



挑戦する組織風土

ニッポンハムグループは、Vision2030の実現に向けて「挑戦する組織風土の醸成」を推進しています。毎年開催する若手開発者対象の「開発甲子園」をはじめ、日常業務においても積極的なチャレンジを奨励し、従業員一人ひとりが“新たな価値の創出”に取り組める環境を整備しています。

働きがいのある職場で挑戦が生まれ、それがVision2030の実現につながっていきます

挑戦する組織風土の醸成に向けて

社会や生活者のニーズは日々変化しており、時代の変化に先駆けて新たな価値を生み出す挑戦をしている企業だけが、成長し続けることができます。そのためには、従業員一人ひとりが、現状のあたりまえを疑い、変えていくことが重要です。まずは普段の業務から、慣習にとらわれず、一歩踏み込む意識づけを進めています。

働きがいのある職場づくり

挑戦する組織風土の実現に向けては、働きやすさを土台とした、働きがいのある職場が必要です。お互いの人権と人格を尊重することや協力し合うことが、働きやすさにつながります。そして、働きがいが高めるために、日常の業務を通じて成長や貢献を実感できるような環境・仕組みづくりに注力しています。

サステナブルな街づくりに挑む

これまでにない、革新的なボールパークを創造する——

ボールパーク事業を牽引してきた(株)ファイターズ スポーツ & エンターテインメント常務取締役の前沢賢に、これまで、そしてこれからの“ボールパークを通じた街づくり”への挑戦について聞きました。

日ハム式 たんぱく質未来マップ
<https://www.nipponham.co.jp/tanpaku-mirai/challenge/02/>

01

世界がまだ見ぬボールパークをつくる—— 北海道ボールパークFビレッジ

単なる野球観戦の場にとどまらず、年齢や国籍を問わず多様な人々が集い、交流し、コミュニティが形成される「共同創造空間」としての街づくりを目指す——2023年3月に開業した北海道ボールパークFビレッジは、まさに挑戦の連続でした。プロジェクトが開始した当初、私たちは、「**現状維持はリスク。非連続の成長に向けて舵を切る**」ことを心がけました。つまり、札幌ドームでの安定成長に甘んじるのではなく、野球の将来と北海道への貢献、そしてニッポンハムグループへの大きな価値創出のため、あえて非連続の大きな成長へ舵を切る必要があったのです。また、「**1ミリの引っ掛かりも蔑ろにしない**」姿勢で臨みました。人口が少ない北海道の北広島市への移転には疑問の声もありましたが、徹底的な事例研究と論理的な説明で、事業に対する不安を確信に変えていきました。しかし、開業後も街はまだ全体の30%程度しか完成していません。ですから、まだまだ先に行かなくてはいけないと思っています。当たり前のことかもしれませんが、このプロジェクトは「**夢を描かず、目標を設定する**」ものと考えています。「夢」というのは素晴らしい言葉ですが、達成しなくても言い訳ができてしまう。しかし、このプロジェクトは、必ず到達すべき「目標」だと考えています。開業後は、来場者の皆様からの意見を聞くためSNSで「#Fビレッジおじさん」を設け、開業後の1年間で100件以上の改善を実施しました。ただし「**柔軟に、そして「エッジ**」



- ① 2028年には新駅も開業するなど、着々と進む街づくり
- ② Fビレッジ内では、野球以外にもさまざまなイベントを開催
- ③ 試合がある日もない日もアクティビティを楽しむことができる
- ④ 新たな飲食商業施設「SUNNY TERRACE」

は守り続ける」ことを意識し、お土産の購入や食事などでストレスなく回遊できる“回遊性の高さ”という核となるコンセプトは、譲りませんでした。また、「**足かせを作らず自由度が高い環境を作る**」ため、若い社員が役職を超えて提案・決裁ができる風土を築いているほか、ビジネスは「**9対9で戦うルールではない**」との考えから、行政や大学、他の企業など、多くのパートナーと連携しています。さらに、グループ内においても「**取り繕わない、本音でぶつかる**」を大事にしています。日本ハム本社との連携においても、駅の開業が間に合わないといったネガティブな情報も正直に伝えることで、信頼関係を築きました。開業3年目を迎えた2025年6月には、Fビレッジ内に新たな飲食商業施設「SUNNY TERRACE」がオープンしました。そして、2028年には、新駅開業、大学の移転など、「食・住・遊・学」が融合したサステナブルな街として進化を続けます。私たちも「ファイターズはやるね!」と言われるような価値を追求し、挑み続けます。人生一度きり、挑戦しない人生なんて有り得ませんから。

株式会社ファイターズ スポーツ & エンターテインメント
 常務取締役 開発本部 開発本部長
前沢 賢

中央大学大学院戦略経営研究科修了。パナソニック、北海道日本ハムファイターズ事業推進部長、パシフィックリーグマーケティング、横浜DeNAベイスターズ取締役事業本部長などを経て、2015年北海道日本ハムファイターズに復職。北海道日本ハムファイターズの取締役役を務める。



物流の未来を拓く

働き方改革関連法の改正もあり、社会課題となっている物流の2024年問題は、ニッポンハムグループにおいても喫緊の課題です。輸送効率化に取り組むことで、当社の強みでもある物流基盤の強化に取り組んでいます。

01 長年の慣習を打ち破る “パレタイズ化”に挑戦する

当社グループは、物流問題に向けて、持続可能な物流基盤の構築に取り組んでいます。これまでは荷物の積み込みや荷卸しといった附帯作業もドライバー自身が担っており、これに2.5～3時間もの時間を要していた長年の慣習こそが、物流継続を困難にする大きな課題でした。そこで日本チルド物流(株)と日本物流センター(株)は、「パレタイズ化」という抜本的な改革に挑戦しました。これは、荷物をパレットに整理して積み付けることで、ドライバーの手間を省き、本来の運送業務に専念できるようにするものです。最初の頃は、ドライバーの長年の経験に頼っていた積載ノウハウなどを言語化するのに苦労しましたが、試行錯誤を重ねながら最適な運用ルールを確立していきました。その結果、積み込み時間を約2～3時間短縮することに成功し、配送能力の拡大やドライバーの身体的負担の大幅軽減を実現しました。これによって、未経験の協力会社も参入しやすくなり、働き手の幅が大きく広がりました。

出典:Rotary2025年春号
https://www.nipponham.co.jp/corporate/group/rotary/pdf/all_202503.pdf

バーティカル・インテグレーション・システム



安全・安心な商品を効率的かつ安定的に供給するため、日本物流センター(株)が物流拠点として冷蔵・冷凍倉庫を運営し、日本チルド物流(株)が国内外の食肉商品を量販店や飲食店などのお得意先へ輸送。

運送会社に “選ばれる会社”を目指して

日本チルド物流株式会社
東日本事業部 東京事業所 主任
石橋 和也



「パレタイズ化」は、何十年も続いた運送の慣習を変える大きな挑戦でした。当初、現場ではドライバーが担ってきた手積み・手卸しを別の担当者に任せることに戸惑っていました。しかし、積み込み時間が短縮され、ドライバーの負担が減り、遠方への配送も可能になったことを実感したときは、みんな大きな達成感を得たようです。今後は、当社の配送経験がないドライバーでも、簡単な指示で目的地まで運べる、よりシンプルな仕組みづくりを目指すなど、運送会社に“選ばれる会社”となることで、物流業界全体の持続可能な未来に貢献していきます。

多様な積み方に対応する、 パレタイズルールを構築

日本物流センター株式会社 東京事業所
業務部 保管業務課 主任
古川 将人



まず、倉庫で働く方たちに「物流の2024年問題」について理解してもらい、当事者意識を持ってもらうことから始めました。パレタイズのテスト運用で最も難しかったのは、商品をパレットに積むルール設定です。トラックの規格ごとに、積む高さやみ出しの許容範囲などを細かく決めていきました。実務では想定外のトラブルも起こりましたが、その都度ルールを見直し、最適化を重ねています。今後は少量多品種の配送が増え、さらに積み方が複雑化することが予想されます。人手や場所など、倉庫の働く環境整備も含め、しっかりと準備を進めていきます。

「開発甲子園®」を開催

既存概念にとらわれない発想力による新たな価値創造、将来を担う次世代担当者の商品開発力強化、未来に向かってチャレンジする風土づくりなどを目的に、若手の開発担当者が新商品のアイデアを競い合う「開発甲子園®」を実施しています。

01

若手開発者が新しいおいしさの価値創造に挑戦



グラフォア

鶏レバーを活用し、世界三大珍味フォアグラの濃厚な旨味となめらかなくちどけを再現した商品。“フォアグラの常識を覆す”という発想から「グラフォア」と命名。



日本ハム株式会社
加工事業本部 商品統括事業部
技術開発室
上野 瑞城

開発者コメント

Q1. 商品開発のきっかけ、背景

一つは、アニマルウェルフェアの観点からフォアグラの生産を禁止する国・地域が増えており、将来その食文化が失われるかもという危機感を抱いたこと。二つ目に、需要閑散期に食品として利用しきれていない鶏レバーの有効活用手段を考えたことです。この二つの現状から「鶏レバーを活用したフォアグラ代替品」を着想しました。

Q2. 開発の過程で特に苦労したポイントや、試行錯誤した点
最も苦労したことは「滑らかなくちどけと調理後の見た目の両立」です。試作を繰り返して、「焼いても溶けないが、くちどけは滑らか」という絶妙なバランスを実現しました。

Q3. 商品化後の反応で印象的だったこと

お客様からは、社会課題に配慮している点で共感いただくことが多いです。そのような意図で開発した商品なので、非常にうれしいです。また「レバーは苦手だけどグラフォアはおいしかった」という声もあり、鶏レバーの新たな価値として広がってほしいと考えています。

Q4. 開発甲子園を通じて得た経験や学び

初めて企画から製造立ち上げまで関わり、商品化の大変さと達成感の両方を学びました。開発甲子園を通じた商品開発の経験を活かして現在も業務に取り組んでいます。



BOOST NOODLE®

片手で食べられる究極の“タイパ”ラーメン。スパウトパウチに麺、チャーシュー、メンマ、ゼリー状の濃厚魚介豚骨スープが入っており、本格的な味わいを手軽に楽しめる。



日本ハム株式会社
フードサービス
開発営業部 加工事業本部
寺岡 慎ノ介

開発者コメント

Q1. 商品開発のきっかけ、背景

自分自身がゲーム好きで、熱中すると食事が面倒で簡易食などで済ませることがあり、もっと食事らしいものが欲しいと思っていました。無難な商品も考えましたが、上司から「もっと寺岡の個性を出すべきだ」と言われ、じゃあゲーマーが好きなラーメンが片手で吸えたら面白いな、と思ったのがきっかけです。

Q2. 開発の過程で特に苦労したポイントや、試行錯誤した点
常温販売を前提に、おいしくラーメンのように仕上げることに苦労しました。具材や容器のサイズにもこだわり、片手で食べやすいよう試行錯誤しました。また、開発途中で引き継ぐことになったため、ターゲットに刺さるポイントなどを伝えることも難しかったです。

Q3. 商品化後の反応で印象的だったこと

賛否両論ありましたが、最も印象的だったのはプロゲーマーの方から「めっちゃおもしろそう」と注目いただいたことです。狙った層に届いたことは非常に嬉しかったです。

Q4. 開発甲子園を通じて得た経験や学び

「どんなことでも経験になるんだ」と感じました。個人の趣味と思っていたゲームが新商品につながり、私自身驚いています。「なんでもやってみる」が大事だと気付き、さまざまな経験を積み意識が芽生えました。

