

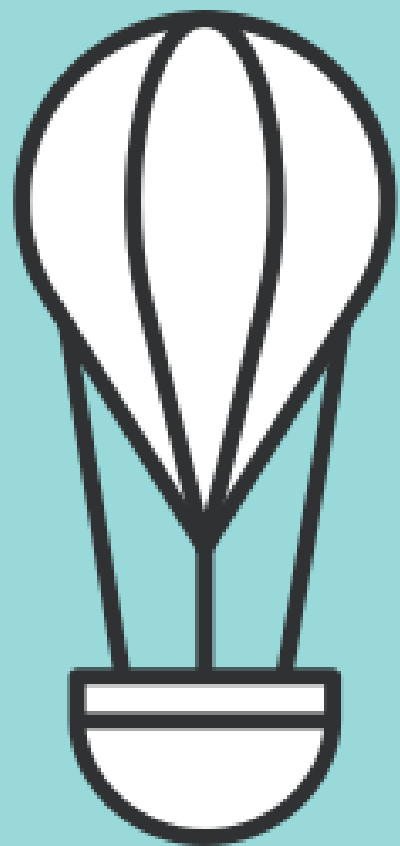
『北海道産ブランド米』 無洗米小分けパック事業



2023.8.1

有限会社ヤマキュウすすぎ物産





目次



- 01 ビジネスアイデアの概要
- 02 対象市場とプロモーション
- 03 事業アイデアに関する自社の強み
- 04 必要なパートナー
- 05 具現化に向けた課題
- 06 地域の課題への取り組み

01 食べたい時に食べ切れる量で届ける

01 選べる3サイズ



02 すり切り一杯の水



特許出願済



02 対象市場(国内)

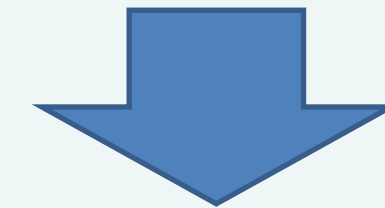


01 想定している販売先

北海道内・道の駅
土産物店
キャンプ場
アウトドアメーカー
企業ノベルティ関連

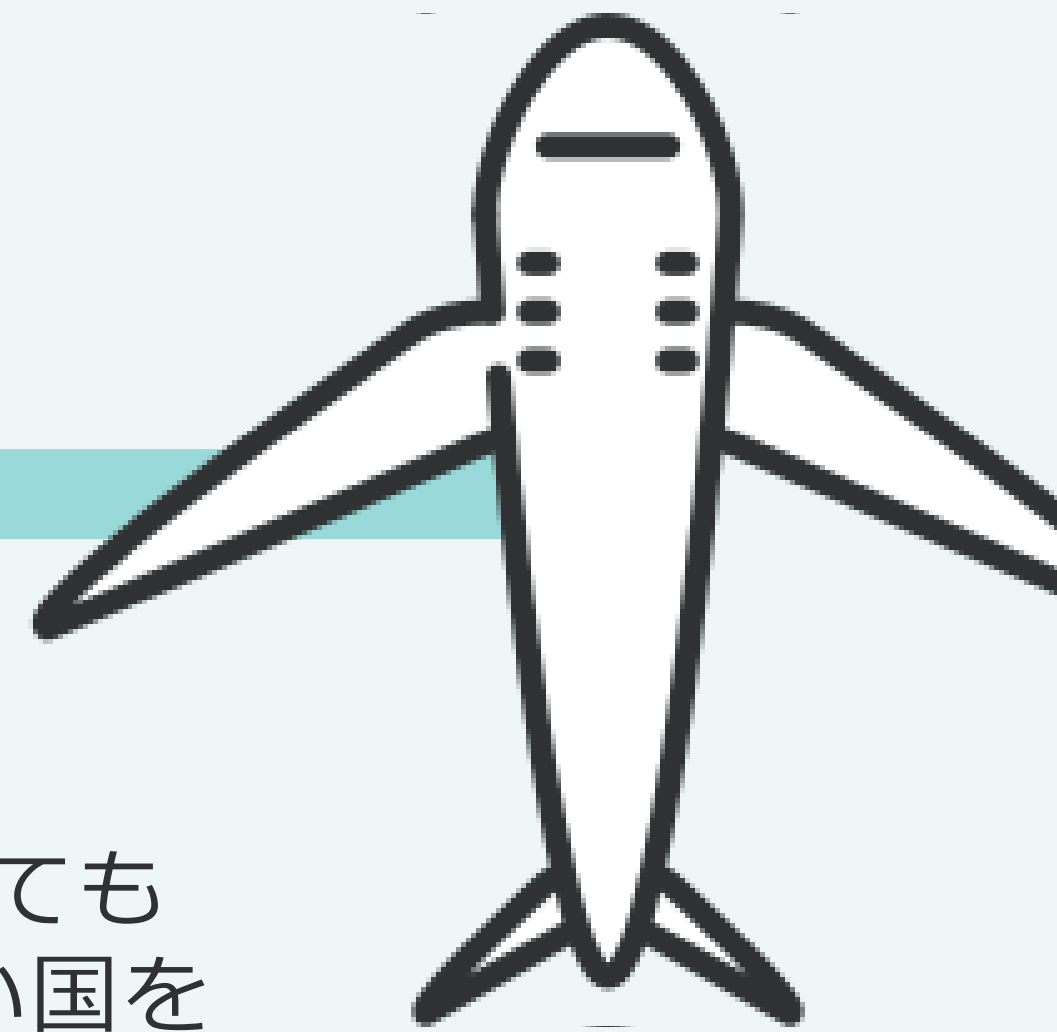
02 販売プロモーション

JA北いしかり様とのタイアップ



北海道じゃらんに掲載
10月より新米でPB展開

02 対象市場(海外)



01 海外富裕層向けの商品展開

経済が潤っていても
食料自給率の低い国を
対象に営業をしていく



サウジ都市計画「The LINE」



シンガポール グリーンプラン2030



ドバイ 「ガルフード」

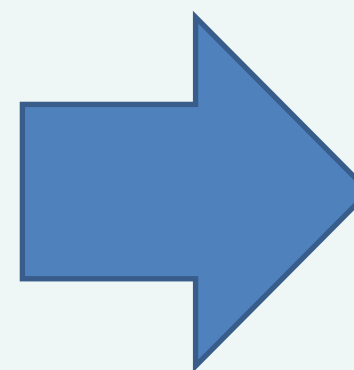
02 対象市場(海外)



02 天災や紛争地への支援物資としての役割

無洗米で研ぎ水が不要

カップにすり切り一杯の水を用意し、
クッカーに入れて炊飯できる



ライフラインが安定しない

環境でも、最低限の
水・鍋・火があれば、
温かな食事が摂れる

03 自社のリソース(経営資源・スキル)

01 札幌市内で量販店向けの 青果物のパック業

これまでは…

大手量販店向け

- 365日分対応
- 主なアイテム
夏季…ミニトマト
冬季…みかん

課題

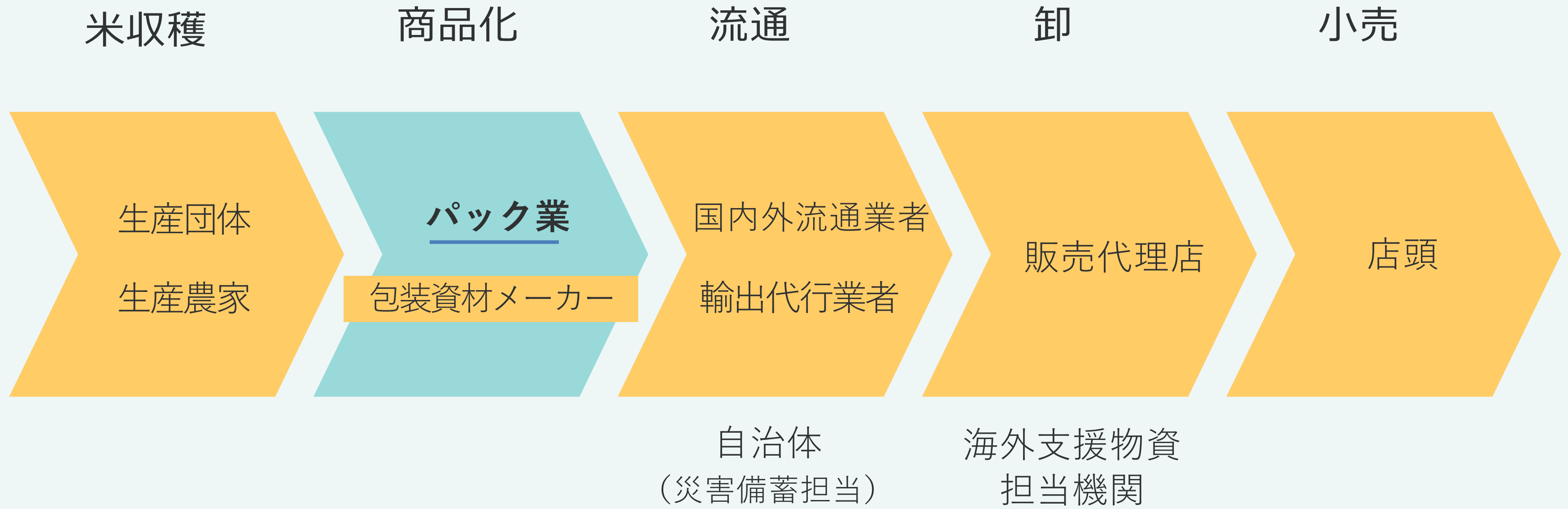
- 青果物はロス率が高い
- 検品・計量に手間が掛かる

02 商標登録 『CAMP de GOHAN』

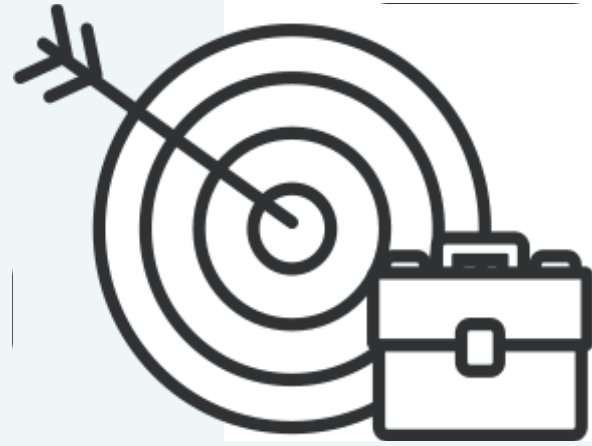
03 特許出願済 『CAMP de GOHAN』

今後、正式取得に向けて審査
手続きをしていきます

04 必要なパートナー



パッケージの改良



ギフトBOX
ラベル
スリーブ

より強い差別化

ブランド力の強化
新市場開拓



05

具現化に向けた 課題

ご飯の友(関連食品)

クロス販売
セット商品化



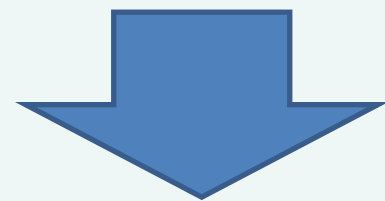
販路の構築・拡大

インバウンド向け商品展開
キャンプ場・土産物店

06 地域課題への取組

01 PB・OEM商品の製造

各生産者団体のPBや
OEM商品の製造



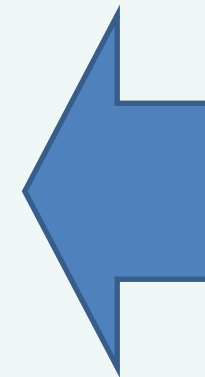
産地での企画イベント販売など
ご当地米市場の活性化を促せる

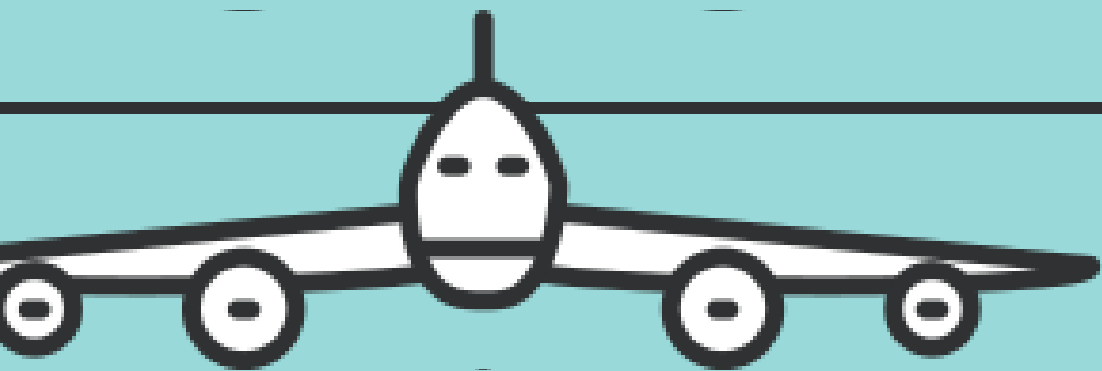
02 土産物需要

1合(150g)以下の少量小分け
パックで生まれる新しいニーズ

「観光客は重たい米を買わない」
という定説を覆せる

少量パックによる低価格化の実現





一緒に北海道の食材を
世界に届けませんか…

