

## 一家団欒が帰ってくる

現代社会では、便利な食事がトレンドになっている。日本のヤマザキグループはこの需要を考慮し、バランスの取れた食品を支持すると同時に、家族や友人が食卓に戻り、一緒に食べる喜びを取り戻すことを提唱している。山崎朝彦社長は、最新のトレンドや革新的な商品開発を取り入れて最新の味をお客様にお届けする一方で、食卓を囲んで料理を楽しむことを推奨している。「今、社会が抱える最大の問題は利便性だ。人々は忙しすぎて、栄養のある食事を作ることに頭を悩ませる時間があまりない」と山崎社長は言う。「私たちは幅広い種類のおかずを提供することで、この問題を解決することを目指している。私たちは伝統と革新の間の紙一重のラインを踏み、バランスの取れた食事を提供する。私たちの使命は、伝統的な食事を再現させることだ」。同社が生産の品質を優先し、その結果を確実なものにするためのチームワークを重視しているのは当然のことだ。1890年創業のヤマザキは、その専門技術に磨きをかけ、現代の食品業界で大きな成功を収め、国際的な存在感を築いてきた。ポテトサラダ、グラタン、フレッシュサラダ、カットフルーツなどが人気商品だ。

また、家庭の冷蔵庫で日持ちさせるパッケージも開発している。素材と技術を巧みに上手く活用し、スムージー事業の立ち上げなど多角化を進める一方、新たな事業として、未利用の魚を使った惣菜や、韓国料理のチャプチェをアレンジしたものなども展開している。「ヤマザキは、アジア全域、さらには日本の一般的な食品・飲料メーカーと比べてもユニークな存在だ。私たちはおいしさと職人的な側面に重点を置く傾向がある」と山崎氏は言う。「ネパール、インドネシア、ベトナム出身のスタッフが多く、この多様性が私たちを日本では非常にユニークな存在にしている。私は従業員一人一人をアーティストやシェフだと考えており、私たちの工場は巨大なクリエイティブ・キッチンだと考えている」と語った。