

平成30年度 コンテンツ活用促進事業

1 目的

北海道内の中小企業が、自社の経営課題の解決に向けた取り組みにおいて、札幌市内のクリエイターと連携しながらコンテンツ（デザイン、映像、音楽、キャラクターなど）活用を行うために発生する費用の一部を補助することにより、市内中小企業の競争力及び成長性を高め、札幌市経済の活性化に寄与することを目的としています。

2 補助対象者

北海道内に本社を有する中小企業及び企業グループ等。ただし、コンテンツ等の事業を主に営む中小企業者等を除く。

3 補助対象事業

自社の経営課題（自社の商品やサービスの高付加価値化を図る、更なる販路を拡大する、あるいは、業務効率化を図るために自社業務を改善する等）を解決するために、コンテンツの利活用を行う取り組み。

4 補助金額

補助対象経費の1／2以内、上限額100万円

5 補助件数

4件程度（予算400万円の範囲内で実施）
（平成30年度採択案件）

- ・クリエイティブ映像を用いた動画メディア戦略におけるブランド周知（株式会社マツオ）
- ・キャラクターを使ったブランディング事業（北海道共伸特機株式会社）
- ・北海道ソウルフード[道食]プロモーション：ラム肉編（K・N・T株式会社）
- ・販路拡大の為に会社案内及び会社ホームページの更新（株式会社ハイテックシステム）

6 補助対象経費

補助対象者が本事業実施にあたり、札幌市内でコンテンツ等の事業を営む中小企業者との間で発生する経費等。ただし、補助対象経費の75%以上がクリエイターに支払われる直接人件費であること。

7 募集期間

平成30年5月31日～8月31日

8 申請の受付・問い合わせ

一般財団法人さっぽろ産業振興財団 インタークロス・クリエイティブ・センター
〒003-0005 札幌市白石区東札幌5条1丁目1-1
TEL:011-817-8911 URL:<https://www.icc-jp.com>

北日本フード株式会社

- 所在地／札幌市西区八軒7条西11丁目1-48
- TEL／011-613-8141 ●FAX／011-631-9372
- 代表者／代表取締役社長 酒井 信男
- 設立／1981(昭和56)年5月29日 ●従業員数／35名
- URL／<http://www.kitanihonfood.jp>

酸味が苦手な北海道民の味覚を研究し、酸っぱくなく、甘味があり旨味たっぷりのキムチを開発し、販売シェアは断トツ1位!仕入れる野菜や製法にこだわり、毎年約20種もの新商品を発売するなど、漬物界をリードする。

音楽コンテンツを活用した『スーパー極上キムチ』 ブランディングPR事業 ～親から子へ、食の伝播にキムチを～

あの懐かしのCMをリメイクして復活

「スーパー極上キ・ム・チ♪」というテレビCMを覚えている方も多いだろう。北日本フーズの「スーパー極上キムチ」は販売開始以来、道内のキムチ売上1位。他社の追随を許さない確固たる地位を築いた。しかし、最近では、客層の中心が50～60代となり、若年世代での認知度が低いことに警戒感が湧いてきた。子どもの頃に実家で食べていた商品を、大人になっても食べ続ける傾向があるため、20代の親が購入しなければ、その子世代にも購入されないことになり、将来の業績に大きく影響する可能性がある。

そこで、小さな子どものいる家庭にPRするため、かつての人気CMをリメイクして、リリースすることに。地元の小学1年生3名が、アップテンポなリズムに乗せて軽快なダンスを見せるCM「スーゴクキー」は、2017年3月3日から放送開始。その後、同商品の売上げは順調に伸びている。また、商品パッケージのQRコードからアクセスして、同CMのロングバージョンPVを視聴している人も多く、かなりの反響である。

CM制作と同時にリニューアルしたWebサイトは、スマホで商品を探しやすいことに重点を置いた。簡単な情報と盛付け画像も掲載し、商品内容がわかりやすくなったため、スーパーなどのバイヤーからも好評のようだ。

その家その家で違う味も大切に

発酵食品ブームに乗って、一時落ち込んだキムチの人気は復活傾向にあるが、それに甘んじる姿勢は同社にはない。漬物が、食文化の礎として家庭の食卓にあり続けることを願って、数年前から漬物教室を開催している。受講者は抽選で決定するほど人気だ。住環境の変化などから、自宅で漬物をつくる人が減り、家庭の味が受け継がれることも少なくなった。衰退しつつある食文化の再興が、食品業界を発展させるのかもしれない。

乳酸菌発酵の本物の漬物、 文化として継承したい

キムチをもう一度盛り上げたい!と願って、事業を“再スタート”というタイミングで補助金を活用できたので、WebサイトとCMを一斉にリニューアルすることができました。完成したコンテンツへの反響にも手応えを感じています。



常務取締役
営業副本部長
酒井 秀彰



▲道内のほとんどのスーパーで販売されている人気商品



▲収録後、関係者全員で記念撮影



▲CMやPVも見られる北日本フーズHP