



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

BONHEUR



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 **BONHEUR**

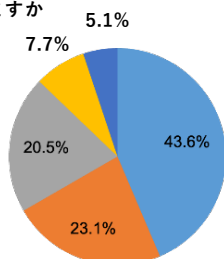
評価結果 **グランプリ** 受賞回・年月 **第89回 (2025年7月)**

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。

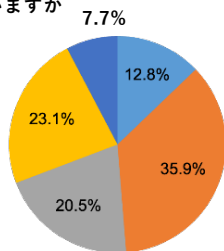
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

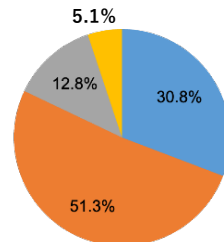
1 この商品に興味がありますか



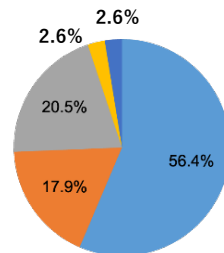
2 この価格で買いたいと思いますか



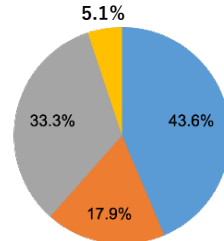
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

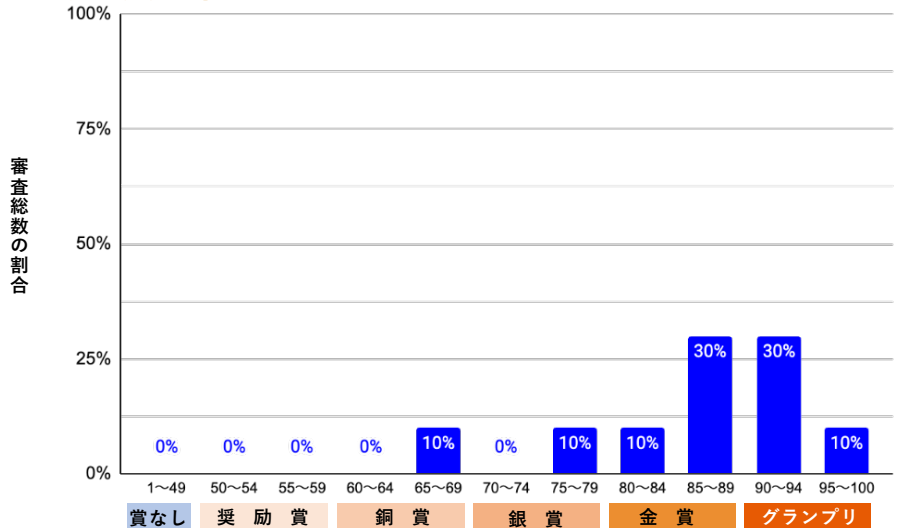
評価が高かった内容

香りが華やかで、まるでデザートワインのような印象がある
 芋が苦手な人にこそ飲んで欲しい、フレッシュな味わいである
 フルーティーな芋焼酎の市場拡大のトレンドに乗っている
 こだわりを感じる味わい、パッケージである
 価格に相応しいパッケージデザインをしている
 高級価格帯の焼酎と今までにない市場にチャレンジしている
 原料の芋、米から製造方法まで全てにこだわりを感じる

評価が低かった内容

従来の芋焼酎から離れた味であり、楽しみ方が分かりづらい
 比較する商品がなく、評価の難しい味だと感じる
 他の焼酎と比較して価格が突出して高い
 高価格帯を説得する味わいやこだわりが伝わってこない
 どんな人に、どんな時に飲んで欲しいかがあまり見えない
 商品名が読めないなので、カタカナ併記にして欲しい
 ウェブサイト上に情報が少なく、商品情報が伝わらない

点数分布



点数分布として95点以上が10%、グランプリ基準となる90点以上が40%を占め、審査員の80%が80点以上の金賞評価以上と高評価をつけています。その結果総合評価90点でグランプリ受賞となりました。

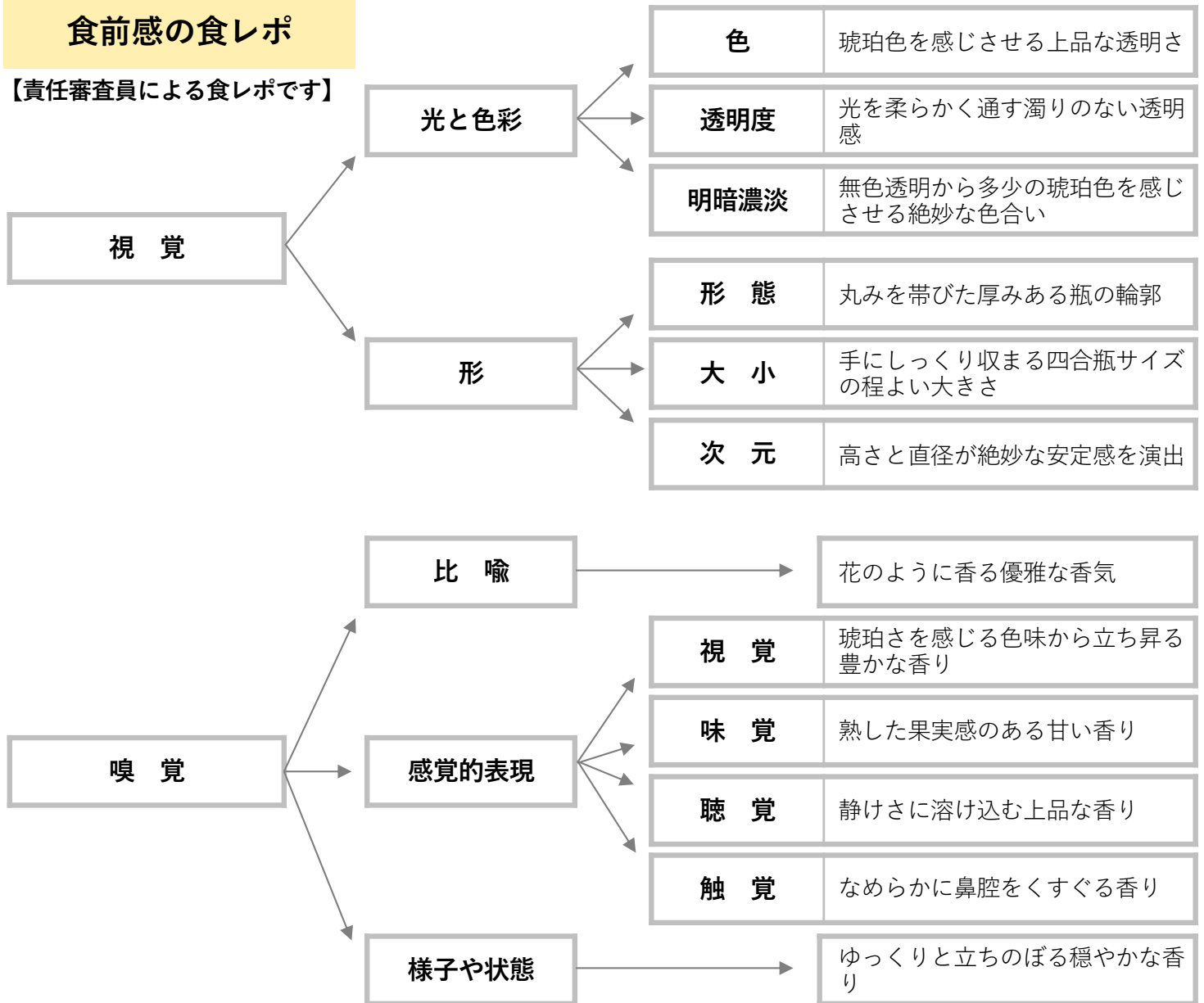
Webアンケート1から6割以上の方が商品へ関心を持つことが確認でき、アンケート3からもターゲット客層が多いことが見て取れます。アンケート2 価格については高額商品の場合、一般的にネガティブ反応が多くなる中で、否定意見が約30%と低く収まっており、その価値が十分に伝わっていると考えられます。



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

厚みのあるガラス瓶を手にとった瞬間、その曲線美とずっしりとした重量感が、これから飲むお酒の特別さを予感させてくれます。透明感のある液体は無色ながらも、光の加減によってかすかに温かみを感じさせる色合いで、グラスに注いだ際に立ち昇る香りからは、熟成と仕込みに込められたこだわりを感じさせてくれます。四合瓶サイズの程よい大きさと丸みを帯びたフォルムは、手の中にすっとなじみ、丁寧な酒造りへの姿勢を伝えてくれます。

ラベルには、出水市の象徴でもある鶴の姿が描かれ、地元の自然や歴史とのつながりを思わせる穏やかな気配が漂います。そのパッケージ構成からは、高級感とともに、誰かとゆったり語らう夜や、大切な時間を過ごす場面にふさわしいお酒であることが伝わってきます。

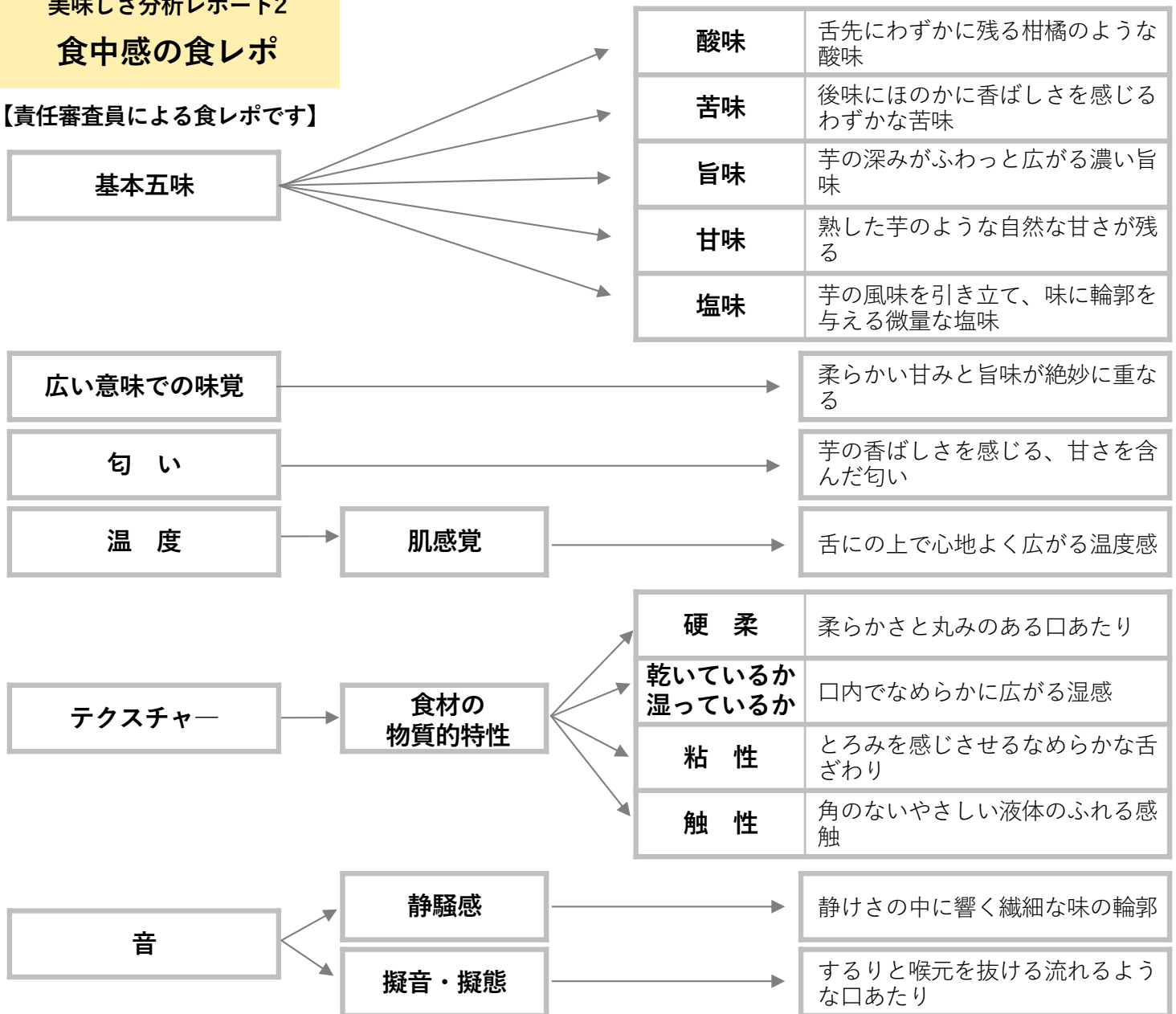
瓶口に鼻を近づけると、花のように香る優雅な香気が広がり、果実を思わせる甘やかさとともに、なめらかで清らかな印象が鼻腔を満たします。静けさの中に溶け込むその香りは、落ち着いた空間でゆっくりと味わいたいと思わせてくれる奥深さを持っています。ゆっくりと立ちのぼる香りが、飲む前から一口の時間を贅沢なものに変える予感を与えてくれます。



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

グラスに注ぎ、口に含んだ瞬間、この焼酎が持つ繊細さと奥行きが全身に伝わってくるようでした。香ばしく熟した芋の香りが鼻腔に広がり、花のような優雅さと果実を思わせる甘やかさが重なって、複雑で豊かな香気を演出しています。口あたりはとても柔らかく、液体がなめらかに舌をすべり、喉元をすりと抜ける感覚が広がります。

口に含むと、静けさの中に繊細な輪郭が浮かび上がり、集中して味わいたくなるような静謐な空気感を生み出します。酸味や苦味は控えめながら、芋由来の濃い旨味と熟した甘みがしっかりと口内に広がり、芋の風味を引き立てる微量な塩味が奥行きを与え、味に輪郭をもたらします。さらに、まろやかな口あたりと丸みのあるテクスチャーが、飲むほどに身体全体へ心地よさを届けてくれます。

飲んでいる間、時間の流れがゆったりと感じられ、蔵元の真摯な姿勢と丁寧な仕込みが一杯ごとに染みわたるようで、味覚・香り・テクスチャーが見事に調和した完成度の高さをしみじみと実感できる一本だと感じました。



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

飲み終わった後もフルーティーさと香ばしさが心地よく鼻に残り、穏やかな余韻が長く続く

気候・地域

出水の穏やかな風土を思わせる柔らかさと温かみが余韻として広がる

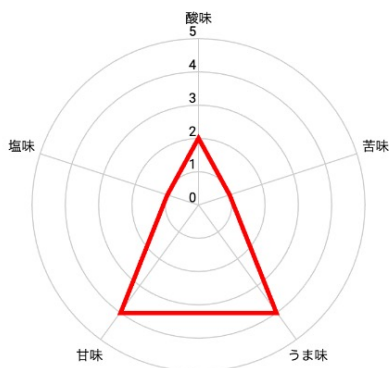
食経験・食習慣

日常の食シーンから特別なタイミングまで自然に寄り添い、幅広い食シーンに調和する味わいである

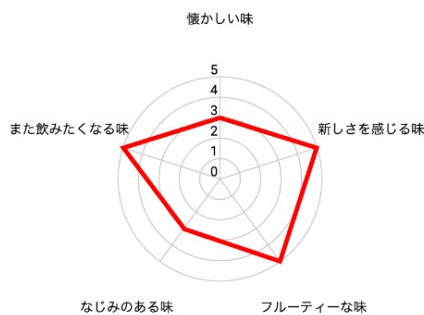
健康・生活様式

無添加・自然栽培素材による安心感が、丁寧に暮らす人々の日常に優しく溶け込む

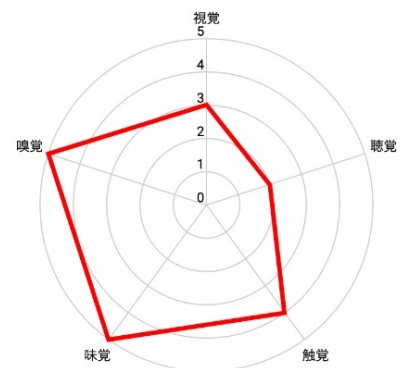
基本五味のレーダーチャート



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	1
うま味	4
甘味	4
塩味	1

広義の味	評点
懐かしい味	3
新しさを感じる味	5
フルーティーな味	5
なじみのある味	3
また飲みたくなる味	5

五感	評点
視覚	3
聴覚	2
触覚	4
味覚	5
嗅覚	5



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）

BONHEURは、ワイン酵母と黄麴を組み合わせるといった斬新な製法により、他の芋焼酎とは一線を画す味わいを実現しています。熟成した芋の香ばしさと、果実のようなフルーティーさが重なり合い、まろやかで上品な甘みと旨味が舌の上にふんわりと広がります。

なめらかで丸みのある口あたりと、香り・味・感触のバランスが取れた高い完成度は秀逸です。余韻に残るやさしい甘さと香ばしさ、そしてほのかに残るフルーティーな香りが、飲むたびに丁寧な製法への信頼を感じさせてくれます。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

フランス語で“幸福”を意味する「BONHEUR」は、商品の世界観を的確に表現したネーミングであり、コンセプトをよく表現しています。高級なワインボトルのようなデザインは、静謐で高級感のある印象を与えます。瓶の厚みと丸みを帯びたフォルムは手にしっかりと馴染み、四合瓶というサイズ感は贈答用・自家用の両面に対応する汎用性を持ち「大切な時間に寄り添う焼酎」であることがしっかりと伝わる仕様です。

一方で、ネーミングについては「BONHEUR」がフランス語であるため「読めない」とのコメントも一部ありました。カタカナ表記を併記を強化するなどの工夫が求められます。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

焼酎市場では近年、健康志向やクラフト化の進展を背景に、原材料や製法へのこだわりがより重視される傾向にあります。また「芋感の強い焼酎」は、女性や若年層にとってハードルが高く、距離を置かれがちな存在でもありました。そうした中で「フルーティーさ」を備えた芋焼酎が新たな支持を集めています。BONHEURは、自然栽培の紅はるかワイン酵母という異色の組み合わせにより、フルーティーで飲みやすい味わいを実現し、特に若年層や女性にも訴求力を持つ商品です。

年間販売本数は限定的ながら、希少性とプレミアム感が市場における明確な差別化要素として機能しており、「特別な時間を演出する焼酎」としてのポジションを確立できると感じます。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

高価格帯商品であるBONHEURは、蔵元の独自性を伝えるための丁寧な広報活動が行われています。Instagramでのブランドイメージ醸成、首都圏での展示会出展、有名シェフとのコラボなどにより、飲用シーンや世界観を効果的に発信しています。

また、販売本数を年間約3000本に限定することで希少価値を保ち、「自分へのご褒美」や贈答用としての特別感を高めています。情報発信・流通の設計にマネジメント判断が活かされている好例と感じます。

5. ブランディング要因

BONHEURは、ワイン酵母や黄麴の使用、自然栽培紅はるかの活用といった独自性を強みに、「芋焼酎らしくない芋焼酎」としての新しいブランド価値を確立しつつあります。世界観が伝わる緑色基調のボトルデザイン、フランス語で“幸福”を意味するネーミングも、特別な時間に寄り添う存在としてのイメージ醸成に寄与しています。

一方で、ワイン酵母や紅はるかの特徴といった商品価値がパッケージだけでは十分に伝わりづらく、POPや外装での補足説明など、ブランディング強化の余地が残されていると感じます。

6. 素材・安全性・その他

原材料には、化学肥料・農薬を使わずに栽培された鹿児島県出水産の紅はるかを使用。芋焼酎としては珍しい自然栽培の原料を使うことで、味の特徴だけでなく安心・安全面でも高い評価を得ています。

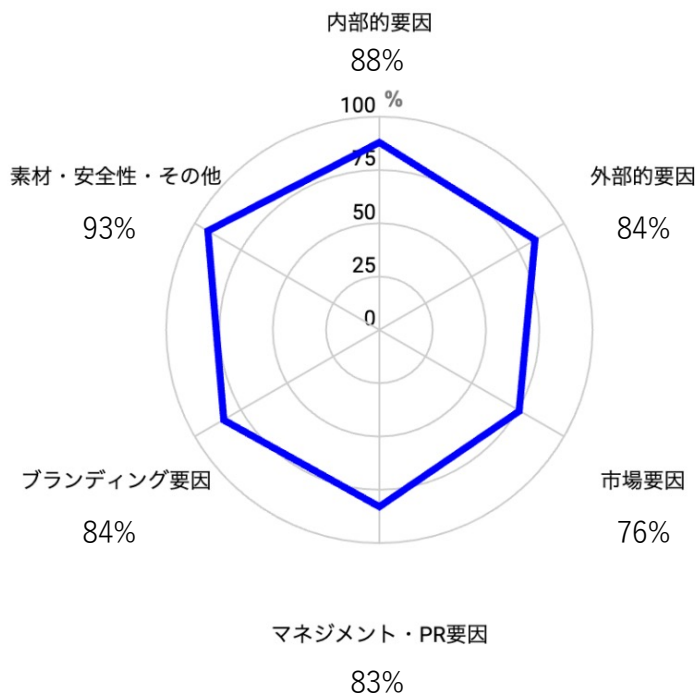
厳選された黄麴やワイン酵母の導入、ISO22000等による蔵内の衛生管理にも配慮した生産体制など、品質と安全性に向けた真摯な姿勢が徹底されています。こうした背景が、特別な時間に安心して味わえる焼酎としてのブランド価値を確かなものにしていきます。

審査レポート

■ 要因分布

全体として高水準のスコアを記録しており、特に食品において最も重要な素材の良さ・安全性の評価を表す「素材・安全性・その他」が93%と最高評価となりました。従来の芋焼酎と一線を画す素材の選定や、ワイン酵母と黄麹等による原材料のこだわりと、一貫した安全へのこだわりが高評価につながったと考えられます。次いで味わいを示す「内部的要因」は88%と高く、芋焼酎では珍しいフルーティーな味わいや、香り高さが高い評価となりました。「外部的要因」「ブランディング要因」は84%と十分な水準ではあるものの、ネーミングの読みづらさや原料・製法などの差別化要素がパッケージから十分に伝わっていない点が指摘されています。

一方で、「市場要因」は76%と相対的に低い結果に留まっています。そのこだわりが十分に伝わっていないため、価格が高いと感じられることや、特徴的な味わいがどのようなシーンに合うか伝わりづらいことが、評価を下げていると考えられます。



■ 総評

芋焼酎市場において「芋らしさ」が若年層・女性に敬遠されがちな中、BONHEURはその常識を覆すような、洗練された香りとフルーティーで柔らかな味わいを実現した革新的な商品です。自然栽培の紅はるかを使用する安心設計に加え、ワイン酵母と黄麹の組み合わせによって、芋焼酎に新たな地平をもたらした取り組みに深い敬意を表します。

味わいだけでなく、デザイン面でも高評価を得ており、丸みのある四合瓶の形状は、高級ワインのような手なじみの良さを持つ優れたデザインです。ネーミングの「BONHEUR」はフランス語で“幸福”を意味し、特別な時間に寄り添う焼酎であることを見事に伝えてくれています。パッケージには出水市の象徴である鶴の姿も描かれ、地元の自然や文化との結びつきも自然に伝わります。

審査では、「香りが華やかで、まるでデザートワインのような印象」「芋焼酎とは思えない飲みやすさ」といった声が集まり、味覚・香り・食感すべてにおいて高い評価を獲得しました。そのこだわりの素材と製法により、「素材・安全性・その他」は93%と最も高い評価を得ており、次いで味わいを示す「内部的要因」も88%と高評価を記録しています。全体として非常に完成度の高い商品であり、未開拓の高価格帯フルーティー芋焼酎市場を切り拓くポテンシャルを感じさせます。

一方で、「市場要因」は76%と相対的に低く、ネーミングの読みづらさ、パッケージだけでは素材や製法のこだわりが十分に伝わらないといった課題も見受けられました。こだわりが伝わっていない結果として、高価格を受け入れにくい層が一定数見られた点は考慮が必要です。今後は、店頭やEC、SNSでの補足情報の提供やストーリー発信、ネーミングのカタカナ併記の強化などを通じて、ブランドの世界観や価値をより明確に、わかりやすく伝えていくことが重要だと感DXの萎えます

※カタカナ併記に関する補足：自社ECサイトはカタカナのみ表記で、商品知識が薄い状態だとBONHEURとボヌールが一致しない可能性がある。

BONHEURは、既存の焼酎イメージを塗り替えるポテンシャルを持つ次世代商品です。素材の質、安全性、味わいの高さが見事に融合した一本であり、ターゲットを広げ、さらなる市場浸透を目指す取り組みに大きな期待が持てる商品です。



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