

11 2008

変革挑戦 = 丸京製菓 =

「どらやきのまち米子」を実践

ローカル／グローバル戦略推進



鷺見浩生社長

丸京製菓(株) (本社・鳥取県米子市、鷺尾浩生社長)はこのほど、米子市が公募していた“東山運動公園の命名権(ネーミングライツ)”を取得、<どらドラパーク米子>(=どらやきドラマチックパーク米子)と名付け米子を“どらやきの街”として地元の活性化を支援、PRする取組みを開始した。11月5日、同公園で看板除幕式を実施、また日本記念日協会によって4月4日を“どらやきの日”とする認定も受けている。

この背景について鷺見社長はこう指摘する。「どらやき商品に進出し18年経過したが、単一工場生産量日本一に成長した。若者が街から減少するなかで、“住みやすい街づくり”に貢献できないかを模索してきて、当社が持っている

資源を活用。“どらやきの街”として推進することにした。他社とも連携していくが周知のとおり、どらやきは大福、団子と並ぶ“和菓子御三家”で中高年齢層だけでなく、中高生も消費対象として不変的大衆性の性格を持つからだ。

同社は中核の流通和菓子(どらやきの外、ロングセラー・味の銘作、近年開発・ふんわり焼など)及び和生菓子・丸京庵(売店をスーパーインストアを含め地元中心に7店、09/9月東京、2010年大阪に出店構想)と平行しており、系列に“餡製造専門会社”を有するまさに“餡和菓子”集約メーカーで中堅製菓規模へ躍進している。現在、中国食品問題台頭に対処、餡素材はハイコストになるが、07年から95%は国産システムに切り換え、安全安心重視体制で臨んでいる。ただ将来的にはこの体制が整備されれば、中国での半製品導入も視野に入れているという。

●和菓子を<文化から文明に>●

同社は原材料高騰へ06/3月にいち早く対応

し、価格改定に踏み切ったが、かなり売り場反動もあった。その間価格体系を変更しなかったが、大袋物は据え置き、“小袋物”に限定して来年度値上げの予定だ。「原材料高騰以外に和菓子は仕込みから生地ネカセなど完成時間が1週間と長い。それに、現在の小売市場は“味比べより単価比べ”になり易く、商品価値尺度をベースに選別しにくくなっている。コスト事情だけでなく、商品力自体を理解してもらいたい」(鷺見社長)。

もう1つ注視されているのが、積極的な海外市場開拓である。北米(ロスアンゼルス、サンフランシスコの西海岸、ニューヨーク)、カナダなど年間200コンテナ、さらに上海、広州、香港地域を主体とした中国圏で消費が上昇過程

をたどり、既に同社出荷高の20%を構成する水準にまで高まり、海外貿易部門の黒字経営も軌道に乗っている。

こうした海外市場での主消費層は在日日本人というより、例えば北米では韓国、中国人など広範にわたっており、日本発・和菓子文化が、制約対象とはいえ“ワールドワイド”に裾野を拡張する、いわば<和菓子の文明化>が進捗する兆候として期待される。述べてきたように丸京製菓が地場産業への強化視点と同時に世界視野で取組むローカル、グローバルの“両端”ともいべき経営ビジョン実践の独自性は今後とも着目され続けていく、<新時代への挑戦>に位置付けてよいと思われる。

