

百年続く和菓子の切り札～切腹最中～ ㈱新正堂 営業統括部長 山田 盛一様

本日はお招きいただきましてありがとうございます。
新橋の和菓子屋「新正堂」(しんしょうどう)の営業統括部長をやっております。相倉さんとは、22歳で大学出て新卒で入ったベンチャー企業の同期になります。

簡単に自己紹介ですが、出身は千葉県船橋市で、習志野高校卒業、大学は東洋大学の夜間学部を出ております。昼間は、ホテルでウィエターとか、4年生のときに印刷会社でインターンとして経理補助の仕事をし、卒業後は相倉さんと一緒にベンチャー企業で働くというところで仕事を始めました。以降セブンイレブンジャパンや、小さい鉄鋼化工業の営業を経て、28歳くらいのときに外資系の保険会社に3年半勤めました。成績は優秀な方で毎年ハワイで表彰され順風満帆みたいなときに、今の切腹最中の会長、義理の父親から手伝ってほしいと言われました。保険の仕事は夕方～夜が多いので、午前中なんとなんか手伝っていたら「営業統括部長 山田盛一」という名刺が出来、気付いたら入社していました。

営業は、配達(東京駅、空港、歌舞伎座等)で朝8時からに納品、そのあと戻って工場で「切腹最中」や「どら焼き」を作り、夕方取引先とお話したり資料を送ったりするような生活を送っております。子供は3人(8歳、6歳、2歳)おります。

切腹最中をご存じの方は多いと思いますが、新正堂は1912年(大正元年)創業で、代表取締役が4代目、義理の弟(38歳)が、去年の11月に跡を継いでおります。従業員が全部で19人、小学生以下の子供が14人いる、代表が若く子供の多い企業になります。主力商品としては、基本的には自社製造ですが「最中」「どら焼き」「豆大福」になります。創業111年ですが、大正元年に創業以降、3回移転しております。1回目は関東大震災、2回目は第2次世界大戦、3回目は環状2号線の道路ができるにあたり移転しまして、3回ともすべて新橋のなかで移転しております。

2018年の11月に店の裏手側に新工場ビルを作り、店と工場を行き来できるよう、切腹最中を1日1万個作れるラインを新設しました。販売方法の柱となるのが「新橋の店舗」「取引先」「自社運営のネットショッピング」です。取引先としては、百貨店、空港関係、鉄道関係、高級スーパーもお話がくれば御引き合いいただいております。

1701年に起きた忠臣蔵の起源となる屋敷跡(新橋田村町、田村右京太夫屋敷跡地)に店を構えておりました。赤穂藩士の浅野内匠頭が江戸城本丸、松の廊下で刃傷を起こし田村町にお預けとなり即日切腹、ということで、その屋敷跡でうちが商売をさせていただいているので、忠臣蔵にちなんだ切腹最中というのを作るのが由来です。謝罪のためではなく、今の会長が忠臣蔵を後世につなげるために、**忠臣蔵にちなんだお菓子**をと考え、切腹最中を作りました。

日持ちをするものが喜ばれるため、店で1日200個ほど売れる豆大福がありますが、当日朝についた餅を使い当日中しか売れないというのがお客様にはネックに

なっていたので少し日持ちができるものを、また**美味しくない**といけないため、北海道の小豆を使ったり、最中の皮は「たねや」という専門業者から必ず仕入れて最中を作るのですが、たねやさんもきちんと厳選したところをお取引させていただき、中に入っている餅や製餡とかもきちんとこだわりぬいて作っております。**インパクトが欲しい**ため、最中は蓋が合わさっているようなものが基本ですが、うちはお腹が開いたような形、切腹を模した形で売り出したのが切腹最中になります。

忠臣蔵における切腹は「謝罪」ではなく、仇討ち、本懐を成し得るの「大願成就」という意味合いで切腹最中を売り出したのですが、現在「腹を切る」お詫びの形として切腹最中というのを謝罪の際に使っていただく代名詞になりました。フリーペーパーや、東京メトロのメトロガイド・メトロ100選で1位になり

「謝罪のときには切腹最中」というのが広がり、20年位前からちょっとずつ大きくなり、お菓子が勝手に自分で変化し、知らぬ間に「謝罪のお菓子」という使われ方になっていたのが切腹最中です。

私が入社したのが2018年10月、新工場設立2018年12月です。そのあとに何が起きるのでしょうか。2019年12月にコロナウイルスが出て来まして、2020年4月に取引先、百貨店、空港などほぼすべて止まって5月に従業員の安全優先とお客様激減により1か月半店舗を閉めます。作っても売れないし新橋にも人が歩いていないみたいな感じでした。コロナが落ち着いてきた頃2022年2月に戦争がはじまったり、賃上げで、原材料、包材、資材、水道光熱費、ガソリン代等ほぼすべて価格が上がりが続け、人件費や雇用保険料も上がり続ける状況になっております。ビルを建てた、機械を買ったはいいけど、支払いが始まったばかりでどうしようかと考えました。

車で配達中ラジオから「**ある意味また淘汰される時間が急速に加速しますね**」と聞こえてきました。「時代とともに淘汰される」ちょっと引かかる言葉だなと思いつながら何となく聞いてました。昭和から令和にかけて、昭和の頃には多かったもの(そろばん塾、時代劇、黒電話、通話料、着物、背広、灯油、豆腐、魚、八百屋)、今結構流行っているもの(学習塾、アニメ、携帯電話・LINE、ファストファッション、太陽光パネル、ラーメン屋、寿司屋、シャインマスカット・マンゴー)、比較すると無くなっていくものもあれば、進化しているものもあり、30年とか40年というスパンで見たとときにすごく多いのかな、と思い「時代に淘汰される時間が急速に加速しますね」という言葉を感じました。

では「和菓子」ではどうでしょうか。特徴としては

- 年齢層高め
- 見栄えがもろもろ現代風ではない
- 世襲制度で参入者も洋菓子に比べると少ない
- 単価も低めで規模が大きくしづらい

安くておいしくて日持ちもぼつちりな、ヤマザキみたいなところもありますので、和菓子というのが大丈夫かな、と何となく不安でした。

そこは削って売るしかない、と考えました。
コスト削減で、電話・パソコンのリース契約取りやめ、社長の車も半強制的に売却、段ボールも安価のものや材料とか仕入れで入ってきた段ボールを流用したり、電気節約、役員報酬といったところを見直しました。日持ちだったり、パッケージだったり、納入する取引先に対する掛け率や、外出できない状況で人が動いているところはどこか、GoTo トラベルがはじまったら何処で売れるかとか、色々ずっと考え、目まぐるしく変わり続ける中、とにかく削れるところは削り、売り先ですとか、自分たちが変わる、自分たちが変えるという努力をしてまいりました。

店舗、取引先、ネットショッピングの今ある柱の中でできることを考えると「取引先」になります。

メリットとしては、

- ・ブランド力（三越・高島屋・ANA・歌舞伎座）
- ・作る数の数量が見込める
- ・納品をするだけで人員確保の必要がない

デメリットとしては、

- ・コスト、配送料
- ・掛け率で、店で売るよりも利益率が低い
- ・お客様の顔が見えない
- ・短納期、小ロットが多い

数千万単位の売上があった取引先が、コロナを機に連絡もなく飛んでしまったということがありました。お客様の動向や今後を考え、新しい取り組みを考えました。

弊社の変化としましては、

- ・若い人にも見やすいパッケージに変える
- ・日持ち(10日→14日)
- ・HPに販売店情報掲載
- ・催事
- ・発送ロット数の上限を変更
- ・販売手法提案

新規お取引様の変化として

- ・同一の掛け率
- ・下限設定(金額、数量)
- ・小ロットの引き取りをお願い



商品自体のテコ入れとして、お客様が何を求めているのか、仮説として「菓子に意味を持たせる」「美味しい・美しい」「面白い」「SNSに映える」ものを作らなくてはいけないと考えました。そうしたときに、切腹最中は1万個作れるんだったということに思い立ちました。切腹最中は「定番もの」「さくら」「栗」だけだったのを、お菓子に意味を持たせるというので、鉢巻に「感謝」「寿」「御祝」、もっと高いものはないのかと言われて金箔を貼ってみたところ、結構売れちゃったりしました。レモンや、抹茶(まだ未販売)の切腹最中を作ったりして、若い人、あんこが苦手な人、切腹ちょっと飽きちゃったよ、という人にも食べてもらえるようなものを考えました。店を出てる切腹最中のパフェも外国の方が今すぐ買ってくれていて、そういったもので非常に増えてきております。

販売方法の柱として、

「店舗」はちょっとずつ増えてきてます。

「取引先」は、

コロナ前のお客様は4割くらい、
コロナ以後のお客様は大体6割くらい、
売上の数量も金額でも占めております。



「インターネットショッピング」に関しては、在宅需要とかで実はコロナの中で数字は1.5倍くらい増えております。うちの特徴としては「和菓子」で検索しないで「切腹」で検索されるため、競合他社がないのでありがたく数字が伸びている、というところなんです。また、柱3本と申しましたが、4本目を立ち上げておりまして、企業様向けに「使える和菓子屋」になろうと考え、企業様の帯の切腹最中を作ったり販売をしております。企業様でも結構突発的な謝罪だったりですとか、社内斡旋や、株主さんとかに出すこととかもありますので、そういったものに営業かけております。

最後に「切り札として何か」というと、

- ・忠臣蔵→謝罪→東京土産のように自分で変化してきたものを、それをさらに伸ばす
- ・自社製造なので、1個からでも試して作れる
- ・新設備で量産も可能
- ・味の自信と知名度を生かし、ご用向きやターゲットに合わせて変化
- ・ネット検索時「和菓子」「手土産」ではなくて「切腹」ほかの競合他社が出てこない

大正からやっているお菓子ですが、令和に通用する意味のある菓子屋でありたいと、私は思っております。小さな注文からでもお待ちしておりますので、ご用命お待ちしております。ありがとうございました。