

甘い革新の100年

株式会社扇雀飴本舗は、100年にわたる菓子づくりの技術と未来を見据えた戦略を組み合わせ、日本の菓子ならではの品質とユニークネスを世界中の消費者へ届けようとしています。

●成長を促す伝統

100年にわたる歴史を持ちながら、常に自らを進化させ続けている日本の菓子メーカーは多くありません。1925年の創業以来、扇雀飴本舗は「伝統」と「革新」の両立によって評価を築いてきました。この姿勢は、創業100年を迎えた現在、次の100年へ進むうえでも同社の戦略の中心となっています。

同社のアイデンティティは、日本の文化的背景と深く結びついています。1952年、著名な歌舞伎役者・二代目中村扇雀氏とのご縁を通じて、「扇雀飴」の名を用いるようになり、そのつながりは現在も続いています。同社は歴史を単に変わらず守るべきものとしてではなく、継続的な刷新のための土台として捉えています。

「私たちの精神は、伝統を守りながら新しい挑戦を受け入れることです」と、米田英生社長は語ります。「そのバランスこそが、当社の歴史を通じて支えとなってきました。」

同じ考え方は、同社の経営にも反映されています。米田社長は、従来のトップダウン型の意思決定だけに頼るのではなく、組織全体の従業員の意見を大切にすると、より協働的な経営スタイルを推進してきました。合意形成には丁寧な議論が必要ですが、それによって社員の主体性が高まり、意思決定の質が向上し、革新が生まれやすい環境がつくられると考えています。

同社の企業文化の中心にあるのは、「和」の精神です。

「私たちのビジョンは、新しいアイデアを組み合わせ、人々をより健康に、より幸せにすることです」と米田社長は述べています。「和の精神は常に当社の中心にありました。これからも新しい挑戦を続けながら、パートナーの皆様とともに成長していきたいと考えています。」

「私たちの精神は、伝統を守りながら新しい挑戦を受け入れることです。そのバランスこそが、当社の歴史を通じて支えとなってきました。」

HIDEO YONEDA

HIDEO YONEDA
PRESIDENT OF
SENJAKUAME
HONPO CO., LTD.



●グローバルパートナーシップの構築

現在、海外展開は扇雀飴本舗にとって主要な重点分野の一つとなっています。創業100周年を迎えた後、同社は代表商



品である「はちみつ100%のキャンデー」を米国市場に紹介する取り組みを開始しました。英語表記のパッケージや、海外の嗜好に合わせたゆず味・しょうが味の

「私たちは、日本の菓子が持つ品質とユニークネスを世界中の消費者へ届けるため、有意義なパートナーシップを築いていきたいと考えています。」

HIDEO YONEDA

商品展開もその一環です。

同社の目指すものは、単なる菓子の輸出にとどまりません。扇雀飴本舗は、日本の商品が持つ品質とユニークネスを世界に示すとともに、同社の商品を世界中の消費者へ届けることができる卸売業者、小売業者、流通パートナーとの持続的な関係構築を目指しています。

「私たちは、次の100年も革新的でユニークな商品開発にチャレンジして参ります。最終的に当社の商品を消費者へ届けるため、持続可能な卸売・小売ネットワークの構築を支援してくださるパートナーを求めています」と米田社長は語ります。

この長期的な姿勢は、国内での関係づくりにも表れています。扇雀飴本舗は、高知県の農家と密接に連携し、地元の柑橘を使用するとともに、農機具の寄付、販促活動、地域農業の認知向上につながる共同商品展開などを通じて、地域社会を支援しています。

長年にわたる国際ビジネスの経験を踏まえ、米田社長は、日本企業は信頼性、一貫性、そして長期的なパートナーシップの姿勢によって、世界で評価されていると考えています。こうした原則は、扇雀飴本舗が海外展開を進める現在も同社の指針となっており、日本の菓子の品質とユニークネスを新たな市場へ届けるとともに、顧客やビジネスパートナーに長期的な価値を提供する企業としての位置づけを強めています。

SENJAKU
CANDY LAND