

# 伊藤ハム米久グループのこれまでの歩み

## 世の中の流れ

### 食の洋風化

1960年代の高度経済成長とともに、食を取り巻く環境が大きな変化を迎えました。スーパーマーケットの登場や電気冷蔵庫の普及、低温輸送のコールドチェーン化の進展などにより、魚や肉のほか、ハムやソーセージ、ミルク・バター・チーズ、そして清涼飲料水やビールなどをいつでも食せるようになり、食生活の洋風化が急速に進展しました。

### 女性の社会進出

1990年代半ば、女性の社会進出などライフスタイルの変化に伴い、個食化や少量化に対応した商品が市場から求められるようになりました。この頃より、電子レンジの普及率も高まり、時短ニーズにもマッチする調理品が普及し、加工食品市場が拡大していきました。

## 価値創造の始まり

### I 1928

創業者伊藤傳三が「伊藤食品工業」を個人創業

### I 1946

兵庫県神戸市灘区備後町において、「合名会社伊藤食品工業」を復興



### I 1958 独自の技術

ハム・ソーセージの原料肉としてマトンの使用技術を開発  
当時「臭くて食べられない」と酷評された羊肉を生産国ニュージーランドからいち早く輸入。独自の技術と水洗による脱臭によって安くおいしい「プレスハム」を開発。誰でも手軽に食べられる「ハム」が普及することになりました。

### I 1959

東京都目黒区に目黒工場を新設し、東京に進出

### Y 1965

静岡県沼津市で食肉加工と卸を目的として庄司清和が「米久食品」を個人創業



### Y 1981

業界初の生ハム専用工場を新設



## 事業の拡大

### I Y 2009

三菱商事株式会社・伊藤ハム株式会社・米久株式会社が包括業務提携契約を締結

### I 2013

「神戸」シリーズが「KOBEスペシャルPRパートナー」に認定



1920

1960

1980

2000

2010

### 代表的商品の誕生

#### 1934

#### 「セロハンウィンナー (現: ポールウィンナー)」開発

伊藤傳三創業社長がセロハンの「裁ち屑」を独特の糊で筒状のケーシングとして再利用。この中に豚肉を主原料としたソーセージを充填・加工し1本10匁(37.5g)のスティック型商品として開発したものです。



#### 1972 ロングセラー商品の誕生

#### 「スモークハム」「ダルマスモークハム」発売

三ツ割にした豚もも肉の塊をいぶして仕上げた「スモークハム」を発売。また、「ダルマスモークハム」は、「だるま」を連想させる形状からその名で親しまれており、ロングセラーの商品です。



#### 1977

#### 初のコンシューマーソーセージ「フランQ」発売

製造はじっくり、販売先へはより早くと商品のフレッシュさをアピールした、米久初のコンシューマーソーセージを発売。同年、初めての消費者キャンペーンも展開しました。



#### 1985

#### 「手造りウィンナー・バイエルン」発売



#### 1988 世界一小さなウィンナー開発

#### 「ポークビッツ」発売

マーケティングリサーチを行った結果、調理の簡便性を求める消費者が多いことが判明しました。火が通りやすく、どんな料理の具にも使える、世界で一番小さいウィンナー「ポークビッツ」を開発しました。



## 健康意識の高まり

1996年、O-157による集団食中毒事故が全国各地で相次いで発生し、安全・安心に対する関心や健康志向が高まっていきました。また、厚生省（現：厚生労働省）が「生活習慣病」という名称を採用。食生活の乱れ等による生活習慣病患者の増加などから食事の摂りかたや運動習慣などへの関心が高まりを見せました。

## 巣ごもり需要の増加

働き方改革や新型コロナウイルスの感染拡大による外出自粛の影響により、外食や外で飲む機会が減りました。そのため、自宅で過ごす時間が増え、中食や家飲みが増え、冷凍調理食品や弁当・惣菜など、家庭における食料品の需要が増加しました。

## さらなる飛躍に向けて

## IY 2016

伊藤ハム米久ホールディングス株式会社  
設立

## I 2017

ANZCO FOODS 社の株式を追加取得し、  
100%子会社化

## Y 2017

米久おいしい鶏株式会社静岡事業所が  
「しずおか農林水産物認証」を取得



## I 2019

三菱商事ライフサイエンス株式会社との共同出資により、畜肉エキス及び調味料製品を製造する九州エキス株式会社を設立

「日本パッケージングコンテスト2019」輸送包装部門賞を受賞

伊藤ハムは、優れたパッケージとその技術の開発普及を目的に実施される「日本パッケージングコンテスト2019」において、「輸送包装部門賞」を受賞しました。



## Y 2019

明治ケンコーハム株式会社（現：米久ケンコーハム株式会社）の株式を取得し、100%子会社化

「Yahoo!ショッピング AREA AWARDS 2019」にて受賞

米久が運営する「感動を創る 米久Yahoo!ショッピング店」が、各地区／都道府県を代表する優秀なストアを表彰する「Yahoo!ショッピング AREA AWARDS 2019」において、「静岡県食品カテゴリー賞 第3位」を受賞しました。



## 1990 米久を代表する商品

## 「御殿場高原あらびきポーク」発売

味に定評のあったあらびきタイプのウインナーを、改めて米久を代表する商品に育てようと発売した「御殿場高原あらびきポーク」。高級感や何より富士山を連想させることからこのネーミングとなりました。



## 1996 業務用「スーパーBoo」発売



## 2001 伊豆大島の地層深透海水から造る「粋塩」発売

## 2014 「アルトバイエルン」を Re・ブランディングし 「The GRAND アルトバイエルン」発売



## 2020

まるでお肉のような食感・味・香りを実現した大豆ミート商品の「まるでお肉!」シリーズは、カツやからあげなど豊富なラインアップを取り揃えて展開しています。



## 2020

お肉のような食感と口当たりのジューシー感を再現した代替肉の「AIRMEAT (エアミート)」シリーズを新しい冷凍食品アイテムとして新発売しました。



## 2020

株式会社 明治様が展開する「TANPACT」ブランドの「乳たんぱく質で日本を元気にする」という理念に賛同した企業として、「TANPACTによる企業間連携」に参画しています。

上：TANPACT サラダチキン スティック  
下：TANPACT ホワイトヴルスト

