



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート



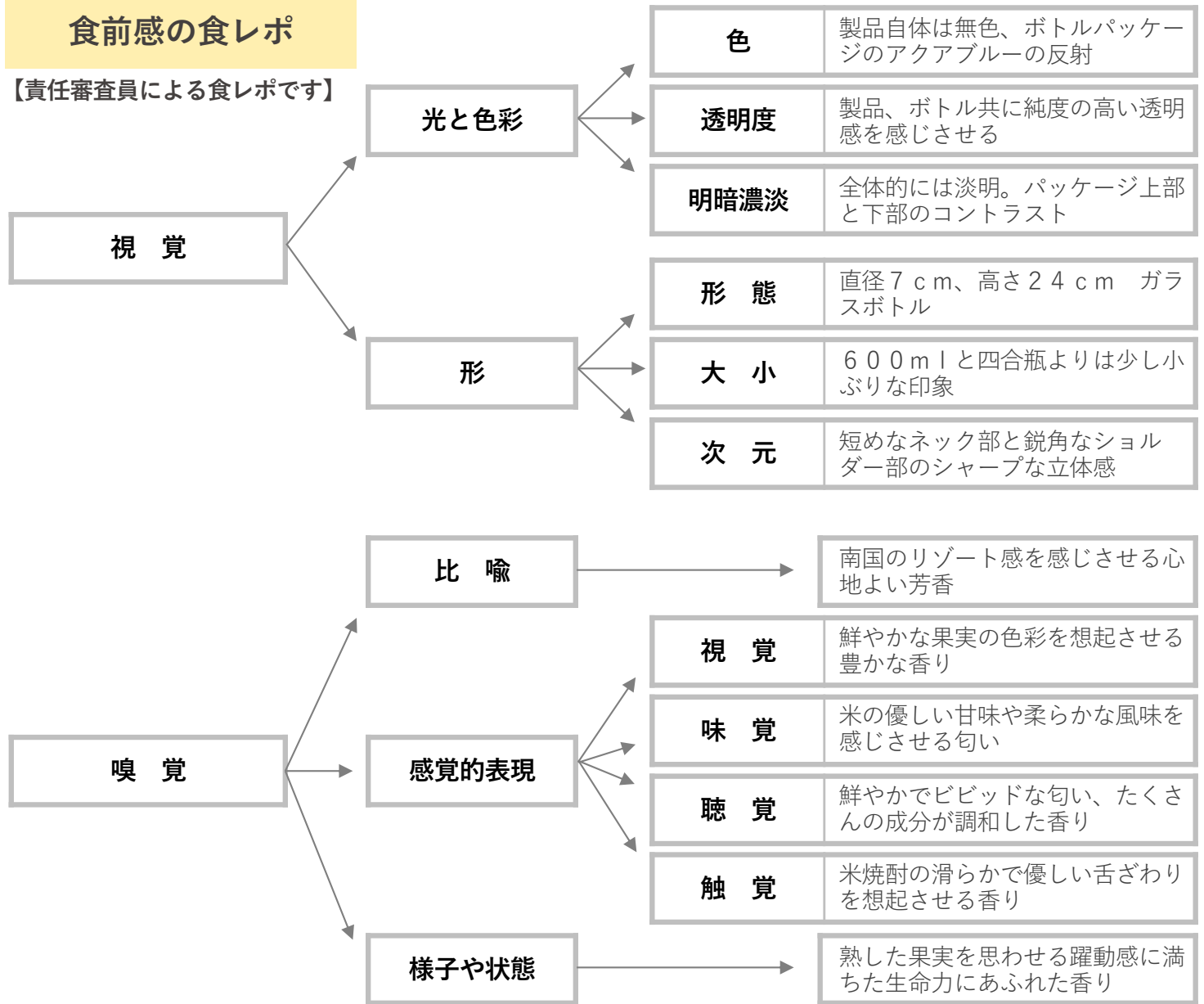
食の情報の専門家
一般社団法人
日本フードアナリスト協会
Japan Food Analyst Association Certified



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

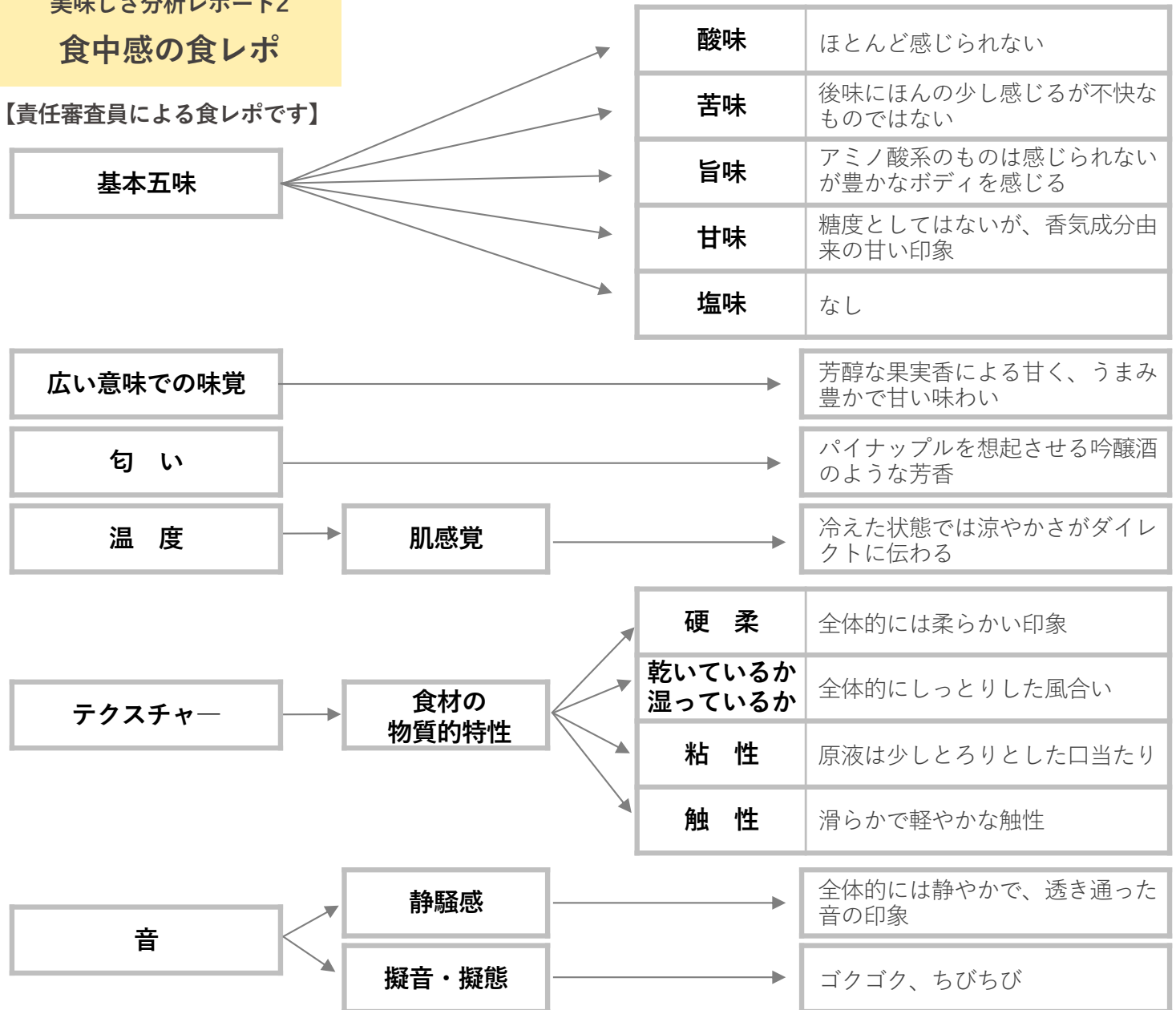
当該商品の外観はスタイリッシュで魅力的なデザインであると言えます。ボトルデザインは、一般的な焼酎のものとは一線を画し、スリムで細身のデザインに加え、ボトルの短いネック部や鋭角なショルダー部のスタイリッシュなフォルムが特徴的です。また、パッケージは全体的には上部の銀白色と下部のアクアマリンを思わせる鮮やかな水色とのコントラストのバランスも良く、それぞれのグラデーションも印象的で、中央の「米」を模したロゴとの一体感を為し、洗練された上質な高級感を演出しています。加えて、見る角度によってはパッケージの水色が中身に投影され、商品が持つ透明感やフレッシュさをイメージさせます。手に取ると重量感はあまり感じず、直径7cmというサイズは店頭や食卓においても女性でも手に取りやすいサイズと言えます。グラスに注いでみると正に果実感にあふれた香りの波が立ち上ります。まるでフレッシュな吟醸酒が有するパイナップルに似た香りが広がります。グラスから立ち上る香りは、鮮やかな黄色の輝きを持ち、ジューシーで爽やかな香りが鼻腔を満たし、味への期待感が大きく高まりました。



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

まずはおすすめの飲み方であるソーダ割りを試してみましたが、香りは非常に爽やかであり、飲む前から期待感が高まります。

香りには、米焼酎の特徴的な甘さと爽やかさ、CANBACYならではの、の果実香が感じられ、飲む前から非常にリラックスした気分になりました。

一口飲んでみると、まず口に広がるのはソーダの爽やかさと心地よい香気成分です。ソーダの炭酸が口の中で広がり、喉を通る爽快感があります。この爽やかさが、全体の味わいを引き立てています。

次に、米焼酎独特の味わいが現れます。米焼酎は、他の焼酎と比べて比較的穏やかな味わいが特徴であり、米の甘みや香りが感じられ、CANBACY独特の風味がソーダとの相性をより一層引き立てています。

また、CANBACYのソーダ割りは、食事との相性も抜群です。その鮮やかな味わいからこってりとした肉料理だけでなく、あっさりとした和食や魚料理との相性も良く、どんな料理にも合いそうです。

次にロックで飲んだ時の印象は、爽やかでフルーティーな香気成分がよりビビッドに味わえ、香りの広がりを感じました。

パイナップルに似た強い果実香の甘酸っぱい香りとうまみ豊かな味わいが口の中に広がり、さらには高いアルコール度数によるしっかりとしたボディ感との相乗効果により、さらに味わい深さが増すように感じました。



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

最後まで残る果実感あふれる香気成分。ソーダ割ではすっきり感、ロックで飲んだ際はしっかりとしたボディの重量感

気候・地域

商品の見た目やソーダ割など、飲み方は暑い夏にぴったり

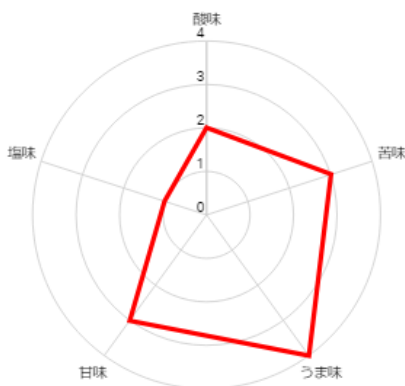
食経験・食習慣

焼酎のライトユーザー向けの癖のなさ、無糖RTD市場ユーザーにも親和性の高いフレーバー

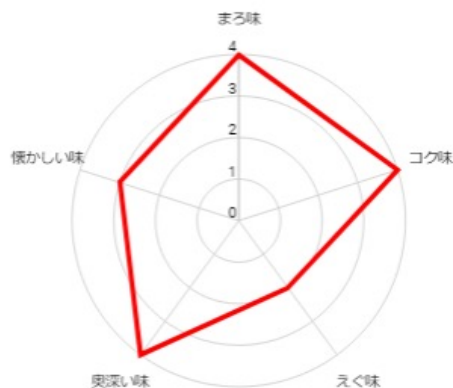
健康・生活様式

焼酎の低カロリーで健康的なイメージ。家飲みで盛り上がる風味の話題性。

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	3
うま味	4
甘味	3
塩味	1

広義の味	評点
まろ味	4
コク味	4
えぐ味	2
奥深い味	4
懐かしい味	3

五感	評点
視覚	4
聴覚	2
触覚	3
味覚	4
嗅覚	5

1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

ほとんどの審査員がその味については高評価でした。
 飲む前から立ち上るフレッシュな果実を想起させる芳醇な香りについての評価は高く、すっきりした飲み口ながらしっかりとした味わいにより多くの審査員が満点としました。
 パイナップルを思わせる香気成分は「吟醸香」と呼ばれるフルーティーな香りであり、酵母が発酵するとき生成される香気成分である「カブロン酸エチル」と呼ばれる吟醸酒系の日本酒に多く見られる香りの成分と思われます。
 同成分を主体にした焼酎は希少性もあり、その点において市場価値として評価されました。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

まずネーミングについては商品の芳醇で香しい芳香の良さを表現した「CANBACY=芳しい」という言葉遊びもオリジナリティに溢れて概ね審査員の評価は高い一方、「情報のない初見では理解し辛い」「ターゲットとする若者の語彙認識があるか」という意見も散見されました。
 外見についてはシャープな印象のボトルデザインに加え、シルバーと淡いブルーのグラデーションを活かしたパッケージが印象的であり、見る角度によってはパッケージのアクアマリンを思わせる水色が中身にも投影されて幻想的な雰囲気も感じさせます。パッケージの中央に配した「米」という感じを模したデザインも印象的であり、総じて審査員からの高評価を得ました。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

昨今のRTD市場のトレンドとして無糖チューハイは確固たる存在を示しています。その多くは果実系であり、特にフレッシュなフレーバーを好む若年層に対して、本商品は芳醇な芳香を有していることから、大きなベネフィットを有していると言え、売価設定含めて高い評価を得ました。
 ただ、ご認識されている通り「焼酎を割って飲む」という行動に対する認知開拓は必須であり、タイムパフォーマンスを重視する若者世代に対してのアピール方法のブラッシュアップは必須と思われます。
 タイパに勝る、コスパの訴求や、飲むまでの行動や一連の流れを楽しむ工夫や演出をターゲットに対して提案する事が重要かと思われます。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

マネジメントの機能としては半世紀以上の歴史を持つ企業であり、現在はオエノグループの一翼を担うグループ企業として十二分の機能を有していると想定されます。
 また、広報については既存製品の販路を中心にマス戦略を中心に展開されているように見受けられますが、現在、X（旧Twitter）、Instagram等での展開もされており、フレームワークとしては一通りのツールを用意されていると思われます。
 HPは商品ブランドサイトについては充実しており、必要十分に網羅されておりましたが、福德長ブランドイメージを周知するサイトが見つからなかった事について言及するコメントも見られました。

5. ブランディング要因

「博多の華」については言わずもがな、量販店やCVSでの、認知度は相当高い存在です。
 そんなキラーコンテンツを持つ貴社が新機軸として新たな商品コンセプトの元、製法にこだわり抜いた新機軸の展開は非常に興味深いものです。
 さらには確固たる歴史ある清酒造りの技法を取り入れている事により味や風味に対する安心感については消費者に対して十分な訴求があると評価されます。
 商品ブランドサイトにおいても吟醸酒に技法を取り入れている事や困難な温度条件や職人による攪拌の高度な技術が良く伝わり、一定のブランディングが確立されている事も評価されました。

6. 素材・安全性・その他

昨今の食品偽装や食品・サプリメント等の健康被害等の問題を受け、商品の安全性や品質管理に対する一般消費者の目は製造ラインの大小を問わず、年々厳しいものになってきています。
 貴社においてはISO9001、FSSC 22000に則った衛生、品質管理基準の導入や保存料や着色料の不使用、トレーサビリティ管理、国産原料米の原料使用等、原料の高度な安全性の確保に対する体制が確認されました。
 また、商標、特許の取得により、他社競合との差別化も図れており、多くの審査員より総じて高い評価を得ました。

審査レポート



商品名

CANBASY (カンバシー)

評価結果

グランプリ

受賞回・年月

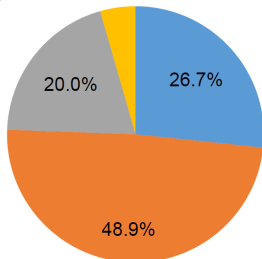
第78回 (2024年8月)

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。

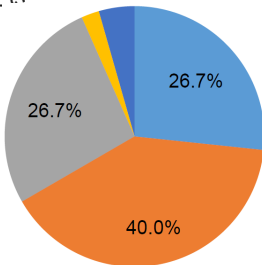
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

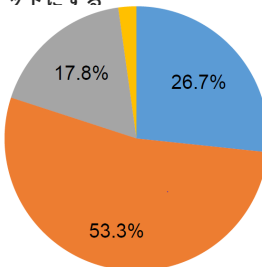
1 この商品に興味がありますか



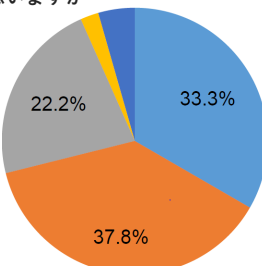
2 この価格で買いたいですか



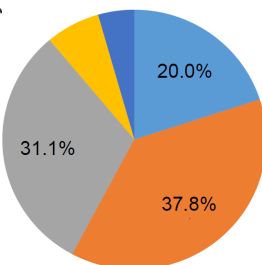
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いませんか



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

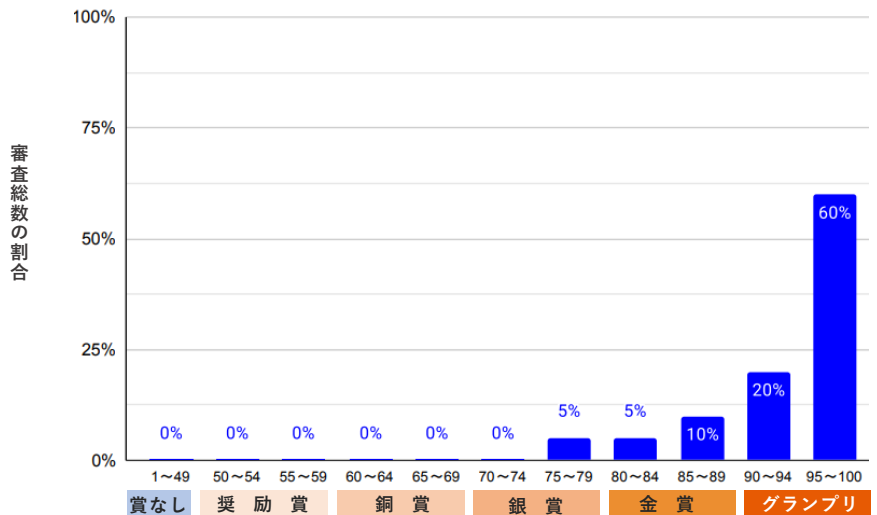
評価が高かった内容

フルティーでフレッシュな香りは、焼酎のイメージが覆る
吟醸酒を想起させるビビッドな香りが良く、すっきりと飲める
ボトルデザインのレベルが高く、ストーリーを感じさせる
女性でも手にとりやすいスタイリッシュなパッケージデザイン
味とパッケージの志向性とマーケティングがマッチしている
様々な媒体において、情報発信や広報活動がなされている
安心安全に対する取り組みや管理をしっかりとっていて印象が良い

評価が低かった内容

「芳しさ」を若者が理解できるか未知数
パッケージが淡い色使いで、インパクトが弱い
商品名は面白いが、サジェスションがないと分かりにくい
HPは充実しているが、福德長ブランドの訴求が弱い
ターゲットを中年層にも広げ、より多くの人へアピールしたい
中央の「米」ロゴはもう少し漢字としてわかりやすくても良い
新しい取り組みで購買層を広げてほしい

点数分布



事前のアンケート結果では約76%の審査員の興味を引き、80%の審査員が市場におけるターゲット層の多さに対する評価が高かった半面、価格やネーミングについての評価は事前情報の少なさからやや低い結果となりました。審査結果の点数分布として、銀賞相当が5%、金賞相当が15%、グランプリ相当が80%を占めた結果、総合評価94%となり【グランプリ】受賞となりました。商品自体の美味しさや特徴的なパッケージから内部的要因、外部的要因の評価が高く、老舗酒造メーカーとしてのブランディング力も高評価となり、全体の高評価につながりました。

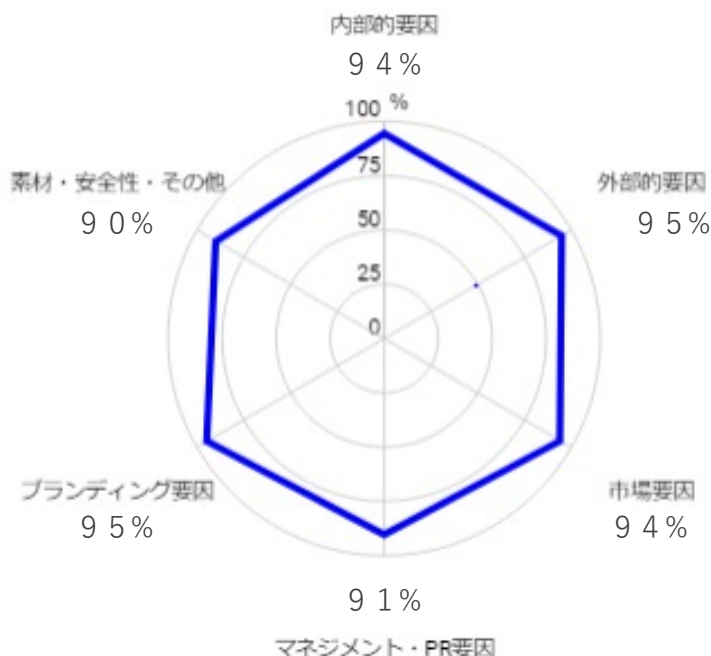
審査レポート

■ 要因分布

味や香りなど五感からなる商品自体の魅力を表す「内部的要因」が94%となり、清酒造りと焼酎作りの技術を融合した技術に裏打ちされた芳醇な味と香りが高く評価されました。

「外部的要因」もスタイリッシュなボトルと商品イメージを巧く体現したパッケージやロゴデザインが高く評価され95%、そのマーケティングについても本商品の特性を最大限活かした市場への打ち出し方が評価され「市場要因」も94%、「博多の華」等の確固たる商品による安心感のあるブランディングにより95%と、いずれも高い評価となりました。

「マネジメント・PR要因」についてもHP、SNSへの取り組みや各種窓口が正しく確立されている事、商品の安全性を担保するスキームについて必要十分な体制が整えられている事から「素材・安全性」も高く評価され、全体を通してはバランスの良い大きな六角形となりました。



■ 総評

焼酎というものは本当に面白いお酒です。製法は基本的に同じだとしてもその原料については多岐に渡り、スタンダードな米・麦・芋・黒糖だけでなく栗や銀杏、トマトやピーマン果ては牛乳を主原料にしている、なんていう変わり種もあります。同じ蒸留酒でもブランデーはぶどう、ウイスキーは麦とトウモロコシ、ラムはサトウキビとおおよそ原料が特定される海外の蒸留酒と比較しても焼酎は多種多様な原料から製造される類稀れなお酒と言え、日本という同じ国内でも地域によって気候風土が大きく異なる事で収穫できる素材の多様性が大きく影響しているものと推察されます。また、成分としては水とエタノールがほぼ全体を占める中、たった1%未満の香気成分がその味を決める、という点も面白く、原料のみならずその香気成分を発生させる酵母による発酵の技術によってその味が大きく変化することが知られています。

本商品「CANBACY」は一般的な焼酎では珍しい、リンゴやパイナップルを想起させる豊かな果実感あふれる香気成分が多く含まれており、この香気成分はカブロン酸エチルと呼ばれ、この成分は吟醸酒系の日本酒に多く見られる香りの成分であり、このような焼酎を作り上げるには「香り酵母仕込み」や徹底した温度管理等、貴社の歴史と伝統に裏打ちされた技術により、焼酎のみならず清酒の製法の高次元でのコラボが為せる技と言えます。

現在、アルコールの主要カテゴリーであるRTDについて、その市場規模はコロナ前の2019年に比べ約1.2倍になっている（出展：サトリ-RTDレポート2023）中、さらに無糖RTDについてはそのシェアを年々加速させており、甘くない＝低カロリーかつどんな食事に合う、香りでリラックスできるという点が評価されていると思われ、そういったフレーバーの観点からも「CANBACY」はトレンドに合致したものであると言えます。ただその一方、本商品をターゲットとする若者世代にとってRTSはタイムパフォーマンスを嫌気される可能性があり、ご認識されている通り、「割って飲む」行動様式の提案は必須であり、タイパを上回るコスパや、飲むまでの行動（氷や本商品とソーダを注ぐ、マドラーで混ぜる工程やそのシーン、仲間と一緒に作るシーン）を楽しむ工夫や演出をターゲットに対して様々なメディア、ツールを通じて訴求する事が重要になってくると思われまます。

酒造業にとって現在の市場は、少子高齢化に伴う全体の市場減や若者のアルコール離れ、大手メーカー含めて多数の強豪との市場争い等に加え、人手不足や原料や人件費の高騰等、厳しい課題が多々あると思えます。そういった厳しい状況の中、貴社におかれましては今回のグランプリ獲得を機に今一度、マーケティングや販促手法にさらなる磨きをかけ、弛まぬ研鑽を続けられ、より一層ご発展される事を審査員一同、心より祈念いたしております。



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

〒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