第11回地域食品産業貢献賞

功績たたえ7社選定

9月14日に表彰式開催

＝日本食糧新聞社制定＝

日本食糧新聞社制定「第11回地域食品産業貢献賞」の受賞企業が決定した。同賞は国内の各地域で優れた商品を生産・提供する企業をはじめ、さまざまな地域密着型の活動（地域社会貢献活動および食育活動など）を推進する企業を顕彰するもの。今回は全国から選出された候補の中から和弘食品（北海道小樽市）、千田グループ（神奈川県横浜市）、オリエンタル（愛知県稲沢市）、松浦商店（愛知県名古屋市）、井辻ホールディングス（広島県広島市）、三和酒類（大分県宇佐市）、ちゅらゆーな（沖縄県那覇市）の7社が選ばれた。表彰式は9月14日、東京・新橋の第一ホテル東京で開催する。

（西川昌彦）

同賞は本紙創刊70周年を記念して制定したもので、①地域活性化への貢献②技術革新への貢献③産業復興への貢献④社会貢献⑤ブランド力としての信頼への貢献⑥伝統を重んじて、またロングセラー商品として地域に愛されたことによる貢献⑦地域の誇りとしての存在感――以上7項目を審査基準として、その業績および功績をたたえ表彰するもの。表彰は今年で11年目を迎える。

今回も日本食糧新聞社が全国で展開する9支社局（北海道支局、東北支局、新潟支局、長野支局、中部支社・静岡支局、関西支社、中国支局、九州支局）から例年以上に多数の企業（食品に関する幅広い業種・業態）がノミネートされ、その中で極めて地域への貢献度が高いと評された企業7社を日本食糧新聞社の役員が選考委員となり、厳正なる検討を重ね選出した。

「第11回地域食品産業貢献賞」を受賞した企業は、北海道地区からはスープ・たれで道内最大手の「和弘食品」、関東地区からは食品卸・小売業としてI00年以上の歴史を誇る「千田グループ」、中部地区からは1945年（昭和20）年創業でインスタントカレー「オリエンタル即席カレー」を販売する「オリエンタル」と、名古屋を代表する駅弁屋として昨年創業100周年を迎えた「松浦商店」の2社、中国地区からはギョウザ皮や春巻皮、ワンタン皮などの製造で西日本ナンバーワンのシェアを誇る「井辻ホールディングス」、九州地区からは本格焼酎「いいちこ」で大分焼酎を全国に知らしめた「三和酒類」、沖縄地区からは離島「伊是名島」で採れた生モズクなど沖縄各種食材の普及に尽力する「ちゅらゆーな」の7社だ。

新型コロナウイルス感染症が5月8日に2類から5類へと引き下げられたことで、各地方の食品事情もインバウンド需要がけん引して回復基調にあるものの、原材料・副資材などの値上げや人件費および電気代などの光熱費の高騰などが経営を圧迫し、地方の食品業界は総じて厳しい状況にある。しかしその中で地方独自の特色を生かした物づくりや企画で一線を画した取組みで地元食品産業の活性化に尽力している企業も少なくない。同表彰事業はそういった各地方の食文化・食品産業を下支えする企業にスポットを当て、その功績をたたえるものとして意義あるものとなっている。なお、それぞれの受賞理由は別表参照。

地域食品産業貢献

受賞企業（本社所在地）	主な貢献内容
和弘食品（北海道小樽市）	素材全て生かすサスティナブル製造
	ラーメン食文化の発展へ黒子役貢献
千田グループ（神奈川県横浜市）	加工から主食用までコメを全方位で展開
	ニーズを追求した米飯商品で販路拡大
オリエンタル（愛知県稲沢市）	斬新な宣伝活動で地元の認知拡大に貢献
	インスタントカレーのさきがけ
松浦商店（愛知県名古屋市）	駅弁で名古屋の食文化を全国に発信
	事業を多角化し多様な食シーンに対応
井辻ホールディングス（広島県広島市）	テーマは「作るたのしみ、食べるたのしみ」
	食を通じて地域を笑顔に
三和酒類（大分県宇佐市）	焼酎醸造に好適な大麦「ニシノホシ」普及
	産地と連携した原料品質向上
ちゅらゆーな（沖縄県那覇市）	伊是名島産「生もずく」等産業普及貢献
	地元沖縄各種食材による地域活性化けん引

厳正な審査を重ねた選考委員

上期連続最高益も油断なし

カンロ 拡張・深化で顧客起点強化

村田哲也社長

グミの驚異的な成長とキャンデーの復調で値上げの影響をはねのけ、23年12月期中間決算で過去最高益を2期連続で更新するなど好調な業績を達成したカンロの村田哲也社長に油断はない。27日開催の決算説明会でキャンデー市場の中長期的課題について、人口減少の中、市場の奪い合いが激化し、日欧EPAや自由貿易協定での関税撤廃の動きが加速する――など厳しい見通しを示す。

一方、厳しい予測に悲観的ではない。人口減は訪日客増加に伴うインバウンド需要を取り込むことで対応。関税撤廃で欧米の巨大菓子メーカーとの競争激化については「欧州製品の単価ダウンに当社製品は負けない」とする。23年下期は、21年発表の「KanroVision2030」の達成に向け、パーパスドリブン経営の下、さらなる顧客起点を強化。顧客を広げる「拡張」と顧客との関係を深め、顧客生涯価値を向上し競争力を高める「深化」の2方向で、コア、グローバル、デジタルコマース、フューチャーデザインの4事業領域で顧客起点の強化を目指す。

デジタルコマース事業は、24年春に直営店「ヒトツブカンロ」の新常設店、東急プラザ原宿「ハラカド」1階に出店を予定。新店舗はトレンド発信地である原宿エリアに「ヒトツブカンロ」を出店し、新しいチャレンジや情報発信をすることによる企業価値向上と利益創出が目的。KanroPOCKeTと連動したオンラインをオフラインと融合するOMO施策やインバウンド取り込みによるグローバルへのブランディング強化も進める。

デジタルマーケティングも深化させる。7月9日、デジタルマーケティングの「共有」フェーズに当たる施策として、ファンミーティングを初開催。今後も「カンロのファン」との相互コミュニケーションの場となるファンミーティングの実施などを通して、ファン創出し選ばれるブランドへの成長につなげる。

フューチャーデザイン事業は、サステナビリティ軸でのさらなる取組みとして廃棄包材の活用に取り組む。デザイン会社のペーパーパレード社と共創し、廃棄包材をアップサイクルした雑貨を開発し、8月28日にクラウドファンディングプロジェクトに参加予定。

グローバル事業では、中国Amos社との連携で輸出入業の基盤を確立。3月に中国市場向け新商品ブランド「0糖1刻」を展開。秋のラインアップ拡充を控え、中国で人気のSNS、ウェイボーなどの公式アカウントの立ち上げ、中国国内での広報活動を開始する。（青柳英明）

未来のソースの可能性

オリバーソース100周年記念限定2品

「The Answer」を手に道満雅彦社長㊧と道満龍彦取締役企画室長

【関西】オリバーソースが8月1日、究極のソース2種類が入ったセット「The Answer」を税込み3400円で発売する。日本初の「とんかつソース」を生み出し、今年3月1日に創業100周年を迎えた同社は沈殿製法で熟成するソース作りにこだわってきたが、今回はクローブやナツメグなど12種類のスパイスを酢に漬け込んだ10年ものの「エイジドスパイスビネガー」をベースに、ウスターソースと濃厚ソースの2種類を開発した。

7月25日には同社本社で100年記念会見と「The Answer」のお披露目会を開催。道満雅彦社長が、1923年に神戸市で生まれた同社が、48年に日本で初めて開発した濃厚ソースを「とんかつソース」と名付けて発売し、日本のソース文化、粉もん文化の発展に大きく貢献した自負を持つとあいさつ。当時から続く沈殿製法での熟成、100年間培った技術とノウハウを注いで「おいしい」を定義したソース2種類で同社の〝答え〟を導き出した。

コンセプトは「対比」。ウスターソースの「1923」は創業時の味を再現しようと地元産トマトを使ったクランカルで香りを楽しむウスターソース。未来に向けた濃厚ソース「＼○／＼（2023）↓」は「法則がわかれば宇宙人でも読める」と独自文字で商品名「2023」をデザインし、同社のプロダクトアウト精神も表現した。「おそらくソースでは初めて」と原料にシャインマスカットを使うことでさわやかな酸味を出した。将来主流になるかもしれないプラントベースフードとの相性も抜群で、大豆ミートの課題の豆臭をフルーティーさと後味の酸味でマスキングし、新しい食文化に合う濃厚ソースに仕上げた。開発に当たった道満龍彦取締役企画室長は「今後の調味料メーカーに重要な視点はマスキングなどの機能。今は素材を生かす調理法がうたわれるが、代替肉やコオロギなど未来の食材の課題は、機能的な調味料が解決できる」と調味料の方向性も示した。

100周年記念セットは同社公式オンラインショップ、神戸阪急、大丸神戸店、大丸芦屋店で限定1000セットを販売する。（深瀬雅代）

今度は渋い俳優？

三島食品「鮭ひろし」

【中国】三島食品は、広島を代表する食材の広島菜と紅ザケを組み合わせた、彩りの良い混ぜご飯の素「鮭ひろし」＝写真＝を8月1日から新発売する。

同社では「ゆかり」「かおり」「あかり」のふりかけ3姉妹がSNSなどで話題を集め、続いて「うめこ」を発売した後、ついに「ひろし」を21年2月に発売、22年2月には「かつお」を発売するなど、堅実にシェアを拡大を続けている。特に「ひろし」は、発売当初から大人気となり、原料不足によって販売中止を余儀なくされるなど、大きな反響を呼んだ。原料の供給体制を整備し、販促を強化するなどした結果、発売初年度売上高4億円超を達成。日本食糧新聞社制定の「令和3年度（第40回）優秀ヒット賞」を受賞したほか、広島市からも「令和4年度・ザ広島ブランド」に認定され、Tシャツの商品化も行われるなど、シリーズの大人気商品として現在でも出荷増が続いている。

新たにラインアップに加わった「鮭ひろし」は、日本三大菜漬の一つである〝広島菜〟と紅ザケを組み合わせ、それぞれの素材の良さを生かして、色鮮やかに仕上げた混ぜご飯の素となっている。

そのほか、商品名に関しても「ひろし鮭入り」ではなく、渋い俳優の名前と見間違えるような「鮭ひろし」にしているのも話題となりそうだ。また、同社では続いて梅バージョンの商品化も検討中なのか、パッケージの裏面には謎の画像が掲載されているのも一興だ。

「鮭ひろし」の内容量は14g、希望小売価格は130円（税別）となっている。（浜岡謙治）

日本食糧新聞

日本食糧新聞社
東京都中央区八丁堀2-14-4
ヤブ原ビル(〒104-0032)
news.nissyoku.co.jp
編集・広告☎03(3537)1303
購読☎03(3537)1311
【支社局】北海道☎011(866)0721/東北☎022(225)2721/新潟☎025(240)8810/長野☎026(228)5520/中部・静岡☎052(571)7318/関西☎06(7664)3801/中国☎082(223)2535/九州☎092(291)1790
購読料 半年33,352円
（本体30,882円＋税8%・前金）

©日本食糧新聞社2023年

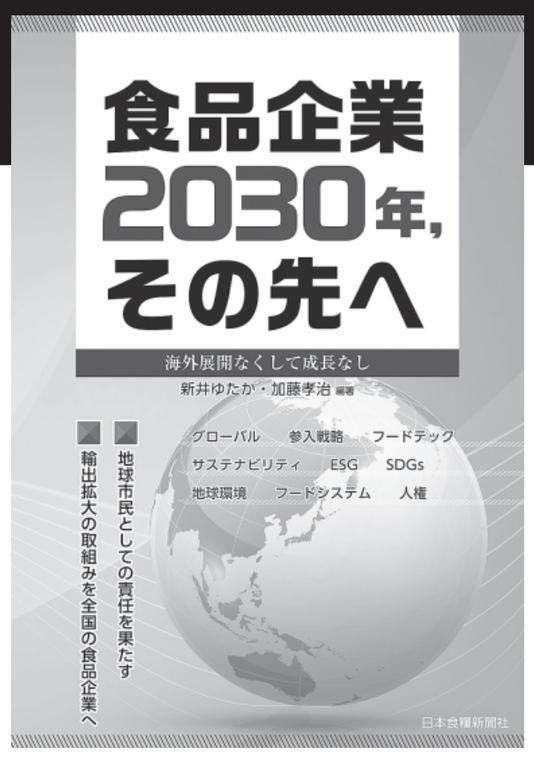
INDEX

三菱食品、近未来への「決め手」示す 2
マイハニーがイヌリン入りはちみつ 3
6月のPOSデータ① 4
製粉特集 8～12

無料メルマガ
食品業界の最新動向がわかる
https://news.nissyoku.co.jp/

知って得する勉強会
日食セミナー
食品経営者フォーラム、食品ニューテクノロジー研究会などの日本食糧新聞のセミナー情報はこちらから
http://info.nissyoku.co.jp/

食の世界2030年の見取り図は!?



現在を生きている人だけではなく未来を生きる人を意識した戦略
海外市場へのアプローチは、各企業に課された課題
成長する海外食品市場をどう取り込んでいくか
1億人の国内市場ではなく、70億人の世界人口をイメージした戦略を構築

編著者
新井ゆたか・加藤孝治

食品企業2030年，その先へ
海外展開なくして成長なし

A5判　223頁　2022年10月31日発行
定価2,750円（本体2,500円＋税10%）
ISBN：978-4-88927-281-9 C3036

掲載内容
◆第1部
2030年を展望したグローバルポートフォリオの課題
日本の食品企業の海外展開を振り返る
グローバル食品企業の戦略
サステナビリティ=地球市民の責務
コラム
◆第2部
チャレンジする日本の食品企業に学ぶ
「チャレンジする日本企業」の学び方
■新たな事業領域を探るイノベーション
■日本独自の商材、キラーコンテンツの活用
■社会課題の解決に向けて

日本食糧新聞社 読者サービス本部
東京都中央区八丁堀2-14-4 ヤブ原ビル7F
【TEL】03-3537-1311【FAX】03-3537-1071
【MAIL】honbu@nissyoku.co.jp
【ホームページ】https://info.nissyoku.co.jp/

Yahoo!ショッピング
Amazon
弊社書籍販売サイトでご購入いただけます
日本食糧新聞社書籍販売サイトはこちら→