

高瀬物産

新・真・進 シン! 外食

東京で総合提案会

高瀬物産は6月13日、東京・後樂園プリズムホールで「業務用食品・酒類総合提案会」を開催した。出展メーカー数は120社・150小間。来場は事前登録制で、関東・首都圏エリアのホテル・レストランなどユーザー3千人を招いた。



「カスタムビュッフェ」を提案

あり、お客様の利益につながる提案で、市場活性化に貢献していく」と意気込みを語った。

提案会のテーマは「新・真・進 シン! 外食」。新(今の外食に必要な提案)、真(これぞ外食、おすすめメニュー)、進(これからの外食に必要な提案)と、3つのシンを切り口に、本格回復に向けて動き始めた外食市場のトレンドを捉えた最新の商材やメニューの提案とともに、人手不足や原料コスト高を克服するための提案に力を入れた。

紹介。こだわりの素材を使用した、高級感を演出するメニューや、簡単オペレーションでメニュー単価アップにつながる付加価値提案が来場者の注目を集めていた。

また、新たな提案では、ホテルの朝食やサラダ・スイーツバーなど需要拡大が期待されるビュッフェメニューを強化。来店客が楽しみながら、様々なメニューをチョイスできる「カスタムビュッフェ」を提案した。インハウンドの再開や健康志向の高まりで注目されている「プラントベース」の提案にも力を入れた。

酒類では、日本初上陸となるイタリア・アスト



高瀬社長

高瀬物産コーナーでは「畜肉」「農産」「水産」「中華」「クリンネス&サニテーション」の各カテゴリーで、高瀬オリジナルのPB商材やメーカー各社の重点商材を

リア社のヴェネツィアコレクションポトルの「プロセッコ」をはじめサクアラワード受賞ワイン、日本ワインなど、同社が得意とする国内外のワインのほか、焼酎や日本酒など多彩なラインアップを紹介した。

同社では今期、全国80カ所での提案会を予定。高瀬知康社長は「外食はコロナ禍からの本格回復が進んでいる一方で、人手不足やコストアップの影響も深刻化している。当社では外食クオリティを維持・追求した高品質なメニューづくりと効率化への提案を進めている。また、コスト高を克服するためにメニュー単価の引き上げも重要で

23.6.14 日刊食品通信

高瀬物産業務用提案会に3,000名来場

高瀬物産業務用食品・酒類総合提案会（首都圏）が13日、東京ドームシティ・プリズムホールで開かれ、事前登録した料飲店・外食産業関係者ら3,000名が来場し、にぎわった。

テーマは「～新・真・進 シン! 外食～」。新=今の外食に必要な提案。人手不足（手間が省ける外食クオリティメニュー）、プラントベースなどの新しい食材、真=これぞ外食。おすすめメニュー提案。高級感が出せるメニュー、こだわりストーリー商品、売れ筋商品。進=これからの外食に必要な提案、メニュー単価をアップできる空か価値提案—などを行った。メーカー出展は自社含み120社、出展小間数自社含み150。



高瀬知康社長は、「提案会は感覚的には久しぶりの開催のように感じられる。これはコロナ禍前以来という意味合いだ。商品をわかりやすく近くで見てもらい、試食・試飲も通常スタイルで開催。同様の提案会を年内80カ所で行っていきたい。ワイン単独の会なども企画している」とコメント。

23.6.15 日刊食品通信

高瀬物産、酒類は直近連続で140%超

高瀬物産は13日、都内で「業務用食品・酒類総合提案会（首都圏）」を開催（昨報）、会見で高瀬知康社長は酒類の近況について、「前期も売上高120%台後半と回復してきている。直近は毎月140%台で推移と好調だ。外食ユーザーにも『酒類が出る提案』を強化、注力してきたワインでは提案会を積極的に行っている。また提案会では日本酒や焼酎のブースも設けた。店で酒類が出ることで利益が上がるし、直結する。酒類トータルでの提案もさらに強化していく」と語った。



提案会の「ワイン&リカー」コーナー（写真）では、自社直輸入の新品「プロセッコ テイエモ」（伊・アストリア社、格付DOCトレヴィーゾ。7月日本初上陸）や、昨年発売開始し、累計販売本数3万本超のスペイン「アルシナック カヴァブリュット」などが関心を集めていた。

高瀬物産、総合提案会に3000名来場



大勢の来場者で賑わった総合提案会

高瀬物産は業務用食品・酒類総合提案会（首都圏）「～新・真・進 シン！外食～」を13日、東京都文京区の東京ドームシティ（プリズムホール）で開催した。自社ブースを含めて120社・150小間が出展。事前登録した外食関係者ら約3000名が来場した。

提案会のタイトルに掲げた「新」は今外食に必要な新しい提案（手間が省ける外食クオリティメニュー）、「真」はこれぞ外食と言えるおすすめメニューの提案（高級感やこだわり）、「進」はこれからの外食提案（メニュー単価アップ）、などを意味する。

自社ブースの「農産」コーナーでは、「新」を意識したカット野菜、「進」をテーマとしたオーガニック・カット野菜、「真」を訴える産直野菜などを来場者に提案した。「オリジナル」コーナーではロスを削減し、安定した品質と価格の冷凍フルーツの他、ステーキソース、オリーブオイル、チーズの活用を提案した。

総合提案会は東京の他、札幌、大阪でも開催する。他に、業態向けメニュー提案に特化した「ワンデープレゼンテーション」、「ワイン試飲提案会」などを全国約80カ所で開催する予定。

2023年(令和5年)6月21日(水曜日) (8)

# 「新・真・進 シン！外食」

高瀬物産  
業務用食品・酒類総合提案会

高瀬物産は13日、東京ドームシティプリズムホールで業務用食品・酒類総合提案会を開催し、120社が出展し、外食関係者約3000人が来場した。

「新・真・進 シン！外食」をテーマに行われた同提案会には、「新」今の外食に必要な提案（手間が省ける外食クオリティメニュー、プランどこの新しい食材）、「真」これぞ外食！おすすめメニュー提案（高級感を出せるメニュー、こだわりのストーリー商品、売れ筋商品）、「進」これからの外食に必要な提案（メニュー単価をアップできる付加価値提案）として新たな切り口での提案を行った。自社コーナーでは農畜水産物の素材から、インバンド需要の回復で問い合わせが急増しているプラントベースフードなどの商品提案に加え、カスタムビュッフェとして朝食やデザートを食べ者が楽しみながら好むの商品を選べるという人手不足と喫食者の満足度アップを両立させる提供サービスの提案を行った。

また、コロナの規制がなくなったことで、前年比40%増で伸びているという酒類はワインのほか、焼酎や日本酒の提案も行った。今後、総合提案会や業態向けメニュー提案に特化したワンデープレゼンテーション、ワイン試飲提案会など全国80カ所で開催する計画だ。（金原基道）