

# 株式会社 ウィッシュボン (URL:<https://wishbon.co.jp/>)

手作業の技と衛生レベルの高さを武器にした成長戦略 —“メイドイン横浜”—



所在地：横浜市金沢区福浦1-2-6

代表者：永野 健

業種：パン・菓子製造業

創業年：昭和 56 年

計画承認年月：平成 25 年 7 月

資本金：1,000 千円

従業員数：157 人（令和 7 年 11 月時点）

## 1. 取り組んだきっかけ

旧工場の老朽化や衛生管理基準の高度化が進む中、消費者ニーズ等に合わせた商品開発・製造体制の構築が求められていた。また、企画・開発・製造・物流・販売の全機能を自社で持つ菓子メーカー(OEM 製造業者)への需要も高まっていた。これらのニーズに応えるため、福浦工場を設立する本計画を策定した。

## 2. 概要

企画・開発・製造・物流・販売の機能を強化し、高度化した衛生管理基準に対応した新たな生産拠点を建設することで生産効率の大幅な向上を図る。また、新工場は完全なオートメーションではなく、機械化と手作業を組み合わせることで、生産性と付加価値の両立を目指す。



## 3. 取り組んでよかったこと

衛生管理水準の大幅な向上により、取引先監査にも十分対応できる体制が整い、「安心・安全なお菓子づくり」に集中できるようになった。

また、本計画の本社・福浦工場に続き、令和 7 年(2025 年)7 月には幸浦工場を建設。2030 年には売上 30 億円超を見込んでいる。既に工場のキャパシティには限界が見え始めていることから、次の生産拠点の検討や、仕入販売・サービス提供など新たな事業モデルの模索も進めている。

## 4. 事業者 PR

当社のビジネスモデルの特長は、「大量生産・低価格」ではなく、「他社では作りづらい高付加価値商品」を手がける点にある。OEM の比率はかつて自社 5:OEM5 であったが、コロナ禍以降は自社商品の伸長を優先しており、現在は自社 6:OEM4 にシフトしている。ブランド側から「自社では作りにくいこだわり商品」の生産を任せることで、下請けではなく“対等なものづくりパートナー”としての立ち位置を確立している。

また、「横浜レンガ通り」を代表とする自社のブランドや、キャラメルを一から丁寧に練り上げる工程を前面に出した「横浜キャラメルラボ」など、“メイドイン横浜”を強く打ち出した商品展開も同社の大きな強みである。



## 5. 支援機関

横浜商工会議所