



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

REVI酵素ドリンク400ザクロ



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 REVI酵素ドリンク400ザクロ

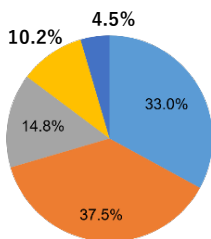
評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第88回 (2025年6月)

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。

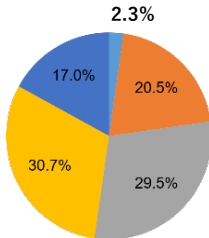
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

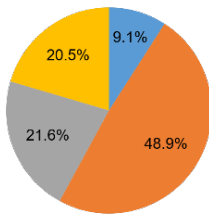
1 この商品に興味がありますか



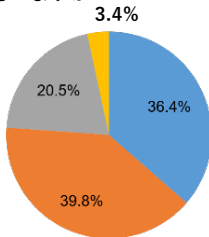
2 この価格で買いたいですか



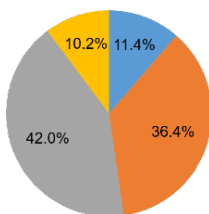
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

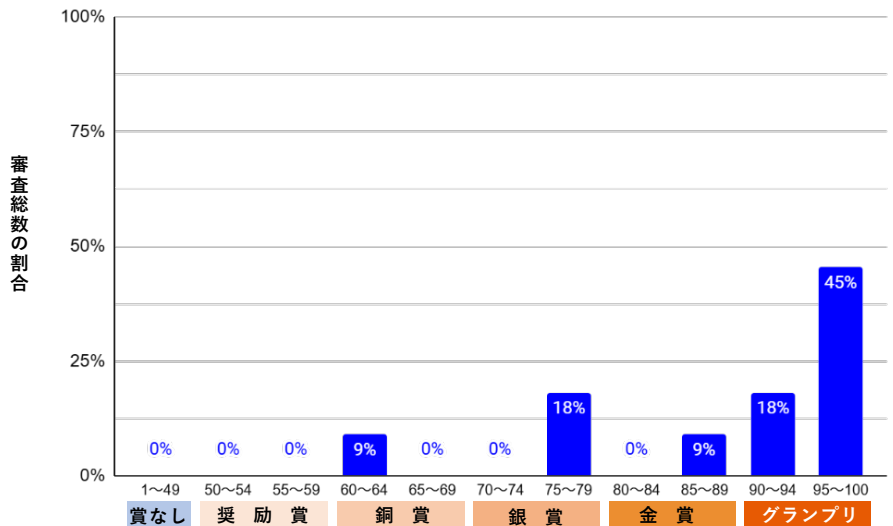
評価が高かった内容

ザクロの味がしっかりとあって美味しく飲みやすい
健康成分が多く含まれている
厳格な品質管理と安全性への取り組みが行われている
目を引くデザインで、パッケージが注目されやすい
酵素ドリンクとして手に取りやすい価格である
広範囲にわたる積極的な広報活動が行われている
REVIというブランドとしての信頼感がある

評価が低かった内容

甘ったるさを感じられ、後味のすっきり感に欠ける
ブランド名や商品の特徴が伝わりにくい
パッケージが他のジュースと誤認される可能性がある
用途によっては高価に感じる
パッケージや広報での飲み方の説明不足
美容や健康に意識が高い層以外への訴求が難しい
素材の詳細が費者に伝わりにくい

点数分布



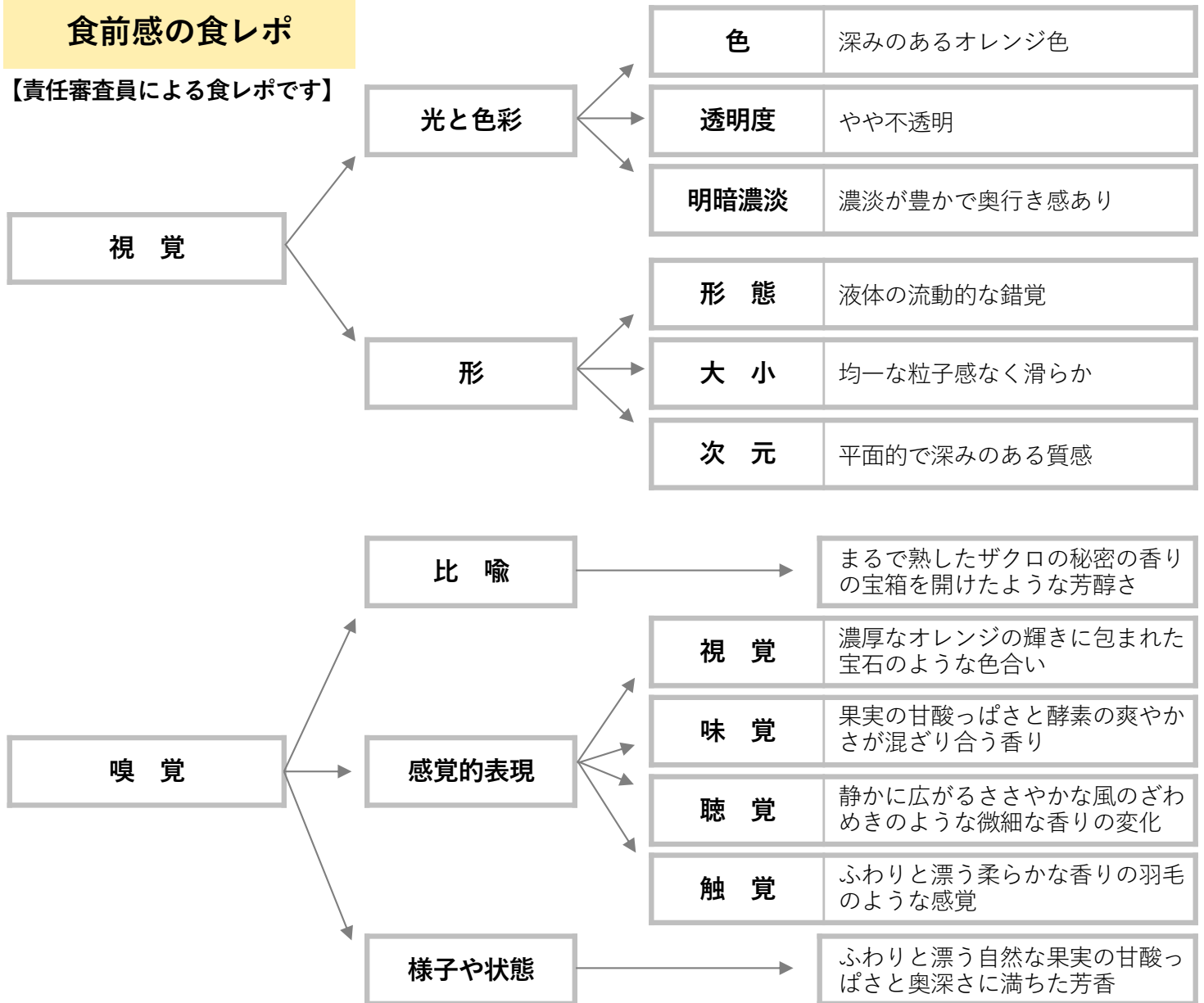
審査員の評価で64%が90点以上の「グランプリ」と認定され、総合評価では90点で「グランプリ」を受賞しました。点数分布は、銅賞9%、銀賞18%、金賞9%という結果です。特に、ザクロの爽やかな酸味と400種類以上の健康素材が絶妙に調和した味わいが評価され、「美味しくて飲みやすい」との声が多く聞かれます。一方、製品の特徴や魅力が伝わるパッケージやブランドの知名度向上に向けた広報戦略に今後の改善が期待されます。



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】



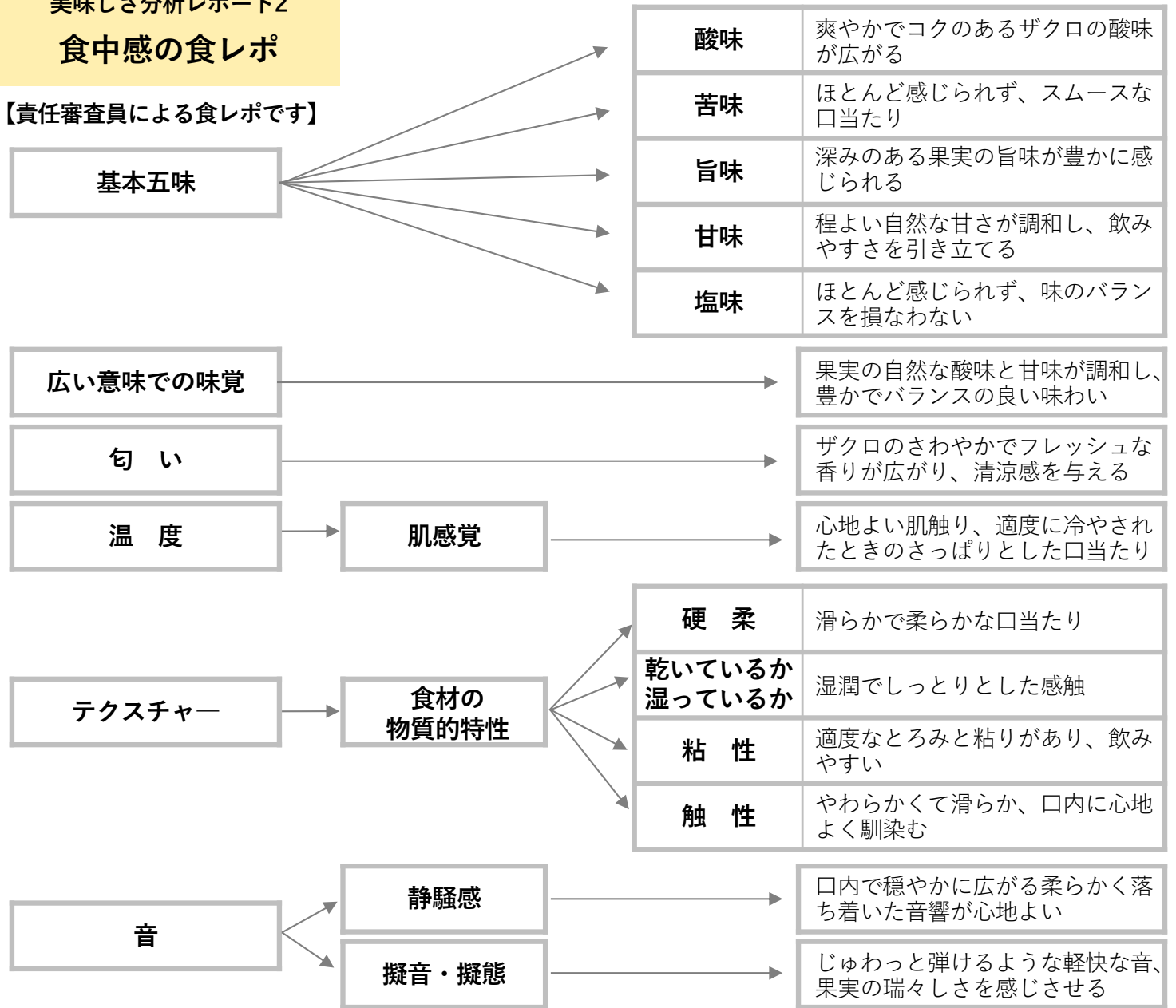
■ 食前感 講評

「REVI酵素ドリンク400ザクロ」は、深みのあるオレンジ色が視覚的に印象的で、濃厚な色味から豊かな奥行きと深みを感じさせます。透明度はやや不透明で、次元的な濃淡の豊かさが、まるで宝石のような輝きと濃さを持ち、自然の恵みと生命力を連想させます。これにより、飲む前から果実の豊かな香りや味わいを期待させ、食前の期待感を大いに高めてくれます。一方、香りの側面では、まるで熟したザクロの秘密の香りの宝箱を開けたような芳醇さが感じられ、果実の甘酸っぱさと酵素特有の爽やかさ、そして微細な香りの変化が絶妙に調和しています。静かに広がるささやかな風のざわめきと、ふわりと漂う柔らかな香りの羽毛のような触感は、味覚に対する期待をさらに高めてくれます。この視覚と嗅覚の絶妙な調和により、飲む前から高い満足感とともに、自然由来のフルーティーな芳香と色彩を存分に楽しむことができ、商品の魅力と高級感を巧みに伝えています。

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

「REVI酵素ドリンク400ザクロ」のは、口に含んだ瞬間から滑らかで柔らかな感触が広がり、心地よい口当たりをもたらします。湿潤でしっとりとした質感は、まるで肌触りの良い絹のように口内に馴染み、飲みやすさを高めています。適度な粘性もあり、とろみや粘り気が心地よさを演出。触れている感覚は柔らかくて滑らかであり、口内に優しくとろけるような感覚が特徴的です。また、食中の音に関しては、静かな中に穏やかに広がる柔らかい音響が心を落ち着かせ、飲むたびに安らぎをもたらします。さらに、じゅわっと弾けるような軽快な音とともに、果実の瑞々しさと鮮やかさを感じさせ、自然の恵みを感じさせる演出が秀逸です。この音と触感の絶妙な調和により、飲む前から期待感と満足感が高まります。トータルで見れば、食中のテクスチャーは、自然な果実感とともに心地よい感触と音の演出により、商品の魅力と高級感を一層引き立てており、飲み手の満足度を高めています。



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

さっぱりとした酸味と自然な甘さが口に残り、爽快感をもたらします。

気候・地域

涼しい季節や暖かい地域でも、飲みやすく飽きのこない味わいです。

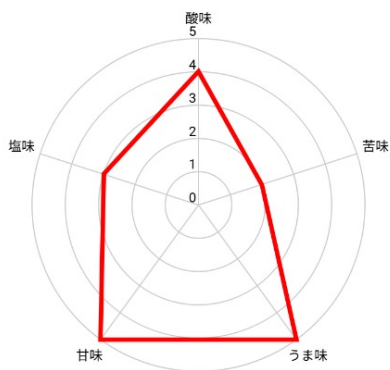
食経験・食習慣

日常的に健康や美容に気を配る習慣にぴったりで、習慣化しやすい味です。

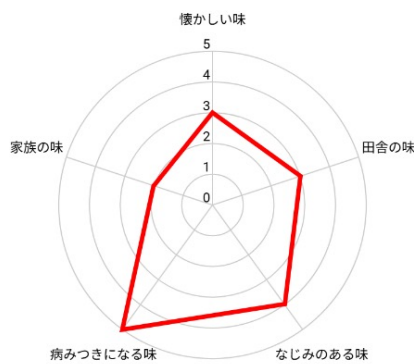
健康・生活様式

健康志向の生活にフィットし、毎日の栄養補給や美容ケアに役立ちます。

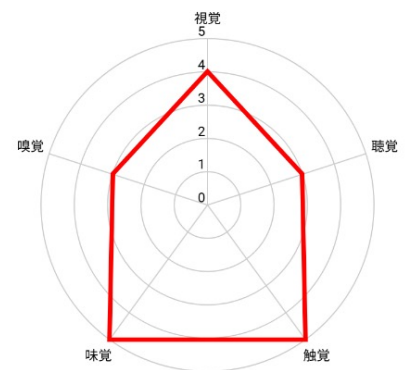
基本五味のレーダーチャート



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	4
苦味	2
うま味	5
甘味	5
塩味	3

広義の味	評点
懐かしい味	3
田舎の味	3
なじみのある味	4
病みつきになる味	5
家族の味	2

五感	評点
視覚	4
聴覚	3
触覚	5
味覚	5
嗅覚	3



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）

REVI酵素ドリンク400ザクロは、酵素ドリンクの一般的なイメージを覆す飲みやすさを提供する。ザクロの酸味が爽やかで、フルーツティーのような風味が楽しめるが、甘ったるさを感じる意見もある。水や炭酸で割るとバランスが良くなり、飲みやすさが向上する。ファスティング時に飲むには適しているが、日常的な飲用には後味の調整が求められる。エクオールやプラセンタの配合は、健康志向の高い女性にとって魅力的な要素となる。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

ネーミングは、ザクロ入り酵素飲料であることを明確に伝えるものの、「400」が示す素材の豊富さを直感的に理解しにくい点がある。パッケージは目を引くデザインでインパクトがあるが、酵素ドリンクではなくザクロジュースと誤認される可能性が指摘された。瓶ではなく軽量の紙パック仕様で持ち運びやすく、女性にとっては利便性が高い。パッケージに飲み方や特徴を記載することで、購入層への訴求力を強化できる可能性がある。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

本製品は、健康志向の高い層や美容に関心のある女性をメインターゲットとしている。特にファスティング市場と親和性が高く、酵素ドリンクを美容・健康維持目的で摂取する層には適した商品である。ただし、価格が高めに設定されているため、広範な層への普及には少量サイズの展開やコスト調整が求められる。健康志向ブームの追い風を受け、市場ニーズに合った商品ではあるものの、一般消費者が日常的に取り入れるにはさらなる工夫が必要。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

広報活動は積極的に展開されており、アンバサダーの起用や受賞歴の告知など、信頼性を向上させる施策が取られている。一方で、ターゲット層を超えた一般消費者への認知拡大が課題として挙げられる。美容展示会への出展や実際の試飲会の実施は効果的なアプローチであり、SNS戦略を強化することでさらなる販路拡大が期待される。また、ユーザーの体験談や口コミを活用し、親しみやすさを強化するとさらに効果的である。広報では、商品の成分や開発ストーリーをより明確に伝える工夫が求められる。

5. ブランディング要因

REVIブランドとしての統一感があり、酵素ドリンク市場において差別化されている点が強みとなっている。美容・健康に特化したブランド戦略は確立されているものの、より広い層への訴求を行うためには製品の特性を活かした販促活動が重要になる。価格帯が高めの設定のため、ブランドの高級感を活かしつつも、試しやすいエントリーモデルを用意することでブランドの認知拡大を図れる可能性がある。また、商品の背景や開発ストーリーを明確に伝えることで、ブランドの価値をさらに高めることが期待できる。

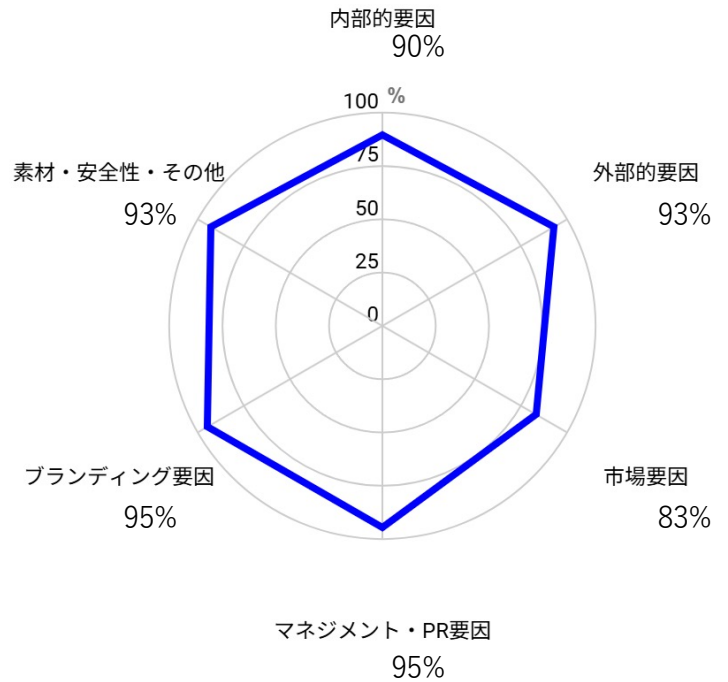
6. 素材・安全性・その他

原材料選定のこだわりや発酵製法は高く評価されており、食品としての安全性も確保されている。トレーサビリティやHACCPなどの管理体制が整っている点は、消費者にとって安心材料となる。加熱・加水・防腐剤などを使用せず、自然発酵で仕上げられる製造工程は、プレミアム酵素ドリンクとしての価値をさらに高める要因となる。さらに、収穫時期へのこだわりが商品の品質向上に寄与している点も特筆すべきだ。安全性を第三者認証により明示することで、さらなる信頼性向上が期待できる。

審査レポート

■ 要因分布

REVI酵素ドリンク400ザクロは、全体で86%以上の高価を獲得しています。特に「素材・安全性・その他」93%と高く、安心・安全に対する信頼と素材のこだわりが試飲者から好評です。「内部的要因」も90%と高く味や飲みやすさに満足する声が多いです。一方、「外的要因」は93%で、パッケージやデザインの改善余地あるものの、評価は良好です。「市場要因」は83%とやや低く、認知度やマーケティング強化の必要性が示唆されています。「ブランディング・PR」はともに95%と高く、ブランドイメージをさらに高める施策が望まれます。全体として、安全性や品質を維持しつつ、デザインや認知拡大に取り組めば、より一層評価が高まる見込です。



■ 総評

REVI酵素ドリンク400ザクロの審査会では、審査員から味わいや香り、色彩の素晴らしさについて高い評価が寄せられました。特に、ザクロの酸味と甘味のバランスが絶妙で、自然で飲みやすいといった声や、さわやかなザクロの香りと酵素の爽快感が調和し、果実の濃厚さをしっかり感じられるといった意見が目立ちました。色調も、鮮やかな赤みととろみのある質感が目目を惹き、食欲を刺激すると好評です。これらの点により、ビジュアルと味の双方で高い満足感を得ていることが伝わります。また、素材と安全性に関しても、400種類以上の厳選素材を使用し、難消化デキストリンやオリゴ糖といった健康成分の配合により、安心・安全に徹底的にこだわった製法と配合で信頼できるとの声が多く寄せられました。安全管理体制も充実しており、素材の質と安全性の高さが商品の大きな魅力と評価されています。さらに、水や炭酸で割ることで、自分好みの味に調整できる点も、爽快感が増して飲みやすいと好評です。一方、改善点としては、ザクロの酸味や香りをもう少し強調するとより満足できるという意見や、商品名や紹介だけでは素材の特徴や健康効果を十分に伝えきれていないとの指摘も見受けられました。特にパッケージやネーミングについては、ザクロと酵素の素材を前面に打ち出し、高級感のあるデザインに刷新すれば、より惹きつけられるという意見もあります。総じて、REVI酵素ドリンク400ザクロは、安全性、素材の質、味や色彩において高い完成度を持つ商品です。今後は、より魅力的なブランディングやパッケージデザイン、訴求力のあるプロモーションを強化することにより、消費者の認知度や満足度をさらに高めていくことが期待されます。市場のトレンドやインバウンドニーズにも対応し、さらなるブランド価値の向上と販売拡大を目指すべきです。本商品は、多くの人の健康と美容を支える価値ある商品として、今後も進化し続けることが望まれます。





Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション