

GOGYOFUKU MUSEUM

珍味情報誌 2011年10月号
[伍魚福ミュージアム]
vol.19

「消費者の購買プロセス」に応じた 伍魚福の販売促進サポート



KOBE 伍魚福

GOGYOFUKU MUSEUM

珍味情報誌 [伍魚福ミュージアム] 2011年 / vol.19
〒653-0051 神戸市長田区野田町8丁目5-14 / TEL.078-731-5735 / FAX.078-734-0772 / お問い合わせ・お客様繁盛係(担当 関)

お客様支援室ホームページのご紹介

お客様支援室のホームページでは、新商品、コトPOPの情報から最新の情報まで、幅広くお客様にお役に立つ情報をご提供しています。ぜひ、一度アクセスしてみてください!

メルマガの配信申し込みも
こちらから登録できます!

http://www.gogyofuku.com/gogyofuku_news/



コトPOP研究所レポートNo.5発行!

年末年始のコトPOP活用術、コトPOP活用による催事売場成功事例をご紹介します。コトPOP探索記では、女性に人気の雑貨店の取材レポートと内容盛りだくさんです。レポートの定期発送ご希望の方は下記のお問い合わせ先までご連絡下さい。



お問い合わせ先 お客様支援室(担当 定浪(さだなみ))

Mail: sadanami@gogyofuku.co.jp Tel: 078-731-7234 (平日午前9時～午後5時)

伍魚福ホームページ STAFF BLOG 伍魚福社員のブログの記事からご紹介。WEBもぜひ一度ご覧ください。 <http://www.gogyofuku.co.jp/staffblog/>

伍魚福のスタッフってどんな人がいるの?というお客様の声から、スタッフブログを立ち上げています。それぞれ個性ある内容を輪番制にて毎週金曜日に更新しています。ぜひ一度ご覧ください!

2011年 9月 2日

商品開発こぼれ話

串かつだるま

こんにちは。商品部、神戸銘品グループの児島です。
今日(9月2日)はコラボ商品「串かつだるまいかフライ」の発売日ということで、「串かつだるまルクア大阪店」のご紹介をさせていただきます。先週の土曜日のお昼に嫁と行って来たのですが...。毎日行列ができていたという話を聞いておりましたので、開店時間の11時に行ったのですが、すでにこんな感じで行列ができていました。

約40分待った後...やっと入れました。
店内はカウンターとテーブル席が半々ぐらいで、屋間からほとんどの人がお酒を飲んでいました。
さて注文ですが、もちろん単品で注文可能ですが、セットメニューが4種類あり、私は串9本とスピードメニュー(枝豆、どて焼き、キムチから選択)の道頓堀セット、嫁は串9本(トマト、チーズ等)とデザートレディースセットを注文。
注文するとまず、キャベツが出てきます。そしてスピードメニューのどて焼き。かなり旨いっす。前半の5本(元祖串かつ、アスパラ、えび、もち、うずら)です。やっぱり元祖串かつが旨いです。もちろんソースは二度漬け禁止!!
ドバっと漬けるのがだるま流。
禁止といわれると、なんだかもう一回漬けたくなってちょっと緊張します。



後半の4本(れんこん、かぼちゃ、つくね、豚かつ、トマト、チーズ)です。
ソース好きの私が食べると、食べ終わるぐらいにはこれぐらいお皿がピチャピチャになります。旨かったので追加オーダー!!ルクア店の新作メニューもあるんです。せっかくなので新作メニューの「かに美鶏のから揚げ」「はまぐり」を注文。これも旨かったです。
ルクア以外にもたくさん店舗がありますので、皆さんも大阪の味をぜひどうぞ!



さて、本日(9月2日)より「串かつだるまいかフライ」が発売です!!まずは関西のおみやげ屋さんで販売しますので、気になった方は是非ご賞味くだ〜い!

編集後記 「GOGYOFUKU MUSEUM」という誌名は当社が設立を目指す珍味博物館の名称です。

今回紹介のブログを書いた商品部・神戸銘品Gの児島です。9月に大阪新世界元祖串かつだるま様との共同開発商品「串かつだるまいかフライ二度漬け禁止ソース味」が発売となりました。今回は神戸新聞をはじめ、日経新聞、日経流通新聞などに取り上げていただき、企画に携わった人間としては非常に嬉しい限りです。今後も話題になるような仕掛けを考えていきます。また年末に向けてチルド、ドライ共に新商品が続々と発売となります。ぜひ売場作りにお役立て下さい。

商品部・神戸銘品G 児島 豊

(表紙デザイン/商品部 村田 晴美)

KOBE 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 関)

TEL. 078-731-5735
FAX. 078-734-0772

伍魚福の販売促進サポート

消費者の購買プロセス

消費者がモノを買うプロセスを次のように分解。伍魚福では、この商品の購入に至るまでのステップのうち、「買っていただくしかけ」として③～⑦に力を入れてサポートしています。

① 店内に入る

② コーナーの前まで足を運ぶ

③ コーナーの前で足を止める

④ 商品を選ぶ

⑤ 商品を手にする

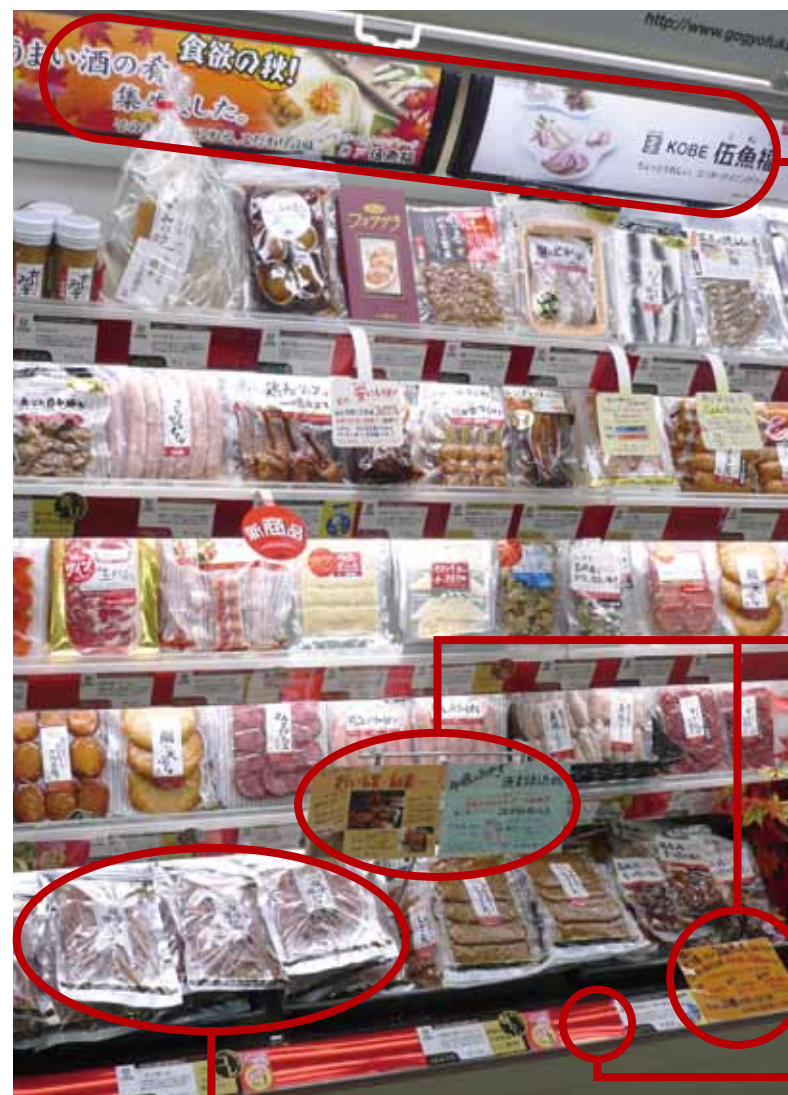
⑥ 購入を検討する

⑦ 商品購入を決意する

⑧ レジまで足を運ぶ

⑨ レジでお金を払う

消費者の足を止めるしかけ



コーナーパネル

遠くから見て分かるように、コーナーの存在をアピールし誘導します。

POPの取り付け

カートを押して買い物をしている消費者の目線にアピール。

帯POP

色つきの帯POPをつけることにより、しっかり伍魚福のコーナーの範囲を分かっていただけるようにします。

フェイス拡大・ボリューム陳列

消費者の目にとまるようにし、「おすすめはこれ!」ということを知っていただくようにします。

尺数は4尺が基本

消費者がコーナーを通る歩数を3歩以上確保し、コーナーに気づいて、止まってもらいやすくします。

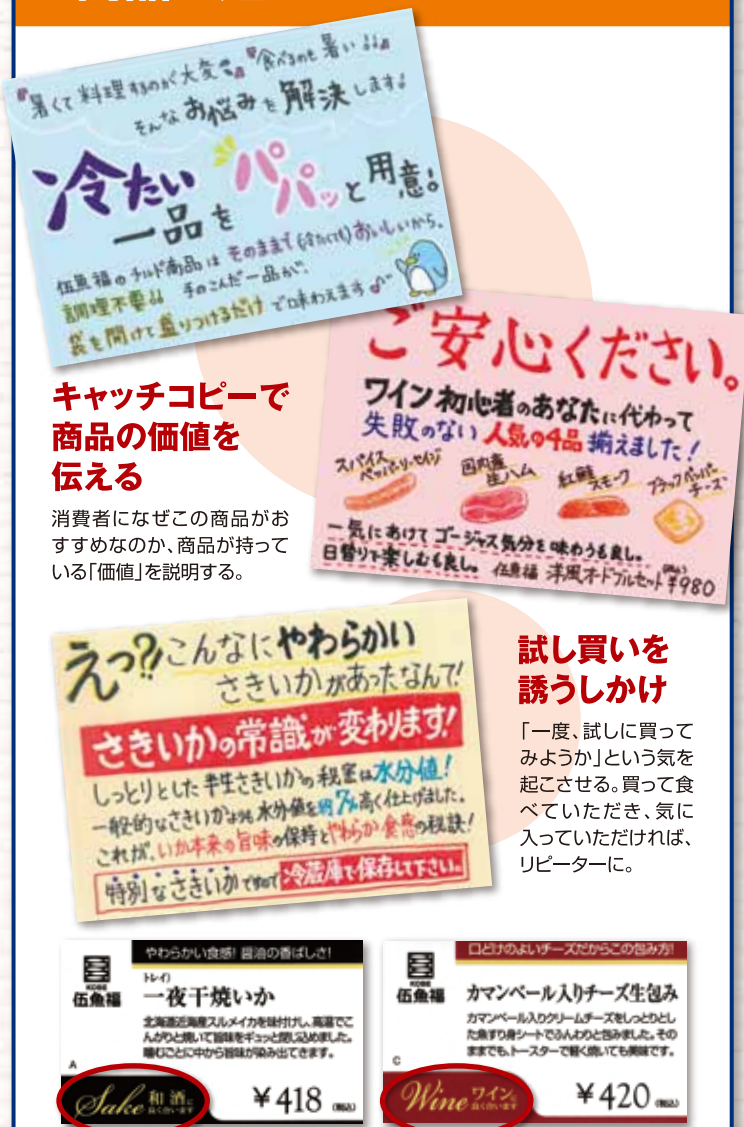
パッケージデザイン

それぞれの商品に合わせたデザインをしています。ロゴや書体を工夫することにより統一感を出しています。

催事・スポット商品の導入 季節の販促物の取り替え

売場がいつも同じで、マンネリ化すると消費者に立ち止まってもらえません。常に新鮮さを保ち、消費者に売場の変化に気づいていただくことで、滞留時間が延び、ご購入いただきやすくなります。

商品を選んでいただくしかけ



キャッチコピーで商品の価値を伝える

消費者になぜこの商品がおすすめなのか、商品が持っている「価値」を説明する。

試し買いを誘うしかけ

「一度、試しに買ってみようか」という気を起こさせる。買って食べていただき、気に入っていただければ、リピーターに。

お酒の相性に合わせて色・コメントを変える

消費者にどんなお酒に合うのか伝え、選んでいただきやすくします。

コトPOP・プライスカードで消費者に「商品を選ぶ楽しさ」を提供

コーナーでの滞留時間が延び、商品の購買につながります

商品を手にして購入を決意していただくしかけ

「デザイン・ルネッサンス」による取り組み

使いやすい、
安心できる、楽しめる
パッケージデザイン

コンセプト

商品を買われるお客様の目に分かりやすく

「一番おいしい食べ方」や「美味しさのこだわり」をパッケージに載せて、ひと目で食べ方や楽しみ方が分かるようにしています。

商品が「どんなお酒と相性が良いのか」、「おかず向き? 酒の肴向き?」などもパッケージに分かりやすく載せて、消費者に購入していただきやすいようにしています。

今後は①②のプロセスに対するしかけも強化

例えば

ポスターなどによる店頭販促活動

ポスターを見て、コーナーまで足を運んでいただく。

消費者キャンペーンなどによる販促活動

キャンペーンを知って、コーナーまで足を運んでいただく。

試食販売の強化

試食をすることでコーナーの前まで足を運んでいただき、止まっていただく。
商品を試食していただき、購入を検討していただく。

ワクワク期待される売場づくり

伍魚福の商品を購入するために、店内に入ってください。

お客様支援室
定良

国産しょうがが入りソーセイジ

宮城県の遠田郡で製造。東日本大震災の影響もありましたが、力を合わせて復旧し、製造に取り組んでいます。国産しょうが入りソーセイジは「本物を作りたい」というこだわりから、香料などは使用せず、国産しょうがのみを使うことにしました。そのため、最高の配合率を求めて試行錯誤。しょうが風味がぼやけたり、味にムラができたり、試作を繰り返しました。その結果、すりおろしたしょうがでムラをなくしながらも、千切りしょうがで風味と食感を出すことにたどり着き、やっと納得の商品ができあがりました。



1 原料 原料となる豚の腕肉からスジなどをトリミングします。	2 カットした豚肉に塩をなじませて熟成させます。	3 練り 熟成させた豚肉にラードを混ぜてミンチ。	4 素材の温度が上がらないように、途中で冷水を投入しながらミンチをよく練りこみます。
5 この練りの工程ですりおろしたしょうがを投入、絹挽きに仕上げます。	6 絹挽き肉に、粗挽きミンチを加え、千切りしょうがを投入。しょうがの香りがパツと広がります。	国産しょうが入りソーセイジの、しょうが比率はなんと13.8%。 国産しょうがをおしみなく使い、「すりおろし」と「千切り」の合わせ技で、しょうがの良さを生かし、ムラなく風味の効いた本物のソーセイジが誕生しました。	
8 ふわふわに練り上がった豚肉。	9 成型・加熱 練り上がったミンチを充填機に投入。	10 皮にはていねいに洗淨した天然の羊腸を使用。パリッとした食感とソーセイジ個々に長さや太さの個性がでるのも、天然ならではの特徴。	11 1本、1本、手作業で充填。天然の羊腸は薄くデリケートなので、何度も破裂してしまいます。
12 スモークするために連なったソーセイジを鉄棒に吊るします。途切れたものは、紐で縛ってつなげます。	13 スモーク機で、熟成、乾燥、スモーク、クーキングと4段階で温度調整しながら調理。	14 適正な温度で加熱されているか、温度計で確かめながら加熱します。	15 プリプリのソーセイジが完成!

国産しょうが入りソーセイジの完成!

計量、袋詰め、真空パックを経て、皆様の食卓へ!

工場からの声

何度も試作を繰り返してやっと完成したこだわりのソーセイジです。

皆様に美味しく・安心して食べて頂けるように、これからも製造品質の維持に励んでまいります。このソーセイジは絹挽き肉と粗挽き肉を混合しているので、ぜひ焼いて食べることをオススメします! 焼くと、周りと粗挽き肉部分の「しっかりとした食感」と絹挽き肉部分の「なめらかな食感」の差が味わえます。さらに、千切りにした生姜の風味が際立ち、「しゃりしゃりとした食感」が美味しさをより引き立てます。

折井課長
(製造部門責任者)

備長炭カシューナッツ

伍魚福の地元の神戸長田でつくっています。たくさんある豆菓子の中でも、インパクトのあるものをつくりたいという思いから開発。竹炭の米菓をヒントに、「豆+備長炭」なら、もっと良いものができるとの発想で誕生しました。お酒のおつまみにピッタリな醤油ベースの味付けに、一味を加えてピリ辛のアクセントを効かし、さらにお酒に合う味付けにしました。



1 衣づくり 小麦粉・寒梅粉を大釜に投入。	2 さらに備長炭のパウダーを入れ、釜を回転させてムラがないように混ぜ込みます。	3 ベースになる衣が完成。
4 コーティング カシューナッツを釜に入れ、衣がしっかりと付くように薄い砂糖水をかけます。	5 1層目に小麦粉・寒梅粉をコーティング。さらに備長炭入りの衣を投入し、しっかりとコーティングされるよう混ぜ込みます。	6 さらに砂糖水をかけて衣を投入。衣の付き具合を確認しながら、この工程を5、6回繰り返します。
7 衣がしっかりと付き、コーティングが完了。表面はまだザラザラしています。	8 焙煎 ガス火の焙煎機を使って、皿を前後左右にスライド回転させながら焙煎。	9 およそ20分間、弱火でじっくり焙煎。以後、何度も状態を確認しながら最高の炒り上がりになります。
10 焙煎が完了。表面はツルツルになりますが、味付け前なので色はまだグレーです。	11 味付け・仕上げ 醤油ベースのタレをかけて味付け。味ムラができないように手早くかきまぜます。	12 味付けしたてのしっとりしたカシューナッツを熟乾燥。

備長炭カシューナッツの完成!

荒熱をとれば備長炭カシューナッツの完成。

工場からの声

衣の付き具合も、炒り上がりも、ベストな状態でお届けしています。

衣のコーティングは、粉まみれになりながらの作業で大変ですが、衣の付き具合が仕上がりに大きく影響するのでとても気を使っています。焙煎工程も、炒りが足らなくても、炒り過ぎてもダメなので原料の状態に合わせてベストな炒り具合に調整しています。ぜひ一度、備長炭カシューナッツを試食頂き、お店で販売してみてください!

永藤さん
(焙煎、味付け担当)

正中さん
(衣コーティング担当)

店頭で話題の2商品の製造プロセスを大公開!





赤黒対決陳列例

紙ディスプレイ台活用の陳列例

焼肉たむらグッズが当る!? キャンペーン実施予定!

ご応募いただいた方に
抽選で「焼肉たむらの
グッズ」をプレゼントする
消費者キャンペーン
の実施を検討中です!
ご期待ください!



定番コーナー陳列例



定番コーナー陳列例



壁面フック販売例

炭火焼肉たむらの お肉で作ったジャーキー 売場事例

ジャーキー通・焼肉通をうならせる本格的な肉の味わいが
人気でリピーターも増え、販売店も拡大中です。黒(炭火焼
風味)と赤(コチュジャン風味)を並べて販売いただくとより
インパクトのある売場になります。対決POPなどもご用意
できますので、お気軽にお問い合わせください。

炭火焼肉たむらの お肉で作ったジャーキー

お笑い芸人の「たむらけんじ」氏が経営する人気焼肉店とのコラボ商品。
この商品にこめた炭火焼肉たむらと伍魚福の思いと開発のこぼれ話をご紹介します。

「いっていいお肉」を追求する伍魚福と
炭火焼肉たむらが意気投合!

「いっていいお肉」を追求する炭火焼肉たむら
と、「いっていい美味」のビーフジャーキーを作
るって考えた伍魚福の思いが出会って誕生した
のがこの商品です。ポイントは、それぞれに
良い肉を使うか。この商品には、ジャーキーに
使用する肉は、もったいないぐらいの良質のお肉を
使うことにしました。もちろん、炭火焼肉たむら
が選んで、お店でもメニューに出しているお肉で
す。脂が刺し状に入っているの、歯切れが良く、
やわらかい食感が実現しました。もう一つ、炭火
焼肉たむらの特長は、なんといっても炭火の香ば
しいかおり。炭火のかおりを実現するのに、何度
も試作を重ねました。実際に食べていただけると
分かりますが、口に入れたその瞬間、口の中が
「焼肉中」になります!お肉の旨味、炭火の風味、
そして、それらをうまく引き立たせるタレの味
...これら全てにこだわり、最高のビーフジャー
キーが完成しました。

ミニミニ
こだわり その2

おにくだけに
内容量が29g

ミニミニ
こだわり その1

おにくだけに
発売2周年で
29万バック突破!!
※2011年8月末現在

ミニミニ
こだわり その3

おにくだけに
JANコードが
4971875-029297
(ニクニク)

なんと
「芸能人がプロデュース
したお店で行ってみたい
ランキング」の堂々1位に
選ばれました!
※gooランキング
2010年10月 より



9月末には新大阪駅新幹線改札内に「炭火焼肉たむらのお肉が
入ったカレー屋さん」を開店! 大阪の玄関口から盛り上げます!



レトルトカレーもシリーズ累計出荷100万個!

開発ウレシ

伍魚福の
新
スローガン

珍極

「珍味を極める」
伍魚福の新スローガン「珍極」
伍魚福の社員一人ひとりの
「珍極」への取り組みを
ご紹介します。

商品企画をさせていただいている私の
「珍極」は「豆極(マメキウ)」です。
伍魚福では珍味に関して幅広く、そし
て深い知識が必要です。珍味の王道
「豆」のことなら何でも答えられるよ
う、豆を「極め」たいと思います。



商品本部
商品企画チーム
児島 豊

オススメの
豆珍味たち
です!

社内で月に1度自分で
考えた商品案を提出す
る制度があり、その案
に対して点数をつけら
れ半年に1度表彰され
るのですが、今まで平
均点トップ賞を4回受
賞しました。考えた商
品がもうすぐ初めて商
品化されそうなので、
とても楽しみにしてい
ます。アイデアはお得
意先様の要望から
いただいたものを元
にしている場合が多い
ので、さらに「極めて」商
品化につなげていき
たいです!



マーケティング本部
卸通販グループ
下田あゆ子

私の
アイデアが
商品化
されます!

お得意先様からの発注を正確に入力
する事を一番に考え、受注入力を極め
るという事が私の珍極です。商品一つ
ひとつの商品コードをパソコンに打ち
込む仕事ですが、注文を正確に送り届
けることができるようにする最初の段
階である受注入力をさらに極めてい
きたいです。



管理本部
顧客対応グループ
藤原雅弘

一押し魂で
受注入力
しています!

私の珍極は、おいしく珍しい商品をお
届けし、さらによりおいしく召し上が
っていただく事。たとえば私の一押し
の「あさりごはんの素」、もちろんその
ままでもおいしいですが、手間かけ独
自の味付けをプラスします。お料理の
幅を広げていただける、そんなご提案
をお客様にでき、お客様からの声をう
かがいこれからも味を極めていき
たいと思います。



管理本部
総務・経理グループ
降幡弘美

私の一押し
商品です!



お笑い芸人の「たむらけんじ」氏が経営する大阪の人気焼肉店。2006
年に大阪の蒲生に1号店が誕生。その後、南船場に2号店、名古屋に
3号店がオープンし、現在3店舗を展開。



伍魚福ミュージアム読者様への特典
炭火焼肉たむら クーポン券
キリトリ線で切り取って「炭火焼肉たむら」のお店へご持参ください。

炭火焼肉たむら 伍魚福ミュージアム読者特典①

本日のおすすめ牛プレゼント

1組様につき1品「本日のおすすめ牛」をプレゼントいたします。
●有効期限:平成24年1月末日まで
●ほかのサービス、クーポンとの併用はできません。

炭火焼肉たむら 伍魚福ミュージアム読者特典②

忘年会・新年会 幹事様1名分無料

8名様以上の忘年会・新年会でコースをご予約いただいた方に、
幹事様1名分のコースを無料とさせていただきます。
●有効期限:平成24年1月末日まで
●ほかのサービス、クーポンとの併用はできません。