



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

---

審査レポート



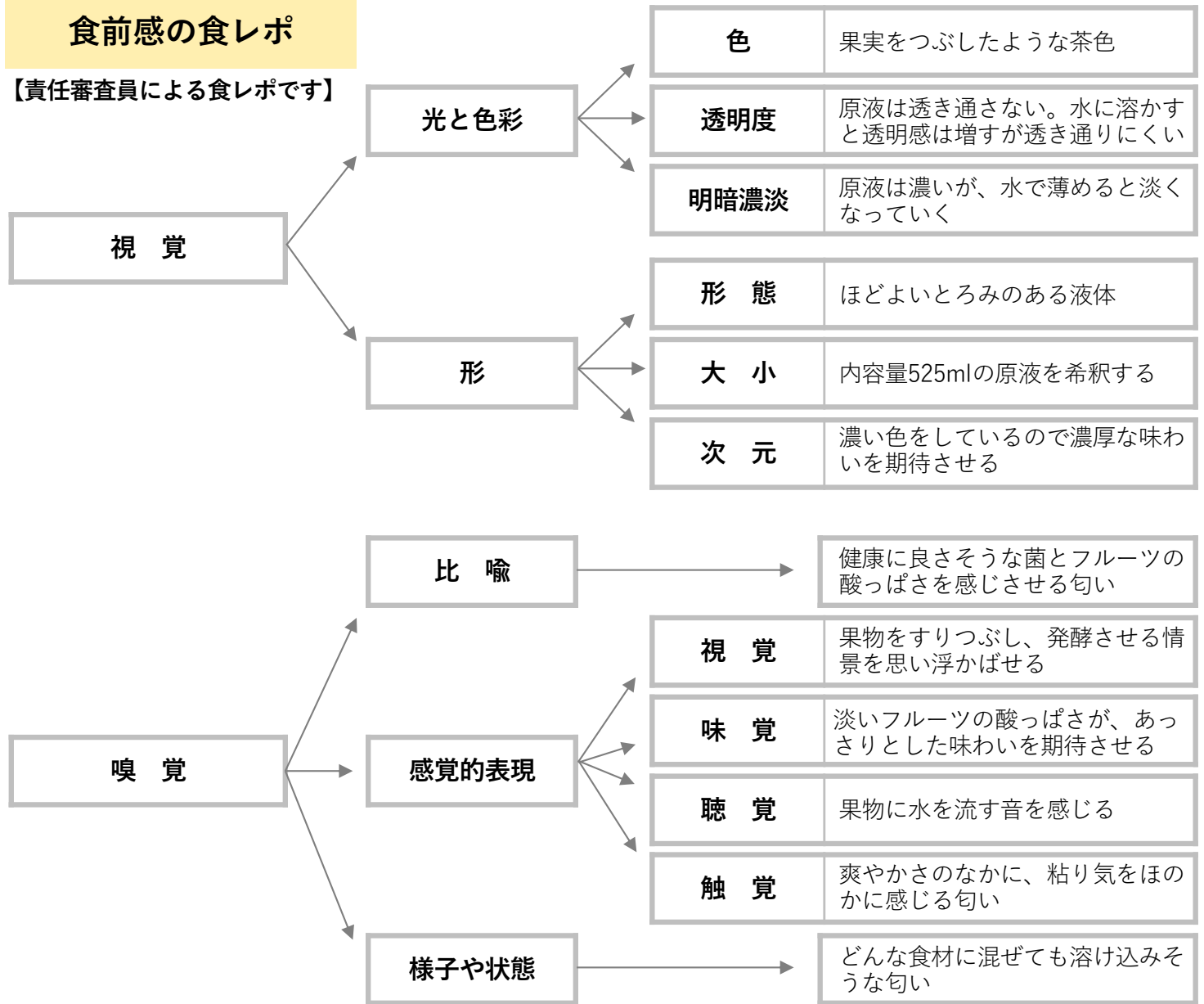
食の情報の専門家  
一般社団法人  
日本フードアナリスト協会  
Japan Food Analyst Association Certified



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

パッケージがクールでおしゃれであり、ワインのような高級感のある味わいを期待させ、プレゼントにも活用できそうな期待感を持たせます。また、“cobon”に使用されているフォントもコロンとした丸みを帯びており、「ン」のついたネーミングに親しみやすとかわいらしさを感じます。パッケージに記載されている説明文は健康的なイメージがあり、高級感ある瓶のフォルムにワクワクしながら栓抜きで王冠を開けました。開けた瞬間、果物をすりつぶしたような酸味のある酸っぱい香りが広がってきます。また、菌の香りもほのかに感じ、健康維持の為の期待感が高まりました。

その後、原液を計量カップに入れていくと、ますますコーボンの重みと深みを感じました。水で希釈し溶けていくと、全体にコーボンが広がり、独特の世界観を期待させます。

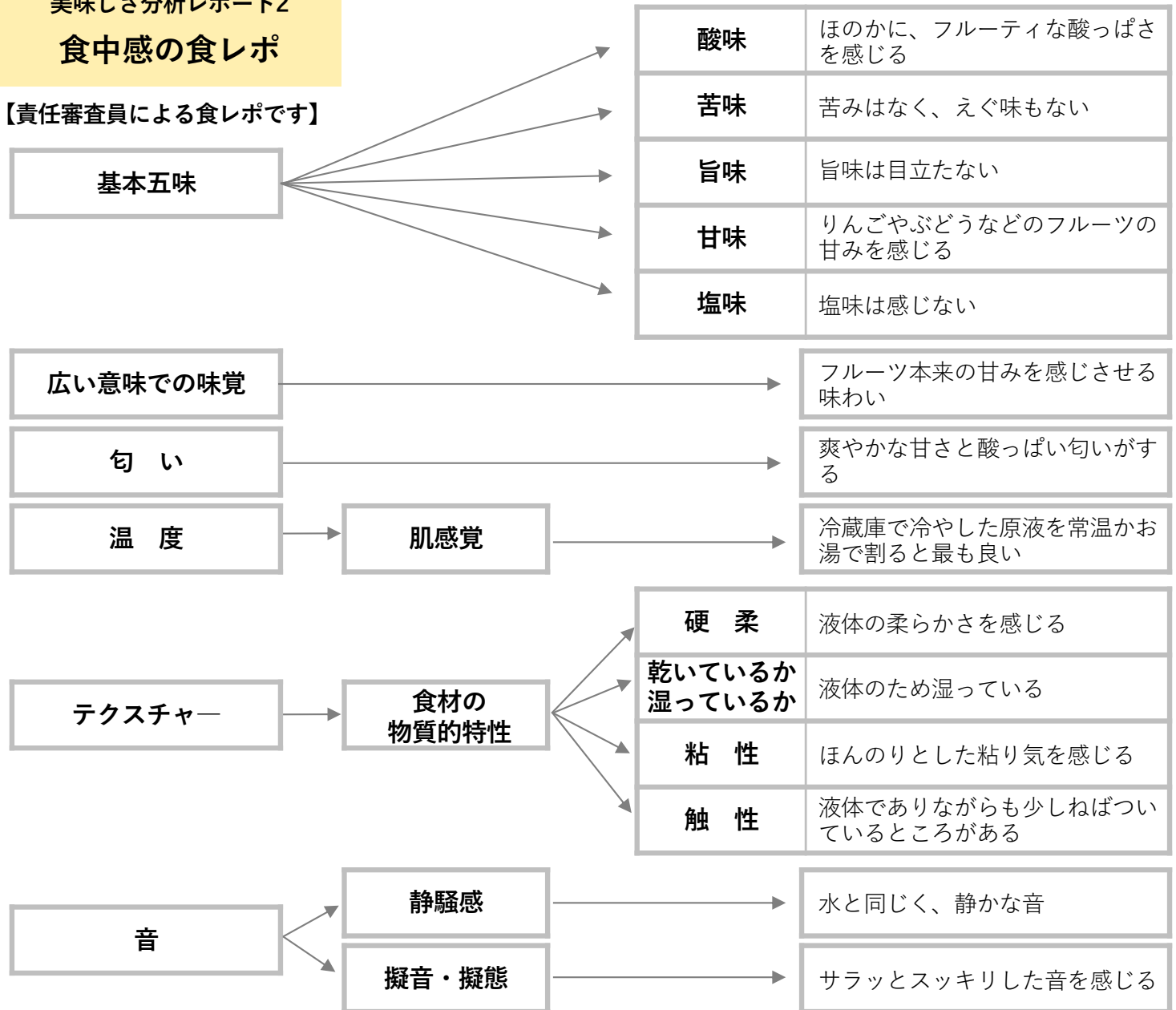
また、原液のときは濃厚な酸っぱい匂いを感じることができましたが、希釈後は爽やかなサッパリとした匂いに変化し、この香りの変化にもコーボンの持つバラエティに富んだ特長を感じることができます。



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

製品を透明なコップに入れた時でも見た目は後ろの物体が透き通らないくらい茶色かったり、「酵母」という健康そうなイメージから、濃厚な味わいや健康食品独特のエグ味を想像してしまいます。

しかし、一口目は思っていた印象と違ってとてもスッキリ爽やかな味わいに驚き、1日1杯推奨ですが、10杯くらい飲みたくなってしまいう味わいでした。

また、りんごがぶどうによる豊潤な甘みのなかにほんのりとした酸っぱさが口の中に広がります。

フルーツの甘酸っぱさを感じる製品ですが、甘味は大変まろやかな為、べたつきが残らず、爽やかな味わいや感覚を楽しむことができます。

また、ミントのようなスッキリとした味わいもほのかに感じる事ができており、美容と健康維持に期待できそうな菌を体の中に取り入れている感覚になりました。

飲むと体がスッキリしていくようで、朝いただけば1日頑張れそうな味わいを感じる事ができました。



## 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

口の中に広がった果実のほのかな甘みが爽やかさに変化し、後味は爽快です。

### 気候・地域

山のなかで摂れた、たわわに実った果実を、独特の製法で手作りで作ったこだわりを感じます。

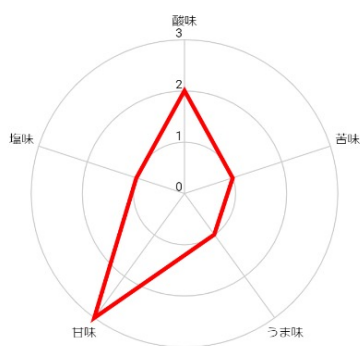
### 食経験・食習慣

濃厚な見た目に反して爽やかな味わいで、ジュースと水の間ぐらいの甘さがある飲料です。

### 健康・生活様式

健康を意識している人だけではなく、上品で高級感もあるため、大切な人へのプレゼントとしても適しています。

### 基本五味の レーダーチャート



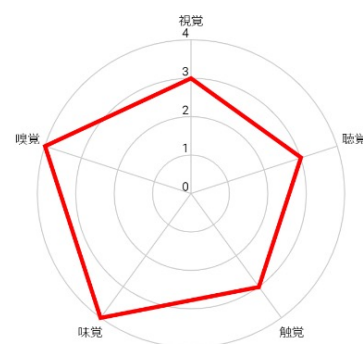
五味	評点
酸味	2
苦味	1
うま味	1
甘味	3
塩味	1

### 広い意味での味覚の レーダーチャート



広義の味	評点
スッキリ味	4
フルーツ味	4
えぐ味	1
濃い味	1
なつかしい味	2

### 五感に対する感じ方 レーダーチャート



五感	評点
視覚	3
聴覚	3
触覚	3
味覚	4
嗅覚	4

## 1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

開封すると、果物をすりつぶしたような酸味のある酸っぱい匂いが広がっています。また、ほのかに菌の香りもあり、美容と健康維持への期待も高まっています。

口の中に入れると、りんごやぶどうのようなフルーツの甘酸っぱさを感じます。しかし、口の中にべたつきが残らず、まるで果実を食べた後のような爽やかな味わいや感覚を楽しむことができます。

また、ヒューマンストーリーとしても創業者自らの経験を通して開発しており、そのことに変感銘を受けたとの意見もあります。

## 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は、シンプルかつオシャレで目につきやすく、ワインのような高級感のあるフォルムで濃い色の瓶を用いていることで品質の変化を防いでいるところが素晴らしいところとして挙がっています。ギフトとしても喜ばれそうです。

ネーミングについては、丸みを帯びたフォントや「ン」のついているところがかわいらしく親しみやすいという点が評価されました。ただ、その反面、一見ワインやジュースとの違いが分かりにくいかも、という意見もあり、「酵母」の文字を大きくするなど、飲む酵母であることが明確に伝わると良い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）

健康維持や疲労感、免疫力、美容、無添加が気になる全世代の方にターゲットになりやすく、ターゲット層が明確になっているところなどが素晴らしいと思います。

しかし、馴染みのない人や、健康維持に関心のうすい人からすると、1本500mlで5000円は割高に感じるなどの懸念もある為、小さなサイズでお試しできるような商品を作ったり、無料お試し期間をアピールするなど市場要因を高める工夫ができるのではないかなどの提案もありました。

腸活ブームなどで需要は高まっているので、こだわりのポイントを含め認知拡大がなされるとよいのではないかと思います。

## 4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

社長のコメントより、安全、食品衛生管理、法令順守、日本の自然環境や風土に適した農業の推進するSDGsや、環境負荷低減を考えた包装など信頼ある発酵食品ブランドとしての取り組みから、商品としての熱意やモチベーションの高さを感じさせられ、感服いたしました。

広告に関しては、担当者の配置がないことや、広告予算は計画中であることなど、今後の課題としてあがっており、認知拡大、購入動機につながる広告予算の計画を実践したり、広告担当者がいることで、よりマネジメント力が良くなるのではとの意見が挙がっていました。

## 5. ブランディング要因

酵素、発酵をポイントにブランディングしている点に加え、ゆるぎない70年間の販売を継続されているところが素晴らしいと思います。

日本古来の発酵食の魅力を広める使命、センスのあるパッケージやネーミングから、製品としてのブランドを推測しやすいことなどが、非常に優れているとの評価がありました。

しかしブランドとして、今後さらに認知度あげていく為にも広報や広告に力を入れて工夫を重ね、よりブランディング力が向上していかれることを願い期待しています。

## 6. 素材・安全性・その他

安全面に関しては、HACCPの考えを取り入れた衛生管理や、トレサビリティ保管、JAS企画の考えを取り入れた日々の衛生管理や品質管理のチェック、製品ごとの放射性物質の検査があることなどが、素晴らしいところとして挙がっています。

素材に関しても、自然の中の菌を使った製品であることや、主要原材料になる果物は国産の契約農家のものを使用するなどが素晴らしい点として挙がっています。

しかし、安全への取り組みや素材へのこだわりが、パッケージからは少々伝わりにくく、安全や素材に対する取り組みがパッケージにも記載されていれば、その誠実な取り組みが伝わるのではないかと思います。

# 審査レポート



商品名 コーボンマーベルN525

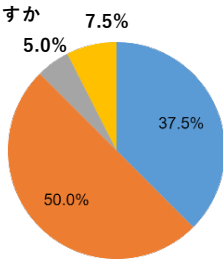
評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第81回 (2024年11月)

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。

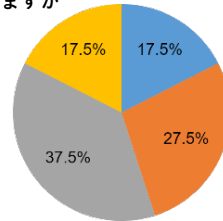
## WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通  
■ あまりない ■ ない

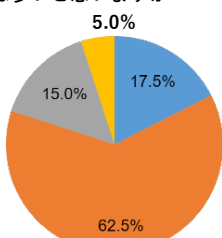
1 この商品に興味がありますか



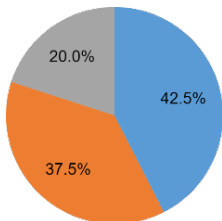
2 この価格で買いたいと思いますか



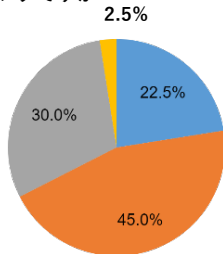
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

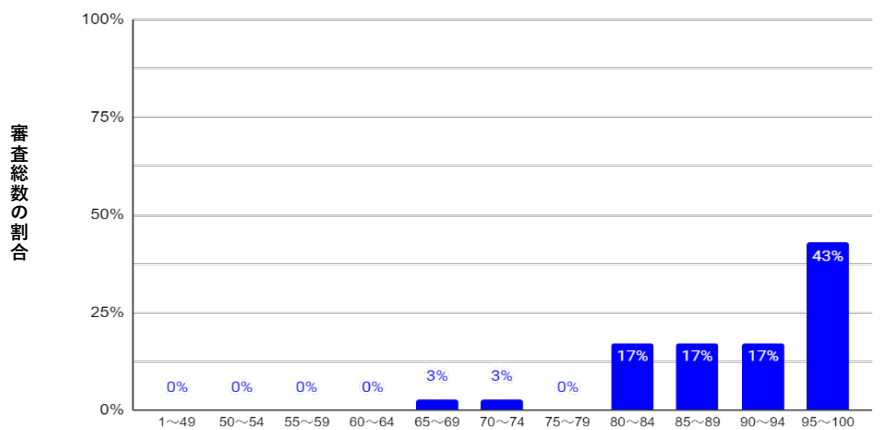
評価が高かった内容

果実の爽やかな甘みが美味しく、気軽に酵母を摂取できる  
 甘いのに口にベタベタが残らず、サッパリと飲める飲み口  
 シンプルなパッケージに高級感があり、手に取りたくなる  
 やさしい甘さで、幅広い年代が購買ターゲットになりやすい  
 1本1本手作りしていて、社長の商品に対する熱意が感じられた  
 70年以上にわたり、製造販売を続けているのが素晴らしい  
 県のHACCP認証を受けるなど、安全への取り組みができています

評価が低かった内容

栓抜きが必要で、現代の人には扱いにくい  
 ワインやジュースとの違いが遠くから分かりにくい  
 材料と手間に対しては適正価格だと思うが、少し高額と感じる  
 馴染みのない人にとっては高額なので、手に取りにくい  
 1ヶ月分をまとめて買うとはいえ、1個5000円は手を出しにくい  
 ミニHACCPではなく、第三者によるHACCP認証受診はどうか  
 アレルギーのある人向けにりんごを含まないものがあったらよい

## 点数分布



賞なし 奨励賞 銅賞 銀賞 金賞 **グランプリ**

90点以上の評価が60%と半数以上おり、総合評価91点の高得点でグランプリ受賞となりました。りんごやぶどうのようなフルーツの甘酸っぱさを感じつつも、その甘さが軽やかで、べたつかずに爽やかであることが味覚の面で優れていると評価されています。

社長の熱意が伝わってくるころや、「ン」をつけたネーミングがかわいらしいなども素晴らしい点として挙がっています。

しかし、スッカリとした味わいがパッケージからは分かりにくいことや、馴染みのない人は、高額のように感じてしまうのでは、という意見もありました。

# 審査レポート

## ■ 要因分布

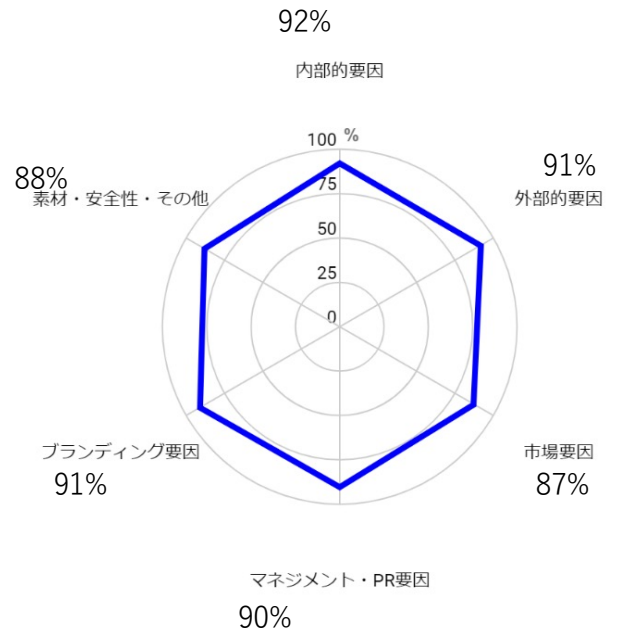
全要因において、90%前後でバランス良い結果となっています。中でも「内部的要因」が92%と最も高評価で、その次が「外部的要因」「ブランディング要因」は91%でした。

内部的要因としては、果実の爽やかな甘みが美味しいことや、甘みを感じつつも口にベタベタが残らずサッパリと飲める飲み口などで高評価を得ています。

外部的要因としては、シンプルかつオシャレなパッケージが魅力的で、ギフトとしても適しています。

ブランディング要因としては、70年以上の製造販売が続いているところや、日本古来の発酵食の魅力を広める使命があるところや、センスのあるネーミングなどから製品としてのブランドを推測しやすいことなどで高評価を得ています。

一方で、市場要因は87%と最も低く、馴染みのない人や、健康維持に関心がやすい人からすると割高に感じてしまう点や、製品の素晴らしさが伝わりづらいのでは、という意見もありました。



## ■ 総評

第一酵母株式会社社長並びに「コーボンマーベルN525」開発並びに製造ご担当者様に心から御礼申し上げます。

商品自体は、見た目的に後ろの物体が透き通らないくらい茶色である点や、「酵母」という健康そうなイメージから、濃厚な味わいや健康食品独特のエグ味を想像してしまいます。しかし、口に入れると、思っていた印象と違って驚くほどスッキリとしていて爽やかな味わいが印象に残り、りんごかぶどう等の果実の豊潤な甘み、ほんのりとした酸っぱさを感じられました。

パッケージについては、シンプルかつオシャレでワインのような高級感のあるフォルムが目を惹きやすく、濃い色の瓶を用いていることで品質の変化を防いでいる特長が評価されています。

マネジメント要因としては、安全、食品衛生管理、法令順守、日本の自然環境や風土に適した農業の推進するSDGsや、環境負荷低減を考えた包装など信頼ある発酵食品ブランドとしての取り組みにより、商品としての熱意やモチベーションの高さが社長のコメントから伝わってくる点が評価されています。

ブランディング要因としては、70年以上の製造販売が続いている点や、酵素、発酵をポイントにブランディングしている点が明確で非常に良いです。日本古来の発酵食の魅力を広める使命、センスのあるパッケージやネーミングから製品としてのブランドを推測しやすいことなどが評価されています。

安全面に関しては、HACCPの考えを取り入れた衛生管理や、トレサビリティ保管、JAS企画の考えを取り入れた日々の衛生管理や品質管理のチェック、製品ごとの放射性物質の検査があることなどが、評価されています。

素材に関しても、自然の中の菌を使った製品であることや、主要原材料になる果物は国産の契約農家のものを使用するなどのこだわりが評価されています。

ノンカフェインな為、家族全員で日常的に飲用できる点も安心感が素晴らしいと思います。贈答用としても喜んでいただけそうだな、とプレゼントしたい人の顔がすぐに頭に浮かびました。

発売以来一本一本手作りされている情熱が伝わってきて、その情熱と品質の高さが今後さらに広く認知されることを願っております。



〒102-0082 東京都千代田区一番町15-8 壺番館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