2025 年度 若手・女性研究者奨励金 レポート

研究課題	**和菓子製造小売業の流通** **―1960 年代～1990 年頃までを対象に―**
キーワード	①和菓子業界、②マーケティング、③流通

研究者の所属・氏名等

フリガナ 氏　名	トウマ　ミズヨ 當眞　瑞代
配付時の所属先・職位等 （令和７年４月１日現在）	大手前大学　経営学部　助教
現在の所属先・職位等	大手前大学　経営学部　助教
プロフィール	20 数年間の企業経験を経て、大学院へ進学し、大学へ入職しました。これまでの自身の知見を活かし、和菓子業界についての研究を進め、和菓子業界へ一助となれるよう、また、持続可能な経営とは何かについて、研究を深めたいと考えております。

1. 研究の概要

本研究は、和菓子業界の機械化が進行した高度経済成長期から 2000 年までを対象に、生産、流通や消費までの一貫した変化について、調査・分析するものである。

和菓子業界は、日本の伝統文化や食文化に深く根ざして発展し、2023 年度の小売額は 10,231 億円と一定の水準を維持し、創業 500 年超の老舗企業や多数の小規模製造小売の菓子屋からなる業界である。また、近年は、老舗の和菓子屋の閉店などがあり、一部の報道では、「和菓子業界が衰退している」と言われ、2022 年には、文化庁が、文化的保護などの観点から、和菓子の一部を登録無形文化財に登録した。

和菓子業界の研究は、歴史学や食文化などの視点では、和菓子、和菓子屋の研究は多く見られるが、経営学の視点からの研究はさほどない。本研究の特徴は、先行研究を踏まえたうえで、対象期間の違いはあるが、和菓子業界の原料調達、製造、流通、消費に至るまで、小規模製造小売も含めた全体像が把握できるようになることであり、また、80 歳超の業界の重鎮たちの英知を記録に残すことである。

調査方法は、先行研究のレビューを行い、課題を設定し、工業統計、家計調査などの定量データを用いて分析をし、生産と消費の特徴などを明らかにする。また、本研究の対象となる事例企業、和菓子屋、和菓子企業、和菓子製造機械メーカーなどを対象に、半構造化インタビューを行う。そして、幾つかの菓子製造小売や同業界団体が公刊している社史や資料なども活用する。

本研究により、和菓子業界の高度経済成長期以降となるが、生産、流通や消費について一貫して、明らかになり、後世へ伝承する記録や業界の発展に寄与でき、他の日本の伝統産業にも意義のある研究である。

2. 研究の動機、目的

近年は、和菓子業界は、老舗の和菓子屋の閉店などがあり、一部の報道では、「和菓子業界が衰退している」と言われている一方で、一部の企業は海外進出を行っている。また、2023 年度の小売額は 10,231 億円と一定の水準を維持しており、和菓子業界には、小規模製造小売の和菓子屋や一部で、世界的に注目されている創業 500 年超の老舗企業があり、高度経済成長

期以降、消費行動や嗜好の変化で、和菓子の生産方法、販売チャネルや和菓子自体が多様化している。

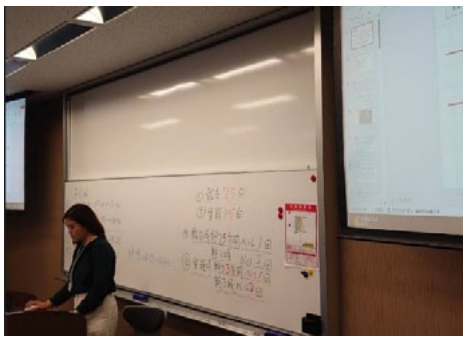
和菓子業界は、500 年超にわたり、業界が形成されており、近年、持続可能な経営を行っている企業があると考えられる。しかし、どのように生きながらえてきたのか、その変遷は明らかになってない。本研究の目的は、高度経済成長期以降、日本経済、流通、ライフスタイルなどの変化を背景に、生産、流通、消費を一貫して調査・分析を行い、高度経済成長期以降の和菓子業界の生産から消費にいたるまでの変遷を明らかにすることである。最初に、先行研究を検討した上で、和菓子製造機械の開発プロセスと開発目的を分析する。次に、和菓子製造における機械化と小売業態の多様化などで変化した小規模小売店の和菓子企業への大規模化、異業種からの和菓子製造への参入と、和菓子業界の変化に伴う流通チャネルの変化について明らかにする。対象期間は基本的に高度経済成長期から 2000 年までとする。

3. 研究の結果

本研究では、背景となる和菓子業界の構造と特徴を工業統計、家計調査などの統計データを用いて分析を行い、機械化の変遷、開発された和菓子製造機の開発プロセスと開発目的について分析をした。最初に、1963 年に開発された和菓子製造機により、大量生産の体制ができ、1966 年に標準化、1967 年にライン化が成功し、1970 年頃までに和菓子製造の機械化が行われたことを明らかにした。この機械化などにより、上述の統計データの分析結果により、1970 年代以降、和菓子屋などが大規模化していることが明らかになった。また、小規模小売店が減少傾向にある一方で、異業種からの和菓子製造への参入などで、和菓子メーカーが４つの区分に変化したと考えられることを明らかにした。さらに、流通チャネルは、1960 年代は複雑だったが、1970 年代以降、小売業態の変化で和菓子業界の販売チャネルがスーパーなどに拡大したことで、卸会社が系列化や組織化され、二次卸がほぼなくなり、簡素化され、1990 年代には和菓子も扱っていた菓子小売業は衰退したことを明らかにした。その結果、2000 年頃には、自店舗、百貨店、スーパーやコンビニエンスストアが販売チャネルの中心となったことを明らかにした。

これらから、1970 年代以降の機械化の進行と小売業態の変化などに相まって、和菓子業界の近代化が進行したと考えられた。

4. 研究者としてのこれからの展望



私の研究は、高度経済成長期以降の和菓子業界の研究である。和菓子業界の研究は、経営学の視点の研究がさほど進んでいない。食は、持続可能な社会には欠かせないもので、和菓子は嗜好品であるが、同様と考えられる。和菓子業界がなぜ長きにわたり成り立っているのかを明らかにすることで、持続可能な社会づくりに対する示唆ができると考えている。また、「和菓子業界が衰退している」と言われているが、大学教育などを通じて、学生へ伝え、和菓子業界への一助となれればと考えている。

5. 支援者（寄付企業等や社会一般）等へのメッセージ

この度は、本研究に際し、ご支援を賜り心より御礼申し上げます。私が研究を始めたのは 40 代半ばを超えており、制限のない本奨励金は、大変心強く、研究活動に集中することができました。また、私の研究は、学際的なことから、研究として、研究者として、独立できるか不安がありましたが、本奨励金を採択いただけたことで、金銭的なご支援だけでなく、精神的にも後押しいただき、自信をもって研究活動に臨むことができました。非常に心強いご支援をありがとうございました。この経験を励みに、研究の発展に全力を尽くしていきたいと思っております。