

◆令和5年度 第4回（通算第101回）蔵前ゼミ 印象記◆

日時：2023年7月14日（金）

ZOOMによる遠隔講義

跡取り娘の考える 仕事とキャリア

竹下 真由（2005 経営システム工学，2007 経営工学 MS）

竹下製菓株式会社 代表取締役社長 兼 グループ会社 3 社*の代表取締役社長

* (株)竹下コーポレーション，(株)スカイフーズ，(株)清水屋食品

一般社団法人蔵前工業会 佐賀県支部長

外国から出島経由で入ってくる「貴重な砂糖」の通り道だった Sugar Road（長崎→佐賀→小倉）（図 1）沿いの地域では菓子作りが盛んだった。佐賀に住んでいた竹下さんの先祖もこの“地の利”を生かして菓子業を始めた。120 年以上も前のことだ。当時のお菓子屋さんの悩みは、夏場になると売れなくなることだった；うだるような暑さの中では、甘ったるい菓子は敬遠されてしまうから夏枯れは避け難いのだが、それでは雇用を維持できない。そこで 3 代目は、当時出始めた Ice candy も手掛けることにし、小豆のアイスバーを作って細々と商いを続けた。転機が訪れたのは今から 60 年ほど前に、3 代目が経済視察団の一員としてヨーロッパを巡回した時のことだ。フランスのシャモニーからアルプス山脈の最高峰“モンブラン”（Mont Blanc）を望んだとき、「あの白い山にチョコレートをかけて食べたらさぞ美味しいだろう！」と着想を得た。帰国後、商品化したのが『ブラック モンブラン』で 大ヒット商品となり現在に至っている。

講師の竹下さんは、本学の修士課程修了後に、外資系企業に 4 年間勤めた後、2011 年に家業を継ぐべく佐賀に戻り、2016 年に竹下製菓の社長に就任した。その間に 3 児の母となったが、伴侶の見つけ方も参考になったのではないだろうか（こういう話はめったに聞けない；若い受講生には最高のプレゼントだったに違いない）。2023 年には、(1) ブラック モンブランの製菓会社を事業承継 及び (2) M&A などの多角化経営で売上を 200%超にアップした業績が評価され、「[ウーマン・オブ・ザ・イヤー2023](#)」に選ばれている。

小学校 5 年生の時に本学の募集要項を取り寄せ、

第 4 類を目指すことにしたいきさつもユニークだった。「熱しやすく、冷めにくい」性格の持ち主と思いきや、竹下さん自身は「自分は怠け者なので、そうでない人たちがいる所に身を置くように心がけ、目標を口に出して言うようにしているのも自分の弱い性格から逃げないため」だそうだ。この他に、初志貫徹型の頑張り屋さんは えてしてオーバーヒートして体調を崩しがちだが、これを避けるために自分の「分身」を置き、客観的な目で（分身を通して）我が身をコントロールすることも心掛けているそうだ。

1. 竹下さんの略歴

家業が好きで、「継ぎたい」という思いの芽生えから、
修士を終えるまで

一人娘だった竹下さんは、自分の家の菓子が大好きだったし、友達が竹下製菓のアイスや菓子をおいしそうに食べている姿や店で購入する時の嬉しそうなお様子を見ていると、アイスクリームや菓子には人を幸せにする力があると感じ、小さい頃から「いずれは家業を継ぎたい」と思っていたそうだ。両親もそう願っていたに違いないが、娘が 将来 大恋愛をして家を出ていく道を残しておいてやりたいとの思いもあつてのことか、跡取りのことは竹下さんが高校を受験する直前まで話題になることはなかった。

竹下さんは小学校高学年の頃には「東京工業大学の 4 類に進みたい」と思っていたので、高校は県外の進学校に進んでしっかり勉強するつもりで願書も出したのだが、父親がポツリと「地元でビジネスをやるなら、高校までは地元の学校に行ってほしい」と言ったので、初めて両親の希望を察す



図 1. [左] 旧シュガーロードと竹下製菓の位置(佐賀県小城市), 及び [右] 九州のご当地アイス“ブラックモンブラン” (発売: 1969年5月7日)。右下の個包装袋(package)は完全に開いて1枚のシートにするとクッキーランチがこぼれ落ちた時の受け皿になり、まわりが汚れることはない。

ることができた。将来の展望が開けてホッとする気持ちと「もっと早く言ってよ！願書出したのに」と反発する気持ちが入り混じって複雑だったが、父親の勧めに従って、第1希望の私立高校を諦め、地元の佐賀西高校に進学することにした。今になってみると、この時の父の助言の意味がよく分かるそうだ；地元では人のつながりに助けられ、特に出身校でのつながりは商売をする上で得難い宝物になっている。

<ロボコン愛で決めた進路>

小学校5年生の時に竹下さんが東工大を目指す決心をしたきっかけを振り返っておこう。ロボコン発祥の地である東工大がMITに働きかけて、国際ロボコンIDC(International Design Contest)が始まった(注1)。第1回(1990)と第2回(1991)は東京で、第3回(1992)はBostonで開催された。竹下さんは“ロボコン好き少女”として周囲に知られていたが、あるとき母が「ほら真由、TVでロボコンやってるよ」というので、目にしたのがIDCロボコンの3回目だった。たまたまNHKの番組で出会っただけだったが、一目ぼれで「私もIDCロボコンに参加したい！」という思いが込み上げてきた。「それには東工大に入ればいだろう」となり、母親が(恐らく軽い気持ちだったと思われるが)東工大の募集要項を取り寄せてくれた(今も家に保存してあるらしい)。専門分野としては4類(機械, 制御, 経営工学)を目指せばいいことが分かり、第1の目標が定まった。漠然とではあるが、東工大に入ってIDCロボコンに参加し、いずれ郷里に帰って家業

を継ぐという将来像が描けたのだ。そして思春期になると、「彼氏は東京で見つけ佐賀に連れて帰る。さらに出産・育児はなるべく早く済ませ、父が老齢になる前に5代目として竹下製菓を継ぎたい」という思いが膨らんだ(第2の目標)。

<第1目標だったIDCロボコンへの出場を果たす>

無事に本学の4類に合格し、ロボコン愛を成就させるべく活動を開始した。竹下さんは2年次で経営システム工学科に所属したが、IDCロボコンの出場資格を得るために、制御工学科の設計入門科目「創造設計-1」を受講した。この講義は“座学”と“遠隔操作マシンの製作”及び“コンテスト”から成る(注1の文献)。この予選を勝ち抜かないと国際大会には出場できないので、竹下さんは制御工学科の学生に混じって必死の努力をしたに違いない。

サークル活動としては4類の1年次の教養科目を担当されていた市村禎二郎教授の声かけで集まった『ScienceTechno(サイテク)』に立ち上げメンバーとして参画し、『バスケットボールサークル(Cross Breeds)』を掛け持ちした。ScienceTechnoの活動はIDCロボコンに向けた強力な追い風になった。同じ部だった同級生も予選を通過しMITでの本選に参加している(鴨居達明, 2005 機械宇宙, 2007 MS, 令和4年度[2022]第5回[通算96回]蔵前ゼミ印象記参照)。竹下さんは、2002年の第13回IDCロボコンを終えてMITのあるボストンから帰国すると、「燃え尽き症候群」に陥ってしまった。2年生の夏のことだ。「このまま退学してもいいかな」とさえ思った

そうだが、“気持ちを切り替えて頑張っている同級生や部活の仲間”を見て、将来役立つだろう『経営工学』の勉強を続けることにした。「優秀な人たちの近くにいると自分の怠けグセをうまく抑えることができる」のだそうだ。

東京に出てきて驚いたのは電車の混雑が並ではなかったことだ。ラッシュには馴染めず、学部4年になるとバイク通学にした。修士課程半ばでの就活の時も丸の内の面接会場までバイクで行ったというから驚きだ； 当時は、路上駐車の取り締まりが緩かったのだろう。もっと驚かされたのは、その頃スノーボードにはまっていて、平日は就活、週末はスノーボードという生活を送っていたことだ。しかも面接で「ずいぶん日焼けしているね！」とまで言われたとなれば、もはや異次元の人だ。

<新卒で総合コンサルティング会社[アクセンチュア](#)へ>

IDC ロボコンは終わってしまったが、東工大での人脈と経営工学の勉強は「佐賀に帰ったときに絶対役立つだろう」と考えて、大学院まで進学した。大学院修了時点での娘の帰還を父が心待ちにしていることは分かっていたが、“井の中の蛙”になりたくなかったので、一旦 外で修行する道を選びたいと思って、上記のようなバイク就活を始めた。いくつかの日系及び外資系企業を受けたが、最初に内定をくれたアクセンチュア^(注2)は 2007年当時はまだ国内では知名度が低かった。しかし、よく調べてみるとグローバルな企業はどのような考え方で動いているのかを学べる良い機会になると思えてきたので入社を決めた。実は、竹下さんは当初 コンサルは考えていなかったそうだが、外資系では就職協定に縛られないので早くから採用活動が始まっており、OB 訪問した時のアクセンチュアのイメージがとてもよく（子育て中の時短など融通が利く魅力）、こういうところで修行してみたいと思ったのが始まりで、内定をもらった時も「日系企業が第一希望ならば、その結果が出るまで待ってあげる」とまで言われて、アクセンチュアに決めたのだ。入社後は、通信ハイテク事業部への配属となった。仕事は、分析や調査から始めて その結果に基づいて提案書を作成し、顧客企業の課題解決を支援することだった。

経営コンサルティング業界はよく言われるように

激務だ。竹下さんも夜中の2時3時、ときには4時位まで働いてタクシーで帰り、睡眠時間は3時間未満という日も多かった。しかし一仕事終わるたびに、まとめて1~2週間休むことができたので、On-Offの切り替えをうまくやれば、若さもあって、乗り切れたそうだ。スノーボードとスキューバダイビングでリフレッシュし、有意義な4年間にすることができた。アクセンチュアも、現在では、さすがに“仕事バリバリ”のみではなく、WLB (Work-life balance) も大事にしているそうだ。

<第2目標(結婚の条件): 結婚相手を連れて里帰りし、家業を継ぐ>

恋愛感情は出会いに左右され、理性的な人生設計には従ってくれない。特に地方の中堅企業の跡取り娘の場合は、ビジネスパートナーとなってくれる優秀な人という条件が付くと伴侶探しは極めて難しくなる。竹下さんは東京に出てくるまでは、「東京にいる佐賀か九州出身の人ならば、お互いに好きならば私と一緒に佐賀に来てくれるのではないか」と安易に考えていたが、高校の同級生で東京に出てきた友人たちに「いずれ佐賀に帰るよね」と聞いてみたところ、「佐賀に帰るつもりは全くない！」との返事で、自分が浅はかな思い込みをしていたことを痛感させられた。竹下さんほど帰巢本能が強い人はめったにいないのだ。そこで、恋仲になってから、「実は いずれ佐賀に帰って、実家の製菓店を継ぐんだけど一緒に来てくれる？」と切り出して破局を迎えるのはお互いに不幸なので、最初から「一人娘なので、いずれ5代目として佐賀の竹下製菓を継ぐ予定です。一緒に来てくれる人を探していますので誰かいい人がいたら紹介して下さい。ブラックモンブランというご当地アイスが主力商品です」というオープン戦術にかえた。正直すぎるのではと心配しながら竹下さんの話に耳を傾けた。最終的には、幸運の女神は竹下さんの味方になってくれたようだ。

アクセンチュアの内定式の日、上記のような自己紹介をしたところ、広島出身の男性（慶応大でロボット工学を専攻し修士号取得）がいきなり手を挙げた。「俺、ブラックモンブラン知っている。結婚しよう」というのだ。彼が冗談を言っているとはか思えなかったので、竹下さんは、警戒心を持ってしまい軽

くスルーしてしまった。男性の肩を持つわけではないが、慶大生のキャラともいわれるパリピ系（語源は party people で、パーティー等の集まりに参加し陽気に騒ぐのが好きで、ノリのいい人）に対しノリで応えれば、チャンス到来だったのに「ヤバイやつ」と思ってしまったとは残念…。もう一つ、アクセンチュアの社員の中には、いずれ家業を継ごうという人や自分で起業しようという志を持った人が比較的多かったことも、「焦らずともいずれ誰か見つかるだろう」という慢心を生んだのかも知れない。

竹下さんなりに努力はしたが、第2の目標達成の目途が立たないまま4年近くが過ぎてしまった。この間、広島出身の同期の人は第1印象のままではあったが、仕事ぶりはしっかりしていたので、「いつも結婚しようっていうけど、これ本気？」と聞いたら、「本気だよ」というので、あっさり結婚が決まった。翌年(30歳)退社の挨拶に行ったら、上司曰く「お前、入社の際に言っていたことはノリのいい冗談だと思っていたが、本当に婿さんを見つけに来たのだな」と笑って言われたそう。夫は仕事の都合もあって3年後にアクセンチュアを退社したので、この間は週末婚だった。3人目を出産した2016年に、真由さん(34歳)が社長、夫が副社長として新体制の竹下製菓がスタートした。夫の方はしっかりと黒衣役をこなしてくれている。彼にとっても思っていたよりもはるかに幸せな船出だったに違いない。忙しい時は近所の親戚にベビーシッターを頼んだ子供たちも大きくなり(長女11歳、次女10歳、長男8歳)、スノボの腕前は大人顔負けになっているというから、社長一家が率先してWLBに気を配っているのがよく分かる。

2. 竹下製菓の紹介と取り組み

本稿の冒頭で紹介したように、外国から輸入した砂糖の流通経路(Sugar Road, 図1左)に近かったことから、初代が個人で菓子製造を始めた。創業は明治27年以前で詳細な創業の年月日の記録は残っていないが、明治27年記載のレシピ集等が残っており、少なくとも129年以上前(2023 - 1894 = 129)と推定される。2代目と3代目の継承は戦争の影響で3代目が復員後に跡を継いだ。この間に2代目が亡くなっており、社長不在期間が生じた。3代目の時にブラックモンブランが開発され、竹

下製菓のブランドが確立し、今日に至っている。3代目が事業を引き継いだ終戦直後は、機械化による大量生産へと移行した時期でもあるので3代目(竹下小太郎, 図1右)の仕事の少し詳しく見てみよう。

夏になると菓子が売れなくなるという夏枯れ現象が経営を脅かしていたので、3代目は当時やり出していたアイスクャンディを手作りで1日1,200本ほど作って細々と事業を続けていた。しかし、大手製菓会社では、西洋から高価な機械を輸入してアイスクリームを量産し始めていたので、それでは勝ち目がないのは明らかだった。国内で安価かつ高性能なアイスクリーム製造機を共同開発してくれるところを探し、東京の醍醐機械製作所の協力を得ることができた。この機械化を担当したのが入社したてだった真由さんの父(後の4代目)だ。2年の歳月を費やして自動製造装置を完成させた。量産体制が整いしばらくしたところで、冒頭のよう、ヨーロッパ視察での閃きがありヒット商品『ブラックモンブラン』(図1, 右)が生まれた(1969)。(注3)

<商品開発の極意>

5代目となった竹下さん達は、「ブラックモンブランを超えたい、地域の発展にも貢献したい」と日々努力している。将来商品開発に携わる人には参考になる具体例が紹介されたので、そのうちのいくつかを拾ってみよう。

(1) パッケージとネーミングへのこだわり: [i] 世界初! 朝食代わりにするアイスを開発した。これだけで十分売れそうだが、平凡なパッケージでは中身がよくても売り場で埋もれてしまうのだそう。そこで知恵を絞ったのが“おもわず手に取りたくなるパッケージデザイン”と“頭に残るネーミング”だ(図2, A&A)。狙いは的中し、ネットニュースで話題になり、日経TRENDYでも取り上げられた。[ii] みかんのアイスで業界No.1にも挑戦した。当時1番のシェアを誇っていた大手企業の商品(果汁20%ほど)をベンチマークにして、つぶみかん45%含有商品を開発し、この時もパッケージ(図2B)に工夫を凝らして発売したところ、驚くほどよく売れ、ブラックモンブランに



図 2. 商品開発の奥義: (A)業界初の朝食アイスと (B)つぶみかん含量ダントツ No.1 のアイスバー。

次ぐ売り上げを記録した。しかし、ライバル企業もさすがで、すかさずより高含量のみかんアイスが投入されたため、せっかくの商品ではあったが長くヒット商品として残すことはできなかった。「新しいヒット商品を出したからと言って安心することなく、リニューアルし続ける必要がある」ことを肝に銘じたそうだ。時間の都合で省略された項目 (2)「竹下製菓の資産を生かす」と (3)「コラポでの取り組み」については、概要のみ脚注 (注4) に示す。おもしろい・おいしいで子供の心をつかむ気構えは脈々と受け継がれていることが分かる。

3. 働きやすい・働きたい会社を目指して

< 気に掛けていること >

竹下製菓のこれまでの資産の上に現在があるが、ブラックモンブランというブランドに安住することなく競争を勝ち抜いていかなければならない。それには商品開発のみならず、「当たり前だが、全社員が気持ちを1つにして働ける環境づくりが大切だ」と考えた竹下さんは、社内コミュニケーションの活性化に取り組んでいる。上司と部下の関係では、評価のタイミングで必ず面談をして貰うようにし、竹下さん自身も年に1度は全社員と15分程度1:1で話す時間を設けるようにしている。即効性は期待できないにしても徐々にいい方向に向かっている気がするそうだ。

部署内や部署間のコミュニケーションに関しては、バーベキュー (BBQ) や社員旅行を実施しているそうだ。特に BBQ は、全員参加できるように、勤務時間中に「仕事として肉を食べてもらう」ので、効果は大きいようだ (どうしても参加したくない人は有給休暇)。あらかじめ班のメンバーを決めておいて、今まで一緒になかったことが無い人たちと BBQ を楽しむことによって、気心が知れた仲間意識を醸成できている。良好な人間関係の輪が広がれば、「個に依存しない組織づくり」が円滑に進む土台にもなる。例えば、特定の製造過程を熟練工の A さんが一人で担っていると A さんは休暇を取りにくいし、A さんに不都合が起きた時には生産ラインが止まってしまう。同じ仕事ができる人を複数にしておけば安心だが、その時は A さんとの人間関係が良くないと技術の継承が難しくなる。部署の壁を取り払い一致団結する秘訣は「仕事としての BBQ にあり」かも知れない。

< 男女ともに働き続けられるためには? >

世相としては、仕事を主にしたワークライフバランス (WLB) から仕事を従にした LWB (Life-work balance) へと考え方が変化しつつあるように見受けられるが、「仕事とプライベートを区別しない」という竹下流は、最新の働き方改革の標語である WLI (Work-life integration) を世界の潮流に先駆けて実践してきたものと言えそうだ。WLB/WLI を追求すること自体が私たちの仕事ではない。継続的に

納得できる仕事をするために必要なのが WLB/WLI だ。これがゆき渡れば、全社一丸となった“全員野球”（竹下さんの理想形）も夢ではなくなる。

竹下さんは次のように考えている：「食糧と違って、お菓子やアイスはなくても人は生きていける。しかし、お菓子やアイスは人に幸福感をもたらしてくれるので、人が存続する限りお菓子やアイスも必要とされるだろう。それら私たちを幸せにしてくれるものを工夫を凝らしながら作り続け、次の時代に引き継ぎたい」。WLB/WLI は難しく考える必要はなく、竹下さん流に言えば、子供たちが竹下さんの日常を見て『将来、後を継ぎたい』と思ってくれ、従業員の人たちが『自分たちの子供にも将来ここで働いてほしい』と思ってもらえるのが、WLB/WLI の理想形だ。そのために気を配っているのが、「人間関係」、「仕事内容」、「給料」だ。確かに、給料が良くても人間関係がギクシャクしていたら入社するのは気が重い、給料が良く人間関係も良くても仕事内容に満足できなければ長続きしない。

WLB/WLI を社内に浸透させ、優秀な人たちに長く働いてもらうには、竹下さんのように、「今日は子供の運動会なので休みます」、「今日は長男の水泳大会です」と率先して休みを取り、社員も休みやすくする配慮はとても有効なようだ。前述の家族でのスノボなども子供さんたちには好意的に受け入れられているだろう。

4. 心がけていること

<前向きに転ぶ>

何事も“やる”か“やらない”かの二者択一なので、竹下さんは「できない」理由ではなく、「できる」理由を考えるようにしているようだ。できない理由を考え始めると、ネガティブな思考に陥り、自信を失う。結果として、挑戦をする意欲が失われ、成功の確率を低く見積もり、失敗を恐れて何も行動を起こせなくなる。やらなければ何も得るものは無いし、それが続けば、周囲の信頼を失う。それに対し先ず、できる理由を考えれば、多くの場合、挑戦してみることであり、仮に失敗したとしても前向きに転びさえすれば失敗から学び、成長し、

ほんの少しにしても前進することができる。もちろん“無謀な挑戦”の勧めではない。しかし、過度に失敗を恐れがちな人には有益な助言になるだろう。

<目標は口に出して言う>

目標を口に出すことによって、一種の自己洗脳状態となり、漠然としていた目標が明確になり、モチベーションが上がる。周囲の人にも知られ、軽い監視下に置かれるので、怠け癖の出番がなくなる。さらに、目標を口に出すことで他人から関連情報を得たり、サポートして貰ったり、助っ人を紹介して貰ったりすることができるゆえ実現の可能性が高まる。そして目標を達成した時には、まわりの人たちからも喜んでもらえるので大きな達成感が得られる。誰にでもすぐ実行できることなのでお勧めだそう。

5. 結び

社長と副社長としての竹下夫妻を紹介した番組『[賢者の選択サクセッション 第8回](#)』（放送日：2023/2/18 13:30～14:00）を YouTube で見ることができる。30分弱だが、よくできた番組だ。もう一つ、冒頭でも触れたように、竹下さんが「ウーマン・オブ・ザ・イヤー2023」に選ばれたことをお伝えして結びとしたい。[注3](#)に記したように、本稿に先立ち、東工大博物館の [Facebook「今月の一枚」](#)（2023年8月版）でもブラックモンブランを紹介した；竹下さん提供の写真が迫力満点なのでご覧いただきたい。

「[ウーマン・オブ・ザ・イヤー2023](#)」受賞

女性のキャリアとライフスタイルを支援する月刊誌『日経 WOMAN』の「ウーマン・オブ・ザ・イヤー2023」に選ばれた。[選考理由](#)には次のように記されている：発売から54年、九州を中心に根強いファンを持つアイスバー「ブラックモンブラン」を手がける佐賀の竹下製菓を6年前に事業承継。10代の頃に「私が継ぐ」と決め、大学では経営工学を学び、新卒でアクセンチュアに入社。コンサルタント経験を生かして組織・業務改革を推進、地方企業のM&Aを積極的に行うなどして、社長就任前と比較するとグループ全体の売り上げは200%超に。年間数千万円に及んだ廃棄ロスも、原

料見直しや包材開発で3分の1まで抑え込んだ。また、父から受け継いだホテル経営も、2022年春に2棟目を大分県の別府駅前に開業。着実に事業を拡大させている。

【参考】

- ・**キーワード**: ブラックモンブラン, アイスクリーム, 事業承継, 跡取り, M&A, 地方創生
- ・**パネルディスカッションのテーマ**: 「地方都市の可能性について」◆地方都市に住みたいですか? ◆そのために必要なことはどのようなものですか? ◆これから先, 地方都市が生き残る可能性はあると思いますか? | 首都圏で育った学生が多く, 積極的に地方を目指す傾向は弱いものの, 地方にも魅力的な点があるので, **Life stage** や仕事の拠点によってはそこで生活するだろう。

(注1) **IDC ロボコン**: 東工大とMIT (マサチューセッツ工科大学)の共催でスタートし, 2023年で33回目を迎えるロボットコンテスト。世界中から集まった大学生たちが, 数人にシャッフルされたチームを結成し, 課題に適したロボットを製作する。参加者は約2週間にわたって, 生活を共にしながらワークショップを行い, 言葉や文化の壁を乗り越えてアイデアを出し合って, ロボットの設計・製作を行い, コンテストに挑む。世話教員を務めた本学の清水優史 (しみず まさし, 現名誉教授) は「国際協力による創造性及び国際性を高める講義の実現」でH8年度第1回工学教育賞 (文部大臣賞) を授与されている。

【文献】清水優史, 「創造性と国際性を目指した工学教育の試み」, 工学教育 46 卷 1 号, 21-26, 1998。

【参考】本学の岡山南5号館西側に『**ロボコン発祥の地**』の記念碑がある。ロボコンの誕生と発展には, **森政弘** 名誉教授と上記清水優史名誉教授が深く関与。

(注2) アクセンチュア: 従業員数 (世界で約70万人,

日本法人で約1.8万人), 拠点数 (世界50カ国200都市以上), 米国のトップ監査法人だったアーサー・アンダーセンに由来。1989年に分社化されてアンダーセンコンサルティングに。2001年1月1日社名を“accenture”に変更。

(注3) ブラックモンブランについては, 博物館のFacebook「今月の一枚」(2023-8)でも紹介中: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=819067046677920&set=a.592029806048313>。

(注4) (2) **竹下製菓の資産を生かす**: [i]「ブラックモンブラン」+「マシュマロ」→「焼いて食べるアイス」(表面のマシュマロを焼いて食べる)や「冷たくないブラックモンブラン」, [ii] ブラックモンブラン・キッチンカー (イベントなどで出来たてのブラックモンブランソフトクリームを販売)。(3) **コラボでの取り組み**: [i] 地元佐賀のPRにつながるコラボ, [ii] 九州地域を盛り立てていけそうなコラボ (一風堂, 山崎製パン, ローソン九州), [iii] ブラックモンブランが知られていない地域でのPRを兼ねたコラボ (Tokyo FM [くまモンの生みの親である小山薫堂さんが「九州男児はバレンタインに単なるチョコよりブラックモンブランを貰った方が嬉しいんだよ」と言ってくれた], ドン・キホーテ [擬態アイス=保冷剤風のパッケージ] (図3), ㈱コメダ [全国のコメダ珈琲店でシロノワール ブラックモンブランを季節限定で販売])。



図3. 擬態アイスで盗み食い防止。保冷材のように見えて, 中身はブラックモンブラン(BM)。おいしい&楽しいをベースに, クスッと笑えるアイデア商品も開発中。

(東京工業大学 博物館 資史料館部門 特命教授 広瀬茂久)