



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

プレミアムにんじんスムージー



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 **プレミアムにんじんスムージー**

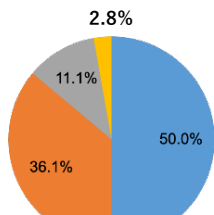
評価結果 **グランプリ** 受賞回・年月 **第96回 (2026年2月)**

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。

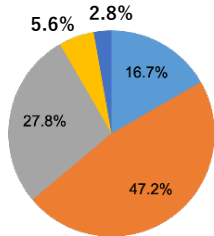
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

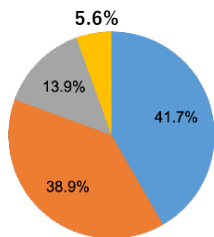
1 この商品に興味がありますか



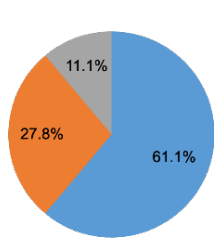
2 この価格で買いたいと思いますか



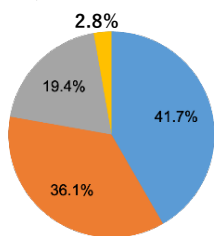
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

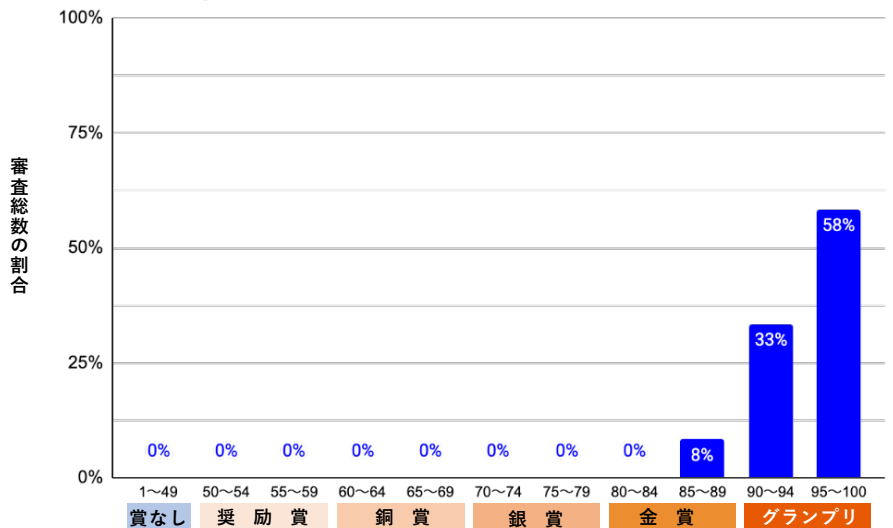
評価が高かった内容

にんじん特有の青臭さが控えめで飲みやすい
 砂糖不使用でにんじん本来の甘みを楽しめる
 果肉が豊富で食物繊維がたくさん摂取可能
 瓶の口径が大きいことで繊維詰まりがなくストレスフリー
 黒田五寸にんじんを生かした商品開発に高いUSPを感じる
 ホスピタリティを重視している姿勢
 健康志向の高まりや飲む野菜市場の成長トレンドに合致

評価が低かった内容

クエン酸の尖った酸味が強く感じられる
 ネーミングに商品特徴やオリジナリティが表現されていない
 ラベルへの砂糖不使用の強調不足
 日常使いとしては、手に取るタイミングを躊躇う価格設定
 商品のみでは背景が伝わらず、価格の妥当性が伝わりにくい
 Web・SNSでの情報発信の不足
 ターゲット層の具体化により更なる成長の余地がある

点数分布



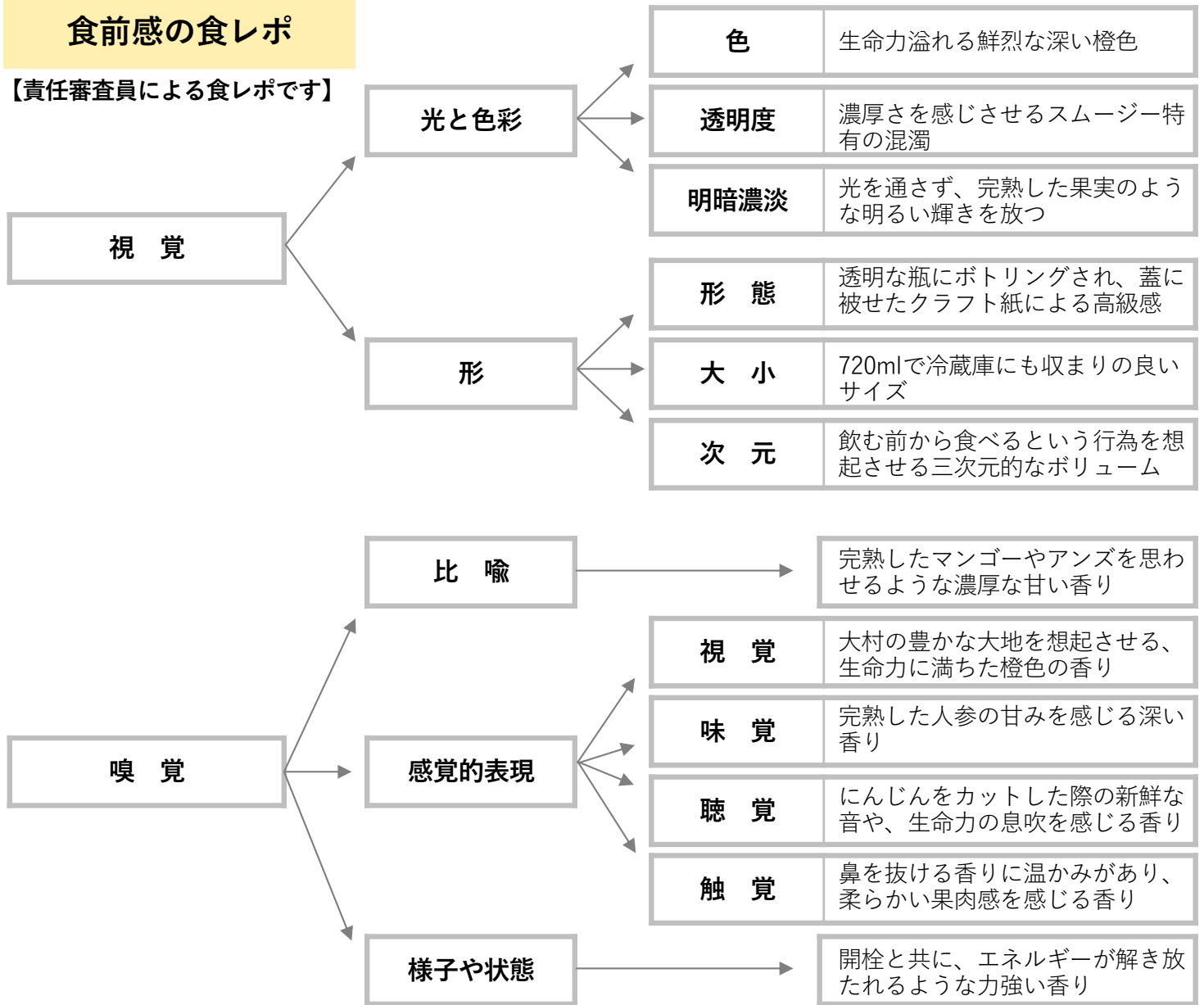
本商品の点数分布は、金賞相当が8%、グランプリ相当が92%となり、高得点層に大きく集中しました。その結果、総合評価94点で【グランプリ】受賞となりました。WEBアンケート結果においても、各項目で「とてもある」「少しある」が6~8割を占め、本商品への興味、ターゲット適合性、USP評価、ネーミングにおいて高い傾向です。一方、価格需要は他の評価項目と比べるとやや慎重な評価となりました。



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

本商品は、パッケージを手にした瞬間から中身への期待が膨らむ商品です。まず目に飛び込んでくる重厚感のある瓶にボトリングされ、蓋をクラフト紙で覆うことで高級感が演出されています。ラベルデザインは銀色を背景にすることで黒田五寸にんじんの希少性と品質の高さを物語り、自分のご褒美や大切な人への贈り物として十分な品格を感じさせます。またその銀色が透明な瓶から見える商品自体の鮮やかで深い橙色をより鮮明にし、着色料を使用せず、大村の豊かな大地が育んだ天然の色合いは、不透明なほどに濃密で期待感を高めます。

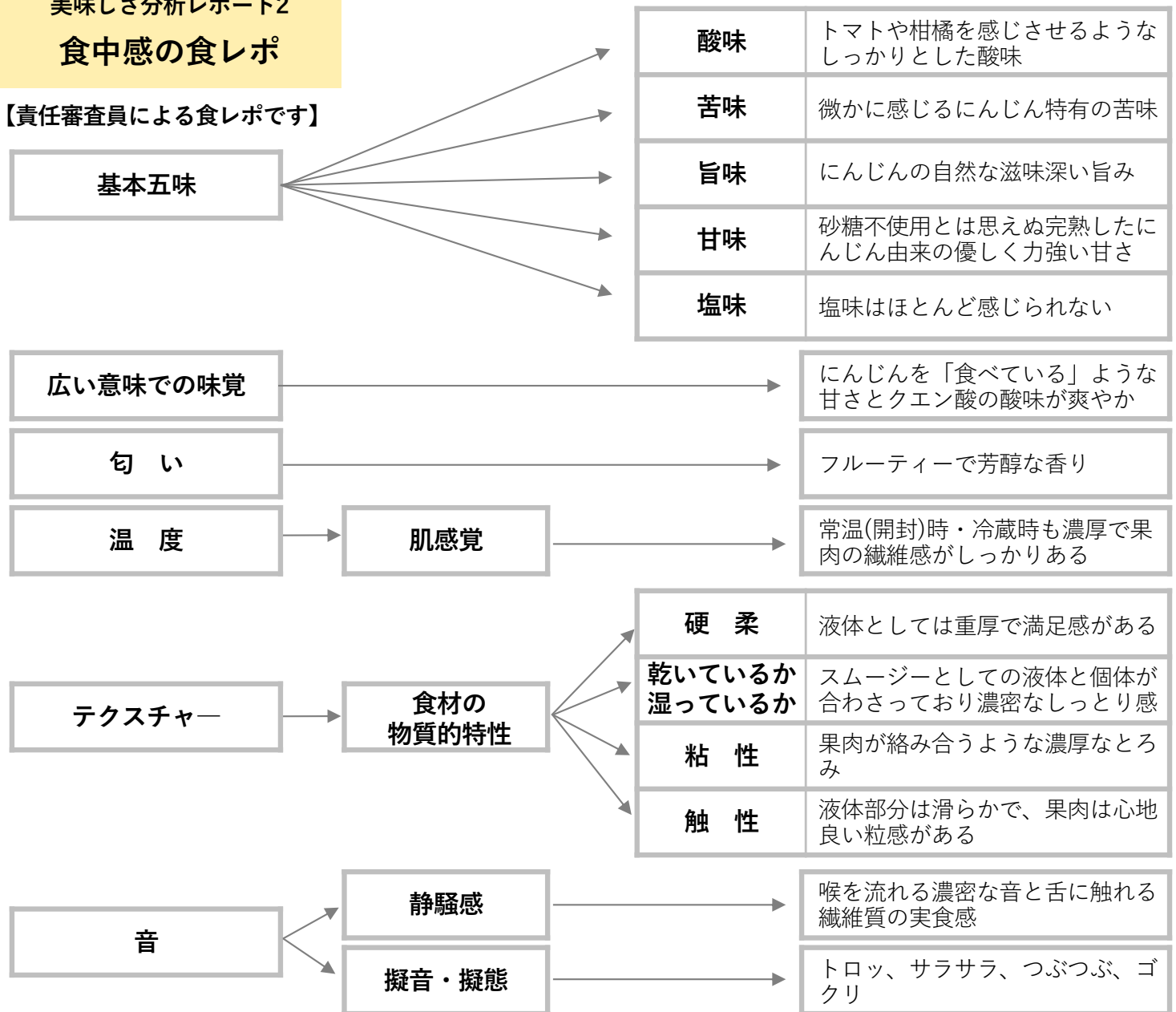
実際にグラスに注いでみると、そのとろりとした質感と目に見える繊維質からは、素材が丸ごと凝縮されていることが一目瞭然であり、飲む前から満足感を確信させてくれます。

さらに、にんじん特有の青臭さは抑えながら、まるで完熟したマンゴーやアズンのような優しく力強い甘い香りに心を掴まれ、食中間への期待が膨らむ商品です。

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

口に含んだ瞬間、野菜ジュースのイメージをガラリと変えてしまうような驚きと多幸感に包まれます。砂糖不使用とは思いがたいほどに完熟した黒田五寸にんじん由来の濃厚な甘みが口いっぱいに広がります。またクエン酸の酸味がしっかりと感じられることで濃厚な甘さがくどく感じず、にんじんの自然な滋味深い旨みも重なることで、重厚かつ洗練された味わいを楽しむことができます。

特に印象的なのはテクスチャーです。スムージーとしての濃密なしっとり感がありながらも、舌の上で感じる心地良い果肉の繊維感は、にんじんを「飲む」のではなく、まさに「食べている」ような実食感を伴い、満足感を与えてくれます。

さらに鼻に抜けるフルーティーで芳醇な香りと自然な旨みが相まって、一口ごとに充足感が更新されていきます。濃厚な繊維感がありながら、決して重たすぎることのないバランスは、素材の力を見事に引き出しています。



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

しっかりした酸味と自然な旨みが続き、口に残る微細な果肉が素材を丸ごと食べたような充実した余韻を与える

気候・地域

季節や場所問わず、体が目覚めるような「元気になれる味わい」を実感できる

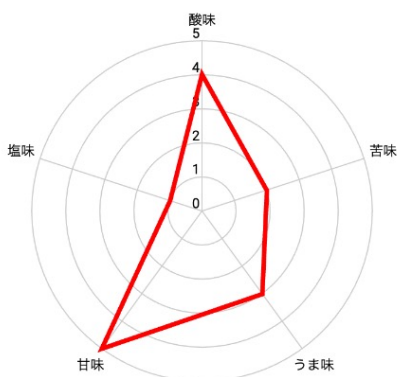
食経験・食習慣

素材の甘みと温かみのある質感に、幼い頃祖母が朝作ってくれたすりおろしのにんじんジュースを思い出し、心が解きほぐされた

健康・生活様式

野菜不足になりがちな忙しい現代人にとって、高品質で注ぐだけで手軽に摂取できることはとてもありがたい商品

基本五味のレーダーチャート



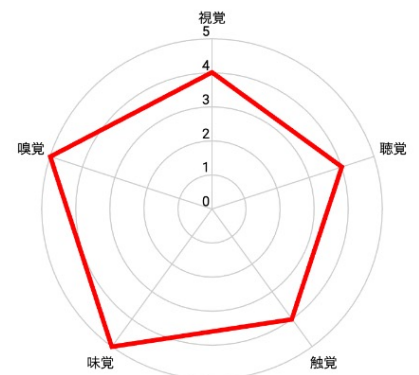
五味	評点
酸味	4
苦味	2
うま味	3
甘味	5
塩味	1

広い意味での味覚のレーダーチャート



広義の味	評点
にんじん本来の味	5
自然な味	4
高級感のある味	5
健康的な味	5
飲みごたえのある味	5

五感に対する感じ方レーダーチャート



五感	評点
視覚	4
聴覚	4
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）

希少な「黒田五寸にんじん」による産地活性化や農家支援の取り組みは、ストーリー性が強く、高く評価され、味覚面では素材の甘みを生かした「食べている」ような満足感が評価されました。クエン酸のしっかりとした酸味は全体を引き締め、爽やかさを演出する一方で、健康志向の層には、添加物への抵抗感を生む懸念があるという声もあがりました。引き続き添加物を最小限に抑える努力に加え、使用目的をHPやSNSなどで丁寧に周知し、納得感と安心感を醸成することが信頼にも繋がると考えます。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

パッケージについて、沈澱を防ぐスクリュウキャップや広めの口径の採用は、利便性に配慮した設計として高く評価されました。銀色のラベルは高級感を演出し、中身の鮮やかな橙色を引き立てています。一方で商品名について、強みが伝わりにくく、「黒田五寸」を加えるなど、希少性やオリジナリティを明確にすべきという声が多くあがりました。また「よく振って飲む」旨の注意書きの視認性が低く、ラベル前面や大きく表記することで、商品の正しい良さを消費者に理解してもらえとを考えます。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

「砂糖不使用」という強みは現代の健康トレンドに合致しており、高級感ある装いはギフトとして十分成立する品質であると高く評価されました。一方、生産背景を知らない消費者には高価格の理由が直感的に伝わりにくい点や、ターゲットを「健康志向全般」と広く設定している点に改善の余地があるという声があがりました。改善策として、黒田五寸にんじんの希少性やストーリー性を深掘りし、ライフスタイルを細分化した訴求を行うことがあげられ、他社との差別化に繋がると考えます。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

広告予算の確保や専任担当者が配置され、広報活動に積極的な点が高く評価されました。また窓口体制も万全で、食品安全を重視する姿勢が明確である点も評価されました。一方、現在は自社販路中心のため認知拡大に限界があり、段階的なチャンネル拡大も必要という声もあがりました。またSNSについて、生産者の想いなどストーリー性豊かなコンテンツを増強することで、飲料に「情緒的価値」を付与し、高価格でも納得して指名買いされるギフトへの昇華が、収益性のさらなる向上に繋がると考えます。

5. ブランディング要因

黒田五寸にんじんを軸とした高いUSPと、「物売りになるな」という社長方針に基づく現場のホスピタリティが、他社にないブランド価値を構築しています。高級感を核に、価格やふるさと納税展開など要素間の一貫性もあり、全国ブランド化への道筋が明確です。一方、ブランド軸が高級感に偏り、健康や地域、生産者の価値など多面的な訴求には伸びしろがあると考えます。今後は今回の受賞実績を反映しつつ、メディア戦略やシリーズ化を推進し、ストーリー性をブランドの核に据えた重厚な世界観の構築が期待されます。

6. 素材・安全性・その他

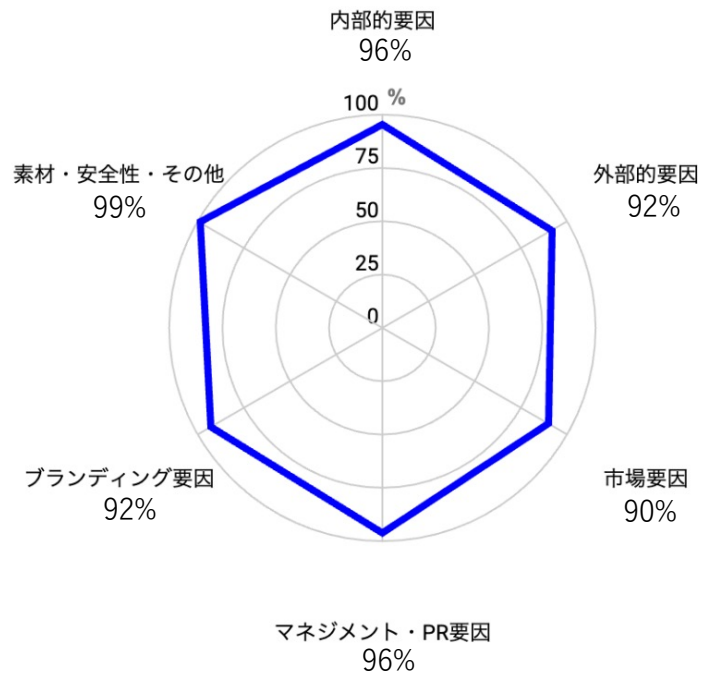
HACCPに基づく衛生管理や全量検査、月一回の食品安全委員会など、安全が企業文化として定着し、信頼性が極めて高いです。トレーサビリティを確保し、砂糖不使用を実現した点も高く評価されました。一方、原料の希少性ゆえの長期供給リスクや、酸味成分への誤解が課題という声もあがりました。今後は製法のこだわりをSNSなどで可視化し、有機栽培や添加物低減を追求することにも期待します。また残渣再利用など循環型農業への取り組みを打ち出せば、サステナビリティの観点からも価値は一層強固になると考えます。

審査レポート

■ 要因分布

本商品は全要因で90%を超える極めて高い評価を得ました。特に「素材・安全性・その他要因」は99%でHACCP準拠の管理体制や砂糖不使用が高く評価されました。美味しさやストーリー性など商品の魅力度を示す「内部的要因」と、組織的な推進力や広報体制を示す「マネジメント・PR要因」はいずれも96%と高い評価を得ています。

一方、パッケージや商品名の魅力度を示す「外部的要因」、ブランド力や一貫した戦略を示す「ブランディング要因」はいずれも92%。「市場要因」は、健康トレンドに合致しているものの、ターゲット設定（健康志向全般）が広いことや、日常飲用には高価格な点などの課題により、90%と他の要因より低い評価に留まりました。



■ 総評

まず、長崎県大村市発祥の伝統野菜である「黒田五寸にんじん」を大切に守り抜き、その価値を最大限に高めて世に送り出そうとする関係各位の情熱と弛まぬ努力に対し、審査員一同、心から敬意を表します。

本商品は、砂糖不使用ながら素材本来の深い甘みを引き出し、たっぷりの果肉感、クエン酸による爽やかな味わいを実現した贅沢な野菜スムージーです。鮮やかな深い橙色の「見た目」、豊富な「食感」、素材の良さが際立つ「味覚」の三拍子が揃った完成度は極めて高いです。また砂糖・着色料を排した姿勢は現代の健康トレンドに合致しており、後継者不足に悩む伝統野菜の消費拡大や生産者の所得向上を目指した開発背景も、深いストーリー性を有しています。

組織面では、HACCP準拠の管理体制や月一回の食品安全委員会の開催など、安全を企業文化として根付かせた規律の高さが強みとなっています。また広口ボトルの採用や、広報専任担当の配置、戦略的な広告予算の運用といった組織的な推進力も目覚ましいです。これら細部には、社長が掲げる「物売りになるな」というホスピタリティの精神が具現化されており、消費者への誠実な視点が高く評価されました。

一方、飛躍に向けた課題点として、現状のネーミングやデザインでは、希少性や背景にあるストーリー、その真の魅力が消費者に直感的に伝わりづらいという声が多くあがりました。また毎日飲める商品を求める健康志向層にとって、日常使いとしては躊躇する価格設定であるからこそ、今後は「黒田五寸にんじん」というブランドを全面に出したアイデンティティの強化が不可欠です。高単価を正当化する情緒的価値を可視化し、市場とのコミュニケーションを深めることで、より一層のファン拡大に期待が持てます。

総じて、本商品は地域の宝を全国へと広めていく大きな可能性を秘めています。今回の受賞を機に、貴社のご活躍と更なる発展を審査員一同、心より祈念申し上げます。





Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション