



Japan Food Selection

ジャパン・フード・セレクション

審査レポート

ガリザクホタテヒモ



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 **ガリザクホタテヒモ**

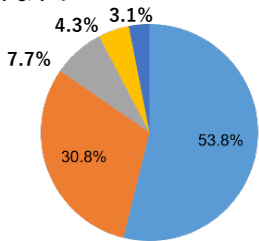
評価結果 **グランプリ** 受賞回・年月 **第93回 (2025年11月)**

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。

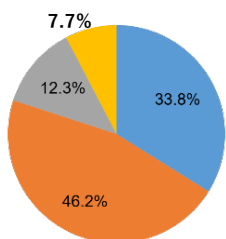
WEBアンケート結果

■ とてもある ■ 少しある ■ 普通
■ あまりない ■ ない

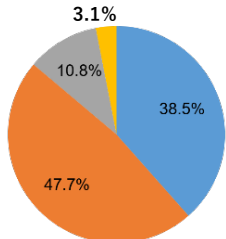
1 この商品に興味がありますか



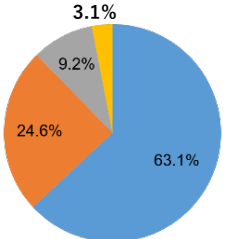
2 この価格で買いたいですか



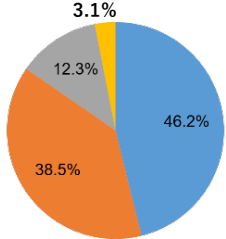
3 この商品をターゲットにする客層は多いと思いますか



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

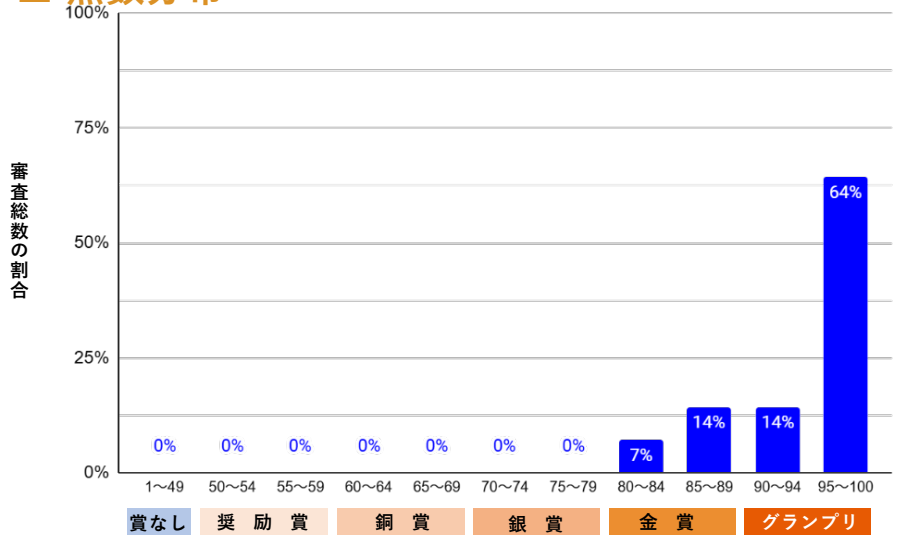
評価が高かった内容

北海道産貝ひもの旨味と香ばしい風味が秀逸
 ノンフライ製法で健康志向に合致している
 ガリザクというネーミング通りの楽しい食感が良い
 ネーミングが親しみやすく印象に残る
 チャック袋で保存性、利便性が高い
 おつまみやおやつとして幅広い用途で楽しめる
 従来のホタテ珍味にはない斬新なアイデアと工夫が良い

評価が低かった内容

高齢者や歯が弱い人には硬すぎて食べにくい
 塩分がやや強く素材本来の風味を損ねているとの指摘がある
 商品名からやや原料のホタテのイメージが伝わりにくい
 パッケージデザインに地域性や高級感が乏しいとの声
 やや噛みづらさが菓子感覚の受容性を下げているとの声あり
 放射性物質・農薬検査の未実施が消費者の安全安心に不安要素
 開封後の湿気による食感の劣化がやや気になる

点数分布



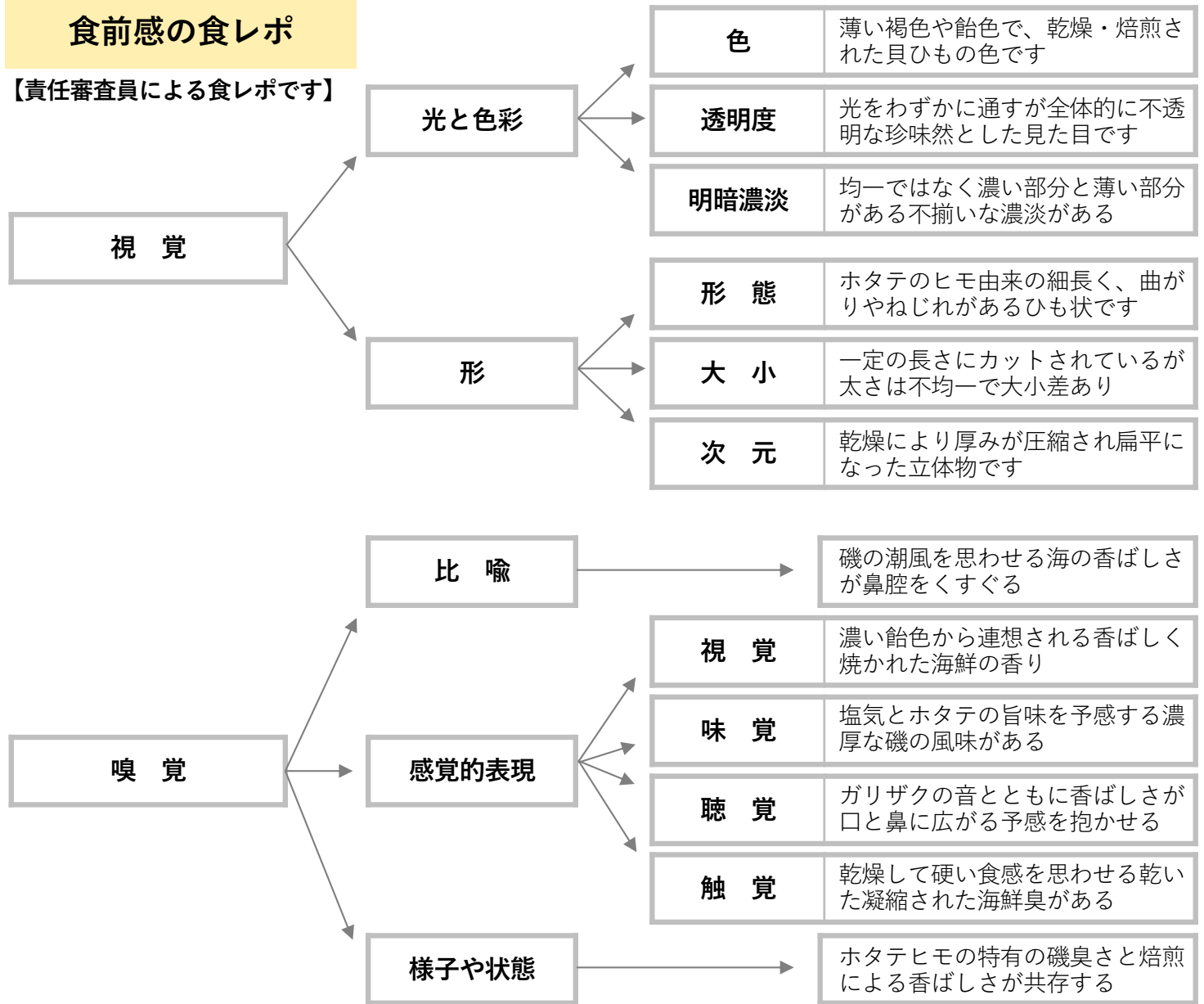
点数分布としては、まず90点台後半の評価が64%と極めて高く、90点台全体としても78%の高評価を得ています。よって、見事グランプリの受賞となります。理由としては、まず「ガリザク」という唯一無二のテクスチャーを確立した点にあります。さらに、従来の油っぽい珍味と異なり、サラッとした食後感を実現している点も高く評価される一因でもあります。ただ、塩味の強さやパッケージ表現に一部の審査員から指摘があるのも事実です。



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

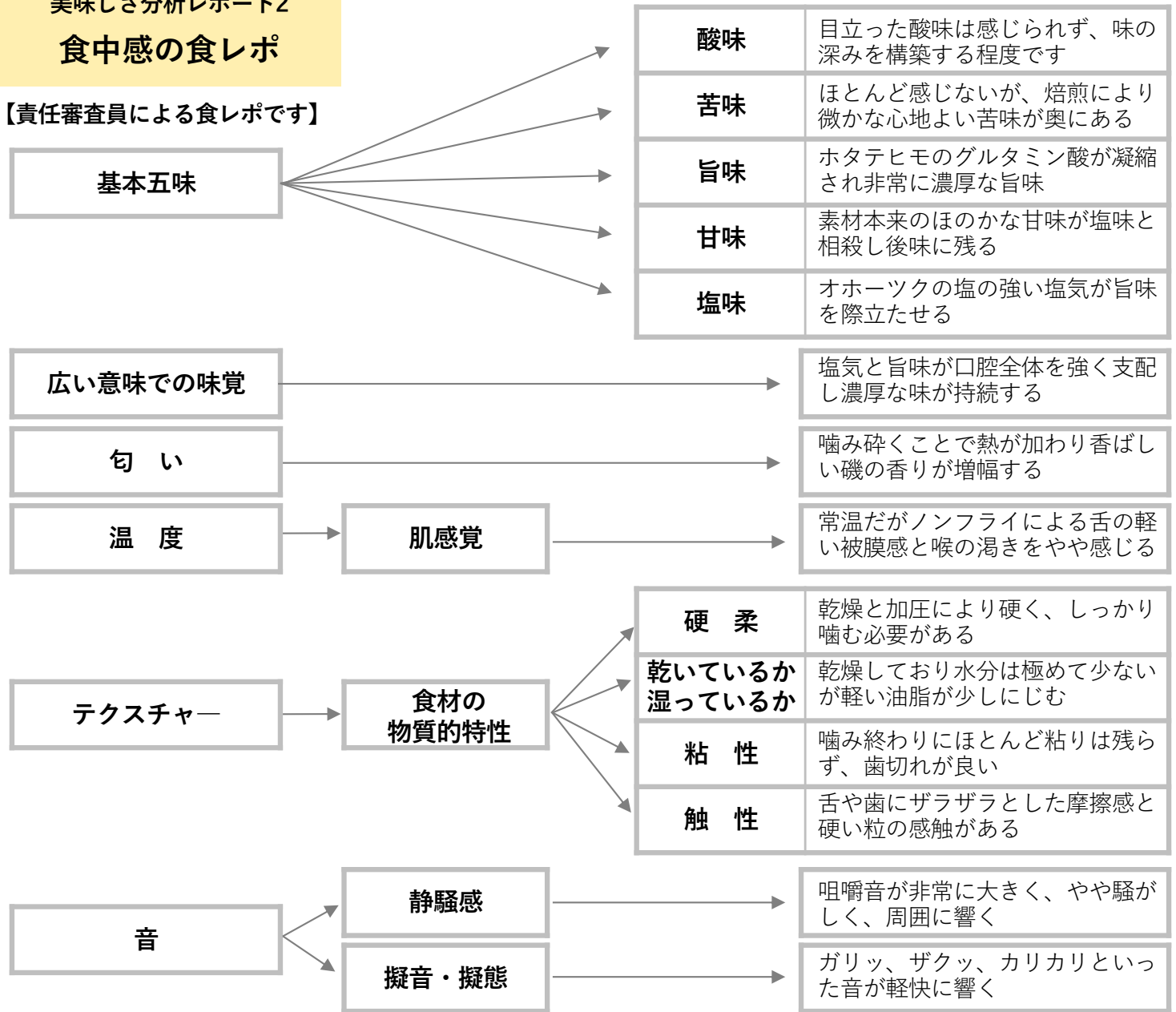
北海道札幌市の丸市食品株式会社が製造販売する「ガリザクホタテヒモ」は、その外観、形態、香りから、従来の海鮮珍味とは一線を画す新規性の高い商品であることが予感されます。視覚的・形態的な特徴として、商品は濃い目の飴色から薄い褐色を呈し、ホタテヒモがねじれながら扁平に乾燥・焙煎された様子が窺えます。この濃い色合いと不揃いな形態は、原料の旨味が強く凝縮されていることを視覚的に示唆しており、濃厚な味付けへの期待を高めます。嗅覚的な特徴としては、袋を開けた瞬間に焙煎された香ばしさと磯の濃厚な潮の風味が鮮烈に鼻腔をくすぐります。この香りは、ビールや酒類との相性の良さを食べる前から強く予感させるものであり、強い嗜好性を示しています。この食前感全体から得られる主なキーワードは「凝縮された旨味」と「新食感」です。一方で、色合いや強い香りから、ノンフライだが塩分がやや濃いめである可能性も同時に予感され、連食性や汎用性の高さに影響を及ぼすかもしれません。総じて、食前感は非常に個性が強く魅力的であり革新的なおつまみとしてのポテンシャルを感じさせます。



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

「ガリザクホタテヒモ」の食中感は、まず特徴的なのは商品名の通り「ガリザク」という卓越したテクスチャーによって支配されていると思います。味覚面では、塩味と旨味が非常に濃厚で強く、ホタテヒモのグルタミン酸が凝縮されていることが明確にわかります。酸味や苦味はほとんどないものの、この強力な五味の組み合わせが、おつまみとしての高い満足度を生み出しています。噛みしめるごとに、乾燥した磯の香ばしい匂いが増幅され、風味の奥深さを感じさせます。

また、この商品の最大の魅力は、テクスチャーと音の相互作用にあります。極めて硬く乾燥した物質の特徴を持つため、口に入れるとすぐに「ガリッ」「ザクッ」という明瞭で騒がしい咀嚼音が響き渡ります。この音の楽しさが、硬さや舌触りのザラつきといった特徴を「癖になる魅力」へと昇華させています。

全体として、本製品は濃厚な旨味と革新的なガリザク食感という、酒の肴として理想的な特性を兼ね備えており、そのユニークな体験が強力な付加価値となっています。



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

ノンフライ製法のため脂っさは少なく、サラッとした食後感です。濃厚な旨味と塩気が持続しますが、不快な被膜感はありません。

気候・地域

北海道産の安心感に加え、脂質が控えめなノンフライ製法は内陸部や暖かい時期でも軽快に楽しめ、土産物としても適しています。

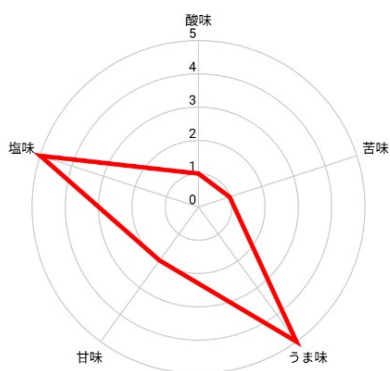
食経験・食習慣

従来の油で揚げた珍味とは異なり、ヘルシー志向の消費者も罪悪感なく楽しめます。日常の間食や夜食にも取り入れやすいです。

健康・生活様式

高タンパクでノンフライのため、健康を意識しながらおつまみを楽しみたい層に最適です。塩分量のみ注意が必要です。

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	1
苦味	1
うま味	5
甘味	2
塩味	5

広義の味	評点
懐かしい味	3
凝縮された濃厚な味	4
じんわりしみ出す味	5
安心感のある味	4
噛み応えのある味	5

五感	評点
視覚	3
聴覚	4
触覚	5
味覚	5
嗅覚	3

1. 内部的要因（味・五感・ニュース性等）

北海道産ホタテの旨味とオホーツクの塩が調和し、ノンフライ製法で素材の持ち味を活かした味わいが評価されています。また、カリカリ・ザクザクとした食感は新鮮で楽しく、香ばしさや噛み応えのリズムが五感に訴える商品として好評です。ただ、乾燥と焼成による硬さが一部の層には食べにくく、味の濃さが長時間食べ続けると飽きやすいとの声も散見されます。「酒の肴」には良いが、おやつ用途としては噛み応えの強さが受容性を狭める可能性もあり、今後可能ならば硬さのバランス調整の余地があると考えます。

2. 外部的要因（ネーミング・パッケージ等）

「ガリザクホタテヒモ」という商品名が食感を直感的に伝え、印象的で覚えやすいと好評です。パッケージデザインもかわいらしく、ファスナーチャック採用で利便性・保存性が高く評価されています。店頭での視認性も良く、購買意欲を促す構成となっている点も好ましいです。ただ、商品名から原料のイメージや地域性がやや伝わりにくく、珍味らしい上質感やストーリー性を補う表現が求められます。パッケージはポップで親しみやすいが、やや軽い印象との声もあり、今後は高級感・北海道らしさの演出が求められます。

3. 市場要因（ターゲット・トレンド等）

従来の「珍味＝男性・酒の肴」という枠を超え、女性や若年層、健康志向層にも受け入れられる新しい市場展開が評価されています。ノンフライでヘルシー志向にも合致し、手軽なおやつ需要やギフト用途など多様な販路に対応した可能性があります。ただ、やや高価格帯に位置づけられるため、日常的なスナック市場では競合との差別化が課題との指摘があります。強い噛み応えは若年層に魅力的な一方、高齢者層には敬遠される傾向も見られ、ターゲット層の明確化と販促メッセージの最適化が今後求められるでしょう。

4. マネジメント・PR要因（広報・広告等）

品質や衛生管理体制が整備され、JFS-B認証取得を目指すなどマネジメントの意識の高さが評価されています。北海道産素材へのこだわりを活かしたPRや、健康・自然派志向に訴える広報展開にも発展の可能性があるかと好評です。ただ、ブランドや商品の魅力を訴求する広報活動がまだ限定的で、SNSやWebなどでの発信力がやや弱い印象を与えます。商品の特長である「ガリザク食感」や「北海道素材」の魅力を視覚的・動画的に伝える、SNSの活用などによる積極的なPR戦略が今後期待されます。

5. ブランディング要因

地元北海道の素材を前面に打ち出した地域ブランド性が評価され、「海産珍味を新しい形で楽しむ」コンセプトがユニークと高く評価されています。また、健康的・スタイリッシュな印象を持ち、若者や女性層にも親しみやすいブランドとして期待されています。ただ、「北海道ブランド」としてのストーリー性や産地連携の打ち出しがまだ弱く、ブランドとしての厚みが不足しているとの声があります。高品質な製品であるだけに、企業理念や地域貢献などを語る点も含めた、親しみのあるブランディング強化策が今後望まれます。

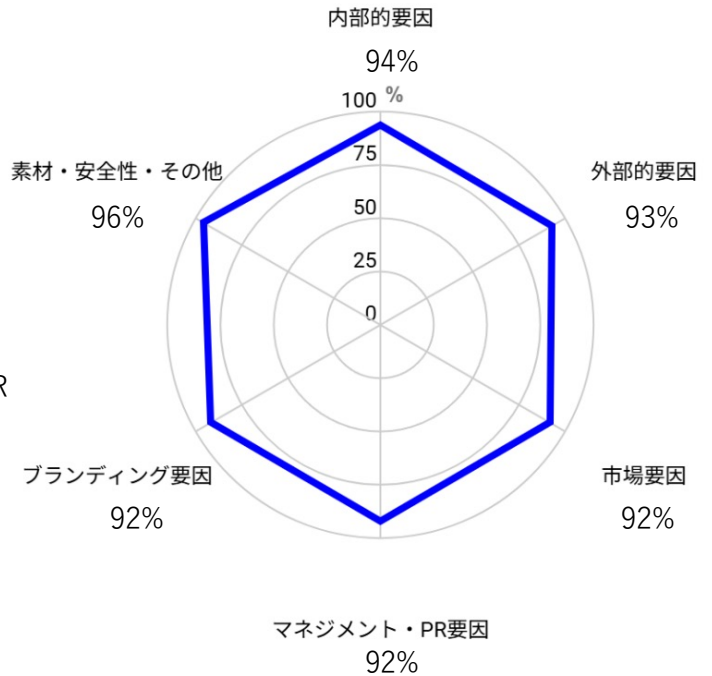
6. 素材・安全性・その他

保存料・着色料不使用で、北海道産素材とオホーツクの塩へのこだわりが安心感を与えると好評です。工場の衛生管理や製造工程の透明性への意識も高く、全体的に安全・安心な製品として信頼性が高く評価されています。ただ、放射性物質検査や農薬検査の未実施が一部の審査員から不安要素として指摘されています。また、工程の一部非公開が品質管理面での透明性をやや弱めており、今後はデータ公開や検査情報の明示により透明性を確保して、消費者に対しより信頼性を高めることが期待されます。

審査レポート

■ 要因分布

要因分析としては、驚くことに6要因すべてが90%台の高評価である点です。特に素材・安全性その他は96%の高得点であり、続いて商品自体の魅力度を指す内部的要因は94%、また商品のネーミングやパッケージの魅力度を指す外部的要因は93%を得ています。残りのトレンドや市場競争力を指す市場要因や品質衛生管理体制や広報に関するマネジメントPR要因も92%を獲得し、ブランド構築やブランディング力を指すブランディング要因も92%と評価されています。今後は更に各要因のレベルを維持しつつ、全国の幅広い消費者への浸透と顧客ロイヤリティの向上を期待したいと考えます。



■ 総評

出品企業である、丸市食品株式会社様の事業活動には、「未利用資源であるホタテヒモを革新的な技術で魅力的な商品へ昇華させる」という、素材への深い敬意と持続可能な開発を目指す企業理念が色濃く反映されています。この事業風土こそが、「ガリザクホタテヒモ」という新しい価値を生み出す原動力となっており、まずはこの点について深甚なる敬意を表します。

本製品の最大の成功要因は、「ガリザク」という唯一無二のテクスチャーを確立した点にあります。ノンフライ独自の加圧製法により実現された軽快かつやや騒々しい咀嚼音は、食前感で歯切れの良さを予感させ、食中感で「癖になる楽しさ」として具現化します。視覚的な濃い飴色と焙煎された磯の香ばしさは、ホタテヒモの凝縮された濃厚な旨味と見事に一致し、酒の肴として理想的な満足感を提供します。さらに、従来の油っぽい珍味と異なり、サラッとした食後感を実現している点は、ヘルシー志向にも配慮した時代のニーズを捉えており、審査員評価の高い評価を得る要因となっています。

一方で、この素晴らしい商品がさらに市場で輝くための改善点として、以下の二点が挙げられます。

一つは、「塩味の強さ」です。濃厚な旨味を際立たせつつも、より汎用性と連食性を高めるために、塩分を微調整したバリエーション展開が期待されます。もう一つは、商品パッケージの訴求力です。ヒアリングシートにも言及がある通り、「ガリザク」という革新的な価値と、SDGsへの貢献といった企業の理念をパッケージデザインでより明確に表現することで、店頭での差別化を強化し、より幅広い消費者層への浸透が期待されます。

丸市食品様が有する革新的で卓越した技術力と情熱をもって、今後の「ガリザクホタテヒモ」のさらなる進化を審査員一同心より楽しみにして、当商品の総評といたします。



〒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