

専務理事訪問記・・ 第一回 「榮太樓總本舗」

訪問日 2013.4.5

専務理事の岡部です。会員さんとのコミュニケーションを深めるために、私が会員さんをお尋ねして、ご商売に関わる楽しいお話を伺うことに致しました。

第一回は東京の日本橋のたもとにある老舗「榮太樓總本舗」さんです。老舗ながら新商品・新企画に果敢にチャレンジされている同社。

とりわけ、最近では、2007年から三越伊勢丹（当時は伊勢丹）の店舗で限定販売され、現在もおホワイトデーのプレゼント商品として話題になり、好調な売れ行きを見せている新ブランド「あめや えいたろう」は、飴のイメージを180度変えて見せた。

そこで、その開発経緯について、同社の新規事業開発部大場美貴次長に話を伺いました。

まず、榮太樓總本舗を簡単にご紹介すると、同社の創業は安政4年、西暦1857年。以来、代々のご当主が秘伝の味を継承し、現在の細田社長は第8代目である。同社は江戸菓子の製造・販売でつとに有名だが、私などは、やはり榮太樓飴を思い出す。この飴は、そもそも南蛮渡来の細工菓子、アルフェニン（有平糖、あるへいとう）をベースに初代当主が、その味に工夫を凝らし創製したロングセラーである。

以下は、大場次長へのインタビューである。（敬称略）

スタートは伊勢丹新宿店のリニューアル

《岡部》「あめや えいたろう」は、年々商品ラインナップが増え、御社の商品としても注目されていますが、きっかけは何であったのですか」

《大場》

「2007年の伊勢丹新宿店さんのリニューアルに合わせて、限定商品として生まれました。板あめ（羽一衣）が第一号です。お陰さまで、ホワイトデーのプレゼントで人気が出て、予想以上の売り上げを記録しました。2年目のチャレンジは、棒あめ（虹の向こう）です。とにかく毎年新製品を考えるので、いつも頭の中でコンセプトを考えています」



板あめ

《岡部》「伝統的なあめの概念を、お客さんから、思わず「かわいい」と言わせるように変化させた新企画は見事ですが、スイートリップは、今までの企画をかなり超えていますね」

江戸時代の風習をヒントに

《大場》

「次の企画を考えている時、ドラッグストアで**グロス（口紅の上塗り液）**を見た時にひらめいたのです。加えて、当社の細田安兵衛相談役から、江戸時代には芸妓さんが唇にあめを塗って艶を出したと言う話を聞いていたのも大いに参考になりました。2009年のホワイトデーをターゲットに開発しました」

《岡部》「御社は、あめを製造し、販売するという強みがありますね」

《大場》

「三越伊勢丹さんと当社、そしてクリエイティブディレクターのコラボレーションの成果です。このような新企画が出来ると言うのは、あめを自社で作ри、専門の店舗があり、進物に使われると言ういくつかの条件が奏功していますね。意外に和菓子屋としてのノウハウも生きていると思います」



スイートグロス

《岡部》「ありがとうございました。次の新企画が楽しみです」

《大場》

「ブランドを維持する努力、そして話題性の発信力。立ち止まることなく動きつづけることが大事だと思います。それに加えて商品のストーリー性ですね」

以上（文責 岡部）