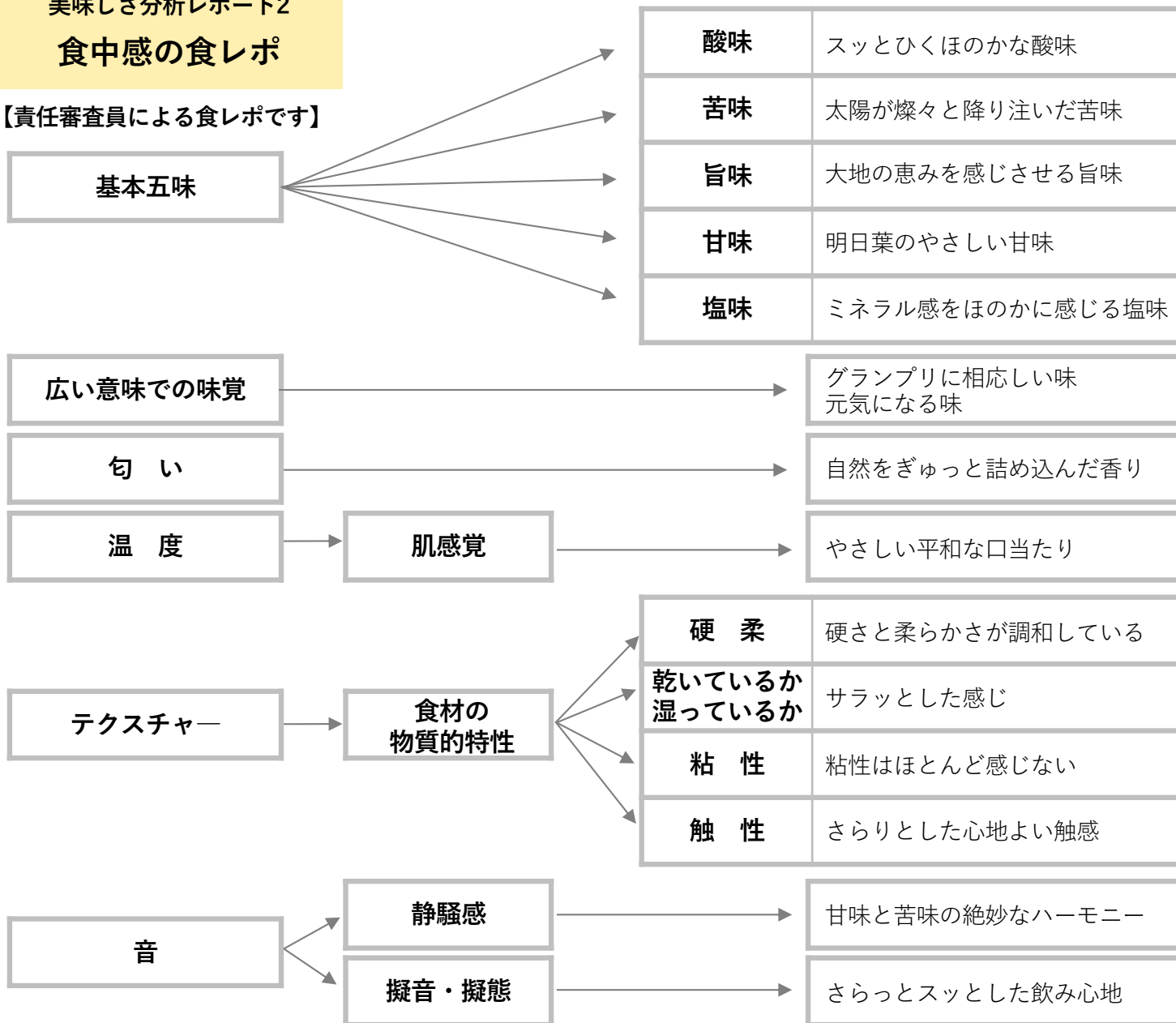
丸っこいケースを開ける前の心地よい重さと、個包装を開けたときに感じる香りに胸をときめかせ、心がざわつきました。商品を手にとった時の手触り、見た目、香りから食べる前のワクワクや楽しみが溢れました。パッケージのやさしいアースカラーの見た目から開発者の方の健康に対する気持ちが伝わってきて幸福感と優しさでいっぱいになり、“早く飲んでみたい！”そんな気持ちになりました。



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**

水に入れるとさらっと溶け粒子が舞っている様子がこれから飲む楽しみを増幅してくれました。やさしい口触りで、すっきりサラリとした飲み口に心地よさを感じました。

基本五味に関しては、スツとひくほのかな“酸味”、太陽が燦々と降り注いだ“苦味”、大地の恵みを感じさせる“旨味”、明日葉のやさしい“甘味”、ミネラル感をほのかに感じる“塩味”を実感しました。

この五味のバランスの良さが老若男女多くの方が“美味しい”と感じることができる理由であります。

青汁は苦くて飲みにくく続けにくいイメージがありますが、この商品はそういったことを全く感じさせないさらっとスツとした飲み口で、お茶のような感覚で飲みやすかったです。口に含んだ瞬間、どこか懐かしさとホッとする奥行きのある香りとはのかな苦みが鼻に抜け、自然をぎゅっと詰め込んだバランスの良い絶妙なハーモニーが五感を刺激して“美味しさ”へと導いてくれました。

朝から一杯飲むと今日一日頑張れる、まさに“元気になる味”で勇気づけられる印象もありました。



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

滋味あふれる味わい深い後味
明日葉の甘味とほのかな苦みが口の中に残り余韻を楽しめる

気候・地域

山と海に囲まれた提携畑の豊かな自然を感じられる
農家さんのやさしい笑顔が目浮かぶ

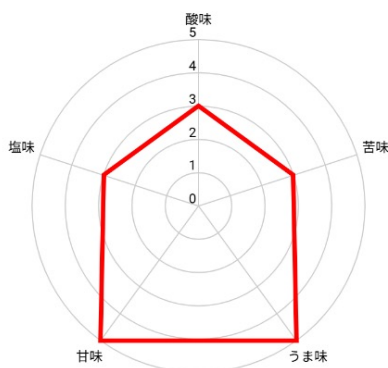
食経験・食習慣

健康に気を使いだした30代の働き盛りの私にぴったり
毎日続けたいと思わせてくれる

健康・生活様式

ひとり身であるとなついつい食生活が乱れがちになるが、一日一本
を習慣化するだけで健康への近道に

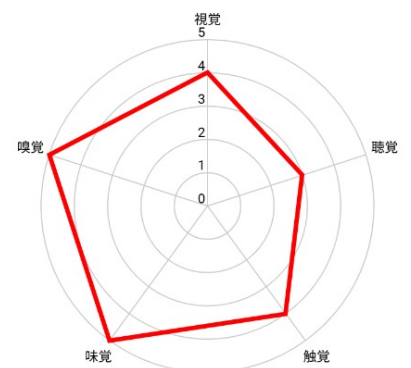
基本五味の
レーダーチャート



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	3
苦味	3
うま味	5
甘味	5
塩味	3

広義の味	評点
懐かしい味	5
田舎の味	5
なじみのある味	4
病みつきになる味	4
家族の味	4

五感	評点
視覚	4
聴覚	3
触覚	4
味覚	5
嗅覚	5



ジャパン・フード・セレクション 審査レポート

1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

明日葉特有の苦みが少なく、青汁が苦手な方でも非常に飲みやすいと好評でした。一般的な青汁に比べてクセがなく、緑茶のようにすっきりとした飲み心地で、日常のお茶代わりにも取り入れやすいとの声が多く寄せられています。ほのかな甘みや奥行きのある風味もあり、美味しく続けやすい点が魅力です。また、余計な添加物が入っておらず、明日葉とさつまいもでんぷんのみで作られたというシンプルな素材や開発ストーリーにも共感が集まり、安心して飲める点も高く評価されています。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

パッケージはおしゃれで可愛らしく、リビングにそのまま置いても違和感がないと好評です。筒型でスタイリッシュなデザインは、若い世代にも手に取りやすく、プレゼントやプチギフトにも最適との声が多く見られました。ネーミングも親しみやすくインパクトがあり、パッケージから青汁の苦味や青臭さを感じさせない点も魅力です。個包装には飲み方や原材料などの情報も記載されており、安心感と使いやすさの両面で高評価を得ています。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

青汁市場の拡大や健康志向の高まりを背景に、現代のニーズに合った魅力的な商品です。明日葉というスーパーフードを使用し、余計な成分を加えず素材本来の良さを活かした設計は、安心感と信頼性があり高く評価されています。パッケージは可愛らしく、個包装で使いやすいため、従来の青汁ユーザーだけでなく若い世代や女性層にも多く受け入れられる可能性があります。子どもから大人まで楽しめる点も特徴で、健康志向のトレンドにしっかりマッチした商品といえます。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

広報活動に非常に力を入れておられ、SNSやYouTubeなど多様な媒体を活用した情報発信が印象的です。特にInstagramは統一感のあるビジュアルと自然との調和が美しく、雑誌のように見ごたえがあります。社長やスタッフの想いが丁寧に伝えられており、企業としての透明性や信頼感にもつながっています。また、すっぽん小町のユーザー層にも訴求できる商品設計と広報方針が一致しており、ターゲット層への訴求力も高いと感じます。

5. ブランディング要因

ブランド戦略がしっかりと構築されており、SNSを活用した発信やネーミングの工夫など、細部まで一貫性が感じられます。特に「ボコとデコ」という親しみやすい名前は印象に残りやすく、ブランド認知にもつながるポイントです。健康食品にありがちな「美味しくない」というイメージを覆す味わいも、高評価につながっています。すっぽん小町で培った信頼と実績を土台に、「ていねい通販」ブランドとしての統一感と透明性が丁寧に表現されており、今後の展開にも期待が持てます。

6. 素材・安全性・その他

明日葉を茎や根までまるごと使用し、自然の力を最大限に活かした商品づくりが印象的です。保存料や着色料を使用せず、ISO/FSSC22000、GMP認証を受けた工場で製造されていることから、安全性への配慮も徹底されています。さらに、トレーサビリティ管理や有機農法による原材料の厳選など、品質へのこだわりが随所に見られ、企業としての誠実な姿勢が伝わってきます。安心して毎日取り入れられる、高いクオリティの商品であると強く感じられます。

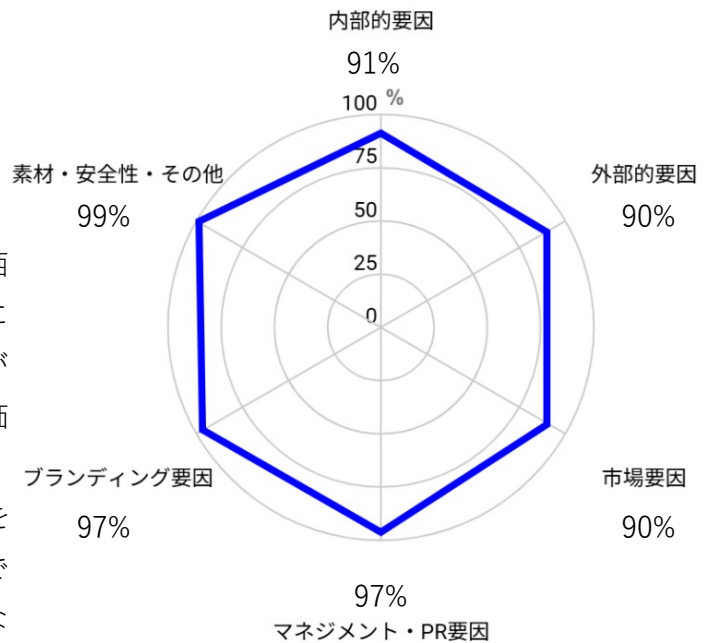
審査レポート

■ 要因分布

各要因は90%から99%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。

「内部的要因」・「外部的要因」・「市場的要因」・「マネジメント・PR要因」・「ブランディング要因」に関して老若男女に受けのよい味と、パッケージのお洒落さ、健康志向なトレンドとの合致、広報活動へ非常に力を入れられている積極的な姿勢、またブランド戦略がしっかりと構築されておりSNSを活用した発信が高評価につながりました。

「素材・安全性」は99%と素晴らしい点数で自然の力を最大限に活かした商品づくりと各種認証を受けた工場で製造されていることが安心感につながり、最高評価となりました。



■ 総評

はじめに、お客様に健康的な生活を送っていただきたいという理念のもと、ごまかしのきかないシンプルでこだわりぬかれた原料のみを使用し、安心・安全な無添加の商品の探求そしてチャレンジをする姿勢と出品にあたって商品開発者様をはじめとした社員御一同様へ敬意を表します。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、『boco to deco』を第88回グランプリと評します。パッケージを見れば“素材”、“産地”、“無添加”が一目でわかるので訴求したいポイントが十分に伝わってきます。可愛らしさとお洒落感のあるパッケージで、健康志向な人への贈答品としてもぴったりです。飲んだ瞬間に広がる明日葉のやさしい甘みとほんのりとした苦味が緑茶を飲んでいるかのようで、本当に青汁なのかと従来の青臭くてご高齢の方が飲むというイメージを払拭してくれる事に感動しました。老若男女に愛される点として、自社ECサイトでの商品開発への御担当者様の熱いメッセージがとてもよく伝わってきました。また、購入方法も定期コースと一回限りと分かりやすく表示されており、戸惑うことなくスムーズに購入が可能で、万が一口に合わない場合の返品保証にお客様に寄り添ったサービスも高評価に繋がった要因と考えます。素材本来の自然な味を追求し契約農家さんから仕入れ、無添加で素材を余すことなく丹精込められて作られるそのこだわりがこの商品の高品質を保ち、各種安全基準への取り組みが安心・安全につながっていると実感できます。一方で、お洒落なネーミングでどんな商品わかりづらいとの声もありました。商品説明を最後まで読めばわかるのですが、そこまで隅々まで読む方は少ないように感じます。今後の改善への参考にして頂ければ幸いです。今や健康に対する考えは老若男女永遠のテーマであると感じ、今後もさらに市場規模は広がりを見せていくと推察します。消費者の食へのこだわりはより強固になっていくと感じます。

末尾にはなりましたが、『株式会社生活総合サービス』様の更なる飛躍とご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



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション