

北海道食のこだわり逸品ニュース

当ニュースは、弊社展開の秋葉原・ちゃばら「北海道食のこだわり逸品コーナー」の販売状況や弊社マーケティング活動の情報誌です。

発行

ベーシックインフォメーションセンター株式会社
 東京都千代田区東神田2-6-2 タカラビル5F
 TEL:03-3864-6351 FAX:03-3865-2007



秋葉原・ちゃばら「北海道のこだわり逸品コーナー」情報

<http://bic-foodproduce.jp/info/0406-chabara/>

9月の売れ筋NO. 1

食欲の秋、ごはんのおともの牛肉しぐれが売行き好調！



2度の台風通過の影響もあり、気温も平年並みに下がった9月に秋葉原ちゃばら北海道逸品コーナーで売行きが好調だったのは、北海大和の北海道十勝牛しぐれでした。十勝牛の赤身の柔らかいお肉を使用し、昔ながらの調味料(砂糖、本醸造醤油、本みりん、酒)だけで味付け、手作りで仕上げたこだわりの商品です。

化学調味料、食品添加物不使用で、味の良さだけでなく、体にも優しいごはんのおとものに最適な商品といえます。新米がおいしいこの季節に、おすすめできる逸品です。ギフトとしても贈って喜ばれます。是非一度ご賞味下さい。

商品名:北海道十勝牛しぐれ
 参考価格:600円(税抜)

製造:株式会社北海大和
<http://www.hokkai-yamato.co.jp/shop/>

トピックス

秋葉原・ちゃばら 北海道こだわり逸品コーナー 新商品のご紹介

そばパスタ フィットチーネ



山加製粉より新感覚のそばパスタの新発売です。北イタリア・ロンバルディア州の郷土料理のそば粉パスタ「ピッツォケリ」をヒントに北海道産有機そば粉で、日本人好みのロングパスタにアレンジした商品です。北海道の食材と合わせてお楽しみ頂けます。



参考価格:480円(税抜)
 製造:山加製粉株式会社
<https://www.yamaka-seifun.co.jp/>

にしん数の子親子フレーク



北海大和よりごはんのおいしい季節にピッタリの新商品のご紹介です。匠の技で仕上げた身欠きにしんと、数の子入りの生姜醤油味で仕上げ甘辛く煮込んだ、化学調味料は一切使用していないにしん数の子親子フレークです。数の子の食感とにしんの風味を是非お試し下さい。

参考価格:600円(税抜)
 製造:株式会社北海大和<http://www.hokkai-yamato.co.jp/shop/>

首都圏の販路開拓サポート活動

こだわりの店舗で雄武町商品のご紹介

株式会社ハリカ

〒173-8512 東京都板橋区板橋1-47-5

<http://www.harika.co.jp>



贈り物のデパートでおなじみの『株式会社ハリカ』に雄武町のギフト商品をご紹介します。カタログギフトの担当バイヤーに「雄武の恵みドレッシング100ml&昆布酢100mlセットギフト」と「雄武の恵みドレッシングギフト200ml2本セット」を紹介。商品の評価は非常に良く、只今条件面で交渉中。

その他に、同社はカタログギフトは自家需要も多いので、ギフト以外でも北海道の珍しい商品を紹介してほしいとの要望が有り、ちゃばらでの実績の高い商品、とうふくんステイック、いももち、山わさび入りとろろ、を紹介。非常に高評価でした。

単価の問題も有り、セット売りをしないとギフト掲載は難しいとの事で今回は複数商品のセットでの提案を実施します。

株式会社長寿乃里

〒220-0012 横浜市西区みなとみらい3-6-3 MMパークビル12階

<http://www.chojuyu.co.jp/company/>



オムニチャンネルで、国産・無添加・天然由来の化粧品、食品の販売を手掛けている『株式会社長寿乃里』に、今回は雄武町の「雄武の恵みドレッシング」「昆布酢」「昆布うどん」をご紹介します。

前回お会いしたグルメダイニングスタイルショーの時と同様に、味や素材に関する評価は非常に高い。食品の取り扱いをこれから増やしていく段階で、選定基準(非国産の材料の配合等)を今後決めてゆくとのこと。今後は取り扱う食品の数を増やしていきたい意向も有るので、引き続き北海道の逸品を紹介、アプローチをかけていきます。

BICFOODPRODUCEの新サイト『北海道 特産逸品おいしいなび!』開始 北海道のこだわった逸品の紹介、逸品を使用した簡単アレンジレシピ掲載中!

北海道 特産逸品おいしいなび!

北海道の優れた逸品とレシピをご紹介します

ホーム

BIC 推奨商品

北海道 逸品レシピ

おいしいなび! TV

運営者のご案内

お問い合わせ



直営店の
ご案内



食のこだわり逸品ニュース

弊社直営店で取扱う商品の販売動向をはじめ、全国のこだわり新商品やバイヤー向け情報など食に関する情報を独自の視点で毎月配信!

仕入れ担当者様ご登録のご案内

北海道の加工食品をお探しの仕入れ担当者様に、北海道内で生産され、北海道の原材料、食文化にこだわった商品情報をお届けします。

この度、BICFOODPRODUCEの新サイト『北海道 特産逸品おいしいなび!』が開始となりました。

このサイトは、弊社が選んだ北海道のこだわった逸品の紹介と、それを使用したレシピの紹介、秋葉原ちゃばら北海道こだわり逸品コーナーイベント情報、新商品の紹介など、北海道の加工食品のブランドアップと、一般消費者、仕入れ担当者に商品を紹介するサイトです。

今後は、レシピの充実やおいしいナビTVでのイベント紹介、商品・レシピ紹介も充実させていきます。

推奨商品や商品を使用したレシピ、商品紹介動画等。自社商品をPRしたい食品メーカー様は是非弊社までご連絡下さい。

詳しくはこちらのアドレスからご覧いただけます。



<http://bic-foodproduce.jp/oishii/>

北海道 逸品レシピ



FOOD PRODUCE 伊藤敏郎の食のトレンドピックアップ

トレンド食材の市場性、斬新な販路形態、ユニークな販促活動、消費者の購買深層心理など、食品が売れる為のマーケティング情報を発信。



1983年にマーケティング会社ベーシックインフォメーションセンター(株)を設立2007年に食品分野や農業分野のコンサルティング、商品開発、販路開拓等も手掛け、それらに関わった案件は250件以上を数える。

～生活欲求が購買欲求に繋がる～

商品を開発するには、必ず知っておくべき点が4つある。それは、①開発したい商品の優位性を知る。②売りたい市場や顧客(消費者)を知る。③競合商品や類似商品の市場動向を知る。④バイヤーの意見や消費者のトレンドを知る。などで、それについて毎号説明をしてきた。

前回9月号は、④についてバイヤーの視点から、商品開発をするには、競合品や類似品の売れ行き状況、消費者の購入理由等、バイヤーの考え方を知るのが必要であり、そこから、開発すべき商品が見えてくる。と説明した。今回は、バイヤーだけの調査だけでは片手落ちなので、消費者の商品を購入する心理調査についても説明したい。

食品事業者からすれば、“地場で採れた野菜だから美味しい”“無農薬・無添加だから安全”“地元のレストランで人気があるから”と、何らかの優位性を表現するのは分かるが、その優位性は、消費者にとって必要な優位性と言えるのかを、まず検証するのが大切である。なぜなら、消費者の生活欲求と購買欲求は違うからである。

「生活欲求」とは、直接的に商品に結びつかないが、例えば、“友達と楽しく食事したい”“歩きながら食べたい・飲みたい”“酒が飲めないけれど居酒屋に行きたい”“太りたくない”等、生活して行く上での欲求を言う。要するに、生活欲求とは、消費者の日々の生活の不便や不満の事であり、その不便や不満を開発商品の優位性で解決してあげられるかを知る必要がある。

いくら優位性が明確であっても、その優位性が消費者の欲求を満足させてあげられなければ、何の意味もない。それを踏まえ、『商品優位性×生活欲求=市場の見極め』が大事になってくる。アップル社の共同設立者の一人であるスティーブ・ジョブズの有名な言葉に『人は形にして見せてもらうまで、自分は何が欲しいのかわからない』とあるが、まさにその通りだと思う。

因みに「購買欲求」は、目の前の商品で現実を満足させるものであり、「生活欲求」に応えた商品だからこそ「購買欲求」につながっている事を知って欲しい。

南極料理人 西村 淳の北海道食のワンダーランド

北海道の隠れている食材、貴重な食材、或いは規格外や捨てられている食材を、如何に美味しく創り挙げるか、レシピ創りから新商品開発のヒントを提供。



海上保安官として南極地域観測隊に参加した経験を踏まえ「南極料理人」として著述や講演会、料理の講習会、メディアに出演。2009年に「オーロラキッチン」を設立。北海道企業の食品開発を手掛ける。

～すき焼き関ヶ原終戦～

豚スキを知らない奴がいる。あの北海道民の「ソウルフード」と断言しても、おかしくはない豚肉のすき焼きを「なんやーそれ?」とか「豚肉使ってもすき焼きっていいのん?」系統の無礼且つ物知らずの奴が南極観測隊にいるなんて・・・怒りがふつふつと沸いてきた。そんな気持ちを胸の奥に秘めたまま、関西風・関東風・北海道風の3パターンを用意した。

関西風には肉をやや厚めに設定し、塊からそのまま切っていつて姿見も大型にした。添え物としては長ネギ(冷凍)そして内緒で取得していたのになぜか冷凍のまつたけを関西人は所望してきた。関東風は普通のスライスにし、姿見もやや小型。北海道風は豚肉をスライスして、関東風と同じようにしらたき(缶詰)・焼き豆腐(缶詰)・玉葱、長ネギ、白菜(それぞれ冷凍)を用意した。

中央のテーブルに北海道風すき焼きの鍋がどんとおかれ、左右に関西・関東と並ぶ、9名の隊員に対して3つの鍋がならぶなかなか豪快な景色が展開され、いよいよ勝負開始である。まあすき焼きを食べるだけなんだね。作り手はそれぞれの出身者が担当し、勝負が開始された。北海道風すき焼きは、自分ではなく北海道出身の隊長が担当し、「公平にみてやろう」と心に誓った料理人は静かに椅子に座り、その時を待った。

関東風・北海道風は作り方がほぼ同じなので、見ていてさほど違和感は生じなかったが、問題は関西風。牛脂をいれた鍋にいきなり肉をいれて焼きだした。その上に砂糖をパラパラそしてしばし放置。砂糖はまもなく溶け出し、プリンにかけるカラメルソースのような臭いをたてだした。そして醤油をジャー!!!びっくりした!「和風ステーキを作るっていったかなあ?」とは思ったが、そこは審判?の立場から口出しは我慢。やがてそれぞれ完成し、試食タイムとあいなった。そして結果は「みんなうまい!」わりしたで煮込まれた肉は、なじみぶかい味で、牛でも豚でもほっこりと美味しく、関西風は肉がふよやかな笑みを浮かべているようで、心がしみじみと温かくなった。

「すき焼きってうまいなあ。勝負は引き分け!!!」これが天下分け目の闘いらしからぬ結論だった。

弊社代表伊藤敏郎が北見市で講演会開催『地域食材を用いた商品開発と販売方法』

主催：北見市地場産品高付加価値化推進委員会

日時：2018年11月21日(水)

時間：15:00～17:00

開場：北見市中央図書館

連絡先：電話0157-25-1210