

FABEX中部2021 出展しました！

多くのご来場、ありがとうございました。

7月14日(水)・15日(木)の2日間にわたり、ファベックス中部に出展しました。今回、中部食糧として惣菜横丁ブランドを広めるべく、初の大型展示会への出展を果たしました。

1日目5,752名、2日目4,507名、計10,259名と大変多くのお客様の来場となりました。

当社ブースにおいても、多数のご来訪、誠にありがとうございました。

中部食糧新聞

第1回 惣菜デリカ・弁当・中食・外食・給食・配食 業務用専門展

ファベックス中部2021

The World Food And Beverage Great EXpo 2021 in CHUBU

主催：日本食糧新聞社



こんな感じにブースレイアウトしました。フライヤーも設置して、準備万端！



多くのお客様に足を運んでいただきました。試食もして頂きながら、商品の魅力を伝えます！

発行日
2021年8月吉日
NO.15

～ページ紹介～

1. 展示会来場の御礼
2. 展示会概要
3. 惣菜サミット 小平会長 講演会概要
4. メーカー様 商品案内

ヤヨイサンフーズおすすめ商品



とろけるクリームコロッケ



なめらかな舌ざわりと口どけの良いベシャメルソースに、紅ズワイガニの旨味をとけ込ませたクリームコロッケです。バタールウやワインでソースの味に深みとコクを出しています。



好評発売中

NEW とろけるクリームコロッケ(かに入)R (かに2.0%入り)
規格・入数/80g×60×2合
NEW CCとろけるクリームコロッケ(かに入)R (かに2.0%入り)
規格・入数/800g(10個入)×6×2合



期間限定販売 7～3月

クリーミーグラタンコロッケ(北海道産帆立入り) (いたやがい貝1.2%、ほたてがい貝0.6%入り)
規格・入数/75g×10×6×2合
クリーミーグラタンコロッケ(北海道産チキン入り) (鶏肉6.6%入り)
規格・入数/75g×10×6×2合

※写真はイメージです

株式会社ヤヨイサンフーズ <https://www.yayoi-sunfoods.co.jp>



油調したキノコを絡めてキノコあんじ！
あっさりとした和風かつ丼に！

揚げナスの上掛けに！
山王座の上掛けに！

※賞味期限12ヶ月、12本入り、内容量500グラム。

どんな食材にもよく合う汎用性の高いたれですが、これから秋冬シーズンに、特にオススメです。

高粘度タイプの和風だしあんかけです。たれ落ちしにくく、時間が経っても照りツヤが続きます。

宗田鮭だし、さば節だし、鯉枯節だし、むろ節だし、利尻昆布だしの5種類のだしを使用しており、だし感をしっかりと感じて頂ける味に仕上げました。また、保管に便利な口栓付き容器を使用しております。

お好み焼などコナモンのトータル提案を行います。



◎スチームコンベクション調理による人手不足解消
◎大量調理オペレーション

季節のトッピング
チヂミ
広島お好み焼

毎月10日はお好み焼の日
おいしく焼ける「シュー」の旨がつく毎月10日はお好み焼！
10日(ジュ-)はお好み焼の日

匠巻の粘度
惣菜用和風だしあんかけ



Otafuku

出品商品 ～惣菜横丁の魅力を発信～

当社ブースでは、鶏肉加工品「チルドキット商品」
 「リニューアル冷凍商品」を試食と共に紹介し、商品の見た目、質、何より味の点で高い評価を頂きました。

鶏肉加工品においては、
 新商品「国産生姜香る若鶏醬油竜田」、定番の「ツヤンボチキン竜田」を紹介しました。

また、プラスアルファの提案としてフレッシュ野菜と各種タレがセットになった「タルタル南蛮セット」「ネギまみれ南蛮セット」「油淋鶏セット」も紹介しました。鶏肉加工品十タレ野菜セットを使用することで、アレンジメニューが簡単に作れ、売り場の彩りにもオススメです。

チルドキット商品においては、前号の中部食糧新聞で紹介した「麻婆茄子キット」「上海焼きそばキット」を展示しました。「試食いただいた皆様からは「本格的な味付けだ」「美味しい」とご好評頂き、キット製品の強みとしての品質の安定化、ロスの削減といった味以外のメリットも感じていただけた。

リニューアルした冷凍品は「ひれかつ」「エビフリッター」を紹介しお客様から「大変美味しい」と高評価をいただき、今後も積極的に商品改良を進めていきます。

◆展示会のその後◆

今回の展示会で「惣菜横丁」を知っていただく機会となりました。また、既にご存知のお客様にはより魅力を感じていただけたと思います。

今回の展示会を皮切りに、当社一丸となって、自社製品を御提案します！ぜひ一度試してみてください！



2021年7月13日
惣菜サミット小平会長にご講演頂きました



ヒルトン名古屋において、惣菜勉強会を開催致しました。惣菜サミット小平会長をお招きし、「コロナ禍での惣菜の変化について」と題したご講演を頂きました。



①現状の異常が・・・日常に

- ・気候変動異常による、食材の産地・シフトが変わってきている。
- ・コロナウイルスの影響も加わり、商品展開の大きな変化

②バイヤーの役割と課題

- ・お客様の評価を得るものとは何か↓なぜ、「仙台さいち」のおはぎは売れ続けるのか
- ・売れ続けるのは「美味しさ」「コンセプト」の明確さ、他にない商品力があるから
- ・さいちのおはぎは、「美味しい」とが前提で価格ではない「今日売り切った終わる」お客様には美味しいものは評価される

③現状の変化の再認識

- ・デリカ市場は昨年10兆円を切った、コロナ禍での生活スタイル激変
- ・商品価値を高める＝美味しさの追求
- ・お客様の求める惣菜、目新しいものはなく、ベーシックな主力商品
- ・おいしい惣菜を売る「ことがお客様の評価に繋がり、業績に繋がっていく

