

話題作りが売場活性化に原料栽培を推進

▶末貞操社長



主力商品の「ゆかり」を筆頭に「かおり」「あかり」が“ふりかけ三姉妹”として話題を集めた。さらに、昨年登場した「うめこ」そして今年春、初めての男性キャラとして注

目された「ひろし」の“新勢力”が、“三姉妹”を脅かすほどの予想を上回るヒット商品となった。「ゆかり」が50周年を迎えた昨年は関連グッズが月替わりで当たるキャンペーンを実施し、大きな反響を得た。同じ50周年ながら陰に隠れて

いた「炊き込みわかめ」は、今年になり“中途半端企画”として51周年キャンペーンで脚光を浴びている。

次々と繰り出される仕掛けがSNSで話題を集め、ふりかけ売場の活性化につながった。こうした取組みは消費者と企業の距離を近づけ、ファンづくりにも大きく貢献する。昨年、「青のり」の原料であるスジアオノリが不足していたため、別種の原料に替えた商品を発売した。表記を「あおのり」に変更しパッケージで原料事情を説明するとともに、「必ず帰ってきます」とのメッセージを添えた。「好感を持って受け入れていただいた。前の『青のり』に比べ売上が落ちることもなかった」と末貞操社長。「良い商品を良い売り方で」という同社の基本方針が実践されている。

同社は15年前から広島県北広島町で「ゆかり」の主原料である赤しそを栽培する。また、福山市ではスジアオノリを養殖している。今年中には原料を確保し、待ち望まれる「青のり」の販売が再開される見通しだ。

変化対応・事業領域拡大推進 新人事評価制度で組織に活力



▲青木基博社長

コロナ禍は食品産業にも多大な影響をもたらしたが、ひととき大きな打撃を受けたのが外食・業務用業界だ。名給（名古屋市）にとっても、主軸の給食事業に係る政策が二転三転、その対応に追われる日々が続いた。「進取果敢」を掲げ臨んだ21年10月期。売上高は前年度を超える見通しだが、本格回復へは道半ば。より強靱な組織を作り上げ、次ステージでの飛躍を期す。

「給食事業は、学校給食、産業給食、メディカル給食が3本柱。21年に入ってから学校給食、メディカル給食は回復基調にあるものの、産業給食はテレワークなど働き方の変化により、元通りになることは難しい」と青木基博社長は語る。

そうした中で、保育園、幼稚園など手薄だったキッズ市場に向けての提案を再強化。また、取引先企業での職域販売にも着手。これを足掛かりに、企業が福利厚生の一環として在宅勤務者に行う食事支援事業などにつなげていきたい考えだ。

「コロナ下でなかなか身動きが取れない中、この2年は内部環境の改善に力を入れた。特に働き方改革が進む中で、今の時代にあった人事評価制度が必要と判断。今期から新規導入する」という。

「創業100年に向けて、引き続き『健全経営』に邁進していく。そのためには、経営方針に掲げる営業・物流・情報・システム・品質の5本柱の機能を進化させ、1つ1つをユーティリティとして確立させることが必要。それぞれが事業化できるくらいまでにレベルを高めていきたい」