

各位

2020 年 11 月 6 日

東京ウイスキー&スピリッツコンペティション事務局



TWSC 出品のススメ

<東京ウイスキー&スピリッツコンペティション (TWSC) とは>

【日本で唯一】のウイスキー、スピリッツ、焼酎を対象とした品評会です。

【全国の洋酒専門家 200 名以上】が審査員を務めております。中心となっているのは、バーテンダー、メーカー、インポーター、酒販店といった方々です。日本でのウイスキー専門資格の最高位「マスターオブウイスキー」や「ウイスキーレクチャラー」所持者が数多く参加しています。また、焼酎部門では、焼酎の専門家も審査員として参加しております。

【ブラインドテイスティング】での審査を特徴としており、審査員に対象アイテムの情報を公開いたしません。余計な情報はシャットアウトして、中身に対して真剣に向き合います。そのため高額商品や長熟商品に限らず、短期熟成商品も数多く上位入賞しております。

【今年はハイブリッド審査】

2021 年度は **一次審査にリモート形式**、**二次審査に審査会形式**を採用します。

リモート形式は、評価するアイテムを小瓶分けしたものと、審査に必要なアイテムを各審査員の自宅に送付して行う審査です。一次審査では、1 アイテムに対して 8~10 名の審査員が 100 点満点で採点します。全ての得点を集計し、簡単な統計処理を行ったものが、そのアイテムの採点結果となります。

審査会形式は、東京の会場に全国各地から審査員を招聘して行うものです。二次審査では、一次審査の上位アイテムが審査対象となります。1 テーブルの 8 名程が同時にブラインドテイスティングを行い、一次審査と同様に 100 点満点で採点します。



<出品者へのフィードバック>2021 年度よりサービス開始！

審査コメントのフィードバック（無料／全出品者対象）

一次審査では、審査時に簡単なテイスティングコメントも記入されます。このコメントを抽出し、出品者に対して無料にて提供いたします。これは、自社が出品したアイテムのみが対象となっています。なお、どの審査員が担当したかは非公開です。

実行委員による鑑評（有料／希望者のみ対象）

審査コメントとは別途、ご希望の企業様向けに**実行委員会**でのディスカッションをもとにした、当該アイテムについての鑑評をご提供いたします。製品の品質や、製造方法、販売促進等に関して参考にしていただけます。（料金は1商品につき5～10万円にて調整中）

※審査コメントやアイテムの鑑評はマーケティングや営業用ツールとしての使用も可能です。



<海外向け資料あります>

TWSC では、海外向けの案内資料をご用意しております。

この資料を、本国のブランド担当者や、海外のディストリビューターと出品のご相談をされる際に、ご利用いただけます。ぜひ出品受付担当までご相談ください。

<希少ボトルの出品ご相談ください>

基本的にエントリー時には、700ml ボトルで2本（500ml ボトルの場合は3本）の審査用ボトルをご送付いただいておりますが、希少ボトルや高額ボトルのエントリーに際しては、優遇措置をご用意いたします。

審査ボトルのご用意がネックになってしまう場合は、お気軽にご相談ください。

<殿堂入り>

3年連続で金賞以上を受賞したボトルを「殿堂入り」として表彰いたします。殿堂入りした商品は、特設ページで継続的に表示し、揺るがぬ評価をPRいたします。

なお、殿堂入り以降はエントリー料を割引にいたします。

<受賞ボトルの PR を行っています>

TWSC パートナース

TWSC とともに酒類業界を盛り上げていく、飲食店と酒販店のネットワークで、2020 年 7 月末に募集を始め、10 月末時点で約 200 店舗が登録済みです。2020 年末の 300 店舗登録を短期目標としています。

パートナーズ各店に対しては、受賞各ボトルの販売促進と、TWSC の認知拡大のために以下のような施策を行っています。

- ・ガイドブックの配布
- ・店頭でのステッカー掲示依頼
- ・WEB マガジンの配信
- ・受賞ボトル用 POP 提供・特設売場の依頼（酒販店）
- ・ボトルサンプリング・特別メニュー促進（飲食店）
- ・SNS での発信促進と TWSC アカウントでの拡散

今後は定期的に企業様と協同した受賞ボトルキャンペーンを企画し、パートナーズを通じた消費者への購買喚起、飲料機会を促進いたします。



TWSC ガイドブックの刊行・配布

全受賞商品を写真とともに掲載したガイドブックにて、結果を発表しています。

ボトル解説、蒸留所紹介、総評や詳しい審査方法の説明、実行委員の座談会、審査員へのインタビューなどのコンテンツを充実させ、読み物としても楽しめるものに仕上がっています。

このガイドブックは全国の酒販店、飲食店へ無料配布し、一般の消費者向けにも販売しています。また、ガイドブックはホームページ上で無料閲覧、ダウンロードが可能です。



ウイスキーガロア誌上で全受賞ボトルの掲載

ウイスキー専門誌ウイスキーガロアにて TWSC の意義や審査方法、結果とその意味が特集にて掲載されます。ウイスキーガロアは全国の書店での販売のみならず、ウイスキー愛好家や企業への直接送付、提携酒販店とバーでの販売を行っております。

洋酒業界で影響力の大きい専門誌にて、しっかりと PR しています。

その他メディアでの露出

酒販業界から大いに注目されており、酒販ニュース、季刊酒文化、月刊たるなどの各誌で取り上げられている他、ワールドビジネスサテライト（テレビ東京）、BS フジ、秋田魁新聞、鹿児島放送、日刊スポーツといった一般メディアからも取材を受けております。



TWSC セミナー

TWSC の受賞ボトルをその道の第一人者とともにテイスティングを楽しむことができるセミナーです。例年 10 回程度で構成しており、回毎に異なるカテゴリーの受賞ボトルを教材として取り上げます。このセミナーは TWSC の意義やテイスティング方法を一般の方々に広めるために開催しておりますが、一方で、受講者には、比較テイスティングにてより深く各商品を知る機会ともなります。

- ・開催に際しては、実行委員会にて使用ボトルを選定します。
- ・出品者には追加費用等、一切かかりません。
- ・受講者へ教材送付時に、一部 PR 資料等の同封も可能です。

各回の参加者は定員 50 名程度で、一般の愛好家の方々の他にも、勉強のために参加する審査員も多くいらっしゃいます。また、2020 年はオンラインセミナーでの開催で、ライブ配信の他に録画視聴にも対応し、数多くの方の参加が可能となっています。



授賞パーティー・試飲パーティーの開催

現在は、感染症拡大の恐れがあることから、開催不可能となっておりますが、TWSC では一般の愛好家を対象とした試飲会を開催しております。

授賞式では全ての受賞ボトルを対象として、また、試飲パーティーでは 100 本程度のボトルを自由に楽しめるイベントとして開催しました。



ウイスキーフェスティバル会場で特設ブース設置

日本最大級のウイスキー・スピリッツの試飲イベント「Whisky Festival」に出展し、特別ブースでの TWSC の認知拡大を行っています。2020 年度はイベント自体が開催中止となりましたが、2021 年以降の出展を行います。

2019 年度は、東京（11/16、11/17 開催：入場者 8,400 名）、大阪（6/2 開催：入場者 3,200 名）、ウイスキー&ビアキャンプ@長和町（9/21、9/22 開催：入場者 1,500 名）、清里（6/22、6/23 開催：入場者 1,500 名）で TWSC 事務局がブースにて無料試飲と、ガイドブックの販売などを行いました。

ウイスキーフェスティバル in 東京では、蒸留所賞の一般投票も行われ、おおいににぎわいました。



<審査員の声>

銘柄を知って飲むとどうしても先入観があるので、普段からブラインドテイस्टینگは行っていました。ただ、評価をするという意味で採点をしたことはなかったなので、そこが難しかったです。周りを見渡すと錚々たる審査員ばかりで、とても緊張感がありましたが、審査方法もすごく公平性があっていいなと思いました。(バーテンダー／東京都F)

海外にもさまざまなスピリッツコンペはありますが、我々はその結果しか分からないので、今回日本で開催されたというのはすごく大きなことだと思います。海外のブランドに対して日本人の評価を示せるのも、とても意味のある出来事だと思います。(バーテンダー／福岡県N)

日本のハードリカーに精通している人たちが、日本の消費者のために評価をした、これがものすごく貴重なことだと思います。海外のものも「こういう狙いで造った、こういう味わいのお酒です」という宣伝文句は見ますが、日本人が飲んだ時に本当にそのとおり感じるのかというと、共感できない部分もあると思います。日本人の味覚はレベルが高く、感じる旨味や味わいのゾーンが広いので、そういう意味でも日本人がどう感じるかを示せるいい機会ですよね。(専門家／茨城県K)

今回の採点基準は香り・味・総合評価の3つに大きく分かれていたので、それぞれ細分化して採点していたんですが、最終的にはこのお酒が自分のお店にあったら、どういうお客さんにどういう売り方をするだろうというのを軸に判断しました。お酒業界の人が多く集まっていましたが、製造、流通、小売り、飲食店など、それぞれの立場によってひとつの銘柄に対してもまったく違う見解があるわけですね。でも最後に必要なのは消費者の視点だろうなと思い、お客さん目線を意識しました。(酒販店／東京都O)

当店はテキーラ専門店で、350種類くらいのボトルを置いています。お客様からは「甘みがあって飲みやすいもの」とか、「スパイシーなもの」といった頼み方が多いので、普段から銘柄を見ずに飲み比べをして把握するように心がけています。でも、改めてああいう会場で、まったく情報がない状態で飲むのはすごく貴重な体験でした。今まで扱っていなかったけれど、今回とても良かった銘柄があったので、新たにお店に置くようにしました。こういう機会を通して他の審査員の方々にもテキーラにもっと興味を持ってもらえると嬉しいです。私もテキーラの美味しさを再確認しました。(バーテンダー／東京都I)

<TWSC2020 受賞率データ>

(洋酒) 出品総数 427 本

	洋酒		ウイスキー		スピリッツ	
	本数	割合	本数	割合	本数	割合
最高金	12	2.8%	8	3.5%	4	2.0%
金	79	18.5%	47	20.6%	32	16.1%
銀	154	36.1%	85	37.3%	69	34.7%
銅	83	19.4%	39	17.1%	44	22.1%
合計	328	76.8%	179	78.5%	149	74.9%

(焼酎) 出品総数 258 本

	焼酎	
	本数	割合
最高金	15	5.8%
金	43	16.7%
銀	73	28.3%
銅	87	33.7%
合計	218	84.5%