

ニッポンハムグループ広報誌 ロータリー

Rotary



2026年 秋号

特集
やっぱり大好き！
**お肉は
ごちそう**

ニッポンハムグループ広報誌「ロータリー」
Rotary 2026年 秋号



ロータリー 第62巻4号 2026年10月1日発行
発行人 松田 知也
発行所 日本ハム株式会社 広報・サステナビリティ部
〒530-0001
大阪市北区梅田二丁目4番9号 ブリーゼタワー
TEL.06-7525-3030
URL <https://www.nipponham.co.jp/>
制 作 日本ハムビジネスアソシエ株式会社 編集制作課
(送付お問い合わせ先) TEL.03-4555-8333
印 刷 セザックス株式会社

©日本ハム株式会社 無断転用はご遠慮ください

食から

みえる
こと

| Vol. 35 |

炭火で豪快、イタリアのお肉のごちそう

ジュージューと香ばしく焼ける牛肉。やはり「ごちそう感」たっぷりの食材ですね。

牛は個体も大きく、飼育期間も長いので、牛肉はどうしてもほかのお肉より高価になりがち。それだけに、「ハレ」の日の主役にふさわしい、まさに「気分が上がる」メニューになります。牛肉の好みは人それぞれ。さしの入ったやわらかでリッチなお肉が好きな方もいれば、赤身のあつさり肉にこだわる方もいます。

T・ボーンステーキは、ステーキの花形。まさに「ごちそう」。T字型の骨をはさんでヒレとサロインがついている部位で、両方のおしさが味わえます。

特にイタリア、トスカナ名物の「ビステッカ・アツラ・フィオレンティーナ」（フィレンツェ風ビーフステーキ）は有名です。

使われているのは、キアーナ渓谷に由来するキアーナ牛。世界で最も大きな牛の品種で、体重は一般の牛の倍近い1200キロほど。

その白い姿と大きさのため、ローマ帝国時代には、神への捧げものにも使われていたとか。

そして大きいだけでなく、成長が早いのが特長です。普通の肉牛は25カ月程度まで育てますが、キアーナ牛は15カ月から17カ月で出荷されます。脂肪が少なく、やわらかな肉質です。これを骨もろとも4〜5センチ厚さのぶつ切りにして、炭火で焼きます。だから注文は重量で、最低でも約1〜2キロから。さすがに2名でシェアすることが多いですが、赤身であつさりしているので、女性の私でもペロリといただけます。

フィレンツェの名店のシェフは、人差し指から小指までをそろえて、「いい!? 指4本分の厚さが必要だ。これより薄くちや、ビステッカとはいわないんだ。そして画面10分ずつ、真っ赤におこした炭火で焼く。表面だけ焼き固め、中身は『アレ・サングレ』といわれる、ほとんど生の状態にするんだ。味つけは、塩、こしょう、オリブオイルをかけるだけ。肉のうまみをシンプルに味わうんだよ!」と熱弁がとまりません。

「ビステッカ」の名店は、どこも店内をのぞくと、炭が赤々と燃える焼き場があります。もつとも、キアーナ牛は希少肉なので、フィレンツェのステーキ店でも、いつもあるとは限らないようです。機会があったら、ぜひ召し上がってみてください。

洋風刺し身の定番ようになった「カルパッチョ」も、実はルーツはイタリアの牛肉料理。こちらの発祥はベネチアです。ベネチアの有名レストランのオーナーが「赤身のお肉を少し食べたい」という顧客の女性のリクエストに応えて考案したメニュー。トリミングした生の赤身の肉をオーブンシートではさみ、たたいて極薄

にのぼして皿に広げ、クリーミーなマヨネーズ状のソースをかけたもの。メニュー名を問われて、鮮やかな赤の色使いが特徴の、ベネチア出身のルネサンス期の画家の名前をつけました。今ではいろいろな素材で作られるカルパッチョですが、もともとのネーミングは、牛肉の赤い色がルーツなのです。

まさに牛肉は元氣の出るごちそうですね。

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。



特集

やっぱり大好き！

お肉は ごちそう

ステーキ、すき焼き、ローストビーフ……私たちはお肉料理を前にすると、目は輝き、高揚感に包まれる。口にしてとろけるような食感にうっとりし、かみ締めて、体中に元気がみなぎってくるのを実感する。

そんなごちそうとしてのお肉の魅力について、フードジャーナリスト松浦達也さんに導いていただきながら、歴史的な観点から見つめてみた。



文明開化は牛肉から

ふだんの食卓とはちよつと違う、特別な料理「ごちそう」として思い浮かぶのは、どんな料理だろうか。

お正月に親戚と一緒に囲んだ焼き、クリスマスの食卓の鶏の丸焼き、火起こしに苦労した、バーベキューでの豪快な塊肉、仕事の打ち上げで訪れた、有名店の焼肉。肉料理の香ばしい匂いが漂ってくると、自然と笑顔あふれ歓声が上がる。

このように、「ごちそうの場面としてさまざまに思い浮かぶお肉の光景が、多くの日本人に当たり前のよう

に浸透したのは、歴史としてみると、実は意外と新しい現象だ。

時は150年ほど前にさかのぼる。1871年に「断髪令」が出され、「散切り頭を叩いてみれば文明開化の音がする」という歌が流行した翌年、明治天皇が牛肉を召し上がったと報じられた。このニュースは、日本の庶民にとって、肉食へのハードルを大きく下げた出来事だったと、フードジャーナリストの松浦達也さんは語る。

「7世紀から繰り返し肉食を禁じるお触れ（禁令）が出されてきて、殺生を禁じる仏教の教えもあり、肉食には穢（けが）れのイメージが強くなっていました。それを急に推奨しますと言

われて庶民は戸惑っていたところだったので、肉を食べることへの後ろめたさをなくしてくれた出来事だったと言えるでしょう」

牛鍋ブームが幕末から始まり、当時のベストセラー小説『安愚楽鍋』（1871年／仮名垣魯文）に「牛鍋（うしなべ）食はねば開化不進奴（ひらけぬやつ）」という流行語が載るほどだったが、肉食は穢れという社会通念は強く残っていた。

たとえば、明治初期の官僚がペンネームで著したと言われている西洋料理のレシピやテンプルマナーの解説書『西洋料理指南』（1872年／敬学堂主人）には、「一身の強壯は勿論、諸国との交遊を進めるうえからも肉食を行なうべき」とある。しかし、保存技術が未発達だった時代は、新鮮な肉を一般人が食べるのは不可能だった。

「肉のもつともよいところは政府の高級官僚や軍幹部が利用する高級料理店が使い、庶民が口にできるのは端切れや内臓がほとんどで、臭み消しにみそや砂糖を使って濃厚な味に仕立てた煮込み料理が多く、牛鍋も最初はみそ仕立てでした。ブームのお陰で、流通する牛肉が品質改善され、明治時代の後半にはしょうゆと砂糖を合わせた割り下で煮込むようになりました。それでも、高級店の肉とはかなり違いました」（松浦）

一般人には煮込み料理や軍支給の缶詰など、肉料理のバリエーションは限られていた状態だったが、時代が正に移り、未曾有の大震災を境にして、肉料理に大きな変化がやってきた。

おいしい肉料理が庶民へ

「政財界の要人や軍幹部だけでなく、



松浦達也
まつうら たつや

東京都武蔵野市生まれ。家庭の食卓から外食の厨房、生産の現場まで「食」のまわりのあらゆる場所に足を運び、食べる、つくる、徹底的に調べることが得意とする。著書に『教養としての「焼肉」大全』（扶桑社）、『大人の肉ドリル』『新しい卵ドリル』（共にマガジンハウス）ほか、共著に『東京最高のレストラン』（ぴあ）など。主な興味、関心の先は「大衆食文化」「調理の仕組みと科学」「生産者と消費者の分断」「高齢者の食事情」など。日本BBQ協会公認上級BBQインストラクター。



牛鍋屋に集う人々を描写した『牛店雑談 安愚楽鍋』（仮名垣魯文）



一般家庭の食卓に並ぶようになった。さらにこの頃、海外との人的交流が増えた影響から、外国料理の店が増えた。特に豚肉料理が得意な中華料理や、メニューに焼肉がある朝鮮料理の店舗数の増加が顕著だった。

「今の日本の焼肉の原型にあたる料理が朝鮮料理店で提供され始めましたが、『おうち焼肉』のように家庭の食事に取り入れられるのはずっと後、1970年ごろになります。肉を焼く料理はなかなか広まりませんでした。が、前述のように関東大震災後に関西の風習が伝わった影響を受けて、東京でもすき焼きは家庭で楽しむ『ごちそう』になりました」(松浦)

すき焼きで使われる薄切り肉の調理は、塊肉に比べるとハードルが低かった。

おいしく焼かれた牛肉には、表面が茶色く変化するメイラード反応によるこんがりとした焼き目と、少し低い温度で加熱した赤い部分があり、同時に存在する必要がある。

「特に関西流のすき焼きの場合はさらに、その中間にあたる温度帯で加熱した部分から和牛の甘い香りも楽しめる。一枚の肉で3つの違う加熱部分をつくれるので、現在も通用する『ごちそう』のひとつになっています」(松浦)

大震災という苦難を乗り越え、食

文化は高級なものから一般家庭向けまで、さまざまな形で大きく花開いた。ところが、元号が昭和になると雲行きが怪しくなる。日中戦争が始まり、国家総動員法が公布され、砂糖やマッチなどが配給制になり、日常生活での物資不足の厳しさに国民が気づくと、間もなくアメリカとの戦争が始まった。

1945年まで続いた第二次世界大戦とその敗戦は、食材も調理法も多種多様となった日本の食文化を大きく後退させ、停滞させることとなった。

◆ 外食での肉料理の変遷 ◆

戦後復興期をくぐり抜け、高度成長期になり賃金が継続的に上昇し、人々の生活に少し余裕が出てきた1970年、アジア初の万国博覧会が大阪で開かれた。会場では月の石や携帯電話の原型、動く歩道などの展示とともに、回転ずしやファミリーレストラン、ファストフードなどの外食産業が人々を惹きつけた。「万博が開催された1970年は外食元年と呼ばれています。この年から本格的な外食産業やチェーン飲食店が増え、普段よりちよつとよい『ごちそう』をファミリーレストランなどへ食べに行くことを家族で楽しむ

ようになりました」(松浦)

ちよつとした『ごちそう』として人気だったのは、すしやエビフライ、そしてステーキやハンバーグなどの肉料理だった。

ところが、1990年代初頭のバブル崩壊から約30年にわたり、日本経済は長期的な停滞が続くことになる。賃金が上がらないため人々は日々の生活防衛を図り安さを求める行動を続け、販売者も価格を上げられずにいた。

「食べ放題や郊外型の低価格焼肉チェーンが台頭し、ファミリーレストランもドリンクバーやサラダバーなどを充実させるなど、安さを重視するチェーンが増えました」(松浦)

「ごちそう」肉体験と 家庭の食卓

一方で、2000年代以降は「ごちそう」、特に肉料理をめぐる光景が多種多様になった。

「フレンチレストラン『カンテサン』が2006年にオープンした翌年、ミシュラン三つ星を獲得した頃から、オープンに入れば外で休ませる、という工程を何十回も繰り返す火入れ方法が評判になりました。それをきっかけに、フレンチシェフなどが用いる塊肉の調理法が高級店

以外でも使われたり、一般家庭で肉を焼くことへの意識が高まってきました」(松浦)

同じ頃、従来のロース、カルビ、1990年代にブレイクしたハラミだけでなく、ミスジ、ザブトン、イチボなどをメニューに加えた焼肉店が人気を集め、希少部位ブームが起きた。部位の硬さに応じた食べ方も工夫され、コース料理を充実させる焼肉店が増えた。そして、一頭買いや牛枝肉買いで肉を提供する店が急増した。

2010年代になると、サーロインの赤身の旨味が特徴的なニューヨークステーキの有名店が次々と日本へ出店し、肉の「ごちそう」の新ジャンルとして歓迎された。同時期に、立ち食いステーキが大規模にチェーン展開し、普段の食生活をちよつと豊かにするプチ「ごちそう」として広く愛されるようになった。

外食でのおいしくて楽しい「ごちそう」体験は、家庭に持ち帰られることで食卓の風景も豊かにしてくれる。

「おいしい牛肉料理とは、焼き目がついて、肉の切り口がピンク色に見えても、ちゃんと加熱されていて安全に食べることができる。そして外食で味わった「ごちそう」を、家族や大切な人にも食べさせてあげたいという温かい気持ちが生まれるのが理想

焼く米軍兵士のイラストをきっかけに、アメリカのユーザーたちから日本向けに、豪快なバーベキュー動画が大量に投稿された。少し前に自動翻訳機能が備わっていたこともあり、「うちに来たら食べさせてやるよ」という言葉とともにタイムラインに肉料理が並んだ。そのおいしそうな投稿に触発され、日本ではアメリカ式バーベキュー専門店に実際に足を運んだ人も少なくない。ここで発生した日米ユーザーのやりとりには、「ごちそう」本来の形が見える

と松浦さんは言う。

「アメリカ南部の人たちのバーベキューへかける情熱は超本気です。スモーカーピットという道具を使い、寝ずの番をいとわず牛肩バラ肉を20時間以上かけて低温調理し、硬い『フリスケット』がとろけるようにやわらかく仕上がる。それが出てくるだけで、仕込みからいろいろなことが積み上げられた料理だと、振る舞われた側にも伝わる。だから、こちらでも『おいしい』と言う準備が整う。そこでは食べられないものの、気持ち伝わる『ごちそう』が存在しています」

物価の上昇に賃金が追いつかず、日々の生活はどうしても価格優先になりがちだ。そんな社会情勢に合わせるように、食産業が低価格ばかり

重視する風潮は、「ごちそう」を軽視する方向へ世の中を誘導してしまいうと、松浦さんは危惧している。

「街のレストラン、チェーンの飲食店そして原料を供給する川上にあたる食品メーカーも一緒になって、日本の食生活に『ごちそう』文化を継承し発展させてほしい。コロナ禍の影響がまだ残るなど厳しい事情がある今こそ、食に関わる業界全体で改めて『ごちそう』とは何かについて考えていくときだと思います」(松浦)

新しい「ごちそう」の形として松浦さんが今注目しているのは、牛肉

肉や豚肉、内臓などを何時間もかけて焼き上げる。仕上がり待ちながらワインや会話を楽しむスタイル全体も含めてアサードと呼ばれる。アルゼンチンの食肉消費量は一人あたり1年で約110kg。中でも牛肉は約50kgと、日本人の5年以上分もの消費量になる。じっくり時間をかけて調理しながら客と主人がコミュニケーションをとりつつ、おいしい料理を味わう。もてなす主人とその気持ちを受け止める客の真ん中に肉料理がある。国や文化が違っても、真ん中に「ごちそう肉」があれば、誰もが笑顔で語り合えるのではないだろうか。



「母方の祖父母宅に親戚が集まって、大広間ですき焼きをするのが正月の恒例でした。母は8人きょうだいで、親戚全員そろって何十人にもなるので、すき焼き鍋をのせたコンロを10〜15台並べて、その中で肉がおいしそうに湯気を立てているところを大勢で囲みました。ごちそうって、それを一緒に楽しむ人たちと過ごす時間や空間も含めた特別なものだと思います」

世界で共有される 「ごちそう肉」

2026年春、長崎在住の漫画家がSNSへ投稿した楽しそうに肉を



日本人の食卓を彩る “大麦牛ANGUS”



日本ハム(株)食肉事業本部
食肉マーケティング推進室

水谷 慶司



日本ハム(株)食肉事業本部
海外食肉事業部 チルドビーフ課

山城 健

ニッポンハムグループの牛肉生産事業の要であるオーストラリアで、大切に、愛情こめて育てられているブランド「大麦牛ANGUS」。近年は外食店の料理人たちからも、その安定した品質が高く評価されるようになってい。同ブランドが愛される理由に迫った。

肉質がよいからこそ
活用の幅が広がる

ニッポンハムグループの牛肉ブランド「大麦牛」は、約2年前に「大麦牛ANGUS」に名称変更し、リブランディングした。品質の確かさを、「育ちのよさは、質に出る。」という新しいキャッチコピーとともに、改めて食卓に届けようという狙いだ。海外食肉事業部チルドビーフ課の山城健は言う。

「香りがよいこと、退色が少ないこと、他ブランドと比べても非常に優秀である」と、お得意先から高評価を頂いています」

かつて輸入牛肉といえば独特のにおいで敬遠されることもあったが、近年はオーストラリアで高品質なサシ(脂肪交雑)入り牛肉を生産する穀物肥育が増加し、「サツパリした赤身で食べやすい」とポジティブに受け止められることが増えている。その中でも「大麦牛ANGUS」は、高評価を得ている。

「本来はサシがかなり入って脂っぽくなりがちな部位であるのに、『大麦牛ANGUS』では肉と脂肪のバランスがよく、肉のうま味がしっかりと感じられるなど、活用の幅が広いところが非常に好まれている理由です」(山城)

たとえば、通常は切り落としやブロックに加工され、煮込み料理など



に使われることが多い筋肉質で硬い肩や腕の肉を、「大麦牛ANGUS」においては、適度なやわらかさがあるため、カットの仕方を工夫するなどしてステーキ肉にも利用する。そんな変化球ともいえるような使い方も、営業担当者に向けた勉強会で積極的に共有するなどして選択肢を広げ、お得意先への新しい提案に活かしている。

さらに料理のプロたち、人気レストランの料理人からは、品質が安定していると好評だ。「処理加工部門のカット担当までさ

かのぼって確認できるので、規格のブレを小さくすることができま。こうしたトレーサビリティ管理ができていることも、ご好評を頂いている理由です」(山城)

「大麦牛ANGUS」は、オーストラリアのワイアラ牧場で肥育する生産工程から、オーキープーフエキスポートでの処理工程、流通に至るまでの統合システムによって安定供給されている。このシステムにより生産者だけでなく加工担当者の顔も見ることができ、その細やかな品質管理が高評価につながっている。

「おいしさの見える化」を
大きな強みに

さらに特筆すべきは「大麦牛ANGUS」の「おいしさの見える化」に成功したことである。味を数値化する独自技術で知られる「味香戦略研究所」と共同で進めたその結果(上の図参照)に、担当した食肉マ

ケティング推進室の水谷慶司は「おいしさの定量化は大きな前進」と胸を張る。

「日本ハム(株)中央研究所で検体を理化学検査し、その結果を味香戦略研究所の専門的な解釈と表現により、当ブランドの相対的な良さを証明してもらいました。大麦牛ANGUSは『やわらかさ』『ジューシーさ』『うま味の豊かさ』の3項目で星4つ5つと最も高い評価を得ました。オーストラリア産の牛肉の中でも、大麦牛ANGUSの『育ちのよさ』が際立つ結果だと思っています」(水谷)

おいしさの見える化が実現した次は、洋食だけでなく和食にも向いたポテンシャルがあることを広めた、と水谷は続ける。高たんぱくな食事をとることを心がける人が増えている近年、赤身牛肉への注目度は高いのに、輸入牛肉となると、もっぱら洋食メニューに採用されるのが

現状だ。

「ニッポンハムグループが日本人のために育ててきたブランドが『大麦牛ANGUS』です。洋食はもちろんですが、昆布締めや、出汁で食べるメニューに使ってもらううま味が際立つので、和食を含めた多様なメニューをワンランク上の料理に上げてくれる牛肉であることを伝えたい。そして、どんなメニューが思い浮かんでも、おいしい牛肉料理を食べたいから『大麦牛ANGUS』にしよう、とお客様から指名されるブランドに育ってほしいです」(水谷)

人々の食生活の移り変わりに合わせて進化し、販売開始からもうすぐ30年になる「大麦牛ANGUS」。今後も日本の食卓に寄り添う牛肉ブランドとして、さらに実力を発揮していくことが期待される。



赤身のうま味とジューシーさを両立 ーアンガスビーフ「大麦牛ANGUS」で味わう、赤身の底力ー

食感

赤身でも
やわらかい

豪州産3種中やわらかさの最高値を計測。ステーキから煮込みまで、幅広い料理でやわらかさを実感していただけます。

ジューシーさ

加熱後も
ジューシー

加熱時の肉汁保持力が3種中最も高い値を計測。さまざまな調理において肉汁を逃さずジューシーな仕上がりになります。

味わい

赤身のうま味が
最も豊か

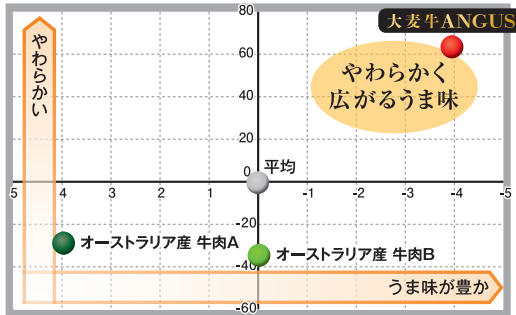
うま味に寄与する遊離アミノ酸量が3種中最多を計測。データに裏付けされた、うま味の豊かさを感じられます。

大麦牛ANGUSおいしさの特長 血統で決まる肉質の違い

大麦牛ANGUSは、アンガス血統の肉質の特長を活かし、大麦を含む穀物飼料で肥育した牛肉です。本比較は、オーストラリア産牛肉における代表的な肉質タイプの違いを示したものです。

ブランド	やわらかさ	ジューシーさ	うま味の豊かさ
● オーストラリア産 牛肉A(牧草育ち)	★☆☆☆☆	★☆☆☆☆	★★★☆☆
● オーストラリア産 牛肉B(穀物育ち)	★★★★☆	★★★★☆	★★★★☆
● 大麦牛ANGUS (アンガス血統 × 穀物育ち)	★★★★★	★★★★★	★★★★★

解析・監修:味香戦略研究所



データは、豪州産牛肉3種(各n=6の平均)の理化学データ(剪断力値・加熱遊離水分量・遊離アミノ酸分析)に基づいた結果です。

※牛肉A:グラスフェッド 牛肉B:ショートグレイン ※全検体、サーロイン部位の赤身芯で検査

ブランド誕生 30年目に向けて 未来につながる取り組みを

今期で「大麦牛ANGUS」のリブランディングから3年目を迎え、お陰様で量販・外食で指定購入していただけるお得意先も増えてきました。今後はタンなど内臓製品やひき肉原料などの取り扱いも増やし、さらなるブランド価値向上を目指してまいります。昨年から実施している外食向けセミナーや外食専門誌への掲載なども継続的に行っており、外食チャネルへの取り組みも強化しております。来期は大麦牛ブランド立ち上げから30年目を迎えます。節目の年を迎えるにあたり、未来へつながるような取り組みを引き続き行ってまいります。



日本ハム(株)食肉事業本部
海外食肉事業部 チルドビーフ部
部長 鶴谷 祐司



プレゼンをしながら試食提供することで説得力が増す。

①～②「大麦牛ANGUS」のチャックリブステーキを実演調理。③「花咲カット」にすることで肉が柔らかく火が通りやすくなり、見た目も華やかに。④ガス式のコンベアオーブンをはじめ、外食・量販店で使われている機材を取りそろえているため、お客様ごとのオペレーションをこの場で確認できる。



中日本フード（株）経営企画室
マーケティング FFL チーム フードアドバイザー

高田 梨菜

中日本フード（株）経営企画室
マーケティングチーム 主幹

岡本 彩花



2012年、中日本フード（株）入社。名古屋量販部で提案営業を経験したのち、管理部門の業務を歴任。2021年より経営戦略室（現経営企画室）にて、会社全体の営業支援を目的とした各種業務を担当している。

データ分析と検証、
2つの視点で課題を紐解く

ニッポンハムグループでは食肉事業において、生産・飼育から販売まで一貫して自社で手がける「パーティカル・インテグレーション・システム」を構築している。その販売部門を担うのが「フード4社」と呼ばれる東日本フード（株）、関東日本フード（株）、中日本フード（株）、西日本フード（株）だ。中日本フードは中部・関西エリアを中心に営業・加工拠点を有し、地域密着型の安全・安心、高品質な商品の販売を行っている。

その中日本フードの中で、営業の販売戦略部隊として位置づけられるのが経営企画室だ。「フェアに合わせた新しい商品が欲しい」「商品に合った最適な部位を提案してほしい」——このようなお客様からの要望の声を受け止め、営業担当者とともに解決策を考えている。マーケティングチームとFood Futures Lab（FFL）チーム、2つのチームが連携し、より効果的な営業活動を行っている。

「お客様先との会話から見えてきた課題をFFLチームにフィードバックし、検証してもらうこともあります。逆にFFLチームで得た知見を共有してもらい、私たちが提案につながることもありますね」と話すの

データ分析と検証、
2つの視点で課題を紐解く



ライブキッチンを活用した 説得力ある提案で 大麦牛ANGUSの可能性を広げる

中部・関西エリアの食肉販売を行うニッポンハムグループの中日本フード株式会社。データ分析を担うマーケティングチームと、調理・検証を担う Food Futures Lab（FFL）チームが連携し、お客様先の課題解決に向けた提案を行っている。2つのチームが挑む、食肉販売の可能性拡大や価値づくりを追った。

は、マーケティングチームの岡本彩花。FFLチームの高田梨菜も、「所属は異なるが、2つの仕事は密接につながっている」と言う。

見て、食べて 商品の可能性を探る Food Futures Lab

FFLチームのチーム名の「Food Futures Lab」は、大阪府にある施設の名前にもなっているキッチン付きの商談スペースだ。

実際に調理し、見て、食べて、商品の可能性をお得意先と一緒に探る場所として活用している。

大きなテーブルの奥には、オープンやグリル、フライヤーなど、量販店の惣菜部門や外食店の設備と同等の厨房機器が並ぶ。さらに話題の調理家電もそろえ、お客様の環境を想定した調理ができる。ここでは日々、肉の切り方や調理方法、部位ごとの特性を生かしたメニューなどを考案し、さまざまな角度からの試作・検証を行っている。

一方マーケティングチームでは、市場調査やPOSデータなどを用いてお得意先の課題を分析。例えば、量販店のエリア・店舗規模の違いによる売上傾向などのデータ分析や、



外食店のオペレーションを想定した電気グリドル。



本格的なスチームコンベクションオープン。

外食店の売上好調な店舗と苦戦している店舗の特徴を把握することも可能だ。これらをFFLチームの検証と掛け合わせる。調理という実証と、データという裏付け。2つの視点を行き来しながら、食肉の魅力や新たな可能性を見だし、提案の精度を高めている。

多彩な部位の可能性を広げ、 「強み」に変える

こうしたチーム営業の提案力が活きている代表例がニッポンハムグループのブランド牛「大麦牛ANGUS」だ。大麦牛ANGUSの商談では多彩な部位を用途に合わせて提案している。グループならではの調達力というメリットもあり、外食店にとっては必要な部位をまとまった

USの販売に力を入れようとしても、営業担当者が味を十分に知らなかったり、輸入牛肉にネガティブなイメージを持っていることがあった。そこで、社内で他ブランドとの食べ比べの機会を設けたほか、各営業部を訪問して大麦牛ANGUSをその場で調理し、試食してもらう活動を行った。

「実際に食べると、大麦牛ANGUSという商品への理解が深まり、味に自信を持つてお得意先へ勧められるようになります」（高田）

もちろん、商品の味を体感してもらうのは社内だけではない。お得意先をFFLに招待し、大麦牛ANGUSを試食しながら商談を進める機会も多く設けている。これは、「商



大阪成蹊大学 経営学部 食ビジネスコースで講義を行う岡本

全方位にメリットのある 産学連携プロジェクト

中日本フードでは大阪成蹊大学との産学連携プロジェクトにも取り組んでいる。同大学の経営学部食ビジネスコースで商品開発のプロセスを教える授業を中日本フードが担当し、学生がターゲットやコンセプトを考案。試作・販売だけでなく販促物の制作に至るまで、商品化の一連の流れを学べる人気授業となっている。

また、授業に加えて卒業論文においても、学生が設定した社会課題に対し、食を通じた解決策の検討や商品開発を支援している。昨年度は、牛のげっぶ由来のメタンガスによる環境負荷低減に着目した学生たちが、「大麦牛ANGUS」を活用した外食メニューや量販店向け惣菜の商品開発に取り組み、中日本フードがその活動をサポートした。

学生との取り組みを通して気づかされることも多いと岡本は言う。「学生の発想は本当に斬新です。お弁当や惣菜はどうしてもマンネリ化しやすいので、今までにないアイデアがお得意先にも喜ばれています」。

毎年、学生との商品開発を続けている量販店では、お客様から「今年

も大学生のお弁当を楽しみにしていた」と声を掛けられることもあるそうだ。さらに、産学連携の取り組みは、同社の知名度向上や「大麦牛ANGUS」をはじめとするグループ商品の価値向上にもつながっている。

「なくてはならない存在」になるために

高田は、FFLが開設された年に入社した。当時は社内でも、「Food Futures Labで果たして何ができるのか」という認識だったと振り返る。それが活動を重ねるうちに少しずつ浸透し、今では次の提案を心待ちにするお得意先も少なくないという。

「FFLの提供価値を社内外に広めていき、誰もが活用できるような場にしていきたい。そして、なくてはならない存在になることが理想です」（高田）

マーケティングチームの岡本も同じ目標を掲げている。

「お得意先や現場の営業担当者にとつて欠かせない存在になりたいと思っています。そのためには、常に進化しなくてはいいけません。お得意先が困っていること、持っていない情報は何かを捉え、新しいことに挑戦し続ける必要があります」

近年はデータ分析の一部をAIが担うようになるなど、仕事を取り巻



柔らかさが好評の「大麦牛ANGUS」のヒールを使ったローストビーフ。



「大麦牛ANGUS」チャックリブステーキをパティにしたステーキバーガー。

数量でそろえられることも大きな魅力となっている。

一方、多くの部位を扱うということとは、それぞれの価値をお得意先に納得していただき、販売につなげなければならぬ。そこでFFLチームでは、大麦牛ANGUSを部位ごとにさまざまな角度から検証。例えば、赤身部位の「ランブキャップ」なら、一般的なステーキだけではなく、薄切りの焼きしゃぶ、ローストビーフ、シュラスコなど、切り方や調理法によつて異なるメニューを展開させている。「焼くだけでなく「煮る」「揚げる」「燻す」など、さまざまな調理法を提案。あまり使われない部位の新たな価値創造など、ありとあらゆる可能性を求めて何度も試作を重ねていくのだ。

まず自分たちが 「おいしさ」を知ること

大麦牛ANGUSの魅力を2人に尋ね、真つ先に挙げたのは「おいしさ」だった。

「まずは実際に食べて、そのおいしさを体感してもらうことが大切です。味を知ること、商品の見方そのものが変わることがあります」（岡本）

この言葉の背景には、岡本が現場で感じた課題がある。大麦牛ANG



経営企画室メンバー



Food Futures Lab
開設: 2022年
所在地:
大阪府大阪市西淀川区竹島五丁目9番63号

食品の特性や調理方法に関する検証を深める場や、提案のイメージを具体化する食の未来研究所を目指し設立。提案に必要な調理機材を取りそろえ、お得意先と一緒に「新たな食の価値」を創り出していくための空間として活用を進めている。



中日本フード株式会社
設立: 2002年10月
本社所在地:
大阪府大阪市北区梅田二丁目4番9号
ブリーゼタワー
従業員数: 691名 (2026年8月現在)

ニッポンハムグループの食肉販売業務を担うフード会社4社のうちの1社。主に中部・近畿を中心に営業・加工拠点を有し、量販店や外食店、卸業態などさまざまな業態へ商品を卸している。



脂に甘みのある「大麦牛ANGUS」ナールを使って燻製方法の違いを試食で確認。

隠し味のみそでまろやかな味わいに

牛肉ときのこの赤ワイン煮込み

材料(2人分)

大麦牛ANGUS(肩ロース) …… 300g
塩・黒こしょう …… 各少々
小麦粉 …… 大さじ1
オリーブオイル …… 大さじ1
玉ねぎ …… 1/2個(薄切り)
にんじん …… 1/2本(乱切り)
ごぼう …… 1/2本
(斜め薄切りにし、水にさらして水気を切る)
まいたけ …… 1/2パック(手でほぐす)
マッシュルーム …… 4〜5個(半分に切る)
にんにく …… 1かけ分(みじん切り)
赤ワイン …… 200ml
水 …… 150ml
顆粒コンソメ …… 小さじ1
赤みそ(または合わせみそ) …… 小さじ1・1/2
しょうゆ …… 小さじ1
みりん …… 小さじ1
サワークリーム(お好みで)、粗びき黒こしょう …… 適量

作り方

- 1 牛肉に塩、黒こしょうを振り、全体に小麦粉を薄くまぶす。厚手の鍋にオリーブオイル半量(大さじ1/2)を熱し、牛肉の表面に焼き色がつくまで中火で香ばしく焼き、一度取り出す。
- 2 残りのオリーブオイルとにんにくを1の鍋に入れ、香りが出たら玉ねぎ、にんじん、ごぼうを加えて玉ねぎがしんなりするまで炒める。
- 3 牛肉を鍋に戻し、赤ワインを注いで強火にし、アルコール分を飛ばす。水、顆粒コンソメ、まいたけ、マッシュルームを加え、煮立ったらアクを取り、ふたをして弱火で30〜40分(肉がやわらかくなるまで)煮込む。
- 4 みそ、しょうゆ、みりんを加え、さらに弱火で5〜10分煮込む。
- 5 器に盛りつけ、サワークリームをのせ、粗びき黒こしょうを振る。

たんぱく質量
1人あたり
31.3g

材料(2人分・耐熱容器1個分)

大麦牛ANGUS(薄切り) …… 200g
かぼちゃ …… 100g(2〜3mm厚さの薄切り)
大根 …… 100g(2〜3mm厚さの薄切り)
塩・こしょう …… 各少々

<みそ豆乳チーズソース>

豆乳(無調整) …… 150ml
白みそ(または合わせみそ) …… 大さじ1
ビザ用チーズ …… 40g
片栗粉 …… 小さじ1

粉チーズ …… 大さじ1
粗びき黒こしょう …… 適量

作り方

- 1 耐熱容器にかぼちゃ、牛肉、大根、牛肉の順できれいに重ねて敷き詰め、塩、こしょうを振る。
- 2 ソースを作る。小鍋に豆乳、みそ、片栗粉を入れてよく混ぜてから中火にかけ、混ぜながら加熱し、とろみがついたらビザ用チーズを加え、溶けたら火を止める。
- 3 重ねた具材の上から、ソースを全体にかけ、表面に粉チーズ、粗びき黒こしょうを振る。180℃に予熱したオーブンで20分ほど焼く。

たんぱく質量
1人あたり
32.3g

肉の旨みを吸った大根とかぼちゃも美味

牛肉のミルフィーユグラタン

Rotary
おいしいひと皿

週末はゆっくり ごちそうメニュー

食欲の秋です。忙しい日々を頑張ってきたご褒美として、
週末はちょっと贅沢に、お肉の食卓を囲みませんか。



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/>

P14〜15で使用



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、販売までをエッソ・ポフ・ハムグループで一貫して管理しています。

たんぱく質量
1人あたり
22.4g

香りもごちそう、豪華なサラダのように楽しめる

牛肉と春菊のゆず風味 タリアータ風

材料(2人分)

大麦牛ANGUS(サーロイン・ステーキ用) …… 200〜250g
塩・粗びき黒こしょう …… 各少々
オリーブオイル(ステーキ用) …… 小さじ1
春菊(生食用) …… 1束
れんこん …… 50g(2〜3mm厚さの薄切り)
くるみ …… 20g(粗く刻む)

<ゆずマスタードドレッシング>

ゆず果汁 …… 大さじ1・1/2(またはゆず1個分の搾り汁)
エキストラバージンオリーブオイル …… 大さじ2
粒マスタード …… 小さじ2
しょうゆ …… 小さじ1
はちみつ …… 小さじ1
塩・黒こしょう …… 各少々

作り方

- 1 春菊は葉先を摘み取り、冷水に入れシャキッとさせたら水気を切る。れんこんはフライパンに多めのオリーブオイル(分量外)を熱し、カリッとなるまで両面香ばしく焼く。
- 2 ゆず果汁、粒マスタード、しょうゆ、はちみつ、塩、黒こしょうを合わせ、エキストラバージンオリーブオイルを少しずつ加えながらよく混ぜ合わせてドレッシングを作る。
- 3 牛肉は焼く前に常温に戻し、塩、黒こしょうを全体に振る。フライパンにオリーブオイルを強火で熱し、牛肉を入れて表面・裏面をそれぞれ1〜1分半、焼き色をつけて香ばしく焼き固める。牛肉をアルミホイルに包んで5〜7分休ませ、余熱で火を通す。
- 4 牛肉を斜めに薄く切る。皿に1の春菊をふんわりとのせ、牛肉を葉の間に差し込むように盛りつける。焼きれんこんとくるみを散らし、食べる直前に<ゆずマスタードドレッシング>を全体に回しかける。

お肉がしっとり、仕上がります

台湾風 豚肩ロースの茶葉煮

材料(3～4人分)

国産豚肉 麦小町(肩ロースブロック) 450～500g
ゆで卵 3～4個(殻をむいておく)
ミニ青梗菜 6株
ごま油 小さじ1
濃いめの烏龍茶 400ml
(ティーバッグ2袋を濃いめに抽出)
しょうゆ 大さじ4
紹興酒(または酒) 大さじ3
砂糖 大さじ2
オイスターソース 小さじ2
しょうが 1かけ(薄切り)
長ねぎの青い部分 1本分
八角 1/2～1個(香りの好みに合わせて調整)

作り方

- 1 豚肩ロース肉はフォークで全体を数カ所刺す。鍋にごま油を中火で熱し、豚肉を入れて全面にこんがり焼き色がつくまで香ばしく焼きつける。
- 2 鍋の余分な脂をキッチンペーパーで軽く拭き取り、濃いめの烏龍茶、しょうゆ、紹興酒、砂糖、オイスターソース、しょうが、長ねぎの青い部分、八角を加える。
- 3 煮立ったらアクを取り、落としぶたをして弱火で40～45分、コトコトと煮込む。
- 4 ゆで卵を加え、時々肉と卵を転がしながら、さらに15～20分煮込む。
- 5 ミニ青梗菜は塩を加えた熱湯で30秒ほどさっとゆでて、ザルに上げて水気を切る。
- 6 豚肉を食べやすい厚さにスライスし、半分に切った煮卵、ミニ青梗菜とともに器に盛りつける。煮汁をかける。

たんぱく質量
1人あたり
29.7g



国産豚肉 麦小町
日本ハム

仕上げ期に麦類を強化、ビタミンE・ハープ抽出物をブレンドした飼料で、愛情込めて育てられた豚です。生産から処理、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。
※一部グループ外から子豚を導入しております。

イメージキャラクター
麦小町ちゃん

老若男女に喜ばれるおもてなしメニュー

牛肉と栗のごちそうちらし寿司

材料(2～3人分)

大麦牛ANGUS(肩ロース焼肉用) 180～200g
ごぼう 1/3本
(ささがきにして水にさらし、水気を切る)
まいたけ 1/2パック(手でほぐす)
しょうゆ 大さじ1・1/2
みりん 大さじ1・1/2
酒 大さじ1
砂糖 小さじ1
サラダ油 小さじ1
＜酢飯＞
ご飯 2合分
すし酢 大さじ3
白炒りごま 大さじ1

むぎ甘栗 8～10粒(大きいものは半分に切る)
れんこんの甘酢漬 30g
(薄切りにして酢・砂糖・塩各少々に漬けたもの)
錦糸卵 卵1個分(薄焼き卵を細切り)
大葉 3枚
すだちの皮 適量



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。

たんぱく質量
1人あたり
19.4g

作り方

- 1 温かいご飯にすし酢と白炒りごまを回しかけ、切るように混ぜ合わせて冷ます。
- 2 フライパンにサラダ油を中火で熱し、ごぼうを炒め、しんなりしてきたらまいたけと牛肉を加え、肉の色が変わるまで炒める。しょうゆ、みりん、酒、砂糖を加え、汁気が少なくなるまで照りよく煮絡め、火を止めて粗熱を取る。
- 3 皿に酢飯を平らに広げ、甘辛く炒めた牛肉、ごぼう、まいたけをバランスよく散らし、間にむぎ甘栗と汁気を切ったれんこんの甘酢漬、錦糸卵をのせる。
- 4 手でちぎった大葉を散らし、すだちの皮をすってふりかける。

たんぱく質量
1人あたり
27.8g

材料(2～3人分)

サフォーククロスラム(ランプ) 400～500g
皮ごと食べられるぶどう(2種) 15～20粒(房から外して洗う)
紫玉ねぎ 1/2個(くし形切り)
さつまいも(小) 1本(皮付きのまま一口大に乱切り)
にんにく 2かけ(軽く潰す)
フレッシュローズマリー 2～3枝
ローリエ 2枚
オリーブオイル 大さじ2
塩 小さじ1弱(肉と野菜全体用)
粗びき黒こしょう 適量
バルサミコ酢 大さじ1・1/2
オリーブオイル 大さじ1

作り方

- 1 ラム肉は脂身に切れ目を入れる。全体に塩、黒こしょうをすり込む。
- 2 耐熱皿の中央にラム肉(脂身側が上)を置き、まわりにさつまいも、紫玉ねぎ、ぶどう、潰したにんにく、ローズマリー、ローリエを並べ、全体にオリーブオイルを回しかけ、野菜類にも軽く塩、黒こしょうを振る。
- 3 180℃に予熱したオーブンで25～30分加熱する。
- 4 バルサミコ酢とオリーブオイルを混ぜ、切り分けたラム肉にかける。



サフォーククロスラム
日本ハム

良好な肉質にするために、サフォーク種を掛け合わせました。サフォーククロスラムのおいしさをご賞味ください。サフォーク種は、毛色は白で、一般的に顔と足が黒い毛で覆われています。肉用種で、早熟で肉質が良い品種とされています。

加熱したぶどうがお肉と好相性! 見た目もおしゃれ!

ラムとぶどうのハーブロースト

きのこの風味を重ねて濃厚な味わいに

鶏手羽元と4種きのこのクリーム煮

材料(2～3人分)

国産鶏肉 桜姫(手羽元) 6～8本
塩・こしょう 各少々
小麦粉 大さじ1
玉ねぎ 1/2個(薄切り)
まいたけ 1/2パック(手でほぐす)
しめじ 1/2パック(石づきを取りほぐす)
マッシュルーム 4個(半分に切る)
エリンギ 1本
(長さを半分にし、縦4～6等分に切る)
にんにく 1かけ(みじん切り)
オリーブオイル 小さじ2
バター 15g
白ワイン(または酒) 大さじ2
水 100ml
牛乳 150ml
顆粒コンソメ 小さじ1・1/2
刻みパセリ 適量

作り方

- 1 手羽元に塩、こしょうを振って小麦粉を全体に薄くまぶす。厚手の鍋にオリーブオイルを中火で熱し、手羽元の表面を焼き取り出す。
- 2 同じ鍋にバターとにんにくを入れ、弱火で香りが立つまで炒め、玉ねぎを加えて透き通るまで中火で炒める。まいたけ、しめじ、マッシュルーム、エリンギを加えて全体に油が回るようざっと炒め合わせる。

- 3 手羽元を鍋に戻し入れ、白ワインを加えて強火にし、アルコール分を飛ばす。水、顆粒コンソメを加え、煮立ったら弱火にしてふたをし、12～15分蒸し煮にして肉の中まで火を通す。
- 4 3に牛乳を加え、味をみて塩、こしょう(分量外)で味を調える。
- 5 器に手羽元とたっぷりのきのこのソースを盛りつけ、刻みパセリを振る。

たんぱく質量
1人あたり
17.1g



国産鶏肉 桜姫
日本ハム

透明感のある桜色で、鶏独特の臭みが少なく、一般の鶏肉に比べてビタミンEが3倍以上*の鶏肉です。生産から処理、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。
*日本食品標準成分表2015年版(七訂)数値比較



イメージキャラクター
桜姫ちゃん

日本ハム株式会社が 北広島市と「包括連携協定」を締結

日本ハム(株)は、「希望都市」「交流都市」「成長都市」を理念に掲げる北海道北広島市と9月1日に包括連携協定を締結しました。
当社は、北海道日本ハムファイターズの球場「エスコンフィールドHOKKAIDO」などを通して、北広島市とさまざまな活動・協力を推進してきました。本協定に基づき、両者が有する資源の利活用により、これまで以上に協力関係を強化するとともに、両者が発展するための取り組みを協働して行うことを目的として、「食育に関すること」「人づくりに関すること」「防災および災害支援に関すること」を中心とした幅広い分野で連携してまいります。



北広島市庁で行われた包括連携協定式の様子。
北広島市長 上野正三氏(右)と日本ハム(株)代表取締役社長 前田文男

ニッポンハムグループ広報誌 ロータリー Rotary 2026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・サステナビリティ部
小平佳奈
TEL: 03-4555-8024
e-mail: k.kodaira@nipponham.co.jp

CONTENTS

- | | | | |
|----|--|----|--|
| 02 | エッセイ・江上栄子
食からみえること | 14 | Rotary のおいしいひと皿
週末はゆっくり ごちそうメニュー |
| 04 | 特集
やっぱり大好き! お肉はごちそう | 18 | INFORMATION
北海道日本ハムファイターズ
セレッソ大阪 |
| 10 | ニッポンハムグループの人と技
中日本フード株式会社
Food Futures Lab | 19 | NIPPONHAM GROUP
INFORMATION |

表紙の料理

大麦牛ANGUSの 塩麴ステーキ秋野菜添え

牛肉全体に塩麴を塗って数時間漬け込み焼くステーキをご紹介します。そのポイントをいくつかお伝えしましょう。お肉は必ず常温にしてから、焼く前に塩麴は肉の表面から取り除きます。オリーブオイルを入れてよく熱したフライパンにお肉をのせ、表面に美しい焼き色をしっかりとつけてから返します。火入れの目安は、両面押してみても、適度な弾力を感じられるくらいまで。火からおろして最後にアルミホイルで包み、お肉を落ち着かせます。その間にソースを作ります。塩麴にすりおろしにんにく、すりおろし玉ねぎを合わせて、しょうゆベースの味つけに。お好みの根菜などを焼いて添えれば、秋にふさわしい、和風ステーキの出来上がり。塩麴の効果で、しっとりやわらかい、ジューシーなお肉を楽しめます。



INFORMATION

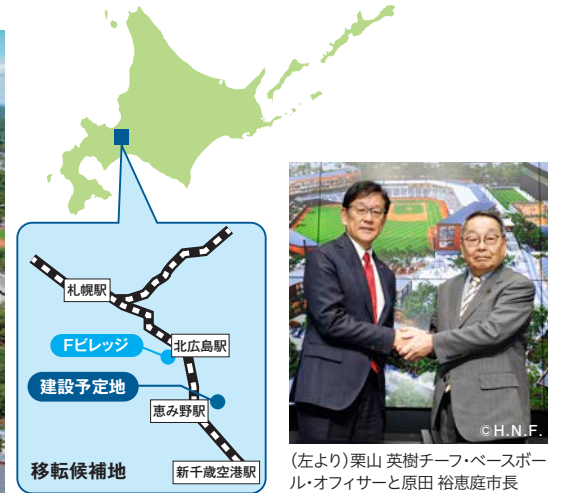
ファーム拠点の移転を発表! 北海道恵庭市に内定

7月2日(木)、(株)北海道日本ハムファイターズと(株)ファイターズスポーツ&エンターテインメントは、千葉県鎌ヶ谷市に拠点を置くファーム施設の移転候補地について、北海道恵庭市に内定したことを発表。同日、エスコンフィールドHOKKAIDOで会見を行いました。会見に出席した栗山 英樹チーフ・ベースボール・オフィサーは「この拠点をともに、野球に限らず世界中の人たちが集まる場所にしたい。子どもたちが世界にどんどん巣立っていき、選手が本当に成長する施設を目指します」と話しました。

また、会見には恵庭市の原田 裕市長にも急遽ご出席いただき、ご挨拶をいただきました。
今後は、関係各所と調整を進めながら2030年もしくは2031年の施設開業を目指します。

ファームとは・・・

1軍への昇格を目指す2軍や育成選手たちのために整備された、公式戦用の野球場、室内練習場、選手寮などを備えた総合的な練習・育成拠点です。



©H.N.F.



INFORMATION

Jリーグ開幕! 新たな陣営で初陣を勝利で飾る

シーズン移行という新たな歴史の始まりとなるJリーグが開幕しました。セレッソ大阪は2026/27シーズンのトップチームの監督にパブロ・マチン氏が就任。新体制のキャプテンには田中 駿汰選手、副キャプテンには香川 真司選手、畠中 楨之輔選手が決定。その船

出となった8月8日のJ1開幕戦では、満員となったヤンマーハナサカスタジアムでファジアーノ岡山を2-1で下し、パブロ・マチン体制での初勝利を飾りました。新体制となり、クラブ史上最高順位の更新を目指していきます。



開幕戦で勝利を収めた選手たちと、宮崎キャンプで負傷した柴山 昌也選手も輪に加わり、記念撮影

パブロ・マチン監督 就任コメント

まずはこのような歴史あるセレッソ大阪というクラブに来ることができてうれしいです。以前から来日した時に、「日本で指導ができればいいな」と思っていました。今回このようなチャンスを頂いたので、とにかく全力を尽くし、全員でいい結果が残せるように精進していきたいと思います。



©CEREZO OSAKA

【お詫びと訂正】Rotary夏号P18「TOPICS」で、中村航輔選手と大畑夢夢選手の写真が入れ違っておりました。読者の皆様並びに関係者の皆様に謹んでお詫び申し上げます。ここに訂正させていただきます。