

日本ハム株式会社
加工事業本部 マーケティング統括部
商品開発部 ハムソー商品開発課

平尾 誠士郎

ひらお せいじろう

2017年入社。モーニングサブ復刻版開発に携わる。現在は、ギフト商品の商品開発・販促企画に取り組む。



復刻発売を可能にした技術力で 未来の食卓を支える

商品の復刻発売が懐かしさだけでなく、新しい意味を持って現代に歓迎されている。近頃増えている、たんぱく質を重視したバランスの良い朝食を求める人たちにとって、忙しい朝に手軽に食べられる「モーニングサブ」はぴったりの存在だからだ。通常の新商品開発とは異なる工夫が重ねられた、復刻発売までの道のりを聞いた。



2004年発売時、「ごはんにも合う味」で開発がされていたモーニングサブ。そのコンセプトは、今も変わらない。
*画像は、現在販売中のもの



日本ハムファクトリー株式会社
静岡工場 商品開発課 課長

綿谷 拓未

わたやたくみ

2002年入社。旧兵庫工場に配属。その後、業務用商品の製造などにも関わり、静岡工場では新商品の開発と品質保証の責任者を兼任している。

期待を裏切らず、 ブラッシュアップした復刻版を

約20年前に発売された「モーニングサブ」を復刻発売するにあたり、商品開発の担当に決まって誇らしく思うと同時にいつもより緊張した、と2023年3月まで日本ハムファクトリー株式会社 静岡工場の商品開発課に在籍していた平尾誠士郎は振り返る。

「会社として力を入れているというだけでなく、関わっている人数がほかの商品開発に比べて多かったため、みんなが期待しているというのは感じていました。また、担当者に決まるといつになく、いろいろな人から声をかけられました」(平尾)

発売から約10年が経っていたモーニングサブ復刻へ、予想外に多くの人が期待を寄せていることに驚かされた。ニッポンハムグループでは商品の復刻発売が珍しいからだろうかとも思ったが、それだけでは説明がつかない熱心さだ。発売当時は幼い子どもだったこともあり「食べたかどうかも覚えていない」と言う平尾にとって、復刻発売に沸く社内の熱量は予想以上だった。

あらびきの豚肉を細長いハンバーグのように成型、加熱して出荷されるモーニングサブは、家庭で軽く焼いたり電子レンジやオーブントースターで温めたりして食べる朝食向け商品として2004年に発売された。発売当時は、大リーグから北海道日本ハムファイターズへ移籍し、日本球界に復帰した新庄剛志選手(当時)が出演したCMが話題を集めたこともあり人気商品となった。その後、サイズ違いや野菜入りなどアレンジが加えられた派生商品も登場したが、2014年に惜しまれながら発売となっていた。

スタートで温めたりして食べる朝食向け商品として2004年に発売された。発売当時は、大リーグから北海道日本ハムファイターズへ移籍し、日本球界に復帰した新庄剛志選手(当時)が出演したCMが話題を集めたこともあり人気商品となった。その後、サイズ違いや野菜入りなどアレンジが加えられた派生商品も登場したが、2014年に惜しまれながら発売となっていた。

「当時、モーニングサブ増産のため工場が忙しくなったときの応援シフトに入ったことが思い出されます。個人的にも買ってよく食べていましたし、社内にもファンが多かった商品です。復刻発売してほしいというお客様の声もよく頂いていたので、自分が改めて開発を担当すると決まって、昔からのファンの方の期待を裏切らないような商品をつくり上げないといけないし、ブラッシュアップした商品にしたいと思っていました」(綿谷)

ソーセージづくりで培った 技術を生かした新製造方法

平尾が復刻版モーニングサブの開発を始めた2022年1月の2カ月後の同年3月、日本ハムファクトリー株式会社 茨城工場から静岡工場の商品開発課へ課長として綿谷拓未が異動、モーニングサブ開発メンバーに加わった。異動前にモーニングサブが復刻発売されると聞いたときのことを聞くと「すごく好きな商品だったのでうれしくて、わくわくしました」と、綿谷は口元をゆるめる。モーニングサブをもつぱら製造していた約20年前の旧兵庫工場で、若手時代の綿谷は新しい仕事を覚えるのに夢中だった。

かつての人気商品を復刻発売する場合、本当に復刻と呼べるのはパッケージにとどまり、中身は大きく調整されることが多い。原料調達難しさや、消費者ニーズが大きく変わったことなど、さまざまな理由で内容の変更を選択せざるを得ないためでもある。だがモーニングサブは、2004年発売当時の味を忠実に再現することを目指した。「見た目も含めて、当時の味や食感をそのまま再現できているか、を目



①包装されたモーニングサブを検品。機械での検査に加え、必ず人の目でも確かめる。②10℃以下を保った状態で細びき肉とあらびき肉、香辛料などを混ぜ合わせ、粘りを確認する。小さなハンバーグ状の形を維持するため加熱されるまで低温を維持しながら作業が進められる。③成型されたモーニングサブが規則正しく並んでベルトコンベアで運ばれる。

搬入された原料肉を筋取りなどをして切り分け、もも肉はたれ漬け焼き豚などに、肩ロース肉はパストラミポークなどに加工される。細かい肉もソーセージ用のミンチに練り込むなどして使用し、廃棄を極限まで減らす工夫をしている。



静岡工場で製造されている「シャウエッセン」などおなじみの商品に2023年から「モーニングサーブ」が加わった。



2024年3月から新発売した「つばざく BAR」シリーズ。枝豆・明太子・チーズの3種類で、具材の食感を楽しめる肉のおつまみ。モーニングサーブ製造の技術が応用されている。



2004年発売当時はごはん合うことが意識され、お弁当のおかずに使っていたというお客様の声も多かった。「パン食が増えた現代なら電子レンジで温めてパンに挟んだり、オープントスターでパンの隣に置いて温めるのも簡単でおいしいですよ」(綿谷)

モーニングサーブの特徴のひとつだ。粘りとなめらかさを持つ細びき肉と、噛みごたえを感じさせるあらびき肉を合わせ、独自の割合でブレンドされた香辛料などを加えて成型、スチーム加熱によりツヤのある

モーニングサーブが出来上がる。

「発売時よりも、整った形とさらなる噛みごたえを感じていただくために、新しい成型機械を選定し、それに合わせた製法を編み出す必要がありました。新しい機械を導入し、今の静岡工場の製造ラインに合わせた手法において、同じ味とより良い食感を実現するのに苦労しました」(綿谷)

ソーセージであれば肉を羊腸に充填することで形を整えられる。だが、モーニングサーブはハンバーグのように皮がない。それでも肉らしい歯ごたえを残すため、独自の配合と温度管理、絶妙な力のバランスで成型する製造工程にたどり着いた。

「どんな工程でも



モーニングサーブのブースで得意先を案内する担当となった展示会では、反響の大きさにうれしい驚きの連続だった。おすすめの食べ方は「卵との相性が抜群によいので、ぜひ一緒に召し上がってください」。(平尾)

商品開発課メンバーと開発した商品の試食と講評は、業務として具体的な目標も意識しつつ、和やかな雰囲気で行われている。課長としての綿谷は「ユーモアで課の雰囲気をよくしてくれながら、数字を明示して指針が共有されるので仕事がしやすいです」(平尾)



動物性たんぱく質を取り入れた健康でおいしい未来の食卓づくり

その一方で、不安定な世界情勢や急激な為替相場の変動などの影響から原料価格が上昇しており、物価高騰にどう向き合うかは、食品メーカーとして大きな課題だ。現在は異動で開発の現場を離れた平尾は、製造現場と販売の間をつなぐ役割も担う立場になった。

「商品自体は手づくりに近い近づけば近づくほど、よい物はつくれます。でも、それでは工場の収支が合わなくなるし、消費者が手に取りやすい価格がつけられません。肉の価格高騰の中で、生産性がよくておいしいものをつくるのが、これまで以上に難しくなり、ほかにない付加価値を備えていくことも課題です」(平尾)

困難も多い社会情勢ではあるが、たんぱく質の重要性が広く認知される時代の到来が追い風になって、動物性たんぱく質をおいしく簡単に摂ることができるモーニングサーブのような商品は関心を集めやすい。

「健康のために筋肉をつけること、そのために食事で摂るたんぱく質を増やそうという人が増えていきます。特に朝食にたんぱく質を取り入れることに注目が集まっているので、モーニングサーブのようにごはんに

もパンにも合わせやすく、何かのついでに少し温めるだけでおいしく食べられる商品は、食事の質を簡単に高められます。たんぱく質の分量をパッケージでアピールするような食品だけでなく、改めて動物性たんぱく質の存在が認知されることは、自分の子どもたち世代の未来も豊かにしてくれたいと思います」(綿谷)

「お酒離れ」「果物離れ」など、何かと消費に消極的であることを取り上げられやすい若年層にも、たんぱく質でポジティブな変化を起こせるのではないかと平尾は期待している。

「今、私が担当しているギフト商品を見ると、お中元やお歳暮など、かしこまった贈り物は若い世代にはなじみが薄いものです。でも、親しい相手と気軽にプレゼントを贈り合うカジュアルギフトは増えているので、そういったものに取り組む方法が何かないかなと考えています」(平尾)

少し前までは効率一辺倒になりがちだった人々の食への関心だが、最近では、健康に暮らすためのおいしいたんぱく質が再注目されている。たんぱく質は他の栄養素との組み合わせで力を増すことも広く認知されつつある中、彼らが目指す新しいカタチとして、日本の未来の食卓を支えてくれそうだ。

若い購買層が目立つモーニングサーブ

*2024年2月現在

2024年1月に行われたニッポンハムグループの展示会でモーニングサーブのブースに立ち、得意先の案内をした平尾は、想定外の反響に驚いた。

「案内をしているときに『子ども頃に食べていました』『お弁当に入っていた』など、思っていたよりも若い世代からの声を多く頂きました」(平尾)

ハム・ソーセージは40〜50代が消費の中心と言われるが、モーニングサーブはもう少し若い世代、30〜40

代が購入者の3割を占めている。彼らの心をとらえた理由についてさらに詳しい調査が必要だろうが、従来の主要購買層とは異なる世代を惹きつけたことにより、ハム・ソーセージのカテゴリーにとられない、新しい食の可能性をモーニングサーブが広げていると言えそうだ。

「モーニングサーブは定義づけが難しく、ソーセージとハンバーグのいいとこ取りをしたような商品で、一般的には名称が定まっています。最初の開発時に参考にしたというアメリカの朝食の定番「リンクス」とも、皮がないソーセージのようなものという発想は近いですが、かなり異なる食品です。近い将来、一般的な名称が「モーニングサーブ」と世の中で認識されるくらいの存在になればらよいなと思います」(平尾)

モーニングサーブには、「シャウエッセン」や「豊潤」に次ぐ、長く愛されるブランドになってほしい」と綿谷も期待している。

「売り場を見ると、モーニングサーブはチキンナゲットのコーナーに置かれるなど、必ずしもハムやソーセージと同じ売り場にあるわけではありません。ソーセージをつくってきた技術を生かして、ハンバーグには出せない食感を出した、新しいカタゴリーの食品として大きな可能性を持っていると思います」(綿谷)

日本ハムファクトリー株式会社 静岡工場



操業開始:1986年
所在地:静岡県榛原郡吉田町大幅350番地3
従業員数:約550名(2024年3月現在)
1986年にハム・ソーセージの首都圏への供給基地として設立された静岡日本ハム株式会社を母体としており、主力の「シャウエッセン」・「アンティエ」・「豊潤」などを、年間14,000トン生産している。