



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート



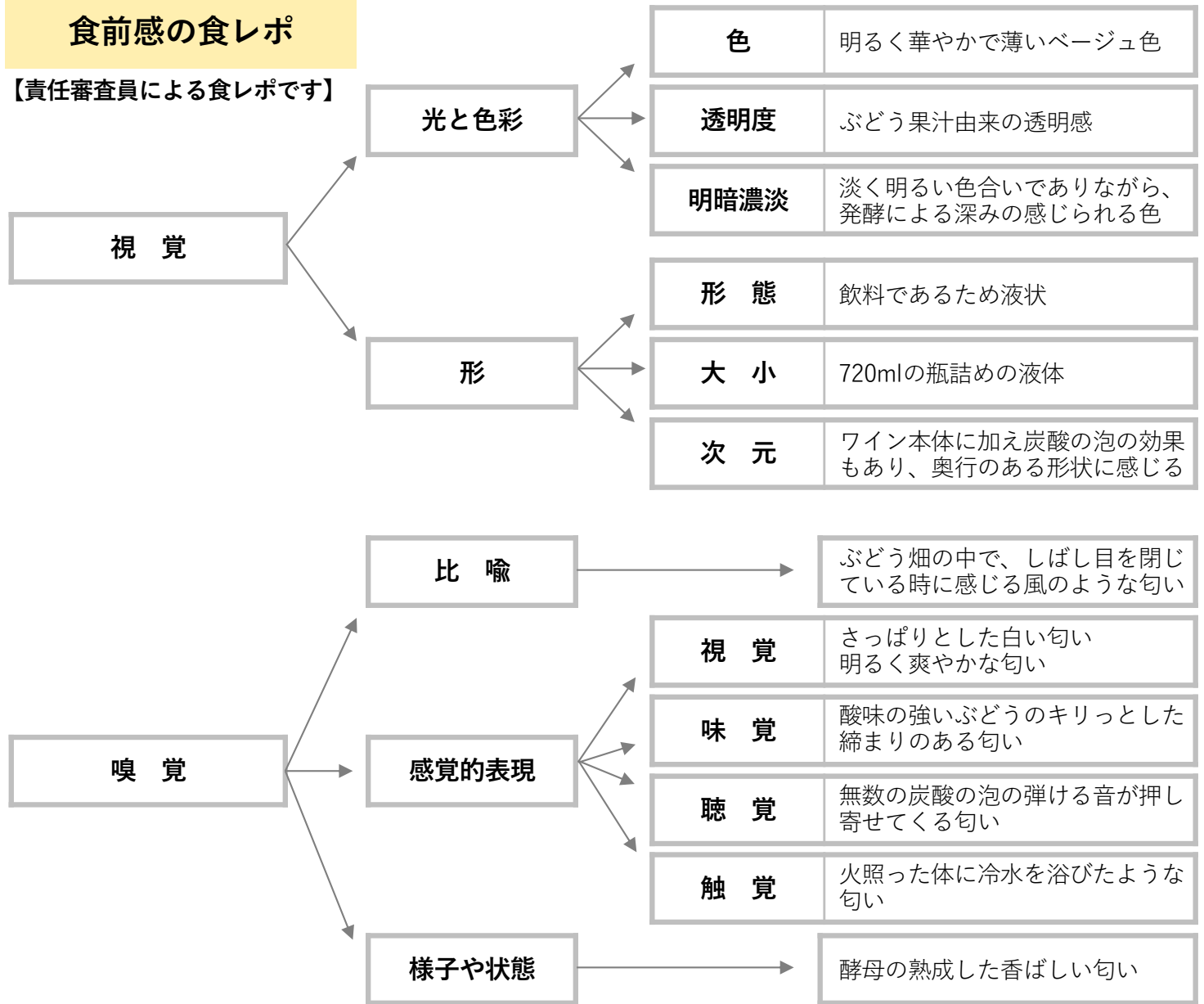
食の情報の専門家
一般社団法人
日本フードアナリスト協会
Japan Food Analyst Association Certified



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

見た目は、明るく華やかな感じの薄いページュ色で、ぶどう果汁の透明感があると同時に淡く明るい色合いでありながら、発酵による深みといったものが感じられる色になっています。

内容量は一瓶が720mlであり、ごく一般的なワインボトルです。スパークリングワインは一度開栓したものは飲み切るのが通例で、一人で飲むには難儀ですが、多くの場合複数人が集まったパーティーや祝いの席で振舞われるものなので、何ら問題はありません。

匂いは、非常にキリッとした締まりのある匂いであると感じました。原材料として、日本産のぶどうを100%使用しているとされる当商品は、例えるならぶどう畑の中で目を閉じている時、冷涼な風が頬を撫でていくような匂いであるとも表現できるでしょうか。

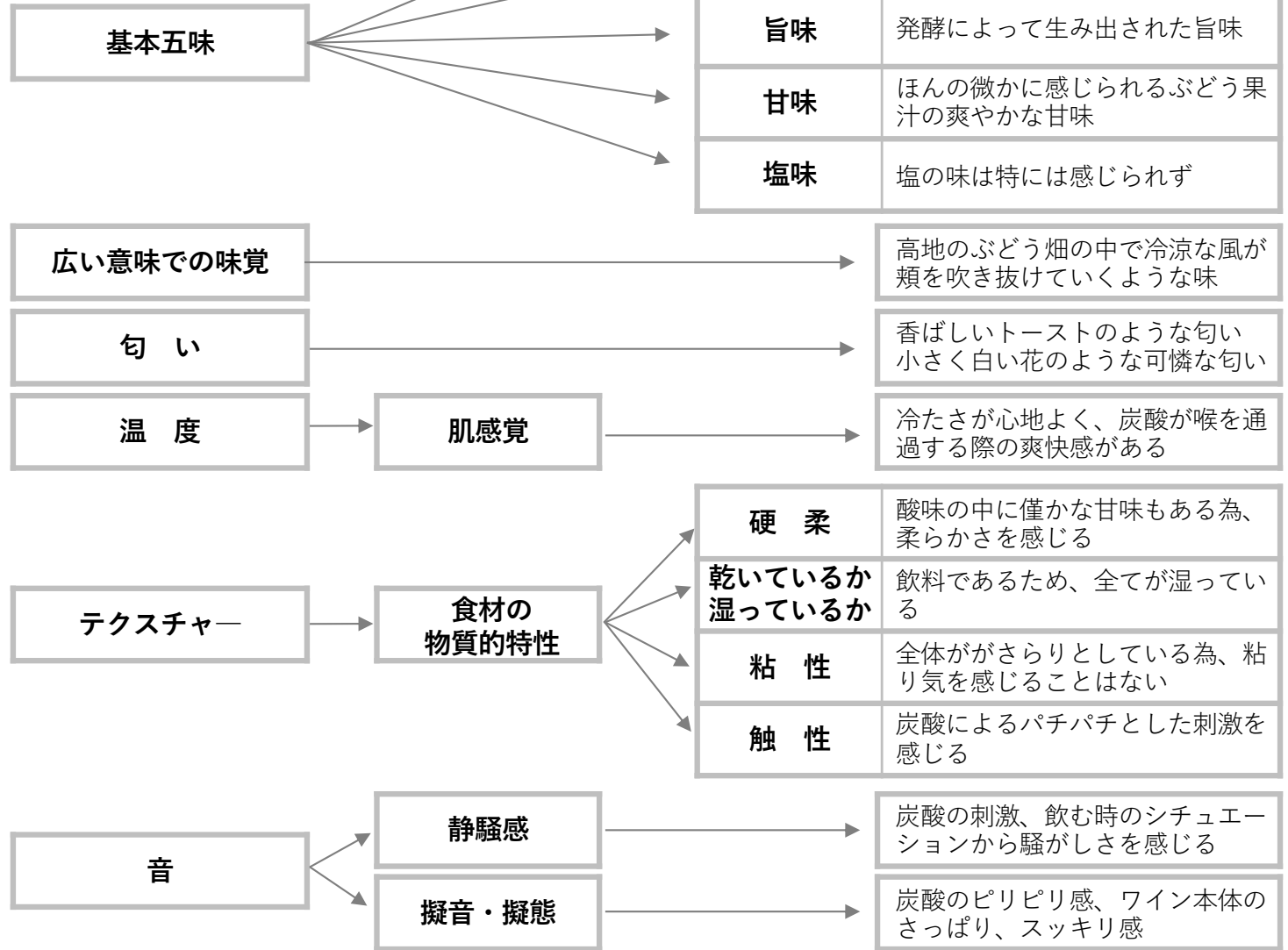
商品はスパークリングワインである為、手に持った時のズシリとくる瓶の重さに文字通りの重厚感を感じます。そしてラベルに描かれているぶどう、日本のあわの商品名は主張が強くなく、いずれも日本人が美德とする慎ましやかなものであると感じ取ることができました。



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

シャンパンをはじめとするスパークリングワインは、まず栓を開ける時の緊張感があります。栓が飛び出さないよう、泡が漏れ出さないよう慎重に開け、炭酸の持続を考え細長いワイングラスに注ぎ、口に含む前にしばしその香りを楽しむことから始めました。原材料であるぶどう、そしてすだちやかぼす等の和柑橘類を想起させる爽やかな香りが素晴らしく、飲む前に嗅覚だけでも十分に楽しむことができました。

基本の五味について、まず酸味は当商品は辛口のブリュットである為、原料であるぶどう由来のもの、そして和柑橘類のような二つの酸味が感じられました。苦味はその酸味の陰にわずかながら舌に残るものがあり、ワインの味の要諦である旨味は、ぶどうの発酵の過程により生み出されたものが感じられました。甘味は酸味が全体を支配している中で、ほんの微かにぶどう果汁由来の爽やかな甘味がありました。唯一、塩味だけは当商品からは感じ取ることのできなかつたものです。

シャンパンは特にそれを口にするのは、複数の人が集まるパーティーやお祝いの宴の席が多く、スパークリングワインも同様に、炭酸の刺激をはじめアルコールによる高揚感の効果からも、良い意味で騒がしいイメージのものであると考えます。



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

ぶどうと和柑橘類のさっぱりとした酸味と炭酸の刺激により、飲み込んだ後にも口中にその余韻が残り爽やかな後味

気候・地域

さっぱり、爽やかであることが身上のスパークリングワインは、暑さが厳しく湿度も高い日本の夏には特に受け入れられる

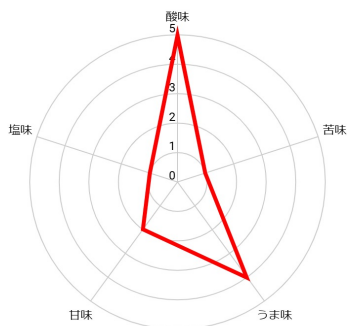
食経験・食習慣

多くの日本人にとってワインは食習慣に馴染みの薄い飲み物であり、それに合わせる料理を初めまだ食経験は浅い

健康・生活様式

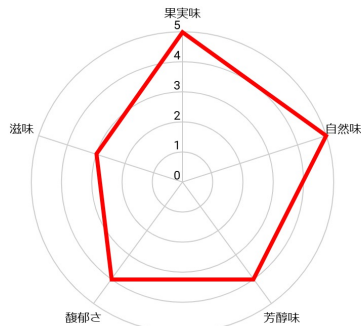
白ワインの健康効果はかなり認知されており、日々の生活の中で習慣として飲むことを取り入れている人も少なからずいる

基本五味のレーダーチャート



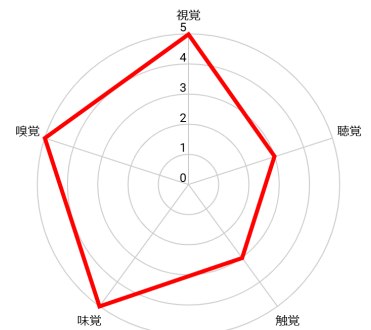
五味	評点
酸味	5
苦味	1
うま味	4
甘味	2
塩味	1

広い意味での味覚のレーダーチャート



広義の味	評点
果実味	5
自然味	5
芳醇味	4
馥郁さ	4
滋味	3

五感に対する感じ方レーダーチャート



五感	評点
視覚	5
聴覚	3
触覚	3
味覚	5
嗅覚	5



1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

スパークリングワインの一種であるシャンパンは、祝い事や特別な席で振舞われることが多く、その為に当商品をグラスに注ぎ、キリッとした泡立ちを目で確かめ、手に持った時にはアルコールを口にする前に既に高揚感がありました。まず香りを確かめてみると、日本産のものを100%使用しているとされるぶどう由来の華やかな香りと、爽やかな柑橘系の果物の香りもすることに興味をそそられ、口に含むと白ワインのさっぱりとした酸味に加え、チリチリ、パチパチと弾ける炭酸が口中を心地良く刺激し、飲み込んだ後もしばし香りと酸味が残りさわやかな後味となっていました。辛口のブリュットであること、原材料に甲州産のぶどうを使用していることが、高温多湿の日本でも広く受け入れられる商品であると考えます。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

見た目ではグリーンの遮光ボトルとラベルのデザイン、ネーミングでは日本のあわは、もしかすると炭酸を含む日本酒と誤解してしまう人も少なくないと思われます。しかし、スパークリングワインを「あわ」という簡潔明瞭な言葉に置き換え、甲州産のぶどうを原材料に使用し、日本ワインの代表となるブランドに育てたいという思いからこう名付けたという説明文を読み、なるほどと納得した次第です。また、ラベルに描かれているぶどうと商品名の日本のあわのロゴはいずれも控え目で、これは日本のスパークリングワインだと主張し過ぎていないところは、謙虚さや慎ましやかさを美德とする日本人にはとても美しいものと受け止められるのではないのでしょうか。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

市場に於ける日本のあわの最大の売りは、やはり日本庭園のようなワイン造りを目指し、日本産のぶどうを100%使用しているスパークリングワインであることに尽きます。明治初期の頃より、山梨県の甲州をはじめとし、ぶどうの栽培が盛んな地域で国産のワインを製造・販売していたという歴史がありますが、現在でもスーパーマーケットで販売されているワインのほとんどは外国産であり、まして国産のスパークリングワインはその数は決して多くはなく、価値が高いものであると言えます。国産のワインは外国産の比較的価格帯のものと比べると、値段がやや高いという印象がありますが、当商品は、味、香り、安全性その他のクオリティの高さから考え、設定している価格は全く順当なラインであると思われます。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

御社WEBサイトでの商品ラインナップの紹介やSNSでの積極的な広報活動をはじめ、コンクールへの出典、商品によって社会的な価値と経済的価値をともに創造しようという取り組みには、非常に感心させられます。特にCSVへの取り組みは、とりわけ先見の明を持つ企業に於いては重要視されているものです。自分達がいかに優れた商品を作っているか、いかにしてその良さを広く多くの消費者に知ってもらうか、その意識をしっかりと持っているが故に、メルシャン様は様々な広報活動に取り組まれているのではと考えます。オンラインショップでの商品の販売も行われている点も、現代の市場では食品や飲料もインターネットで購入するのが常識であるとされる風潮に合っているものです。

5. ブランディング要因

今年で設立より90年という老舗の酒類製造メーカーであり、ワインを中心とした酒類の製造・販売を行う御社は国内に於いても抜群の知名度の高さを持ち、そのブランド力を発揮されています。クリスマスといえばスパークリングワイン、スパークリングワインといえばメルシャンというのは、責任審査員である私をはじめ、多くの日本人はそのことがすぐに頭に浮かびます。国産ワインのパイオニアとされ、世界に誇れるメルシャン様の商品ですが、とりわけ日本のあわは、日本産のぶどうを100%使用し、広く多くの日本人に受け入れられるばかりか、ワインの本場であるヨーロッパのものと比較しても、何ら遜色の無い胸を張って全世界で販売できるブランド力を持った商品であると思います。

6. 素材・安全性・その他

まず何よりも、原材料であるぶどうが日本産のものであるということに素材への安心感があります。そして食品安全システム認証に基づく安全・衛生・品質管理、トレーサビリティ管理に加え、農薬検査、放射性物質に対する安全への取り組みまで行われている点については、食品製造に関する安全管理にはとりわけ厳しい国であるこの日本に於いても、全く持って一部の隙も無いと感嘆する他はありません。また、資料によれば再生可能エネルギー100%化の取り組みや、環境省による自然共生サイトに認定されるされる等、優れた商品を安定して提供する為の企業努力もされており、これらについても、我が国でワインといえばそれはメルシャン、と多くの人に支持される要因になっているものと考えます。

審査レポート



商品名 日本のおわ

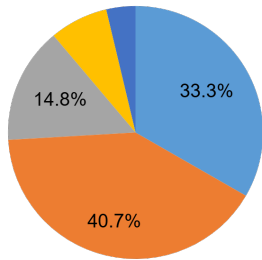
評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第78回 (2024年8月)

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。

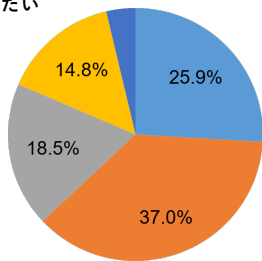
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

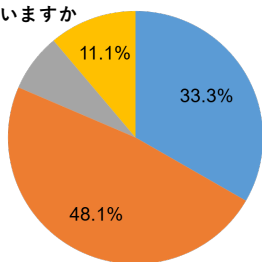
1 この商品に興味がありますか



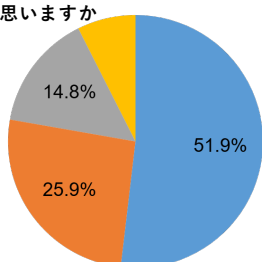
2 この価格で買いたいと思いますか



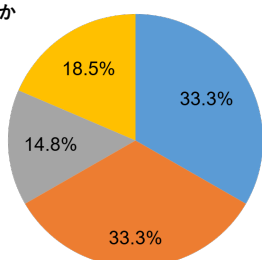
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

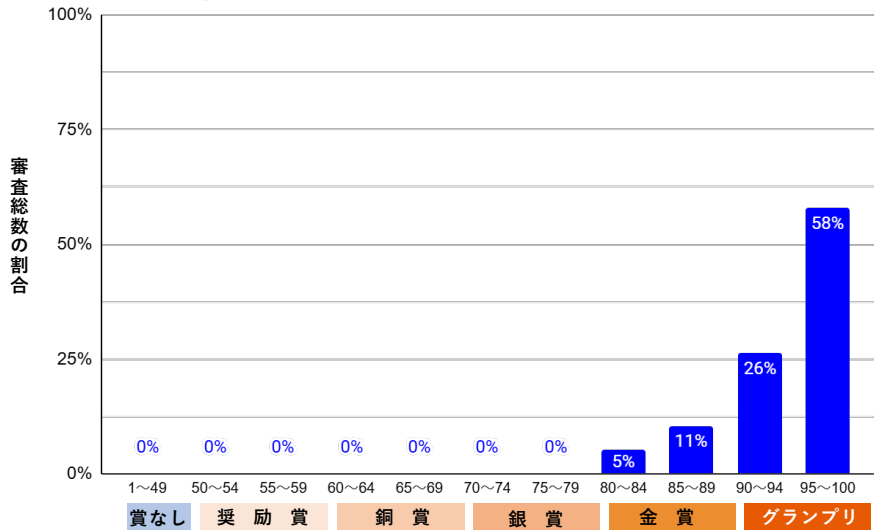
評価が高かった内容

辛口タイプで非常にすっきりとした味なので、食事によく合う
 香りがとても良く、商品を素晴らしく上品なものにしている
 炭酸の泡の持続性が良く、ふくよかで飲み口も爽やかである
 国産のぶどうを100%使用している贅沢な商品で飲みやすい
 日本酒の瓶のようなデザインのボトルがお洒落である
 「日本のおわ」というネーミングのセンスが良く、特別感もある
 国産のスパークリングワインという稀少性の高い商品である

評価が低かった内容

辛口でドライな味に好みが分かれるところ
 若干、鼻に抜ける香りが乏しいように感じられる
 商品の見た目から、スパークリングワインと分かり難い
 ネーミングからも日本酒と勘違いされるかも知れない
 アルコール度数はもう少し高くても良いのではないか
 さっぱり感と後味が、これに合わせる料理を選ぶと思う
 購買ターゲットへのアプローチをさらに強化すべき

点数分布



点数分布として、金賞相当が16%、グランプリ相当が84%を占めた結果、総合評価94%で【グランプリ】となりました。グラフが全体としてすべて金賞以上の高得点に寄った理由としまして、まず内部的要因は、日本の素材を用いて、日本人の嗜好に合ったとても美味しいスパークリングワインを作り上げた点をすべての審査員が絶賛したことが挙げられます。マネジメント・PR要因、ブランディング要因は、素晴らしい商品をコンクールへの出品、SNS等を用いての広報活動で積極的にアピールしている点と、日本でワインといえばメルシャンと言われるほど、老舗の酒類製造メーカーであるメルシャン様のブランド力の高さを誰もが認めている点をすべての審査員が正當に評価した結果のものです。



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション