

関連する
マテリアリティ



「妥協しない美味しさと 高品質へのこだわり」の実現へ

人々の健やかで豊かな食生活を支えるため、おいしさと高い品質を兼ね備えた伊藤ハム米久グループの商品群は、従業員一人ひとりの創意工夫で生み出された産物です。商品開発への想いと取り組みについて話を聞きました。

「お互いの特長を活かした 新たな強みの醸成へ

技術と伝承を大切にしてきた伊藤ハムと、創造性・独創性に定評のある米久が統合し、伊藤ハム米久ホールディングスが誕生してから6年、商品開発の分野でもさまざまな新しい形ができあがっています。そこには異なる文化がつながることによる、更なる強みの醸成がありました。「開発組織が統合したのは今期からですが、先だって両社の開発担当者がリモートで一堂に集まる異文化交流会が開催されていました。お互いの商品や製造ラインの説明をしたり、商品に関する情報共有をしたりするのですが、今までと違う考え方に触れることで新しい発想がものすごくスピーディに生まれているのを実感しています」(舟橋)
「伊藤ハムに関しては、94年の歴史で培ってきた商品のブランド力はもとより、フルラインアップの強みが大きいと思

います。そこに米久のオリジナル文化が加わることで、今まで当たり前だと思っていたハム・ソーセージの製法に、実はこんな方法もあったんだという気づき生まれ、新しい商品の開発にも大きなメリットが生まれています」(木村)

伊藤ハムと米久両社がお互いの商品や設備を正しく認知し、それぞれの良い点を学び合うことで発想の転換が生まれる。そこから製造工程やコストが見直され、新しい商品の開発や商品化への時間短縮にもつながるようになりました。その代表が大豆ミート商品です。

「技術力が生み出した トップシェアの大豆ミート商品

環境問題への意識の高まりとともにサステナブルフードのひとつとして認識されつつある大豆ミート商品。伊藤ハムでは2020年3月に家庭用の発売を開始し、ハンバーグ

や肉だごだけでなくカツやナゲット、からあげなどがラインアップされていることで業界でも注目を集めました。

「大豆ミート商品に関しては、発売に向けて両社の開発関係者が一堂に会し勉強会を開きました。8月に集まって、翌年3月には発売するぞという予定だったので、開発期間は約半年と短期だったものの、お互いの持っている知見を合わせることで、密度の濃い開発につながりました」(木村)

伊藤ハムの家庭用大豆ミート商品は順調に販売を重ね、2021年2月には焼肉やサラダチキン、同年8月にはジャーキー、2022年3月にはカレー、シチューを販売開始。既存品も改良を重ね、家庭用大豆ミート商品のリーディングカンパニーとなっています。

「食肉製品と同様、大豆ミートも販売を開始したら終わりではありません。まだまだ良くなる余地はたくさん残っているので、研究や改良を重ねてよりおいしいもの、より健康的なものにしていく。それも商品開発の重要なミッションだと考え、毎日、頑張っています」(舟橋)

「技術の伝承と風通しの良さが 新たな商品開発につながる

日々、商品の開発や改良に勤しむ商品開発部員のおいしさと高品質へのこだわりの源泉は、技術の伝承と人々との交流です。伊藤ハムと米久の異文化交流はもちろんのこと、部署内の上下関係を越えた関係性、そして中央研究所や他部署との情報共有が新たな商品の開発につながっています。「私はまだ商品開発部に来て間もない新参者なので、周り

大豆ミート 開発のポイント!

- 世界的な食肉需要の増加と供給不足を見越し、大豆たんぱくを主原料として商品化を実現
- 牛・豚・鶏に次ぐ第四の肉となる商品を供給することで選ぶ楽しさ、食べる喜びを提供
- ヘルシーで、ベジタリアンの方にも楽しんでもらえる商品の提供



ハンバーグから焼肉、からあげ、さらにカレーやシチューまでバリエーション豊富なラインアップを揃えた大豆ミートは、販売後も改良を重ね、更なるおいしさを追求中!

の経験豊富なメンバーに教わることばかりです。試作するときも相談ののってもらったり中央研究所と相談したり、工場に落とし込むときは直接工場の人たちに聞いたり。あとは情報交換会ですね。人の話や意見を聞くことで考え方や視野が広がってきているので自分の強みになりますし、それもひとつの伝承だなと感じています」(舟橋)

「新たな商品を開発する際は、オリジナリティを維持しながら現場の生産性を落とさないようにしなければいけない。そのためには現場の意見にしっかり耳を傾けることが大切です。もちろん品質管理部門からの意見もあります。侃侃諤諤となりますが、それは誰もが良い商品をつくりたいと願っているから。みんなでつくり上げる、みんなでブラッシュアップしていく。そういう点ではすごく風通しの良い会社です」(木村)

木村 彰記

加工食品事業本部 生産本部
商品開発部 第1商品開発室長
2002年に伊藤ハム入社。東京工場製造一部、開発部技術課、生産管理部生産管理課、東京工場開発課長などを経て、現職。加工食品事業本部管轄の伊藤ハム自社工場にて製造を想定した新規製品の開発や工場開発部門のサポート業務を管轄する部門にて、開発メンバーを率いる。



舟橋 尚子

加工食品事業本部 生産本部
商品開発部 第1商品開発室
2014年に伊藤ハム入社。豊橋工場品質管理課、東京工場品質管理室などを経て、現職。主にプラントベース製品カテゴリーを担当し、大豆ミート製品などの開発業務に携わっている。





実際に試食しながら商品開発の打ち合わせ

「マテリアリティへの取り組みで 人々においしさと健康を

伊藤ハム米久ホールディングスが掲げる7つのマテリアリティ。中でも商品開発部にとって重要なマテリアリティは「妥協しない美味しさと高品質へのこだわり」、そして「健やかで豊かな食生活の実現」です。

「私たちには良質なたんぱく質を供給するという重要な責任があります。そのたんぱく源として、食肉だったり、大豆ミートであったり、もしかしたらほかのプラントベースかもしれませんが、お客様の選択肢の幅を広げ、健康で豊かな食生活となるよう私たちが培ってきた技術や設備をうまく利用して多くの商品をつくり上げていかなければならないと考えています。もちろんおいしさも大切なので、もっと良いもの、さらにおいしいものをどんどんつくり出していくことが開発の仕事です」(木村)

「サステナブルという考え方はこれからさらに重要なポイントになってくると思います。日本だけではなく世界でも大豆ミートを含めた第四の肉の需要が高まっているので、これからも研究を重ねて肉以上のおいしさを追求していきます」(舟橋)

人々が健やかに日々を過ごすための商品を開発することも商品開発部の大切な仕事のひとつです。大豆ミートやすでに商品化されている塩分カットや糖質オフなどの健康志向商品はもちろん、今後は機能性表示食品、すなわち人々の健康に寄与する成分がプラスされた商品の開発も積極的に進めていきます。

「喜びをもたらす商品づくりと そのための職場づくりを目指して

日々、刻々と変わる社会情勢や人々の志向。それらをさまざまな角度から研究しながら、明日を、そしてその先を見つめていくことが、商品開発部の重要な仕事です。

「消費者の持っている『安全・安心なものを食べたい』『目新しくおいしいものを食べたい』という2つの目線、その両方を兼ね備えたものをつくっていかなければいけないと思っています。私は今、主にプラントベース製品を担当していますがそれだけに限らず、目先ではなく5年、10年先のことを考えて新しいものをつくっていきたい。日本だけでなく世界に発信できるものならもっといいなど。それに向かって邁進していきたいと考えています」(舟橋)

「室長としては舟橋さんのようなやる気のあるメンバーが働きやすい環境をつくっていききたいですね。あとは、やはり開発者なのでロングセラー商品をつくりたいというのはずっと思っています。伊藤ハムにも米久にも何十年と親しまれている商品がありますが、それに負けない、次の世代、その次の世代にも受け継がれていく商品を生み出していきたいです」(木村)

終わりのない商品開発の世界にあって、伊藤ハムと米久のそれぞれの良さを原点とし、伊藤ハム米久グループは「妥協しない美味しさと高品質へのこだわり」というグループの重要課題を実現するために、日々、新たな商品の開発に取り組んでいきます。



商品開発部の専用キッチンで試作中