

北海道産食材を使用したスープカレーの開発

コロナ禍で新事業へのチャレンジ

スープカレー店「奥芝商店」の運営やカレーパン「小麦のかたまり」、デザインやWEBコンサルタントなど多数の事業を展開する株式会社NEXT LEVEL。

順調な飲食店運営を行っていた会社だが、コロナ禍で来店客数が7~8割減少したことをきっかけに新たな領域で事業展開を始めた。それが冷凍食品の製造・販売などを行う「REITOU MANIA」だ。これまでBtoCでの事業展開が中心だったが、コロナ禍以降は企業の冷凍食品をOEM製造するBtoB領域へ事業

を拡大した。冷凍食品の良さは実店舗の味の再現度の高さだという。実際に同社のスープカレー等の冷凍食品を無人店舗で販売を行うなど、飲食店運営だけでなく、小売り業態へも展開した。「REITOU MANIA」は、現在では店舗運営と並ぶほど成長した事業だという。

スープカレーの全国的な認知度を高めたいという会社は、ハンスオン型食品開発補助金を活用し、コロナ禍以降、全国の家庭で味わってもらえる冷凍食品という新たな武器を手に入れた。

家庭で本格的なスープカレーの味わいを

家庭での消費を促すため、同社が新たに取り組んだのが常温商品作り。レトルト加工することで食材の味が落ちてしまうことは避けられない課題。そこで開発したのはスープカレーのペースト。お湯にペーストを溶くだけで奥芝商店の味わいになる。具材は購入者が用意しなければならないが、その分、実店舗で提供されるものと同じような本格的な味わいになる。もう1種類作ったファイターズスープカレーは北海道日本ハムファイターズとコラボした商品。北海道の食材を消費・応援するというコンセプトで鶏肉、ジャガイモ、ニンジンが北海道産を使用。スープには利尻昆布エキスを使った。

商品企画部部長の巻口桂さんは「辛さは中辛に設定した。子どもでも食べやすい味わいも考えたが、スープカレーらしいスパイスを感じられるのは中辛がベスト」と話す。名店の味が実店舗だけでなく、家庭でも味わえるようになった。これからは家庭でも本格スープカレーが味わえるようになっていくことだろう。

企業の声



商品企画部部長
巻口 桂

事前調査、PRに活用できた

自社だけで開発するのではなく、事前調査やPRをしっかりと行えたので、第三者である消費者の意見を取り入れた商品作りができました。



「ファイターズスープカレー」のパッケージ



道産食材を使った「ファイターズスープカレー」の調理例



「スープカレー名人」のパッケージ



自分で具材を用意する「スープカレー名人」の調理例

多角的な会社基盤構築へ

子どもたちが大人になることを楽しみと思える世の中を創り、世界を一つにする会社を目指す。

株式会社NEXT LEVEL

札幌市中央区宮の森一条6丁目2-8
TEL 011-807-4642
<https://okushiba.net/>

設立 平成18年8月
従業員数 115名
代表者 奥芝 洋介

