

# 和菓子屋 地域の発信拠点に

県立広島大  
江戸克栄教授



えど・かつえ 1968年、東京都武蔵野市出身。慶応大大学院商学研究科博士課程単位取得退学。修士(商学)。文化女子大(現文化学園大)専任講師、准教授を経て、2016年から県立広島大大学院経営管理研究科教授。18年から同研究科ビジネス・リーダーシップ専攻長。マーケティングやブランド戦略立案のための市場調査といった企業経営視点だけではなく、18年の西日本豪雨以降、マーケティングや消費者行動研究の知見を防災・減災分野に取り込むための「防災マーケティング」を提唱している。

社会や経済においてSDGs(持続可能な開発目標)に対する認知や理解が進むにつれて、企業はこれの流れに適応していくことに取り組んでいる。

前回(5月3日)も触れた「サステナブル・ブランド国際会議2022(横浜)」で報告されたデータによると、SDGsの「内容を知っている」「内容を知る程度知っている」を合計した割合は6割以上上っており、SDGsという言葉をまだ知っていないだけではないことが分かる。

しかし、SDGsやその活動は環境破壊、生物多様性の確保、地球温暖化など自然環境やエコロジーに関するものであるというイメージが強い。SDGsは17項目に対する目標を設定しており、平和、貧困、教育、福祉、防災、雇用などの社会的分野も多く含まれている。



和菓子作り教室

る。中小企業にとって社会的課題の方が取り組みやすい

いことも多い。

今回は、中小企業が多い広島県経済において、SDGsに取り組みている企業を紹介し、県内経済の活性化のための示唆を得ることを目的とした。取り上げるのは、伝統や歴史、教育、働き方のダイバーシティ(多様性)などの社会的分野に取り組みしている福山市の株式会社虎屋本舗である。

□□□

虎屋本舗は、主力商品である「虎焼餅」や「虎焼」などの和菓子を中心に製造、販売している。2020年に創業400年を迎える。

国内でも数少ない歴史的企業である。

1620(元和6)年、福山に菓子匠高田屋として創業したが、1750(寛延3)年には、8代当主高田助四郎が虎焼餅のどら焼き(現在の「虎焼」)を考案して大ヒット。その際に屋号を高田屋から虎屋に変えて菓子匠専業となった。戦後、洋菓子の製造にも着手し、現在では老舗和菓子屋としての伝統を守りつつ、時代に合った新たな商品を生産・送り出している。

虎屋本舗では長年、事業活動における社会貢献を重視し、CSR(企業の社会的責任)を推進してきた。

現在、その取り組みはSDGs活動へと昇華し、企業の存在意義とその価値を高めている。

虎屋本舗のSDGs活動の一つ「せとうち和菓子キヤラバン(外務省2019ジャパンSDGsアワード受賞)」では、職人が特別支援学校などで菓子作り教室を開催したり、難病の白石島(笠岡市)の中学校で地元の特産品を使ったお菓子を生徒や住民と一緒に開発したりしている。

□□□

イーにも取り組んでいる。同社の定年は70歳に引き上げられた。働く意欲の高い高齢者世代に対して働きやすい環境をつくり、熟練職人たちが持っている和菓子の伝統的技術を活用することが狙いである。若い世代の現代的な感性とコラボレーションすることで、新商品開発を行い、企業競争の源泉としている。ヒット商品の「たご焼」にしか見えないシュークリームは、このような取り組みから生まれた。

企業の経済的利益と社会的利益は、同時に成立させることはたやすくはないが、虎屋本舗の取り組みはSDGsの中心的命題である経済的利益と社会的利益の同時追求を可能にすることを示した事例として評価される。



地域活動拠点としてリニューアルオープンする神辺店のイメージイラスト

新たなSDGsの挑戦として、和菓子屋を地域文化の発信拠点とするべく、福山市北部の神辺店を6月17日にリニューアルオープンさせる。和菓子販売だけでなく、地域産業や文化の体験プログラム(こみ糖製、醸造、和菓子、茶道、華道、料理教室など)を親子で体験できるキッチンを併設し、地域型教育を定着させようとしている。

虎屋本舗の基本的考え方には「世界中の子とも連帯と一緒にミライへ。平和と文化」という地域の絆を繋いでいくがある。虎屋本舗のこれからのチャレンジに注目したい。