



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

トロピカーナ リフレッシュフルーツ オレンジ&ピンクグレープフルーツ



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 トロピカーナ リフレッシュフルーツ オレンジ&ピンクグレープフルーツ

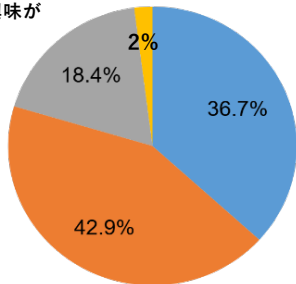
評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第93回 (2025年11月)

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。

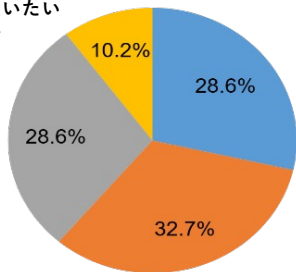
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

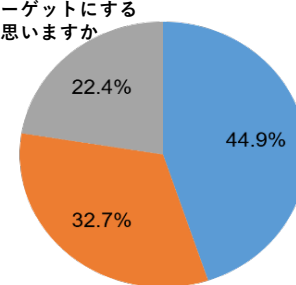
1 この商品に興味がありますか



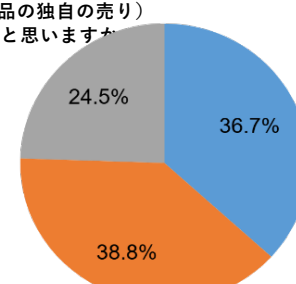
2 この価格で買いたいと思いますか



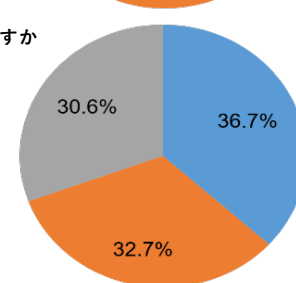
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

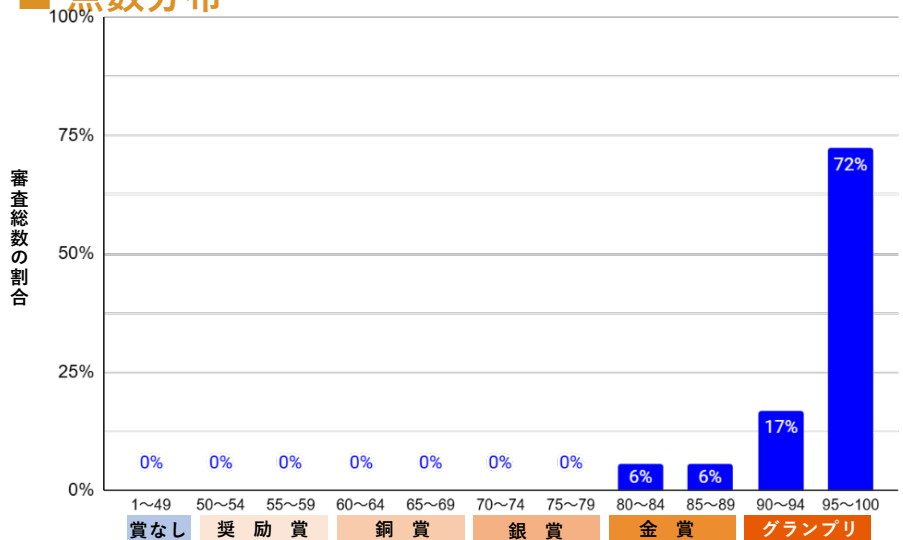
評価が高かった内容

すっきりとした飲み口と後味の余韻のバランスが素晴らしい
 オレンジの爽やかな甘味とグレープフルーツの酸味が絶妙
 ビタミンB1、B6、C配合で、不足ビタミンまで補えるのが良い
 トロピカーナの美味しさと健康の両面を追求した果実飲料
 しっかりした果実感と僅かな苦味の大人の飲料に好感が持てる
 ブランド力とリフレッシュ感が表現されたさわやかなパッケージ
 安心安全な原料確保が素晴らしく、購入意欲が湧く

評価が低かった内容

やや人工的な香りが気になった
 もう少しピンクグレープフルーツの酸味がほしい
 甘めなのでしっかり冷やさないで飲み飽きてしまう
 飲んでいるとすぐに満腹感がでてしまう
 マルチビタミンのメリットなどの良さが明確にわかると嬉しい
 果汁20%飲料は差別化が伝わりにくく表に表記し特徴アピール
 キリン=トロピカーナのイメージが定着する仕掛けが欲しい

点数分布



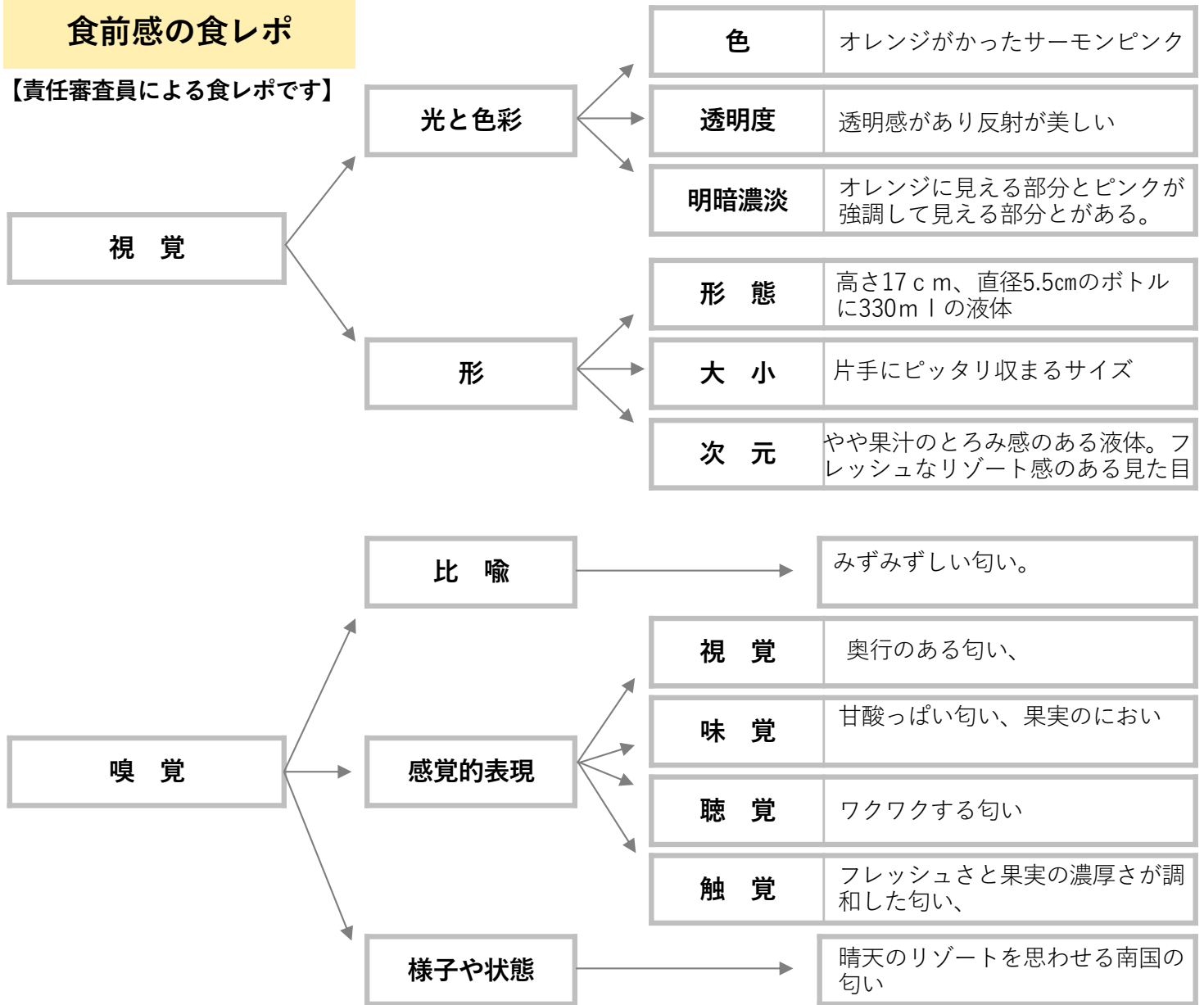
当商品の結果として、「金賞」相当の80点台が12%、「グランプリ」相当の90点台が89%、うち95点以上が70%を超える結果となり、総合評価も95点という素晴らしい結果を獲得されています。果汁20%ながら、果実感のある甘味とほんのわずかな苦味のバランスがよくすっきりといただける果実飲料であること、大人を意識した果実飲料であり、トレンドの健康にも配慮された商品であることが高く評価されました。



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

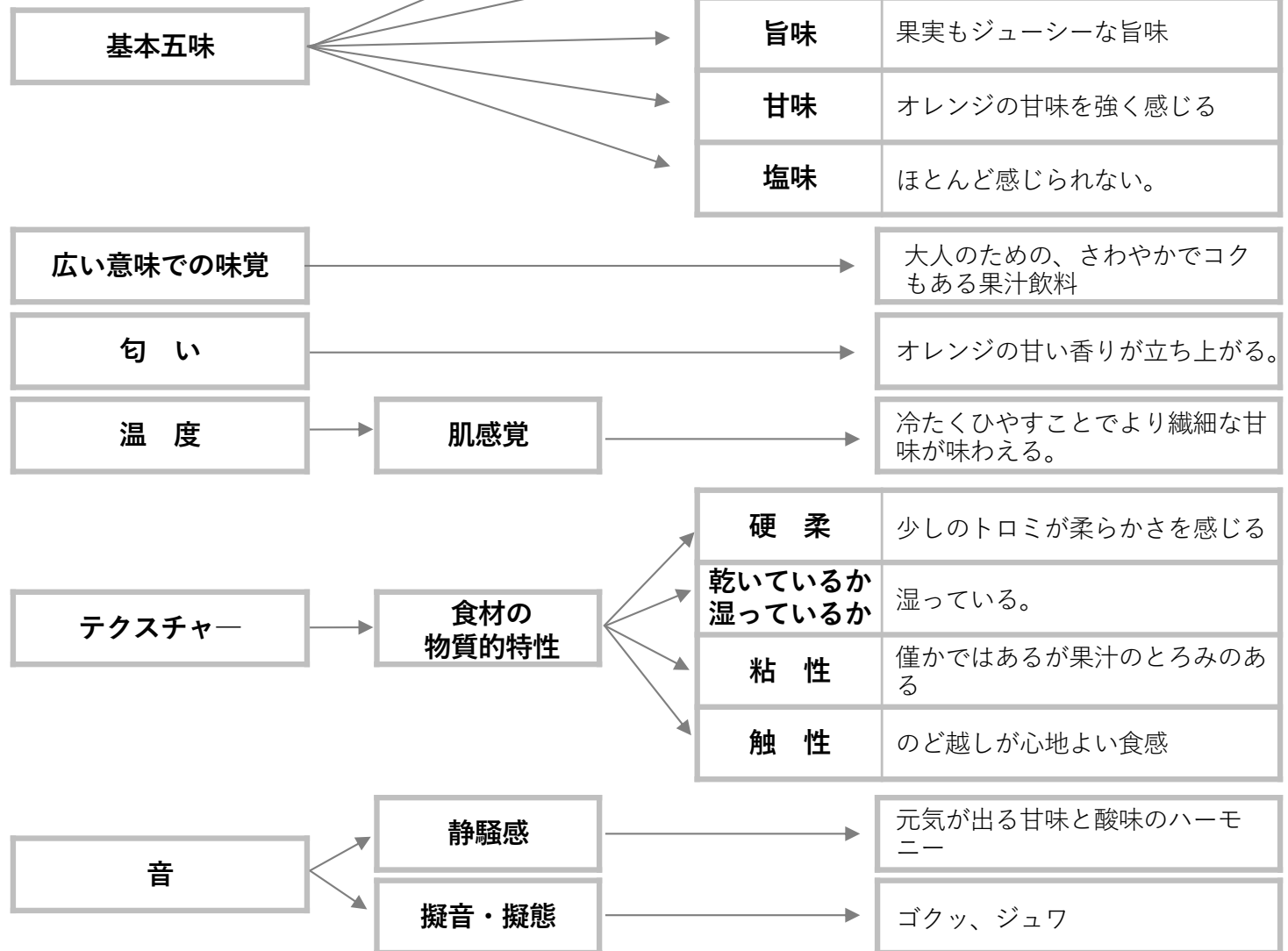
トロピカーナのロゴが象徴的な、白をベースとしたさわやかでリゾート感のあるパッケージが大変好ましく、おしゃれで品質感があります。トロピカーナのロゴのフォントと大きさからも商品の自信が感じられ、オレンジとピンクグレープフルーツのイラスト、氷の入ったグラスのイラストからはリゾート感を感じお店であれば自然と手に取りたくなります。手に取ってみると、片手にすっぽりと丁度良くおさまるボトルのサイズで、もちやすさも感じます。オレンジがかったサーモンピンクの果実飲料の香りは、甘い香りのなかにも酸味がしっかりとしており、果実感につつまれます。グラスに注いでみると、ややトロツとしたテクスチャーで透明感もあり光が反射してうつくしいです。オレンジとピンクの色が明るく南国を思わせるものがあります。景色のよいところでゆっくりとのみたくなるような気分させてくれる商品です。



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**

白ベースのすっきりとしていながら華やかさのあるパッケージから氷が入ったグラスに注ぐと、オレンジピンクでビタミンカラーを思わせる、何とも言えないきれいな色が姿をあらわします。見ているだけで、気持ちがはなやぎ元気になります。口にふくむと、オレンジの果実の香りが鼻に抜けてどこかきりっとした甘さにつつまれ、強くおいしいと感じます。強すぎない酸味がアクセントになり、甘さをひきたてています。オレンジとピンクグレープフルーツの果汁が20%と思えない程、しっかりとした果汁感が感じられます。口に含んだばかりのときには少しくりっとした甘さから、飲み進めていくうちだんだんと口の中一杯に甘味と酸味の幅がひろがり芳醇さも加わります。酸味と甘みのバランスもよく、後味もしっかり感じられ余韻がひろがる様は素晴らしいです。



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

飲み込んだ後の果実の余韻が心地よい。口のなかに甘酸っぱさがのこり、果実感が満足すら感じさせる。

気候・地域

冷たくひやして、リゾート地で海を眺めながら楽しみたい。

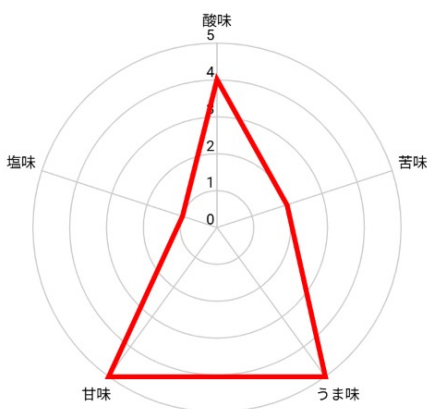
食経験・食習慣

果汁飲料はややもすると重くなってしまうこともあるが、軽やかさがちょうどよくほど良い感じ。

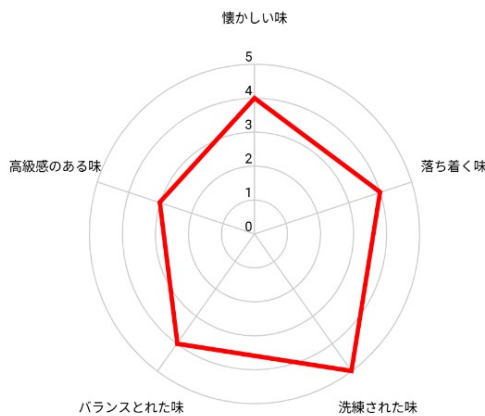
健康・生活様式

午後の疲れが出るころに飲むと、元気になりそう。

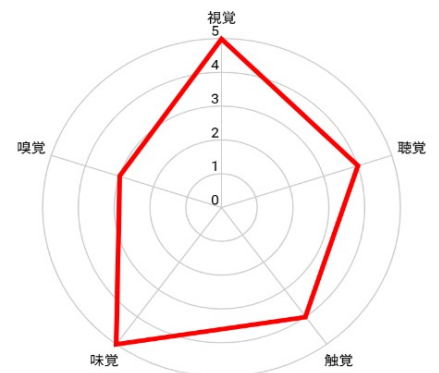
基本五味のレーダーチャート



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 | 1 |

| 広義の味 | 評点 |
|----------|----|
| 懐かしい味 | 4 |
| 落ち着いた味 | 4 |
| 洗練された味 | 5 |
| バランスとれた味 | 4 |
| 高級感のある味 | 3 |

| 五感 | 評点 |
|----|----|
| 視覚 | 5 |
| 聴覚 | 4 |
| 触覚 | 4 |
| 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）

フルーティーな果実さが感じられ、程よい甘味、程よい酸味のバランスの良さが高評価でした。20%の果汁でありながら、果実感がしっかりと感じられ、果汁20%飲料であることでの物足りなさは全くなく凍らせてもおいしい味に仕上がっているところも素晴らしかったです。また、美味しさに健康という要素を加えた点も、現代の顧客ニーズに合ったものであり魅力的な商品設計であるといえます。一方、においがやや人工的で気になるという声、しっかり冷やさないと言さが強調されるという声もあがっていました。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

トロピカーナの文字が印象的な、さわやかで南国を思わせるパッケージは大人向けであり好感されました。ボトルサイズも片手にすっぽりと収まるタイプでもちやすい造りでした。リフレッシュフルーツというネーミングは目的が伝わりやすい一方で、特別な新しさは感じず、話題性を重視する若年層にはやや印象が弱い可能性もあります。一日不足分のマルチビタミンをサブタイトルにしてはどうかという声もあがっていました。またマルチビタミンを強調してパッケージに盛り込んで、という意見もありました。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

健康志向の高まりにより、市場では健康を意識した商品が多くみられるが、当商品は果実飲料+健康の両面を兼ね備えたトレンドに沿った商品になっていると考えます。ビタミンB1・B6・Cを配合により大人の果実飲料というだけでなく、おしゃれで爽やかなビタミン飲料としての側面も加わり消費者にとって選択肢の幅が広がると考えます。一日に必要なマルチビタミンの量を明記してほしいという声もありました。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

トロピカーナの強みである果実の美味しさ。パッケージでの果実の見せ方が印象的であり、写真からもヘルシーさが伝わります。日本を代表するメーカーとして、広報担当の配置、WEBサイトやSNSでのお客様との双方向配信など自社での積極的な広報活動、チームで助けあうホスピタリティーなどが評価されました。グランプリ受賞後はぜひロゴをつけて発信していただきたいです。

5. ブランディング要因

トロピカーナブランドというすでに確立されたブランドであり、知名度の高さは秀逸です。トロピカーナの果実100%飲料に対しての信頼度はたかく、消費者はブランドに対しての安心感と信頼性をもっていると考えます。果汁20%の市場商品は多く、健康市場に注目が集まる中、今後の差別化にも期待したいという声があがりました。一方で、トロピカーナ=キリンブランドというイメージの定着アップを図ってほしいという意見もありました。

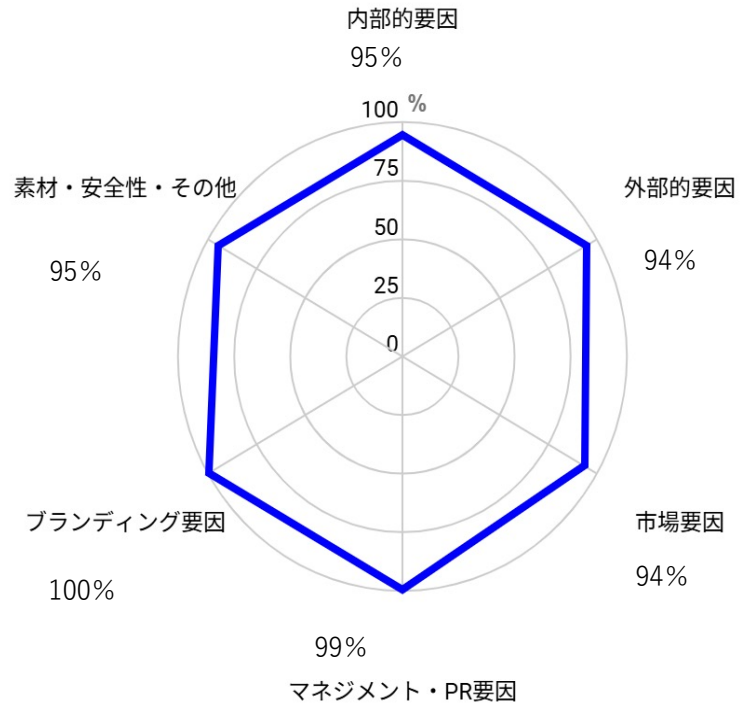
6. 素材・安全性・その他

キリングループとしての原材料安全性保障に関するガイドラインを定められ、原材料の安全性を確保されている点、トレサビリーティー管理、FSSC22000を取得され厳しい国際基準に沿った品質管理がされている点などが評価されました。消費者は安心して手に取ることができ、長期的に安定供給できる体制も企業信頼の強化につながっています。

審査レポート

■ 要因分布

点数分布としては「内部的要因」95%、さわやかな美味しさと健康の両面を兼ね備えた点が高く評価されました。「外部的要因」94%、わかりやすいパッケージデザイン、持ちやすさが高評価でした。「市場要因」94%、健康意識の高まりに応じて一日不足分のビタミンを補うという付加価値が、市場トレンドとの親和性が高いと判断されました。「マネジメント要因」99%、『ブランディング要因』100%、と素晴らしい評価を獲得されました。「素材・安全性・その他」95%、厳格な品質管理体制やFSSC22000認証の実績が好感されました。原材料の安全性への取り組みについて更なるアピールがあってもよいのではという声もあがっています。



■ 総評

まずは、日本を代表する飲料メーカーであるキリングroupの安全性保障ガイドラインに沿った原料の安全性の確保、FSSC22000認証に基づく品質管理、これまで築き上げられた100%果実飲料世界No1のトロピカーナブランドにたいする消費者の信頼度の高さに敬意を表します。

当商品は果汁100%ではなく果汁20%の商品ですが、100%の飲料とは異なるすっきりさわやかな飲み口と、市場要因のトレンドにからめた一日不足分のマルチビタミン配合という付加価値で、20%果汁飲料としての価値を高めていることは大変素晴らしいです。内部的要因の評価として、スッキリとした飲み口、酸味と甘味のバランスの絶妙さ、後味の余韻、凍らせてもおいしい味に仕上がっている点が多く審査員の評価をあげました。また、おしゃれで爽やかなパッケージは大人の雰囲気を感じ、オレンジとピンクグレープフルーツの素材や色はリゾート地を連想させ手にとりたくなるものでした。果実飲料愛用者以外にも選択肢の幅が広がると考えます。また果実飲料のトロピカーナというブランドは、すでに確立されたブランドとしての認知度が高く「ブランディング要因」においては100%という高評価を獲得されています。一方で差別化の意味においても、マルチビタミンの表記については、特徴などの説明をわかりやすく記載してほしい、ビタミンの種類が文字が目立たない、ガイドラインに沿った原材料へのこだわりと安全性をさらにアピールしていただきたいという声もあがっています。当商品の健康と美味しさを両立した商品設計は大変魅力的ですが、今後のさらなる差別化の観点ではブランド力にプラスして明確な強みを強調していきたいところです。当商品は大変優れた商品であり、今回高得点でのグランプリ受賞となりました。グランプリ受賞にかんしても幅広く広報を展開していただきたいです。

当商品の完成度は非常に高いものであり、これからも商品の持つ可能性のさらなる向上を期待します。



〒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