



4年生「体験グローバル」SGH企業訪問（実地調査） 実施報告

日 時：2018年8月2日

場 所：アサヒグループ食品株式会社岡山工場第2プラント(岡山県浅口郡里庄町里見 2751 番地 1)

参加者：生徒 40名，引率教員 2名

実施内容

アサヒグループ食品株式会社への企業訪問では、里庄町にある岡山工場第2プラントを訪れました。

はじめに、アサヒグループ食品を構成する3つの会社のそれぞれの事業についてや、アサヒグループ全体に対するアサヒグループ食品の事業の割合など、企業グループの概要についての説明をいただきました。次に、アマノフーズの商品を支える技術を紹介するDVDを視聴し、フリーズドライ装置では1回に88000個の製品を作ることができることや、2017年にはチキンカツカレーのフリーズドライの作成もできるようになったことなど会社の概要を学びました。また、フリーズドライは熱を加えず乾燥できることから、色や栄養素がそのまま保存される加工であることも学びました。



その後、2つのグループに分かれ、工場の見学を行いました。工場は環境マネジメントの規格であるISO14001と、食品安全管理のマネジメントシステム規格であるFFSC22000を取得していることも学びました。再び会議室に戻り、フリーズドライ技術に関する詳しい科学的な説明を受けました。工場には新幹線の車両と同じくらい大きさのフリーズドライ装置が3台あり、一つの装置で24時間で水分3~5t取り出すことができるということでした。

見学と説明の後でフリーズドライみそ汁の試食を行い、学校でのご講演や、あらたに生じた疑問などについて、1時間ほど質疑応答の時間をとっていただきました。

「企業理念」については、理念ほかに、「方針(ビジョン)」、スローガン(行動指針)があり、それらを具体的に設定して活動することが大切であることを学びました。また、社員に求める能力として「コミュニケーション力」があり、具体的には、経験や年齢の違う集団の中で、意思をどう伝え分かってもらうか、また相手の真意を受け止めるかが大切であることを学びました。



「商品開発」については、5W2H(What, Who, When, Where, Why, How, How much)を設定して進めていることなどを学びました。この他、商品を広めるための企業戦略や、スポーツをはじめとした社会貢献などの説明をいただきました。これらの話は、生徒にとって、これから課題研究を進めていく上で有意義な時間であったことはもちろんのこと、企業や現代社会について様々な視点から話を聞くことができ、自分の将来を考える時間にもなりました。

〔生徒の感想〕

- 自分が行く前に考えていたよりも多くの事業をしており、行く前に持っていたベテランのみそ汁メーカーというイメージは間違えではなかったけど、一つの特徴だったんだということが分かった。また、品質の工場だけではなく会社の広告をより安く効果的に行う方法など、様々な方法で会社の発展に努めているんだなと思った。
- 実際に工場を見学して製品を作るのにたくさんの時間をかけて慎重にでも大量に作っていることが分かった。フリーズドライのみそ汁だけでなく様々な料理に活かさないのかと考えていたけれどすでにパスタやカレーなどに応用されていると聞き疑問が解消するとともにすごいなと思った。
- 今回の訪問を通して学んだことは、どんな企業であっても、まず第一にコミュニケーションが大切であるということです。また、「よく聞き、よく見る、そしてその半分くらい話す」という言葉も言われていました。このことから分かるように、聞いたり見たりする情報を取り込む行為の重要性が分かりました。アマノフーズがTVで取り上げられているのを見たことがありますが、TVで取り上げられることで人気が大幅に上昇し、欠品を起してしまうという事態に陥ってしまうということもあるんだと思いました。これらのことからコミュニケーションに注目していきたいと思いました。例えば、規模の大きな会社の中であつたり、普段、人と会話することが少ないような仕事内容であつたりするようなもので、大企業ならではのコミュニケーションをとるための工夫があるのではないかと思います。
- アマノの商品をPRするために、その企業はどんな工夫や取り組みをしているのかを知って、ターゲットを絞ってどんな商品が良いかを考えたり、よいスローガンで一致団結したりすることの大切さが分かりました。
- アマノフーズの方の話を聞いて、ヒット商品を生むのはとても大変で、そのあとはもっと大変ということが分かった。まず、商品開発は自社の中で厳しい審査を設け、どの世代受けを狙うかというコンセプトを設定し、その対象にがっちりハマるなというのを考えないといけない。赤字商品が出ると経営が危なくなるから、絶対に失敗はできないというプレッシャーの中で、日々研究をしているというのが分かった。
- 今回のアサヒグループ食品（アマノフーズ）の訪問を通して、企業としての戦略、やり方などの考え方などを学ぶことができた。企業としての理念を持ち、それぞれが同じ方向を向いていくことが大切であると思った。お客様に届け喜んでもらうというアマノフーズの一番の企業理念というのは、とても重要であると思った。また、どのように企業や企業の商品について知ってもらうかについてはさまざまな方法があると思うので、詳しく調べてみようと思う。最後に社会貢献の話があつたが、企業として地域に貢献していく方法はスポーツや市や団体との協力などあると思うが、いかに地域と密着した企業にしていくかはとても大切なことだと思ったので、自分でも考えてみようと思った。
- 今回アサヒグループ食品（アマノフーズ）を訪問してお話を聞いていく中で、「セグメント」という考え方に興味をもちました。「高齢者」をターゲットにしても60歳以上の人の中にはいろんな人がいて、独り暮らしかどうか、住んでいるところが都会か田舎か、食費にかけられる金額はいくらによってニーズは変わるため一つの商品ですべての人を満足させることはできません。細かいニーズに一つ一つ答えた製品をつくるのが顧客を増やしていくために必要なことであることが分かりました。