FoodNavigation
http://www.foodnavigation.com
2018年10月31日
NO.FNJ2018 一試読版
Provided By Food Navigation Japan

ケンコーマヨネーズグループ総合フェア「KENKO ACTION 2018」～ for ～

メインコーナー「THE にっぽんのサラダ」

ケンコーマヨネーズ株式会社
代表取締役社長　炭井孝志 氏

ケンコーマヨネーズは10月18日（木）・19日（金）、ベルサール高田馬場（東京都新宿区）にて、ケンコーマヨネーズグループ総合フェア「KENKO ACTION 2018」～ for ～ を開催した。

今回のテーマ“for”では、2018年4月から始まった新中期経営計画「KENKO Value Action」～価値の創造～ を実践する上で、今回のグループ総合フェアで提案・紹介するものが「何のための価値なのか」「何に繋がる価値なのか」を明確化し、来場客に具体的に得られる効果を提案した。

同フェア開催当日、同社炭井孝志社長は「食を取り巻く環境としては、中食需要が拡大傾向にあるが、現場での人手不足や物流コストの増加、エネルギー価格の高騰など、業界を取り巻く環境は決して優しくない。消費者のライフスタイルや食に対する価値観は継続して健康志向や安全・安心への追及、原材料へのこだわりが強まっている。また、インバウンド需要や海外発の食トレンドの流入など、年々多様化しており、それに合わせた提案の多様化も求められている。

このような環境下、当社では簡便性、健康志向、高付加価値など、市場ニーズやトレンドに合わせた商品を開発し、各業態に合わせた決め細やかな対応を実視する“分野別・業態別対策”を強化していく」とした。

会場内はメインコーナーの「THE にっぽんのサラダ」をはじめ、業態別課題解決メニュー提案コーナー、販売強化商品コーナー、注力業態である中食コーナー「中食のアシタ」など、6つのコーナーで構成された。

THE にっぽんのサラダ

「濃厚抹茶のごぼうサラダ」
▲海外で支持の高まるMATCHA（抹茶）を使用したサラダ。

「THE にっぽんのサラダ」では、インバウンド需要などが高まる中、日本の価値・文化・誇りに着目したサラダ料理を提案。大豆やかつお節、麹、わさび、蕎麦、抹茶などを使用したサラダ料理を紹介した。

㈱フードナビゲーションジャパンの許可なく当該掲載記事及び写真等の複製・転載・変更・譲渡・販売・出版・当媒体を利用しての営業活動等、著作権法および当利用規約に反する行為を禁ずる。　Copyright（C）2011 Food Navigation Japan Co., Ltd. All Rights Reserved.

Food Navigation 年間利用会員様 募集のご案内

惣菜売場でのポイントは弁当。弁当類は平台で展開され、弁当の盛り付けに特に力を入れているという。百貨店の商品の盛り付けを目指し、ボリュームを出しつつ、豪華に見得るように、品目や色合いなども工夫されている。

"鮮度感"のある情報を・・・

ヨークベニマル矢野目店オープン当日、㈱ヨークベニマルの大高善興社長（代表取締役社長 兼 COO、セブン＆アイ HLD. 取締役）は震災後１年の東北エリア、自社について次のようにコメントした。

■ 3.11 以降の変化

東北エリアを見ていると、3.11 大震災以降の購買行動が変わってきたように見える。一つは高齢化、年金、社会保障に関する不安から、１円でも安くという節約志向にある。もう一方では、同じ買い物をするのであれば、商品を吟味して安全・安心など、価値のあるものを買うというニーズが一段と高まっており、大きく二極化してきたといえる。どっちつかずの商品やサービスは消え行く傾向にあるようだ。自分達のターゲットとコンセプトを明確にし、お客様を創造してい

も好調なセブンイレブンのマネジメント力などをもっと学ぶべきであると思っている。

■セブンプレミアム商品について

セブンプレミアム商品の開発には、明確な目標や志、コンセプトが必要。これからはカテゴリー毎に“コア”商品を作らなくては生き残れない。セブンプレミアムシリーズに関してはリピーターが増えており、特にゴールドシリーズに関しては、月を追うごとに増えている。価格は安くはないが支持は高い。大事なのはベーシックな商品でリピーターをしっかり作っていくこと。珍しいものを作るより、基本の商品で多くの支持を集めていくことが大切。

■ SM にとっての PB

我々の商売の最大のプライベートブランドは野菜であり、鮮魚であり、精肉であり、デリカテッセンである。そこにデイリーや加食、セブンプレミアム

セブンプレミアム商品の開発には、明確な目標や志、コンセプトが必要。これからはカテゴリー毎に“コア”商品を作らなくては生き残れない。セブンプレミアムシリーズに関してはリピーターが増えており、特にゴールドシリーズに関しては、月を追うごとに増えている。価格は安くはないが支持は高い。大事なのはベーシックな商品でリピーターをしっかり作っていくこと。珍しいものを作るより、基本の商品で多くの支持を集めていくことが大切。

東北エリアを見ていると、3.11 大震災以降の購買行動が変わってきたように見える。一つは高齢化、年金、社会保障に関する不安から、１円でも安くという節約志向にある。もう一方では、同じ買い物をするのであれば、商品を吟味して安全

◀▲上記記事は過去掲載記事例です。

■『Food Navigation』とは・・・

スーパーマーケットの新店をはじめ、コンビニや一部外食など、惣菜を中心に生鮮部門などもレポートする Web 閲覧媒体です。特に惣菜においては、各バイヤーのコメントなど鮮度感のある情報を提供しております。

■年間サービス利用料金

年間サービス利用料：**９０，９００円＋税**（税込 98,172 円） ※こちらは小売業様価格となります。

■ご利用にあたって

※当サービス利用申込企業様は当サービス「利用規約」を承諾したものとします。

※当サービスでは、会員様が安全にご利用頂けるよう暗号化ファイル（FinalCode システム）での提供をしております。FinalCode の動作環境としては、OS は Windows7 以降、Web ブラウザーは Internet Explorer 10、11、 Microsoft Edge となっております。※ JavaScript 使用※ Cookie 使用。

※また、当サービスは契約企業内のみでの利用となっており、営業手段としての利用は禁止しております。

≪ 入 会 申 込 書 ≫

株式会社フードナビゲーションジャパン　　担当 ： 小池 宛

FAX. ０４８－４２４－５５４７

TEL. ０４８－４２４－５５４６
携帯：０９０－２５４５－４７２４
E-mail：info@foodnavigation.com

申込日：　　年　　月　　日（　　年　　月より利用開始）

☑『Food Navigation』利用規約を承諾し、年間利用に申し込みます。**※左空欄にチェックを入れて下さい。**

配信先担当者	企業名		連絡先	TEL：
	住所 部署 役職 氏名	〒		FAX：
			情報配信先	E-mail：
請求先	請求書送付先 担当者 部署・ 役職・氏名		連絡先	TEL：
				FAX：