



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

本格焼酎 大隅 OSUMI 〈芋〉



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



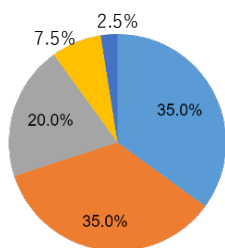
商品名 **本格焼酎 大隅 OSUMI 〈芋〉**
 評価結果 **グランプリ** 受賞回・年月 **第81回 (2024年11月)**

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。

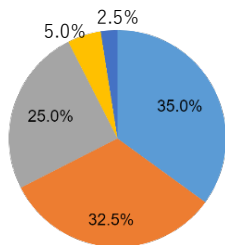
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
 ■ あまりない ■ ない

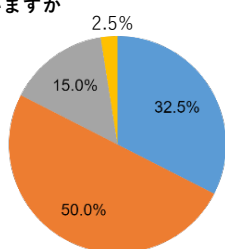
1 この商品に興味がありますか



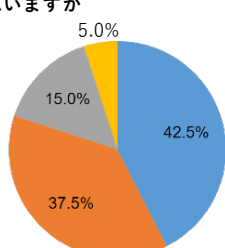
2 この価格で買いたいと思いますか



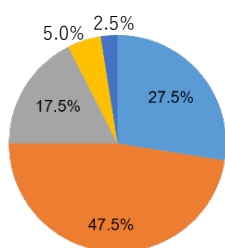
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

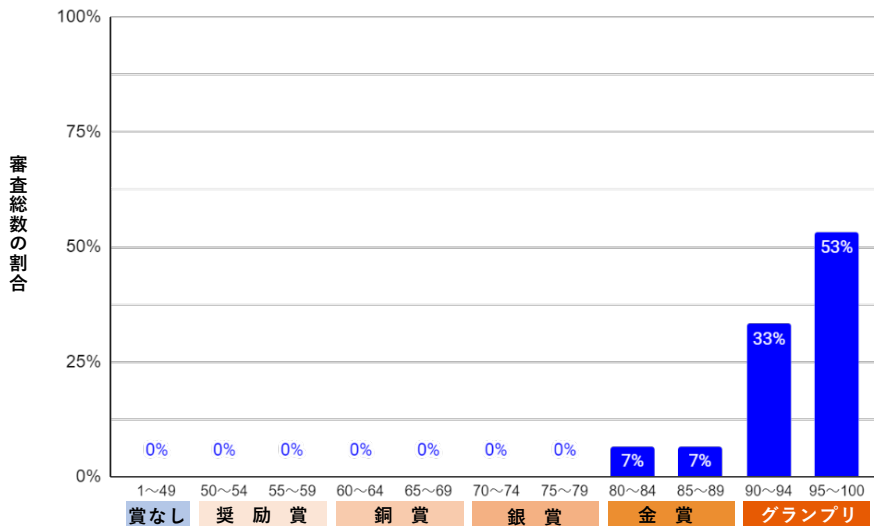
評価が高かった内容

甘く華やかな香りとすっきり後味で飲みやすい仕上がりである
 パッケージラベルの仕上がり的高级感があり、価値が高い
 高級感が演出されている割に、手に取りやすい価格が好印象
 蓋を開けた瞬間に芋の香りが鼻腔に飛び込み、良い刺激がある
 手に取りやすい価格であるため、若い世代にも刺さりそう
 サントリーブランドでも手軽に本格的な焼酎が楽しめる
 パッケージデザインが洗練されていて、秀逸である

評価が低かった内容

パッケージをみただけでは、芋焼酎と認識しにくい
 「大隅」が鹿児島とわからないので、PRが必要と感じる
 消費者に商品名が解りづらいので、ブランド訴求を実施したい
 味覚のこだわりをパッケージにも表現してほしい
 サントリーウイスキーと同デザインに見えるので差別化したい
 ストレートで飲むと特徴が感じられにくい
 原材料などの文字が読みづらいので、はっきり表示してほしい

点数分布



点数分布は、金賞相当が14%、グランプリ相当が86%を占めた結果、総合評価94%で【グランプリ】となりました。グラフが高得点に偏った理由として、豊かな風味と後口のすっきりした味わいが審査員に好印象を与え、高評価を得たと考えます。

アンケート結果を見てもすべての項目で60%以上の好意的な回答が得られており、本商品に対する関心の高さを伺えます。

ただ、全審査員がグランプリと評価したわけではないので、顧客ロイヤリティアップ対策の検討の余地があると考えます。

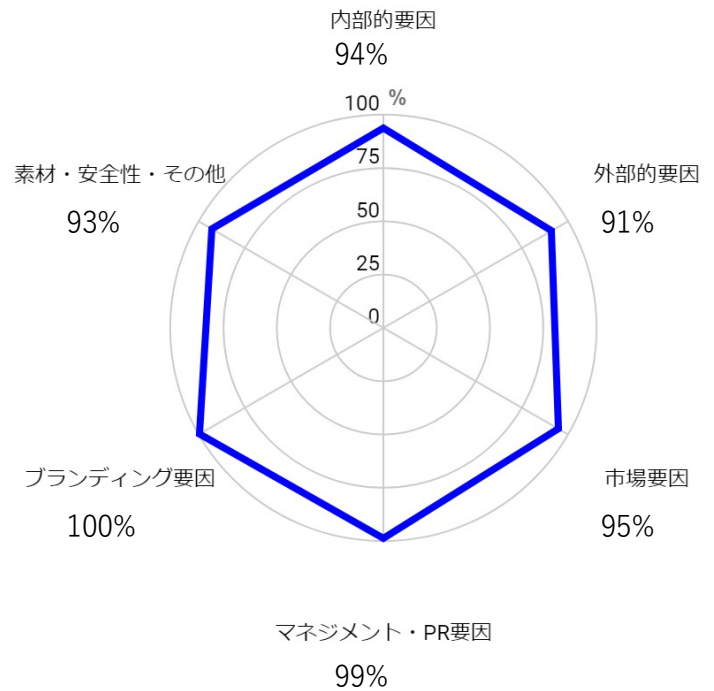
審査レポート

■ 要因分布

要因分布として、すべての項目で90%以上の評価を得ており、全体的にバランスの良い大きな六角形となっています。

商品のブランディングに関して100%というのは、全審査員が認めており、極めて高い評価です。次いで「マネジメント・PR要因」の99%と並んでいます。

一方で、評価が低いわけではありませんが、ネーミングやパッケージから構成される「外部要因」が91%と他の項目に比して伸びなかったのは、「大隅」という名前について審査員の間で認知が低かったこと、高級感あふれるデザインと彩は評価されている反面、商品に関する情報が読みにくいなど商品の情報発信に関する点で改善の余地があるように考えます。



■ 総評

まずは【グランプリ】獲得おめでとうございます。本商品は、鹿児島に息づく伝統的な焼酎造りの技を継承し、各工程において目や鼻を使って細かくチェックするなどこだわりの「香り厳選蒸留」という製法によって、商品の特徴でもある豊かな香りが風味を引き立てています。芋焼酎としての独特の甘い香りが鼻腔を刺激しつつ、後口はすっきりと切れのある仕上がりになっていると感じました。審査会では、「甘く華やかな香りとすっきり後味で飲みやすい」、「パッケージに高級感がある」、「若い世代にも刺さりそう」といった肯定的な意見がある一方で、「パッケージをみただけでは芋焼酎と認識しにくい」、「大隅が鹿児島だとわからない」、「原材料などの文字が読みづらい」等の否定的な意見も散見されています。

審査員の評価をみても「さすがサントリーさん」という声もあり、ブランディングやマネジメントなどはもちろん、要因分析のすべての項目で90%以上というのは大変素晴らしいです。しかしながら、「大隅」という商品の知名度はまだまだのようであり、芋焼酎市場のシェアを獲得していくためには今後のプロモーションに期待されます。

ランディングページも作りこまれており、素晴らしいと感じました。芋焼酎をお湯割りで楽しむ人も多くなか、ロックやソーダ割での楽しみ方を推すのは大変興味深く感じる人もいると感じました。

一方で、芋焼酎の「大隅」という商品名の別の商品が存在していることから、通販サイトでもすぐに本商品にたどり着けないケースもございます。今後、商品を区別して検索できるような工夫が求められるのではないかと考えます。その一例として、ランディングページのURLをQRコードにして商品のパッケージや広告などに添付して情報にアクセスしやすくすることで、商品についての情報をしっかり伝えることができるのではないかと考えます。

出品商品はそれ自体完成度が非常に高いものであり、これからも商品の持つ可能性のさらなる向上を期待しています。



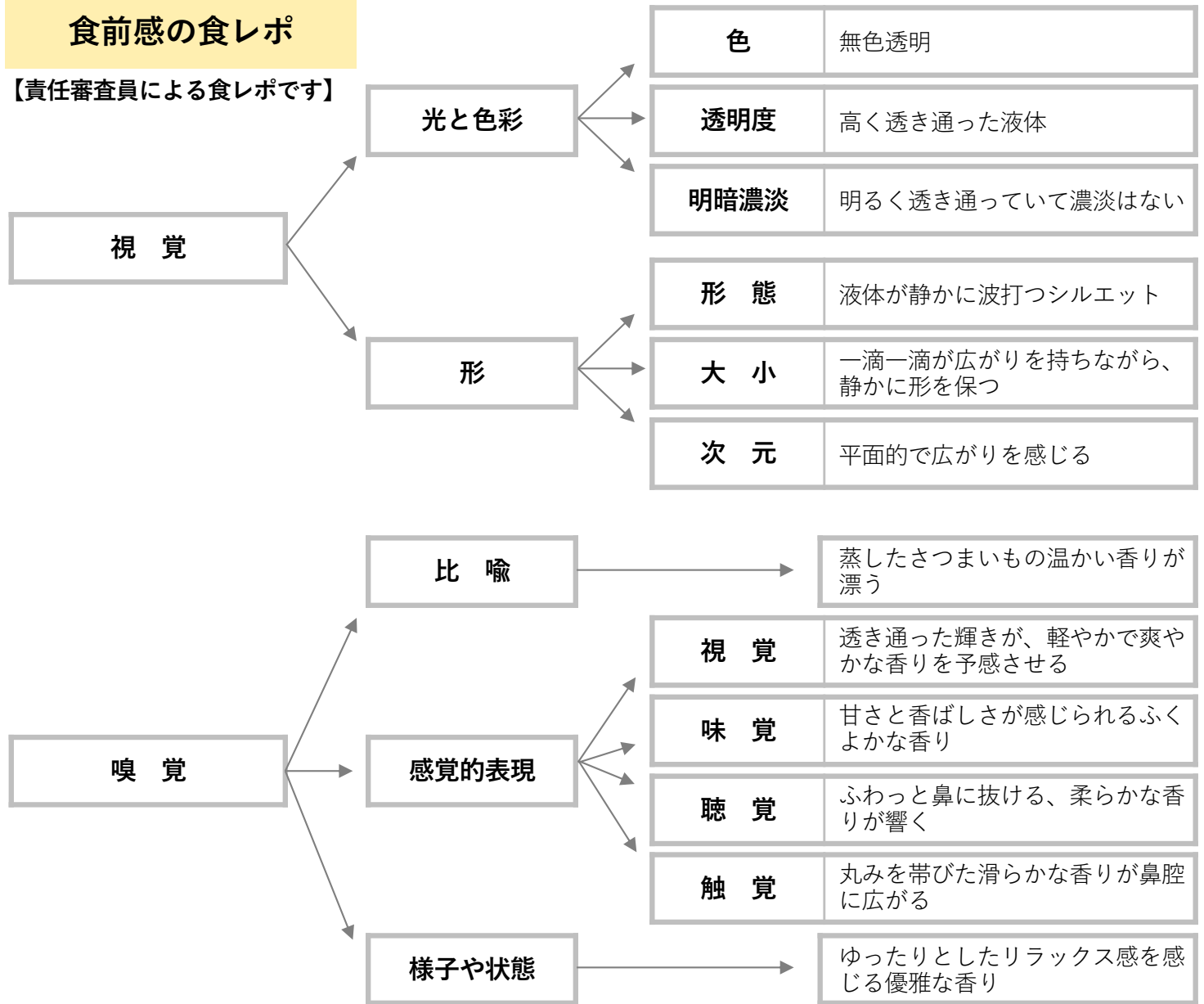
〒102-0082 東京都千代田区一番町15-8 壱番館5階
Tel : 03-3265-0518 / Fax : 03-3265-0519
Mail : info@foodanalyst.jp



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

本商品の第一印象は、無色透明で高い透明度をじっと見つめる液体から進みます。明るく透き通った姿は、濃淡のない清潔感を漂わせ、静かに波打つ液体のシルエットが視覚的に広がりを感じさせます。一滴一滴が広がりを持ちながらも静かに形を整える様子は、平面的でありながらもイメージのある印象を与えます。

香りについては、蒸したさつまいもの温かさを感じさせる芳香が鼻孔をすぐり、透き通った輝きが軽やかで爽やかな香りを予感させます。甘さと香ばしさが感じられるふくよかな香りは、食欲をそそり、鼻腔にこの香りはふわっと鼻に抜ける際に柔らかさを感じさせ、まるで耳元に優しく伝わるような繊細さがあります。

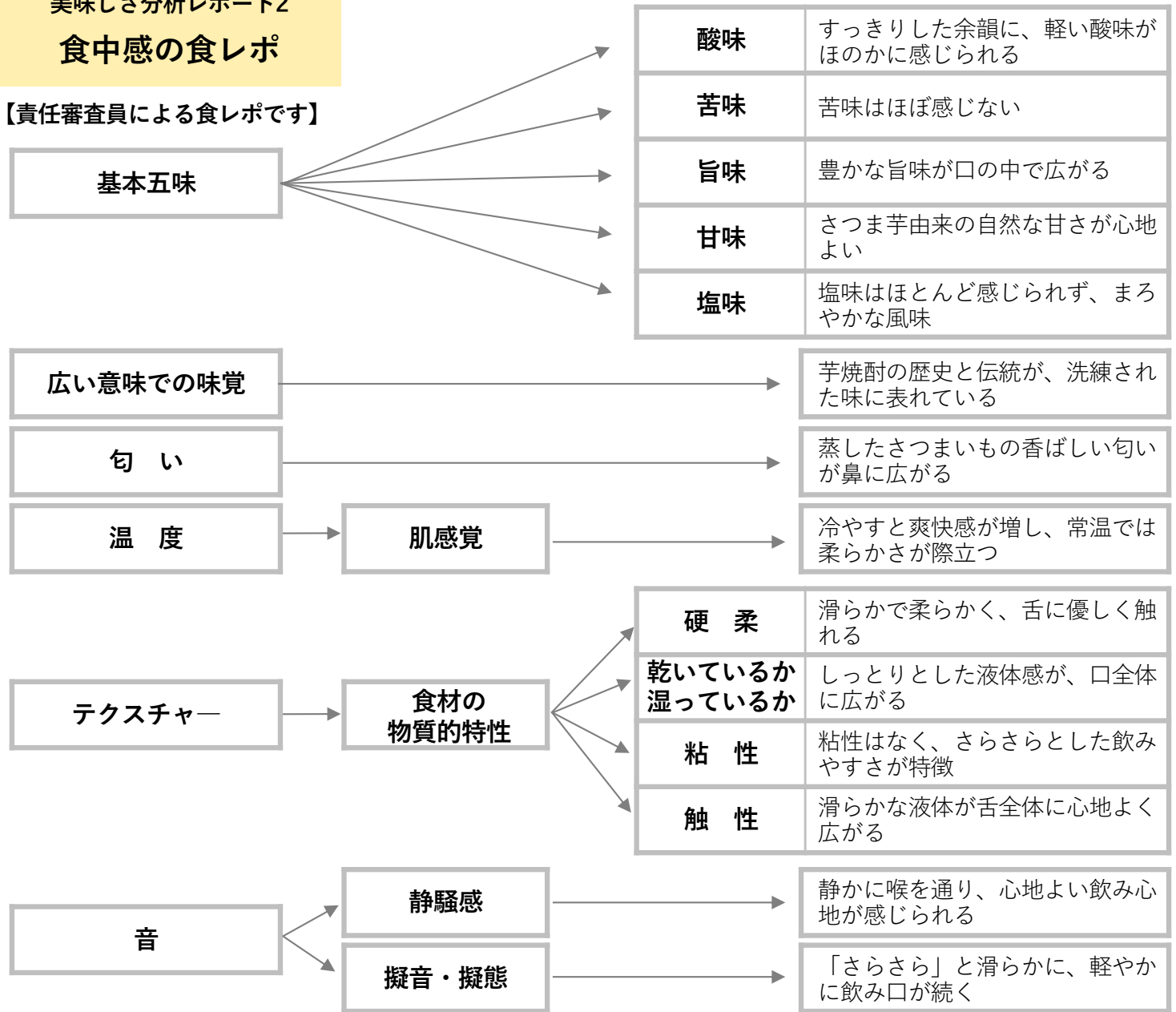
総じて、本商品は、視覚と嗅覚の両面で非常に調和が取れており、食前の感覚において非常にバランスの取れた印象を与えています。食前の段階ですでに、香りがもたらすリラックス感と高級感が際立っており、これからの味わいを一層楽しみに感じさせてくれます。



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

本商品は、食中においても豊かな味わいが口の中で広がり、特にさつま芋由来の自然な甘さが心地よく感じられます。旨味が口の中にじわりと広がり、苦味はほとんど感じられず、すっきりとした余韻にほのかに軽い酸味が残ります。塩味はほとんど感じられず、全体としてまろやかで柔らかな風味が印象的です。芋焼酎の歴史と伝統が、洗練された味わいに表れており、長い年月をかけて磨かれた味わいが楽しめます。

香りは蒸したさつま芋の香ばしさが鼻に広がり、これが味覚と見事に調和しています。温度によって感じ方が変わり、冷やすことで爽快感が増し、常温では滑らかさと柔らかさが際立ちます。滑らかで柔らかく、舌に優しく触れる食感は、しっとりとした液体感が口全体に広がることで一層引き立ちます。さらさらとした飲みやすさが特徴で、粘性はほとんど感じられず、喉を静かに通り過ぎる心地よさが感じられます。この滑らかで優雅な飲み心地は、長く記憶に残る心地よい体験をもたらします。

総じて、本商品の繊細さと深みの両方を兼ね備えた味わいが、飲むたびに新たな発見をもたらし、長く記憶に残る体験を提供してくれるでしょう。



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

飲んだ時の豊かな風味とことなり、切れが良く、静かに余韻を残す程度ですっきりとしている。

気候・地域

豊かな風味と切れの良さがあり、ロックで冷たくしたものも、お湯で割った暖かいものもどちらもその特徴を楽しむことができ、季節に関わらず年中楽しむことができる。

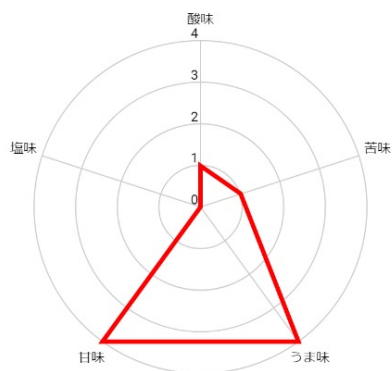
食経験・食習慣

芋焼酎は鹿児島県が発祥の地であるが、最近は全国的に販売されており、愛好家も全国にいて、今なお芋焼酎の魅力に取りつかれる若い世代も期待ができる。

健康・生活様式

寒い日にはお湯割りで、暖かい日にはロックで、一日の疲れをいやすのも仲間と盛り上がるのも、どちらにも本商品は存在感を示すことができる。

基本五味の レーダーチャート



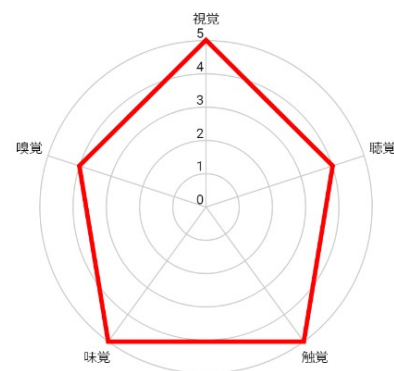
五味	評点
酸味	1
苦味	1
うま味	4
甘味	4
塩味	0

広い意味での味覚の レーダーチャート



広義の味	評点
まろ味	3
コク味	4
濃厚な味	4
辛味	1
芋焼酎の味	5

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	4
触覚	5
味覚	5
嗅覚	4

1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

本商品は、甘く華やかな芋の香りとすっきりした後味が特徴で、飲みやすいと評価されました。蓋を開けた瞬間から広がる香りは、優しくホッとする印象を与えます。アルコール度数25度とは思えない優しい口当たりで、旨味・甘味・苦味が調和した味わいが素晴らしいとの声があります。芋特有のクセを感じにくく、すっきりとした味わいは女性や若い世代にも受け入れられやすい商品ではないでしょうか。一方で、ストレートで飲むと他社の高級焼酎と比べて香りや味に特徴がないとの意見もあり、さらなる個性の強化が望まれます。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

本商品は、高級感のあるパッケージデザインや、毛筆と英字の書体の組み合わせが洗練されており、海外市場にも受け入れられそうだという評価が多くありました。桜島と筆文字が印象的で、大人のお洒落な焼酎をイメージさせます。また、「大隅」というネーミングにはストーリー性を感じられ、商品に込められた熱意が伝わってきます。芋焼酎のトレンドとして、若い世代や女性にもアピールできるデザイン性や飲みやすさが求められており、商品特性を明確に伝える工夫や、地域性（例えば鹿児島であること）を強調することで、さらなる市場拡大が期待されます。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

本商品は、千円を切る手頃な価格でありながら、コストパフォーマンスが非常に高いと高評価を得ています。すっきりとした味わいで飲みやすく、芋焼酎が苦手な人でも抵抗なく楽しめる工夫が素晴らしいとの声があります。若い世代にも刺さりそうな味で、手土産としての需要も見込まれ、販売力を感じさせます。焼酎市場では香りやスッキリ感が重視される傾向があり、本商品はまさに現代の顧客ニーズに応えるものです。一方で、芋焼酎としての特徴がやや薄いとの意見もあり、味覚へのこだわりをパッケージやQRコードでホームページに誘導して伝えるなど、商品特性をより明確にアピールする工夫が必要であると考えます。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

本商品の広報・広告活動については、ブランドページの作成やYouTubeでの製造環境・過程の紹介など、しっかりと取り組まれており、素晴らしいと感じました。試飲会を開催することで、実際に商品を手にとってもらい、その良さを直接伝える機会を増やすのも有効だと思います。流石サントリーというマネジメント力が発揮されており、自社サイトでの情報発信にも抜かりがありません。芋焼酎のトレンドとして、消費者は製造過程や品質に対する関心が高まっており、このような情報提供はブランド価値の向上につながると考えられます。今後も多角的な広報活動が続けることで、さらなる市場拡大が期待されます。

5. ブランディング要因

本商品は、「大隅」というネーミングが芋焼酎のイメージにぴったりであり、土地の名前が印象的で力強さを感じるという評価があります。素材と製造にこだわり、その魅力を生かしている点も高く評価されています。また、数々のコンペに出場し、ブランディングに力を入れている姿勢は素晴らしいと感じられます。一方で、この焼酎単体では知名度が低く、今後の展開が期待されるとの意見もあります。芋焼酎市場のトレンドとして、伝統と革新を意識した商品が求められており、本商品はそのニーズに応えていると考えます。今後は、さらなる知名度向上のために、消費者ニーズを捉えたマーケティング戦略の強化が望まれます。

6. 素材・安全性・その他

本商品は、JFS-B認証を取得した工場生産されるなど、安全衛生管理が徹底されている点で安心感があります。芋、水、麴など素材へのこだわりが感じられ、製造や材料の品質管理もしっかりとしており、文句なしと評価できます。保存料・着色料を使用せず、製造工程において安全性に万全を期している姿勢は素晴らしいです。また、水育などの環境教育に取り組む姿勢から、企業の本気度が伝わってきます。現在の芋焼酎のトレンドでは、品質や安全性への消費者の関心が高まっており、これらの取り組みはブランド価値の向上につながると考えられます。総合的に、安心して消費できる商品として高く評価されます。



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション