

若手の会ワークショップ報告 ー食物領域ー

●テーマ：「家政学を活かす-家政学的な視点が企業で生きる-」

●日時 平成 18 年 5 月 28 日（日） 15:00～16:00

●場所 秋田大学 教育文化学部 3 号館 150 教室

●講師

・ 田川 博子 先生 明治製菓（株）

司会(梅國)：今日は食物分野の講師ということで、明治製菓株式会社の商品開発部に所属していらっしゃる田川博子様においでいただきました。最初に自己紹介、どのような仕事をなさっているかについておはなしいたきたいと思います。

田川：私は共立女子大学にて食物学科食物学を専攻し、卒業論文は調理学研究室で高橋節子先生のもと「新規形質米の調理特性」をテーマに研究させていただきました。卒業後明治製菓株式会社に入社し、食料総合研究所でキャンディー、チョコレートの新品開発を7年間担当いたしました。その後本社の商品企画部に3年間勤務した後、研究所に戻り、いまは主にチョコレート、焼き菓子の商品開発をしております。新商品開発はもとより、皆さんご存知の「きのこの山」や「たけのこの里」のようなロングセラー商品についてもその時代にあわせて「規格変更」をするような仕事も担当しております。

司会：それでは私から質問させていただきたいと思いますが、企業に入ってからこれまで気づけなかった家政学の視点というものがありますでしょうか？

田川：今回、「家政学とは何ぞや」ということについて大学卒業以来、久しぶりに考える機会をいただきました。また同僚にも家政学出身の女性が多くおりますので、いろいろ話を聞いてみました。結論としては、私の所属している部署については食物学専攻の各論で勉強したことは、それがなくては仕事ができないというくらい、(日々の仕事に)役立っております。同僚には、農学や工学など、また学士から博士までいろいろな出身がいます。何かしら強い得意分野を持って卒業してきている人が多い印象です。では家政学で何をやってきたのかということですが、大学の「家政学原論」の講義で、松島千代野先生が「家政学は雑学だ」ということを仰っていた記憶があるんです。特定の専門分野を深くは突き詰めていかないけれども、生活の身近なところを広く浅く科学する、というような内容を仰っていたように記憶しています。商品開発をするときは、原材料の物理化学的性質を知った上で食品加工技術を応用していくという基本的なことはもちろん、当然お客様の視点に立たなければならぬですし、工場・生産側の視点も持たなくてはいけないなど、非常

に広い視野が必要になります。自分の知りたい必要な情報はどこを調べればわかるのか、という広い視野を得ることができたのが家政学を学んできたメリットではないかと感じております。今は「家政学原論」を例に挙げましたが、その他で役に立ったのは、「食品学各論」「基礎化学実験」などで学んだ知識や技術は開発ではとても役にたっています。家政学部で広い範囲を教えていただいた結果、いろいろな科学用語を知っているということは、深い知識は足りなくても、どの分野を調べればいいのかということがわかるので、それは非常に役に立っているなと思います。

司会：皆さんの中で何か質問したいことがありましたらどうぞ。

参加者 A：「家政学を活かす」というテーマですので、家政学についていろいろとお話をいただいておりますけれども、実際には食物学科は家政学というよりは「ミニ農学部」的な感じを私が受けた教育ではそのように思えたんですけど、そのあたりの様子がどうだったかということと、「家政学の中の食物だよ」といっていったほうが本当は企業などの中に出て行ったときに役に立つというのか、バックグラウンドとしていいのかそのあたりのところをお話いただきたいのですが。

田川：たしかに食物学の面が役立っています。「食物学」をやってきたというのは現在の仕事に携わる上では欠かせないポイントだとは思いますが、「家政学」がそうかというところではないかもしれません。ただ、入社してしまえば大学で何を勉強してきたかということはほとんど関係ないように感じています。それよりも入社してからどういう業務経験を積んできたか、会社の仕事の中でどういう得意分野を持っているかということが重要視されていると思います。最初だけは大学で何を学んでいたのかということで判断せざるを得ないのでしょうが、最終的には人の特性を見ているのだと思います。あまり出身学部ということに気にしたことがありません。弊社の場合、開発業務に携わっている女性は、結果的には家政学系が多いのは事実ですね。そういう事実がございますので、どこかの機会で自分が「家政学部出身である」ということをアピールすることも、もしかしたら企業にいる私たちがしていかななくてはいけないのかなと、このような機会をいただいて少し感じたりもしました。

司会：そのほか何かご質問がありますか？

参加者 B：家政学の視点で開発したヒット商品などがありましたら、教えていただきたいんですけれども。

田川：8年前くらいに「フーア」という白いチョコレートの中にいちごのソースを入れた

ものを開発いたしました。そこにどう家政学の視点が活かされているかという点、強いて言えば、生活の中から商品を見ていくこと、つまり作り手の側からだけでなく、買い手の立場からなど、総合的に見て開発して以降と考えた視点は家政学に通じるものであると感じます。

参加者 C：先ほど「家政学原論」などのお話がありましたが、現在の仕事をする中で、ご自分の大学の中で逆にこんなところが不足していたという点か、こういうことが学校教育の中にあるとよかったなあ、ということがございますか？

田川：商品開発は、やってみなければ答えがわからないことをやっています。つまり、商品開発は売れるか売れないかは売って見ないとわかりません。もちろん、発売前に調査をするなどして売れる仮説を立てて業務を進めていきますが、その仮説は自分で立てなくてはなりません。

学生実験はほとんどが答えがわかっているものですが、私は卒論で初めて答えのわからない実験をやるということになったとき、自分の出した実験結果が世の中に発表される論文のデータとなってしまう怖さと責任感を初めて知りました。今思えば卒論のときは先生のご指導もあり、バックアップが万全の有難い環境だったなあと思うのですが、会社に入ればその何倍も怖いという感じです。実験の結果を得るにはいろいろなアプローチがあると思うのですが、学生実験ではアプローチ方法が決められています。卒業論文で初めて試行錯誤的な実験のプロセスを踏む経験をしました。このような経験ができたのはもちろん私にとってはとても大きな宝物ではありますが、もうちょっとその宝が大きくてもよかったのではないかなという気もいたしました。

司会：そのほかご意見ないでしょうか。例えば、企業に対するご要望などそういったものでもよいかと思うのですが。

参加者 D：質問なんですけれども、企業の商品開発をされていて、大学時代は実験系ということですが、実際に商品開発のどのようなところまで、例えばマーケティングだとか、商品をだすところまでなのか、どういうことに関わっていらっしゃいますか？

田川：いまは商品開発部に所属していますので、商品そのもの、モノを作り出すところの全てを担当しています。具体的には、商品の形体や風味の決定、製造ラインにのせるために必要な条件検討などです。そして3年間在籍していた商品企画部では実際のモノ作りは研究所におまかせして（もちろんディスカッションはしますが）、主に商品のコンセプト作りやマーケティング面を担当し、パッケージデザインの検討などをしていました。お互いの部署は綿密に連携を取りながら進めていきます。弊社はそのような感じでやっておりま

す。企業によってはブランドマネージャー制ということで、統一ブランドや一つの商品に対して全てを見るというところもあるようです。

参加者 D: それでは極めて実験的な、試作から始まって試作を繰り返すような実験のプロセスみたいなことをやる部門と、マーケティングみたいなところと、会社からの配置換えみたいな感じで。

田川: そうですね。

参加者 D: 自分の希望ではなくて、会社から「今度はここへ」ということで自分の力を伸ばしていくような

田川: そうですね。非常に個人的なお話になりますけれども、私は食べ物の新品開発に関する仕事をしたいと思って家政学を選びました。入社後、まずはモノ作りを担当し、その後商品企画部に行ったのですが、行ってみたら、自分にはモノづくりのほうが向いているなど、そして自分だけでなく会社もそうだなと認識したんだと思うんですね。それで結局戻ってきたということです。

参加者 E: 商品開発というのはとても人気があるということがわかりましたけれど、商品開発を希望する学生さんにはどのようなことを言ってあげればいいのでしょうか？

田川: 入社してすぐに商品開発や商品企画に配属されるのは簡単ではないかもしれないということ、まずそれが一つ。しかし、入社してすぐに企画開発業務に携われなくてもいつかその時が来るかもしれません。

それと、市場を見ていろいろな情報を得てください、ということです。もちろんお勉強をしなくてもよいというわけではないのですが、お勉強だけでは商品開発はできません。商品企画部へは私は開発から行きましたが、営業や調査部門、製造系などいろいろな分野から集まっています。商品企画は総合的な視野が必要なところだからだと思います。商品開発をするために必要な勉強はあるかもしれませんが、学生時代にしておいた方が有利だという勉強は特にあるわけではないと思います。

司会: その他何かございませんか。先ほど学生のおときには実験だとか実習だとかあらかじめ答えがわかっていることを中心にやってきたということをおっしゃっていましたが、実際企業に入って実験が役に立ったとかそういうことはありますか？

田川: そこで学んだ知識や技術がなくてはできないと思います。何の実験が特に役に立っ

たとかそういうことではなく、基礎知識や基礎技術が役に立ったということなんです。例えば、開発部門に入ったら、きっと大学で勉強しているだろうという前提で糖の話や油脂の話がされます。開発畑に入ればそういうことは一般常識として必要ですから。先ほども申し上げたとおり、大学で勉強してある程度は知っているけれども詳しいことがわからないときに「どの分野の本を調べればいいのか」がわかるのは非常に有難いことでした。

参加者 F: 会社に入ってから、食に関する専門の研修ですとかそういうものはありますか？

田川: 総合的な研修というのはほとんどありません。どこに配属するかによって、その部署で必要な知識の優先順位が全く変わってきてしまうため、所属した場所に必要な知識を仕事で実践しながら学んでいくという感じです。研修というよりは実践です。例えばキャンディーの仕事を担当する場合には、一般的な水飴の種類や物性、糖の熱変化などの知識や、糖アルコールの種類や物性などを仕事しながら勉強していくという感じになります。一方、チョコレートの場合は油脂の知識が必要となり、テンパリングという結晶をそろえることがどうして必要なのかとか、どうしてブルーミングしてしまうのか、それを防ぐには？などについて勉強する必要があります。仕事をしながら知識を得ていき、問題にぶちあたればその分野に詳しい人がいればアドバイスをいただきますし、やってみなければわからないことなら、実験をして確認をするなど、今でも試行錯誤で仕事しながら勉強しています。

参加者 G: 企業での研究とといいますと、まさに最先端という感じがするのですが、大学でやってきたこととのギャップをどのくらいお感じになっているかということと、大学でも最先端のことをやったほうが良いとお考えなのか、そのあたりのお考えをお聞かせいただけますか？

田川: 企業活動は利益を出さなくては成り立ちません。締切りではありませんが、だいたい「このぐらいにこういうものを出しましょう」というような目標もあります。目標が実現できなければ、つまり、予定していた商品開発ができなければ代わりのものを出さなくてはいけないという使命も出てきます。企業はモノを作りだして世の中に送り出すということが結果として求められますので、その点が企業と大学の違いだと思います。

司会: そのほか何かございますか？

参加者 H: それでは、よろしいでしょうか。試作の段階では調理の過程などのような小さな単位で作っていくわけですがけれども、製品化となりますと大きなロット単位で試作とは全く違うわけですね。そこをうまく作れるようになるには企業内での伝達をどのようにし

ていらっしゃるのか、例えば失敗談ですとか、工夫ですとかありましたら教えてください。

田川：弊社は生産規模がわりと大きなメーカーではありますが、開発の基本は手試作です。もちろん手試作とは言っても小さな規模の機械を使わなくては出来ない工程もあり、例えばチョコレートならカカオマスや砂糖、粉乳などの原料を細かくするためのレファイナロールという試作サイズの機械を使いますが、キャンディーの場合は手鍋で温度計を見ながら炊いています。その手試作で出したデータ、粘度や温度などをもとに製造条件をだしていきます。基本は手試作ではありますが、場合によっては生産スケールにもっていく前段階でミニプラントを作ることもあります。

参加者 I：あの、ちょっとよろしいですか。このごろチョコレートにも GABA ですとかものすごく苦いものですか、これは食べた人でないとわからないかもしれませんが、あれは本当にびっくりしたんですけれども、これから機能性を付加したような商品が増えていくのかどうかということ、私も漬物ですとかハムですとかの会社の方に聞きますと、お母さん方からのリクエストなのかもしれませんが、食品添加物ではなくて自然のもの、あるいは自然由来のもの（を求める傾向にあるようなんですが、明治製菓でも）、そちらの方向に移っていくとお考えでしょうか？

田川：「チョコレート効果」という商品のことですね。これはカカオ豆の持つ健康イメージを前面に出した商品です。（高カカオ分のチョコレートは）原材料の大部分がカカオマスなので、食べ慣れない方は大変苦いかもしれません。細かく刻んで牛乳に混ぜていただいたり、甘いものと一緒に食べていただいたりするとけっこう食べやすく、美味しく召し上がっていただけたと思います。このような健康を意識した商品は最近のトレンドですね。それから、自然素材を、ということですが、乳化剤や膨脹剤などは、商品をつくるためには必要不可欠なので添加しています。また、着色料や香料は商品をより美味しく召し上がっていただけるよう添加しています。弊社では、商品を作るために必要な添加物のほとんどは従来より自然由来のものから選択するようにはしておりますが、かなり前から着色料は全て天然素材のものを使用しております。

参加者 J：いま、短大ですとか大学で栄養士の資格取得と同じくらいの労力を要する「フードスペシャリスト」を資格化して（学校で取得させるようにして）いるんですけれども、よくオープンキャンパスなどで高校生から「フードスペシャリストの資格は就職にメリットがありますか」ということを必ず聞かれますし、大学の教員側としては「フードスペシャリストという資格の認知度はまだ低い」という認識のようです。もし、企業の側でフードスペシャリストの資格取得に関する授業の中で、「こういうことを入れてもらえると、企業にとっても大変魅力的である」ということなどありましたら、私たちもこの資格を是非

取ったらいいと学生に言えるのですが。もし、田川さんご自身、あるいは会社の側の立場でご意見がありましたら伺いたいのですが。

田川：私は採用に携わったことがないので詳しいことはわかりませんが、会社での経験から感じることでしましては、資格そのものはあまり役立ちません。ただ、資格をとるということに対する努力は評価されると思います。私は明治製菓しか知りませんので、他の会社についてもそうだと断言はできませんが、どんな目的意識を持って、どんな学生生活を送ってきたかというバックグラウンドの方が大切だと思います。とくに商品開発についていえば、自分が何をやりたいのか、自分は何ができるのか、について主張できることが大切なのではないのでしょうか？資格も、就職に有利だからという考え方ではなく、興味ある分野の勉強の成果として取るのがよいのではないのでしょうか？