

日本ジフィー食品
株式会社
が紹介します!

面白がりクラポウ人

「仕事を面白がる」とは「既存の枠を壊して新しいことに挑戦し、自ら何かを変えていくこと」。
この企画では「この人こそ面白がって仕事をしてる!」と思う人を紹介してもらいます。

関係会社編



しのぎ あやか

篠崎 文香さん

日本ジフィー食品株式会社
開発本部 商品開発室
(2015年入社)

面白がり
クラポウ人

「面白がり」6項目

- ① 既存の枠にとらわれず、いつも新しいアイデアを追求しよう。
- ② 広く好奇心を持ち、いろんなことに飛び込んで行こう。
- ③ 互いの個性を受け入れ、どんどん意見をぶつけ合おう。
- ④ 一度やると決めたことは、情熱を持ってやり遂げよう。
- ⑤ だれかを驚かせ、喜ばせ、ワクワクさせよう。
- ⑥ 未来の社会に役立つものを生み出していこう。



紹介者

かがみ あきなり

加賀見 映成さん

日本ジフィー食品株式会社
東京営業課
(1998年入社)

開発に、かける時間が、隠し味

当社は日本のフリーズドライ食品の草分け的な会社。カップ麺の乾燥具材や成型スープなどを開発、主に大手食品会社に納入しています。私は20年ほど開発を担当し、現在は東京で営業職に就いています。

競争の激しい業界で、新しいものを作っても2、3年で他社が追随し陳腐化してしまいます。だから新商品の開発が何より大事。おいしいのはもちろん、「安心・安全」な食材を、コストとフリーズドライの適性を考えて選び商品化していくわけですが、これが難しい。できたと思っただけの商品でも、お湯でうまく戻らなかったり…。場合によっては商品化を諦めなければならないことも…。私は開発者の中では、諦めが早い方だったかもしれません(笑)。

ところが篠崎さんは諦めない。フランスの魚介類とクリームを合わせた濃厚なスープ「ビスク」は再現性が非

常に難しく、フリーズドライ泣かせの商品。案の定、試作してもうまくいかず、スープの再現性にばらつきが出る。しかも、その原因すらよく分からない。それを篠崎さんは工程を徹底的に見直し、フリーズドライ製品の特性にあらためて着目することで課題を見つけ出し、見事に解決しました。

篠崎さんの仕事からは、「なぜだろう?」と疑問を持ち続ける研究者の資質を感じます。

探求心が何よりも勝っている。難しい課題ほど楽しんでしまう。わが社に欠かれない、若き開発リーダーです。



篠崎さんが何度も試作を繰り返したことで商品化が実現できた、開発難易度の高い「海老のビスク」

面白がりポイント

ハイレベルな要求に楽しみながら応えること、とことんこだわる探求心の塊(フリーズドライ)。

日本ジフィー食品株式会社はこんな会社です!



当社は1960年7月に国内初のフリーズドライ食品メーカーとして誕生しました。ライフスタイルと価値観の変化が速く、嗜好の多様化が進む現代において、積極的に新しいテーマの研究にチャレンジすることでお客様に満足いただける商品の開発と提供を通じ、人々の健康と豊かな食文化の向上に貢献しています。



<http://www.jiffy.co.jp>