

GOGYOFUKU MUSEUM

珍味情報誌 2012年11月号
[伍魚福ミュージアム]
vol.23

第1回 伍魚福 家飲み川柳開催!!

消費者アンケート調査結果のご報告
えび鉄ファン必見!製造プロセス大公開!

家飲みを詠めばふたたび酔いっしょ



KOBE 伍魚福

GOGYOFUKU MUSEUM

珍味情報誌 [伍魚福ミュージアム] 2012年 / vol.23

〒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・お見積り依頼(担当 関)

GOGYOFUKU CARS LINE UP!

伍魚福カーのご紹介

伍魚福は神戸で一番おもしろい会社を目指していますが、営業車にもこだわっています!
最近リニューアルした3台の写真を紹介させていただきます。
どの営業車もインパクトありますが、背面がチルドの売場写真になっているものは強烈です。
運転していて前にこの営業車が走っていると驚いてしまうでしょうね。
街中でこんなハデな営業車を見かける機会があれば、幸運が訪れるかもです!



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。

以前にも伍魚福がマスコミに取り上げられる機会が多くなっていると書かせてもらった事があるのですが、またまたテレビに登場しました。今回はNHK大阪制作の「ビジネス新伝説 ルソンの壺」という番組です。数日間にわたり伍魚福本社や物流センター、協力工場などに取材にいられました。私は出張中でしたので取材風景を見る事もTVに登場することもできませんでしたが、NHKの番組で自分の働いている会社の特集されている放送を見た時は感動しました。本紙で取材特集記事をと目論んでいたのですが掲載NGで内容を紹介できないのが残念です。放映後は商品の問い合わせや店頭での反応やWebアクセスも急上昇でした。今後も皆様の期待にお応えできるように「神戸で一番おもしろい会社」を目指し、「こだわりの商品」をお届け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 (seki@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・お客様係(担当 関)

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

第1回 家飲み川柳 開催!!

最優秀賞

八月もぬる爛だった父だった

青砥 和子様(愛知県・女性)

作者コメント

この句を作ったきっかけは、義母(故人)が自身の夫である義父のことを語ってくれた思い出話によるものです。
私が結婚した時にはすでに義父は他界し、写真で見ることができませんでした。私の夫はお酒に弱く、すぐに赤くなるのですが、義父はかなり強かったようです。
明治生まれの義父は、飲むのは四季を問わずやはりお酒。もちろん、自由にゆつくり飲めるようになったのは、戦後食糧事情がよくなってからです。そして、よほど寒い冬以外はいつも

ぬる爛で、だいたい1日2台弱嗜んだそうです。
義母いわく、義母の作る質素な料理に文句も言わず、ゆつくりおだやかな夕餉を楽しんだそうです。
その話をするときの義母の、なんだか懐かしそうではにかんだ顔を今も思い出します。
そして義母は、いつも最後に「お父さんはあんなにお酒に強かったのに、おまえはなんでこんなに弱いかねえ」と息子である夫をみて笑っていました。

優秀賞

寝顔見て一杯飲んで 寝顔見て

榊井悦子様(兵庫県・女性)

優秀賞

家飲みは父の小言がオードブル

本田しおん様(東京都・女性)

伍魚福賞

飲み過ぎの罪を珍味にかぶせてる

中村利之様(大阪府・男性)

佳作

やっと来た一杯やるかと誘える日

小池勝己様(兵庫県・男性)

缶ビール半分コする共白髪

つる姫様(兵庫県・女性)

ふる里は母の笑顔で飲み過ぎる

竹重満夫様(山口県・男性)

今日も酔う柱の傷を眺めつつ

門脇かずお様(鳥取県・男性)

家飲み窓辺に届く遠花火

中川浩様(兵庫県・男性)

作品のコメント、選者・八上氏の選評などをWEBページに掲載しています。ぜひご覧ください。 [家飲み川柳](#) [検索](#)

1853点もの応募
ありがとうございました。

伍魚福では、家飲み普及により人と人との絆を深めたいという思いから、今年7月〜8月に「一般の方から家飲みになんだ川柳を募集する「家飲み川柳」を実施しました。第1回にも関わらず、全国各地から1853点もの作品を応募いただき、川柳作家の八上桐子氏を選者に、最優秀賞をはじめ各賞を決定いたしました。思わず笑みのこぼれる作品、しみじみとする作品など、本当にたくさんのご応募ありがとうございました。

第二回 家飲み川柳 実施概要

応募期間……2012年
7月1日から8月31日
応募方法……Eメール、FAX、郵送
応募総数……1853点
佳作……5名
優秀賞……2名
最優秀賞……1名
伍魚福賞……1名

総評

選者 川柳作家
八上 桐子氏

1853句の作品を読みながら、家飲み旨さにすっかりほろ酔いました。
部屋着に着替えたり、お化粧を落とすように、「素のままの私」に戻してくれるのが、家飲みなのです。皆さまの句から、再発見いたしました。
数々の家飲みシーンに心惹かれましたが、これぞ家飲み!という、家飲みならではの情景、想いを、鮮やかに切り取られた作品を賞にいただきました。受賞された皆さま、おめでとうございます。そして、惜しくも賞を逃した皆さま、ご応募ありがとうございました!……家飲みに乾杯!

八上 桐子氏 略歴
1961年 大阪生まれ 兵庫育ち
2004年 時実新子の川柳と出会い、川柳を詠みはじめる
2007年 川柳大学終刊まで会員
2009年 川柳ミニコミ誌「くねる」発行
2011年 神戸新聞川柳壇選者



入賞・入選・番外編作品を
伍魚福商品に掲載します。

今回の入賞9作品入選24作品・番外編22作品は、今後、売れ筋商品を中心にパッケージ裏面に掲載させていただきます。第1号はドライの人気商品「焼刺先」。



第一回 家飲み川柳 受賞作品

ふる里は母の笑顔で飲み過ぎる
竹重満夫(山口県男性78歳)
やっと来た一杯やるかと誘える日
小池勝己(兵庫県男性53歳)
家飲み窓辺に届く遠花火
中川浩(兵庫県男性71歳)
二合までぎゅっと共謀医師と妻
たもつ(兵庫県男性74歳)

これまでの受賞作品も掲載中!
[家飲み川柳](#) [検索](#)

伍魚福では、毎年7月、8月に「家飲み川柳」を募集しています。豪華「家飲みセット」がもらえるかも!詳しくはホームページをご覧ください!

今後7月8月に開催を予定しています
第2回 伍魚福 家飲み川柳
2013年7月1日〜8月31日開催予定!
ぜひご期待ください!

ご購入の目的

昨年引き続き、「家飲み」の比率が**90%を超えています!**
※アンケート集計結果にて

2010年
87% → 2011年
92.7% → 2012年
90.3%

昨年は東日本大震災の影響で家飲みされる方の比率が少しアップしていましたが、今年も一昨年と同様に90%以上を維持しています。
伍福福では、新しい家飲みシーンに合わせた酒の肴・家飲みコーナーを提案してまいります。

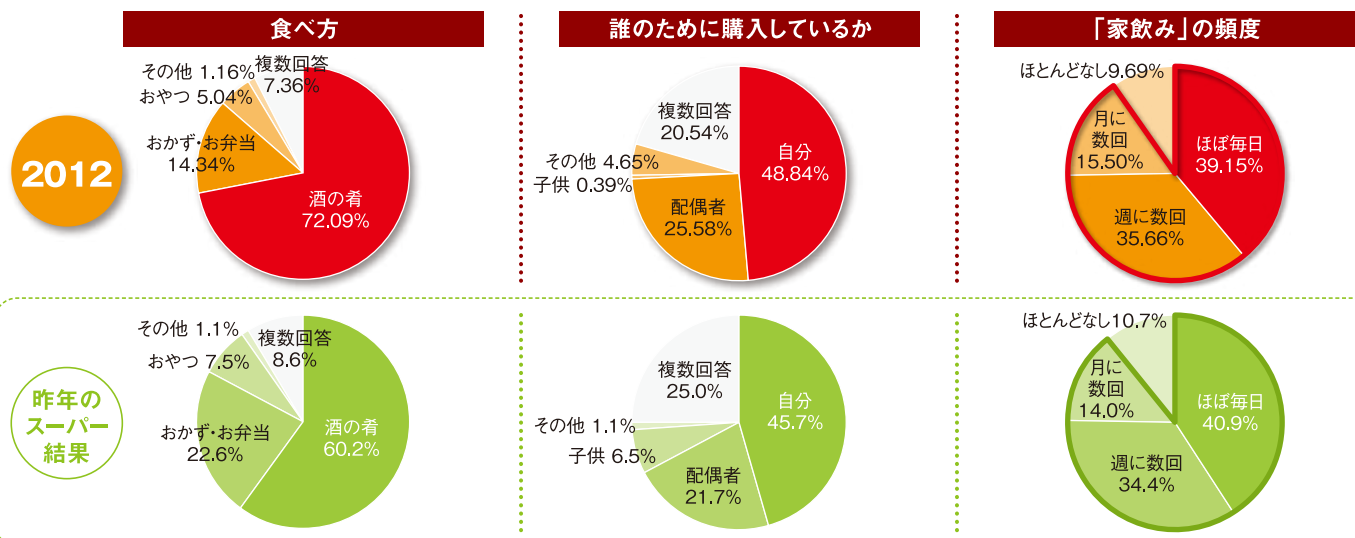
※アンケート集計結果にて

2011年
92.7%

2012年
90.3%

昨年は東日本大震災の影響で家飲みされる方の比率が少しアップしていましたが、今年も一昨年と同様に90%以上を維持しています。

伍魚福では、新しい家飲みシーンに合わせた酒の肴・家飲みコーナーを提案してまいります。



スーパーのお酒コーナーで展開される場合は、前回の酒販店様のアンケート結果と同じような傾向が見られ、酒の肴として購入される割合が高く72%以上となっています。また、家飲みブームが定着しお酒と酒の肴を同時に購入される方も増えている傾向が見られました。女性が自分の為に酒の肴として購入されるケースも増えています。お酒との相性や、女子会をテーマにしたコトPOPの仕掛け等が有効ではないでしょうか。

消費者からたくさんの声をいただきました

キャンペーンのフリー回答の一例をご紹介します。

今回ご購入いただいた商品を召し上げる際に、合わせのお飲み物や
当社へのご要望、商品のご感想などございましたらご記入ください。

「しつぽり」というフレーズにひかれ、初めて購入は、
今まで食べたどのさけよりおいしい！がむほど
じんわり味が出て大変気に入りました。子供達は
麦茶、大人は自家製梅酒で家族でいただきました。

今回ご購入いただいた商品を召し上げる際に、合わせのお飲み物や
当社へのご要望、商品のご感想などございましたらご記入ください。

とても美味しいが、お酒のおつまみデザートなど
おかげで女子評定した。お酒はやはり日本酒
一番めいと感じました。値段も手頃なので
また購入したいと思います。

今回ご購入いただいた商品を召し上げる際に、合わせのお飲み物や
当社へのご要望、商品のご感想などございましたらご記入ください。

カマンベールチーズ生と、
オーブントースターで加熱するのモ
イムなけど、パン粉をつけて
さく揚げてほしいです
ビールにも最高です！

今回ご購入いただいた商品を召し上げる際に、合わせのお飲み物や
当社へのご要望、商品のご感想などございましたらご記入ください。

チーズパンチョウで、イタリアワインと
いただきました。お少量が多いと
いいですが、お値段もめいめい
とても丁寧で、おいしい。お風呂
の余りタイムになりました。

今回ご購入いただいた商品を召し上げる際に、合わせのお飲み物や
当社へのご要望、商品のご感想などございましたらご記入ください。

キリンフリーノンアルコールビールの
おつまみに「おつまみ」をいただきました。
生華や生華ととても美味しいです！
やはり商品も試してみたいと思います。

今回ご購入いただいた商品を召し上げる際に、合わせのお飲み物や
当社へのご要望、商品のご感想などございましたらご記入ください。

今回初めて「チャーシューと兵衛」
購入しました。おつまみとして、
よくおあずかるのもおいしいです。
ネーシングもおもしろいですね！

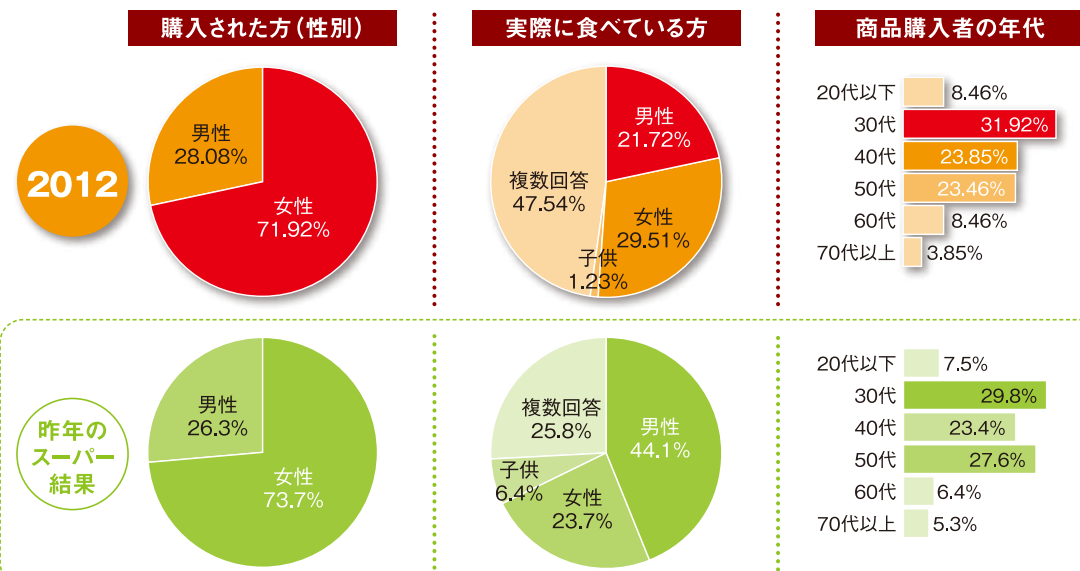
今回ご購入いただいた商品を召し上げる際に、合わせのお飲み物や
当社へのご要望、商品のご感想などございましたらご記入ください。

女と、第1かみみると、よく
買入しています。家族は、
時間を気にせず、くつろぎますね。

今回ご購入いただいた商品を召し上げる際に、合わせのお飲み物や
当社へのご要望、商品のご感想などございましたらご記入ください。

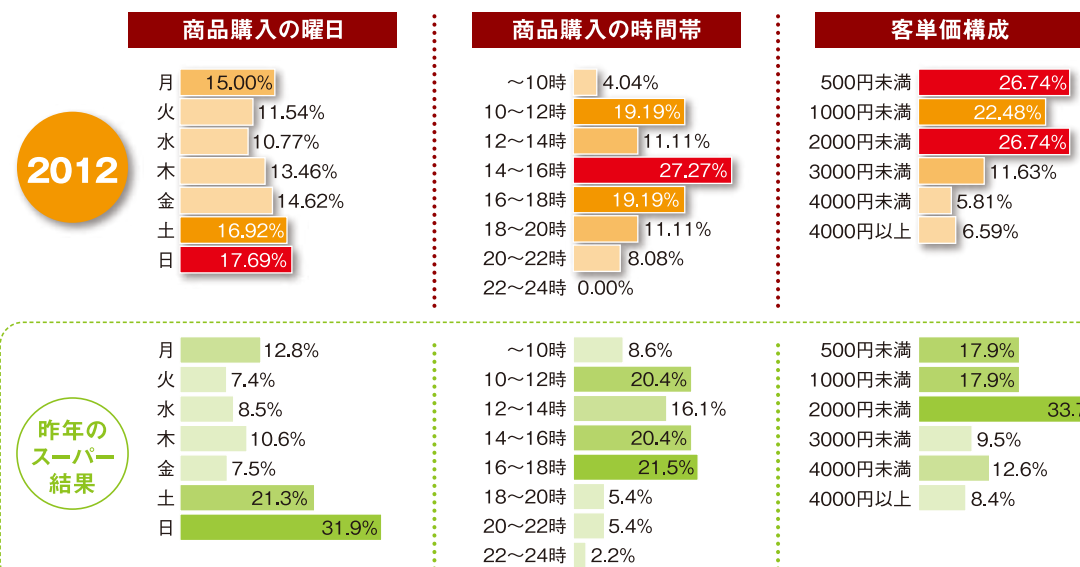
電車内（レール）
お酒のつまみ...と、思って購入しました！
とてもおいしくいただきました。
又買わせて下さい。

伍魚福商品の購入者プロフィール



今までの調査結果と同様にやはり女性比率が7割を超えています。30代の購入率がもっとも高く、今回の結果では実際に食べられる方が男性よりも女性が多くなりました。女子会ブームの影響などで女性が酒の肴を購入されている傾向が見られました。30代から50代の中心的な購入層と女性をターゲットとした商品開発を強化してまいります。

伍魚福商品購入の特性



今回のアンケートでも日曜日の購入率が一番高くなっており、週末の家族そろっての買い物客への訴求客単価UPに繋がると考えられます。チャンスロスを防ぐ為には、週末を想定した発注とボリューム陳列が重要だと考えられます。10時～12時までと14時～18時までが購入の大半を占める為、オープン前とお昼過ぎに売場のメンテナンスを実施しお客様を迎える体制を作る事をオススメします。

消費者キャンペーン実施要綱

●期 間:2012年7月1日(日)～8月31日(金)

今年も「家飲み」をご提案する売場と連動して実施しました。

- 期 間:2012年7月1日(日)～8月31日(金)
- 実施場所:中部エリアのスーパーチェーン43店舗
東北エリアのスーパーチェーン40店舗
- アンケート回収数:260件
- 伍魚福商品を1個以上お買い上げの
エンドユーザーにアンケート(応募ハガキ)を配布

今年も「家飲み」を
ご提案する売場と
連動して実施しました。



スーパー

消費者アンケート 調査結果のご報告

今回はスーパーマーケット2企業にご協力いただき、
伍魚福商品の購買特性やニーズを
調査させていただきました。
皆様からいただいた貴重な声を、
これからのご提案に活かしてまいります。

現在、えび鉄の“やわらかタイプ”の 開発をしています！

1 既存のえび鉄に対して、一部のお客様よりこんな声が

- おいしいけど尻尾が刺さるので慎重に食べなければならないよね
- 味は大好きだけど、歳をとるとだんだん固いのが苦になるんだよ
- 子供には辛すぎて食べられないね

2 開発のポイント

- 手間暇かけて1匹1匹殻を取り除いた商品を作ります。
- 辛さも少し抑え、尻尾をとっても海老の風味がしっかり残るように工夫します。(甲殻類は、殻に最も風味がある)
- えびのプリプリとした“弾力”を強調させるため、ふっくら仕上げる。

3 今後の展開

- 来春の発売を目標に、現在仕上げの段階に入っています。
- 期間限定商品としてエビチリ味など、いつもと違う味付けの商品も開発中です。
- このようにえび鉄のバリエーションを増やすことで、既存のえび鉄ファンを増やしていきたいと考えています。



冷蔵庫の前に
フックで装着できる
販促什器もご用意いたします！
ご希望の方は担当営業まで
お問い合わせ下さい！

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。

私の珍極は、ご注文いただいたお客様に対して安心していただける商品をお届けする事です。毎日、ピッキングや梱包作業をしながら社内研修で受けた売り場紹介を思い出してこの商品が、色んなお店の売り場に並ぶのをイメージしながら丁寧な梱包を心掛けています。これからも、ご注文いただいた、お客様に対して感謝と真心を込めた商品をお届けしたいと思います。



管理本部
物流管理グループ
横谷 正明

真心こめて
梱包
しています！

私の珍極は、お役立ち情報を発信することです。情報誌「コトPOP研究所レポート」やニュースレター「福福通信」等で成功事例や新商品、企画情報をお届けしています。全国のお得意先様に、「なるほど!」「おもしろい!」と思っていただけるような情報を 収集→編集→発信していきます！



マーケティング本部
お客様支援室
河合 裕美

笑顔で
情報発信
します！

私の取り組みはWEBコンテンツを通じいかにお客様に「商品の魅力や美味しさ、楽しさ」を知って頂くか?であり、その為の商品知識・表現力・WEB技術をよりレベルアップしお伝え出来る様に努めていきたいと思います。



管理本部
EC事業チーム
佐々木 繁

ホームページに
アクセスして
下さい！

珍極の「珍」とは今はメジャーではないけれど、もしかしたら将来主役となる夢を秘めた種だと思っています。もちろん主流があつてこそその「珍」なので、営業を担当する中国・九州・沖縄地方を極めた上で、この夢の種をたくさん収集していきます。最近では、あるバイヤーからのお奨めを頂き佐渡や唐津など北海道以外のいかの産地からお取り寄せをして各地の味の違いを極めています。



マーケティング本部
広域営業グループ
藤原 英樹

地方独特の
イカの食べ方を
教えて下さい！

えび鉄

今回は、根強いファンも多い噛めば噛むほどエビの旨味を堪能できる「えび鉄」の製造工程を紹介します。新鮮なバナメイエビを加工した原料を元に、北海道で作っています！原料は1尾1尾手作業で捌かれたものを使用、製造には手作業の工程が多く丁寧に製造しています。えび本来の甘みを引き立たせるような味付けを心がけ、一味のアクセントが心地良い仕上がりにしています。少し歯ごたえがある「えび鉄」ですが、レンジで軽く温めると柔らかな食感で楽しむ事もできます。是非、お試し下さい！



えび鉄
ファン必見

製造プロセスを大公開！

あのちょっと噛みごたえのある「えび鉄」の原料は、白く輝くプリプリ柔らかなエビだった！

