



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

---

審査レポート



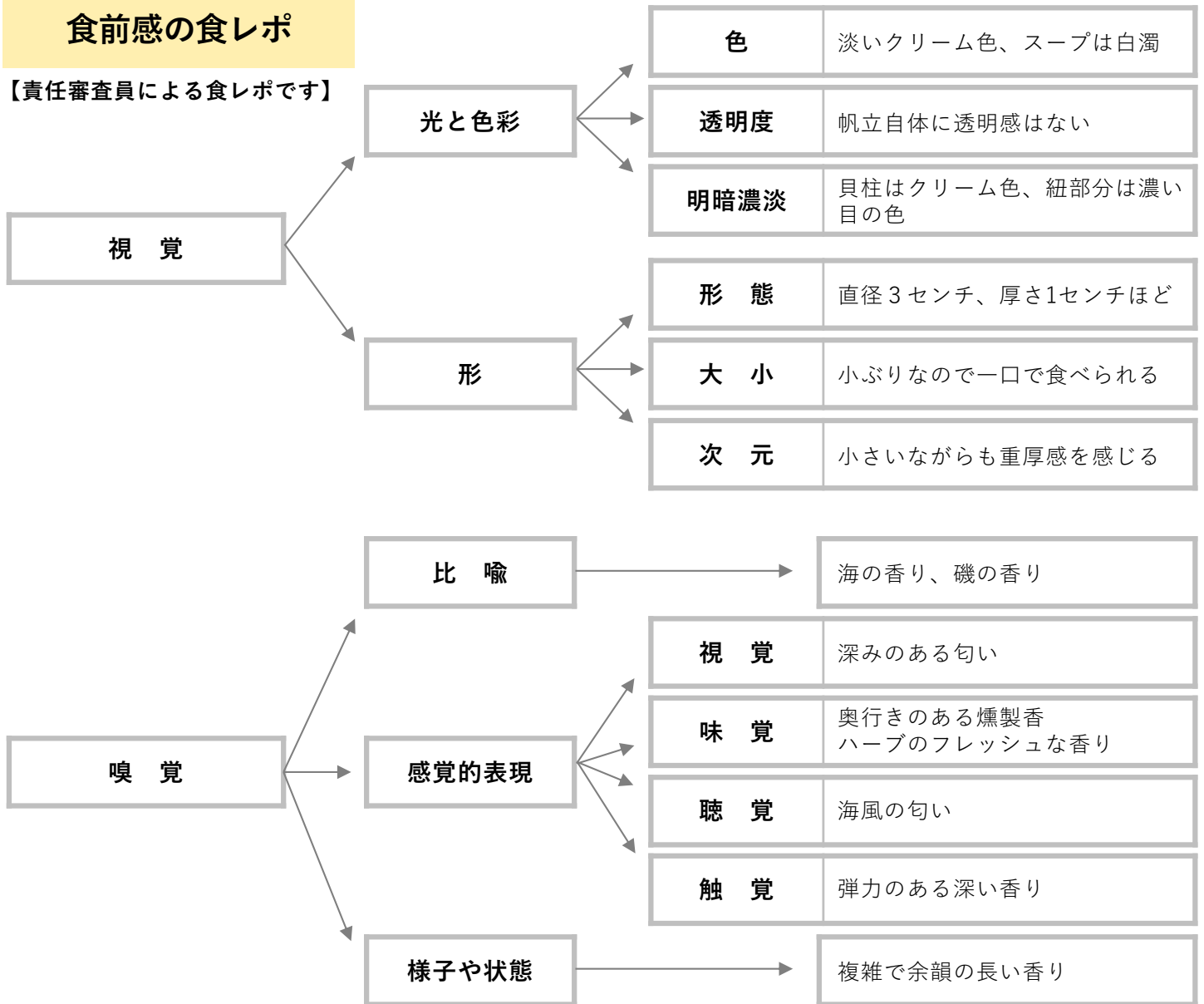
食の情報の専門家  
一般社団法人  
日本フードアナリスト協会  
Japan Food Analyst Association Certified



## 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

見た目については、貝柱部分が淡いクリーム色で、周りのひもの部分はやや色が濃く、ひだ状になっています。

しっかりと形状が保たれていますので、素材そのものが良くわかります。

調味液（つけ汁）は白濁しており、旨味が溶け込んでいる印象です。

ほたての大きさはひとつひとつの大きさにバラツキはありますが、平均的に直径3cm、厚さ1cm程度です。

匂いは、ほたてそのものから由来する磯の香りが広がり、バジルの爽やかな香りがアクセントになっています。

また、煮汁からはスパイス香や燻製香などの複雑な香りを感じとることが出来ます。

袋を開ける前の商品の心地よい重さ、封を開けたとたんに関わりと広がる磯の香りとハーブの爽やかさが、食べる前のワクワク感を掻き立てます。

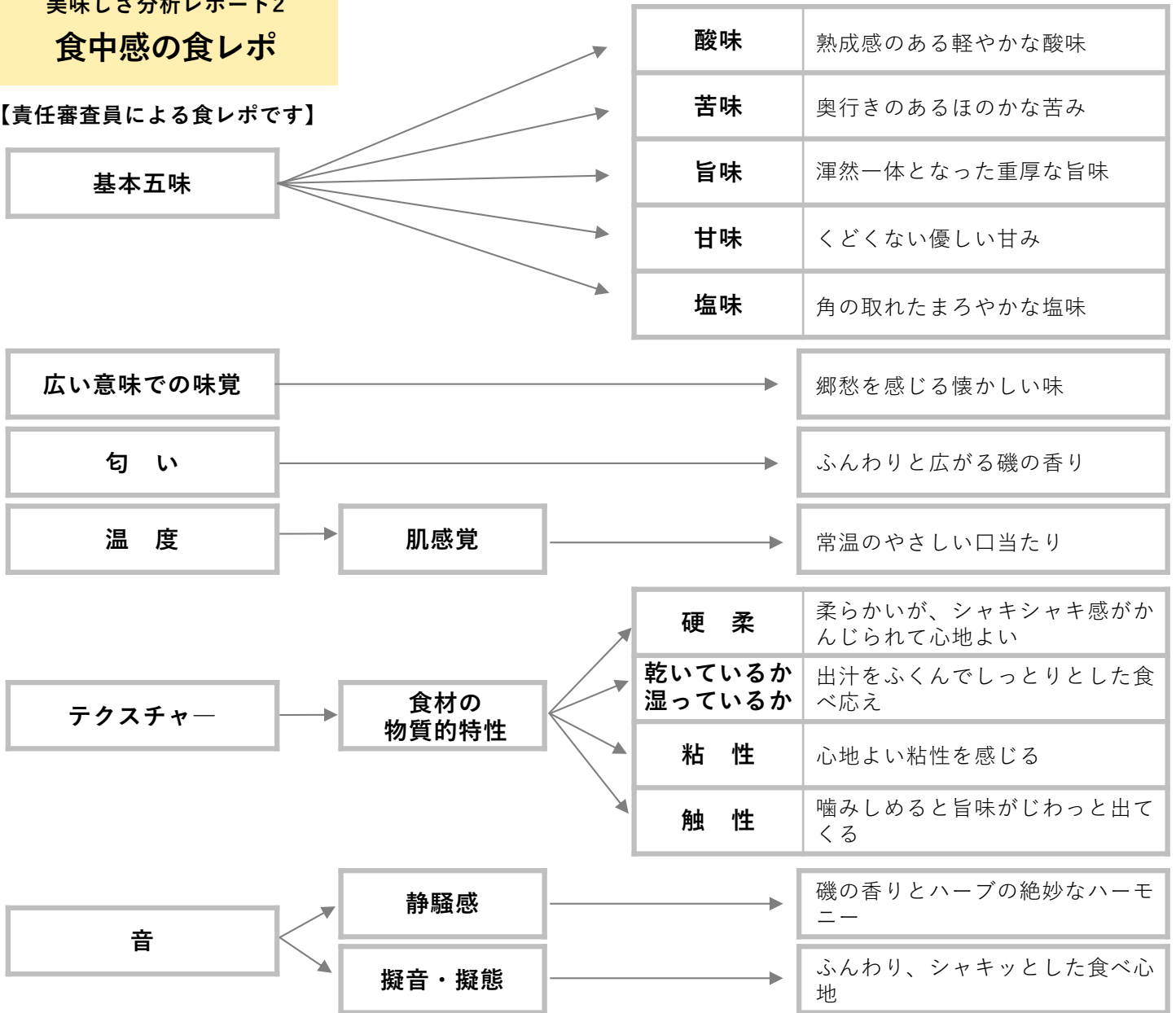
ほたてそのものの素材がいきている見た目と香りには、気持ちを落ち着かせる安心感があり、やさしい生命力に溢れた味わいを想像し、早く食べたい気持ちがどんどん高まってきました。



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

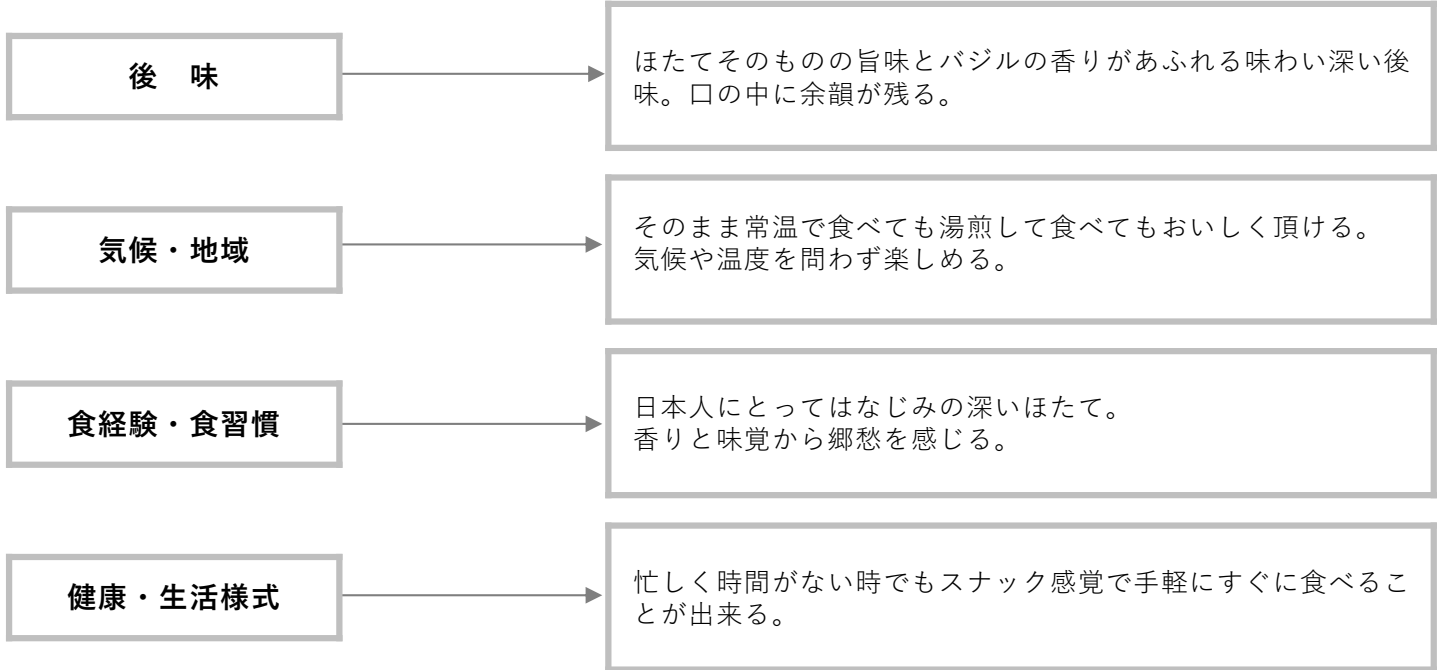
常温で丁度良い温度が違和感なく伝わってきます。  
口に含んだ瞬間ふんわりと広がる磯の香りとバジルの香りが広がり、嗅覚を刺激します。  
噛みしめると、全体的に優しいやわらかな口当たりを感じ、その後で貝柱のシャキシャキ感と紐の部分の弾力のある食感がインパクトを与えてくれます。  
また、じゅわっと広がるほたてそのものの旨味、煮汁由来の複雑な味付けが渾然一体となって口の中いっぱいになり、郷愁を感じる味わいが五感を刺激します。

基本五味をしっかりと感じる事ができ、その五味のバランスも均衡がとれていて、老若男女問わず「美味しい」と直感することが出来る理由となっています。  
このまま食べても、温めてもおいしいことに加え、おつまみやおかずとしてだけでなく、炊き込みご飯やパスタ、チャーハンなどの料理にも応用できる汎用性の高い商品であると感じました。

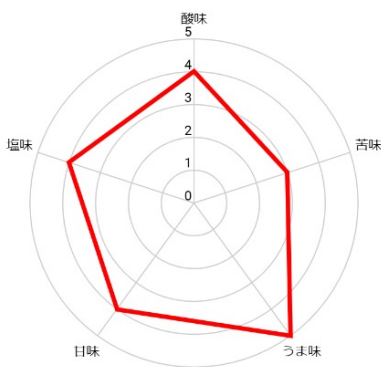


## 美味しさ分析レポート3 食後感の食レポ

【責任審査員による食レポです】

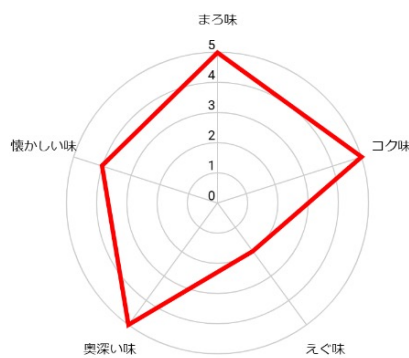


### 基本五味のレーダーチャート



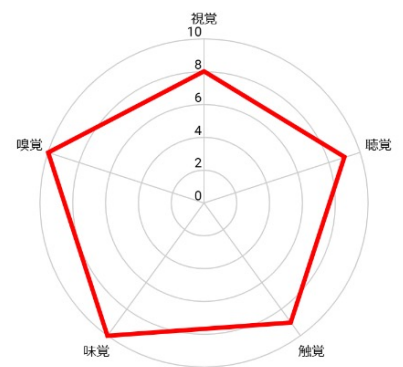
五味	評点
酸味	4
苦味	3
うま味	5
甘味	4
塩味	4

### 広い意味での味覚のレーダーチャート



広義の味	評点
まろ味	5
コク味	5
えぐ味	2
奥深い味	5
懐かしい味	4

### 五感に対する感じ方レーダーチャート



五感	評点
視覚	8
聴覚	9
触覚	9
味覚	10
嗅覚	10



## 1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

食べる前から「北海道産ほたてのバジル」というパッケージを見たときにワクワク感が高まります。開封するとふんわりと広がる磯の香りとバジルの爽やか香りが広がり食欲をそそり、一粒口にに入れて噛みしめると紐の部分のコリコリとした心地よい食感と、柔らかい貝柱の食感のコントラストが楽しめます。じゅわっと溢れる旨味と出汁のマリアージュにスパイシーなバジルの香りが素晴らしいアクセントをもたらしています。飽きの来ない深い味わいに手が止まらなくなります。

## 2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

パッケージを見ると、まず目に付くのは中身の画像で、バジルをイメージさせる深い緑色のデザインと相まって、容易に形状や味わい、香りを想像することが出来ます。また、「北海道産」の表示、北海道のロゴ、サブタイトル文言にも北海道産を大きくアピールしており、気軽に手の取りやすい状況を演出しています。パッケージには両側に切り込みがありハサミ不要で開けやすく、消費者を大切にする思いが伝わります。

## 3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

統計によるとほたての収穫量は一位が北海道で17万t強、二位が青森県とのこと、日本最大のほたて産地である北海道産のクオリティーも非常に高いと想像され、消費者にとってはとても安心感があると思われれます。ほたてについては、多くの食べ方があり、刺身、寿司、カルパッチョ、アヒージョ、フライ、天ぷら、ソテー、グラタン、コロケ、炊き込みご飯、中華炒め等、子供から大人まで大変親しみのある食材でありますので、誰でも抵抗なく気軽に食べられ、広いターゲットを持った商品であるといえます。

## 4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

御社は自社ECサイトを展開されており、消費者は戸惑うことなく製品情報を確認して購入することが可能であり、素晴らしいと思います。この商品については魚介類が苦手の方にも手に取ってほしいとの考えもあり洋風の味付けにしたとのことですが、まとまった量での購入が主なECサイトのみではなく、道の駅やアンテナショップ、店頭での試食キャンペーンなどの展開も是非検討いただき、ファン層の獲得を図っていただきたいと思います。

## 5. ブランディング要因

御社のほたてシリーズラインナップは、ほたてのバター醤油、ほたての水煮、ほたての旨煮、ほたてのバジルと4商品あるようですね。

「ほたてシリーズ」としての広報、宣伝、SNSなどでの発信を行うことによって「KANEYOSHIのほたて」というブランドを構築していくことも可能かと思えます。

## 6. 素材・安全性・その他

素材については「北海道産ベビーほたて」ということで、トレーサビリティもしっかりしているので安心感強いと思います。

衛生管理、品質管理につきましてもX線遺物検出器やレトルト殺菌管理機の導入し、常にモニタリングを実施し、HACCPに基づいた管理を行っており万全の体制を取られています。

消費者として安心して食べられる商品となっています。

# 審査レポート



商品名 ほたてのバジル

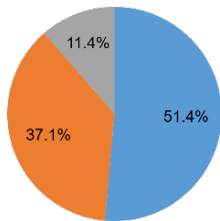
評価結果 グランプリ 受賞回・年月 第77回 (2024年7月)

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。

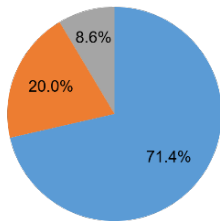
## WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通  
■ あまりない ■ ない

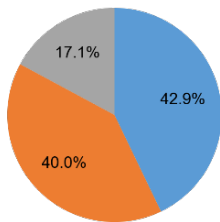
1 この商品に興味がありますか



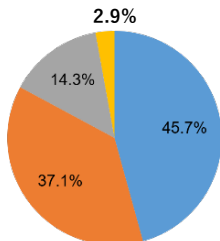
2 この価格で買いたいと思いますか



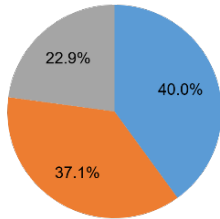
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

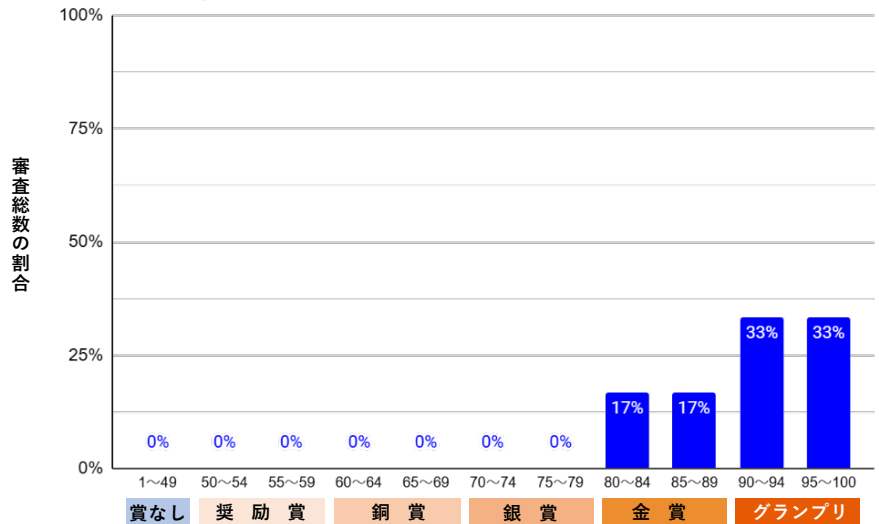
評価が高かった内容

パッケージを開封した際に、バジルの良い香りが広がる  
 そのままで食べることができ、簡単に一品として利用できる  
 味の濃さもちょうど良く、おつまみに最適な商品である  
 ジューシーで、噛みしめると旨みがたっぷり出てきて美味しい  
 洋風な味付けが大変良く、とても柔らかく食べやすい  
 そのままでも美味しいが、パスタ料理などにも手軽に使える  
 常温保存できるので、ストックとして常備しておきたい

評価が低かった内容

温めるとほぐれやすくなってしまい、形が崩れてしまう  
 水分が多すぎて、外で食べる時に苦労しそう  
 バジルの香りが弱く、色も薄い 味の深みを出して欲しい  
 調味液が多いが、スタンドタイプのため安定性に欠ける  
 パッケージが開けにくい チャック付きパウチならなお良い  
 イタリアンテイストなのに和風のパッケージで違和感を感じる  
 パッケージがシンプルすぎてインパクトがない

## 点数分布



点数分布として、金賞相当が34%、グランプリ相当が66%を占めており、総合評価91%で【グランプリ】となりました。  
 全ての審査員が金賞以上と高評価をつけた理由としては、性別や生まれ育った地域による嗜好に影響されない老若男女問わずに愛される馴染みのある素材、親しみやすい味わい、また商品の完成度の高さにあると思います。コストパフォーマンスにも優れている所が、客層の幅を広げていると高い評価につながりました。  
 一方で、商品の良さを十分に伝えられるネーミングの改良などに検討の余地があると思われます。

# 審査レポート

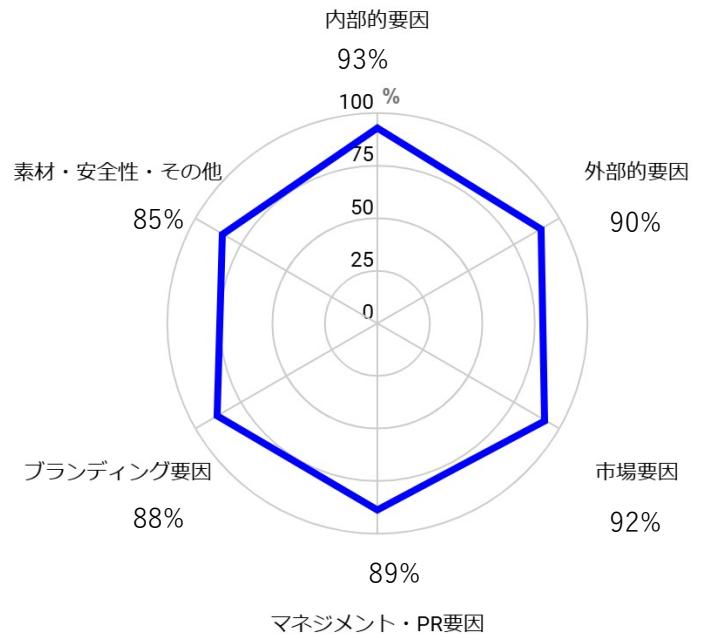
## ■ 要因分布

要因分布として、85%から93%の範囲に分布し、全体的にバランスの良い六角形になっています。特に味や香りなど五感からなる商品自体の魅力を表す「内部的要因」が93%と非常に高く、ほたてそのものの風味を生かした味わい、バジルとの相性の良さ、食感や後味などが大きく評価された結果です。

また、市場・トレンドから構成される「市場要因」についても92%と高く昔から親しみがあり、多くの人に好まれるほたての高感度が表れています。

ネーミングやパッケージから構成される「外部的要因」も90%と高評価です。

一方、「ブランディング要因」が90%代に届かず88%にとどまったのは、誰もが思い浮かぶヒット商品ではなく、素材の持つイメージが大衆的なためブランディングの確立不足が懸念となって評価が割れたことが要因です。



## ■ 総評

山下水産様は北海道で創業100年、美味しい地元の食材を全国に伝え続け、また時代のニーズに合わせた商品開発に取り組んでおられます。たゆまぬ企業努力に審査員一同、敬意を表します。

ジャパン・フード・セレクションには様々な食材が出品されますが、この商品は日本人にはなじみが深く、和食、中華、洋食にもよく使用される「ほたて」製品であるということで、審査員も普段からほたてを食していることから審査が厳しくなる懸念もありましたが、結果として審査員の評価は非常に高く「グランプリ」を受賞されることとなりました。

6つの要因分析の中でも味や香りなど五感からなる商品自体の魅力を表す「内部的要因」の評価が非常に高く、崩れることなく形状を保ちながらもやわらかいほたてそのものの食感が生きている素晴らしさ、濃くもなく薄くもない絶妙な味付け、ほたての風味を妨げずマリアージュさせたバジルの配合などまさに見事なバランスのとれた商品であると感じました。北海道産のほたてを使用していることも安心して食べられることにつながっています。また、パック当たりの内容量も丁度良く、手軽に食べ飽きることなく完食することができます。パッケージにつきましては、「北海道産」を全面的にアピールしており安心感、高級感を感じることが出来るとあ、盛り付け画像が購買意欲を掻き立てています。

一方、審査員のコメントの中には「ファスナーをつけてほしい」「パッケージの緑が強くて重い」といった意見もでていました。また、湯煎で温める食べ方をお勧めされていましたが、賛否両論と意見が分かっていたので検討の余地があると思われます。

プロモーションに関してですが、多くの人たちに馴染みのある「ほたて製品」の特長をもっと打ち出して「KANEYOSHIのほたて」というブランドを確立していくことが今後の市場拡大につながっていくと感じます。手軽に、簡単に魚介類を取れる所が今の時代のニーズに合っていますので、発展が期待できます。御社のリーディング商品は「さんまの旨煮」と伺っておりますので、「さんまの旨煮」のKANEYOSHIさんが、新たに「ほたてのバジル」という魅力的な商品を開発したと言われるようなポジショニングでマーケティングを推進されていかれたらよろしいかと思います。

今回のグランプリご受賞が、益々の広報・宣伝、SNS等での発信の強化と知名度アップの向上につながり、ご活用いただければと思います。

この度は出品いただき誠にありがとうございました



〒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