

ニッポンハムグループ広報誌 ロータリー

Rotary



2025年 秋号

ニッポンハムグループ広報誌「ロータリー」
Rotary 2025年 秋号

特集

函館カール・レイモン 創業100周年



食から

みえる

こと



秋の実りの白ソーセージ

| Vol. 31 |

実りの秋がやって来ました。店頭には、新米も並び、秋らしい野菜やフルーツが食欲をそそります。今年の夏は猛暑と渇水に見舞われ、生産者の方々の苦勞はいかばかりかと、心が痛みます。それでも豊かな食材が私たちの食卓に届くことに感謝の気持ちでいっぱいになります。

ヨーロッパでは、夏の間に育ち、秋に木の実などを食べて肥えた豚を晩秋にはふり、冬の糧として、保存食にする習慣がありました。

ドイツ語で「メッゲライ」と呼ばれるこれらの食品は、ハム、ソーセージ、パテ、テリーヌ等の食肉加工品全般。今でこそ、鶏肉類やジビエを素材としたものもありますが、もともとは「豚肉の加工品」を指した言葉でした。冷蔵といった技術がなかった時代、豚の内臓も含めて、すべてを使った加工品は貴重な食材でした。今ではすっかり日本の食卓にも定着し、ハム、ソーセージはいつも私たちのテーブルにあります。

今年百周年を迎えられる「函館カール・レイモン」の創業者カール・レイモン氏の娘のフランチェスカは私の大学の同級生です。彼女は函館から、私は九州・有田からの学生寮のルームメイト。もう70年以上のお付き合いの大親友。昨年ドイツからお孫さんと来日され旧交を温めました。

大学卒業後、ドイツの方と結婚され、ミュンヘンに住んでいた彼女を60年前に訪ねました。初めてのミュンヘンに、私は朝から美術館に行こ

うか、教会を訪れようかと張り切っていたのですが、フランチェスカからはダメ出し。「朝からミュンヘン名物の白いソーセージ『ヴァイスヴルスト』を食べに行かなくちゃ。お昼の12時を過ぎるとお店で出してもらえないのよ」とお昼版シンデレラのようなことを言うのです。

バイエルン地方の伝統のソーセージ、「ヴァイスヴルスト」は、豚肉に仔牛肉を混ぜて豚腸に詰めた、ずんぐりむっくり型のソーセージ。水分が多く、傷みやすいので、毎日つくりたてを提供し、「このソーセージに12時の鐘を聞かせてはならない」ということわざもあるとか。茹で汁の中に浮かんだ形で供され、甘めのマスタードと、塩味のプレッツェルとともにいただきます。「父のソーセージとはまた違うけれど、この名物だからぜひ味わって」とフランチェスカ。朝からビールといっしょに召し上がっている方もちらほら。皮をむいていたくのも特徴で、レイモンやハーブの効いたクリーミーなそれは、ソーセージといえは保存食と思っていた私の常識を覆し、ドイツソーセージの多様さを感じさせました。もちろん、あれから60年。今では真空パックの製品もあり、いつでもヴァイスヴルストを楽しむことができますが、私にとってはつくりたてをいただいたこのミュンヘンの白いソーセージは、やはり特別な経験でした。今でも、函館カール・レイモンのソーセージをいただくと、そんな若い頃の思い出がよみがえり、満たされた気持ちになるのです。



江上 栄子 Eiko Egami

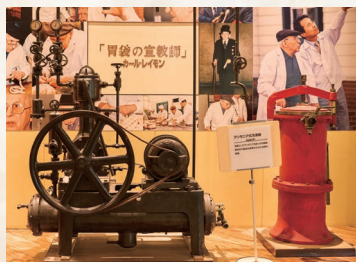
江上料理学院院長。料理研究家。フードコンサルタント。実家は佐賀県有田焼の窯元「香蘭社」。青山学院大学英文科卒業。パリのル・コルドン・ブルー料理学校卒業。世界60カ国余りを訪ね、家庭料理の研鑽を重ねる。フランスチーズ鑑評騎士の会東京支部理事長を務めるなど諸外国との関わりも深く、2002年フランスの農事功労章シュバリエを受章。2017年同オフィシエを受章。2015年1月、米農務省の「米国農産物貿易の殿堂入り」を果たし、ケネディ大使の表彰を受けた。外食産業や食品会社の顧問としてフードビジネス全体に携わる。2024年「食品産業功労賞」受賞。テレビや講演、雑誌などで幅広く活躍中。



左はレイモンの直弟子、島倉情憲（2005年当時の（株）函館カール・レイモン社長）



学生などに向けて工場見学コースを設け、カール・レイモンの歴史を伝えている



原料肉や製品の保管に必要なアンモニアを使った冷凍機

**函館という地を愛した
波乱万丈の半生**

「ものづくりとは、ごまかしがないこと」。厳格なこの言葉は、レイモン氏の仕事に対する信念そのものである。カール・ワイデル・レイモン氏は、ドイツの食肉加工マイスター（国家資格により弟子をとれる）を取得した優秀な技術者だ。

滞在した勝田旅館の娘、コウとの出会いから始まった。2人は駆け落ちの末に結ばれ、レイモン氏の郷里カールスバート（現・チェコ共和国）で店を開き、必死に働いて事業を軌道に乗せる。そして、再び函館の地を選び戻ってきたのだ。当時、日本ではハムやソーセージはまだ定着していなかったが、帝国ホテルなど東京や横浜の一流ホテルは、レイモン氏の製品をいち早く採用したそう。

**ハム・ソーセージづくり
だけにとらわれない
北海道畜産開発プラン**

レイモン氏は、視野の広い学びの人だった。マイスターの称号取得後もスイス、フランス、スペインで技術の幅を広げ、さらにノルウェー、ドイツ、アメリカの企業では技術面だけでなく経営にも携わった。

そうして培った俯瞰的な視点の結晶とも言えるのが、函館のハム店開業と同じ年に北海道庁へ提出した「食料と自給体制について」の北海道畜産開発プランだ。その構想とは、彼の構想は食肉加工業と畜産業の連携による振興策で、当時の酪農を軸とした振興策に新たな視点を付け加えるものだった。その後、レイモン氏は大野町で畜産一貫型の加工場を開き、一方で行政の要請で満州へ渡って畜産試験場と畜産加工のモデル事業を開いた。そして再び、道庁の打診を受け同プランをブラッシュアップする。それは生産、加工、販売や副産物活用までを一元化した「循環型畜産体制」のモデルという形で記録に残っている。生涯で計3度行われたこの提案は結局採用されなかったが、この行動からも彼の北海道への熱い思いと希望がありありと伝わってくる。



Carl Weidell Raymon



特集

函館カール・レイモン創業100周年

レイモン氏の愛した函館で 函館カール・レイモンが 根付くまで

函館は港と坂の街だ。昔も今も、港を見下ろす坂の街並みは旅人を惹きつける。1859年の函館開港と共に西洋文化の玄関口となった歴史が、どこかレトロな異国情緒となって残っている。寄港する外国船のニーズに応じる形で始まった、酪農や乳製品の製造、ロシアや欧風の料理店。隣町には七重官園（七飯町）が置かれ、西洋式農業の種がまかれた。それらは長い年月をかけ、紆余曲折を経ながら函館の街に染み込んでいった。今年創業100周年を迎えた「函館カール・レイモン」のハム・ソーセージも、そうした函館の味覚のひとつだ。歴史の荒波を越えて嘘のない製法を守り伝えた創始者を地元住民は今も親しみを込めて「レイモンさん」と呼ぶ。

Carl Raymon
100th
Anniversary



カール・レイモンゆかりの地・元町



函館カール・レイモンの味と歴史を伝える場所の一つに、直営店「レイモンハウス元町店」がある。元町は、海沿いに和洋折衷の建物がひしめき合うハイカラな街で、函館の観光名所の一つとして知られている。同店は、レイモン氏が愛した元町の歴史的町並みの一角、生前のカール・レイモン氏が最も長く過ごした工場と自宅の跡地に建てられている。

1階のショップには市内工場直送のハムやベーコン、ソーセージなどの商品が並び、隣には焼きソーセージ、生ソーセージのチューリングアやホットドッグをその場で味わえるイートインスペースがある。焼きたて熱々のソーセージの香りが漂う、函館市民にも観光客にも人気のスポットだ。もうひとつ見逃せないのが、2階にある「カール・レイモン歴史展示館」だ。レイモン氏の歴代工場や仕事風景の写真は、眺めるだけでも戦中戦後の激動の人生が想像できる。ハム・ソーセージを作っていた際、実際に使用していた道具、レトロな風情の製品ラベル、レイモン氏が北海道庁へ提出した北海道畜産開発プランや直筆の手紙、数々の伝記なども見やすく展示されて、この街で培われたマイスターの思考や人柄が、リアルに伝わる内容だ。

「ごまかしのない手仕事」と、「人々のおいしい笑顔」。レイモン氏が心から願った大切なものは、時を超えて今もなお、ここに息づいている。



散歩するレイモン氏。
元町の教会が集まった辺りがお気に入りスポット。



市内を走る函館市電。



レイモンハウス元町店の建物は函館市西部地区歴史的景観賞を受賞している。



レイモンハウス元町店の1階はハム・ソーセージなどを販売しており、イートインスペースで焼きたての生ソーセージなどが味わえる。



「人はおいしい食べ物が豊富にあり、住み心地のよい家を持っておりさえすれば、のんきに暮らすことができます。これは国家だって同じことです」
紛争に翻弄され続けたボヘミア地方出身のレイモン氏は、こうも語っていた。自らがなりわいとする誠実な食品づくりは、人々の健康と暮らしの安寧を支える。それが他の多くの仕事と一緒に大きな力となり、見えない平和をつくる。そうした祈りにも似た言葉だ。「私は函館の子どもたちが、安心して食べられるものを作りたいのです」——その言葉どおり、彼の工場は地域の人々に親しまれていた。工場にいても、子どもたちが前を通ると気さくに声をかけ、試食を促すこともあった。実際、

レイモン氏の徹底した食べ物へのこだわり

子どもたちは大人たちよりも早く、レイモン氏の味の理解者になっていたという。彼が仕事に誠実だったのは、未来ある子どもたちの健康のためでもあった。

具体的な製法へのこだわりは、次の言葉に尽きるだろう。「食べ物健康的でおいしくなければダメです。私のハムは防腐剤など必要のない添加物は使いません。余分な粉や



旧元町工場で製造されていた缶詰

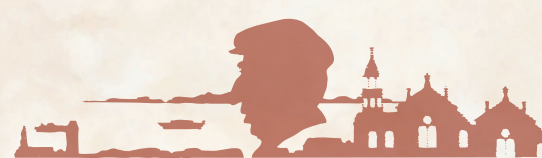


函館カール・レイモン工場の2階はカール・レイモン歴史展示館。ハム・ソーセージづくりに欠かせなかった道具や愛用品が並び。

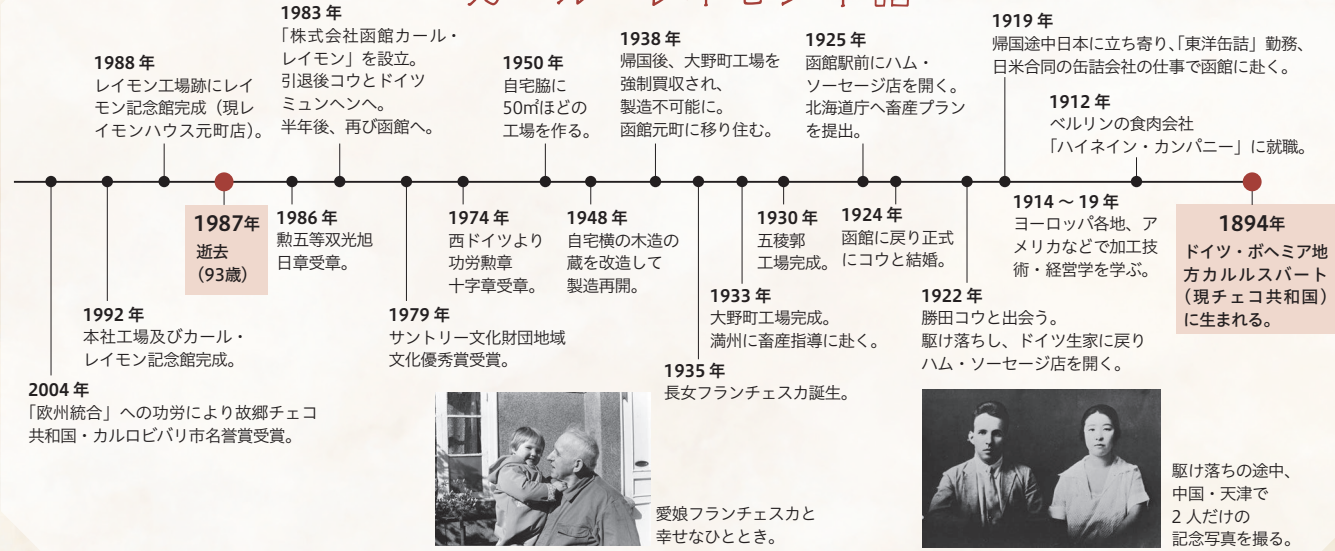


水も使いません」。レイモン氏は食材を余すところなく、安全に、おいしく保存するという肉加工技術の原点に、常に忠実だった。その後日本が豊かになるにつれ、レイモン氏の味は手づくりの味として人気を博し、さらに大量生産を目指さなかったため「幻の味」とも呼ばれた。現在ブランドを引き継いだ「函館カール・レイモン」の加工室では、職人たちが分業制でなく多能工としてさまざまな持ち場に携わる。これはレイモン氏が職人として全工程に責任を持つという考え方を踏襲したものだ。

創業から100年。「函館カール・レイモン」の製品は今も、素材の持ち味を最大限に引き出す姿勢を守っている。多品種・手作りの伝統は、レイモン氏が教えた「こまかしのない味」を職人たちの手で未来へと継承していく。この生真面目なまでの誠実さが、「函館カール・レイモン」というブランドの真髄なのだ。



カール・レイモン年譜



愛娘フランチェスカと幸せなひととき。



駆け落ちの途中、中国・天津で2人だけの記念写真を撮る。



函館カール・レイモン

人の手と愛情が、伝統に命を吹き込む

函館カール・レイモンは、ドイツ生まれの食肉加工マイスター カール・ワイデル・レイモン氏の
ハム・ソーセージ製造事業を継承して1983年に(株)函館カール・レイモンとして設立、
2022年に日本ハム北海道ファクトリー(株)と統合した。

レイモン氏のものづくりの情熱を継承する日本ハム北海道ファクトリー(株)函館カール・レイモン工場
働く従業員の姿に迫った。

ニッポンハムグループの中には、
国産ハム・ソーセージ製造史に名を
刻むブランドがある。函館カール・
レイモンもその一つだ。

函館空港から車でおよそ10分。
小高い鈴蘭丘の一角にある、日本
ハム北海道ファクトリー(株) 函館
カール・レイモン工場を訪れた。

1925(大正14)年に函館で創業
したカール・ワイデル・レイモン氏。
元町の直営ショップ、レイモンハウ
スをはじめ各所へ同ブランドの製品
を送り出しているのが、函館カール
・レイモン工場だ。工場面積は約
1200平方メートル、従業員数は
現在38名。グループ他社工場と比較
すれば小規模だが、そこが伝統製法
にこだわりきれぬゆえんだ。実際に
同ブランドはレイモン氏の考え方を
継承することで、誠実な商品を取り
扱う生協や百貨店などに長らく採用
されている。

函館カール・レイモンは2025
年に創業100周年を迎えた。今
回はその工場に働く製造課主任の
木浪佳苗と営業課主任の高橋弘貴
彼らの仕事と想いに触れてみよう。



\\ 食べられるのはココだけ! //

函館カール・レイモン伝統のおいしさを味わう



**レイモンバーガーと
ジャーマンポテト**
函館カール・レイモンのハンバーガーとベーコンを
豪華にサンドした肉々しいハンバーガー。

チューリンガー
生の状態からボイルし、
店内で焼き上げる
ジューシーな焼きソーセージ。



レイモンドッグ
焼きたてのソーセージと
ソフトフランスパンを合わせた
人気 No.1 の伝統的なホットドッグ。

食を通じて愛を伝え続けた「レイモンさん」

生まれも育ちも函館のフードスタイリスト・八木橋こずえさんは
生前のレイモン氏の姿をよく覚えているという。

函館育ちの
フードスタイリスト、
八木橋さんに聞く



フードスタイリスト **八木橋こずえさん**

東京デザイン専門学校に通いつつ東京のデザイン事務
所でアシスタントを務めたのち函館に帰郷、デパート
のディスプレイ担当として勤務し、フードスタイリス
ト兼料理教室の講師に転身。多くの地元企業にレシピ
を提供する。現在は、世界料理学会実行委員を務めた
縁から函館を代表するスペイン料理の店「バルレスト
ラン ラ・コンチャイ バスク」でサービス業務を担当。

「昔は週に一度、市内のデパー
トのお肉屋さんでレイモンさん
のかたまりのベーコンやソー
セージが買えました。隣の町
議をしていた祖父は山高帽にス
テッキで出かけるハイカラな人
で、お土産はレイモンのソー
セージでした。子ども心にも
ちよつと贅沢でおいしいものな
のがわかりました。レイモン
氏の生前、元町が散歩コース
だった八木橋さんは、ご近所で
その姿をよく見かけたという。
「戦時中には差別を受けて苦労
されたそう。それでも函館に
戻ってくれたのは奥様を愛して
いたから、そしてきっと函館の
人たちが好きだったのだと思い
ます。今でも覚えているのが、
函館カール・レイモン工場の動
画で、ミキサーにかけたお肉と

スパイスを最後に手で混ぜる
シーンでした。その手が優しく
て、いかにもおいしそうだなと
それからは料理教室でも「仕上
げは必ず手作業で」と教えてい
ます」。職業柄、食品ギフトを
贈る機会も多いが、函館カール・
レイモンのソーセージセットは
誰にでも喜ばれ重宝しているそ
うだ。

「家族の好物のフレンチトース
トには、粗びきソーセージを添
えます。おもてなしに欠かせな
いのはサラミ。北海道産チーズ
と一緒に仕上げればワインも
進みますよ」。彼女は笑う。

「函館にとってレイモンさんの
味は、いつまでも変わらぬ味で
て欲しい存在。変わらない味で、
今もこの街の良さをつなぎ止め
てくれる気がするのです」。



レイモンハウス元町店
☎ 0138-22-4596 ♡ 函館市元町30-3
営業時間/9:00~18:00(調理品・ドリンク販売~17:30)
定休日/12月31日~1月2日
アクセス/函館市電「十字街」電停 下車 徒歩7分
※詳細は公式HPでご確認ください

100周年記念商品

100周年を記念して、レイモン氏がかつて製造して
いた「スモーク香る ロースベーコン」を復刻版とし
て発売。また、レイモン氏の伝統製法で作られた2種
類のサラミ「パプリカ香る レイモンサラミ」「ワイン
香る レイモンサラミ」が発売された。



一つの加工室から生まれる 多彩な商品

函館カール・レイモンのハム、ベーコン、ソーセージなどにする肉の、加熱処理前のすべては一つの加工室で行われる。この日、木浪は脱骨モノのかたまりからハム用の肉を切り出していた。計量調整をするスタッフと2人でテーブルを挟んで立ち、切り落としを粗びき用、細びき用、ひき肉に結着力を与える赤身に手早く分けていく。ここがあらゆる商品の入口になり、木浪たちが触れた肉の量が工場の処理能力ということになる。硬い肉、やわらかい肉、筋の入る方、木浪は一つひとつ違う肉の状態を目と指先で確かめ、ナイフを

入れる。その動作は、ここを切ればよいという肉の「目」があるのかと思うほど迷いなく、速い。「硬めの肉質はハムに向いています。やわらかい肉質の場合、その後の工程で割れが起きないようにカットで整えます」（木浪）

販売経験も重ね お客様の笑顔を糧に

函館市出身の木浪は、2007年に地元企業である（株）函館カール・

レイモン（当時）に就職。出荷担当を経て2010年から現在の肉加工の工程へ配属された。その後、丸井今井函館店やレイモンハウスで販売を経験し、再び製造現場に戻った。製造と販売の両方を経験したことで、木浪はつくり手と食べ手、双方を理解してきた。

例えばベーコンの本当のおいしさは脂にあるが、売場では赤身多めを選ぶ人が多い。そんな時、木浪はこんな接客をしていたという。

「どのように召し上がりますか？もしお料理に使うのでしたら赤身6、7割くらいの品がおすすです。脂のコクがお料理をぐつとおいしくしますよ」（木浪）

休日、木浪はレイモンハウスに立



日本ハム北海道ファクトリー（株）
函館カール・レイモン工場
製造課 主任
き な み かなえ

木浪 佳苗

2007年入社。直営
店販売員として6年
間勤務したのち、製
造課にて加工肉の
処理～充填、出荷ま
でを手がける。

元町・レイモンハウスの店内。焼きたてのソーセージが食べられるイトインコーナーも。



日本ハム北海道ファクトリー（株）
函館カール・レイモン工場
営業課 主任
た か は し ひろき

高橋 弘貴

2017年入社。日本ハム北海道ファクトリー（株）旭川工場にて梱包工程を3年担当したのち、今年の2月に営業課へ異動。

う環境に飛び込んだ高橋は今、自らを「以前は後工程（包装・梱包・出荷）のことしか知らなかった」と振り返る。

「営業を成功させるには、前工程（原料から加熱処理まで）を改めて理解しておく必要があると思います。着任前のアドバイスの意味を痛感しています」（高橋）

レイモン氏から受け継ぐ、 技術とその哲学

函館にハム・ソーセージという食文化を伝えたレイモン氏は、生前に多くの言葉を残した。その一つが「ものづくりとは、ごまかしがないこと。」という言葉だ。「どんなにささ

いな作業工程でも、一つ飛ばしたら味は変わります」（木浪）

口数は決して多くないが、彼女の仕事への姿勢はゆるぎない。お客様の笑顔に向けていたまぎしも、「おいしく食べてくれる人が増えること」を何より尊んだレイモン氏の姿につながっている。

レイモン氏は、「食べ物は健康的でおいしくなければ」とも語った。でんぶんや水など余分なものを添加しない。肉や皮や腸を余すところなく使う。これは食肉加工の原点であり、レイモン氏が育った質実なドイツ家庭の価値観でもある。

函館カール・レイモン工場の人々が守るレイモン流の仕事の在り方に触れて、高橋はこう考えるように

なった。「函館カール・レイモンのブランドには、レイモンさんの人柄やストーリーが深く関わっている。僕もそこを伝える営業マンにならなくては」

今、レイモン氏の人物像からものづくりの哲学、現在の製法に至るストーリーを繰り返し読み込み、ブランドに向き合っている最中だ。

変わらぬ価値を 鮮度の高い言葉で伝える

営業課では現在、工場直売店やEC、卸先対応などの業務を7名で行っている。高橋がメインの担当は外商とニッポンハムグループ向けの対応だ。函館カール・レイモンは地

ち寄ることがある。店舗には元同僚たちがいるし、何より人々が熱々のソーセージやホットドッグをおいしそうに頬張る風景が好きなのだ。工場で働く人が製品の出口を目の当たりにするのは、一種の癒やしなのだろう。「ビールを片手に楽しむ人を見ると、ああ、これだな」と感じます」と目を細める。

そんな木浪の職場では今年2月、効率化のために自動計量機を導入した。導入後、ハムやベーコン類の計量速度と歩留まりが改善されたという。「モーター本からとれるハム用ブロックが1、2個増えるほどの実効性がある。今後もデータを蓄積して作業性を一層高めていきます」と、木浪は再び職人の表情になった。

「多能工による手づくり」で 守るブランド

一方、営業課の高橋は、昨年まで日本ハム北海道ファクトリー（株）旭川工場でシャウエッセン®のウインナーの包装出荷を担当していた。入社9年目の今年2月に函館へ異動したばかりで、営業担当としてはまだ「新人」だ。

未経験からの営業職への転換、その上、旭川工場から函館カール・レイモン工場への転勤第一号だ。不安も大きかったが、心の中には新しい挑戦に

域固有のブランドのため、全国には既知のファンもいれば未見の人も多い。高橋は営業先で、こんな歴史があつてこういう製法で、と丁寧に伝えるが、初見の方に関心を持つてもらうのに苦心することがあるという。ある時、無塩せきソーセージのプレゼンがあつた。添加物が少ない、という説明では響かなかったが、原料が良いので添加物が不要なのです」と言い換えた時、商談先がすんなりと納得してくれた。そのため直近の課題はこれだ。

「上手なプレゼンというより、相手に合った話し方を身につけることです」（高橋）

工場見学案内業務は、コミュニケーション力を高める良い経験になっている。「反応がお客様の属性



学生や園児に向けた工場見学の受け入れも高橋の所属する営業課の仕事だ。



くん煙・加熱したてのシュOLDERハム。



「函館カール・レイモン」のストーリーや付加価値をより多くの人に届けるのが高橋のミッションだ。

対するうれしさもあったという。赴任前、高橋はこんなアドバイスを受けた。「函館カール・レイモンに行くなら、工程全体を幅広く知っておくといいよ。確かに、旭川工場の従業員数は190名であるのに対し、函館カール・レイモン工場は38名と規模も体制も違う。ニッポンハムグループの商品を幅広く扱う旭川工場の製造部門では分業制が多く、従業員は一つの工程を何年も担当することが多い。一方、函館カール・レイモン工場では日々変わる品目に対応し、スタッフが多能工的に働く。これがレイモン氏の仕事に通じるクラフトマンシップを感じる味わいを生み出す。

「以前とは何から何まで違う」と言

によつて全く違います。食や健康に興味のある方には製法の話、年配の方には歴史の話に興味を持っていただけことが多い。保育園の見学会では、スモーク室の扉を開けてパツと煙が出ると、子どもたちは大喜びしてくれます（笑）（高橋）

彼の営業課での日々は始まったばかりだが、旭川工場の経験を生かせる局面もある。例えば営業先でパッケージや納品の話題になれば、経験上即答できる事柄が多い。そこには、自分なりの役割を見つけ始めている。赴任に際し、受けたもう一つのアドバイスは、「営業は1年や2年ではもつたいない、続けてこそ面白くなる」という言葉だ。高橋はそれを確信に変えようと、日々仕事に打ち込んでいる。

泡ものドリンクとお肉で 秋の食卓を少しリッチに

秋も深まり、食欲が増す季節になりました。
お肉料理で食卓を少しだけ豊かにしてみませんか？
ペアリングのドリンクは、気分が上がる
シュワシュワの“泡”もので！



たんぱく質量
お肉1人あたり
28.3g

バルサミコソースとロゼスパークリングの風味がお肉を爽やかに引き立てる

アンガス牛のタリアータ風

材料(2人分)

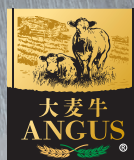
牛ももかたまり肉(大麦牛ANGUS) 400g
塩・こしょう 適量
オリーブオイル 大さじ1
白ワイン 50ml

トレビス(なければ紫キャベツ) 3枚
マッシュルーム 3個
パルミジャーノレッジャーノ(チーズ) 10g

タリアータとは・・・かたまりの牛肉を焼き薄切りにし、ルッコラなどの野菜やパルミジャーノレッジャーノなどと一緒に食されるイタリアの定番肉料理

作り方

- 1 牛肉は表面に塩・こしょうを振り、オリーブオイルを熱したフライパンで表面を焼く。
- 2 1に白ワインを加え、ふたをして2分加熱し、火を止めて余熱で火を通す。
- 3 トレビスは手で割き、マッシュルーム、チーズはスライスする。器に盛りつける。
- 4 2をスライスし3の器に並べる。2のフライパンにオリーブオイル、みじん切りにしたんにく、バルサミコ酢を入れて火にかけ、軽く煮詰めて肉にかける。



大麦牛ANGUS
日本ハム
大麦を中心とした穀物飼料で育ったオーストラリア産アンガスビーフです。肥育から処理、加工、物流、販売までをニッポンハムグループで一貫して管理しています。



尾田衣子
Kinuko Oda

料理研究家。料理教室「アシェットド キヌ」を主宰。ル・コルドン・ブルー東京校ほかで料理を学び、独立。身近な素材を使って手軽につくれる料理に定評がある。
<https://ryo-ri.net/>

Rotary
おいしいひと皿

伝統と技術承継で ブランド価値を未来へ

工場長の塚本は、キャリアも世代も異なる2人をこう見ている。「木浪は成形・充填から接客までマルチな経験を積んだ、当工場ならではの人材モデルの一人です。また、高橋の製造経験を踏まえた営業のポテンシャルにも、今後大いに期待しています」

塚本が率いる同工場ではレイモン氏の製法を誠実に守ってきたが、ここにはニッポンハムグループの力が欠かせない。保存料や結着剤の使用を抑えた加工を可能にするのは新鮮な豚肉で、それを毎朝必要なだけ届

加工肉の原点を守る、 グループの力

レイモンと統合する前の日本ハム北海道ファクトリーへ出向。「他社の製造現場を見たことで、改めて函館カール・レイモンの独自性と魅力に気づくことができました」(塚本)

一方、技術承継については課題もある。木浪たち熟練者の手の感覚、例えば肉質の微妙な違いの見極めは数値化が難しいからだ。繰り返し肉に触れて体得してきた部分をどう受け継ぐかが今後のテーマになりそうだ。若手社員に技術と知識を伝える仕組みとして、塚本は社内マイスター制度の可能性などを模索している。

また、地域貢献にも積極的だ。「函館マラソン」への2018年から続く協賛をはじめ、地元企業との新たなコラボレーションも視野に、地域への関与を深めていく方針だ。加えて、地元の学校への食育授業に、学校給食でソーセージを提供するなど、若年層へのアプローチも始まっている。昔も今も地元根づいたブランドとして、世代を超えて「本物の味」を伝えていく。その基盤づくりはすでに始まっている。木浪、高橋をはじめスタッフ一人ひとりが食べる人の笑顔をつくる、函館カール・レイモン。彼らはレイモン氏の誠実なもののつくりの姿勢を確かに守り、伝え、



日本ハム北海道ファクトリー(株)
函館カール・レイモン工場 工場長
つかもと まさのぶ

塚本 政伸

函館カール・レイモンに勤務35年。22年間製造に携わったのち日本ハム北海道ファクトリー(株)旭川工場へ2年間出向し、函館カール・レイモン工場の工場長になる。

豚一頭を余さず使った多彩なラインアップも、伝統製法に基づいている。頭や頬の肉、内臓、脂肪などあらゆる部位を使いこなすことで、例えば干した膀胱をケーシングとして用いるロオルハムや、直腸を使ったサラミなど、多様な製品が生まれる。こうした特殊原料(肉以外の部位)の供給も、グループ内の食肉処理工場との連携あつてこそだ。



函館カール・レイモンの原料には国産のフレッシュな肉を使用している。

日本ハム北海道ファクトリー株式会社 函館カール・レイモン工場

操業開始:1983年
所在地:北海道函館市鈴蘭丘町3番地92
従業員数:38名(2025年8月現在)



1925年、当時31歳だった食肉加工マイスターのカール・レイモン氏が、函館に開いたハム・ソーセージ店が始まり。函館の地で日本人の健康のために製法や原料にこだわり、品質に妥協しないハム・ソーセージを作り続けている。1983年(株)函館カール・レイモンが設立され、2022年に日本ハム北海道ファクトリー(株)と統合し、技術承継を行った後も、「胃袋の宣教師」と呼ばれたレイモン氏の信念を受け継ぎ、函館の地で伝統の味を守り続けている。



たんばく質量
1皿あたり
28.5g

ベーコンのうまみたっぷりスパイシーピラフに、後味さっぱりティーソーダを

ベーコンとカリフラワーのカレーピラフ

材料(3~4人分)

スモーク香る ロースベーコン
..... 180g
米 2合
カリフラワー 1/2個
にんにく 1かけ
玉ねぎ 1/2個
ミックスナッツ 30g
カレー粉 小さじ2

A
コンソメ顆粒 小さじ1
ナンプラー 大さじ1
白ワイン 大さじ1

水 適量
こしょう 適量
オリーブオイル 適量
パクチー 1株

作り方

- 1 ベーコンは2cm角に切る。カリフラワーは小房に切り分ける。にんにく、玉ねぎはみじん切りにする。ナッツは粗切りにする。
- 2 ふた付きの鍋にオリーブオイルを熱し、にんにく、玉ねぎを炒める。しんなりしたらベーコンを加え、さらに炒める。
- 3 2に米、カレー粉を加え軽く炒める。
- 4 **A**に水を合わせて400mlにし3に注ぎ、カリフラワー、ミックスナッツをのせて火にかける。
- 5 沸騰したらふたをし、弱火で15分、火を止めて10分蒸らす。
- 6 5にこしょうを振り、パクチーを切って添える。



要冷蔵

スモーク香る
ロースベーコン
函館カール・レイモン
かつてレイモンが製造
していたスモークロース
を「ロースベーコン」と
して復刻しました。北海
道産豚ロース肉を塩漬
けし、燻煙を繰り返し仕
上げたやや甘みのある
味わいです。

サクサク衣をまとった牛かつに、 のどごし爽快なビールを合わせて

牛かつのホワイトソース添え

材料(2人分)

牛もも肉(大麦牛ANGUS) 200g×2枚
小麦粉 大さじ1
溶き卵 1個分
パン粉 適量
塩・こしょう 適量
揚げ油 適量
レモンスライス 2枚
【ホワイトソース】
バター 20g
生クリーム 100ml
レモン汁 小さじ1
粒マスタード 小さじ1
塩・こしょう 適量

【かぼちゃのマッシュ】
かぼちゃ 1/8個
ミックスナッツ 10g
レーズン 10g
マヨネーズ 大さじ1
こしょう 適量
サニーレタス 2枚

作り方

- 1 牛肉は表面に塩・こしょうで下味をつけ、小麦粉をはたき、溶き卵にくぐらせパン粉を付ける。180度の油で1分揚げ、さらに裏返して1分揚げる。
- 2 鍋にバターを入れ、生クリームを加え火にかけ、バターが溶けたらレモン汁を加える。とろみが出たら火を止める。粒マスタードを混ぜ塩・こしょうで味を調える。
- 3 かぼちゃは種を取り一口大に切って、耐熱皿に入れる。少量の水を加えラップして3分レンジにかける。やわらかになったら水気を切り、粗めにつぶす。ここへ粗切りにしたミックスナッツ、レーズン、マヨネーズ、こしょうを加え混ぜる。
- 4 手でちぎったサニーレタス、3を盛りつけ、そぎ切りにした1を並べ、レモンを添え、2のソースをかけていただく。



たんばく質量
お肉1人あたり
48.1g



要冷蔵

大麦牛ANGUS
日本ハム

大麦を中心とした穀物
飼料で育ったオーストラ
リア産アンガスビーフで
す。肥育から処理、加
工、物流、販売までをニッ
ポンハムグループで一
貫して管理しています。

食を超えた挑戦

輸入牛の代表格となることを目指して

大麦牛ANGUS リブランディングの取り組み

1997年、豪州で誕生したニッポンハムグループの牛肉ブランド「大麦牛」。安全・安心、高品質な牛肉ブランドとして、日本国内の顧客に支持され続けてきた。20年以上にわたり愛されてきた当ブランドは、昨年「大麦牛ANGUS」として新たなスタートを切った。

「大麦牛ANGUS」の歩み

ニッポンハムグループの中で、牛肉生産事業の重要な基盤となっているオーストラリア。当社グループの豪州牛肉事業の始まりは、1978年、オーストラリア日本ハム（現NHフーズ・オーストラリア）設立にさかのぼる。将来の牛肉輸入自由化を見据えての国際化戦略として進めたもので、1987年、牛肉の処理工場であるオーキアバトウア（現オーキービーフエクスポート）を買収後、翌年の1988年、牛の生産農場であるワイアラ牧場を買収したことで、1991年の牛肉の輸入自由化開始を前に、牛肉の生産体制の構築が実現した。海外にお

ける牧場経営は、日本の食肉加工メーカーとして、初めてのことであった。

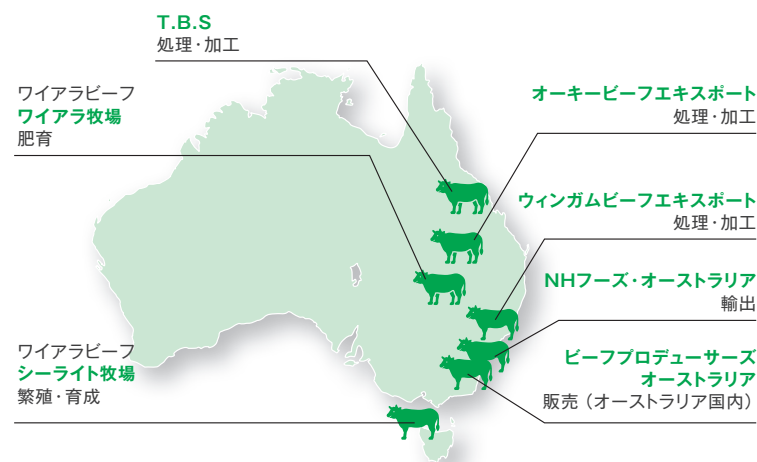
そして1997年、大麦を中心とした穀物飼料で育てた「大麦牛」の販売を開始。肉牛の肥育方法には牧草肥育（グラスフェッド）と穀物肥育（グレインフェッド）があるが、穀物肥育では、肉に適度なサシがつきやすく、日本人好みの肉質となる。そのやわらかな肉質は日本のみならずオーストラリア国内でも支持を集めるようになった。2020年、ブリスベンで開かれたブランド牛のコンテストでは、大麦牛で培ったノウハウを生かした世界市場向けブランド「ANGUS RESERVE」が入賞を果たし、最高評価を得ている。

豪州事業の流れ

ニッポンハムグループにおける豪州牛肉事業の最大の特長は、牛の生産から処理・加工、販売までを一貫して自社グループで行っているところにある。加えて「大麦牛ANGUS」が肥育されるワイアラ牧場での生産工程とオーキービーフエクスポートの処理工程を垂直統合することにより、牛肉の安定供給だけでなく、ブランド牛肉のトレーサビリティも担保されている。

ニッポンハムグループの厳しい品質管理により、元来品質管理が厳格で賞味期限が77日と長めといわれるオージービーフよりも、はるかに長い賞味期限100日を実現したのが「大麦牛ANGUS」である。

ニッポンハムグループの豪州事業の拠点



育て方への自負があるからこそそのブランド戦略

大麦牛ANGUSのリブランディングの取り組みとその成果について、日本ハム（株）食肉事業本部の担当者に聞いた。



日本ハム（株）食肉事業本部
輸入食肉事業部
チルドビーフ部 チルドビーフ課
ふかや なおゆき
深谷 直之



日本ハム（株）食肉事業本部
食肉マーケティング推進室
あさみ なえ
浅見 名絵

ブランドの魅力を自らが再認識し ブラッシュアップ

『「大麦牛」は、当社グループのたくさんの方が大切に、愛情こめて育ててきたブランドです。そのことを私たち自身が再認識し、魅力としてお客様にきちんとお伝えすべきだと思いついたのが、リブランディングのきっかけです。そう語るのには、マーケティング戦略を担う食肉マーケティング推進室の浅見名絵だ。

「まず、大麦牛となる英国系品種の中でも、

量販店だけでなく 外食店からもお褒めの声

このリブランディング戦略の効果のほどを、

イギリスのアバディーン州、アングス州に起源を持つ『アングス種』に着目しました。アングス種は世界三大肉用種の一つとして知られる牛で、赤身とサシのバランスがよいと評価されています。このアングス種の血統を含む素牛を選別し、大切に肥育した牛であることを印象付けるためブランド名を『大麦牛ANGUS』に変更しました。併せてリニューアルしたブランドサイトの「育ちのよさは、質に出る。」というキャッチコピーは、育て方への自負が、環境にも配慮した確かな品質につながっていることを、一言で言い表している。

営業活動において肌で感じているのが、チルドビーフ部チルドビーフ課の深谷直之だ。「量販店のお得意先に新ロゴマークやキービジュアルの販促物を使っていたところ、売り場に統一感が出て、お客様からの視認性が上がったと好評です」という。また今後は、外食店において使用できる販促物の拡充も図っていきたいと、深谷は意気込む。

「当社グループが一貫管理している牛肉ブランドであるため、個体差が比較的少ないことも、外食店のお得意先に支持されている所以です」。

マーケティング担当の浅見のもとにも、外食店のシェフやオーナーから「大麦牛ANGUS」に対するお褒めの言葉が直接届くほど。まだまだ可能性のあるブランドだと再認識している。



日本ハム（株）食肉事業本部
輸入食肉事業部 チルドビーフ部
はやし やすひろ
部長 **林 泰弘**



「大麦牛ANGUS」のキービジュアル。オーストラリアの広大な土地で、牛たちがのびのびと育てられていることを伝えている。



Before New!

ブランド牛としての確立を目指す

ブランド牛といえば、日本では「和牛」が一般的に知られるところですが、「輸入牛といえば『大麦牛ANGUS』』と言われるくらい存在になることが目標です。日本企業の中で、豪州に牛肉の一貫生産体制を確立しているのはニッポンハムグループだけであり、他社が真似できない差別化のポイントと考えます。現在具体的な施策をさまざまに考えており、特に外食分野に向けてはグルメサイトや外食専門誌への出稿を通じて、「大麦牛ANGUS」のブランド力を効果的にアピールしてまいります。今後も量販店や外食店の皆さまから、より一層信頼を寄せていただけるブランドとして成長できるよう、努めていきます。

アスリートの食

Foods For Athletes



Q1.
 昨年の故障を経て、今年は2桁の
 ホールドを上げるなど復活の年と
 となりました。リハビリ中、食生活の
 面ではどのように過ごされましたか。

故障中は満遍なく栄養を摂れるよう、バラン
 スの良い食事を心がけました。ささみ、卵、
 納豆など動物性、植物性を合わせてたんぱく
 質は多めに。もともとフルーツのアレルギー
 があるので、代わりにプロッコリーなど栄養
 価が高いといわれる野菜を意識して食べるよ
 うにしました。サプリメントの効能も自分でよ
 く理解して補うようにしています。サプリの大
 切さは金子千尋さん（現ファーム投手コーチ）
 から教わりました。そして、今シーズンは投
 げたいボールを投げることができ、とても手
 応えを感じています。

Q2.
 プロ入り前は、
 どんな食生活でしたか？

子どもの頃は太れないのが悩みでした。家では肉、魚、サラダなどの副菜と栄養バランスを
 しっかり整えてくれていたのですが、野球に熱中しすぎて、食べる量が運動量に追いつ
 かなかったようです。社会人野球時代は千葉のチームに所属していました。それまでは北
 海道にいたのであまりに夏が暑く、夏バテで食事が減ってしまいました。さらに練習も
 ハードで、少しでも睡眠をとろうとして朝食がおろそかになり……。必要な筋肉をうまくつ
 くることができなかったかもしれません。プロ入り後は栄養士さんの指導の下、朝からしっ
 かり食べています。

Q3.
 どんな食べ物が好きですか？

実はラーメンが大好きです。入団したての頃は
 いつも食べていましたが、最近は控えています。
 トッピングなどを工夫すれば少しなら問題ない
 と栄養士さんに言われたので、頑張った時の自
 分へのご褒美にしようと思います。

Q4.
 玉井投手にとって
 食とはどんなものですか？

食事はアスリートにとって最も大切なもののだ
 と思います。栄養素など、いろいろなことを知
 れば知るほど、食べることも楽しくなってきま
 す。この頃は野菜、特になすが大好きになり
 ました。子どもの頃は苦手でしたけどね。味
 やみずみずしさがとても気に入っています。



知れば知るほど、食は楽しくなる

19

たまい たいしょう

玉井 大翔 投手

1992年6月16日生まれ 北海道出身
 投打：右投げ右打ち 投手
 旭川実業高等学校、東京農業大学北海道オホーツク出身。
 新日鐵住金かずさマジックから2016年ドラフト8位でファイ
 ターズに入団。1年目から一軍で活躍し、ブルペンの中心選手に。
 2024年は故障で実戦から離れるが、2025年復活を果たし、
 好調のファイターズを支えている。

アスリートの食事を管理栄養士が解説

「北海道日本ハムファイターズ」および「セレッソ大阪」「セ
 レッソ大阪アカデミー」の栄養指導を行っている管理栄養士
 が、玉井投手の朝食について解説します。



少量ずつさまざまなおかずを
 選ぶスタイルが玉井投手の特長！
 卵焼き、焼き魚、ローストポーク、
 煮物等、品数豊富で自然と多くの
 栄養素が摂取できるため良い選択
 です。大好きなすも選んでいま
 すね。さらにエネルギー源として
 欠かせない白米も朝からしっかり
 摂取できています。

ファイターズ
 栄養サポート
 担当管理栄養士
 八巻法子



四半世紀以上愛される 大麦牛ANGUS おいしさの秘密

POINT 1 とことん肉質にこだわったアンガスビーフ

アンガス種の血統を含む素牛^{もとうし}を選別し、生産農家から独
 自に仕入れて育てています。大麦を中心とした飼料は自社
 の飼料工場でスチームしてフレーク状にし、消化にやさし
 い穀物飼料を与えています。オーストラリアの穀物肥育は
 肥育日数により区分されており、大麦牛ANGUSは穀物を
 150日以上与えて肥育するミドルグレインビーフ。赤身と
 サシのバランスのいい肉質に仕上げています。



今年販売を始めた大麦牛
 ANGUSの「トマホー
 クステーキ」は、骨付き
 リブロースの豪快なス
 テーキとして楽しめま
 す。見た目のインパクト
 も大きく、BBQやパー
 ティーなどにおすすめ
 です！（浅見）

POINT 2 徹底した衛生管理

処理・加工の工場内は天井が高く、枝肉と床の距離が十分に確保されています。
 工場内清掃は作業終了後、毎日7～8時間かけて専門スタッフにより徹底して
 行われます。また工場内の両サイドの扉開閉により、常にドライコンディショ
 ンが保たれています。



POINT 3 ニッポンハムグループによる一貫生産システム

肥育から処理・加工、物流、販売までをすべて一貫体制で生産する
 「パーティカル・インテグレーション・システム」で安全・安心を実現しています。



ワイアラ牧場では早くからアニマルウェルフェア
 にも取り組んでおり、直射日光を遮る牛用のサン
 シェードの設置は、オーストラリアで初めて当牧場
 が始めました。お得意先を現地視察に
 ご案内した際、牛への
 ケアの手厚さと、
 清潔な工場に皆さ
 んが感じし、その品
 質にご納得いただ
 けます。（深谷）



環境保全への取り組みを継続しています！

Action 1 工場処理された水を
 浄化処理して
 灌漑用水として再利用



大型の灌漑機で牧草地に水をまく。

Action 2 排水処理の浄化処理工程で発生する
 メタンガスをバイオガスプラントで
 貯蔵し燃料として有効活用



オーキービーフエキスポートでは
 バイオガスプラントを設置し、CO₂削減に貢献。

Action 3 牛の糞尿をたい肥として
 有効活用



糞尿で大きな山をつくり発酵させてたい肥をつくる。

大麦牛ANGUSは、
 ITIの審査会において優秀味覚賞[※]を受賞

審査員は世界で権威あるシェフ&ソムリエ協会のメンバーです。
 審査は、ブランド名、メーカー名、生産国を伏せた状態のブラインド方式で実施。
[※]審査会はチャックアイロール、ストリップロインにて実施。



大麦牛ANGUS
 ブランドサイト



大阪・関西万博で新素材を使った「新時代の食」を提案

8月23日、日本ハム(株)は大阪・関西万博の大阪ヘルスケアパビリオン内のデモキッチンエリアにて大阪府健康医療部主催のイベントに参画し、調理実演と試食を提供しました。独自の繊維化技術で大豆を肉の繊維のような食感に加工した「ソイミート串カツ」や、豆乳と米をベースに濃厚さを出し、キノコ類のうまみ、香味油の香りで豚骨を使わずに豚骨風味を楽しめる「豚骨風ラーメン」を紹介し、多くの来場者のご好評をいただきました。



ソイミート串カツと豚骨不使用の豚骨風ラーメン(調理例)を大阪ヘルスケアパビリオンで提供



ニッポンハムグループ広報誌 ローターリー Rotary 2025年 秋号



二次元コードより、
電子ブックも
ご覧いただけます。
<https://www.nipponham.co.jp/fun/rotary/>

表紙・本文デザイン/
シンプルコミュニケーション
表紙撮影/平松唯加子
表紙料理/尾田衣子
表紙スタイリング/駒井京子

お問い合わせ窓口

日本ハム株式会社 広報部
日根真弓
TEL: 03-4555-8024
e-mail: m.hine@nipponham.co.jp



CONTENTS

- | | | | |
|----|---|----|--------------------------------------|
| 02 | エッセイ・江上栄子
食からみえること | 16 | 食を超えた挑戦
大麦牛ANGUS
リブランディングの取り組み |
| 04 | 特集
函館カール・レイモン創業100周年 | 19 | アスリートの食
北海道日本ハムファイターズ
玉井大翔投手 |
| 09 | ニッポンハムグループの人と技
日本ハム北海道ファクトリー株式会社
函館カール・レイモン工場 | 20 | NEWS&TOPICS
セレッソ大阪 |
| 13 | Rotary のおいしいひと皿
泡ものドリンクとお肉で
秋の食卓を少しリッチに | 21 | INFORMATION |

BACK COVER

裏表紙のアイテムたち

100周年記念レイモンサラミ2種、定番のサラミ、 ロール おつまみチーズの盛り合わせ

ナッツやドライフルーツと盛りつければ小洒落たオードブルの完成!



パプリカ香る
レイモンサラミ
【100周年記念】

ワイン香る
レイモンサラミ
【100周年記念】

サラミ

函館カール・レイモン

天然の豚腸に詰めた豚肉を乾燥させました。100周年記念商品はパプリカの辛み、そして白ワインの香りがそれぞれ楽しめます。ジューシーな旨味のハーモニーをぜひご堪能ください。



ロール おつまみチーズ
【熟成チェダー、ブラックペッパー、サラミ入り】

宝幸

ダイスタイプの一口おつまみチーズです。味は熟成チェダー、ブラックペッパー、サラミ入りの3種類です。

Let's make a toast.



Cheers!

子どもたちにサッカーボールを贈る取り組み

子どもの夢咲く — サッカーボール寄贈 — PROJECT

本プロジェクトは、セレッソ大阪がホームゲームで実施するサステナブルな活動への参加者数と連動し、ホームタウンの小学校にサッカーボールを寄贈する取り組みです。「サッカーボール一つが、未来を切り開く力になる」そんな思いを込めて、私たちはこのプロジェクトを推進していきます。



セレッソ大阪は大阪市教育局と協力し、「子どもの夢咲く—サッカーボール寄贈—PROJECT」を発足しました。本プロジェクトは、サポーターの皆様がセレッソ大阪のサステナブルな活動に参加することで、ホームタウンの子どもたちにサッカーボールを届ける、“参加”と“支援”の運動型新プロジェクトとなります。

本プロジェクトは、大阪府が抱える課題「1週間の総運動時間が60分未満の小学生の割合の多さ」や「小学生のスクリーンタイムの増加」と、セレッソ大阪のサステナブルな活動の質・認知度向上という双方の課題解決に貢献することを目的に発足。サポーターによるサステナブルな活動への参加数に応じて、大阪市立小学校へサッカーボールを寄贈し

ます。サポーターの皆様のアクションが、未来を生きる子どもたちの心身の健全な成長と、夢に向かう力を育むことを願っています。

5月11日の横浜F・マリノス戦の試合前には、本プロジェクトの発足を記念して大阪市の子どもたちを招待しサッカー教室を開催。大阪市教育局とのお祝いセレモニーも行いました。



香川 真司選手が ボールを寄贈しました。

9月4日、初回の代表校に選ばれた大阪市立大淀小学校をセレッソ大阪の選手らが訪問し、香川 真司選手がボールを寄贈しました。そして「ボールを使ってたくさん遊んでほしい」との思いを込めてセレッソ大阪サッカースクールコーチが考案した運動プログラムを酒本 憲幸アンバサダー、丸橋 祐介アンバサダーが実施。寄贈したボールを使ったゲームなどを行いました。今後もこの活動を通じて子どもたちに体を動かすことの楽しさを伝えていきます。

