

年頭にあたって

WEIRD (ウィアード)

明けましておめでとうございます。

昨年は弊社創業70周年を迎え、節目の一年を皆様に祝していただき、誠にありがとうございました。明けて2018年は弊紙「日本パン・菓子新聞」の創刊70周年を迎えます。創業者であり父である菅田松司より継承し、会社と同じ齢を重ねる事ができましたのは、ひとえに関係各位の皆様方の温かいご支援とご指導ご鞭撻のお陰であり、誠に感謝にたえません。今後も社員一同、製パン・製菓の業界発展のために、ささやかではございますが全力を尽して真の情報を発信し続けていく所存でございます。

さて、昨年あるTV局が、“東京で若者が一番住みたい街は？”という1,000人アンケートを行ったところ、「吉祥寺」がナンバーワンに選ばれました。長らく人気を維持している街だけに、この答えは何となく納得できるのですが、次は大きく「アメリカで住みたい街は？」と同様に米国内の若者1,000人に質問した結果、オレゴン州のポートランドが圧倒的1位で選ばれました。さて、その理由とは？それが“さすがはアメリカンドリーム”という言葉が相応しいような、ある発想の転換がきっかけで全米の若者や企業を惹きつける事になったのです。

実は私、30年ほど前にハワイへの移住計画を思い立ちまして、それ以来、数年にわたって移住に必要なグリーンカード（永住ビザ）取得のための抽選に応募し続けておりました。しかし、そう簡単には当選せず、毎年同地に訪れる事しか叶わなかったのですが、今となって思い返せば、高物価社会での経済的な課題は避けて通れず、「夢は夢」で束の間の憧れとして消え去っていたのでした。されど……。

古希を迎えるにあたって、いつかの思い、移住計画が再びムクムクと頭をもたげてきたのは、先のポートランドの現状を伝えるVTR映像でした。この街には全米はもとより世界中から大企業が戦略拠点として進出しているのです。古くは

“NIKE”発祥の地であり、同社全体に流れる精神は“WEIRD”。これは「風変わりであれ」との意味です。ポートランドに住む若者、そして進出する企業と社員。街を行き交う「風変わり」な人々であふれているのです。そう、皆「変わった事」を大切に、誇りを持っているのです。実は私もウィアードなアイテムの一つ愛用しています。それは銀座のバーニーズ・ニューヨークで購入した「スウェットパンツ」です。ウエストは紐で裾はゴム引きのギャザー仕様。一見風変わりなのですが、はきやすい上に絶妙なラインで、結構お洒落に着こなせるんですよ。ベルト部分の裏地には「STRETCH」そして「style PORTLAND」と記されたラベルが縫い付けてあります。ラクに着れるがどこか野暮ったいジャージとは一線を画する、お洒落なパンツ一つとってみても、街のイメージやセンスの良さが伝わってきます。

ポートランドの街並みを彩る人々や家、店や食べ物、果ては通勤風景でさえも、すべてが“風変わり”なのです。このトレンドに乗り遅れまいと、今も日本も含め世界中から多数の企業が視察に訪れているそうです。

製パン・製菓の製造メーカーおよび関連企業には独創的な思考で成功を遂げている好例が多々ある反面、昨今はヒット商品のコピーや採算を度外視した価格競争でのシェア争奪など、健全な経済の活性化とは言い難い様相が垣間見えるのも事実です。もちろん前記のような商いをせずとも独自路線でプライスリーダーとなり、高品質・高価格、そして何より安心・安全でちょっと人目を惹く、素晴らしい製品を提供している企業も数多くあります。いずれにせよ自由経済は競争の世界ですから、秩序ある競争であれば消費者と企業の双方が満足できるのではないのでしょうか。

2018年、ポートランド発の“WEIRD”は1つのヒントになるでしょう。我々なりのウィアードを実現するために、業界人は一体何をすれば、いや何が必要なのでしょう？ 神様に試される、絶好の試練の一年と心得たいものです。

日本パン菓新聞社社長 菅田耕司