

## 「ケンコーマヨネーズグループ 総合フェア 2022」開催 ～ひらくあした、つなぐみらい～



「つなぐみらい」ゾーン



「ひらくあした」ゾーン

ケンコーマヨネーズは10月13日（木）・14日（金）、自社グループ商品展示・商談会「ケンコーマヨネーズグループ総合フェア 2022」を開催した。

同総合フェアは、新型コロナの感染拡大により3年ぶりの開催となった。3年振りの開催となったが、未だコロナ禍であり規模を縮小しての開催となった。

今回のテーマは「ひらくあした、つなぐみらい」とし、同フェアの開催を通じて、より良い未来へとつなぐことを表現した。

会場は「つなぐみらい」ゾーンと「ひらくあした」ゾーンの2ゾーン構成で実施。「つなぐみらい」ゾーンでは「ケンコーファンづくり」を目的とし、同社企業情報をはじめ、グローバルトレンドや輸出情報などを提供した。

「ひらくあした」ゾーンでは「販売拡大」を目的とし、外食向けの消費を促す6つのキーワード「安心」「健康」「背徳」「贅沢」「冒険」「共感」で提案。中食向けのキーワードは「冒険」とし、新しい刺激となるメニューを提案。パンカテゴリーでは「健康」「贅沢」とし、身体の健康と心の健康に特化してメニュー提案を実施した。



グループ企業



Salad Cafe

ケンコーマヨネーズ(株)の炭井孝志代表取締役社長は報道向け説明会において、コロナ禍での同社の状況や展開施策について説明した。

今年度は行動制限も緩和され、今春より外食産業

にお客様が戻りつつあったが、第7波により感染者数が増加。しかし、お盆をピークに減少に転じ、また、with コロナ対策により「全国旅行割」もスタートした。外食や観光需要が見込まれ、我々業務用企業にとっては大きく期待される出来事といえる。

当社生産量は2019年度並みに戻りつつあり、第1四半期は売上高200億円と過去最高となった。また、国内原料の馬鈴薯に関しては、今年度も北海道産の収穫が終わり、量についてはほぼ確保できている。

一方、気候変動や異常気象、ロシアのウクライナ侵攻、円安などにより、原料・資材・エネルギーコスト等の高騰はリーマンショック以上の衝撃を感じており、大変厳しい状況が下期や来期に訪れると考えられる。

当グループの使命は、食を未来につなげる新しい提案をしつづけることであり、これからも食市場を盛り上げていきたい。

2021年度から始動した中計「KENKO Transformation Plan」も折り返しの地点に来た。テーマである「BtoBtoC」「イノベーション」「構造改革」「グローバル」の4つのテーマとサステナビリティ方針を軸に、企業価値の向上と持続的な成長へ向けた変革を実施している。

当社は業務用専用メーカーであったが、その機能と優位性は残しつつも、現在は市場の変化にも対応するメーカーへと変わっていく必要がある。我々の提供する美味しさを消費者の方々にも直接伝えていきたい。

## ■値上げ

少し前までは企業努力で何とかできたレベルであったが、今は企業レベルでどうにかなるレベルではなくなった。

企業活動を継続してお客様に商品を提供していく上でも、値上げをしていかざるを得ない。お客様にはご理解を頂き、真摯に値上げをお願いしていくしかない。

## ■ BtoBtoC

コロナ禍で即食・簡便商品のニーズが高まっており、当社においても業務用商品の小型化商品は、

ECやドラッグストアへの新たな販路も実験的にスタートし、少しずつではあるが前進している。これまでは業務用商品を展開してきたが、近年メディアにおいても業務用専門スーパーなどが露出しており、一般消費者の方々に我々の業務用商品のニーズがあることが分かる。これは、我々の味や品質等が支持されているともいえる。

我々は業務用メーカーではあるが、エンドユーザーのニーズを理解するためにも、消費者の方々との直接の接点をより強めていきたい。消費者に直接手に取って頂き「いいね!」と言って頂ける商品を提供していきたい。

## ■ ジャパニーズプラントベース

近年、「プラントベースフード」という言葉をよく耳にするが、私は日本の郷土料理は最大のプラントベースだと思っている。日本には昔から素材を活かしたメニューが各地にある。大豆由来の商品ばかりが注目を浴びているが、ジャパニーズスタイルのプラントベースフードと肉や魚を組み合わせたメニューの展開なども支持を頂けるのではないかと考えている。国内だけではなく、海外に対しても支持を得られるのではないだろうか。



「ポーク&タマゴの魯肉飯おにぎらず」

▲ドカンとした大きな具材がインパクト抜群。魯肉飯をおにぎらずで再現した。風味豊かな肉そぼろと食感の良いナムルを挟んだ。