

GOGYOFUKU MUSEUM

珍 味 情 報 誌

伍 魚 福 ミ ュ ー ジ ア ム Vol.1

伍魚福は発見・驚き・ニュースのある
新しい売場づくりをご提案します

健康・安心のニーズに応える伍魚福のコンセプト商品「素材宣言」

世界と日本全国の多彩な珍味をお届けします

お手軽おつまみから世界三大珍味までカテゴリーを超えた品揃え

伍魚福こだわりSTORY「いかなごのくぎ煮」

消費者に「欲しい!」と思わせる演出を 春の売場
2006年度基本方針 “TEAM GOGYOFUKU”

展 示 会 出 展

2006 スーパーマーケット・トレードショー

期 間 2006年3月1日(水)～3日(金)

会 場 東京ビッグサイト(東京国際展示場)
東ホール(東2ホール31)
東京都江東区有明3-21-1

ホームページ <http://www.smts.jp/>

国際食品・飲料展

FOODEX JAPAN 2006

期 間 2006年3月14日(火)～17日(金)

会 場 幕張メッセ(8-110)
千葉市美浜区中瀬 2-1

ホームページ <http://www.jma.or.jp/foodex/>

招待状は貴社担当の繁盛係へお問い合わせください。

※FOODEX JAPANの招待状は数に限りがありますので、お早めにお問い合わせください。※展示会について詳しくは各ホームページをご覧ください。

GOGYOFUKU MUSEUM

珍 味 情 報 誌

伍 魚 福 ミ ュ ー ジ ア ム Vol.1

編 集 後 記

この度おかげさまで「伍魚福ミュージアム」を創刊させていただく運びとなりました。編集長の藤原です。皆様のお役に立てるような情報をドンドン掲載していきますので、これからもよろしくお願いいたします。



伍魚福ミュージアム 編集長 藤原 英樹



神 戸

伍 魚 福

〒653-0051 神戸市長田区野田町8丁目5-14

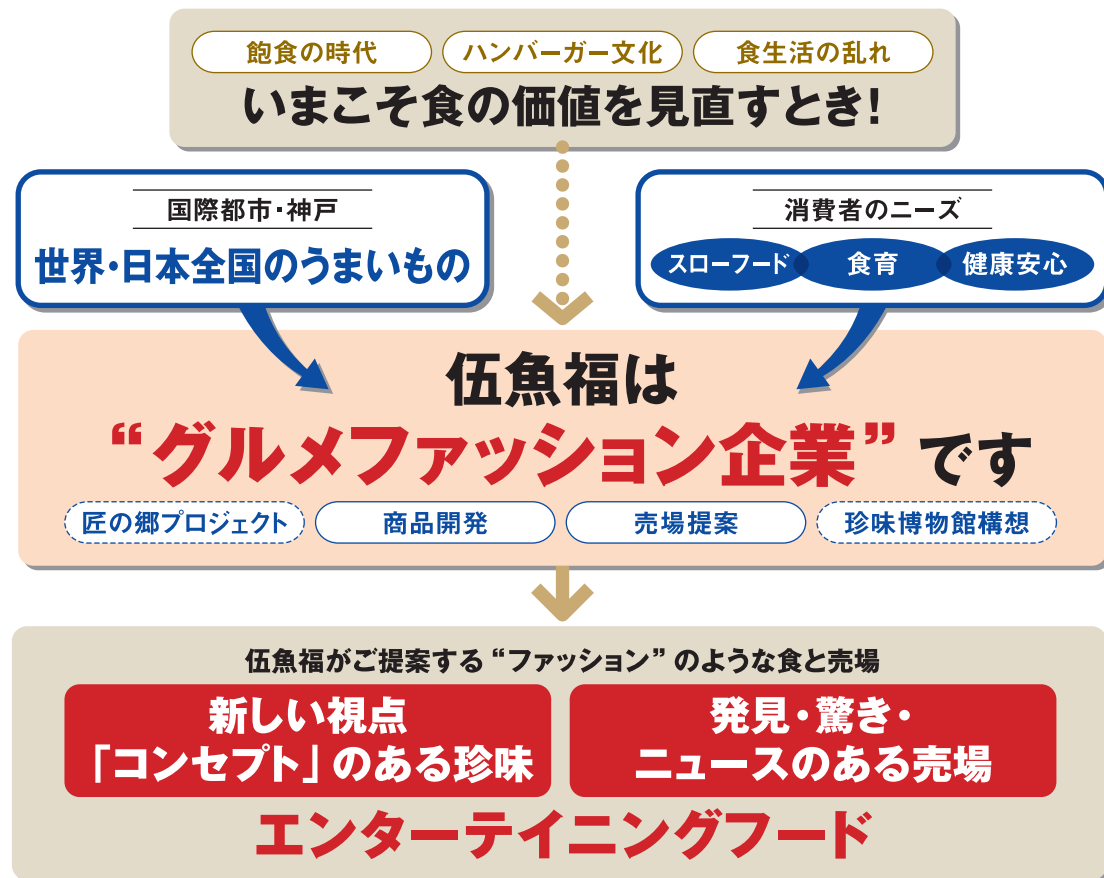
<http://www.gogyofuku.co.jp/>

お問い合わせ／お客様繁盛係(担当 藤原)

TEL.078-731-5735

FAX.078-734-0772

伍魚福は発見・驚き・ニュースのある 新しい食と売場ををご提案します。



「食」という文字は「人」に「良い」と書きますが、かつて食は人に喜びを与え、家族に幸せを運ぶものでした。また、食には現在の形に至るまでの歴史があり、日本の文化の一つといえるものでした。しかしまた一面、食は命を長らえるための必需品であり、特に戦後はそれ以上の価値が顧みられることはありませんでした。その象徴がより早く、より簡単な食を追求したファーストフードをはじめとする「ハンバーガー文化」といえるでしょう。

飽食の時代、食の価値をもう一度見直すとき

しかし現代は「飽食の時代」ともいわれるように多種多様な食が氾濫し、ただ消費するだけの食を考へては消費者のニーズに 대응することが難しくなっています。また、一方で食生活の乱れに示されるように日本人が日本の食文化に対して自信を失っているようにも見受けられます。そうした中、いまスローフードや食育に消費者の関心が高まっているのは、今までの食のあり方と、食べる楽しみとは何かや食の歴史・文化などが見直されようとしている現れともいえます。

「人」に「良」と書いて「食」
昔の食は人に幸せを運ぶもの

世界と日本全国から食が集まるグルメファッション企業・伍魚福

こうした社会背景を踏まえ、伍魚福は常に新しい価値を創造する食を提案することに取り組んできました。伍魚福の本拠・神戸は、世界中からモノがあつまる国際都市です。その神戸にあつて、伍魚福は世界と日本全国から「珍味」うまいもの」を集め、新鮮な感動のある食をお届けする「グルメファッション企業」です。食の売場を、ファッションの売場のように「驚き」や「発見」、「ニュース」のある場所へと変えることを目指しています。

コンセプト・文化・歴史が食の新しい価値をつくる

食の新しい価値を提案するために、伍魚福では新たな視点「コンセプト」を持つ商品を開発してきましたが、これからも様々な取り組みを構想しています。その一つが「匠の郷」プロジェクト。新しい食を発掘するための試作工房をつくる構想です。また、同じ食材でも現在に至る歴史や文化性を知ること付加価値がプラスされます。そうした今や失われた食の歴史と文化を新しい商品開発に役立てていくものに「珍味博物館」を設立する構想があります。これからも伍魚福は、新しい食の価値をご提案してまいります。ぜひご期待ください。

2006年4月より
新社長に就任いたしました

株式会社 伍魚福
代表取締役社長
山中 勤

伍魚福のコンセプト商品の一例「素材宣言」



「伍魚福 素材宣言シリーズ」は「素材だけ」にこだわって、ここまで仕上げました

添加物不使用で美味しく!
調味料の添加物を使わずに、昆布やかつお節などのエキスを、あごだしなどを使って食品の素材そのものの旨味を活用。

賞味日数30日以上に挑戦!
どんなお客様のライフスタイルにも合うように、保存料を使わずに通常の冷蔵商品より日持ちする商品を開発。

商品ラベルにメッセージ!
「どんな食べ物で、どんな食べ方をすれば良いのか情報が知りたい」との声に応じて、商品特徴とこだわりを記載し、生産者の思いが届くように手書きで作成。

ホームページと連動!
いま話題となっている食育にも取り組み、添加物や産地などの知識についてお客様と一緒に勉強する姿勢でホームページに関連情報を掲載。

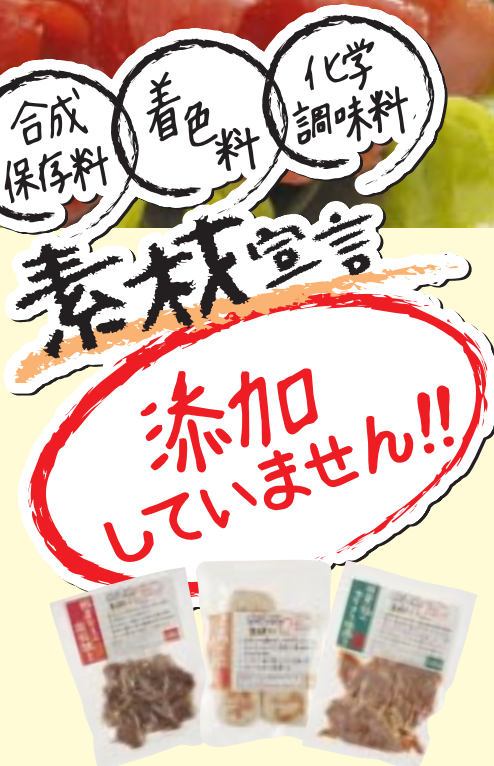
アイテム例

おいしい紅鮭スモーク

ベーリング海の荒波で育った天然の紅鮭を使用。八甲田水系の天然の美味しい水を使用し、塩と砂糖のみで漬込み低温で熟成させました。燻製は、煙に甘みのある樅(なら)のおが屑を使用し、じっくり燻製しております。開発を始めてから3年以上もかかり、やっと添加物を使用しない安心でやさしいスモークサーモンができました。



全22
アイテム



近年の一般消費者の「健康・安心」へのニーズの高まりに応じて誕生したのが伍魚福のコンセプト商品「素材宣言」シリーズです。合成保存料・着色料・化学調味料などを使用せず、食品素材だけで仕上げた「体にやさしい商品」。また、「一緒に食べる人と商品について会話することで食卓が明るくなる「心にもやさしい商品」です。食生活に気をつかう一般消費者の要望、また素材の魅力を知ってもらいたいという生産者の思いを伍魚福が架け橋となつてつなげた商品です。

世界と日本全国の多彩な珍味をお届けします。

400点以上の
商品ラインナップ
人気の「チルド珍味」のほか、伍
魚福では「ドライ珍
味」も数多く取り揃
えております。

伍魚福の営業は
「お客様繁盛係」です
貴社の「要望」にお答えし、スピ
ーディーな対応を行うことで
貴社の、「商売繁盛」をお手伝
いたします。

様々なシーンに
独自のご提案
様々な季節・イベント
に応じて他にまねので
きない商品をお届けい
たします。

珍味売り場を
プロデュース
従来のドライ・チルド
の総合的な「酒の肴」
売り場をご提案いたし
ます。

協働での
商品開発
貴社の商品開発に対
する「要望」を聞き取り、
商品化するお手伝いを
いたします。



この春が旬!
いまが売りどき、
神戸の名産

くぎ煮

くぎ煮の「元祖」は
伍魚福です
「くぎ煮」は伍魚福の登録商標です。
商標番号 1988658



「くぎ煮」は港町・神戸に
春を告げる伝統の味

「いかなごのくぎ煮」は、春先に瀬戸内・明石海峡周辺で水揚げされたいかなごの稚魚を生のまま醤油・砂糖などの調味料で煮込んだつくだ煮です。その煮姿が古釘のように曲がった形をしているところから「くぎ煮」と呼ばれています。春先になると阪神・淡路地域を中心に家庭でつくられ、神戸では町でいかなごを炊く醤油の香りがしてくると、そろそろ春がやってくるといわれるほど、春の風物詩となっています。



一年で一番人気が高い
春先の「新物」のくぎ煮

くぎ煮は、もともと家庭料理ですので、煮汁は醤油・砂糖に魚のおいを消すためのシウウガを加えただけのものでも、もちろん無添加です。体長2〜6センチの大きさの稚魚が良いとされ、製品はいかなご漁が行われる春の間に1年分をつくり、通年出荷されています。特に魚が解禁となる2月後半から4月にかけてのくぎ煮は「新物」と呼ばれてとても人気があります。

「いかなご」は
スズキの仲間です
スズキ目イカナゴ科の魚で、漢字では「玉筋魚」と書きます。地域によつて「新子」「かなぎ」「小女子」「うなこ」など呼び名が異なります。

昔ながらの古き良き港町と国際的なファッション都市という神戸の2つの良さを生かし、伍魚福は酒の肴とパーティーフィッシュを中心に「うまいもん」美味いもの」をお届けしてきました。その中でも神戸を代表する名産「いかなごのくぎ煮」は、伍魚福が神戸土産として初めて広く売り出したものです。伍魚福の「くぎ煮」は、いかなごの一番美味しい時期(3月中旬〜4月中旬)、「一番美味しい大きさ(約5センチ)」「一番美味しい炊き方(伝統の技)」にこだわった厳選の味です。

伍魚福は「くぎ煮」の
スペシャリストです

春といえば「いかなご」!
このシーズンの
絶好の商材です!



2005年にJR新神戸駅で実施した「くぎ煮フェア」

春の売場

GM春の売場6尺平台



お手軽おつまみ
そのまま簡単に
食べられる
お手軽おつまみ
手軽に食べられ、行楽には欠かせないアイテムをそろえました。

ポイント
大袋の商材をボリューム陳列!

「売るべき」商品がぼやけてしまわないように、メインの「大袋」の商材をボリューム陳列。並べてただ「きれい」なだけの売場にならないよう、大陳で消費者に思わず手が出る演出を。

売場の演出
思わず欲しくなる演出を!

桜のガーランドと藤籠を使用し、春の季節感を演出。ビール、ワンカップなどの酒類やレジャーシート、紙皿など、食のシーンが連想できる日用品との関連販売もニーズをかき立てる演出です。

お弁当
行楽のお弁当にも
使える商材
子供から大人まで喜ばれるスタンダードなアイテムをラインナップ。

大袋
客単価向上を
ねらう
大袋商材
メインの商材として大陳。花見の席に1つあれば間違いのないアイテム。

スーパーマーケット向け広報誌
“GOGYOFUKU MUSEUM”発刊
お客様に、常に新しい情報をお届けする企業になります。

売れ筋上位40品の
欠品ゼロを目指します
お客様の売上損失を1円も起こさない企業を目指します。

物流ABCプロジェクトを
導入します
効率的な物流システムを構築し、配送クレームゼロを目指します。

2006年度の取り組み

経営理念
1 素晴らしく美味しいものを造り、お客様に喜ばれる商いをする
2 仕事を通じてお互いに共感を持たれる商いをする
(お得意先から見ても、なくてはならない会社)
3 仕事を通じて人格の向上に喜びを感じられるようにする

伍魚福SPIRITを再認識し、
経営品質の向上と理念実現に全力で取り組みます。
“伍魚福SPIRIT”、それはメーカーとして最も大切な「ものづくり」の精神です。珍味のトップメーカーの一員であるという誇りとこだわりを持ち、社員がつひとつの商品のストーリーを理解し、お得意先・お客様に伝え、納得して買っていただくことを目指します。そのために、商品パッケージからPOP、提案書、データ、生産から売場までのフローなど、現在取り組んでいる広い意味での「ソフト商品」をさらに充実させるとともに、それを支える人材育成を強化していきます。ぜひ、皆様も今年度の伍魚福にご期待ください。

“TEAM GOGYOFUKU”
伍魚福の2006年度基本方針