

BiC FOOD REPORT

2019年8月号

食品業界に於ける弊社独自のマーケティング活動の注目すべき情報を隔月（6回/年）にお届け致します。

食品業界のマーケティングなら



BiC Food Produce
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 タカビル5F

TEL : 03-3864-6351 FAX : 03-3865-2007

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

秋葉原ちやばら店「こだわり北海道逸品コーナー」情報 [7月の新商品紹介]

北海道石狩の山加製粉「そばパスタ」

今月の新商品は、北海道産小麦粉と北海道産そば粉で仕上げた「そばパスタ」をご紹介します。

北海道産小麦「ルルロツ」に北海道産そば粉を加え、味わい深くもっちりとした食感とたんぱく質、ビタミンB1、B6、食物繊維、ルチンなどの栄養成分も豊富で、滋味豊かな味わいのそばパスタ。

【パッパルデッレ】ボロネーゼのような煮込み系ソースと相性の良い幅広いパスタ。語源は「pappare（パッパレ）」。「豪快に食べる」「食いしん坊」という意味がある食べごたえのあるロングパスタです。

【タリアテッレ】クリーム系ソースと相性の良い平打ちパスタ。

イタリア中北部のボローニャが発祥。語源は「tagliare（切る）」に由来しているといわれています。イタリアでは大人気のパスタとして愛されています。

【キッタラ】トマト系、またはバター醤油などの和風仕立てと相性の良いパスタ。イタリア語のギターと言う意味を持ち、元々はキッタラを作る道具が木枠にギターのような細い弦を張ったことからそう呼ばれるようになりました。

【価格】 各 398円（税別） / 200g

【製造】 山加製粉株式会社

〒061-3241 北海道石狩市新港西1丁目771-3 TEL : 0133-75-9811



「そばパスタ」試食会

料理に合わせて使い分ける

弊社スタッフが、「そばパスタ」3種類を用意。パッパルデッレ（太麺）は、カルボナーラでパスタ風に。キッタラ（中麺）は、バジルソースとローズマリーをトッピング。タリアテッレ（細麺）は、レタス、ハーブのリーフ、ミニトマトのサラダに雄武の恵みドレッシングをかけたレシピを考案。なかなかのレシピでした。

美味しいと高評価

3種類ともそれぞれに美味しかったです。一番人気は、カルボナーラでパスタ風のパッパルデッレでした。理由は太麺なのでチーズと生クリームが絡みやすく、口に入れても、しっかり味が残っている感が美味しいと高評価。タリアテッレは、さっぱりしてヘルシーと人気でした。是非、お試しあれ。



AKOMEYA TOKYO la kagu (神楽坂店) で開催した“こだわり逸品北海道”

フェアは無事に終了しました。ご参加の企業様有難う御座いました。

“こだわり逸品北海道”フェアは大盛況

7月17日(水)～27日(土)の11日間開催の“こだわり逸品北海道”フェアを無事に終わりました。神楽坂の立地から若いお洒落な家族連れのお客が多く、秋葉原ちゃばら店(北海道コーナー)の客層とは違います。客層が違うと言う事は売れる商品も違いますね。



約40種類販売した商品の中で、一番売れたのが、西村さん監修の「野菜たっぷりキーマカレー中辛」でした。やはり西村さんのワークショップの影響は大きいですね。次いで、売れたのが芦別の大橋さくらんぼ園「さくらんぼゼリー」と北見の伊谷商事「ローズマリーグミ」でした。両商品とも女性や子供にうける商品だったと思います。

「雄武の恵みドレッシング」は、西村さんのワークショップでライスに季節野菜をのせ、ドレッシングをかけて提供したところ「ライスにかけられるオリーブオイルは珍しい」、「今まで食べたことのない味」と買って行く方が多く、「オリーブオイル以外に何が入っているの」との質問もありました。オリーブオイル以外には、昆布酢、オホーツクの塩、ブラックペパーだけの無添加ドレッシングです。皆さん初めて知った商品ばかりで、是非、次回も開催したいと思います。



西村淳さんの手間なし無駄なし「驚きのレシピ紹介ワークショップ」も満員



7月21日(日) 13時～15時の2時間、西村淳さんのワークショップを開催。参加者は約30名。

西村淳さんの南極の話と美味しいレシピで、会場は大盛り上がり。楽しいワークショップでした。

提供したレシピは、3種類で、特に「ドレッシングライス」は、夏にさっぱりして美味しいと大好評。



- ① キーマカレーを使ったマーボー豆腐
西村淳さん監修のキーマカレーと雄武の天然利尻昆布と鰹節を使った「神門のつゆ」を使用
- ② 和風カレーと昆布うどんのカレーうどん
西村淳さん監修の和風カレーと雄武の天然利尻昆布を麺に練り込んだ「昆布うどん」を使用
- ③ 昆布酢入りオリーブオイルドレッシングライス
ジャガイモと季節野菜をライスにのせて「雄武の恵みドレッシング」をかけたドレッシングライス

【注目市場】

“離乳食に北海道食材は最適”

17年ベビーフード生産統計

品目	億円	前年比%
主食	82	6
おかず・スープ	84	8
素材	22	15
だし・ソース	15	3
デザート	13	17
詰合	53	8
イオン飲料	28	-7
清涼飲料	48	-6
果汁・野菜汁飲料	16	11
おやつ	46	-11



子どもの出生数が100万人を割り込み少子化傾向が続く中、ベビーフード市場は安定した需要で、年々増加傾向を示している。特に、生後8ヵ月頃から1歳以降を対象とした幼児食の市場が拡大している。その背景にあるのは、子ども1人当たりの使用頻度や使用量の増加や共働き世帯の増加から、利便性や簡便性に優れた商品を積極的に取り入れる親が増えているからである。

それは、働く母親の1年未満での早期復職が拡大していることが要因に挙げられる。

1年間の育児休業を半年程度で復職する母親が、年々増加しており、男性の育児休業の取得が増えていることもあって、母親の早期復職を後押ししているようだ。大手食品メーカーのアンケート調査によると約40%の母親が「子どもが6ヵ月になるまでに復職した」と回答しており、復職後で一番大変な家事について、約60%の母親が「食事」を挙げている。当然、安心安全、無添加な食材を使った食事である。

安心安全、無添加な食材を使った主食、おかず、素材、デザート、詰め合わせとすべての幼児食商品が好調である。飲料は、前年対比で減少しているものの、森永乳業のストロー付きパウチ入りゼリー飲料「フルーツでおいしい野菜ジュレシリーズ」が人気がある。「黄色の野菜」「赤い野菜」「緑の野菜」「紫の野菜」を謳う事でヒット商品につながっている。パッケージも可愛い。

北海道は安心安全、無添加の食材が豊富であり、離乳食市場を狙った商品を開発しては如何だろうか。例えば、昆布、大豆、ジャガイモ、トウモロコシ、干しイモ等。朝から忙しいお母さんに最適な離乳食は伸長する市場と言える。

(食品産業新聞 参考)

【イベントのご紹介】 “第26回グルメ&ダイニングスタイルショー秋2019”

The 26th Autumn 2019
GOURMET & DINING STYLE SHOW
2019 9/3 (Tue) 4 (Wed) 5 (Thu) 6 (Fri)
東京ビッグサイト 10:00-18:00 (最終日は16:00まで)

テーマ 人が集まると、地域はもっと美味しくなる。
贈る、持ち寄る、地域ブランドの魅力新発見。

【演題】 BiC FOOD PRODUCE

北海道のこだわり逸品をプロデュース。売れる商品の法則を探せ！

【講師】 ベーシックインフォメーションセンター(株) 代表取締役 伊藤敏郎

【内容】 自然豊かな北海道の食材には、東京ではあまり知られていない美味しい逸品がたくさんあります。生産量NO1の食材もたくさんあります。

それらの隠れた逸品を売れるようにする為の商品化や販路開拓のプロデュース案件は、約10年間の活動で200テーマ以上を数える。その中から一緒に取り組んでいる「北海道雄武町」の成功事例をご紹介します。その成功している逸品には、一定の法則があり、その法則について説明致します。

【日時】 2019年9月6日(金) 11:30~12:30

【会場】 東京ビッグサイト西2ホール キッチンステージ



弊社代表の伊藤が、この度、“第26回グルメ&ダイニングスタイルショー秋2019”で、講演会を行います。このイベントには、北海道雄武町の韃靼そばの(株)神門、昆布うどんの橋詰産業(株)、雄武の恵みドレッシングのレストハウスひまわり、発酵酢のオホーツクフードコンチエルト協同組合が出展。

この出展を機会に、弊社代表が雄武町の皆さんの紹介と各商品のPRを行います。

時間のある方は、是非お立ち寄り下さい。



代表取締役 伊藤敏郎

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年には、北海道の加工食品の商品開発、販路開拓、コンサルティングを手掛け、「BiC FOOD PRODUCE」を立ち上げる。それらに関わった案件は250件以上を数えます。2017年には、秋葉原ちやばら店内に「こだわり北海道逸品コーナー」を設け、新商品のテスト販売やPBブランド開発、自治体のブランドアップ等も手掛ける。

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

夢は何ですか？

今から3年前に支援した北海道東札幌の企業（お店）からメールが。懐かしく久しぶりとメールを開いたら、「その節は大変お世話になりました。この度、お店を閉店する事にしました・・・」と長文メール。お店の経営は順調と聞いていたので驚いた。長文を読むと、東京の食材問屋からのM & Aで、無添加スイーツ（チーズケーキ、北海道食材ロールケーキ）を事業化にしたいと半年前から打診があったらしい。一瞬“閉店”の文字を見て驚いたが、病気や負債倒産ではない様なので、ひとまず安心と一呼吸。

この企業（お店）の当時の支援目的は、経営課題改善と後継者問題の2つ。経営課題は、商品が以前に比べて売れなくなった。お客が来なくなった。人材が育たない。後継者問題は、子供は東京から帰って来ない。お店の責任者も高齢化。この企業は、北海道食材を使ったスイーツカフェを約30年前にオープン。1階が工場と店舗。2階がカフェになっている。従業員はパートを入れて約10名。オーナーは女性で、若くしてご主人を亡くし、それ以降自らお店に立ち、工場では皆と一緒に働き、支援中も落ち着いて話が出来なかった事を思い出す。東京に戻ると、話が十分に出来なかった、お詫びの長文メール。それも22時過ぎ。良く働くオーナーだった。



そこで、当時の経営課題と改善策の報告書を読み直して見た。課題の根本は、無添加スイーツ（チーズケーキ、北海道食材ロールケーキ）以外に、プリン、クッキー、チョコレート、アイスクリーム等の商品数を増やした事で、どの商品に注力して良いのか、責任者の役割分担や目的がブレ出し、販売計画が立たなくなり、目指すゴール（目標）が見えなくなっていた。品揃えが多すぎて、無添加スイーツに集中した経営が出来なくなっていた。2階のカフェも、商品づくりに人手がかかる為、サービスも悪くなり、お客さんが減少。最悪なのは、お店のHPに、店員のサービスが悪いとクレームまで書かれていた。



その状況での改善策は、手造りの無添加スイーツに集中し、賞味期限の短いプリンと季節商品のアイスクリームをやめる事。そして、2階のカフェにお客さんが来るように、例えば地元サークルの勉強会や料理教室に開放する等のサービスを考える事。この2点を基本戦略として支援した。そして、商品を買ってもらったお客さんの顧客管理カードを作り、必ずコミュニケーションを取る事も支援。このお店の場合、強みが手造りの無添加スイーツと明確だったので、何とか対策案を出す事が出来た。そして、その顧客管理数は、支援以降、約1000名を超えたい。嬉しい限りである。そして、長文の感謝の言葉の最後に、「伊藤先生の夢はなんですか？」と書かれていた。勿論、夢はある。夢がなければ走れない（息切れはするが）。今、夢（目的）に向かう途中だが、次回はその夢について書きたいと思う。オーナーへ「経営課題で悩む事から離れ、これからの人生を楽しんで下さい」。メール有難う。

“商品開発や販路開拓”販促活動や営業方法”など、お気軽にお問合せ下さい

ベーシックインフォメーションセンター（株）BiC FOOD PRODUCE

URL : <http://bic-foodproduce.jp> E-mail: ito@bic-net.com