

台湾進出50周年を迎え、 拠点機能の強化を進める森永製菓

「幸福入口・感動恒久(幸せの味わい、ずっと続く感動) (台湾森永製菓50周年記念スローガンより)。会社創設日にあたる6月9日に行われた記念セレモニーは、森永剛太会長のほか、王金平・立法院院長や今井正・財団法人交流協会代表、児童福祉基金の代表者らが臨席するなど、同社と台湾との深い係わりを象徴するイベントとなった。台湾ではミルクキャラメルやハイチュウなど日本でもおなじみのラインナップを展開するほか、今秋には女性開発チームが手がけた台湾オリジナルの機能性キャンディも発売する。昨年は過去最高売上を記録。輸出拠点としての役割も高まっている。今回は台湾森永製菓に品川一夫総経理を訪ね、台湾事業の歩みや「次の50年」に向けた抱負についてお話を伺った。



台湾森永製菓(股)総経理 品川一夫氏

台湾との関わりについて

森永グループの台湾事業の歴史は戦前まで遡ります。1925年(大正14年)に台北に販売所を置いたのが最初で、39年(昭和14年)に同じく台北にキャンデーストア(森永製品の販売のほか、喫茶や軽食を提供)を開設、41年(昭和16年)には台南に工場を建てています。このほか、屏東にはチョコレートやココア用のカカオ豆の栽培所(熱帯植物研究所)もございました。

戦後は日本から台湾へのドライミルクの輸出という形で関係が再開いたしました。この事業を通じて、台湾代理店(勝豊行)オーナーである潘水生氏(台湾森永・初代董事長)と森永製菓社長(当時)の森永(太平氏)との間に信頼関係が生まれ、1961年に日台合併の台湾製菓(1980年に台湾森永製菓に社名変更)が設立されました。キャラメルの生産販売を始めたのは翌62年です。

当時の台湾にはキャラメルのマーケットはなく、ゼロからの販路開拓となりました。半世紀に渡る歴史を通じて、本社所管の量販店チャンネル、全国30の代理店チャンネルとも、密なネットワークを築いており、現在までシェアは競合メーカーの追従を許していません。

台湾では、若い人たちによくハイチュウを食べていたいたり、タクシートの運転手さんに「(キャラメルを)よく食べていたよ」とおっしゃっていたり、世代

を超えた森永ブランドの浸透ぶりを感じます。今年50周年の記念に21年ぶりにキャラメルのテレビコマーシャルを展開したのですが、これは「三代同糖(三世代が同じキャラメル)」というキャッチコピーを用いて、親・子・孫3人のキャラメルを巡る物語を描いています。

長年に渡る台湾の皆様のご支持に対して感謝の気持ちをお伝えし、また、「世界の子供たちに貢献できる企業となる」という森永グループ全体の願いを行動につなげるため、当社では50周年記念事業の一環として2011年のキャラメルグループ年間売上の5%を児童福祉基金(児童福利聯盟文教基金会)を通じて援助を必要とする台湾の子供たちへ寄付することを決め、既に活動をスタートさせています。

台湾事業の現況について

従業員は200名。私と工場長を除き、全て台湾人です。台北本社のほか、台中と高雄に営業所があります。このほか、輸出の拡大に対応するため、台湾人スタッフを2名、中国に駐在させています。

現在台湾で生産・販売している製品は大きく分けて、キャラメル、ハイチュウ、ウィダーインゼリー、ドロップ、キャラクター商品「ポケットモンスター」チョコボールなど、50周年記念商品のビスケットがあります。このほか、

日本企業から見た台湾

DARSやチョコフレックなどのチョコレート商品は日本から輸入しています。昨年は米国や中国向けの輸出の好調にも支えられ、過去最高売上げ(約8億元)を達成いたしました。セグメント別の売上構成はハイチュウが25%、輸出25%、キャラメル15%などとなっています。

当社は森永製菓グループの一員であります。設備投資計画等、台湾事業に係る意思決定の多くやマーケティング・商品開発(ハイチュウやキャラメルのフレーバー開発など)は台湾で行っています。ライチ味やトマト飴味など、台湾限定フレーバーのハイチュウは、台湾の皆様だけではなく、日本の方がお土産に購入されるケースもあるんですよ。

台湾独自開発の製品について

当社はこれまで、日本から技術支援を受けて日本の人気商品を台湾に導入する方法を採ってまいりましたが、今年、新しい取り組みとして、コンセプト段階から台湾で開発したオリジナル製品を市場投入いたします。

ノンシュガー、低カロリーの機能性キャンディ「Blinggo」(はちみつレモン、ピーチローズ、ブルーベリーの3種類)で、9月末から店頭販売いたします。働く女性をターゲットに据え、2010年5月に若手の女性社員12人のプロジェクトチームを組織して開発を進めてまいりました。チームの発足当初、彼女たちには「自分たちが食べたいと思うものを作って」と伝えました。試作品段階ですが、美味しく召し上がっていただき、かつ、健康的でリラックスしていただけるキャンディに仕上がっております。

また、本製品のために飴の表面に「ツルツル感」を出せる新たな設備を導入しましたので、今後色々なキャンディ作りに挑戦していきたいですね。

食の安全への取り組みについて

台湾の食品市場は年々健康志向が強まっており、また、「食の安全」に対して大変センシティブです。食品メーカーとしては当然ですが、当社ではISOやHACCPといった外部認証を受けたり、内部監査を重視したりと、品質管理は徹底しています。連日新聞を賑わせている可塑剤の問題(一部台湾メーカー製のスポーツドリンクやジャ

ム製品の添加剤から人体に有害な可塑剤成分DEHPが検出された事件)では、当社も全製品の検査を行いました。問題成分は検出されておりません。今回のケースのように、添加剤の原料メーカーが故意に違法行為を行った場合でも、消費者の皆様は直接つながる食品メーカーへと向けられます。改めて、安全管理の重要性を感じおります。

事業展望について

森永製菓グループでは「早期に海外売上200億円、海外売上比率10%」という目標を設定しています。これを達成するためには、米国や中国などの主要市場だけではなく、アセアンやオセアニアといった新しい市場の強化が必要となります。これらの市場では、地理的、コスト的に日本よりも台湾の方が競争力を出せるため、輸出拠点としての台湾の役割は益々重要になっていくでしょう。当社の昨年の内販:輸出の比率は75:25でしたが、2013年までに海外販売比率を35%まで高める計画です。そして、この年には売上げ10億円を目指してまいります。

半世紀に渡り、台湾で事業成長を続けてこられたのは、社内外の関係者の皆様のご尽力と、だからこそ得られた台湾の皆様のご支持があったからです。次の50年も「おいしく、たのしく、すこやかに」という基本理念に忠実にありながら、「価値と感動ある商品」作りを続け、皆様とともに成長してまいりたいと思います。

ありがとうございました

台湾森永製菓股份有限公司の基本データ

会社名	台湾森永製菓股份有限公司
設立	1961年
董事長	潘明哲
資本金	3億5,400万元
社員数	200名(内日本人2名)
事業内容	菓子類、ゼリー飲料の製造・販売

注)2011年6月時点のデータによる。
出所)公開資料及びヒアリングよりNRI整理