

# 「和三盆糖」のブランド力を活かしたおいしい干菓子作り — 高級砂糖が作り出す究極の味 —

大阪府立産業開発研究所 主任研究員 工藤松太嘉

企業名：ばいこう堂株式会社  
事業内容：さぬき和三盆糖、干菓子、しるこ・くず湯・  
羊羹の卸小売  
従業者数：103人  
住 所：大阪市西区新町3丁目4番3号  
U R L：http://www.baikodo.com/



## 1. はじめに

皆さんは、和菓子等に使われる「和三盆糖」という高級砂糖を食べたことがあるでしょうか？  
筆者は恥ずかしながら、一度も食べたことがありませんでした。

口とけが良く、上品で独特な風味をもつおいしさ一昔から日本の味として愛されてきた砂糖でありながら、多くの日本人が知らない砂糖。この不思議な砂糖のおいしさを教えてくれたのが、今回紹介するばいこう堂株式会社（以下、同社）の干菓子です。

## 2. 和三盆糖（和三盆糖）とは

「和三盆糖」とは、広辞苑によれば「結晶の細かい上質の砂糖をいい、白下糖を圧搾し、繰り返して揉んで白くし、乾燥させてふるったもの」です。主に和菓子の材料として用いられ、香川県や徳島県の名産とされています。

同社では、香川県産のみを扱い、「さぬき和三盆糖」（以下、和三盆糖）としてブランド化を図っています。香川県内のサトウキビ農家と契約し、同社の工場で和三盆糖に製造加工し、さぬき和三盆糖、干菓子、しるこ・くず湯・羊羹として全国の和菓子店や百貨店、食品会社等に販売するとともに、自社でもインターネットや直営店で小売販売も行っています。

## 3. 一般消費者の干菓子に対するイメージ

しかし、同社によると一般の消費者の干菓子に対する評価は、あまり高いものではありません。落雁類等の干菓子では、多くの消費者がうるち米の風味を生かした軟落雁の印象が強く、「食べにくい」、「口とけが悪い」、「香りが悪い」といった評価が大半でした。

一方では、干菓子は「食べるもの」ではなく、法事などの「お供えもの」と考える習慣もあり、多くの人が和三盆糖でつくった干菓子を口にしたことや、そのおいしさを知らないということもわかりました。

また、干菓子を買いたい客層は50代以上の高齢者が多く、ファミリー層などの若い世代には全く浸透していませんでした。

## 4. 和三盆糖の供給面の課題

加えて、サトウキビは農作物であるため、台風などの天候に左右されるほか、香川県特産のサトウキビ品種の栽培を行う契約農家や農地を確保することが難しくなっています。現在、同社では80

軒程度の農家と契約していますが、農家の高齢化等により、需要が大きく拡大したからといって、急激に生産量を拡大することができないため、需要と供給のバランスを保つことが経営上の大きな課題となっていました。

## 5. 転機

こうしたいくつかの課題を解決するため、同社では、平成18年7月に金融機関の勧めもあって、中小企業新事業活動促進法に基づく経営革新計画を申請することになりました。

まず、最初に着目したのが「圧搾機の改良」です。和三宝糖の生産工程は、まずサトウキビを毎年11月以降に刈り取り、これを圧搾機で絞った後、釜で煮詰めて、白下糖を作ります。このため、圧搾機のさく仕率を高めることで、生産量の増加と生産効率の向上が見込まれます。生産量が限られているサトウキビのため、こうした取組は供給面の課題を解決する糸口となり、現在80%までさく仕率を高めることができました。

## 6. デザインへの取組

次に着目したのが「干菓子のデザイン」です。これまでの和菓子が得意とする四季のデザインだけでなく、クリスマスやバレンタイン、ハロウィンといったイベントにも対応できる洋風な干菓子づくりへのチャレンジを行いました。これにより、販売面の課題であったファミリー層等の若い世代への浸透を図ったのです。

干菓子は割れてしまえば商品価値がなくなってしまうため、社内にデザインを行う企画部門を設置するとともに、京都等の木型職人と共同してデザインの見直しを行い、これまでになかった干

菓子を顧客に提供することができるようになりました。今年のハロウィンでは、完売する程の人気となっています。また、直営店がある本社近郊の子供たちが、自分のおこづかいを貯めて干菓子を買っていく等のうれしいエピソードも生まれています。

## 7. 和三宝糖のおいしさの追求

こうしたうれしいエピソードが生まれたのは「デザイン」の改良だけでなく、和三宝糖のもつ本来のおいしさが一般消費者に受け入れられたためです。うるち米の干菓子と違い、和三宝糖の干菓子は、「口とけが良い」、「いい香りがする」、「上品なおいしさ」と多くの消費者に評判がよく、ほとんどの顧客が固定客・リピーターとなっており、インターネットと直営店の小売販売額は年々拡大しています。

加えて、「和三宝糖」そのものがテレビ番組等により注目を集めるようになり、食品メーカーや製茶メーカー、飲料メーカー、雑貨店等の新たな販路の拡大が進んでおり、卸売部門の事業拡大にも寄与しています。

## 8. 最後に — 知る人ぞ知るおいしさ

嗜好品というのは、食べる人によって感じ方が異なるものです。しかし、同社がつくる「和三宝糖」は、漫画「美味しんぼ」にも紹介される「知る人ぞ知る」商品でした。

こうした実力をもつ商品が、生産能力やデザイン力の向上といった企業努力によって、様々な課題を克服して、時代に対応した魅力ある商品として、新たな顧客を開拓していることは素晴らしいことだと思います。

また、大阪府が取り組んでいる「地域資源活用」、「農商工連携」といった視点からも大変魅力的な企業事例であると思い、紹介させていただきました。

最後になりましたが、今回の事例紹介にあたり、ご多忙のところ、快く取材に応じていただきました、ばいこう堂株式会社代表取締役社長黒川昌彦氏に紙面を借りて御礼申し上げます。

