



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

－ 1 9 6 < 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

－ 196 <白桃>

評価結果

グランプリ

受賞回・年月

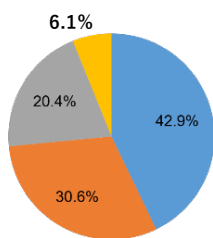
第93回（2025年11月）

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。

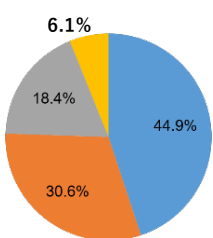
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

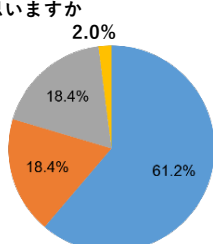
1 この商品に興味がありますか



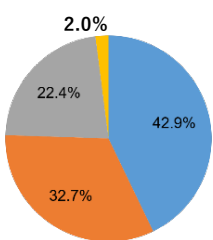
2 この価格で買いたいと思いますか



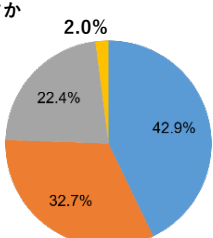
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

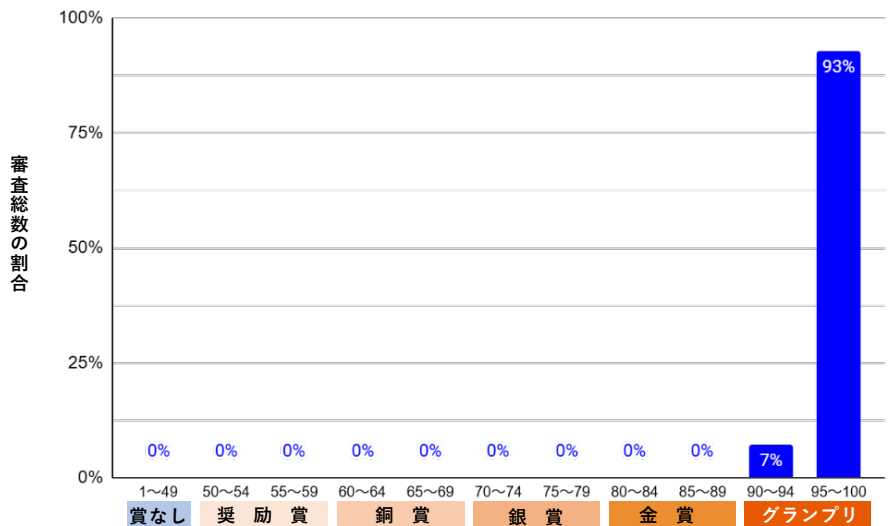
評価が高かった内容

果実の風味とみずみずしさをしっかりと感じる
 自然な香りの豊かさと広がりをあわせ持つ味わい
 -196℃製法の新規性と技術力が素晴らしい
 スッキリ後味と飲みやすさが購入者の年齢層を選ばないと思う
 パッケージ色味の爽快感がしっかり目を引く
 広告、PR展開が洗練されていて、ブランドの誠実さが伝わる
 徹底した安心・安全の追求に、商品へ深い信頼を覚える

評価が低かった内容

甘みが際立つ為、購入者を選ぶ可能性がある
 アルコール感が喉にしっかり残る感覚が強い
 人工的な香りが後味に残る印象があった
 戦略の一環かもしれませんが「-196」の意味が分かりづらい
 パッケージにプレミアム感があまり感じられなかった
 果汁量の増量バージョンもあったら、より嬉しい
 商品が親しみやすい印象の半面、特別感はあまり感じられない

点数分布



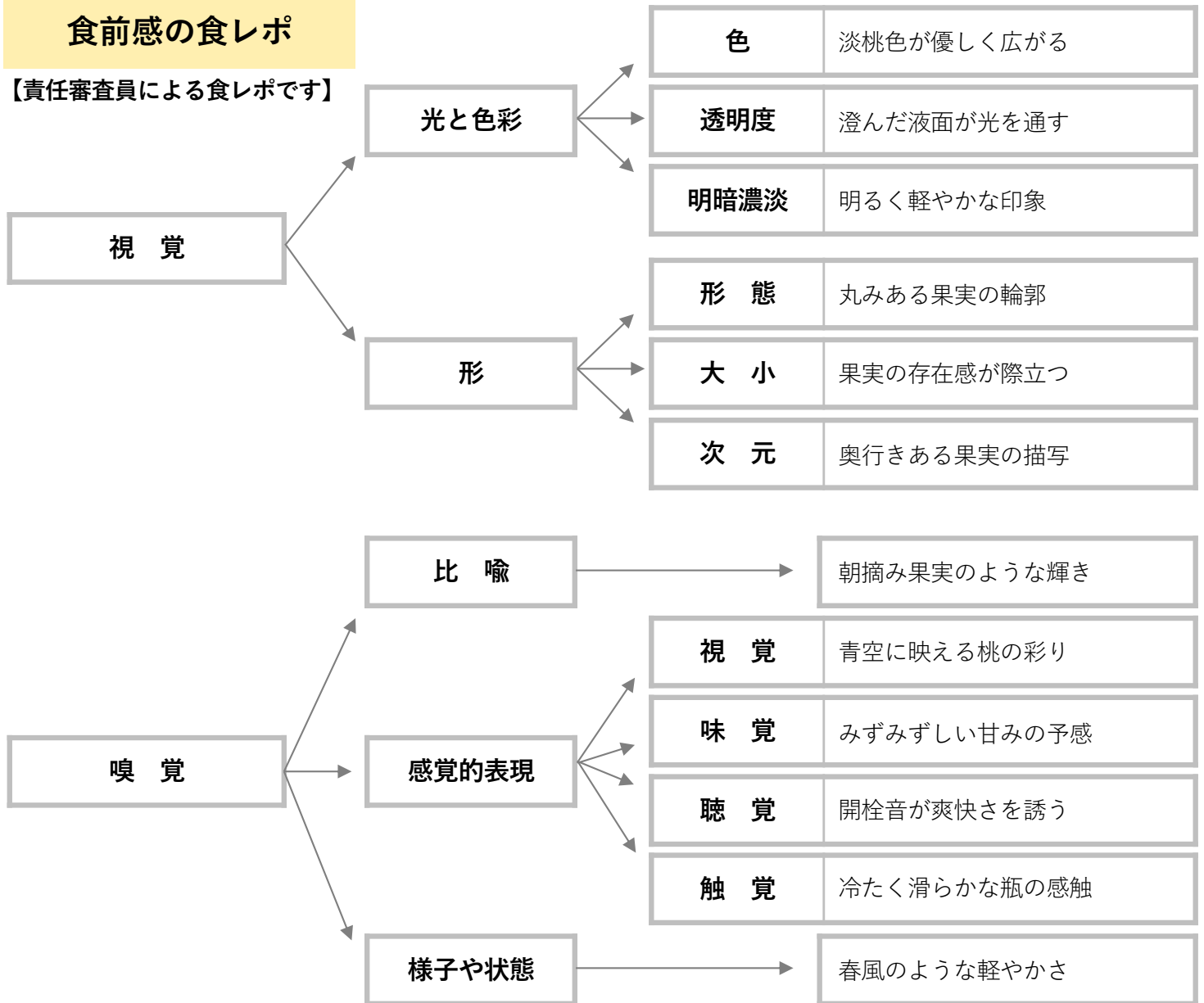
点数分布の内訳として「グランプリ」相当と評価した審査員が100%を占め、総合評価では98点という極めて高い得点を記録しました。特に「果実味がすごい」「白桃の香りが自然でみずみずしい」「飲みやすくりPEATしたくなる」といった声が多く、独自の-196℃製法による果実感の再現性や、香り・味・後味のバランスが高く評価されています。味覚設計と技術力が融合した完成度の高さが、満場一致のグランプリ評価につながりました。



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

飲む前から五感に訴える設計がなされており、食前感の演出が非常に秀逸です。淡い桃色の液体は澄んだ透明感を持ち、光を通すことで清涼感を演出。明るく軽やかな色調は春風のような爽快感を感じさせ、飲用前から心地よい期待感を抱かせます。青空を背景に白桃を大きく描いたパッケージは、果実のみずみずしさと季節感を直感的に伝え、陳列棚でも視認性が高く、購買意欲を高める要素となっています。

形態としては、果実の存在感をしっかりと感じさせるデザインで、大小のバランスや奥行きのある描写が立体的な印象を与えています。比喩的には「朝摘み果実のような輝き」と表現できるほど、みずみずしさと自然な甘みの予感が漂い、飲用前から味覚を刺激します。開栓時には爽快な音が響き、聴覚的にもリフレッシュ感を演出。触覚面では、冷たく滑らかな缶の質感が手に心地よく、飲用体験の導入としての役割を果たしています。

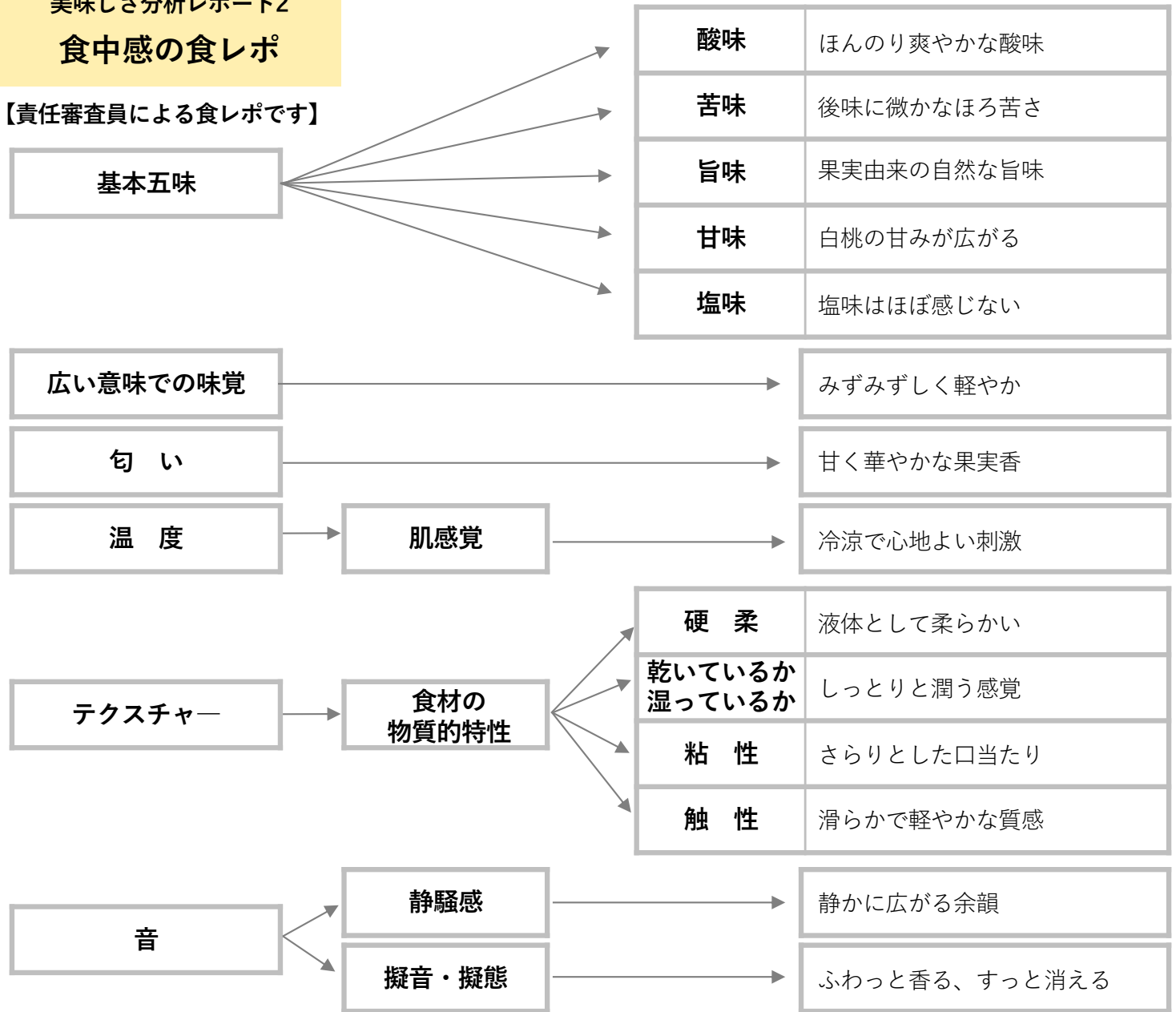
このように「-196 白桃」は、視覚・聴覚・触覚・味覚のすべてに働きかける設計がなされており、まさに「果実をかじる瞬間」を五感で体験できるチューハイと言えます。食前感の演出がここまで丁寧に設計されている商品は稀であり、ブランドの技術力と感性の融合が光る一品です。今後はこの五感設計をさらに磨き上げ、限定パッケージや季節感の演出などで多様なシーンに対応する展開が期待されます。



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

“食中感”においても、五味と感覚のバランスが非常に優れた設計となっています。まず味覚面では、白桃由来の甘みが口いっぱいになりながらも、ほんのりとした酸味と微かな苦味が後味に残り、単調にならない奥行きを感じさせます。果実由来の自然な旨味が全体を支え、塩味は控えめで、甘さとのバランスが絶妙です。味覚としては、みずみずしく軽やかな印象があり、飲み疲れしにくい点も高評価。香りは甘く華やかで、飲むたびに果実の存在感を感じさせ、嗅覚を心地よく刺激します。温度感としては、冷涼で肌に心地よい刺激を与え、特に暑い季節には清涼感をもたらす設計です。

物質的な特性としては、液体の柔らかさとさらりとした口当たりが特徴で、しっとり潤うような感覚が広がります。粘性は低く、滑らかで軽やかな質感が飲みやすさを後押ししています。静騒感においては、派手さはないものの、静かに広がる余韻が心地よく、飲用中の時間を穏やかに演出します。擬音で表すなら「ふわっと香る、すっと消える」といった印象で、飲み口から後味までの流れが非常にスムーズです。このように、飲用中の五感すべてに配慮された設計で、果実の魅力を最大限に引き出しながら、飲みやすさと満足感を両立させた完成度の高い商品です。日常のリラックスタイムから食事とのペアリングまで、幅広いシーンで活躍できる一本といえるでしょう。



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

白桃の甘みがふわりと残り、すっきりと消える余韻が心地よく長く続く

気候・地域

春夏の爽やかな気候にぴったりな、季節感と地域性を感じる味わい

食経験・食習慣

果物をそのまま食べたような自然な甘みが記憶と習慣に残る印象

健康・生活様式

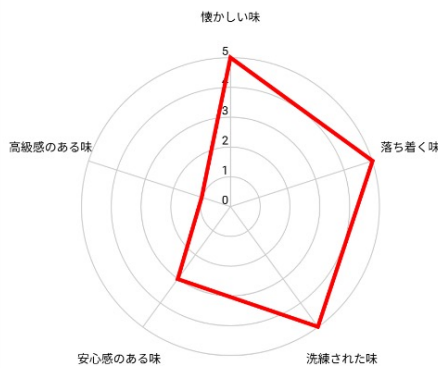
軽やかな飲み口で、日常のリラックスタイムや食事にも寄り添う設計

基本五味のレーダーチャート



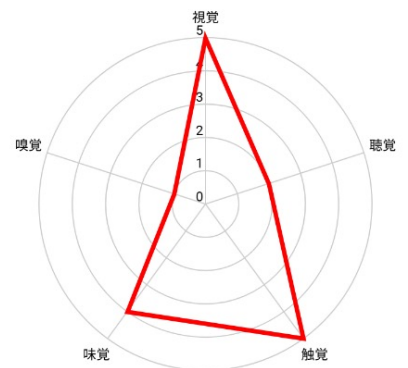
五味	評点
酸味	1
苦味	1
うま味	5
甘味	3
塩味	1

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
落ち着く味	5
洗練された味	5
安心感のある味	3
高級感のある味	1

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	2
触覚	5
味覚	4
嗅覚	1



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）

果実をかじった瞬間のようなみずみずしさと、白桃の甘み・酸味・ほろ苦さのバランスが秀逸で、飲み口の軽やかさと後味のすっきり感が高く評価されています。開栓時に広がる香りや、冷涼な温度感、滑らかな口当たりなど五感に訴える設計が際立ち、飲用体験の満足度を高めています。独自の -196°C 製法による果実感の再現性はニュース性も高く、技術力と味覚設計の融合が完成度の高さを裏付けています。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

ネーミングは「 -196 白桃」とシンプルで直感的に伝わりやすく、製法と果実名を明示することで新規性と親しみやすさを両立しています。パッケージは青空を背景に白桃を大きく描いた爽快感あるデザインで、店頭での視認性が高く購買意欲を刺激します。一方で「 -196 」の意味が分かりづらいという声や、高級感・季節感の演出がやや弱いとの指摘もあり、限定版や副題の追加などで個性を強化する余地があります。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

果実系チューハイ市場において、製法による差別化と果実感の強調は時代のニーズに合致しており、RTD市場の「果実感×すっきり感」トレンドに沿った設計が評価されています。30代を中心に、40~50代も視野に入れたターゲット設定は適切で、日常的に手に取りやすい価格帯も浸透を後押ししています。ただし「無糖派」と「甘め嗜好派」の間で位置づけが曖昧になる可能性があり、飲用シーンや食事とのペアリング提案などでさらなる訴求が期待されます。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

TV・交通広告・SNSなど多面的な広告展開がブランド認知を後押ししており、発売2週間でサントリーRTD史上最高の新製品売上を達成するなど、マネジメント力が際立っています。コンセプトやデザイン戦略も商品開発のストーリーとして効果的に語られており、広告予算体制も盤石です。今後はユーザーの声を反映した双方向の情報発信や、ターゲット外の世代への認知拡大戦略を強化することで、さらなる市場浸透が期待されます。

5. ブランディング要因

「 -196 」ブランドの20周年記念商品としての位置づけは、革新性と伝統の両面を併せ持ち、シリーズの統一感と安心感を醸成しています。果物を食べた瞬間のような嬉しさを提供するというブランドメッセージが一貫しており、果汁+浸漬酒の二重奏による風味設計もブランド価値を高めています。ただし、シリーズ全体でのプレミアム性の訴求がやや弱いと、高級果実や限定版を絡めた発信を強化することで、ブランドの深みと差別化がさらに進むと考えられます。

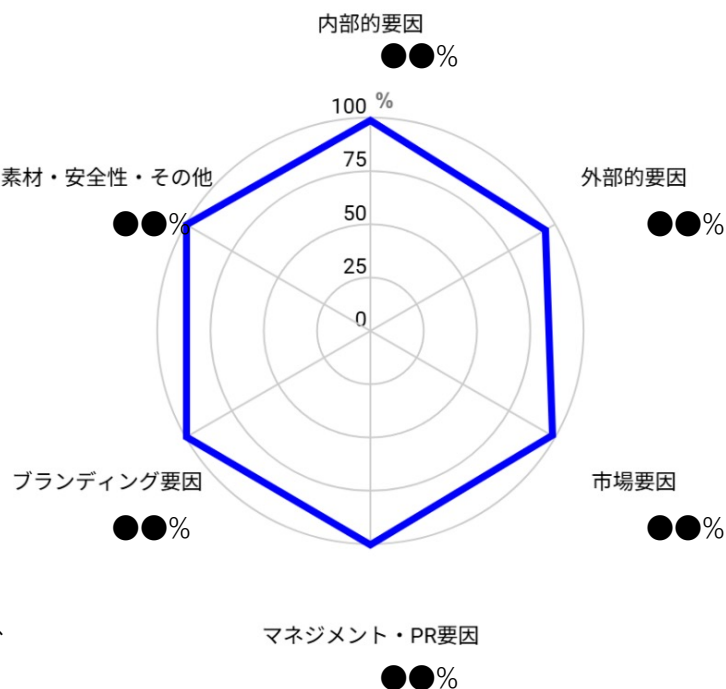
6. 素材・安全性・その他

保存料・着色料不使用、放射性物質・農薬検査の実施、トレーサビリティ管理など、サントリー品質方針に基づいた安全性への取り組みが徹底されており、消費者に高い信頼を与えています。皮ごと凍結した果実を使用する製法は自然な安心感を伴い、素材の魅力を最大限に引き出しています。今後は環境配慮や持続可能性の取り組みをより可視化し、パッケージや広告での明示を強化することで、共感を伴う信頼構築がさらに進むでしょう。

審査レポート

■ 要因分布

全要因において95%以上という非常に高い評価を獲得しており、特に「素材・安全性・その他の要因」は100%と満点を記録しました。保存料・着色料不使用、放射性物質・農薬検査の実施、トレーサビリティ管理など、サントリー品質方針に基づいた徹底した安全性への取り組みが信頼につながっています。「内部的要因」も98%と高く、白桃の甘みと酸味のバランス、みずみずしい果実感、すっきりとした後味などが好評でした。「外部的要因」では爽快感あるパッケージが評価されつつ、「高級感が欲しい」「-196の意味が分かりづらい」といった改善提案も見られました。「市場要因」「マネジメント・PR要因」「ブランディング要因」はすべて100%で、広告展開やブランド統一感が高く評価されています。



■ 総評

審査会でサントリーの果実耐ハイ「-196 白桃」を試飲した際、最も多く聞かれたのは「果実味の強さ」と「みずみずしさ」に対する驚きの声でした。「果実をかじった瞬間のよう」「白桃の甘みと酸味が絶妙」「香りが自然で華やか」といったコメントが多く、香り・味・後味のバランスが非常に高く評価されています。独自の-196℃製法により皮ごと凍結・浸漬した果実を使用することで、白桃本来の風味を最大限に引き出し、すっきりとした飲み口とリピート性の高い設計が実現されています。開栓時に広がる甘やかな香りや、冷涼な温度感、さらりとした口当たりなど、五感に訴える飲用体験が完成度の高さを裏付けています。

一方で、「甘さがやや強め」「アルコール度数がもう少し低いと嬉しい」「香りが少し人工的に感じる」といった意見もあり、無糖派や軽やかな飲み口を好む層への配慮が今後の課題といえます。パッケージについては「爽やかで視認性が高い」「青空に映える白桃が印象的」と好評ながら、「高級感が欲しい」「-196の意味が分かりづらい」といった改善提案も見受けられました。限定版や副題による個性の強化、季節感の演出などが今後の展開において有効と考えられます。英語表記やロゴの配置、果実の凍結イメージなど、視覚的な演出の工夫もさらなる魅力向上につながるでしょう。

市場要因では、果実系チューハイ市場の中で製法による差別化が明確で、RTD市場の「果実感×すっきり感」というトレンドに合致。30代を中心に幅広い層への浸透が見込まれます。広告・PR面では、TV・交通広告・SNSなど多面的な展開がブランド認知を後押ししており、発売2週間でサントリーRTD史上最高の新製品売上を達成するなど、マネジメント力も際立っています。素材・安全性の面でも、保存料・着色料不使用、放射性物質・農薬検査の実施、トレーサビリティ管理など、安心・安全への取り組みが徹底されており、消費者に高い信頼を与えています。

「-196 白桃」は、果実感と技術力、ブランド力を融合させた完成度の高い商品であり、今後の展開においてもさらなる市場拡大とブランド価値向上が期待されます。シリーズ全体でのプレミアム性の訴求や、生活様式に寄り添う飲用シーンの提案など、さらなる磨き込みによって、より多くの消費者に愛される商品へと進化していく可能性を秘めています。



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