

ビジネスアイデアの概要

【商品・サービスの内容】

- 海外において「北海道を食べる」機会は外食が中心。家で食べる機会があっても菓子やスイーツなどがメイン。アジア圏で鍋は大衆料理でもあるため、馴染みがある。肉の輸出が厳しい中で北海道らしい海鮮鍋を簡便に提供して食す機会と北海道文化に触れる機会を増やす

【想定するプロモーション・販売方法】

- レンジアップ(常温)や冷凍品を想定 ⇒ 簡単に調理
- How to Eatなどの説明を裏面表記
- 上記PRを英語版などで作成(SNSなど)

【対象市場(国・地域、業種、顧客層等)】

- シンガポール、マレーシア、香港、台湾

【想定するスケジュール】

- 各国の海外バイヤーへのヒアリング(年内)
- テスト製造を2024年に始動

提案するアイデアに関する自社のリソース・必要とする協業・連携パートナー

【自社のリソース(経営資源・強み)】

- 海外販売ルートの多さ(案内できる機会の多さ)
- 製造メーカー様との取引件数の多さ

【必要とする協業・連携パートナー】

- アイビック食品様
- 水産メーカー様(原料元)

アイデアの具現化に向けた課題

- 海外での売場をどう想定していくか(海外バイヤーとも商談機会を増やす必要性)
- 北海道の海鮮鍋(ex.石狩鍋)のイメージ
- 鍋を想定したスペックで製造できる冷凍メーカー様の調査

アイデアの具現化により解決につながる地域課題のイメージ

- 北海道の食を知る機会を海外現地でも増加 ⇒ 来道した際に本場の味を食していただく(インバウンドへの繋がり)
- 北海道産原料を使用することで産地の消費を拡大