



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

別誂え 大吟醸 無濾過原酒 土佐鶴



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 別誂え 大吟醸 無濾過原酒 土佐鶴

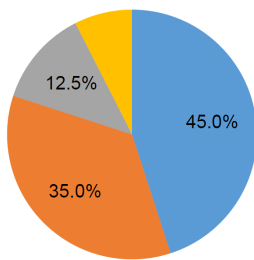
評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第81回 (2024年11月)

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。

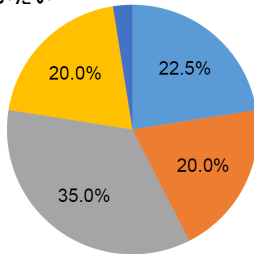
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

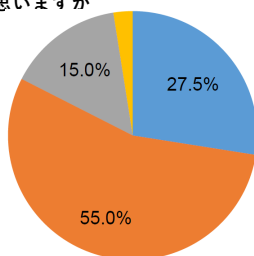
1 この商品に興味がありますか



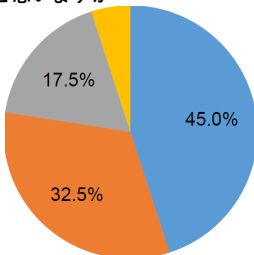
2 この価格で買いたいと思いますか



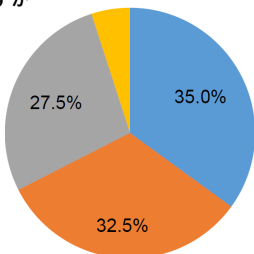
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

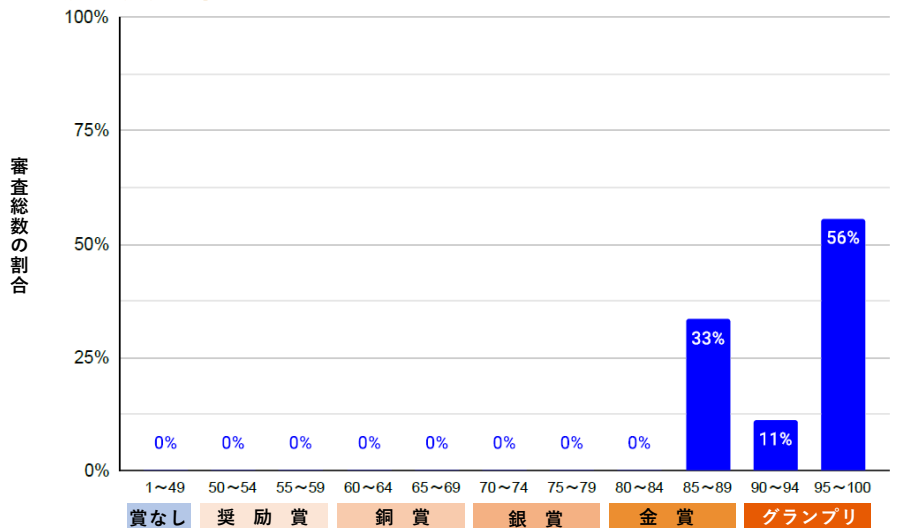
評価が高かった内容

創業から250年の歴史ある酒蔵の力作で、情熱を感じる
原酒ならではのアタックの強さと深みがあり、キレも良い
商品や企画の情報が豊富で、高級感溢れる外装に好感が持てる
大吟醸ならではの華やかな香りと芳醇な味わいが堪能できる
香りと甘みと酸味のバランスが素晴らしく、贅沢感がある
原料、製法、技術、全てにおける管理体制が信頼できる
国内の本物志向ユーザーのみならずインバウンド需要も高い

評価が低かった内容

個人で楽しむには大きすぎるので900ml、四合瓶が欲しい
「別誂え」が読みにくく、海外の方にも分かりにくいのでは
ホームページは情報に富むが、歴史やこだわりが伝わりにくい
アルコール度数が高めなのが気になる
お客様相談窓口などはあった方が良いと感じた
他社同等品と価格差はないが、やはり手軽には手が出しにくい
少量を楽しむサイズに需要があると思うので検討してほしい

点数分布



事前のアンケート結果では約80%の審査員の興味を引きました。約83%が購入するターゲット層の広さを評価し、約79%がUSPに対して高評価でした。審査結果の点数分布として、グランプリ相当の評価が全体の約三分の二、金賞相当の評価が約三分の一を占め、総合評価93点となり、第81回ジャパン・フード・セレクションにおきまして【グランプリ】受賞とさせていただきます。商品自体の美味しさが特に評価され【内部的要因】の評価が極めて高く、次いで特別感を感じさせる【外部的要因】や250年の伝統に裏打ちされた【ブランディング要因】に対する評価も高く、全体の高評価につながりました。

審査レポート

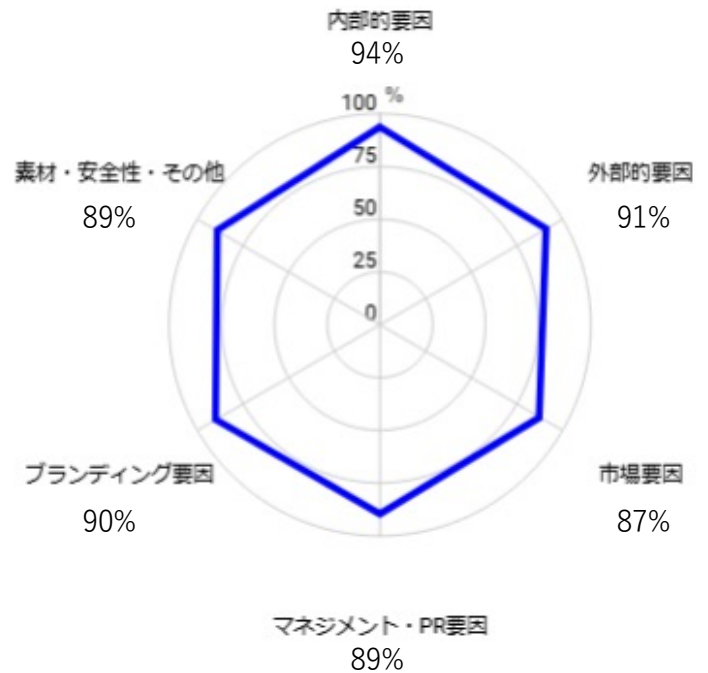
■ 要因分布

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、山田錦を100%使用して精白率30%まで磨き上げた高品質な原料が生み出す美味しさが高く評価されました。

「外部的要因」も桐箱に梱包され、濃い藍色の布を使用した特別感を感じさせる外装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評価となり91%、250年続く伝統の酒蔵であり、市場認知度も高い事から「ブランディング要素」も90%と高評価となりました。

HPやSNSにおいて必要十分な体制が確立されている事、衛生管理や品質管理などの安全性への取り組みが確認され「マネジメント・PR要因」「素材・安全性」についても共に89%の高い評価となりました。

「市場要因」についてはインバウンド市場に対する優位性を評価する一方、価格帯や容量に対する意見が散見され、87%と他要素に比べて点数が少し伸び悩みましたが、全体としてはバランスの良い大きな六角形となりました。



■ 総評

貴社が携わられている日本酒作りというものは多くの要素においてSDGsに貢献していると言えます。主要原料である米は、国内の農業コミュニティにとって重要な収入源となり、国内の農業を支援し、食糧安全保障と持続可能な農業の推進に貢献しています（SDGs 2）し、蔵元は地元の雇用を創出し、地域経済の活性化に貢献しており（SDGs 8）、製造過程で出る酒粕をはじめとした米糠や麴などの副産物のリサイクルに貢献しています（SDGs12）。貴社は250年の長きにわたり日本酒の製造に携わり続けられ、高品質な商品の製造のみならずそういった社会の持続性に大きく貢献されてきた事に対して大きな敬意を表します。

今回の審査におきましては、そういった点に加え審査商品自体の内部的要因が最も高く評価されました。仕込み水には日本酒に適した硬度を持つ安田川の伏流水を、原料米には山田錦を100%使用し、さらには精米歩合30%と究極に磨き上げた原料、そして伝統に裏打ちされた吟醸仕込みの技術が掛け合わされた究極とまで呼べる最高峰の製品と言え、その味についてはほぼ全員の審査員から最も高い評価を受けました。

香り高くフレッシュかつ華やかな吟醸香が印象的で、その芳醇な香りと味わいに対してキレの良さのコントラストに、酒質の高さを感じます。上品でとにかく飲みやすいので「どんな料理にも合いそう」「旬の食材と一緒に堪能したい」「贈り物でもらったら嬉しい」「口中にひろがる芳醇な味わいが最高」などの感想も多々あがっていました。また、その高級感溢れる外装やパッケージ等の外部的要因も同様に審査員の高評価を得ており、その他の項目につきましても本商品が有するポテンシャルの高さも相応に評価され、このたび第81回ジャパン・フード・セレクション審査会においてグランプリ受賞となりました。

近年、若者のアルコール消費の減少や、ビールやワインなど他のアルコール飲料へのシフトにより日本酒の消費は減少傾向にあり、日本酒メーカーにとっては厳しい市場環境である事は否めませんが、吟醸酒の生産量は増えており、その大きな要因である日本酒の海外からの人気の高まりや今回のユネスコの無形文化遺産への登録は大きなチャンスと言えます。今回のグランプリ獲得を機にさらにマネジメントやブランディング、販売戦略に磨きがかかり、より一層、貴社が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。



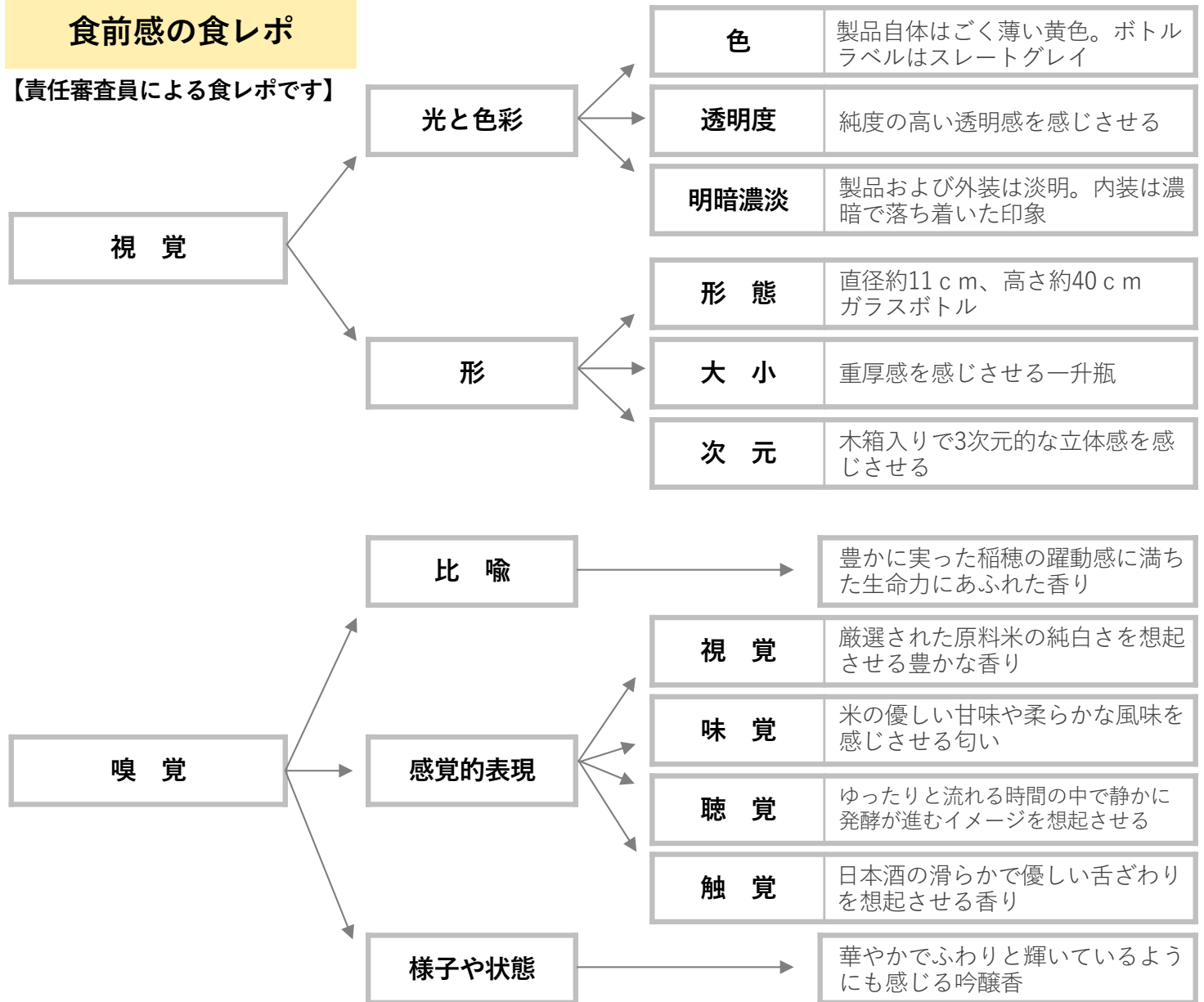
〒102-0082 東京都千代田区一番町15-8 壱番館5階
Tel : 03-3265-0518 / Fax : 03-3265-0519
Mail : info@foodanalyst.jp



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

当該商品は商品パッケージを配した紙製のカバーに包まれた桐箱に格納されています。開梱すると商品本体の後部は濃い藍色の布でカバーされていて、商品本体に触れる前から強く上質で「特別な印象」を強く感じさせます。味に対する期待感が一気に高まります。

内装は日本酒用の一升瓶であり、遮光性に優れ、品質保持への安心感と、その大きさから重厚感を感じさせます。スレートグレー（暗い灰色）をベースとしたパッケージは和紙のような質感が心地よく、陽光と穀雨をイメージしたバックデザインに特徴ある書体の商品ロゴがスタイリッシュで、洗練された上質さを演出しています。棚に並んだ際は他商品と大きく差別化が図られるものと思われます。

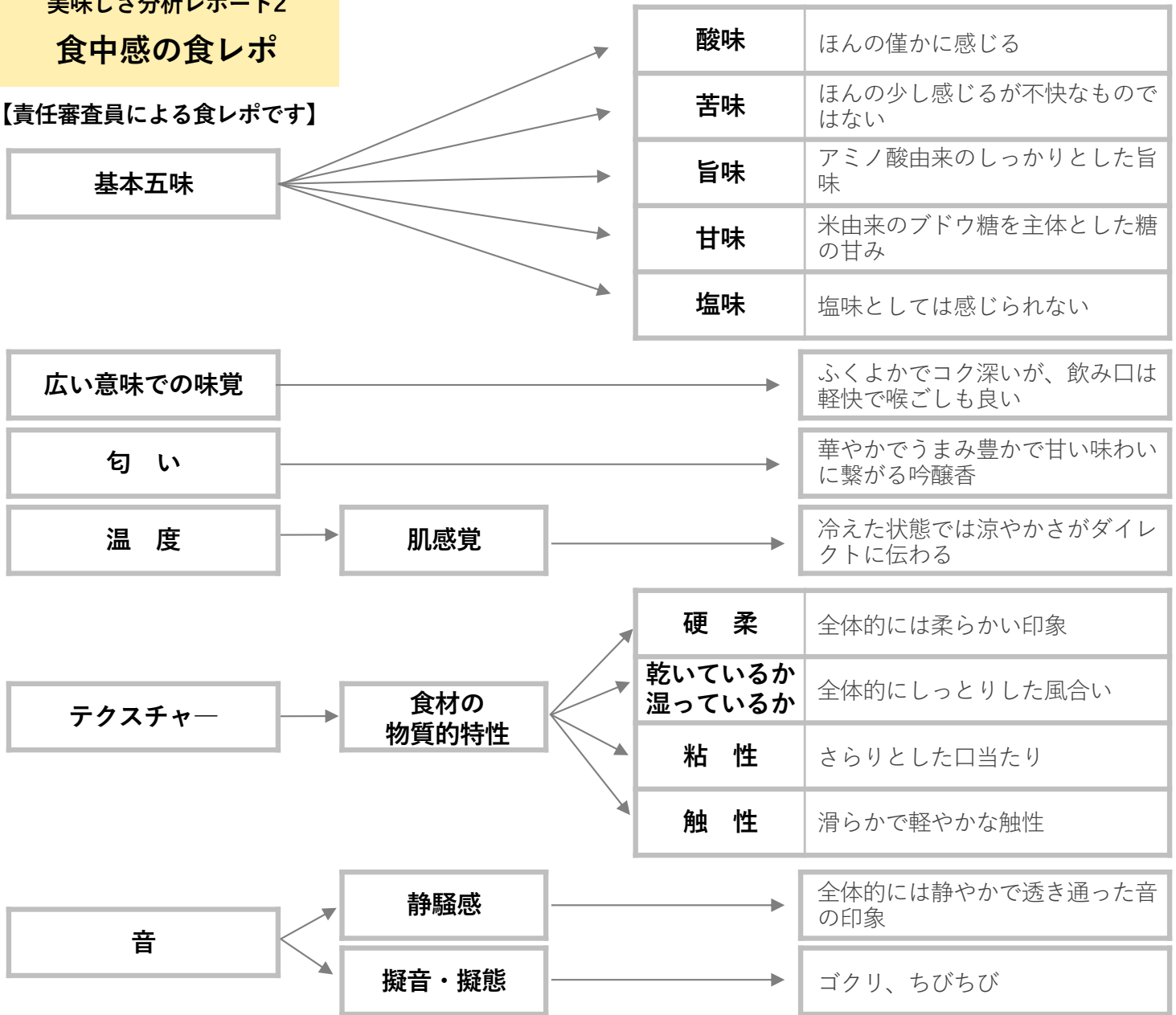
グラスに注いでみるとごく薄い黄色が無濾過である事を証明し、フレッシュで澄み渡った心地良い吟醸香に圧倒されます。不純な香気成分を一切感じさせない香りは厳選された原料を使用し、極限まで磨き上げた伝統製法の為せる稀有なものであり、味への期待感が大きく高まりました。



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

まずは常温でグラスに注ぐと、透き通っていながらも芳醇な吟醸香に包まれ、その香りに誘われるように一口含むとその純度の高く美味しさに富んだ味わいに圧倒されます。

清流である安田川の適度なミネラルを含んだ伏流水にベースに、山田錦を100%使用、精白率30%まで磨き上げられた原料の品質の高さ、250年の歴史を持ち確固たる高度な醸造技術がもたらす「技の掛け合い」により、優れた日本酒に仕上がっていると言えます。

味、香りとも一切の不純な成分を感じさせず、米の本来持つ旨味、甘み、発酵による吟醸香が織りなす複雑な美味しさは類い稀であり、無濾過で瓶囲いとする事でよりフレッシュでピュアな味わいを楽しむ事ができました。また、冷やして飲む事により、甘さが薄らぐ分、より旨味と香気成分を強く感じる事ができ、その透明感溢れる味わいは和食はもとより重厚な洋食やスパイシーな料理まで幅広いペアリングの可能性を感じさせました。



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

滑らかで洗練された後口。フルーティーな吟醸香が残り、甘さと旨味がバランス良く感じられる

気候・地域

基本的には季節、気候を問わない。清流である安田川の伏流水には適度なミネラルを含み、日本酒に適している軽硬度の硬水が味に大きな影響を与えている

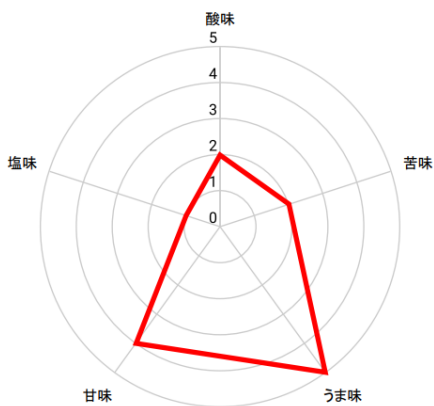
食経験・食習慣

華やかな香りやコクと旨味に富んだ味わいは食中酒にぴったりで、繊細な料理から濃厚な料理まで幅広く良いペアリングが可能

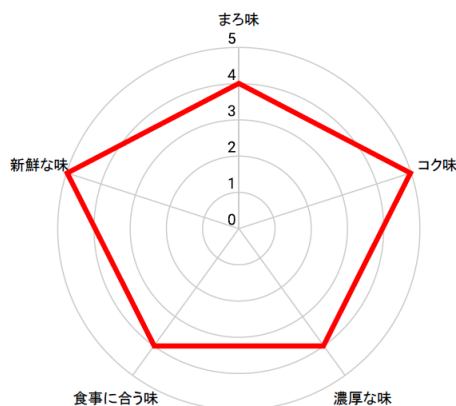
健康・生活様式

日本酒には栄養価に富む物質が多く含まれ、とりわけアミノ酸類やビタミン類に抗酸. 化作用や抗がん作用、抗健忘症などの生理活性が見出されるとともに、生活習慣病の改善も期待される

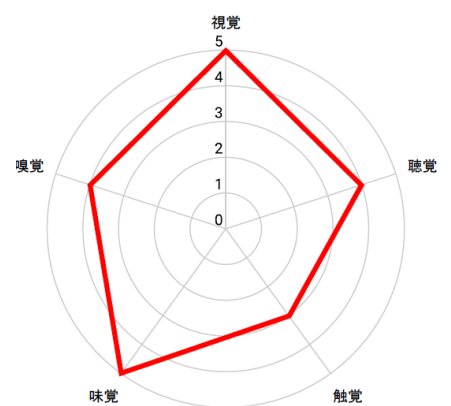
基本五味の レーダーチャート



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	2
うま味	5
甘味	4
塩味	1

広義の味	評点
まろ味	4
コク味	5
濃厚な味	4
食事に合う味	4
新鮮な味	5

五感	評点
視覚	5
聴覚	3
触覚	3
味覚	5
嗅覚	4



1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

審査員のうちほぼ全員が味に対して非常に高い評価となりました。

最高級の酒米である兵庫県産の山田錦を100%使用し、さらには精白率30%まで磨き上げており、正に日本酒における最高峰の原料と言えます。また、清流である安田川は日本酒醸造に適した軟水です。その伏流水を複数の自社井戸からその日の仕込みに合わせて選択するなど、とことん原料に拘り、250年の伝統に裏打ちされた醸造技術で製造された「最高の日本酒」である事が名実共に評価されました。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

外装は桐箱に格納され、開梱すると濃い藍色の布に包まれているので、特別感を強く感じさせます。

スレートグレイ（暗い灰色）をベースとした陽光と穀雨をイメージしたバックデザインに特徴ある書体の商品ロゴが高級感を与え、まさに土佐鶴が作る最高の大吟醸である事が伝わります。

パッケージ含めた商品名についてはやや難読である点やターゲットの一つとするインバウンドに向けてのアピールが弱い点を指摘する審査員が一定数いました。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

昨今、日本酒全体の出荷量が落ちている中、純米酒や純米吟醸酒の出荷量は増加基調にあると言われております。これは国内における富裕層の需要増やインバウンド需要、海外へのお荷量増大に起因しており、本商品の狙いは的を射たターゲティングができている事が多くの審査員の評価を得ました。

ただ、やはり単価自体は高く、手に取りにくいという意見も散見され、一升瓶サイズのハンドリングも含めて、900mlや四合瓶への展開を希望する意見がありました。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

ホームページを拝見する限り、商品情報や企画を中心に情報が豊富で特に「土佐鶴を飲める店」の紹介は飲食店ユーザーとの強い結びつきを感じさせます。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て、また、オンラインショップやFacebook、Instagram等、フレームワークとしては必要十分なツールを用意されていると思います。御社の歴史やこだわりについては「地酒蔵元会」のリンク経由となり、少し分かりにくいという意見もあったので改善の余地があると思われます。

5. ブランディング要因

250年以上に渡り日本酒を中心に製造を続けてこられ、定番商品も充実しています。量販店等の販路も確立されており、酒造メーカーとしての存在感は十二分にあるものと想定されます。また、著作権ものとのコラボレーション企画やふるさと納税への展開などもブランドの確立に良い影響を与えていると思います。

今後さらに商圏を広げるためには商品ストーリーの拡充、SNSコンテンツの強化、キャンペーンによる個人情報収集やネット通販への広告費投下等、社内で継続的に議論を進める事をご提案いたします。

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。貴社においては一般的な品質管理、衛生検査に留まらず、新高知版HACCP認証取得など十分な衛生管理、品質管理ができている事が確認されました。また、全ての商品を自社製造している事、米トレーサビリティ法に則った管理が徹底されている事も安心感に繋がり、高く評価されました。



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション