



Special Interview [あの人と60分]

スペシャルインタビュー

IRODORI TERRACE ~彩りテラス~ 始動

惣菜業界に携わる一人一人を
“彩り照らす”オンラインコミュニティー



2023年 惣菜管理士合格者特集
合格者 3,130名、登録者述べ34,266名

「彩りテラス」始動

惣菜業界に携わる一人一人を
“彩り照らす”オンラインコミュニティ

おそうざいも、わたしたちも。

IRODORI TERRACE

日本惣菜協会主宰の日本デリアカデミーが運営する、惣菜管理士取得者・または取得を目指しているの方々のための情報交流オンラインサロン「IRODORI TERRACE～彩りテラス～」が4月にスタートした。研究・開発・情報共有・学び合いを目的として、参加メンバーのみの非公開型・承認制のFacebookグループを使用して運営している。惣菜業界の活性化には今後ますます女性の活躍が欠かせない。女性惣菜開発者の活躍を応援するコンテンツを中心に、いつでもどこからでも楽しく仲間たちとつながり、情報を得たり、課題の共有やインプット・アウトプットができるサロンを目指している。



「彩りテラス」について詳しくはこちらへ

<https://www.nsouzai-kyoukai.or.jp/irodoriterrace/>

彩りテラス



活動内容・目的

- ①惣菜開発に関わるメンバー同士の交流と学び合いを大切にする。
- ②メンバーが実際の取り組みやおすすめの惣菜、日本惣菜協会や各メンター（惣菜の専門家やアドバイザーなど）からの惣菜に関する情報をコラム・動画配信を通じて、それぞれの好きなタイミングで情報を得てコメントなどで意見交換をする。
- ③IRODORI TERRACE独自のルールの下、メンバー同士で作る掲示板や分科会に自由に参加・書き込みをすることによって、さらに知識と関係性を深める。
- ④IRODORI TERRACEは、メンバー自身のライフスタイルの質向上にも貢献するような内容を発信して、メンバー同志のQOL向上に努める。

さらに女性が輝く
惣菜業界を目指して

惣菜に関係する皆さまとオンライン上に「コミュニケーションの場を作り、女性の活躍を応援するサロンを作りたい！そんな思いから立ち上がった「彩りテラス」です。関係者の1年以上にわたる構想・企画・日本デリアカデミー準備委員会での相談を通じて、今年の4月にオープンすることができました。

オンラインで展開する「彩りテラス」の最大の目的は、メンバーの皆さん一人一人に「アイデアやモチベーションのヒ

ント」「メンバー同士の交流」を楽しく体験していただくことです。そのために運営チーム全員でコンテンツの内容や気軽に参加していただけるための工夫をしながら企画と運営を進めています。

皆さんと一緒に「彩りテラス」を作り上げることで、さらに楽しい学び合いの場に進化していくと確信しています。

まずは惣菜管理士受講・取得者の皆さん、お気軽にご参加下さい。心よりお待ちしております!!

IRODORI TERRACE

ディレクター

石坂 優子 氏

（株）FELIX & ESCA 代表

栄養コンサルタント・食育研究家・栄養療法カウンセラー（認定ONP）

商品開発を知る品質管理、 後輩の成長が喜び

(株)ヤマザキ

ヤマザキグループ 品質管理本部

部長
原田 奈穂 さん



「料理を社会分業で支える」という言葉にひかれて入社

石坂 自己紹介をお願いします。

原田 2001年に入社し、商品開発を経て品質管理となつて10年になります。現場の各工場に品質管理担当者がおり、私はヤマザキグループの各品質管理を統括する品質管理本部として、お客さま相談室のフリーダイヤル対応や食品表示など、法律に関係するところを主に担当しています。化学出身ですが、料理が好きで食に携わる仕事がしたくて入社しました。

ヤマザキの就活の冊子に当時社長だった山崎寛治会長の「料理を社会分業で支える」という言葉を見て、おもしろそうな会社だなとこの言葉にひかれました。
石坂 商品開発を知っている品質管理という方は珍しいですね。商品開発と品質管理はグクシヤクシがちな部署ですが、現場で経験が生かされていることはあり

ますか。

原田 商品開発の意図がとてもよくわかるので、その意図を生かす方法を一緒に考えて品質管理をクリアするということも時にはあります。良い商品を安全にお届けしたいという気持ちは

一緒ですからね。

石坂 心強いです。さて、これまでの一番の成功体験は何でしょうか。

原田 大手CVSやSMに商品が入っているの、開発した商品が店頭で並ぶと、栃木の実家や友達から「おいしくて便利だね」と連絡をもらうことがうれしかったです。また、工場で問題が発生した時に、みんなと一緒に解決して乗り越えた時もうれしかったですね。しかし、問題は起こらないことが一番なので、初期段階でイレギュラーに気づいてどう行動するか、の学習を大切にしています。私にとっては、若い人たちの成長がやりがい

です。
電話でお客さまとうまくコミュニケーションが取れなくて一喜一憂していた社員が経験を積んで、クレームから改善のヒントをいただけるようになるのを見ると、何よりうれしいです。

石坂 ヤマザキさんは、会社の雰囲気か

とても良いですね。

原田 時には厳く言うこともありますが、余裕が無いとミスにつながるの、そこは気を付けています。クレーム対応は内容が毎回異なるので、ルーティンなようで、そうではありません。経験が浅いと判断が難しいことも多く、マニュアルにできそうできないことをどう身に付けてもらうかが難しいところです。

仕事と家庭を両立できる 職場づくりに腐心

石坂 どのような悩みがありますか。

原田 職場の女性を見ると、仕事と家庭の両立は難しいと思います。産休・育休を経て職場復帰する女性社員も出てきています。その人の良さを生かせる配属と働けるスタイルを見つけてあげて、両立をうまくサポートできるチーム・会社になれるように努力しています。

石坂 女性は何人くらいいますか。

原田 品質管理は半分が女性、商品開発は半分以上が女性で、その中の数名は子育て中のママさんです。少し前までは、職場復帰しても前のように働けないものばかりだったので、働きやすい環境を

開発を例に挙げると、今は時短勤務にしたり、商品を開発する忙しいユニットから、商品を改善・改良するユニットへ配属したりと配慮しています。経験を積んでもらうためには継続してもらおうことが大事ですからね。家庭には子育てが終わっても高齢者がいたり病人がいたり、

それぞれに事情があるので、自然に皆で補い合っていければと思います。

石坂 思い入れのある商品は何ですか。

原田 今年で発売15周年を迎えたチルド包装惣菜のポテトサラダです。商品設計以上に包装に苦勞し、発売までに1年かかりました。

当時は同期の仲間と1日の仕事が終わった工場で、包装テストを何度も繰り返ししていました。ポテトサラダは、商品設計から出来上がるまでの一連の流れを知っているので愛着があります。

また、このヒット商品をジャガイモの産地である旭川で作ろうと11年に工場が竣工され、会社が大きくなっていくのも目の当たりにし、商品開発の醍醐味も感じさせてもらいました。

石坂 ご自身のスキルアップに努めていることを教えてください。

原田 チルド包装惣菜の商品がメインですが、商品カテゴリーが増えて冷凍食品やガス置換包装の商品もあります。そのカテゴリーでは常識ということがほとんど出てくるので、次々に勉強することが出てきます。本場に専門的な事は担当者が把握していますが、全体の判断を間違わないように勉強を続けていきたいと思っています。

【企業概要】(株)ヤマザキ 住所 静岡県榛原郡吉田町住吉5437-66/設立 昭和29(1954)年/代表取締役社長 山崎朝彦/従業員数1900人(グループ合計パート含む)/事業内容 惣菜・煮豆・フレッシュサラダ・グラタン・カットフルーツ等の製造販売/主要取引先 大手スーパー、コンビニエンスチェーン、食品商社他

会社と店舗のwin-win企画を重ねて

(株)まつおか

営業本部販売推進・デジタルマーケティング部

チーフ
棚橋 芳子さん

マネージャー
鈴木 牧子さん



イベント企画が定着
ならではの発想

石坂 食べる事が好き・笑顔を増やしたいの二つは、惣菜業界で輝く女性の共通点ですね。まだまだこの業界には役員以上の女性が少なく、彩りテラスでは女性のポジションアップも応援していきたいです。次にやりがいを感じた事を教えてください。

石坂 お二人の自己紹介をお願いします。
鈴木 中途入社で約16年経ちました。食品メーカー勤めの時に、「おいしかった!」と言うお客さまの顔が見える仕事をしたいと、縁があってこちらに転職しました。「おいしいものを楽しく食べたい」がモットーです。
棚橋 新卒入社後、ジェイアール名古屋タカシマヤ店で約1年半の販売を経験後、企画販促へ異動。2度の産休・育休を取得して復帰しています。

鈴木 イベント企画の展開です。店頭の仕事イベントを毎年開催し、フラッシュアップして欲しい認知度があがってきました。また、私が開発担当と共同で形になった商品に「鶏もも肉の肉巻き」や「肉豆腐」があります。商品に季節の素材で変化を付けてシリーズ化し、展開に広がりを持たせるといふ方法も定着してきました。弁当の開発では、一段用の容器を二つ重ねて二段弁当にしました。これは、まつおかだけではなく業界でも定着し、まつおかの弁当の一つの顔になったと自信が持てる案件です。
棚橋 催事では、七夕をイベントとして盛り上げるために、天の川をイメージした「そぼろご飯」と人気の煮物が入った「七夕二段弁当」を考案しました。肉豆腐を笹

で巻いた「七夕豆腐」も、今では毎年の定番商品となっています。まつおかには「生芋こんにゃく」という創業以来の人気商品がありますが、5月29日の「こんにゃくの日」にイベントを企画しました。自社商品のこだわりと良さを再認識する良いきっかけになりました。産地や食感など商品に関する知識を社内販促することでお客さまとの会話や販売員さんのセールストークにつながって、定番商品がもっと売れるようになり、元気が出る良い企画だという会社の声を頂き大変嬉しく思いました。

また、他部署と連携しながら、商品や販促物を作り上げていくことの大切さを実感しています。

石坂 まつおかは現場調理にこだわって製造販売しているので、セントラルキッチンとはまた違う会社と店舗のwin-win企画が求められているんですね。さて、鈴木さんも棚橋さんも経験を積んでベテランの域に入っていますが、ご自身のスキルアップのために何をしていますか。

鈴木 デジタルマーケティング部という部門名称なので、その分野を若い社員に置いて行かれないようにと頑張っています。最近、若手社員によって従業員LINEがスタートし好評です。もっとデジタルを活用すべきと感じ、新たな導入を目指して知識をアップデート中です。一方でデジタルと相反しますが、アナログも大切にしています。やはりデジタルとアナログでは、伝わり方や記憶のとどまり方が違うように感じて、両方のいいところ取りをしていきたいです。

変化するライフステージを
味わいながら生活と仕事を両立

棚橋 私は時短と消費体験の二つです。時短はいろいろな意味がありますが、自分が二児の母として仕事と家庭を両立させる立場にあるので、仕事の効率アップのためにコンピューターリテラシーを高めるように努めています。消費体験は、自分が体験しないとお客さまの気持ちかわからないということと、売場や商品を魅せるヒントがたくさんあるので意識しています。また、結婚・育児とライフステージが変わった事で、お客さまにも多様なステージがあるという気付きがありました。流行もリサーチしながら、今の自分の立場を楽しく味わいたいと思っています。

石坂 ライフステージが変わると、固定概念が変わりますね。
惣菜業界で活躍を目指す学生にアドバイスをお願いします。

棚橋 私は入社当時から商品開発・商品企画が希望で、販売職時代に自分で考えたお弁当を勝手に提案していました。

石坂 メンタル強いですね(笑)。

鈴木 それくらい自分がやりたい仕事をアピールすることは大事だと思います。入社当初の店舗や工場への配置は、そのための修行期間です。期間中にやりたいことが違ったり辞めていかれる方が見受けられるのももったいないですね。

【企業概要】(株)まつおか 住所 愛知県名古屋市中区大須2-23-38/設立 昭和62(1987)年/代表取締役社長 松岡まち子/従業員数 約1100人(パート・アルバイト含)/事業内容 百貨店を中心とした惣菜製造販売(店舗数63)