

スギヨ

地域農業振興で地域活性化 地域の農・水産品で商品開発

▶杉野哲也社長



石川県七尾市に本社を構えるスギヨ。「おいしさを能登から世界へ」を掲げ、水産練り製品を中心に製造販売しており、1907年に製造開始したちくわ、72年に発売し大ヒットしたかに風味

味かまぼこ「かにあし」、2004年発売の「香り箱」はその技術力と業界への貢献から、第45回農林水産祭で最高賞の天皇杯（水産部門）を受賞している。

グループでは、米国で「かに風味かまぼこ」を製

造する「Sugiyo U.S.A」、数の子わさび、みそ漬など農産物・水産物の加工・販売「マルタスギヨ」、07年から参入した農業事業は、地元能登で自家栽培した農産物を地元スーパーなどで販売するほか、農産物と水産材料を組み合わせた商品開発を行うなど、地域農業の振興を図り、地域の活性化にも寄与している。

今期営業方針について杉野哲也社長は「マーケティング強化」を掲げ、伸長業態に注力している。特に業務用市場は裾野が広いと、外食も居酒屋系、レストラン系、さらにイタリアン、和食、中華など。給食産業も、学校、工場、オフィス、病院、老健施設、中食は惣菜、弁当、さらに宅配かテイクアウトかなど、将来性を見据えて、細かく分析し、提案につなげていく。

一方、商品面では、「日本かまぼこ協会」が中心となり進める「フィッシュプロテイン」を訴求し、魚肉練り製品にたんぱく質が豊富に含まれていることなど、栄養面の優れた特徴を生かした商品づくりを進めている。

創味食品

和洋中網羅する高品質メーカーへ 業務用、市販用両輪で存在高める



▲山田佑樹社長

1950年に業務用向け調味料製造で創業。そこで培った技術を生かして1987年に市販用に参入。業務用、家庭用の両輪で得意先、消費者の支持を得て成長してきた。2020年度はコロナウイルス感染拡大の影響を大きく受け、オイルショック以来、48年ぶりの減収になった。

終息が見えない世の中だが、「これまで脈々と受け継がれてきた日本の外食、給食文化が簡単に衰退することは考えられず、またそうならないためにも、外食産業の

さらなる発展に貢献する」とし、大きな方向転換をせずに進める考え。2017年から取り組む中期経営計画のテーマ「和洋中の全ジャンルにおける高品質メーカーへ」の達成を目指す。

コロナ禍により業務用や海外事業の進捗は遅れが発生しているが、終息後のリベンジ消費が予測され、さらには新商品のカレーやデミグラスソース等も順調に推移しており、引き続き洋風調味料の拡販に努めていく。市販用は「だしまる酢」「聖護院かぶらのみじおろしぼん酢」のヒットもあり、順調に推移する。今春発売したパスタソース「ハコネーゼ」は、明石家さんま氏を起用したCMが食品部門好感度ランキングで1位を獲得。SNSでの積極的なPRも功を奏して認知が広がり、発売から約半年で累計出荷数400万個を突破した。

また市場の高価格帯レトルトパスタソースは、外装入りが主流となるなか、「ハコネーゼ」はそのまま電子レンジで加熱できるパウチを採用した点がエコに関心の高い消費者から注目を集める。SDGs活動の一環として、今後も過剰包装廃止に向けた取り組みを継続。見た目ではなく中身で勝負するメーカーを目指す方針を示す。