

わずか社員二人のスタートでした。東京の古いビルの一室で私はフィンランド人社長と夢を語り合いました。「キシリトールで日本の虫歯をなくそう」。歯の健康維持に役立つ甘味料、キシリトールが日本で認可

物質を手掛けたい、と思いました。でも会社の判断は「ノー」。当時はまだ、日本で認可されるメドが立ってなく、当然の判断でした。そんなときキシリトール生産で世界のシェア九割を占めるフィンランドの食品素材メーカー、ザイロフィンから「日本に支社を設立するから来ないか」と誘われました。実はその直前、

つた末、日本では無名の物質にかけてみようかと決断しました。

しかし、そこからつらかった。転職してから認可まで五年もかかりました。その間は売る物もなく、会社に一本の電話もかかってきません。しかし、壮大な夢は描いていました。「毎食後、虫歯予防のためにキシリトール入りのガムをか

ゴールを決め、戦略を練る

む、という
イフスタイル
を十年かけて

される五年前、一九九二年のことです。

私がキシリトールと出会ったのは、味の素に勤務していた九〇年のころ。その効能を知り、味の素でこの

念願であった東京からフランスへの転勤がほぼ決まっていたのに、大阪へ異動となる事件がありました。「大企業では希望の仕事ができる」とは限らない」。迷

日本に定着させよう」。まずゴールを決め、そのため戦略を練りました。認可前からの我々の仕掛けが効き、九七年の販売直後からブームが起きまし

~~~~~

ふじた・やすと 1964

年東京都生まれ。87年慶応大卒業、味の素入社。92年にザイロフィンファーマイスト社（現タニスコジャパン）に移りキシリトールのマーケティングを担当。06年「99・9%成功するしかけ」を出版。



藤田 康人さん

ダニスコジャパン  
マーケティングディレクター

た。今や日本のガムの八割がキシリトール入りで、キャンデーや歯磨き粉を入れるとキシリトール入り製品の売り上げは年間約二千億円という規模に。大企業を出た決断は吉と出ました。