



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

樽熟ハチミツ入りりんご酢



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 樽熟ハチミツ入りりんご酢

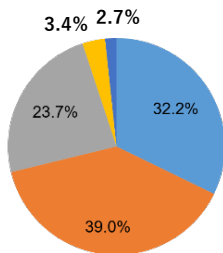
評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第81回 (2024年11月)

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。

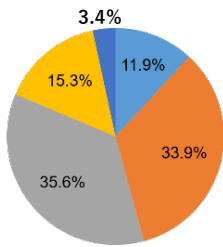
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

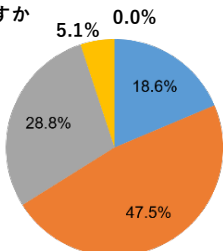
1 この商品に興味がありますか



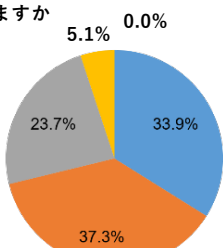
2 この価格で買いたいと思いますか



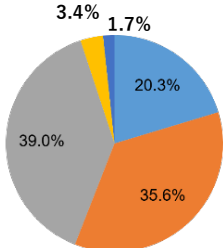
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

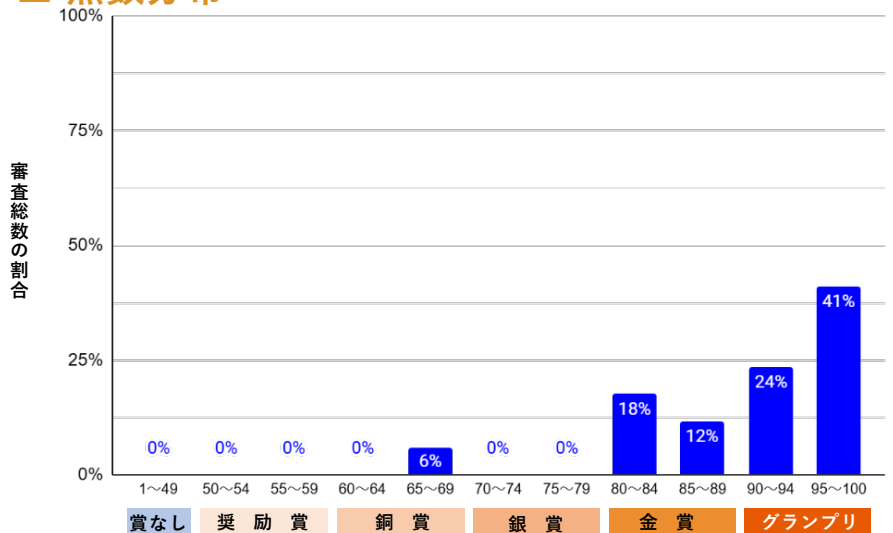
評価が高かった内容

青森県産のりんごを使用していて、爽やかでまろやかな味
健康志向、本物志向に合っていて、こだわりを感じる
ネーミングが分かりやすく、牛乳で割ると非常に美味しい
美しい金色のりんご酢がしっかりと見える瓶は目を惹く
衛生管理、品質管理がしっかりしていて安心である
酢酸の酸っぱさがハチミツで上手く抑えられている
30年以上のロングセラーを維持している点が素晴らしい

評価が低かった内容

パッケージがレトロな印象で今風ではない
パッケージの配色が目立ちにくいので、改善の余地がある
広報活動については、まだそれほど積極的とは言えない
味が想像つき、オリジナリティが伝わりにくい
りんごの甘味がそれほど強くない
市場価格の中では高価格帯である
他のりんご酢商品との特徴の違いが分からない

点数分布



点数分布として、銀賞相当が6%程度あったものの、金賞相当が30%、グランプリ賞相当が65%であり、総合評価が91%で【グランプリ賞】となりました。

銀賞評価の要因として、価格の高さとネーミングの単純さを指摘する声の一部がありました。その一方で、内容を考えると価格は妥当であり、ネーミングはシンプルで分かりやすいとする、反対の評価が数多くありました。そのため、価格とネーミングは、必ずしもネガティブ要因とは言えません。総じて、アピールする点は多々あるのにも関わらず、それを伝えるための広報活動が十分でないという印象があり、マイナスポイントとして挙げられました。

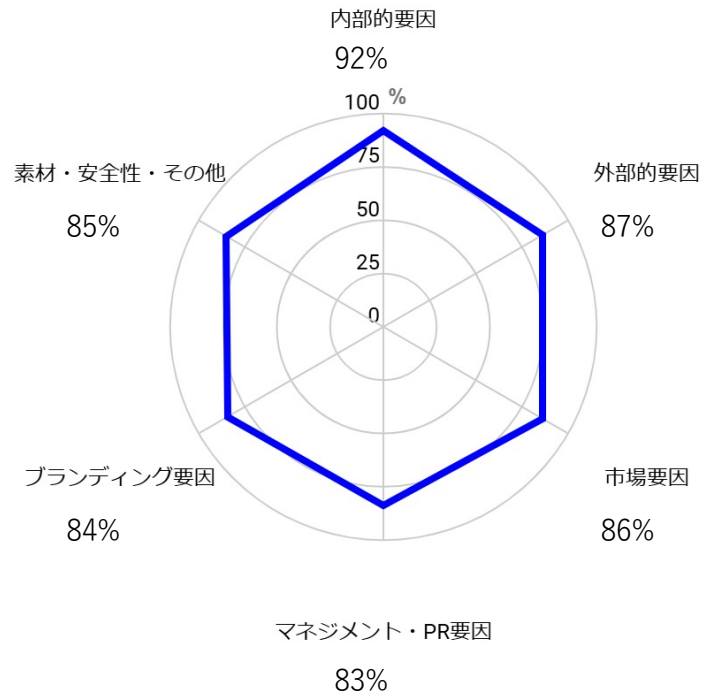
審査レポート

■ 要因分布

要因分布として、83%から92%の範囲に分布し、全体的にバランスの良い大きな六角形となりました。

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」は92%であり、唯一90%を超え高評価でした。

ネーミングやパッケージから構成される「外部的要因」は87%であり、評価は割れましたが、シンプルさやレトロ感が高評価でした。市場。トレンドから構成される「市場要因」は86%であり、健康志向、本物志向のトレンドに合っている点が高評価でした。マネジメント・広報などの「マネジメント・PR要因」は83%であり、伸びる余地を感じさせました。「ブランディング要因」は84%であり、青森県産のリンゴを100%使用している点、地産地消である点に、強みがあるという評価がありました。「素材・安定性」は85%であり、農薬検査やトレーサビリティ管理がしっかりしていて安心という点が高評価でした。



■ 総評

「樽熟ハチミツ入りりんご酢」は、青森県（津軽）産のりんごと国内製造のハチミツ、弘前大学白神酵母といった、地元の原材料を用いた、素朴さを感じる製品です。複数種のりんごをブレンドして、美味しさを追及しています。製法にもこだわりがあり、りんご全体をすりおろして発酵させる「すりおろし醸造」を行うなど、独自性があります。オーク木樽の熟成により、酸味は極めて円やかで、飲みやすさがあります。こういった様々な取り組みにより、商品自体が非常に魅力的であり、内部的要因が高い評価を受けました。飲みやすさに関し、瓶に、お勧めの飲み方のレシピなどのヒントが記載されている点は、消費者にとってありがたい点です。

本商品は、保存料や着色剤などの添加物を用いない点や、トレーサビリティ管理をしっかりと行われている点等で、安全性にも優れています。

また、瓶などのパッケージについては、素朴な原材料のイメージに合致した、シンプルで温かいイメージがあります。瓶から透ける黄金色の酢の美しさにも目が惹かれます。外観から見て非常に分かりやすい商品です。ネーミングも、内容物そのものを表していて、好ましいです。

貴社のりんご酢自体は、30年以上も前からの歴史があり、ハチミツ添加等の工夫を重ねて、当商品が生まれています。奇をてらっておらず、長い間、ロングセラーであり続けていることに、納得すると共に、敬意を表します。

また、流行を追っているわけではないのに、商品のコンセプトが、近年の健康志向に合致しています。

ネガティブな意見としては、価格帯が高い、パッケージがあか抜けない、広報活動の面が遅れている、などの意見が出ました。

しかしながら、価格帯については、本商品が希釈して用いる商品であること、原材料や製法、味覚へのこだわり等から、過度に高いということではなく、ブランド戦略を考えると、むしろ妥当な価格であろうという意見の方が大半でした。また、パッケージについては、あか抜けないというよりは、レトロ感があり、また、内容のイメージに合致しているのが好ましいという声が多くありました。そのため、価格やパッケージについては、現行のコンセプトで問題ないように考えます。

一方、広報活動については、まだまだ途上であるように感じられます。大手メーカーではできない、原材料、製法、時間等へのこだわりについての希少性、安全性への取り組み、ハラル認証の取得など、長所をもっと明らかにして、様々なメディアでアピールすることが有効であると考えます。より多くのレシピの記載も消費者にとって手を伸ばすきっかけとなります。

本商品のますますの発展を期待しております。



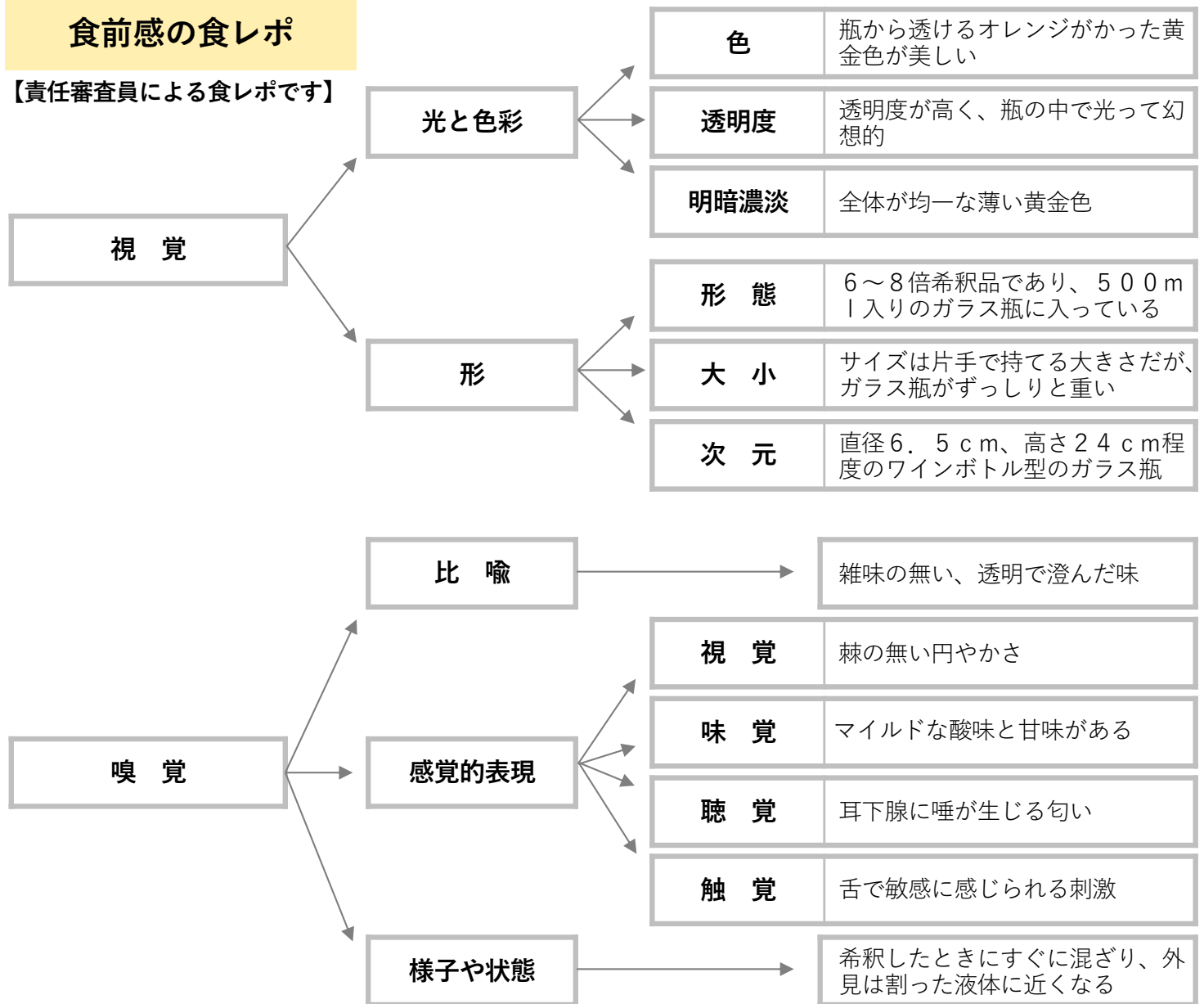
食の情報の専門家
一般社団法人
日本フードアナリスト協会
Japan Food Analyst Association Certified

〒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

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

箱パッケージには、赤いりんごの画像や、製造方法の説明や、おいしいお召し上がり方等の記載があり、情報が豊富で、期待感でワクワクとしました。箱パッケージから取り出したガラス瓶は、つやつやと輝いて美しく、全体がレトロ調で懐かしい感じがしました。中身のりんご酢は、透明な優しい黄金色であり、輝いて見え、大切に飲みたいと思いました。

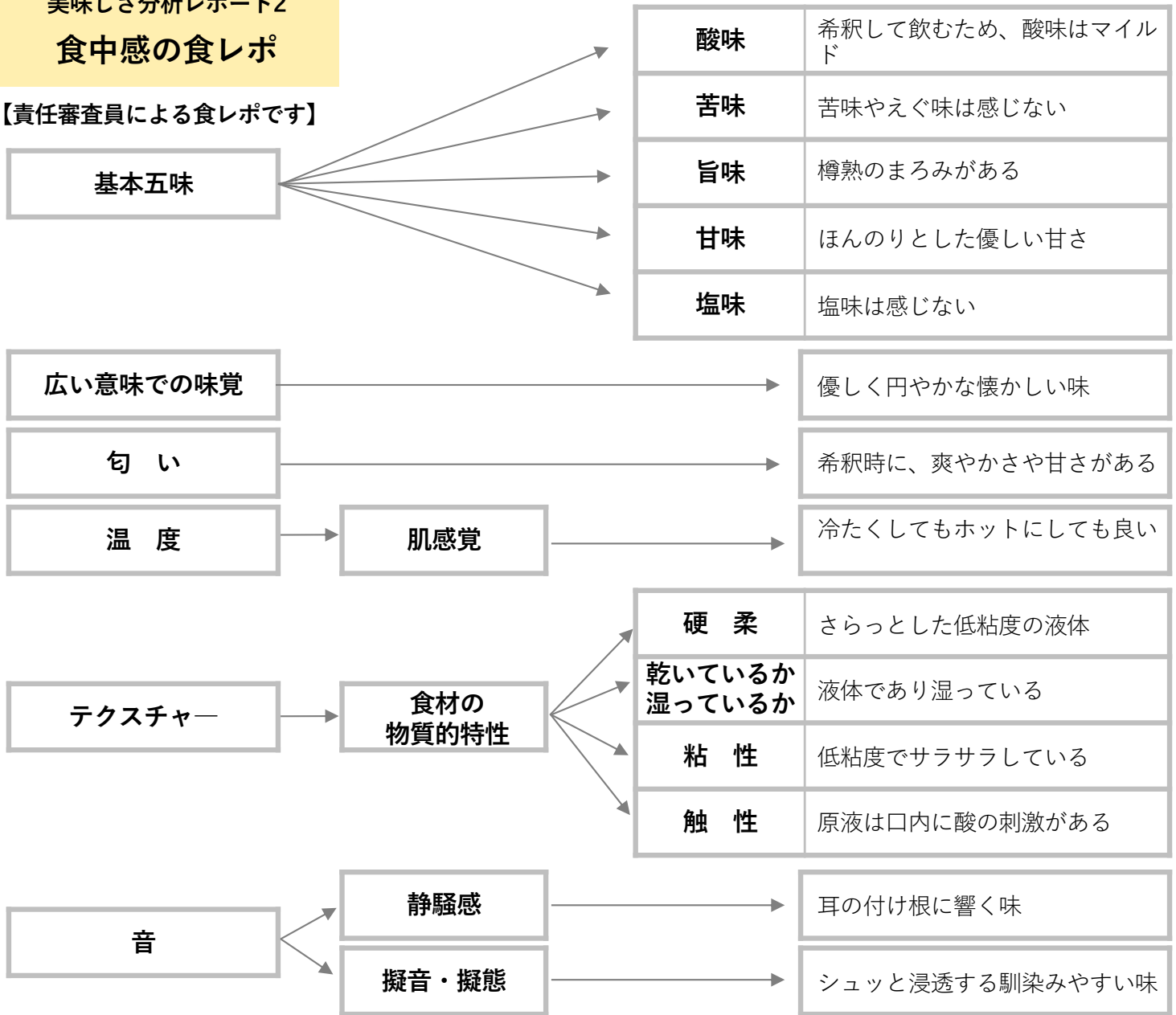
6～8倍に希釈して飲むところ、希釈後は、外見的には、添加がわかりませんでした。コップを鼻に近づけると、水希釈の場合は、酸を感じるツンとした匂いがしましたが、きつい感じはせず、角が取れた印象でした。また、牛乳希釈の場合は、とてもマイルドになり、爽やかな香りがしました。どんな味だろうかと、ドキドキしました。



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

水で6～8倍に希釈したものを実際に口に含むと、さっぱりとした味であり、酸のきつさをほとんど感じず円やかさがありました。また、牛乳希釈の場合は、とてもマイルドになり、やさしい甘さと爽やかさを感じました。炭酸水でより薄めに希釈にすると、暑い日の水分・ミネラル補給に好適な一杯だと思えます。

原材料が、青森産のりんごとハチミツであり、素朴で優しい味がしました。トレーサビリティ管理や農薬検査がしっかりと行われていることを知り、安全だと感じました。りんごの品種として5～6種類もの完熟の新鮮なりんごをブレンドしているためか、安定感のある味わいだと思いました。

味わい・風味が円やかであると共に、安全性の観点から、本商品は、他社品と比べた際に、積極的に取り入れたい商品だと感じました。



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

ほのかな甘みで、くどさが無い。雑味を感じる事のない、すっきりとした爽やかな後味。

気候・地域

暑い夏の日には、さっぱり爽やかな飲み心地。リフレッシュされ疲れがクリアされる感じ。

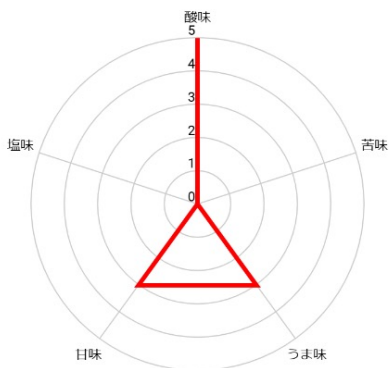
食経験・食習慣

牛乳で割ると、ヤクルト等の乳酸菌飲料のような、複雑さのある懐かしい味。

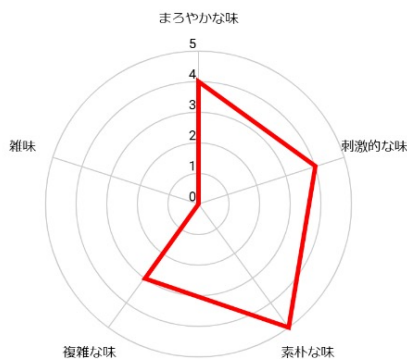
健康・生活様式

体成分のバランスを整える効果がありそう。健康に良いイメージ。

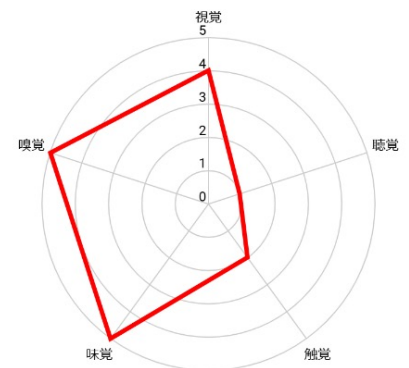
基本五味の レーダーチャート



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	5
苦味	0
うま味	3
甘味	3
塩味	0

広義の味	評点
まろやかな味	4
刺激的な味	4
素朴な味	5
複雑な味	3
雑味	0

五感	評点
視覚	4
聴覚	1
触覚	2
味覚	5
嗅覚	5

1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

酢飲料は、一般に、ツンとした刺激があるものですが、本商品は、推奨される希釈率により、酸味が適度となり、飲みやすく感じました。瓶に記載のおすすめの飲み方レシピに従い、牛乳で割ったところ、とても円やかな味わいになり、小さな子供にとっても摂取しやすいだろうと感じました。

ハチミツと酢の割合が良いのか、甘さの程度が丁度よく、炭酸で割ると、暑い日にさっぱり飲める最適の一杯になると思いました。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

ネーミングは、内容そのものずばりを表していて、分かりやすいと思いました。箱パッケージは、情報の宝庫となっており、リンゴの画像に加え、醸造方法、バーモントについて、すりおろしについて、および姉妹品について、の案内があり、非常に好ましく感じました。瓶のデザインがシンプルで素朴であり、温かく感じました。ピカピカに光るガラス瓶から透ける黄金色が美しく、大切に飲もうという気持ちが湧きました。パッケージには、おいしいお召し上がり方が記載されていたので、参考になりありがたく感じました。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

ロングセラー品であり、流行を追った商品ではないにもかかわらず、近年の健康志向に合致した商品であると感じました。健康が気になる世代、素材にこだわりがある層にとって、安心感を持って摂取することができる商品です。添加物等が含まれないので、子供にも、酸味を抑えるために薄く希釈するなどによって、安心して与えることができると思いました。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

貴社で既に認識されているように、本商品には、原材料へのこだわり、製法へのこだわり、味へのこだわりや、安全対策（トレーサビリティ管理、ハラル認証）など、優れた点がたくさんあります。それに対し、現時点では、本商品の存在自体や、上記長所は、外部にそれほど知られていないように思われます。今後、SNS（Facebook、X、Instagram）、HP、商品チラシ、商品カタログ、ポスター、マスコミ発表等の発信を考えておられるとのことでしたので、その実現が強く望まれます。

5. ブランディング要因

地元産の原材料へのこだわりや、製法へのこだわりがあり、これらのこだわりは、大手メーカーの大量生産においては実現できないという点に、強いブランド力があると考えます。また、30年以上のロングセラーとなっている点も、ブランド力に繋がります。本商品の希少性の点での市場価値に着目して、しっかりとアピールすることが有効であると考えます。今パッケージに記載されている本商品のおいしいお召し上がり方に加えて、本商品を楽しむためのお勧めのレシピなどを消費者に募ったり発表しても良いと考えます。

6. 素材・安全性・その他

地元青森（津軽）産のりんご100%使用、落下果を不使用、完熟させる、皮や心も含めた果実を使用、着色料や保存料を不使用、すりおろし醸造、弘前大学白神酵母の使用、長期発酵、オーク木樽での熟成、りんご酢に含まれるハチミツの量のバランスを考慮、など、製法や原材料や配合に様々なこだわりがあって、大手メーカーでは対応しきれない細やかな製品であるところが大きな長所であると感じます。トレーサビリティ管理や農薬検査をしっかりと行っておられて、安全対策への安心感があります。



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション