



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート



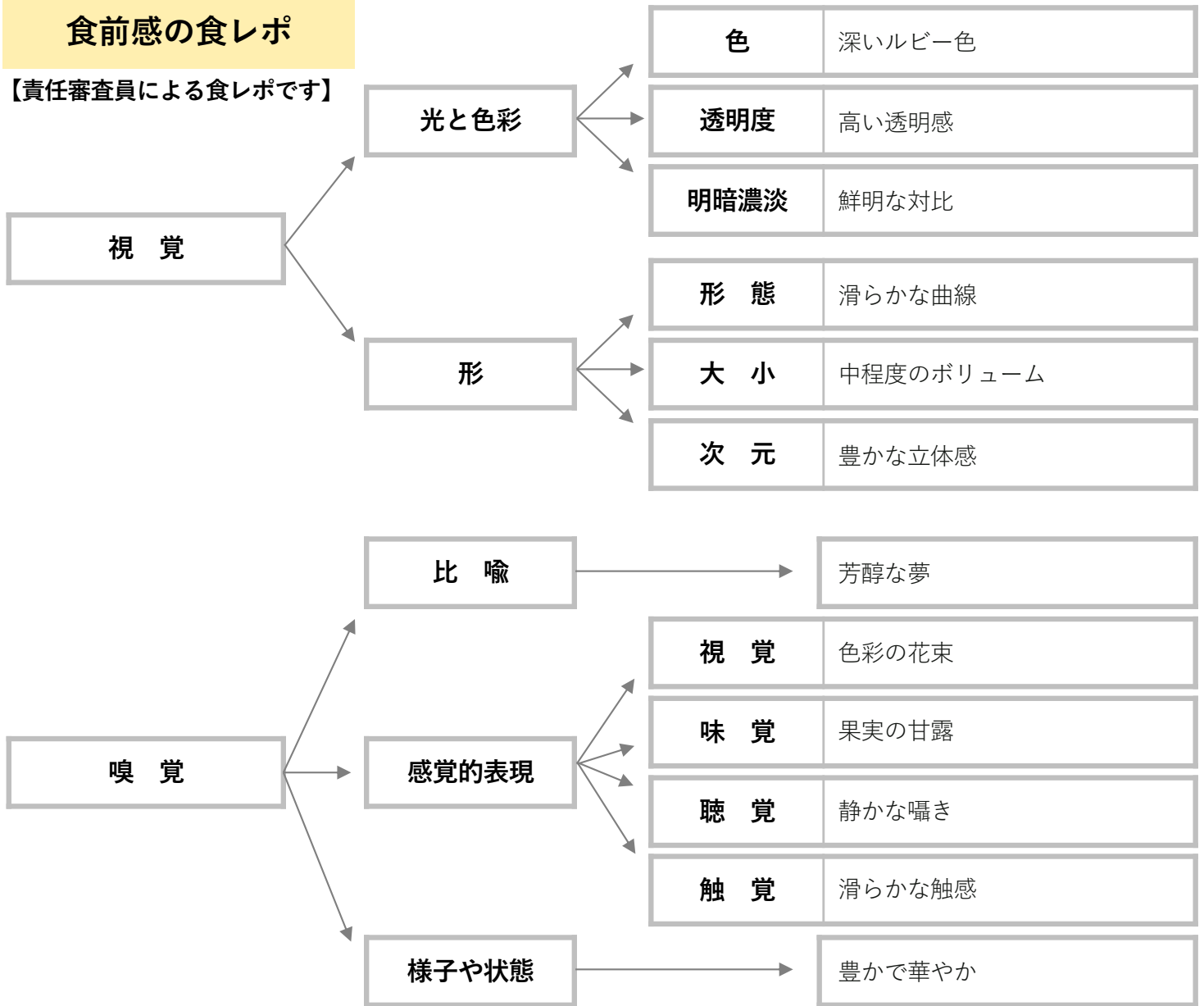
食の情報の専門家
一般社団法人
日本フードアナリスト協会
Japan Food Analyst Association Certified



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

「トリキレッド」は、視覚と嗅覚の両面からその美味しさを感じることができる素晴らしい商品です。まず、視覚的に印象に残るのは、深いルビー色です。この色合いは、豊かな果実感を連想させ、飲む前から期待感を高めてくれます。透明度が高く清らかな外観は、安心感を与えると同時に美しさを演出しています。また、明暗のコントラストも鮮やかで、視覚的に非常に魅力的です。しなやかな曲線を持つ形状はエレガントで、飲む楽しみを一層引き立てます。中程度のボリューム感は、しっかりとした存在感を示しており、その豊かな立体感は、飲む前から感心させられます。

嗅覚に関しては、「トリキレッド」の香りの表現が特に印象的です。芳醇な夢を紡ぐような香りは、一瞬で心を掴みます。色彩の花束のように多様な香りが広がり、果実の甘露のような甘さを感じさせます。これにより、ワインを口にする前から期待感が高まり、味わいへの期待を膨らませます。静かな囁きのような香りは、強すぎず、むしろ飲む人をリラックスさせる効果があります。滑らかな触感を想起させる香りは、一口含んだときにどのような口当たりをもたらすのか、大いに期待させます。

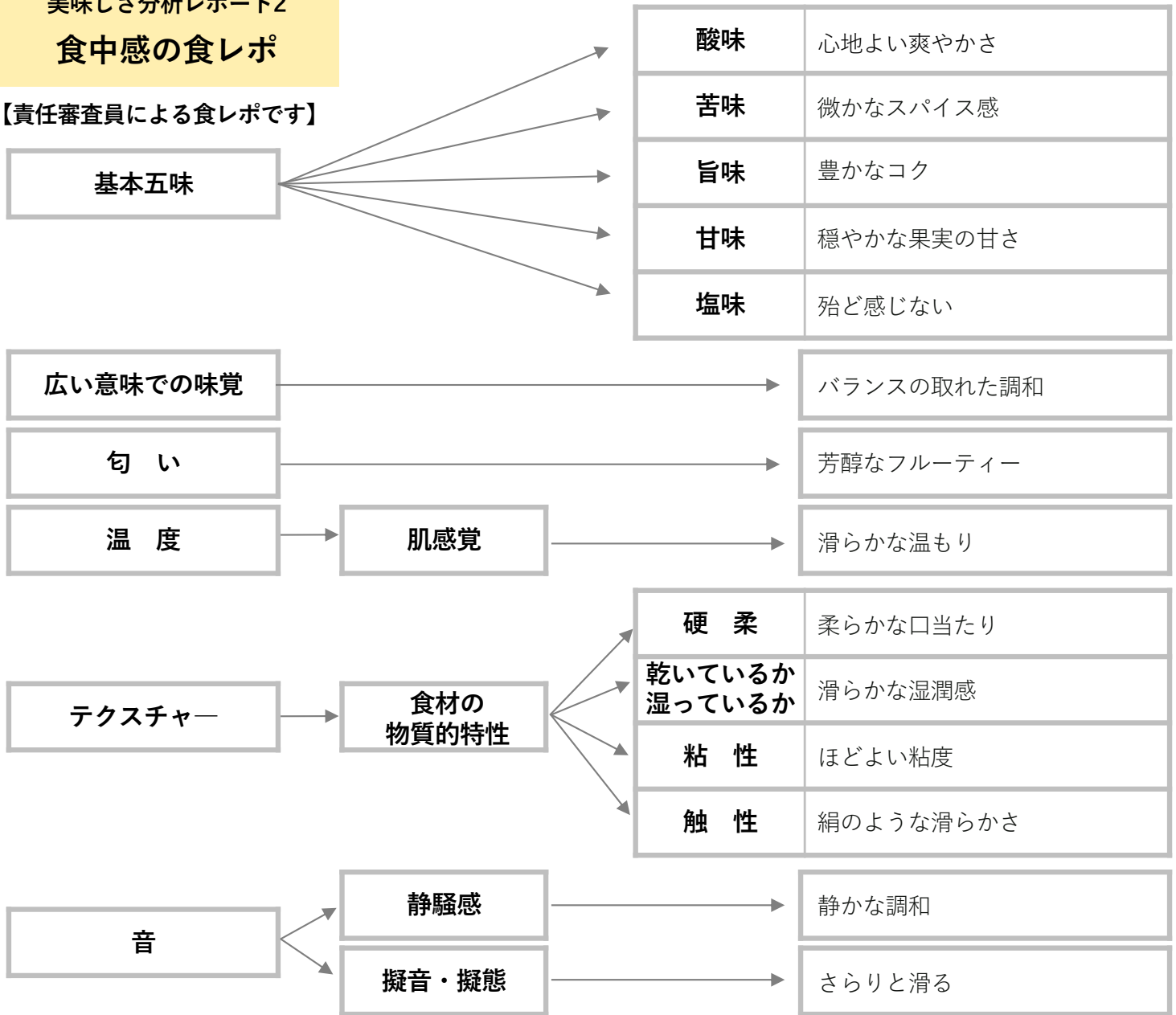
このように、「トリキレッド」は、視覚と嗅覚の両方からアプローチし、飲む前から楽しませてくれる一杯となっていると言えるでしょう。



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

「トリキレッド」は、飲む人に多面的な魅力を提供するワインです。まずその味覚は、酸味がもたらす爽やかさと、コクのある旨味が見事に調和し、穏やかな果実の甘さとわずかに感じられるスパイスが、後味に深みを加えます。香りは芳醇なフルーティーさが特徴で、飲む前から期待感を高めます。このワインは温度による滑らかな温もりがあり、全体の体験をさらに豊かなものにします。

また、テクスチャーは柔らかい口当たりと適度な粘度を備え、絹のような滑らかさがその質感を高めています。心地よい湿潤感が味わうたびに新たな発見をもたらし、ワインの奥深さを楽しませてくれます。さらに、「トリキレッド」の静騒感、飲むことに集中できる環境を整え、さらりとした擬音が軽快な飲み心地を引き立てます。

総合的に見ると、味覚、香り、テクスチャー、静騒感のすべてがバランス良く調和し、「トリキレッド」という名にふさわしい奥行きのある物語を飲み手に提供します。その一杯には、ただの飲み物を超えた豊かな体験が待っています。



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

滑らかで長く余韻を残し、口の中に豊かな果実感が心地よく広がります。

気候・地域

日本の多様な食文化に寄り添える仕上がりで、どんな季節でも楽しめる柔軟性を持っています。

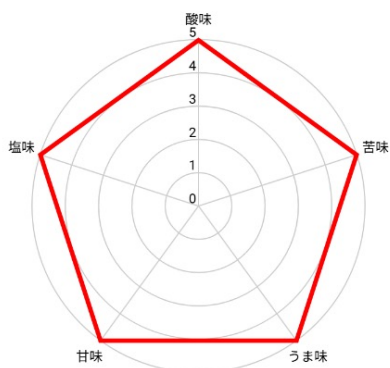
食経験・食習慣

焼き鳥をはじめとする日本の食習慣に合い、日常の食卓に華やかさを添える存在です。

健康・生活様式

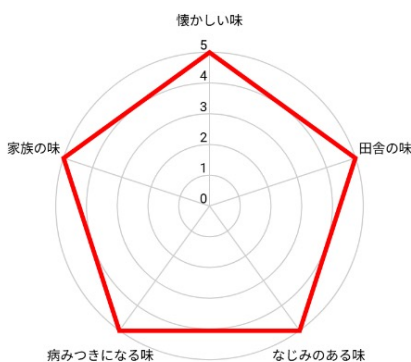
安心感を与える飲みやすさで、カジュアルに楽しめる健康的なライフスタイルにマッチしています。

基本五味の レーダーチャート



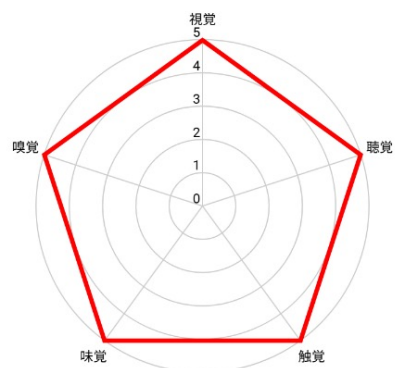
五味	評点
酸味	5
苦味	5
うま味	5
甘味	5
塩味	5

広い意味での味覚の レーダーチャート



広義の味	評点
懐かしい味	5
田舎の味	5
なじみのある味	5
病みつきになる味	5
家族の味	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	5
触覚	5
味覚	5
嗅覚	5

1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

「トリキレッド」はその魅力的な内部的要因により、消費者に愛されています。非常にバランスの取れた味わいが特徴で、果実感と酸味が心地よい調和を奏でています。特に、滑らかな口当たりと豊かなコクが、飲む人に持続的な満足感をもたらします。これらの要素は、サントリーの高い醸造技術と品質管理によるもので、消費者が飲む際の一貫した体験を提供しています。また、後味の心地よい余韻が、飲むたびに新しい発見を感じさせ、さまざまな食事と合う柔軟性があることも大きな魅力と言えます。これにより、「トリキレッド」は、家飲みから特別な場面まで多用途で楽しめるワインとして評価されています。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

「トリキレッド」の外部的要因は、そのパッケージデザイン、ネーミング、サブタイトルにおいて特に目を引きます。親しみやすいネーミング「トリキレッド」は、鳥貴族との特別な関係を示し、消費者に強い印象を与えます。シンプルで視覚的にわかりやすいパッケージは、手軽に楽しめるワンカップスタイルを強調し、若年層やカジュアル飲みを好む消費者にアピールします。また、「タレに合う赤」というサブタイトルは、焼き鳥との相性を的確に伝え、具体的な利用シーンを想起させる効果があります。これによって、「トリキレッド」は日常の食卓に導入しやすく、消費者の選択肢として魅力的な存在となっています。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

日本のワイン市場では、手頃な価格で高品質なワインが重視されています。「トリキレッド」はその要望に応える形で登場し、多くの消費者に支持されています。特に、ワイン初心者やカジュアル飲みを楽しむ層に向けたワンカップスタイルは、非常に魅力的な提案であり、居酒屋メニューとしての存在感も大きいです。市場の中で独自の立ち位置を築きつつあり、特に焼き鳥文化との調和が他の製品との差別化を強化しています。このように、「トリキレッド」はカジュアルなシーンでも楽しめることから、幅広い消費者層に受け入れられ、今後の需要拡大が期待されます。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

サントリーの卓越したマネジメントが「トリキレッド」の成功には不可欠です。製品開発から販売までのすべてのプロセスにおいて、消費者のニーズを巧みに捉え、迅速に市場に投入しています。特に、鳥貴族との戦略的なパートナーシップは、相互に商品価値を高める効果を持ち、このコラボレーションにより、新しい飲み方としてワインを提案する道を開きました。消費者にユニークな体験を提供することで、ブランド価値は高まっており、競争が激しい市場の中でも安心して選ばれる存在となっています。これらのマネジメント手法は、消費者からの信頼を強化し、ブランドの地位向上に寄与しています。

5. ブランディング要因

「トリキ」という愛称は、鳥貴族との深い結びつきを明示し、特別感を演出します。これにより、媒体での情報発信が効果的になり、消費者の認知度と興味を向上させています。また「タレに合う赤」というサブタイトルは具体的な利用シーンを提示し、消費者に具体的なイメージを抱かせます。これらのブランディング施策は、ただのワインにとどまらず、鳥貴族を訪れる際の必需品としてのポジションを確立するために機能しています。特に、実際の飲食シーンと結びつけることで、商品価値の向上に寄与しており、消費者にとって日常の一部として取り入れやすい選択肢を提供しています。こうしたブランディング戦略は、消費者からのロイヤルティを高め、今後の市場拡大への強固な基盤となっています。

6. 素材・安全性・その他

「トリキレッド」は、サントリーの厳格な品質管理と安全基準に裏打ちされた製品として、安心感でも高く評価されています。製品が製造される過程では、厳しい検査や管理が行われており、消費者は信頼して楽しむことができます。また、使用される原材料は慎重に選定されており、透明性のある製造プロセスが消費者に安心感を与えています。これにより、親しい友人や家族と共に気軽に楽しむことができ、日常の飲みシーンに溶け込みやすくなります。健康志向が高まる中で、安全に飲めるワインとしての位置付けは、今後ますます重要になります。こうした安心感は、消費者のリピート購入を促進し、「トリキレッド」が長期的に愛される理由の一つとなっています。

審査レポート



商品名 トリキレッド

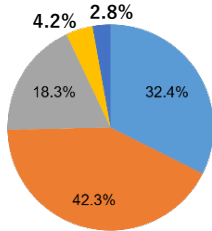
評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第87回 (2025年5月)

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。

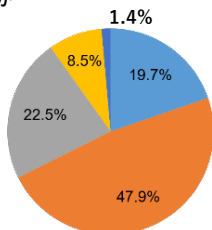
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

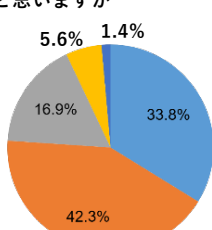
1 この商品に興味がありますか



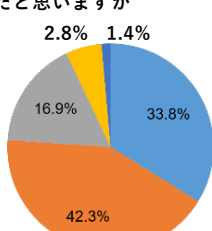
2 この価格で買いたいですか



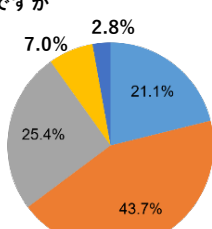
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

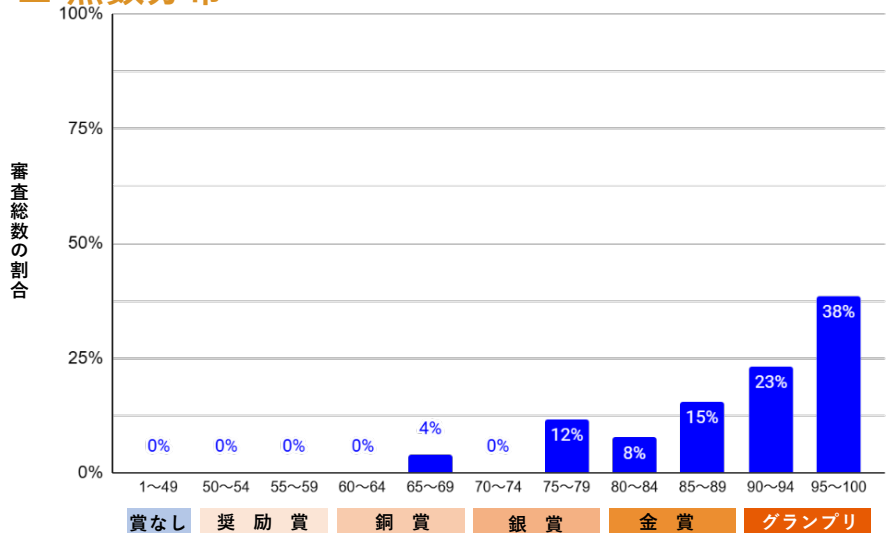
評価が高かった内容

ネーミングが親しみやすく、鳥貴族との関連性が高い
焼き鳥のタレの味とよく合うワインである
ワンカップスタイルは手軽で飲みやすい
爽やかな果実感と後味の良さ、飲みやすさがある
手頃な価格でコストパフォーマンスが良い
サントリーと鳥貴族のコラボで商品の安全性と信頼感が高い
鳥貴族でしか味わえない特別感がある

評価が低かった内容

ワインの味が単調、深みや重さが少ない
ブドウの品種や産地情報がない
開封時に中身をこぼしやすい、ふたで怪我をしそう
後味の香りや酸味が気になる
鳥貴族専用でしか購入できない点が限定的で残念
SNSでの情報発信が弱い、広報が不十分に感じる
パッケージが安っぽく、もう少し高級感が欲しい

点数分布

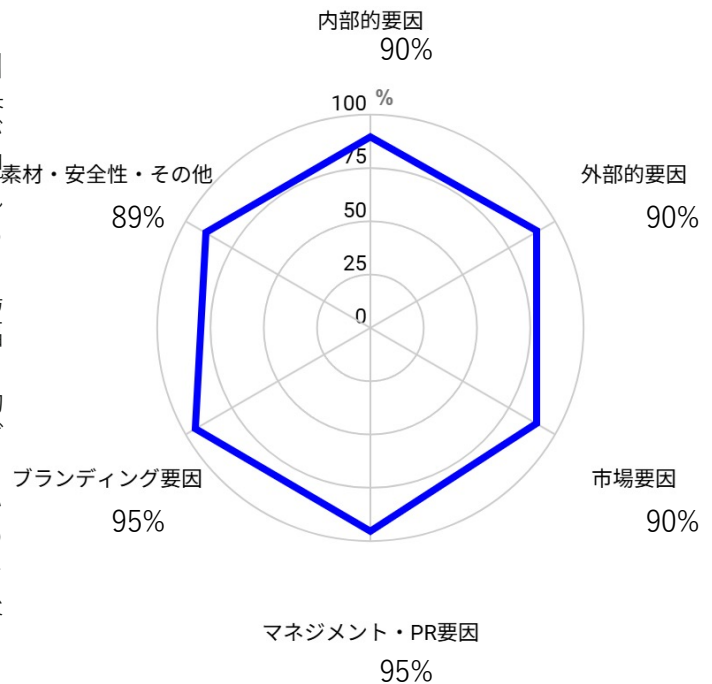


点数分布の内訳として、「銅賞」が4%、「銀賞」が12%、80点台の「金賞」が23%、90点以上の「グランプリ」相当と評価した人は全体の61%と半数以上を占め、総合評価では90点で「グランプリ」受賞となりました。「トリキレッド」は焼き鳥に合う豊かな果実感と爽やかさが特徴で、多くの消費者から高評価を受けています。手頃な価格とユニークなワンカップスタイルも支持されていますが、パッケージデザインの高級感不足やワインのブドウ品種や産地情報の不十分さが指摘されています。また、鳥貴族専用販売が購買機会の制限と見られているため、今後はブランディングや広報戦略の強化により、より広範な消費者層への訴求が期待されます。

審査レポート

■ 要因分布

全体的にバランスの良い評価を受けており、内部的要因は90%という高得点を記録しています。特に、豊かな果実感や滑らかな口当たりが評価され、飲む際の満足感が際立ちます。外部的要因も90%を獲得し、シンプルで親しみやすいパッケージデザインが消費者に受け入れられています。しかし、一部の消費者からはより高級感のあるオリジナリティを求める声もあり、改善の余地があります。市場要因も90%の評価を得ており、日本の焼き鳥文化との調和や手軽に楽しめるワンカップスタイルが幅広い層に支持されています。マネジメント・PR要因は95%と特に高評価で、消費者のニーズを捉えた戦略が功を奏し、ブランド価値を高めています。ブランディング要因についても95%の高評価を受けており、「トリキ」という親しみやすいネーミングや「タレに合う赤」というサブタイトルが記憶に残ります。素材・安全性・その他の要因は89%で、厳格な品質管理が消費者に安心感を提供しています。全体として、高評価を得つつも、今後の改良やパッケージデザインの強化が期待されます。



■ 総評

審査会での試飲を通じてサントリーのワイン「トリキレッド」に対する評価は非常に高く、特に香り、味わい、色に関する感想が印象的でした。「フルーティーで豊かな香りが広がる」「口に含んだ瞬間の甘味と旨味のバランスが素晴らしい」「鮮やかなルビー色が視覚的にも楽しませてくれる」といった意見が多く、飲みやすさと焼き鳥との相性が高く評価されています。参加者からは「焼き鳥を楽しむ際に欠かせない一杯」との声も聞かれ、実際の食事シーンでの利便性が感じられました。

製造過程や素材に関しても、サントリーの品質管理が高く評価され、特に国内産の良質なぶどうを使用した醸造技術が好評です。安心・安全への配慮も感じられるとの意見が多く、消費者の健康志向を考えた管理が信頼を生んでいます。

一方、低評価の点もいくつか挙がりました。「トリキレッド」という名前が鳥貴族以外の消費者にどう伝わるか不透明との指摘があり、焼き鳥以外での利用促進のアイデアも求められています。また、「少し高く感じる」という意見もあり、初心者向けに手頃感を踏まえた提案が期待されます。この価格に見合う価値が感じられるともいえる一方で、入り口のハードルが高く感じられる点もあります。

パッケージデザインについては、「トリキレッド」の魅力を引き立てる工夫が必要との意見があります。現在のデザインはシンプルで親しみやすいですが、上級ワインであることが明確に伝わりにくいとの指摘があります。商品名だけでなく、「家庭での特別な一杯」といったサブタイトルを添えることで、消費者の関心を引きやすくなるでしょう。高級感を意識したパッケージデザインが、販売促進において重要な要素です。地域文化や食シーンとの調和を図るため、プロモーション戦略も重要です。特に焼き鳥を楽しむ文化が根強い地域に向けたマーケティングや、その文化に寄り添ったプロモーションが必要です。

全体として、「トリキレッド」は非常に完成度が高い一杯であり、商品の魅力を引き出すためのさらなる取り組みに期待が寄せられています。香りと味わいの豊かさ、高い品質管理、家庭での楽しみ方の提案が、今後の成功の鍵となるでしょう。この商品の持つ可能性を引き出し、さらなるブランド価値を高めていくプロセスに期待が寄せられています。



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



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション