



直営店の豆徳本店

二つ目の理由は、豆菓子で世界的な賞を受賞したこと。モンドセレクションに加えて iTQi (国際優秀味覚

アル食品の代理店ビジネスで大失敗したこともあるが、チャレンジと失敗を重ね、現在に至っている。私が今回の講師を頼まれたのは、三つの理由があると思っている。一つは当社がユニークな商品をたくさん作っていること。豆菓子のレシピ数は七〇―八〇種類、以前の物を含めると二〇〇種類で、現在売っているのは五〇―六〇種類になる。「竹炭豆」や「梅干豆」「いわし豆」「黒胡麻とうふ豆」「五色豆」「さくら豆」「ゆでたまご豆」「金粉豆」など、変わり種の豆菓子が多い。自社生産している豆菓子屋ではおそらく日本最多

者だった私は開発した現会長に「黒い豆なんか売れない」と言っていた。ところが

チャレンジで会社を継続

の種類になるだろう。ヒット商品「竹炭豆」を開発したのは九年前。当時は炭ブームで、安眠のため枕の中へ炭を入れたり、炊飯器に炭を入れて炊いたらご飯がおいしくなるなどと話題になっていた。食品に炭を入れる商品は大変だったが、クリアして製法特許も取得した。しかし当時黒い食品はタブー視されており、営業の責任



ヒット商品「竹炭豆」

賞)という賞にも選ばれた。iTQiはソムリエなどの味覚のプロが選んでおり、豆菓子の受賞は初めてだそうだが三つ目は国際的な品質マネジメントや食品衛生管理手法の規格である ISO9001 と HACCP を同時取得したこと。これも豆菓子業界では珍しい。当社が現在まで続けているのは、伝統を守り続けているというよりも、チャレンジを続けてきた結果。豆菓子はドラム缶を大きくしたような機械の中を転がして、豆の周りに生地を巻いていく。われわ

れも転がりながらチャレンジを続けたいし、続かないと生き残れない。常に何が必要かを考えなければならぬ。かを考えると、常に新規参入したつもりで経営に取り組みたい。足元を見ると、豆菓子業界を取り巻く状況は非常に厳しい。業界団体に所属する豆菓子屋は、一〇年前は全国で一九〇社、現在は一五社に減っている。所属しているが製造をやめた会社もある。しかし私は歴史が古く、衰退している業界、業種は面白いと思う。過度な競争が生まれずぬるま湯状態にあるため、その中で頑張れば成長する余地がある。「世界最強の豆菓子屋を目指して」という今日のテーマは子どもっぽいですが、本気で世界最強を目指している。「世界最大」ではなく、「最強」を目指すのは、高い目標に挑むことが企業のレベルアップにつながるから。目標は高い方が解決・克服すべき課題があぶり出せる。挑戦することそのものも楽しい。私は何事もないと退屈で死にそうになる。クレームや生産が間に合わないなどのトラブルを含め



iTQiとモンドセレクションのメダル

て、何かあると逆にわくわくするタイプだ。豆菓子は海外、特にアジアではすぐ売れる。マレーシア・クアラ Lumpur のジャスコで一番売れている日本の食品は、八年連続で愛知のメーカーのわさび豆。外国には日本のように手間をかけた豆菓子が少ない。パッケージや内容量、値段、味をどう変えれば世界に通用するのが今後の課題になる。国内に目を向けると豆菓子メーカーが減り、各地に埋もれ、なくなる豆菓子が増えるのではないかと懸念している。廃業する業者があれば、当社で可能なものは製造や味を引き継ぎ、豆菓子の食文化を守りたい。

福山大学 第11回 備後経済論

Bingo kaizaiton

福山大学経済学部の後期授業「備後経済論」では、地元経営者一三人が講師を務め、一人一時限を担当。それぞれが企業の歩みや今後の展望、経営理念、若い世代に向けたメッセージなどを語っている。1月13日に行われた第一回の講師は豆菓子製造販売の徳永製菓(福山市胡町四―二)の八代目・上迫豊社長。「世界最強の豆菓子屋を目指して」と題して講義を行った。要旨は次の通り。



目指すは世界最強 豆菓子屋の挑戦

徳永製菓(株)
福山市胡町4-21
上迫豊 社長



当社の屋号は「豆徳」。創業は明治2年で、四二年の歴史がある。主に豆菓子を製造し、もう一つの部門で野菜や果物のチップスを作っている。野菜・果物チップスの品目数では日本一となっている。創業から一四二年は、企業としては長い。ある統計では創業一年後に存続できる企業は六〇%、一〇年後は五%、一〇〇年後は〇・〇三%となっている。

「竹炭豆」を開発

しかし問屋業は利益が薄いビジネス。先代の社長は野菜・果物チップスに挑戦するとともに、日本初の炭を使った食品「竹炭豆」を開発。当社のルーツである豆菓子への帰郷を図った。途中にはシリ

っっている。一四二年後なら、一万社のうち一社か二社しか残らないのではないかと。大正時代の、当社の初出荷の写真が残っている。大八車に乗せて中国地方を中心に豆菓子を出荷していた。その後備後地区を中心に「豆徳チェーン」という豆菓子専門店のネットワークも形成。あられやせんべい、甘納豆も製造し、かなり利益を上げていたように聞いている。ところがスーパーマーケットの業態が普及すると、豆徳チェーンの直売ネットワークがあだになった。直売店と競合するため、スーパーには卸すことができず流れに乗り遅れる。そこで当時の経営者はよそのメーカーから菓子を仕入れ、スーパーなどに卸す問屋業に力を入れた。