

デジタル駆使 食の拠点

飲食シーン再現 ■ 料理風景ネット配信

調味料やだし、総菜を受託製造するアイビック食品(札幌)は、デジタル技術で飲食

業者ら顧客の商品開発を支援する食の拠点を札幌市東区の本社内に開設した。飲食の場面を五感で再現するシステムなどを備えている。新型コロナウイルス禍で外食需要が落ち込み、飲食業者が加工品販売に活路を求め、販売を一括支援する新たな事業モデルとして注目されそうだ。

(生田憲)

名称は「北海道みらいキッチンGOKAN(ゴカン)」。デジタル技術を使って業務を革新するDX(デジタルトランスフォーメーション)拠点とする。本社3階の約230平方メートルで、外国人技能実習生の寮を約7千万円かけて改装した。

プロジェクションマッピングや香り発生装置、高性能スピーカーを組み合わせて「森の中のバーベキュー」などの雰囲気再現できる。商品の利用場面を想像しながらの打ち

合わせや試食会などで活用する。

縦1・5メートル、横3メートルのデジタルサイネージ(電子看板)はスピーバーの売り場にある調味料棚を実物大で映すことができる。アイビック食品は容器デザインも手掛けており、試作品を画面にかざし、売り場での見栄えを検証する。



プロジェクションマッピングやネット配信対応のキッチンを備えた食の拠点の「ゴカン」

札幌・アイビック食品 顧客の販促支援へ開設

キッチンには可動式のカメラが設置されていて、あらゆる方向から料理風景を撮影し、リアルタイムで配信できる。これとは別に、商品写真の撮影に特化したスタジオもつくった。EC(電子商取引)サイトでは画像や動画が商品の魅力を伝える上で重要で「本格的なキッチンがある撮影スタジオはこれまで道内になかった」と(同社)という。

施設は全て顧客に無償開放しており、今月1日の開設以降、業界関係者らも1日平均2〜3組が視察に訪れているという。

コロナ禍で飲食店や、在庫が積み上がっている農協などがプライベートブランド(PB)を開発して物販に参入する流れが加速。ただ、販売のノウハウが乏しく、ヒット商品が生まれにくいのが実情だ。

アイビック食品の牧野克彦社長は「顧客が元気にならないと当社の売り上げも増えない。売れるまで顧客をどうサポートしていきたい」と話している。