

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。

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

発行

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/chabara_business/

北海道こだわり逸品 コーナーベスト5

秋葉原ちゃばら、北海道こだわり逸品コーナー 昨年度売上ベスト5商品のご紹介！



昨年度年間売上ベスト5



順位	商品名	売上点数	商品の売れている特徴
1位	やまわさび入り とろろ	564	十勝産山わさびの癖になる辛味と十勝産とろろの美味しさを解凍するだけで簡単に味わえる。
2位	鮭とろ 100g	507	知床羅臼町産秋鮭オスの美味しさ。簡便利便に、食べ方のバリエーションが楽しめる。
3位	感動の純国産 エゴまきな粉	413	希少なエゴマ粉と北海道産きな粉の美味しさ。きな粉にエゴマの健康面での付加価値を付けた商品。
4位	インカのめざめ いももち	308	十勝産食材ので北海道郷土料理「いもだんご」を手軽に食べられるスイーツにした商品。
5位	行者にんにく餃子	257	北海道を中心に人気の食材行者にんにくをぎょうぎに使用。皮も北海道産小麦使用。焼き・蒸・水餃子で楽しめる。

昨年度北海道こだわり逸品コーナーの売上はこのような結果となりました。どの商品もそれぞれ北海道産の食材の強みを生かした一般流通品には無い個性あふれる魅力ある商品ばかりです。

トピックス

北海道『北見』こだわり逸品コーナー 開催中！

今月4月1日～5月31日まで秋葉原ちゃばら弊社コーナーにて、2月の平昌オリンピックで話題となった、北見市の商品を取りそろえた、北見こだわり逸品コーナーを開催中です。

女子カーリング競技のもぐもぐタイムで話題となった北見のお菓子を一同に集めた「北見スイーツコーナー」と週2回は焼肉を食べるといわれている北見市民おススメの「北見焼肉コーナー」を展開中。

どの商品も北海道北見産の原材料にこだわって作られた商品が盛りだくさんです。是非北海道北見のスイーツと焼肉の味をご堪能下さい！



弊社ではフェア・イベント情報、商品情報をアレンジレシピ等をInstagramで配信中です。QRコードよりご覧いただけます。是非フォローをよろしくお願いいたします。



◆北海道のこだわり逸品コーナー 第12クール(2018年6月～7月) 募集◆

秋葉原・ちゃばら店内にて「北のこだわり逸品 北海道コーナー」でのテスト販売 参加企業を募集しております。

詳しくはこちらから http://bic-foodproduce.jp/chabara_test/

TEL:03-3864-6351

首都圏の販路開拓サポート活動

番外編

ペットフードの販路をサポート

北海道産で作った機能性ペットフードの販路開拓活動



～厳選したペットフードを取扱っているショップ～
青山ケンネルcradle



青山ケンネルcradleは、表参道駅から徒歩約3分のところに位置し、おしゃれな外観のペットショップ。ペットの販売から健康チェック、トリミングなども行い、飼い主さんとの長い付き合いをモットーとしている。そのため、ペットフードにもこだわりがあり、無添加やオーガニックの原材料を使用したペットフードを品揃え。

国産メーカーでこだわったペットフードが少ないことから、北海道産の機能性ペットフードに大変関心があり、是非、商品化を期待したいとの事。今後、商品が完成したら、再度アプローチを行います。

(HP) <http://aoyamakennels.com//>

～首都圏を中心とした消費生活協同組合～
パルシステム生活協同組合連合会



パルシステム生活協同組合連合会は、首都圏を中心とした地域生協10生協団体の連合会組織。安心な原材料のペットフードや犬・猫用の雑貨を紹介したチラシ「Link Ring Love」を毎月1回発行。現在は16万部を会員に配布。

弊社が北海道の食材を提案していた関係で、アプローチを行う。今回の商品については、ペットのサプリメントが流行っている事から、機能性ペットフードに大変興味があった。また、やわらかいジャーキーであるため、歯が弱い犬向けに最適との意見でした。今後、商品化出来たら、チラシへの掲載も含めた検討をしたいとのことでした。

(HP) <http://www.pal-system.co.jp/>

GOOD DESIGN STORE TOKYO by NOHARAに「ミルキーパワー」が採用

東京駅丸の内にある商業施設「KITTE(キッテ)」の3階にあるグッドデザイン賞を受賞した商品を取り扱う店舗「GOOD DESIGN STORE TOKYO by NOHARA」に(株)バイオマスソリューションズ(北海道別海町)のミルキーパワーが採用されました。採用された理由は、デザインが良い点や、観葉植物や家庭菜園の高品質な肥料で、嫌な臭いがしない点が挙げられ、都会で観葉植物を育てる女性に人気です。

「GOOD DESIGN STORE TOKYO by NOHARA」は、弊社と数十年のお付き合いのある企業様となります。グッドデザイン賞の商品を今後も増やしていきたいとの事で協力していきます。



～ミルキーパワー～

乳製品を製造する過程で発生する高品質な「副産物」だけを厳選して作られたもので栄養価が高く、安心安全な有機肥料。

地元の素材をリサイクル製品に活用した取り組みとデザイン性の高いパッケージが評価され、2014年度のグッドデザイン賞を受賞しています。

(HP) <https://www.milky-power.com/>



(HP) <http://gdst.nohara-inc.co.jp/>



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。

～レトルカレー市場は右肩上がり～

3月1日～31日の1ヵ月間、弊社「秋葉原ちゃばら店の北海道コーナー」で開催した“北海道レトルカレーフェア”が終了。参加商品は、鹿肉カレー、地鶏キーマカレー、ホタテカレー、スープカレー等。10商品。その中で良く売れたのが“昆布だし和風味スープカレー”。残念だが、あまり売れなかったのが“北海道地鶏カレー”。そこで、この2つの商品を比べてみた。

“昆布だし和風味スープカレー”は、2人前(102g)250円。“北海道地鶏カレー”は、1人前(180g)800円。容量や価格が全く違う。違うのは価格と容量だけではなく。前者のパッケージはデザインパウチのみ。後者は箱型のパッケージの中にパウチの2重包装。更に、カロリーは、前者が110Kcal(50g)で、後者が278Kcal(180g)。この比較だけでも“昆布だし和風味スープカレー”の方が、買い易いのが分かる。だが、“北海道地鶏カレー”は、鶏肉の塊が入ってジューシーで、スパイシーで美味しい。試食をした来店客の評価も良好だった。

レトルカレーは、味や素材よりも価格や容量で売れ行きが違うのか。必ずしも、私はそう思わない。最も大切な事は、消費者へのメッセージ力の明確化だと思う。スープカレーは、好きな具材を選んで、自分なりのカレーを創る事ができる。朝食のパンに合わせたり、鍋料理に使ったり、うどんを煮込んだり。楽しみながら食事が出来る。地鶏カレーは、地鶏をじっくり煮込んだエキスが入ったカレーには魅力を感じるが、地鶏の塊を食べたいと思う消費者は多くない。要するに、消費者に対する商品企画やメッセージ力の違いが売れ行きに差がついた。

市場には、“黒毛和牛極とろカレー”や“三元豚角煮カレー”など、1人前800円のレトルカレーは沢山ある。“仙台牛タンカレー”は、なんと1000円もする。しかし、それらは全てブランド食材を使用している。レトルカレーの市場は、450億円～500億円と言われ、この15年間で20%拡大。この市場に約2000種類のご当地カレーが参入している。この市場で戦うのだから、それなりの商品戦略を考えたい。因みに、東京では、高齢者向け少量パックや糖質や塩分を抑えた健康志向カレーが注目を浴びている。

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上げるか、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。

～ 獲れたんです ～

砂利道をトラックがゴトゴト走っていた。荷台には荷物がびっしりと詰められ、ついでに小学生が2名荷物と一緒に詰め込まれていた。今なら拉致か誘拐とか大騒ぎとなるところだが、時に昭和36年となると、時代ものんびりとしたものである。交番の前を通るときにおまわりさんに手をふったら、にこにこ笑いながら敬礼をしてくれた。出発地は北海道の北に位置する名寄市。目的地はオホーツク海に位置する雄武町である。名寄市は厳寒地としても有名で、冬には-30℃を下回ることも珍しくない。この季節が冬ならば、思わぬ耐寒訓練となるところだが、あいにくと夏休み中だったので、凍死の危険性はひとまず無かった。

なぜトラックの荷台でゆられていたのか？

「海水浴」に行くためである。地方公務員だった父の職場では、毎年子供が夏休みになると役所単位で、どこかへ連れて行ってくれた。今回は雄武町である。海辺の小さな小さな街で、なーんにもなかったが、お寺を借りて、そこに職場の家族共々雑魚寝で泊まり込むのだから、子供にとってはまさに夢の世界で、本当に楽しみな催しだった。花火大会やカレーライス一用の水蛸(これは次回)採りをしたり、夢時間を過ごしていたらあつと言う間に寝る時間が来てしまった。「寝られるかよ。こんな面白い時に・・・」と、心でブツブツ言いながらあつと言う間に寝てしまった。

明けて次の日である。浜辺でポチャポチャ浮き袋頼りに泳いでいたら、横には網を引っ張っている父の姿が・・・まさに「一人地引網」である。ずんずん浅い海をかき分けて進んで行ってしまった。そして獲れたものは、最初は海草が目飛び込んできたが、じっと目をこらすと、全体が鮮やかなダークグリーンでオレンジのストライプが全身を彩る、綺麗な海老がたくさん入っていた。人生最初の「北海道海老」との御対面である。皮をむいて、生を口に入れると鮮烈な磯臭さと甘みが口いっぱい広がり、夕食に食べたかき揚げは「海老一！」と叫びたいほどの風味があふれ出し、以後海老が大好物となった。ただし生の「北海道海老」を食べたのは、それ一回きりだった。なんとこの海老は冷凍するのが不可能で、ボイルしなければ、形を維持できないのだとか！誰か画期的な生冷凍を実現し、流通させてくれないかなあ。

◆商品開発やレシピ創り、販路開拓や販促活動、講演依頼については、こちらまで◆

(問合せ先) BiC FOOD PRODUCE担当まで bfp-info@bic-net.com TEL:03-3864-6351