

ブランド・ジャパン2022 (日経BPコンサルティング) 一般生活者編「総合力」ランキング 湖池屋が14位にランクイン

株式会社湖池屋（本社：板橋区／社長：佐藤章）は、2016年にコーポレートブランドの統合を実施し、創業の原点である「株式会社湖池屋」として新たな一步を踏み出しました。2017年に新生湖池屋を象徴するブランドとして「湖池屋プライドポテト」を発売して以降、「じゃがいも心地」、「湖池屋STRONG」等の高付加価値ブランドを展開し、2021年にはライフスタイルの多様化に対応した新市場創造型商品を提供するとともに、より高品質で安全な商品を安定的に全国に提供するため、関東第三工場、九州阿蘇工場を開業しました。

また、湖池屋の原点である「湖池屋ポテトチップス のり塩」の60周年を記念し、ポテトチップスの老舗としてのこだわりを込め、パッケージに「紙」を採用した「KOIKEYA The のり塩」・「KOIKEYA The 麴塩」を発売する等、社会変化・生活変化・意識変化に合わせ、ニーズを掘り起こし、対応してまいりました。



湖池屋商品情報サイト (URL) : <https://koikeya.co.jp/>

「JAPAN プライドポテト」シリーズでは、「日本の誇り」である風土・文化やそれらが生み出す素材を商品に活かすだけでなく、それらを育む各地域の取り組みに賛同し、地名を冠した商品を全国へ展開することで地域の PR に貢献するとともに、取り組みに沿った寄付・活動を実施する等、年を重ねる毎に各地域との関係性を深化させてきました。

また、2021 年 10 月からは SDGs 推進活動の一環として、みんなが楽しく SDGs について学べるアニメーション 湖池屋 SDGs 劇場「サスとテナ」(全 13 話)をテレビ放映する等、SDGs につながる活動についても積極的に展開してきました。

このような企業活動より、この度、ブランド・ジャパン 2022 (日経 BP コンサルティング) に一般生活者編「総合力」ランキングにおいて 14 位という評価をいただきました。

1962 年発売の「湖池屋ポテトチップス のり塩」は、2022 年で 60 周年を迎えます。

日本発のオリジナルの味である「湖池屋ポテトチップス のり塩」の開発に始まり、60 年代初頭は高級品であったポテトチップスの量産によるおやつの大衆化、「カラムーチョ」発売による“辛味”カテゴリー創出など、湖池屋は“食のイノベーション”を実現してきました。

これからも社会変化・生活変化・意識変化に対応し、スナック人生 100 年時代に求められる“新しい価値”を生み出すべく、“食でくらしをゆたかに。”をテーマに湖池屋は挑戦を続けていきます。

◆ ブランド・ジャパンとは？

国内で使用されているブランドを一般生活者とビジネス・パーソンが評価する、日本最大規模のブランド価値評価調査プロジェクト。一般生活者から回答を求める「一般生活者編」(調査対象 1,000 ブランド)と、有職者にビジネス・パーソンとしての立場から回答を求める「ビジネス・パーソン編」(同 500 ブランド)から成る。2001 年に第 1 回調査を実施し、「ブランド・ジャパン 2022」で 22 回目を迎える。

【読者からのお問い合わせ先】

株式会社湖池屋 お客様センター
Tel.0120-941-751
受付：月～金 10：00～16：00
(祝日除く)

【報道関係者からのお問い合わせ先】

株式会社湖池屋 広報部：伊藤／小幡
Tel. 080-3582-2708 Fax. 03-3979-2156
〒175-0094 東京都板橋区成増 5-9-7
E-mail. pr@koike-ya.com