

1月31日は「焼ビーフンの日」！

世界オンリーワンの「ケンミン焼ビーフン」でSDGsに取り組むことを宣言

3月発売の「7代目ケンミン焼ビーフン」はSDGs 17項目のうち8項目に対応

ケンミン食品株式会社(兵庫県神戸市・代表取締役社長：高村祐輝)は、1月31日「焼ビーフンの日」を記念して、基幹商品である「ケンミン焼ビーフン」を通じてSDGsの達成に向けて積極的に取り組んでいくことを宣言します。ケンミン焼ビーフンは“人と地球にやさしい焼ビーフン”をテーマに3月1日にリニューアルし、今まで以上に環境や健康に配慮した商品へと生まれ変わります。発売から61年間ご愛顧いただいたケンミン焼ビーフンがこの先も長くお客様のお役に立てるよう、国連が掲げる「持続可能な開発目標(SDGs)」に即した商品として改良を継続し、健康で持続可能な社会の実現を目指します。(※「焼ビーフンの日」は日本記念日協会認定です。)

「ケンミン焼ビーフン」のSDGs達成に向けた宣言内容

ケンミン焼ビーフンは持続可能な社会の実現のため、以下の項目を重点目標に掲げます。



【宣言①環境への配慮】

地球にやさしく、環境に配慮するためCO₂排出量削減やガス・電気使用量削減を目指します。

【宣言②健康への貢献】

すべての人への健康に貢献するため、安全で健康的な食の提供を目指します。

【宣言③安全への追求】

お客様へ安全な食の提供をするため、持続可能な原料調達や国際基準の認証取得による安全管理体制を整えます。



3月1日発売の7代目ケンミン焼ビーフン【人と地球にやさしい焼ビーフン】
リニューアルにより貢献するSDGs追加項目とその内容について解説

今回のリニューアルによりさらに次の項目に対応します。

①環境への配慮

中身の形状を丸型にすることで、パッケージサイズを約10%縮小することに成功し、プラスチックゴミ削減に貢献します。また年間CO₂排出量を約1t削減することが可能になりました。さらに、ケンミン焼ビーフンはもともと、下記のような環境にやさしいポイントがあります。

- ①世界オンリーワンの着味技術により、調味料包材が不要
- ②ゆでもどし不要設計により、家庭での排水削減が可能
- ③ひとつのフライパンで3分調理のためガス・電気使用量削減が可能



②健康への貢献

1日に必要な1/3日分の野菜が摂れるよう、野菜120gを入れておいしく食べられるよう表記を変更しました。表記通りに調理することでPFCバランス*の整ったメニューになります。

ケンミン焼ビーフンに含まれるアレルギー物質の「小麦」は、醤油由来であることを明記し、醤油から的小麦であれば食べられる小麦アレルギーの方へ配慮しました。*PFCバランス：メニューに含まれるタンパク質(P)、脂質(F)、炭水化物(C)のカロリー比のバランス。

P:13~20%、F:20~30%、C:50~65%に取まるとバランスが良いとされる。



③安全への追求

ケンミン焼ビーフンは、野菜やその他の具材の味を活かす味付けを施しています。どんな具材とも相性がいいので、冷蔵庫にある野菜と一緒に調理することで食品ロス削減につながります。

国際基準の認証規格の取得による持続的な食品安全管理体制の保有により、安全の追求も行っています。

ケンミン焼ビーフンリニューアルの詳細

<https://www.kenmin.co.jp/newsrelease/36220.html>



「ケンミン焼ビーフン」SDGs 目標に対する取組
～8項目に対応～

「ケンミン焼ビーフン」は、もともと下記のように無理なくSDGs目標の達成に向かって製造・販売しています。今後も下記項目を継続しながら、持続可能な社会の実現に貢献できるよう、努めてまいります。



商品設計		
●おいしさと安心感、簡便性の両立	・【HAVE A RICE DAY®】の企業スローガンのもと、「ケンミン焼ビーフン」の商品コンセプトのひとつである「ちょっとひと手間、ちゃんとひと皿」の実現	
●健康配慮	・PFCバランスが整っている ・ノンフライめんで低カロリー ・野菜との相性の良さを訴求 ・小麦アレルギーの方への配慮（表示に小麦は醤油由来であることを明記）	
●食品ロス削減	・お米のめんだからこそ色々な具材との相性の良さを訴求 ・色々な具材との相性が良くなる味付けの追求	
●環境への配慮	・成型方法の改良による包材ゴミの削減（CO ₂ 排出量削減） ・米めんとして世界オンリーワンの着味技術により、調味料包材が不要 ・ゆで戻し不要設計により、家庭での排水削減 ・3分調理でガス・電気使用量削減	
調達サプライヤー		
●持続可能な原料調達	・ビーフンに適した米（インディカ米）を調達するため1987年よりタイ工場で製造開始	
生産		
●人手不足改善	・少子高齢化が進むタイにおいて焼ビーフン専用工場となるタイ第3工場を新設。製造ラインの自動化を実現し、約30人の省人化を達成することで生産体制を継続し、安定的な雇用を確保	
●安全の追求	・工場環境の改善、工場勤務者の体調管理。 ・国際基準の認証規格の取得による持続的な食品安全管理体制の保有、原料調達から製造、包装、出荷まで一貫した生産体制の保有	
お客様		
●お客様の満足度アップ	・オウンドメディアを活用した相互コミュニケーションを強化 ・おいしい笑顔を食卓に提供 ・料理教室実施による食育 ・地元サッカーチーム「ヴィッセル神戸」スポンサーによる地域貢献	

※HAVE A RICE DAY はエム・シーシー食品株式会社の登録商標です

■ケンミン食品のSDGsの取り組み

当社は、主力商品「ケンミン焼ビーフン」以外にも、下記項目を持続可能な社会の実現のために取り組んでいます。

- 1、安心・安全と社会・環境に配慮した付加価値商品・サービスの提供。SDGs：②⑨⑫
- 2、商品を通じてすべてのひとの健康増進を支援。SDGs：②③
- 3、働きやすく、働きがいのある環境の提供。SDGs：⑤⑧
- 4、子どもの成長と女性・高齢者への支援。SDGs：④⑫
- 5、脱炭素社会への持続可能な環境保全活動。SDGs：②⑦⑫⑬⑭⑮

ケンミン食品のSDGsに関する取り組み。

公式 HP URL:

<https://www.kenmin.co.jp/company/info/sdgs.html>



■「焼ビーフンの日」とは（一般社団法人 日本記念日協会認定）

1960年に誕生した同社を代表するロングセラー商品である「焼ビーフン」の魅力をより多くの人に知ってもらい、焼ビーフンファンの拡大を図ることを目的として2020年に制定。日付は2020年1月31日に世界で最も長く販売されているビーフンブランドとして認定されたことに由来する。

〈参考資料〉

「ケンミン焼ビーフン」のブランド商品のご紹介

『ケンミン焼ビーフン』とは

1960年に誕生、2020年に60周年を迎えたロングセラー商品。味付きビーフン商品として世界初・世界オンリーワン*（自社調べ）であり、『最も長く販売されている焼ビーフンブランド』に認定されている。鶏だしの効いた醤油味で味付けされ、ゆで戻し・調味料不要で、世界一簡単に美味しく料理できる米めん商品として、年間約1500万食を製造・販売。日経POSセレクション平成売上No.1（その他即席めんカテゴリー）受賞。2020年12月より焼ビーフン専用新工場にて製造をスタート。2020年1月より「KENMIN Yaki Be-fun」をアメリカで販売開始。

ケンミン焼ビーフンの誕生

1950年にビーフンづくりを始め、ビーフンを食べたこともない、作り方が分からない、作っても失敗するという課題に創業者健民が挑戦し、1960年、ビーフンに味付けを施した「ケンミン焼ビーフン」を発明しました。ラーメンが瞬間油熱乾燥法で即席ラーメンを開発する一方、ビーフンはパフ化してしまうため油で揚げることができず、開発は容易ではありませんでした。品質の安定の困難を乗り越え、熱風乾燥を考案し、誕生当時からノンフライを実現しました。現在も味付きビーフンは世界に類がなく世界にひとつだけのオリジナル商品。時代を越えてお客様に喜んでいただけるよう、愛を米(こめ)でつくり続けています。



右から2人目 創業者高村健民

歴代ケンミン焼ビーフン



1960年

2代目

3代目

4代目

5代目

6代目

7代目

1960年、世界初の味付きビーフンとして初代「即席焼ビーフン」を発売。当時「即席」は手早く美味しい料理を出すことを意味し、最高の仕事としての誉め言葉でした。当時はカツオなどの魚介だしを使った味付けでした。

ビーフンを食べたこともない方により知っていただくため、パッケージに調理できあがり画像を載せ、配色などポップなイメージになりました。通常は倍量入ったWサイズとして販売。核家族化が進む社会に対応するため、半分の量のSサイズを展開し、こちらが現在の標準サイズとなりました。

ビーフン市場の拡大と生産量の増加に伴い、篠山工場（兵庫県）を1978年に開設し、製造を開始しました。「ケンミン焼ビーフン」として初めて、ケンミン坊やをパッケージに載せ始めました。

1970年頃よりインディカ米の輸入規制が始まり、ビーフンに適した米が入りできなくなりました。コシがありお米にこだわったビーフンをつくるため、2001年にタイ工場に製造を移管しました。また、健康志向の高まりを受けて、「カロリー」、「ノンフライ麺」を表記しました。

2008年、さらなるおいしさと安心を追求し、化学調味料無添加の鶏だしスープ、豚骨スープに変更。また、すりおろしたしょうがや玉ねぎを使用し風味も豊かになりました。調理工程を見直すことで、調理時間が従来の4分から3分と時短となり、現代社会のニーズに対応しました。

2015年、商品コンセプトカラーの黄色（向日葵色）を大きく展開し、売り場で商品をより見つけやすく存在感を高めるため、デザインをリニューアルしました。焼ビーフンの味を「鶏だし醤油味」と定義し表記。その後の「こく旨塩味」「幻のカレー味」などシリーズ化の基礎となりました。

2021年、7代目となるケンミン焼ビーフンを発売。ビーフン国内市場ならびに世界的グルテンフリー需要拡大を見据え、タイ新工場を新設（2020年）し、世界初の最新技術の焼ビーフン専用製造ラインを導入。従来の生産量の約2倍の生産能力となりました。この先も長くお客様のお役に立つため、「人と地球にやさしい焼ビーフン」をテーマに、焼ビーフンの形状を丸型に改良し、さらに使いやすくなりました。プラスチックごみが削減できるなど、SDGsに沿った商品へ進化させました。

こく旨塩味が付いてくる特別限定パッケージ発売

7代目ケンミン焼ビーフン誕生に合わせて、シリーズ品のパッケージをリニューアルします。「ケンミン焼ビーフン鶏だし醤油味」3袋に、「ケンミン焼ビーフンこく旨塩味」が1袋付いてくる期間限定パッケージを3月15日より全国で発売します。

ケンミン焼ビーフン3袋こく旨塩焼ビーフン付商品概要

商品名：ケンミン焼ビーフン3袋こく旨塩焼ビーフン付
 内容量：265g (65g×3袋+70g) 賞味期限：12か月
 発売日：2021年3月15日 販売期間：約3か月間
 販売エリア：全国のスーパーマーケットなど
 希望小売価格：345円(税抜)



ケンミン焼ビーフンシリーズ

ベーシックな「鶏だし醤油味」に加えて、2017年春にあっさりした「こく旨塩味」、2018年秋にスープタイプの「ケンミン汁ビーフン(リニューアル)」を発売。2020年春にはスパイシーな「幻のカレー味」を発売しました。フライパン一つで簡単に調理でき、ご家庭のどんな野菜とも相性バッチリの「ケンミン焼ビーフン」シリーズです。

ベーシックな 「鶏だし醤油味」	あっさりした 「こく旨塩味」	スパイシーな 「幻のカレー味」	スープタイプの 「中華風旨塩スープ」
			
味付けタイプのビーフンでゆで戻し不要です。鶏のだしが効いた昔ながらの醤油味です。 内容量 65g (味付きビーフン) 価格 115円 (税抜)	ホタテの風味と豚脂のこくが効いた、飽きのこないやさしい塩味です。 内容量 70g (ビーフン 50g、液体ソース 20g) 価格 115円 (税抜)	1980年代に発売した焼ビーフンカレー味を現代風にアレンジした、スパイスの香りと後味がクセになるスパイシーな焼ビーフンです。 内容量 58g (ビーフン 50g、粉末ソース 18g) 価格 115円 (税抜)	お鍋ひとつで煮込んで作るスープタイプのビーフンです。ごま油や生姜が効いた、中華風の塩味です。 内容量 81g (ビーフン 46g、液体スープ 35g) 価格 115円 (税抜)

焼ビーフンブランドサイト

<https://www.kenmin.co.jp/products/brands/befun/>



ケンミン食品とは

1950年神戸創業のビーフンメーカー。1960年発売の『ケンミン焼ビーフン』は『最も長く販売されている焼ビーフンブランド』。国内ビーフン市場の52.8%のシェアで日本一。創業者高村健民に因み、健康(健)を皆さま(民)に提供するという理念を持つ。ビーフンの他にも、フォー、ライスパスタ、ライスペーパーなど米を原料とした加工食品を製造する専門企業である。近年、グルテンフリーがトレンドの欧米にも輸出し親しまれている。2018年地域未来牽引企業、2020年ひょうごオンリーワン企業に認定。明治安田生命 J1 リーグヴィッセル神戸のユニフォーム・パンツスポンサー。

<https://www.kenmin.co.jp/>



おかげさまで2020年に創業70周年を迎えました。
ケンミン食品株式会社