

○ ファイターズ栗山監督がグループ従業員と初共演する日本ハム新企業CM

【大阪発】日本ハムはグループの新企業CMを来年1月から放映する。「日本ハムグループは、グループじゃない。チームだ。」(=写真)をキャッチフレーズに、札幌ドームを舞台に北海道日本ハムファイターズの栗山英樹監督と同社グループ従業員が出演し、グループの強い団結力と多岐に広がる事業領域を野球に模して表現している。



つのチームにまとめ上げ、グループの結束力＝一枚岩を連想させる内容。また

同社グループは、新中期経営計画パートIVの経営方針である「グループブランド価値の向上」に向けて、来年4月から新しいグループブランドに変更するが、新ブランドには、「新たなステージに向かってグループ一枚岩で挑戦する。」「お客様視点に立ち、人にやさしく、あたたかく、親しみやすい会社に進化する。」「国内と同様に、お客様に信頼され選ばれるグローバル企業になる。」という3つの決意を込められている。

従業員自らが「生命(いのち)の恵みを育む姿」、そして「品質に妥協しない姿勢」も映し出している。内容は「宣言」篇、「シャウエッセン」篇、「けんこう豚」篇、「あれもこれも」篇、「研究開発」篇、「資源の有効活用」篇、「総集」篇の合計7本(30秒6本、60秒1本)。

CMでは、栗山監督が様々な事業背景を持つ個性的な20人のプレーヤー(従業員)を1

△放映期間＝1月2日～3日(日本テレビ放送網「第90回東京箱根間往復大学駅伝競走」放映内) △地域＝全国(CM放映後2日から3日にかけて動画投稿サイトYouTubeで、4日以降日本ハムHP、北海道日本ハムファイターズHPで見ることができる)。

○ 在タイ大使館で天皇誕生日祝賀レセプション、「彩さい牛」が初展示

在タイ日本大使館が主催する天皇誕生日祝賀レセプションが19日、バンコク市内で開かれ、会場で埼玉県ブランド牛「彩さい牛」をはじめ「飛騨牛」など7県14品目が紹介された。同レセプションは、天皇誕生日を祝い、外交活動の機会として在外公館で各国要人やビジネス関係、著名人などを招待するもの。会場には1,200人が参加し、各県からもブースを設置し、県産品や観光のPRなどが行われた。



去勢牛で、農場管理獣医師協会(FMVA)認証牛。同ブランドを取扱い、タイへも「和牛侍」ブランドとして輸出しているミートコンパ

埼玉県は上田清司知事が今年の夏にも現地で県産品のトップセールスを行うほか、タイへ進出する県内企業同士のネットワーク「埼玉県タイネットワーク」を設立するなどタイとの結び付きが深まっていることもあり、県として初の出展となった。会場には「彩さい牛」30kgを持ち込み、すき焼きやしゃぶしゃぶなど200人分を提供。ニワットタムロン副首相兼商務大臣ら出席した現地VIPからもその美味しさを絶賛していた。岐阜県も米麴を中心に飛騨牛のサイコロステーキ、富有柿の試食を行っていた。

ニオン(東京・立川市)の植村光一郎常務取締役がブースを担当した。植村氏によると、タイにしゃぶしゃぶに似た料理方法はあるが、埼玉ブースではしゃぶしゃぶ専門店の本格日本式のポン酢とゴマダレで供したという。参加者のほとんどが来日の経験があるようで、本場のしゃぶしゃぶは絶賛を受けていたという。今回の出展を踏まえ、植村氏は「海外市場では日本産和牛も豪州産和牛交雑も英語では同じ『wagyu』という表記で混然と売り場が構成されている。このため、県単位で競合し合う前にオールジャパンでアピールした上で、各県の特徴や個性を出すべき」と指摘している。

今回持ち込んだ「彩さい牛」は29カ月齢の