

クラブスブランドも売り込んだ



築地蟹商、強みのカニ前面 SFショード商品力PR

カニ取扱量国内トップの築地蟹商（東京都中央区、中村格彰会長）は20～22日、東京都内であったジャパン・インターナショナル・シーフードショー（S F ショー）に出展し、強みのカニを前面に打ち出して来場者に売り込んだ。タラバガニ国内シェア7割前後といった原料確保の強みと、消費者の購買意欲をかき立てる製品作りの強みを両軸でPRした。

同社は原料相場が上昇する中、価格以上に消費者を魅了する商品を一堂にそろえた。特にタラバは大型原料のメリットを生かした製品ラインアップを拡充。量目を小さくしながらも、見えた目のインパクトを維持して二一ズのある単価の商品を大々的に売り込んだ。

小型のカニも巧みに製品化してPR。同社は「強みの商品力によって、特に平月の二一ズを掘り起こした」と意欲をみせる。同社

築地蟹商のブース
築地蟹商」の文字を掲げ、本気でカニを売り込みたい顧客に対して自社の姿勢をPR。カニの他にもアマエビやイクラ、シマホッケなどもラインアップし、品質の高さや安定供給のできる利点を本気で訴えきく目立つよう「本気ならた。の展示ブースには上部に大



築地蟹商のブ ース