

はまな・のぶひさ 1993年
 滋賀大経卒、中壱酢店(現ミツカ
 ンホールディングス)入社。ミツ
 川出身。

カン副社長を経て17年から現職。
 ゼンブジャパン社長も兼務。広島
 パンスも生かしながら商品化
 を進めた。今後は海外とのネ
 ットワークも増やし、商品群
 の幅を広げていくつもりだ。

ミツカンホールディングスは食の原材料を可能な限り丸ごと使って開発した食品を提供する「ZENB(ゼンブ)イニシアティブ」に力を入れている。世界的な人口増による食糧不足や環境に優しい食材の提供が求められていることを背景に、3月には初めての商品を発売した。約80人の社内プロジェクトメンバーを率いるのが浜名誠久取締役(49)だ。



「いよいよスタートラインに立った。未来ビジョン宣言の中心となるゼンブイニシアティブをこれからも進めていこう」。2月下旬、愛知県半田市のミツカン本社。浜名は東京のメンバーをテレビ電話でつなぎ、メンバーの前でこれまでの感謝とこれからの期待を熱く語った。

3月1日、新ブランドとなる「ゼンブ」から新素材を使った計9種類の新商品を発売した。トウモロコシの芯や枝豆のさや、西洋野菜のピーツの皮なども丸ごと使った。素材の栄養を余すことなく摂取できるほか、食品の廃棄物を削減できる。皮や芯といった普段は捨てていた部分の持つ

芯や皮 捨てない食追求



風味を高めるため、同社が持つ酢やつゆなどで培った技術をフルに活用した。

そのまま食べられる棒状のスティックタイプのほか、ドレッシングやスープに混ぜて使うペーストタイプの2種類を用意した。価格はスティックタイプで1本税別300円。決して安いものではないため、ターゲットとなるのは環境配慮や消費のトレンドに敏感な消費者だ。販路も自社サイトと半田市にある「ミツカンミュージアム」に限定した。

開発にはインターネット上で幅広く資金を募る「クラウドファンディング」を活用した。目標金額の50万円を大幅に上回る約340万円が寄せられた。多数集まった環境問題に敏感な消費者の意見も商品開発に生かした。

ミツカンホールディングスは18年秋に10年間の経営方針「ミツカン未来ビジョン宣言」を公表した。環境問題のほか、消費者の嗜好性が激しく変化するなか、食の分野で新たな領域を開拓する目標を掲げている。

そうした中において、ゼンブイニシアティブは16年ころから水面下で動き出した。当時、研究開発(R&D)やマ

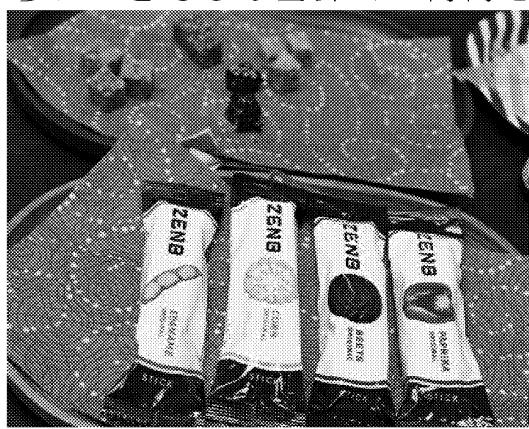
生活者の視点 商品に

「ケテイング、調達などそれぞれの優秀な社員を浜名がプロジェクトに誘った。社内でもプロジェクト内容を知っているのは極わずかだった。環境への負荷を減らすと同時に、従来の食の常識を覆すような価値観が伝わるにはどのような商品を世に出すのが良いのか。祖業の食酢に関する技術はもちろん、英蘭ユニリーバから買収したパスタソースの知見など同社が持っている技術を最大限生かせる方法を探った。

「原材料を少なくしつつ、栄養素を含んだ味を再現するのは試行錯誤の連続だった」。浜名は振り返る。甘味料などは一切使わず、食の素材のほかに使うのはオリーブオイルや塩などに限定した。シェフや大学教授、デザイナーなど約40人の有識者のアドバイスがあった。商売の基礎を学んだ経験は、会社の経営に携わるようになった今でも浜名の原点だ。

老舗の同社も食の変化やグローバル化に対応するには変わらなければならない。浜名は主力商品の味ぼんを例にあげる。「ミツカンがあって味ぼんがあるという立ち位置だが、ゼンブブランドはミツカンの横にある存在に育てたい」。今後は北米や欧州で展開する計画もある。新時代のミツカンの象徴ともなるプロジェクトの推進に浜名は今日も奔走する。

敬称略
 (葉袋大輝)



トウモロコシや枝豆、パプリカなどの芯や皮までを活用した新素材を商品化した