

株式会社 阪急阪神百貨店

○現在実施している又は今後実施予定の取組

毎月3日～7日の「さかなの日」＝「魚を食べる（食べてもらう）日」

※阪急支店においては、既存の企画と連動させる

（毎月第3土曜日開催、別紙参照）

○鮮魚：旬の魚を打ち出し、対面販売で「魚を選択すること＝サステナ」に触れる

- ・11月：サバ、サンマ ・12月：カニ ・1月：牡蠣
- ・2月：ブリ ・3月：ホタルイカ

加えて、期間中は「くじら」の販売も強化

- ・商業捕鯨になり、食味が大幅に向上している
- ・反捕鯨運動はあるものの、海の生態系やアニサキス問題など「サステナ」につながる

○塩干：「サステナ」＝「食文化の継承」と捉える

地域産業（漁業・加工業）が継続して持続できるように、対面販売で美味しい食べ方とともにその地域の歴史や製法、乾燥技術などに触れる

- ・留萌「塩数の子」 ・村上「塩引き鮭」
- ・雑賀崎「灰干し秋刀魚」 ・沼津「あじの開き」

※ロゴマークを入れた看板およびプライスカードを作成予定

※感染状況に配慮しながら、試食やイベントも実施していく

7月兵庫マルシェ（水産）

7月16日（土）千里・西宮・宝塚

●明石公設市場「吉市水産」直送鮮魚市

「産の証」日本有数の好漁場（砂地の浅瀬）活魚中心に魚種豊富に販売
西二見海苔産→造師が作る海苔

- 【具体内容】
- ①当日の早朝、競りに同行→店舗直送販売（鮮度）
- ②西二見の造師が作る味付海苔「薫」の販売
- ③家族で大切に作られた、自慢を持って出せる商品
- ④2019年モンドセレクション銀賞受賞



●明石の「麦わらだこ」と資源保護への取り組み

明石海浜周辺から明石沖の潮流の速い海域で捕獲される「明石だこ」は、激しい潮流に流されないために溜まるため足が長く短いのが特徴。梅雨のころから7月下旬に自ら盛り時期は「麦わらだこ」と呼ばれています。日本一の明石だこは地元でもなじみ深い食材で「明石の宝物」です。

- 【具体内容】
- ①本物のだこをディスプレイ用に盛り対面コーナーでタコ巻の演出。
- ②生タコから作るタコ飯のレシピ提案と試食販売。また、自宅で生タコを賢用に茹でてもらえるような販売を検討。
- ③近年の深刻な不漁の現状と明石だこ保護への取り組み（禁漁区の指定、産卵期の休漁、マダコが住みやすい環境整備など）の発信



8月兵庫マルシェ（水産）

8月20日（土）千里・西宮・宝塚

●明石公設市場「吉市水産」直送鮮魚市

「産の証」日本有数の好漁場（砂地の浅瀬）活魚中心に魚種豊富に販売
西二見海苔産→造師が作る海苔

- 【具体内容】
- ①当日の早朝、競りに同行→店舗直送販売（鮮度）
- ②西二見の造師が作る味付海苔「薫」の販売
- ③家族で大切に作られた、自慢を持って出せる商品
- ④2019年モンドセレクション銀賞受賞



●淡路島 飯屋漁港の活はも

淡路の北東部に位置し、淡路島屈指の漁港。関西の夏の風物詩である鱈は淡路産が良質と評判。

- 【具体内容】
- ①8月第3週目に飯屋漁港に水揚げ見学（撮影）希望18日（木）見学期終了後→兵庫産加工場へ移動し、アヒの加工（開き・骨切・箱詰め）
- ②商品ラインナップ
①アヒ（大）炙ぶら、フライ用 アヒ（小）鮭・塩引き用（家切り）
③活鱈引き・煮用用（金）店着希望、一面日仕込み。
④マルシェ当日 活鱈（〇屋）各店に納品
販売方法：着及目にアヒを満引にしてみたい（試食販売）後計中



7月兵庫マルシェ

8月兵庫マルシェ

HANKYU FOOD 概要



HANKYU FOODは、阪急百貨店のお客様に楽しさいっぱいのお買物体験をオンラインで提供します

阪急うめだ本店フードフロアの品揃え、魅力的な権勢ブランド、国内初出店の海外ブランドなど、リアル独自のコンテンツをオンラインストアでも。さらに、オンラインストアだけの特集も様々な切り口で展開。2021年に実装した「おいしい読み物」では、随時記事を更新。検索流入による集客は増加傾向にあります。食品の安全性、ギフト選びの安心感を求めるお客様へのサービスもさらに充実させてまいります。



■サイトプロフィール

月間ユーザー数

平均68万人

※年々4万人UP

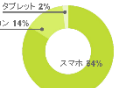
月間PV数

平均500万PV

メルマガ会員数

27万人

使用デバイスシェア



HANKYU FOOD