幸せまいて

豆菓子製造・販売「池田食品」 池田―靖子副社長

文化支える

北海道を引っ張る経営者たちに話を聞く「青山千景がリーダー直撃」21世紀のフロンティア

1年1カ月ぶりリスタート

北海道を引っ張る経営者たちに話を聞く「青山千景がリーダー直撃」21世紀のフロンティア」が1年1カ月ぶりにリスタート（月1回連載予定）。再開第1弾を飾るのは豆菓子を製造・販売する池田食品の池田靖子副社長（36）だ。3日後に迫った節分で大忙しの中、創業70年を迎えた社の過去、今、未来を語ってくれた。

赤鬼、青鬼に扮して商品を手にする池田副社長（左）と青山

3日後 節分

「大きな声を出すのが恥ずかしいなら、せめて食べてほしい」

「形が変わっても構わないので、節目を迎える大切な日を伝承していきたい」

内にも外にも福を呼ぶ 豆の力

▽池田食品　本社・札幌市白石区中央1条3の32。1948年創業。創作豆や豆菓子のほか、かりんとう、タマゴボーロなど約300のレシピがあり、そのうち50種類が季節に応じて店頭に並ぶ。売れ筋人気ランキング1位は焼カシュー、2位・わさびカシュー、3位・定山坊豆（じょうざんぼうまめ）。

▽節分豆市　本社にある工場直売店で製品を購入すると豆まき用の豆と鬼面をプレゼントされ、敷地内会場で豆まき体験ができる。イベントは既に今月27日から始まっており、2月3日まで行われる（午前10時～午後6時）。詳細は池田食品＝☎0120(417)082＝まで。

▼節分豆市の会場

♡池田 靖子（いけだ・やすこ）1981年（昭56）2月26日、札幌市生まれの36歳。北星学園大卒。総務、工場、営業部を経て12年に副社長に就任した。時間を有効に使うことがモットーで、睡眠は平均3～4時間、特技は速読。夏はゴルフ、冬はスキーを楽しむ。

♡青山 千景（あおやま・ちかげ）1986年（昭61）1月17日、札幌市生まれの32歳。北海学園大卒。2017年、北海道観光大使に就任。14歳でテレビCMデビューし、19歳からSTVラジオパーソナリティーを務める。TVh旅コミ北海道リポーターは10年目を迎え、179市町村訪問が2回り目に突入。

創業70年の誇り〝池田ブランド〟確立

――節分の季節は大忙しですね。

「豆まきを楽しんでもらうイベント、節分豆市はおかげさまで10年目。当初は50人くらいだったお客さまも、今では毎年8000人が訪れるようになりました。近くの幼稚園や福祉施設などからも来てくれています」

――そのような多くの支持があって創業70年。おめでとうございます。

「初代社長の祖父が1948年、リヤカーを引いて乾物と落花生を販売したのが始まりです。その後、バターピーナツを売ったりしたのですが（1975年に輸入が）始まった中国産に押されたことをきっかけに、今の衣を付けた豆菓子に転向しました」

――思い切った決断があって今があるのですね。

「過去に感謝、そして過去に感謝される未来になるよう努めたい。バターピーナツは自社工場で製造したものを再び販売したいと思っています」

――うずまきかりんとうや、タマゴボーロは私も祖母の家でよく食べた懐かしい味です。

「道内でタマゴボーロを製造しているのはウチだけになりました。赤ちゃんからお年寄りまで食べられる食品なので大事にしていきたい」

――この後は3代目社長になる可能性が高いと思いますが、もともと継ぐつもりだった？

「考えていませんでした。大学卒業後、世界一周をしていたときに手伝ってほしいと電話が来たことがきっかけで、アルバイトとして入社しました。それで入社は4月でなく10月です」

――その後は順調でしたか。

「いえいえ。製造請け負いをしていたある日（販売業者に）もっと味は落として、北海道素材などのこだわりもそこそこにして価格を下げてほしいと言われ、びっくりしたなんてこともありました」

――その一言が副社長を変えた？

「大きな転換となりました。（製造だけの）下請けではなく（販売を伴った）ブランドを確立させたいと思い、豆菓子専門では珍しい直営店舗を出しました。当初はデメリットもあり、年商は半分に。銀行も驚いて飛んできましたね」

色紙に記した座右の銘「トップが明るいと企業は明るい！」

〝世界視野〟途上国支援にNY出店も

――女性としての壁を感じる時はありますか。

「当然あります。女性が経営参加することに不満を漏らして辞めていった社員が少なくなかったことも確かです。いまだになぜ女性がという考えをする人も多いです」

――それでも、頑張れる。

「物心ついた時には夜中にお菓子工場に入り込ませてもらいました。お菓子がたくさんある夢の城のような空間を誇りに思っていますからね」

――でも、節分に豆まきをする人が少なくなっていますね。

「豆は魔を滅するとか、豆に幸せにとか語呂合わせにもつながります。大きな声を出すのが恥ずかしいなら、せめて食べてほしい。形が変わっても構わないので、節目を迎える大切な日と文化は伝承していきたい」

――北海道では大豆でなく落花生をまくのが主流です。

「落花生はカラカラとなって縁起がいいとウチで広めたという話もあります」

――へえーっ、ルーツだったんですか。

「もちろん、殻があって雪の上でも取りやすい、食べやすいなど諸説ありますけどね」

――今後考えていることは？

「規格外の野菜やタマネギの皮、トウモロコシの芯など、捨てられているものに価値をつける商品を開発したい。それが北海道に必要とされる企業への道の一つにもなりますしね。また、栄養不足の国も多いので役に立てるよう、外にも目を向けていきたい。ニューヨークへの出店なども考えています」

――福は内にも外にも呼ぶそうですね。ありがとうございました。

「北海道に必要とされる企業に」――〝きっかけ〟は世界放浪中に受けた衝撃

取材後記　大学卒業後に世界を放浪した池田副社長。スリランカに立ち寄った時のエピソードを披露してくれた。紅茶で有名な国だが、民泊させてもらった地元の人の反応は意外で「どうしてあんなものをありがたがるのか」といったものだった。上質なものは庶民まで届きにくいのが理由の一つだと知って衝撃を受けたという。「やっぱり実際に行かないと分からない。外から見るのと中で見るのでは違う。だから、売られている場所、食べられている場所に足を運ばないと」。若き日の体験が、地元密着イベントを盛り上げたり、「北海道に必要とされる企業に」という今の思いにつながっている。