

菓子製造販売の岩本製菓（本社稲沢市日下部北町4の5）は4月1日付で新社長に森勇樹氏（43）が就任した。約30年ぶりのトップ交代。同社は焼き菓子「タマゴボーロ」「おさかなボーロ」などの主力商品のほか、さまざまな企業とのコラボレーションによるOEM（相手先ブランドによる生産）も手掛け、取引先は海外にも広がる。「海外市場の開拓を強化したい」と話す森社長に経営方針などを聞いた。（聞き手・吉川英司）

トップ登板

「ボーロ」高付加価値化

「長年にわたりボーロを手掛けてきた。ボーロは安土桃山時代にポルトガルから伝わった」

岩本製菓社長

（もり・ゆうき）

森 勇樹氏



「ボーロは長期保存が利くので、十分に輸出に対応できる」と話す森社長

<プロフィール>05年早大大学院修了後、味の素入社。11年岩本製菓に入社、専務に就任。24年4月社長。稲沢市出身。

南蛮菓子で、カステイラ地方のお菓子という意味の『カステイラ・ボーロ』が語源。それが日本でやわらかいカステラと、硬いボーロに分かれたとされている。昔は材料にカステラと同じ小麦粉と卵を使い、現在のボーロより硬かった

OEMや輸出を強化

が、今ではジャガイモのでんぷんを使うのが一般的になり、口どけのいい菓子となっている」

「2021年に有機JAS認証を取得した。粒状だけでなく、要望次第でさまざまな形のボーロを作れるのも、当社の強みだ」

「タマゴボーロは子どものおやつという印象が強い。少子高齢化の影響は、国内の子どもの需要は減が避けられない。そのため、高齢者向けなどを意識した高付加価値商品の開発や、輸出用を強化している。例えば、健康食品メーカー向けのOEM商品として『青汁マルチビタミンボーロ』を開発し、調剤薬局で販売されている」

「自社商品でも『鮎ボーロ』を今年3月、『カル鉄おさかなボーロ』にリニューアル」

「アルした。材料にカルシウムと鉄分を加え、高齢者向けに栄養分を強化した」
「売上高に占めるOEMの割合は。」

「自社商品60〜70%、OEM30〜40%でバランスを取りたい。OEMはさまざまな販路を開拓できる。牧場や養鶏場などから、直営店用の商品開発を求められることもある。最少2000錠から受注生産に対応している」
「輸出の状況は。」
「売上高の約15%に達している。輸出先は韓国、中国、台湾のほか、東南アジア、欧州、北米、ブラジルなどに広がっている。ボーロは長期保存が利く。アルミ蒸着包装なら1年間の賞味期限を確保できるの

で、十分に輸出に対応できる」