



直撃インタビュー

味の素

栢原紫野 九州支社長

地域の健康課題解決の取り組み

味の素九州支社は、ASV (Ajinomoto Group Shared Value) の一環として地域の健康課題解決に取り組んでいる。内容は、野菜摂取増加を応援する「ラブベジ」、減塩製品やうま味・だしを通じて減塩する「おいしい減塩」、簡単に無理なく朝食を食べることで栄養改善を推進する「朝食らぶ(あさくらぶ)」、九州オリジナルの「バリはや!うまか飯」など多岐にわたる。

九州支社のASV活動について

九州支社は「九州はひとつひとつ」という方針で、焦らずひとつ、ひとつ取り組んでいる。

各県にそれぞれの風土、マインド、食文化、健康課題がある。俯瞰してみると、一貫性のないように見えてしまうかもしれないが、これが各県にとって一番大事な

なこと。あくまでも、地域のために、一番に取り組んでいる。まだ至らないところもあるが、それぞれ丁寧に焦らず進めてい

九州と東京の違い

九州と東京の違いはユーザーのマインドに違いを感じる。九州を主戦場に活動しているユーザーは、地産地消

などを志し、九州が本場が好きであり、それぞれの土地を愛しているというイメージ。

活動の原動力は

各県の健康課題を解決していこうという想いを、営業担当者や広報担当者が同じ方向を向いて持っている。これは非常に凄いこと。イベントを実施すると取りこぼしなどあるが、互いをフォローし合っている。これにより、互いにリスペクトし合い、組織を高め合っ

各県の風土に応じた取り組みを実施

また、現在ではコロナ禍で小売店での店頭活動が制限されていることから、インスタグラム「あじQキッチン」(写真右下)を立ち上げた。旬の素材を使用したレシピや、料理講習会のレビューなどを発信し、生活者とのコミュニケーションを図っている。今回、栢原紫野(かやはらしの)九州支社長(同左上)が本紙の取材に応じ、その内容を伺った。

(聞き手 石母田昂)

取り組み

取り組みを行うことで取引先との信頼関係を築くこと、営業としての数字を作ることもできるので、やり

がいにもダイレクトに繋がる仕事となっている。こちらから指示をしなくても取り組みを推進し、報

告に来るような形になっており、非常にいい循環ができています。

協働相手やその反応

協働する業態は圧倒的に量販店が多い。そのほか、県庁食堂など。食堂については、非常にいい反応をい

ている。



量販店に関しても、生鮮の売り上げが伸長したこともあり、バイヤーから高い評価を得ており、一度実施するとリピートすることも多い。時期によってコンセプトを変更するなどMDに組み込むケースもある。

— 今後、営業部門の

佐賀県が推進する「いただきます! SAGAVEGETABLE START PROJECT」と連携し、野菜に関するクイズラリーイベントを県内量販店で実施。食品売り場内4カ所に設置された野菜に関するクイズパネルを巡るもので、お土産として野菜レシピな

熊本の野菜摂取量が成人1日あたり約100g不足しているという状況から、ゆめマート熊本と協働し、熊本県が取り組んでいる「野菜くまもり運動」に賛同して「ラブベジ」フェアを実施。おいしい野菜に恵まれた九州の特徴を活かし

九州6県での取り組み

佐賀県

佐賀県が推進する「いただきます! SAGAVEGETABLE START PROJECT」と連携し、野菜に関するクイズラリーイベントを県内量販店で実施。食品売り場内4カ所に設置された野菜に関するクイズパネルを巡るもので、お土産として野菜レシピな

熊本県

熊本の野菜摂取量が成人1日あたり約100g不足しているという状況から、ゆめマート熊本と協働し、熊本県が取り組んでいる「野菜くまもり運動」に賛同して「ラブベジ」フェアを実施。おいしい野菜に恵まれた九州の特徴を活かし

リム化が進んだ場合の対応

人を増やす、維持するのは厳しいと感じている。しかし、これまでのやり方がひとつのメゾットになることで、担当が変わっても対応することが出来る。また、店舗側の人々が理解することで実施する形になれば良い。また、東京と大阪の2

長崎県

長崎県の野菜摂取量は、成人1日あたり約100gの野菜が不足しているという背景から、長崎県庁、県庁食堂「シェ・デジマ」と協働し、「コロナ野菜のド

拠点化から人を送るような形も考えられる。

ニューを「野菜の日」(8月31日)にちなみ、長崎県庁内の食堂を含む5カ所で提供した。この取り組みはメディアにも取り上げられており、県民の野菜摂取向上に貢献している。



「いいね!」53件
aji_ajinomoto 鹿児島純心女子大学で学ぶ、管理栄養士の...
の皆さんが野菜をたくさん食べてほしい!という思いで考えた「ラブベジ」! コラボレシピ第7弾は「野菜で炊き込みドリア」です! ドリアの味付けはなんと! カッパスープ! ✨
ご飯を炊き込む際に、カッパスープを1碗入れて味付けしちゃいます!

て、熊本県民の健康づくりを推進していくため、「ラubej」野菜料理レシピカードの配布や、野菜売り場ショーケースへの啓発POPの掲示を行った。

■大分県

県の野菜摂取プロジェクト「まず野菜もつと野菜」のロゴ入り販促物や、支社オリジナルレシピカードを使って店頭で野菜摂取を訴求。また、県作成レシピに味の素材製品を差し込んで訴求することで、県と連携した「ラubej」フェアを実現。また、21年11月には県民の朝食接種率向上を目指した取り組み「朝シャキーン」に賛同し、大分県「健康寿命日本一おうえん企業」として味の素材、味の素AGF、トキハイндダストリーと協働して「朝食ラブ(あさくらぶ)」企画を店頭で展開した。

■鹿児島県

鹿児島純心女子大と「ラubej」の共同企画を実施。管理栄養士を目指す学生が野菜を摂取できるレシピ8品(かき揚げ丼、麦みその和風アヒージョなど)を作成。鹿児島県くらし保険福祉部健康増進課からのメッセージを入りりフレット

を作成し、腱の健康キャンペーンと連動して展開した。

■山口県

県民の野菜摂取量が少ないという調査結果を受け、山口県は「元気っちゃ!や

まぐち1ベジライフ」を推進。これに賛同し、「やまぐち健康応援団」企業である丸喜と共同して「ラubej」フェアを展開。丸喜29店舗の野菜売り場や調味料売り場で、山口県制作の「や

まぐち1ベジライフ」のほり、「やまぐち1ベジライフ」と「ラubej」コラボのメッセージボード、「ラubej」野菜料理レシピカードを配布する等の啓発活動を行った。

■福岡県

管理栄養士を目指す九州女子大の学生が減塩レシピを28品提案し、そのうち10品を選定。メニューリーフレットを作成し、サンリブもりつね店などの県内スー

パーやドラッグストアで展開した。そのほか、福岡県健康イベントに参加。イオン香椎浜店において、福岡県ヘルシーメニュー味の素版のラubejキッチン実演とデジタ

ル活用も合わせて展開。また、九州支社広報チーム作成の「うま味」クイズパネルの展示や、九州女子大とのコラボ減塩レシピの配布などを行った。

日清製粉ウェルナ '22年春業務用新製品

日清製粉ウェルナはこのほど、2022年春の業務用市場向けの新製品として、常温製品7品目・冷凍食品6品目の計13品目を3月1日(早ゆでスパゲティのみ6月1日)から全国で発売すると発表した。



コロナ禍でテイクアウトや中食・惣菜の需要は高まり、各業態からのニーズも多様化している。日清製粉ウェルナは、時間が経ってもおいしさが維持され、多様な食感・外観の要望に応える日本唐揚協会監修の「THE KARA AGE」シリーズ(常温)や高齢の人でも食べやすく、おいしさを追求した「Smile Meal」シリーズ(冷食)など、おいしさの維持向上とオペレーションの効率化を支援する新製品を届ける。業態ごとのメニューや売り方

の提案を積極的に行い、業務用市場の活性化を支援する。〈タイプの違い4種類のから揚げ粉〉日本唐揚協会監修のもと、「THE KARA AGE 薄衣サクサクから揚げ粉 SAKU・KARA」「同ゴツゴツから揚げ粉 GOTSU・KARA」「同タレかけカリサクから揚げ粉 TARE・KARA」「同サクザクから揚げ粉 ZAKU・KARA」(すべて1kg×10)を発売。いずれのタイプもテイクアウトやデリバリーの現場で求められる「時間が経ってもおいしさが維持



される」ことを追求し、食感・外観がそれぞれの特長に応じた仕上がりになるように設計されている。ミックス粉だからこそこできる課題解決を提案する。〈高齢者でも食べやすい調理パスタ〉「Smile Meal」シリーズは、「高齢者の健康と栄養に配慮した味・品質設計」と「簡便調理」という特長を有した調理パスタの



新シリーズ。めんの長さを半分にし、塩味控えめで食物繊維入りの設計にすることで、高齢者も食べやすいように工夫している。「マ・マ・THE PRO Smile Meal」やさしい味わいナポリタン「同やさしい味わい和風パスタ」(ともに230g×12×2)。(スプーンにのつかるミニサイズ)「IQF(バラ凍結)シリーズ」に、スプーンにのつかるミニサイズの新製品「IQF MINI」が登場。フィジリ・ストレートマカロニ・シエルの3種類のショートパスタで、スープやサ



「天ぶら粉バックに入れてもかるサク衣」(1kg×10)は、バック売りが増えてきたなか、経時耐性をアップさせることで、時間が経ってもサクサクした歯切れのよい食感を実現、べたつきや油っぽさを感じにくい仕上が

「マ・マ・THE PRO 早ゆでスパゲティ1.6mm」(2.5kg×4)では、リニューアルを実施。さらにおいしく、業務の効率化に寄与。「惣菜用バリエーションパスタ」シリーズに、「マ・マ・THE PRO 惣菜用バリエーションパスタペロンチーニ」(330g×12×2)が登場。既存の「ナポリタン」「たらこ」「和風きのこ」と併せて、ユーザーの惣菜売り場でのメニュー強化を支援する。