

# 加藤産業、春&夏の新品発表会

## カンピー、プレミアム帯新ブランド展開

【大阪】加藤産業は12日、「第47回2023春&夏の新品発表会」を神戸国際展示場で開催。全国の量販店、SM、CVS、生協、外食店など約3000名が事前に来場登録。出展は、535社4793アイテム(うち新製品1349)。出展の内訳は、常温加工食品が325社3441アイテム(新製品904)、チルド日配冷凍食品74社833(333)、酒類136社519(112)。前年春夏より出展社

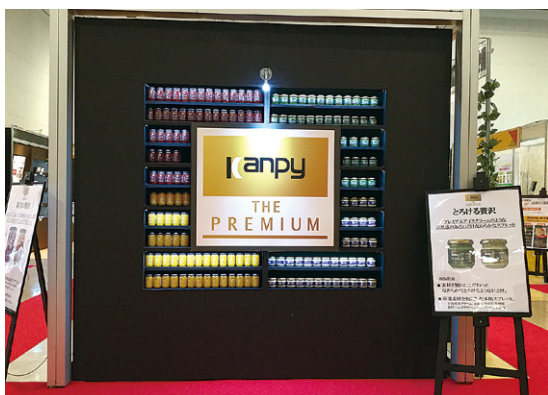
数は増加もアイテム数は減少。会場はゾーンに区切って入退場管理を行い、個包装での試食提供や試食エリアの設置など、感染防止対策を徹底して開催した。

「Kampy」では、新ブランド「Kampy THE PREMIUM」を立ち上げ、食卓が華やぐ、最上級の食品を提供する。第一弾商品として、ジャム「果実の贅沢」(3種のいちごジャム/3種のマーマレード)、スプレッド「とろける贅沢」(宇治抹茶ク

リーム/濃厚バナラクリーム)の2種4品を発売。ジャムは3種の果実を独自の黄金比率でブレンド。スプレッドはプレミアムアイスをイメージし、なめらかな食感を追求



会場では記者会見し、菅公博常務営業本部副本部長は「カンピーザ・プレミアム」はカンピーブランドの最上級に位置付ける。2年をかけて商品開発した。先ずは使ってもらえないと使い続けてもらえないので、商品の特徴が伝わるよう提案していくと話した。今後、ジャム以外のカテゴリでもラインアップを拡大していく。



PB商品は「ザ・プレミアム」を含め、新商品29アイテム、リニューアル6品を紹介。高付加価値や、お手頃感、健康志向、簡単便利、イエナカ充実など、変化するライフスタイルに寄り添って商品開発した。また、テーマコーナーは、3つのテーマを設けた。「暑さに負けない体づくり」として、食から対策する熱中症予防を提案。「暑い夏こそ爽やかに!」では、涼味商

戦スタートで消費者ニーズを掴む提案。行動制限の緩和で今春は外出ニーズが高まると予想し、「ぼかぼかかけ!」として、行楽弁当を提案した。地域メーカー、こだわりメーカーをエリア別に紹介する「デイスカバリーニッポン」コーナーでは、北海道から九州までの60社が参加。うち、各支店が推奨する取組メーカー26社をクローズアップした。

新製品紹介ブースでは、レンジ対応など短時間で簡単に調理可能な「タイパ商品」(ご飯まわり商材や米粉商品など「お米回帰」、栄養素を手軽に取れる「栄養チャージ」を春夏の新製品トレンドとし、新製品を一堂に展示した。ほか、酒類コーナーではグループのヤタニ酒販のPBワインやインバンド向け商品、環境に配慮した紙パックワインを提案。低温コーナーでは、ケイ低温フーズが手掛ける留め型商品や、冷凍弁当などを紹介した。また、10月5月31日まで、新製品情報Webサイ

「KATOVIRTUAL EXPO」をオープンしている。各メーカーの新商品を、動画を交えて紹介。展示会で展開したテーマコーナーの内容も、全て掲載した。動画プラットフォームとして、社員がおすすめ商品の魅力やトレンド情報を紹介する「KatoTV」も順次動画を追

料理の決め手は、おいしいしょうゆ。

超特選しょうゆ

本膳

お問い合わせ  
東京都中央区日本橋小網町二一三  
☎〇三三六六九一四四二

Webサイトについて、菅常務は「展示会で見たものを後からゆっくり見ることができ、販促ツールのひとつとして考えている。提案会や営業と連携させることで、意思疎通が取りやすくなったと感じている」と話した。

「鍵穴」  
ぺこぺこばんばん。この響きにピンときた人は多分、中高生くらいの娘さんがいるのではないだろうか。数年前の正月、目の当たりにしたこの呪文は、初詣に訪れた女の子が編み出した二礼二拍手一礼だ。近年、お寺でも二礼二拍手一礼をよく見かけるようになったが、ま、お参りするだけいいかと、気にしないようにしている。だが、この2人は悩み、周囲を観察、あ!ぺこぺこばんばんべこだつ!と気がついた。1人が、ばんばんべこりだね?と言ったが、連れは、違うよ、ばんばんの前にべこりを2回してるよ!と論じた。そして、編み出された呪文が、ぺこぺこばんばんべこ。家人と2人は笑うのも忘れ、むしろ感心:。ただ、この呪文には後遺症が。その後、神社に参拝するたびに頭をよぎる。世界平和を切に祈った今年の初詣も然り。だが、呪文を編み出した2人に罪はない。形式はどうあれ、願う気持ちが大抵。どうか良い年でありませうに。