



## 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  
回はその工場へ働く製造課主任の  
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。



**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）

ハムは赤身の周りにどの程度の脂が付いていればよいか。ベーコンの脂と赤身のバランスはどうか。次の工程や完成形をイメージしながら1日800キロ〜1トンを処理する。

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割くらいの方がおすすめです。脂の量がおいしくおいくすよ」（木浪）

休日、木浪はレイモンハウスに立

ち寄ることがある。店舗には元僚たちがいるし、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。



「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。



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  
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。

**「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

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



噛むほどに旨みあふれるハンバーグステーキの成形の様子。自動計量されたミンチ肉を一つひとつ手で整える。



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  
営業課 主任  
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、ごまかさないこと。」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なざしも、「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。でんぷ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

**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

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。



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・加熱したてのショルダーハム。

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」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)

工場見学の案内業務は、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

によって全く違います。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ることが多い。保育園の見学会では、スモーク室の扉を開けてパッと煙が出ると、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た始めている。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。



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

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。

## 塚本 政伸

### 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財モデルの一人です。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」

塚本自身は1990年に入社し、35年のキャリアのほとんどを同社製造部門で過ごした、生え抜きのリーダーだ。途中2年間は函館カール・

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)

### 加工肉の原点を守る、グルーブの力

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、そこにはニッポンハムグルーブの力が欠かせない。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

けているのが主に北海道八雲町にあるニッポンハムグルーブの日本フードバックカー(株)道南工場だ。特にレイモン氏のレシピを受け継いだ商品群は、原材料表示でもわかるように原料が驚くほどシンプル。その素材の味を丹念な手仕事を引き出す。

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、グルーブ内の食肉処理工場との連携あつてこそだ。

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。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づくりの姿勢を確かに守り、伝え

届け続けている。



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。