



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

フルーティス R I C H 白桃



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 フルーティス R I C H 白桃

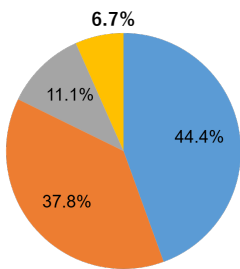
評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第87回 (2025年5月)

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。

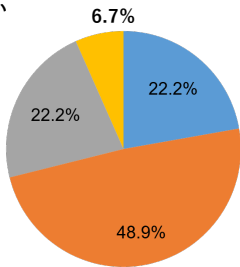
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

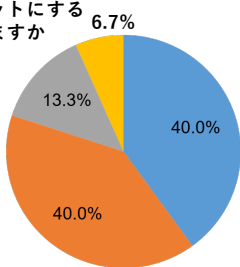
1 この商品に興味がありますか



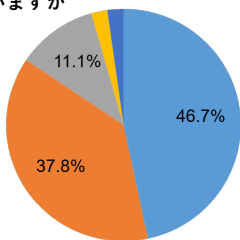
2 この価格で買いたいですか



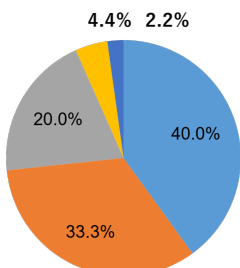
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

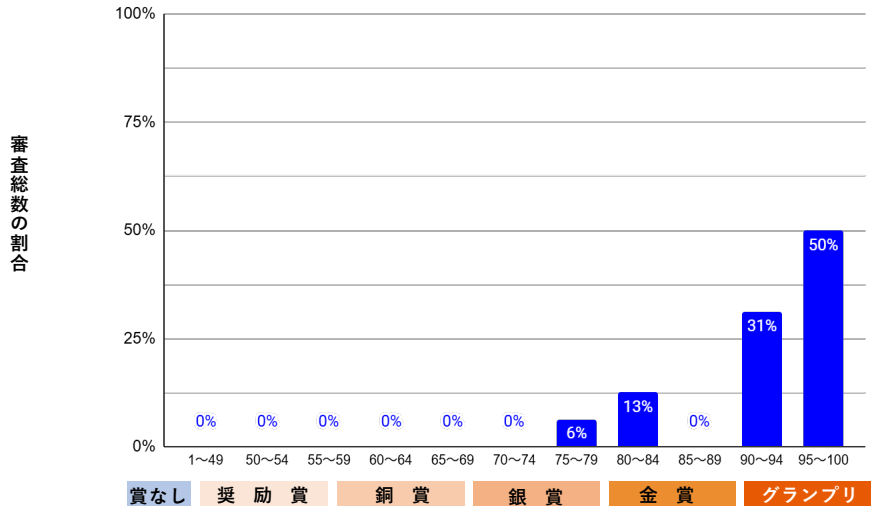
評価が高かった内容

フルーツと酢をかけあわせたネーミングが分かりやすい
 顔を近づけると濃厚な桃の香りがして驚いた
 とろみがあり飲みやすい点が、他社との差別化に繋がる
 スマートなボトルでスペースを取らず、保存しやすい
 ミツカンの製品ということで安心感があり飲んでみたくなる
 スーパーで購入できるので、日々の習慣に取り入れやすい
 アレルギー表示対象品目28品目が記載されていて安心感がある

評価が低かった内容

フルーツの甘味が印象強く、酢をイメージし辛いと思った
 ビネガードリンクなのでもう少し酢の酸味が強いと嬉しい
 規定の4倍希釈では「濃厚なフルーティーさ」を感じ辛かった
 りんご酢を使用していることがもう少し分かりやすいと良い
 ボトルに目盛りがあれば割りやすくさらに良いと思った
 ミツカンのロゴがもう少し目立っても良いのではないかと思う
 保存料・着色料不使用がパッケージに記載されていると嬉しい

点数分布



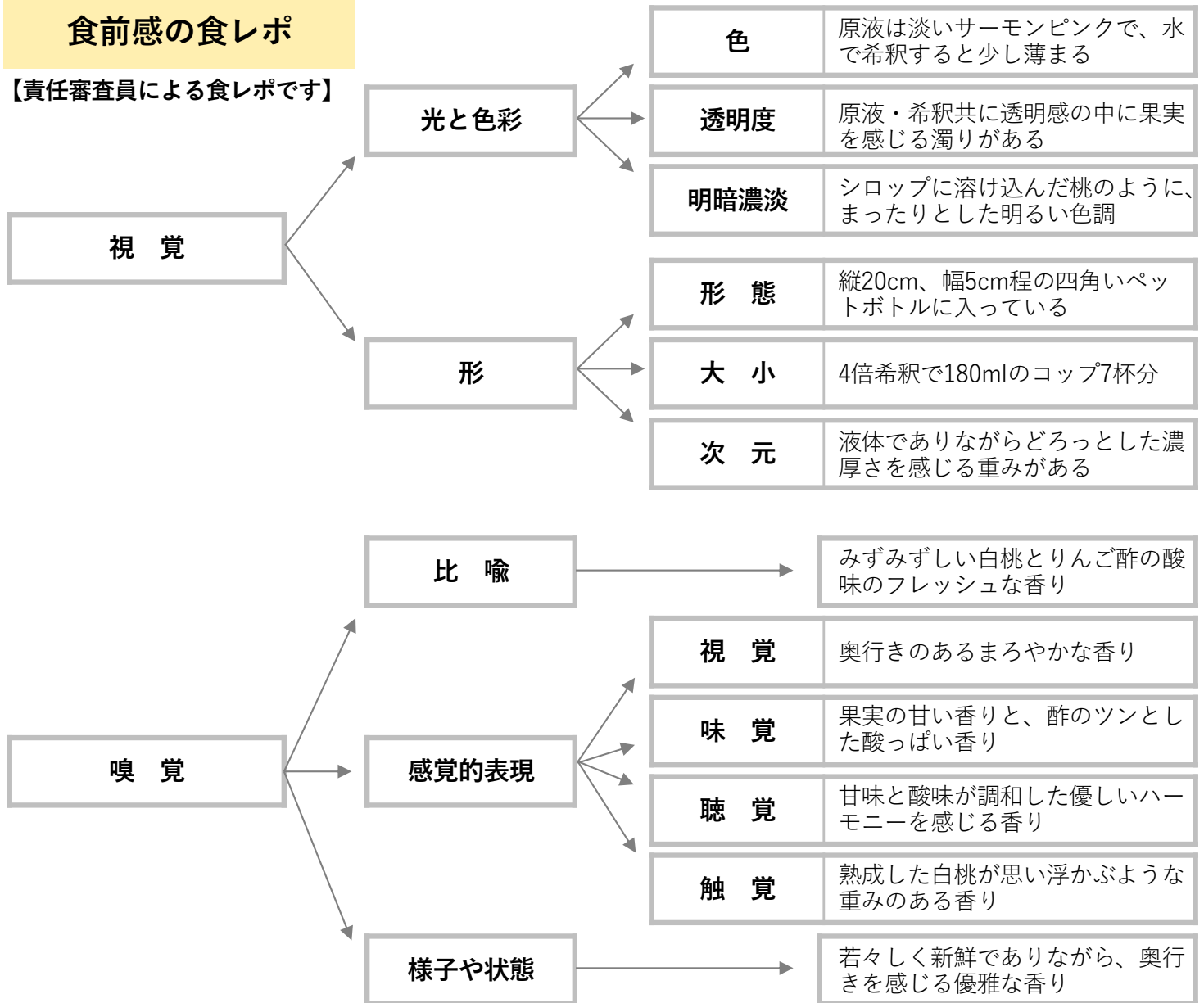
点数は銀賞相当からグランプリ相当に分布し、総合評価93%で【グランプリ】評価となりました。分布が高得点に寄った理由として、果汁の良さが感じられる飲みやすいビネガードリンクであることが多くの共感を得た事と考えます。アンケートではこの商品に「USP (その商品の独自の売り)がある商品だと思う」と8割強の人が答えており、フルーツと酢をかけあわせた「フルーティス」というネーミングを含め、商品の分かりやすさが非常に高評価でした。



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

見た目はまるで白桃をそのまま閉じ込めたような、淡いサーモンイエローのナチュラルな色合いです。透明感の中に微かに感じられる濁りが、果実本来の濃厚さを物語ります。縦20cm、幅5cmほどのスリムなボトルは、冷蔵庫でも場所を取らず、4倍希釈でたっぷり7杯分楽しめるという、コンパクトながらも経済的な設計です。そして、栓を開けた瞬間に広がるのは、みずみずしい白桃とりんご酢の爽やかな香り。甘さと酸味が絶妙に溶け合い、思わず頬がほころぶような優しいハーモニーを奏でていきます。

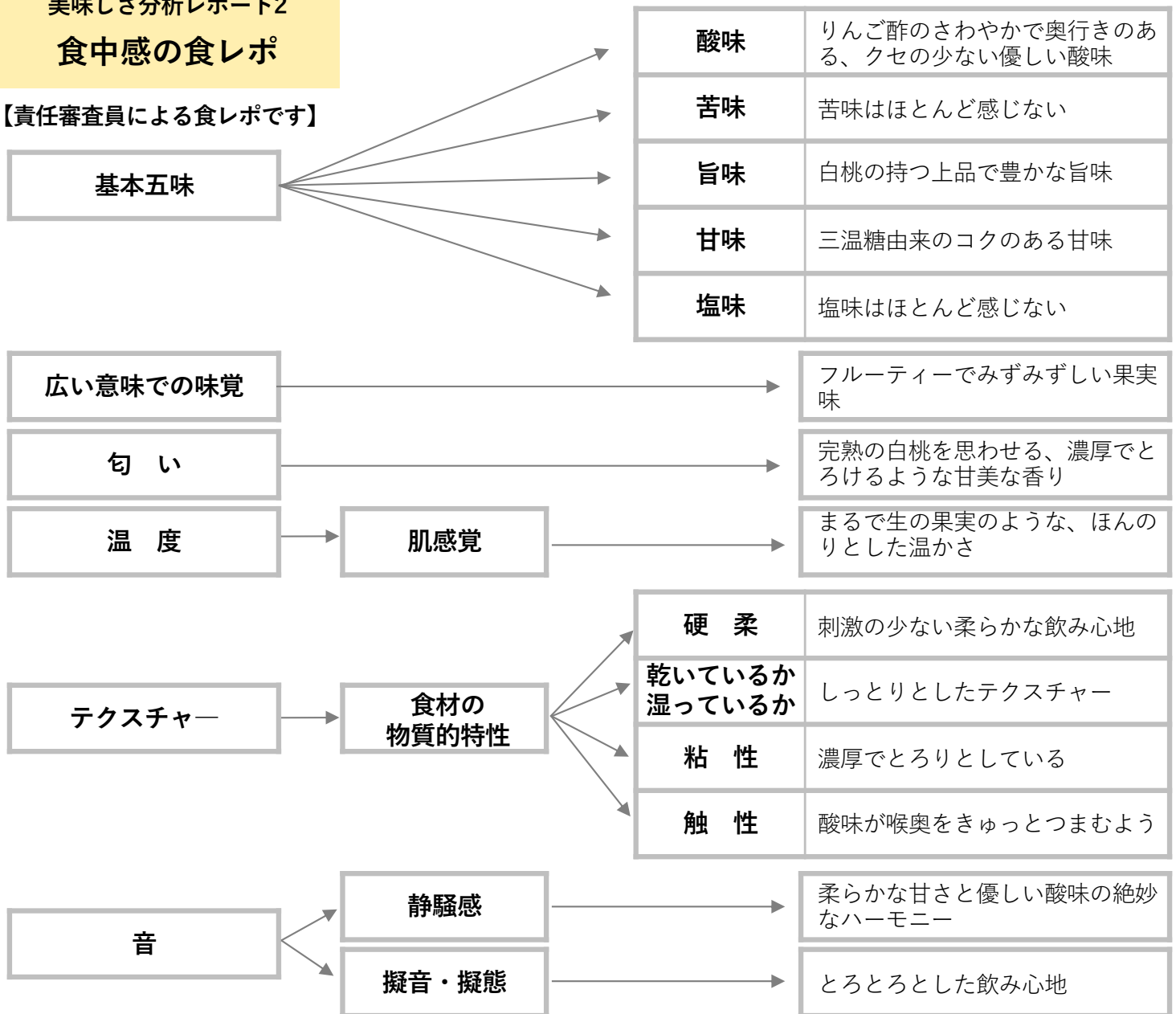
試飲では、基本の水割り、おすすめの炭酸水割り、そして牛乳割りを試してみました。特に印象的だったのは牛乳割りです。当商品を注いだ途端、牛乳と白桃の色合いがゆっくりと混ざり合い、スプーンで混ぜると、まるでヨーグルトのようなとろりとした重みを感じられました。ラッシーのようになることは知っていましたが、実際に体験してみると、その変化は初めての人にはきっと新鮮で驚きがあるだろうと、試飲前からワクワクした気持ちになりました。



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

完熟の白桃を口いっぱい頬張ったような、とろけるような口当たり。ビネガードリンクであることを忘れさせるほど優しく、まるで上質なピーチジュースを味わっているようでした。りんご酢の奥ゆかしい酸味が口の中に心地よく広がり、それに寄り添うように白桃の上品で豊かな旨味、そして三温糖ならではのまろやかでコク深い甘味が感じられます。この絶妙な酸味と甘味の調和が、贅沢で繊細な味わいを織り込んでいるのだと、深く納得しました。

また割り方によっても印象が大きく変わりました。基本の水割り、濃厚でありながらも毎日飲んでも飽きのこないような爽やかさが、日々の習慣に最適だと感じました。炭酸水で割るとシュワツとした刺激が加わり、疲れた身体にリフレッシュ感を与えてくれます。そして牛乳割りはまるでラッシーや飲むヨーグルトのように濃厚で、先ほどの爽やかさとは異なる甘美なデザートドリンクへと姿を変えます。アレンジ次第で多種多様な味わいを堪能できるのが、この商品の大きな魅力だと感じました。



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

白桃とりんご酢の上質な果実味が後を引くように心地よく、思わずおかわりしたくなるような後味。

気候・地域

水割りは気候を問わず毎日の暮らしに、炭酸水割りは夏の暑い日に、牛乳割りは春先や秋口の涼しい季節にぴったり。

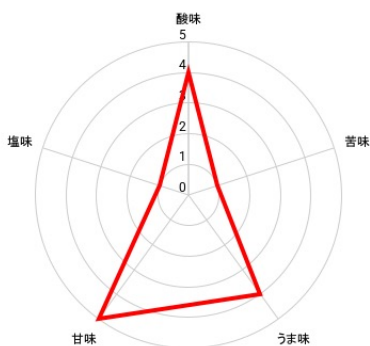
食経験・食習慣

仕事や育児で疲れた身体を優しく包み込み、癒してくれそう。毎日を頑張る自分へのちょっとしたご褒美として、特別な時間を演出してくれそう。

健康・生活様式

健康が気になるけれど特別に時間を取るのが難しいという人でも、無理なく美味しく続けられるのが嬉しい。家族皆が健康へ意識を向けるきっかけにも繋がりそうだった。

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	4
苦味	1
うま味	4
甘味	5
塩味	1

広義の味	評点
柔らかな酸味	5
フルーティな味	4
濃厚な味	5
コクのある味	4
新鮮な果実の味	4

五感	評点
視覚	4
聴覚	3
触覚	4
味覚	5
嗅覚	4



ジャパン・フード・セレクション 審査レポート

1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

完熟した桃を連想させるような濃密な甘さと芳醇な果実の香りが、ビネガードリンクであることを忘れてしまいそうなほどに飲みやすいと感じました。基本の水割りで試飲を行った審査会では「酢のツンとした感じはなく、爽やかで飲みやすい」「フルーティーですっきりとした飲み心地が女性に嬉しい」という意見が多くありました。また株式会社Mizkanのフルーティスブランドということで、商品自体のUSP（その商品の独自の売り）や知名度が高く、競合商品に対しての競争力の高さも高評価となりました。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

「フルーティス」という商品名から「フルーツ」と「酢」の組み合わせであることがすぐに理解でき、「とろける白桃」というネーミングも柔らかく濃厚な味わいを具体的にイメージさせてくれました。スリムなボトルは冷蔵庫でも場所を取らず、審査会では「明るいカラーでデザインされていて、見てすぐに白桃と分かるパッケージで好感度が高い」「爽やかに美味しく飲めるイメージが伝わる、素晴らしいパッケージ」といったお洒落なパッケージに好印象を覚える声が多く上がりました。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

4倍希釈でたっぷり7杯分楽しめるという経済的な設計でコストパフォーマンスに優れており、まさに毎日「無理なく続けられる」ような消費者に寄り沿った素晴らしい商品です。メインターゲットである30-40代女性に加えて、従来の健康に関心を持つ50-60代の方、さらにはその飲みやすさから老若男女に愛される商品であると思います。審査会では「既存商品と同様にストレートタイプの展開があると嬉しい」といった声もあり、今後の商品展開を期待いたします。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

フルーティスとしての充実したブランドページが設けられており、TVCM・YouTube・SNSキャンペーン・イベントタイアップと幅広く展開されていること、また各媒体に応じた広報活動を実施されている点が多いの審査員からの高評価を得ました。フルーティスとしての公式Instagramは2023年をもって運用停止されているようですが、運用時はアレンジレシピだけでなく明るい雰囲気の写真投稿も多く、見ているだけでワクワクと楽しい気持ちになれるようなアカウントだと感じました。

5. ブランディング要因

企業としての知名度と信頼度が高く、「お酢といえばミツカン」という認識は、世代を問わず多くの人が持っておられることと思います。審査会ではフルーティスの「毎日をより良く、明るく彩る」というブランドプロミスに対して称賛の声が上がり、既に審査員の多くが「フルーツビネガーといえばフルーティス」という認識を持っておりました。今後も企業の強固なブランド力を活かし、更なるフルーツビネガー市場の成長に貢献されることを期待しております。

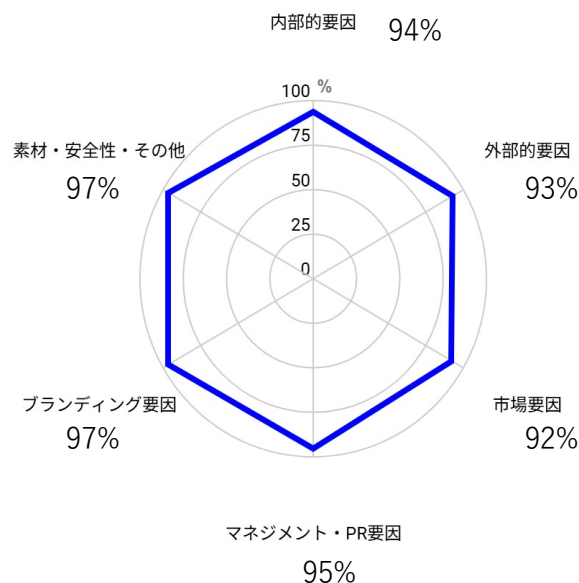
6. 素材・安全性・その他

トレーサビリティ管理、農薬検査、食品安全管理、微生物汚染を防止するための加工工程など、隅々まで安全管理が行き届き、揺るぎない安心感があります。特にアレルギー表示対象品目28品目を全て製品ラベルに表示しているという点が、多くの審査員から高評価を得ました。美味しさだけでなく、消費者の安全にも真摯に取り組んでいらっしゃる企業としての姿勢に心からの敬意を表するとともに、今後とも、徹底した安全管理体制を維持していただけることを願っております。

審査レポート

■ 要因分布

各要因は92%から97%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。「内部的要因」・「外部的要因」に関しては、ピネガードリンクでありながら優しい酸味で飲みやすい点が好印象な上、毎日無理なく続けられるようなコストパフォーマンスの良さが安定した高評価に繋がりました。「市場要因」では、お酢を「飲む」という習慣を30代、40代の方々に浸透させた、その目覚ましい功績に敬服するばかりです。「マネジメント・PR要因」・「ブランディング要因」においては各媒体を通じた積極的な広報活動と、企業としての知名度・信頼度に対して多くの審査員から高評価を得ました。「素材・安全性」も97%と非常に高得点で、審査員からは「美味しさだけでなく、消費者の安全にも真摯に取り組んでいらっしゃる企業としての姿勢が素晴らしい」という声が多くあがりました。長年の信頼と実績を基に、今後の更なるご発展を心よりお祈り申し上げます。



■ 総評

はじめに、「買う身になってまごころこめてよい品を」「脚下照顧に基づく現状否認の実行」という企業理念のもとで、1804年の創業以来、消費者を第一に考え真摯に向き合われておられる企業としての姿勢に心からの敬意を表します。

「フルーティスRICH 白桃」は、まるでじっくりと熟した桃をそのまま閉じ込めたかのような、とろける甘さと豊かな香りが楽しめるピネガードリンクです。隠し味のように効いたりんご酢の優しい酸味と、三温糖が醸し出すまろやかな甘さが絶妙に溶け合い、まるで上質な白桃ジュースを味わっているかのように感じた。その柔らかな飲み心地が、日々の生活にささやかな贅沢を添えてくれるような美味しさで、無理なく美味しく続けられる点が多く消費者に支持されているのだと感じました。

パッケージの「フルーティス」という商品名からは、フルーツの爽やかさとお酢のヘルシーさが簡単にイメージできました。「とろける白桃」というネーミングも、とろけるような食感と、口いっぱい広がる濃厚な白桃の甘さを想像させてくれるので、お店で思わず手に取ってしまうだろうと感じます。さらにスリムなボトルは冷蔵庫のドアポケットにもすっきり収まり、コンパクトながらも4倍希釈でたっぷり7杯分も楽しむことが出来るとあって、収納にもお財布にも優しい点が魅力的です。

審査会での試飲では「ピネガードリンクであることを忘れてしまいそうなほどに飲みやすい」という声が多く上がりました。ただその飲みやすさゆえに、「基本の4倍希釈ではお酢の酸味が控えめに感じる」「フルーツの甘さが際立つため、もう少しお酢の風味も楽しみたい」という意見もありました。この点は好みに合わせて希釈の割合を変えることで解決できるのではないかとと思いますが、参考にしていただけますと幸いです。

貴社は長年にわたり培われた高い知名度と信頼性を誇り、「お酢といえばミツカン」という認識は幅広い世代に浸透しています。この揺るぎないブランド力を活かし、今後のフルーツピネガー市場においても、更なる発展に貢献されることを心より期待申し上げます。





Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション