

エスビー食品 業務用提案会

テーマは「日本全国カレー化計画」

「カレーペースト」、認証「野菜カレー」

エスビー食品は1、2の両日、東京都板橋区宮本町の板橋スパイスセンターで外食、事業所・産業給食、CVS、卸業者など73社を招いて「第7回業務用商材提案会」を開催し、新製品18アイテム、リニューアル19アイテムなどを紹介した。

「セレクトブランド」も拡充

今回は「日本全国朝・昼・晩カレー化計画」(いつでも、どこでも、誰にでも)新しいシーンでのカレーメニューの可能性を提案をテーマに実施。主菜用ソースおよびサラダなど副菜用にも使えるチューブ入り「トッピングカレーペースト」や、日本ベジタリアン協会認証の「具材充実18種類の野菜カレー」を紹介し、話題の「カレーペースト」も拡充

「セレクトブランド」も拡充。ツタリアン協会の「純菜肉(ビーガン)に当たる認証マークを取得。飲料にも使える便利なチューブボトル入りカレーペースト。焼き鳥や和え物、ドリア、焼き魚などにも便利。「日本全国朝・昼・晩カレー化計画」の主軸製品。具材充実18種類の野菜カレー(動物性原材料不使用)エスビーならではの香料の香りが特徴の野菜カレー。業界初の日本ベ

商品の味を変化させてみようも実施。参加者から好みのカレーづくりを兼ねた。大阪商談会は14日、名古屋は3月3日開催。新製品、リニューアル品は次の通り。

食店メニューへのマーク記載も可能。ベジタリアンだけでなく女性に人気のカフェや宿泊施設でも提案。▽カレーの王子さま顆粒カレーSIIアルゲン27品目不使用の顆粒カレー。飲食店でも子供用のカレーの要望が多く、家庭用「カレーの王子さま顆粒」を大容量化。学校給食以外にさまざまな場面でアピール▽シェンベーズソース(冷凍流通

品)海外産バジルを使い、求めやすい価格で発売▽バジルペースト(冷凍食品)バジルの素材感を生かしたシンプルで汎用性の高いペースト。冷凍食品なのでC&Cなど店頭での販売が可能。業務用「セレクトブランド」商品▽セレクトブランド・パクチーティーストシーズニングII香料セレクトブランドにパクチーの関連商品を追加。ぐるなび総研2016「今年の一皿」にパクチー料理が選ばれたなどパクチーフームの様相。「パクチースイッチON」の合言葉に全社挙げてパクチー製品を強化する▽キヌアさくさくトッピングIIキヌア100%をそのままパフ化し、サクサクした食感▽チアシードIIチアシードを水に浸すと約10倍に膨れ、ゼリー状の独特の食感が楽しめる。ドリンクやドレッシングに混ぜても使える▽水溶性のいらぬ片栗粉II水に溶かす振りがけるだけでとろみがつく▽ライメンこしょう

入れるなどベーカー以外でのフィリングも提案。▽カレーの王子さま顆粒カレーSIIアルゲン27品目不使用の顆粒カレー。飲食店でも子供用のカレーの要望が多く、家庭用「カレーの王子さま顆粒」を大容量化。学校給食以外にさまざまな場面でアピール▽シェンベーズソース(冷凍流通

品)海外産バジルを使い、求めやすい価格で発売▽バジルペースト(冷凍食品)バジルの素材感を生かしたシンプルで汎用性の高いペースト。冷凍食品なのでC&Cなど店頭での販売が可能。業務用「セレクトブランド」商品▽セレクトブランド・パクチーティーストシーズニングII香料セレクトブランドにパクチーの関連商品を追加。ぐるなび総研2016「今年の一皿」にパクチー料理が選ばれたなどパクチーフームの様相。「パクチースイッチON」の合言葉に全社挙げてパクチー製品を強化する▽キヌアさくさくトッピングIIキヌア100%をそのままパフ化し、サクサクした食感▽チアシードIIチアシードを水に浸すと約10倍に膨れ、ゼリー状の独特の食感が楽しめる。ドリンクやドレッシングに混ぜても使える▽水溶性のいらぬ片栗粉II水に溶かす振りがけるだけでとろみがつく▽ライメンこしょう

商品の味を変化させてみようも実施。参加者から好みのカレーづくりを兼ねた。大阪商談会は14日、名古屋は3月3日開催。新製品、リニューアル品は次の通り。

食店メニューへのマーク記載も可能。ベジタリアンだけでなく女性に人気のカフェや宿泊施設でも提案。▽カレーの王子さま顆粒カレーSIIアルゲン27品目不使用の顆粒カレー。飲食店でも子供用のカレーの要望が多く、家庭用「カレーの王子さま顆粒」を大容量化。学校給食以外にさまざまな場面でアピール▽シェンベーズソース(冷凍流通



入り口のボードに「日本全国カレー化計画」



さまざまな料理に使える「トッピングカレーペースト」

業務用提案会では、カレーペーストの辛さ訴求は使命。業務用事業全体では潜在需要の掘り起こしをテーマにしている。現在、ペーストだけでなく、チューブの内部や裏に潜む潜在ニーズを探ることが重要だ。最近ではユーザーやメーカーがスパイスの効果などに興味を示し、勉強会も増え、関心が高まっているのも事実で、当社にとってはチャンスだ。業態にかかわらず「ハーブ&スパイスの」となる何でもエスビーに「聞く」と言われるように、種まきをしていくことが重要だ。この2年間、地道にパクチーを訴求してきたことで、少しずつ効果を発揮してきた。

業務用提案会では、カレーペーストの辛さ訴求は使命。業務用事業全体では潜在需要の掘り起こしをテーマにしている。現在、ペーストだけでなく、チューブの内部や裏に潜む潜在ニーズを探ることが重要だ。最近ではユーザーやメーカーがスパイスの効果などに興味を示し、勉強会も増え、関心が高まっているのも事実で、当社にとってはチャンスだ。業態にかかわらず「ハーブ&スパイスの」となる何でもエスビーに「聞く」と言われるように、種まきをしていくことが重要だ。この2年間、地道にパクチーを訴求してきたことで、少しずつ効果を発揮してきた。

業務用提案会では、カレーペーストの辛さ訴求は使命。業務用事業全体では潜在需要の掘り起こしをテーマにしている。現在、ペーストだけでなく、チューブの内部や裏に潜む潜在ニーズを探ることが重要だ。最近ではユーザーやメーカーがスパイスの効果などに興味を示し、勉強会も増え、関心が高まっているのも事実で、当社にとってはチャンスだ。業態にかかわらず「ハーブ&スパイスの」となる何でもエスビーに「聞く」と言われるように、種まきをしていくことが重要だ。この2年間、地道にパクチーを訴求してきたことで、少しずつ効果を発揮してきた。



業務用事業全体では潜在需要の掘り起こしをテーマにしている。現在、ペーストだけでなく、チューブの内部や裏に潜む潜在ニーズを探ることが重要だ。最近ではユーザーやメーカーがスパイスの効果などに興味を示し、勉強会も増え、関心が高まっているのも事実で、当社にとってはチャンスだ。業態にかかわらず「ハーブ&スパイスの」となる何でもエスビーに「聞く」と言われるように、種まきをしていくことが重要だ。この2年間、地道にパクチーを訴求してきたことで、少しずつ効果を発揮してきた。

カレーのおいしさ、楽しさ訴求は使命

佐々木代表理事(左端)と湯崎知事(左から2人目)

業務用提案会では、カレーペーストの辛さ訴求は使命。業務用事業全体では潜在需要の掘り起こしをテーマにしている。現在、ペーストだけでなく、チューブの内部や裏に潜む潜在ニーズを探ることが重要だ。最近ではユーザーやメーカーがスパイスの効果などに興味を示し、勉強会も増え、関心が高まっているのも事実で、当社にとってはチャンスだ。業態にかかわらず「ハーブ&スパイスの」となる何でもエスビーに「聞く」と言われるように、種まきをしていくことが重要だ。この2年間、地道にパクチーを訴求してきたことで、少しずつ効果を発揮してきた。

業務用提案会では、カレーペーストの辛さ訴求は使命。業務用事業全体では潜在需要の掘り起こしをテーマにしている。現在、ペーストだけでなく、チューブの内部や裏に潜む潜在ニーズを探ることが重要だ。最近ではユーザーやメーカーがスパイスの効果などに興味を示し、勉強会も増え、関心が高まっているのも事実で、当社にとってはチャンスだ。業態にかかわらず「ハーブ&スパイスの」となる何でもエスビーに「聞く」と言われるように、種まきをしていくことが重要だ。この2年間、地道にパクチーを訴求してきたことで、少しずつ効果を発揮してきた。

業務用提案会では、カレーペーストの辛さ訴求は使命。業務用事業全体では潜在需要の掘り起こしをテーマにしている。現在、ペーストだけでなく、チューブの内部や裏に潜む潜在ニーズを探ることが重要だ。最近ではユーザーやメーカーがスパイスの効果などに興味を示し、勉強会も増え、関心が高まっているのも事実で、当社にとってはチャンスだ。業態にかかわらず「ハーブ&スパイスの」となる何でもエスビーに「聞く」と言われるように、種まきをしていくことが重要だ。この2年間、地道にパクチーを訴求してきたことで、少しずつ効果を発揮してきた。

湯崎知事(右から2人目)の魅力が話題になった

と、意外にも白やロゼが人気だった。

と、意外にも白やロゼが人気だった。

と、意外にも白やロゼが人気だった。

と、意外にも白やロゼが人気だった。

湯崎知事(右から2人目)の魅力が話題になった