

GOGYOFUKU MUSEUM

珍味情報誌 **2012年7月号**
【伍魚福ミュージアム】
 vol.22

本誌の企画・編集・発行
 株式会社伍魚福
 〒653-0051 神戸市長田区野田町8丁目5-14



珍極ムービー公開中!

KOBE 伍魚福

GOGYOFUKU MUSEUM

珍味情報誌 **【伍魚福ミュージアム】 2012年7月号 vol.22**
 〒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・お客様盛係(担当 関)

伍魚福の取り組みが各方面から受賞・表彰をいただきました。

「2011年度関西経営品質賞奨励賞」

関西経営品質賞委員会の大坪清会長(公益社団法人関西生産性本部会長、レンゴー株式会社代表取締役社長)から表彰を頂きました。
 今回の受賞は、日々頑張っているTEAM GOGYOFUKUメンバーとご家族の皆さん、協力工場・協力会社の皆さん、全国で伍魚福商品をお取り扱いいただいているお得意先の皆さま、お買い上げいただいている年間延べ700万人の皆さんに支えられての成果です。伍魚福が全員で取り組んでいるTEAM GOGYOFUKU提報(毎日150文字以内で社長宛に会社を良くする提案や改善後の報告を行うシステム)等、今後もさらなる経営品質の向上に向けて、TEAMメンバーと共に努力を続けてまいります。



「グッドカンパニー大賞優秀企業賞」

グッドカンパニー大賞は、昭和42年からスタートした優れた中小企業を表彰する制度で、第1回には京都セラミック(現京セラ)が全国表彰を受ける等、今回が45回目を数える歴史ある賞です。今回の受賞は、工場なきメーカーというビジネスモデル、それに基づく品揃え、通販店からスーパーへの市場開拓、B2B通販事業、自創経営や経営品質の取組みなどを総合的に評価いただいたもので、全てのTEAM GOGYOFUKUメンバーの努力の賜物です。本当にありがとうございます。また、伍魚福を支えていただいている協力工場・協力会社の皆さん、お得意先各位、そして毎日伍魚福商品をお買い上げいただいているお一人お一人のお客様なくしては、なし得なかったことです。賞にふさわしい企業になれるよう、今後も努力をしていきたいと考えています。皆さま今後よろしくご指導、ご鞭撻をお願い申し上げます。



伍魚福ホームページに多彩なコンテンツ掲載中

伍魚福ホームページ

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



随時更新
 おつまみ工場見学、
 社長ブログ、
 スタッフブログなどなど…
 多彩なコンテンツを
 掲載しています!!

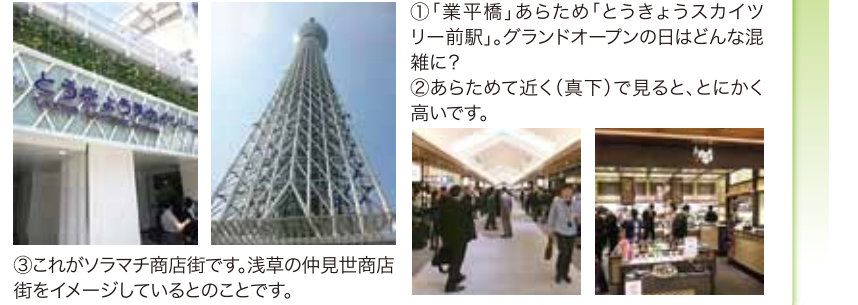
STAFF BLOG

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/>

2012年 5月 19日

東京の新名所に!

こんにちは!お客様盛係の山田です。
 ブログの順番はさておいて、飛び入りでタイムリーな話題をご紹介します。
 東京の新名所として注目を集めているグランドオープン目前の「東京スカイツリー」。
 その中に出店されるお得意先の「はせがわ酒店 東京スカイツリー店」様の売場に当社商品が並びます。↓は5/18(金)開催の内覧会にお邪魔してきたときの様子です。
 ※グランドオープンは5/22(火)の予定です。



③これがソラマチ商店街です。浅草の仲見世商店街をイメージしているとのこと。

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。

先日、たまたま娘が見たいテレビにチャンネルを合わせた瞬間、伍魚福の「うにくらげ」がドーンと画面にアップで映っていてビックリ! フジテレビ系列の日曜20時に放送の「爆笑!大日本アカン警察」という番組の中で、フットボールアワーの後藤輝基さんが「うにくらげマヨネーズパスタ」を紹介していたんですが、そのパスタに伍魚福の「うにくらげ」が使用されていました。試食で松本人志さんも美味しいとのコメントもあり、ひそかに「うにくらげ」がブレイクするのが楽しみです。3月にも読売系列(関西ローカル)で「ぶっちゃけナハレ!」という番組にも伍魚福が大大的に紹介され最近マスコミに続けて取り上げられています。メディアを通して露出が高まるということは嬉しい事です、今後も期待に応えられるように、さらに引き締め、こだわりの商品を皆様にご提供していこうと思います。

伍魚福ミュージアム 編集長 関 行雄(seyi@gogyofuku.co.jp) (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/>

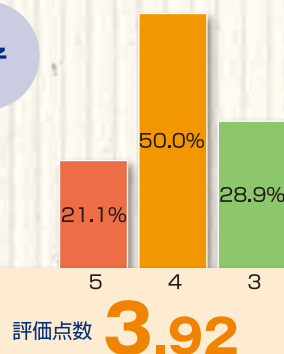
お問い合わせ・お客様盛係(担当 関)
 TEL.078-731-5735
 FAX.078-734-0772

QRコードは(株)デンソーウェブの登録商標です

伍魚福の「情報発信」は有益である

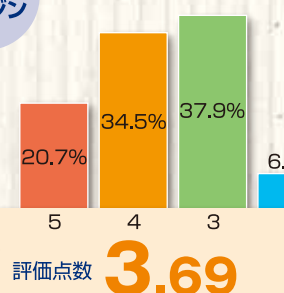
Q10 伍魚福ミュージアム

冊子



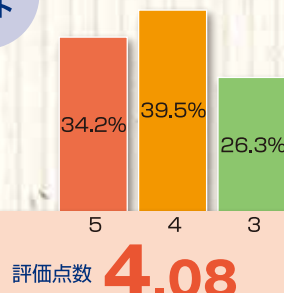
Q12 メールマガジン

メールマガジン



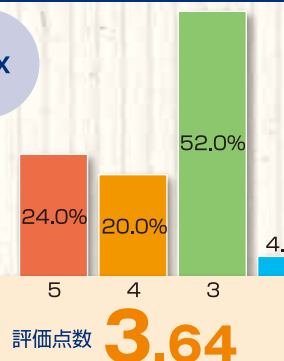
Q11 コトPOP研究所レポート

リーフレット



Q13 福福通信

FAX

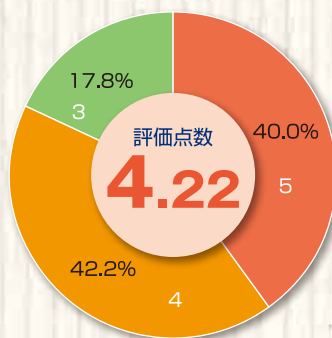


伍魚福の経営理念などについて

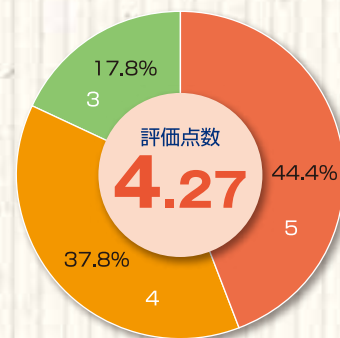
Q14 経営理念に共感できる

伍魚福の経営理念

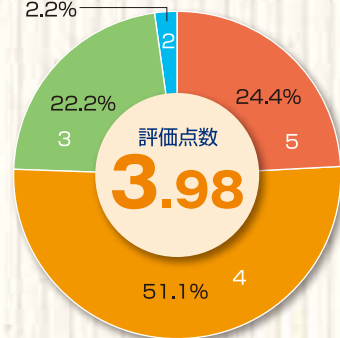
- 1 すばらしくおいしいものを造り、お客様に喜ばれる商いをする。
- 2 仕事を通じてお互いに共感を持たれる商いをする。
- 3 仕事を通じて人格の向上に喜びを感じるようにする。



Q15 長い取り組み関係を築いていきたい



Q16 伍魚福は「神戸で一番おもしろい会社」を目指しているが、伍魚福との取組みは「おもしろい」と評価できる



伍魚福の通信簿

アンケートの回答は、質問に対する満足度について、次の5段階で評価していただきました。全くその通り(5点)、どちらかといえばその通り(4点)、どちらでもない(3点)、どちらかといえば違う(2点)、全く違う(1点)。この5段階の評価をそれぞれ(5点)～(1点)とし、各質問に対する点数を平均したものが下記の「評価点数」(5点満点)です。

■ 全くその通り(5点) ■ どちらかといえばその通り(4点) ■ どちらでもない(3点)
■ どちらかといえば違う(2点) ■ 全く違う(1点)

	質問	回答結果(%)	評価点数
Q1	企画提案は自社のニーズに合っている	15.6% 15.6% 15.6% 15.6%	3.84
Q2	企画提案は自社にとって適切なタイミング	20.5% 36.4% 29.5% 9.1% 4.5%	3.59
Q3	品ぞろえは他社と比較して評価できる	46.7% 37.8% 13.3% 2.2%	4.29
Q4	伍魚福導入は「売上」に貢献できている	17.8% 48.9% 20.2% 11.1% 2.2%	3.67
Q5	伍魚福導入は「利益」に貢献できている	11.1% 31.1% 35.6% 17.8% 4.4%	3.27
Q6	発注・納品方法は適切	20.0% 24.4% 22.2% 31.1% 2.2%	3.29
Q7	販促物は役に立っている	41.9% 37.2% 11.6% 4.7% 4.7%	4.07
Q8	担当営業とのコミュニケーション頻度は適切	16.3% 30.2% 41.9% 4.7% 7.0%	3.44
Q9	担当営業の能力・姿勢・マナーは良好	25.0% 43.2% 25.0% 2.3% 4.5%	3.82

お客様からの声

- まだなじみがなく、お客様に浸透していないのか、ロスが多くなっている。商品を育てるためにも、多少のロスを必要だが、もう少しロスを減らすことができないでしょうか。
- チルド品の品数、アイテムの種類の多さが一番の魅力です。今後ともどうぞよろしくお願い致します。
- 商品のクオリティーは高い。我々地方スーパーには単価高で売りにくい面がある。利益率が低い。売り切りを確実に行えば残るが、客数の少ない店舗で定価での売り回しが難しい。
- 精肉として扱う中で「ハム、ウインナー」というくくりの中でも類を見ない切り口の品ぞろえが魅力と考えています。商品的にもユーモアがあり、またトレンドを兼ね備えていて、それを活かすためのツールにも個性があり、個人としてもお気に入りです。

今後の取り組みのポイント

1 企画提案

企画提案のタイミング、発注方法等を見直し、さらに売上に貢献できるよう努めます。

2 担当者

さらにコミュニケーションの頻度を高め、より皆様のご要望にお応えできるよう努めます。

3 情報発信

主にニュースレター・メールマガジンを改善し、すべてのお得意先様により多彩な情報を提供できるように努めます。

総合的に、伍魚福の取り組みに対し一定のご理解をいただいているようですが、今回ポイントの低かった点を改善し、今後はさらに満足度の向上を努めてまいります。

2012年 本部アンケート結果のご報告

今年4月下旬～5月上旬、伍魚福では現在お取引いただいているS・M酒販店様の本部で、FAX番号を登録されている皆様へ、伍魚福の商品やサービスなどについてアンケートを実施させていただきました。計140件送信させていただいた中で、45件の回答をお寄せいただきました。お忙しい中ご協力いただき、ありがとうございます。

※FAX番号が未登録や間違った番号でのご取引でアンケートが送付されていない場合もあります。ご了承ください。

消費者にアピールできるコトPOPを自店のスタッフで作れるようになりたいとのご要望を受けて、お客様の店舗で「コトPOP研修」を実施しました。

今回は各部門から代表のスタッフの方に参加いただき、「コトPOPの基礎知識を知るレクチャーから、実際に自分で作っていた実践までチャレンジしていただきました。



コトPOPの知識レクチャー編

まずは伍魚福のスタッフが、プロジェクターで、なぜコトPOPが必要なのかといった基礎知識から、作成のコツまでのポイントを事例を示しながら分かりやすく説明。

①モノじゃなくてコトが大切

なぜ商品が売れないのか考えましょう

価値の伝え方を工夫しましょう

POPの重要性

- 理由1 消費者の86.5%が店頭で購買を決めている
- 理由2 滞留時間と消費金額は正比例している
- 理由3 買う理由がわからなければ買わない

②コトPOP5つのポイント

POPは値段以外の買う理由を伝える道具

- モノ ↔ コト(事)
 - ライフ ↔ ライフスタイル
 - スペック ↔ 意味合い
- モノやサービスだけを売ってはいは、売れなくなります。モノではなく、コトを売りましょう。

成功するPOPのコツ

- ターゲットに呼びかける
- お客様の声をそのまま使う
- 具体的な数字を使う
- 自分が好きな理由を書く
- 知らないことを教えてあげる

③テーミングについて

テーミングとは、商品进行分类で並べるのではなく、関連する一つのテーマで商品を並べ、商品に新たな意味をつける手法。工夫次第では、どこのお店で買っても同じ商品を、そのお店で「買う理由」をつくることができます。

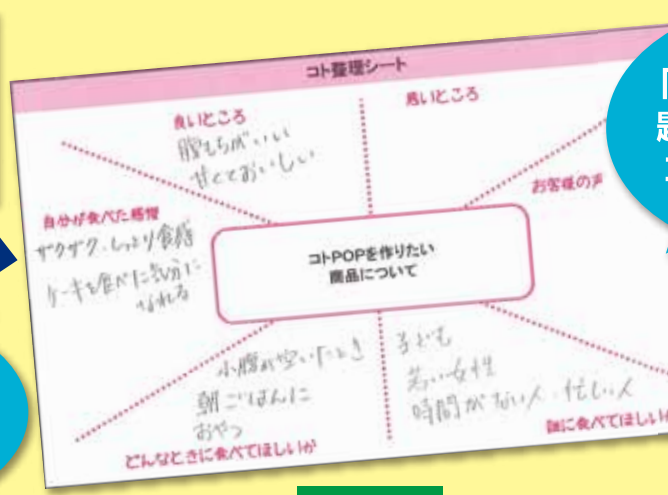
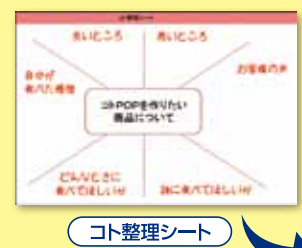
- #### 分類だけのまとめ方 一例
- お酒 焼酎／ビール／ワイン／日本酒
 - 食品 グロッサリー／調味料／日配／精肉／鮮魚
 - 本 実用書／マンガ／小説
- ↓
- どこのお店でも同じ

- #### テーミングによる商品のまとめ方 一例
- 季節行事のテーマ
バレンタイン／母の日／父の日／クリスマス 等
 - 季節・期間を問わないテーマ
●ターゲットでまとめる…女子会／健康志向 等
●イベントでまとめる…ご当地フェア／ホームパーティー 等
- ↓
- お店だけの魅力的な売場ができる!!

基礎知識が分かったら実際に作成にチャレンジ!

コト整理シートで作成準備編

コトPOPの作成には、難しい技術や知識は必要ありません。商品を購入されるお客様の立場になって考えてみるのが大切です。実際の作成に移る前に、自分がその商品を好きな理由やターゲットをまとめますが、その時に役立つのが「コト整理シート」です。例えば、まずコトPOPを作りたい商品について、6つのポイントで考えつくことを書き出してみます。今度は商品を買われるお客様の立場になって、関心の高いこと、商品を買いたくなることを一つ選んで、実際にコトPOPにしてみます。



今回は「チーズタルト」を題材の商品にしてコト整理シートを作成



初めてなのに皆さんギッシリ書かれていました

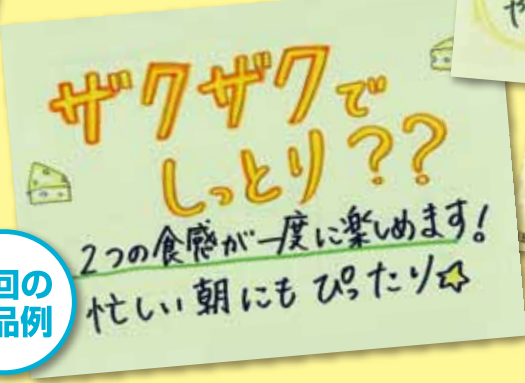
コトPOP作成実践編

コト整理シートでコトPOPを作成する「コト」を選んだら、色画用紙とペンを使って実践。参加された方の中には、迷いなくすらすら書きあげておられる方や、じっくり考えてから書く方もいらっしゃいました。皆さんとても熱心に取り組んでいただき、上司に画用紙とペンの追加購入を要望されていました。

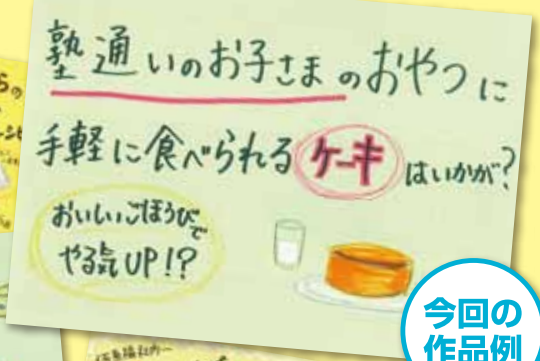


- #### 作成の注意 3つの「ない」
- ①商品名・価格を大きく書きすぎない。
 - ②色を使いすぎない。
 - ③文字数を多くしない。

今回の作品例



今回の作品例



実際の店頭ではこんな感じになります



補足情報 今回、研修を開催させて頂いたお店では、研修後にコト的な情報を紹介するエンドレステープを作成され、売場で流しておられました。エンドレステープもコト的な要素を盛り込むとお客様の購買に繋がり、コトPOPと合わせて効果があるようです。

自店でもコトPOP研修を開いてほしいという方はお気軽に伍魚福までご相談ください。

伍魚福 お客様相談室 TEL.078-731-7234 担当/定浪・河合



珍極ムービー

WEBサイトで公開中!

<http://gogyofuku.com/chinkiwa/>

伍魚福の新スローガン「珍極」を映像化したムービーを伍魚福のホームページなどで公開しています。CMから映画、TVドラマまで幅広く活躍されている大宮エリーさんに監修いただいたムービーは必見!ぜひ一度アクセスしてください。

監修 大宮エリー

映画監督・脚本家・作家・演出家・CMプランナー

【プロフィール】1975年、大阪生まれ。広告代理店勤務を経て、2006年に独立。映画「海ではなし。」で映画監督デビュー。連続TVドラマ「Room Of King」、「三毛猫ホームズの推理」、舞台「GOD DOCTOR」などの脚本・演出を手掛ける。ユーストリームの生配信番組「スナックエリー」(ほぼ毎週水曜夜10時〜)ではママを務める。ホストなのに自ら酔っ払い多彩なゲストと本音でトークする異色のママとして注目を集めている。

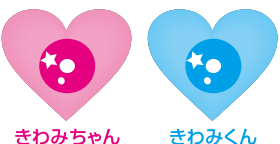
●大宮エリー公式サイト

<http://ellie-office.com/index.html>

これなあに?
な〜に?

大宮エリーさん
本人も声で出演!

珍極のキャラクター



きわみちゃん

きわみくん



珍極



商品パッケージにも登場しています

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
ご紹介いたします。

私が極めたいことは、お客様に商品を安定して提供するための在庫管理と、商品に使われている袋やシール等の資材管理です。アイテム数が多いため、管理する資材の種類も多くあります。グループメンバーと協力しながら、資材不足で商品の提供が遅れることがないように管理を極めています。



管理本部
生産管理チーム
服部 亮



欠品ゼロを
目指します!

私の珍極は、たくさんの皆様に手にとっていただける商品作りを目指し、パッケージの作成をすることです。美味しさが伝わるか、売り場で目立つか、わかりやすい表現ができているか、使いやすいか、...新商品はもちろん、発売済みの商品についても改良を繰り返し、さらに珍味の魅力をお伝えすべく、極めています。



商品本部
デザインチーム
村田晴美



デザインの
事はおまかせ
下さい!!

私の「珍極」は色んな珍味ととにかく「食べること」です。WEBを通じてお客様に商品の魅力をお伝えるするために「どんな味か?」これを理解するために、とにかく食べます。色んな味を知ること、写真を撮るにしても「一番おいしいような角度」、商品説明では「分かりやすさ」のヒントが見つかります。「珍極」のため、これからも食べ続けたいと思います。



管理本部
EC事業チーム
田中修二



これからも
食べ続けます!

私の珍極はお客さまへのタイムリーな販促ご提案を行うことです。季節ごとの商品動向やPOS分析、事例紹介などの情報を通じて最適な売場作りをご提案致します。販売店の皆様に「伍魚福の商品を売るのはおもしろい!」と言って頂けるように、提案内容を極めたいと思います。



マーケティング本部
店頭コミュニケーション
強化グループ
山下宏光



販促提案
おまかせ
下さい!!



一夜干焼いか



ピリ辛さきいか天



いかなごのくぎ煮

モンドセレクションは、ベルギーのブリュッセルに本部を置く国際的な品評機関。世界各地にある優れた市販商品の評価、品質向上を目的としてベルギー王国経済省とECC(当時)が共同で創設したものです。今回、このモンドセレクションで伍魚福の「いかなごのくぎ煮」が金賞、「一夜干焼いか」と「ピリ辛さきいか天」が銀賞を同時受賞いたしました。モンドセレクションは「食のオリンピック」「食のノーベル賞」とも呼ばれ、消費者様の認知も高い品評会。受賞をアピールする専用POPもご用意しておりますので、店頭アピールにご活用ください。

伍魚福では「いかなごのくぎ煮」の普及活動にも取り組んでいます。

いかなごのくぎ煮文学賞



グランプリ作品 (エッセイ)

人と人とをつなぐ神戸の春の香り
——いかなご貧乏と言われても
大演 義弘さん(神戸市)

一般の方から「いかなごのくぎ煮」に対する想いを募集。エッセイ・作文・詩・俳句・短歌・川柳など、さまざまな形でたくさんの方から応募をいただきました。

くぎ煮検定



問題例

いかなごの成魚の呼び名は?
☐カマス ☐フルセ ☐スズキ

いかなごのくぎ煮振興協会公認の検定。問題数は全部で20問。正解数によって「くぎ煮博士」などに認定。合格者には特典も。

くぎ煮レシピ



基本のレシピから、「いかなごのくぎ煮コンテンツ」の最優秀賞のレシピまで、さまざまなレシピをご紹介します。

いかなごのくぎ煮コンテスト



くぎ煮の本場の神戸・長田で、家庭の味を持ち寄って味を競うコンテスト。毎回多数の参加をいただき、今年は10回目の開催を迎えました。

詳しくは [くぎ煮.jp](http://kiguni.jp) をご覧ください ▶▶▶ [くぎ煮.jp](http://kiguni.jp) 検索

いかなごのくぎ煮商品ラインナップ

銘品)75gタッパくぎ煮小	銘品)タッパくぎ煮大190g	銘品)手提げくぎ煮55g	銘品)箱入くぎ煮110g
商品コード 203600	商品コード 203610	商品コード 203620	商品コード 203630
JANコード 4971875203604	JANコード 4971875203611	JANコード 4971875203628	JANコード 4971875203635
参考売価 680円(税込)	参考売価 1,600円(税込)	参考売価 525円(税込)	参考売価 1,050円(税込)
◎賞味期間:120日	◎賞味期間:120日	◎賞味期間:120日	◎賞味期間:120日
◎内容量:75g	◎内容量:190g	◎内容量:55g	◎内容量:110g

NEWS! 2012年度
モンドセレクション
金賞を受賞しました!!
銀賞を受賞しました!!