

株式会社長門屋本店

〒965-0865 福島県会津若松市川原町 2-10 TEL. 0242-27-1358 FAX. 0242-26-4772

●代表者：代表取締役社長 鈴木哲也 ●設立：昭和31年6月
●資本金：1,000万円 ●従業員：23名 ●URL：http://www.nagatoya.net切るたびに絵柄が変化する革新的な羊羹
伝統菓子の新たな価値観を創り出した老舗

Fly Me to The Moon 羊羹ファンタジア

きっかけ・課題

和菓子の定番である羊羹は近年、「地味」「味が単一的」「切り分けるのが面倒」といったイメージから需要が減少傾向にあります。若い世代や海外の方の琴線に触れるような時代に合った羊羹を作り、新たな顧客と需要を掘り起こしたい。そう考えたのが今回の事業のそもそもの始まりでした。

また東日本大震災後、当社では福島の食のイメージアップをはかる“PONTE（架け橋）”シリーズとして、昔ながらの伝

統菓子の新しい価値を提案する商品「幸せの青いとりあめ」「和三盆糖シュガードラー」を発売しています。そのシリーズ第3弾として今までにない羊羹を開発し、福島から未来に向けた楽しい取り組みを発信。それが福島県や会津を知ってもらうきっかけになることを願い、パラパラ漫画のように切るたびに少しずつ変化する絵柄が現れ、さらに味の違いも楽しめる、まったく新しい羊羹を作ることにしました。

INTERVIEW

江戸時代から受け継ぐ伝統技術を生かし
時代に合った新しい価値観の和菓子を提案

株式会社長門屋本店 代表取締役社長 鈴木哲也

当社の創業は嘉永元(1848)年。時の会津藩主松平容敬(かたataka)公から「庶民のためのお菓子を作りなさい」との命を受け、初代長平がお菓子作りを始めました。いわゆる「会津の駄菓子（郷土菓子）」を中心に作ってきましたが、現在は和菓子の製造が中心です。代々受け継がれてきた伝統技術や食文化を後世に伝えるために、現代の食生活や価値観に合った形や言葉に進化させていく。伝統菓子の新しい価値観を提案し時代に合ったお菓子作りをしていくことが老舗の役割と見え、“PONTE（架け橋）”シリーズの展開などの挑戦を続けています。また地域と共に歩む企業として、会津のクミ文化を次世代へ継承するための「会津クミプロジェクト協議会」などの地域貢献活動も行っています。

実施内容

高性能の餡練り機などを導入し鳥と月の物語を描く新商品を試作

「羊羹 - MOVE -」と名付けた新商品を試作開発するにあたり、量産化を見込んで高性能の餡練り機、今までにない形状の錦玉（和風ゼリー）および羊羹を作るための高性能の食品乾燥機3台、複雑な造形を可能とした羊羹金型、シリコン製の羊羹型を導入。絵柄のモチーフには「流れ星」や「種から花」というアイデアもありましたが、最終的に「鳥」と「月」の型を使い、「三日月では止まっていた鳥が満月に向かい羽ばたく物語」を描くことに決定しました。

試作品「羊羹 - MOVE -」は、餡練り機で作った羊羹餡と、鳥と月の羊羹シリコン型を用いて作った錦玉を合わせて構成。錦玉と合わせる羊羹の温度や、錦玉を乾燥させる温度・時間などで試行錯誤を繰り返した末に満足のいく試作品が出来上がりました。容器には従来の羊羹で使われている中身の見えない銀セロではなく、パッケージができる箱型容器を採用。これにより冷却時の歪みを抑えるとともに、羊羹の新しいイメージの演出を狙いました。

事業の成果

ブランドイメージを一新する商品に成長

従業員と顧客に実施したアンケート結果をもとに検討を重ね、羊羹餡部分を小豆羊羹で挟まれた淡いブルーのシャンパン風味の羊羹に改良。レモン羊羹で作った月と鳥の絵柄がよりはっきり目立つ美しい商品に仕上がりました。そして平成29年4月1日、「Fly Me to The Moon 羊羹ファンタジア」として発売。パッケージには、浪江町出身の日本画家舩田玲香さんのイラストを採用しました。

補助金の活用で思い切った設備投資ができ、商品の完成度がアップ。また、発売当初からある程度量産可能な体制でスタートできました。多くのメディアで取り上げていただいたほか、写真映えすることからSNSを介して評判が広がり、国内外で大きな反響をいただきました。直接売り上げにつながっただけでなく、リーディングプロダクトとして当社の新しいブランドイメージを築けたことが大きな成果です。



FUTURE OUTLOOK

今後も和菓子を通して福島の食を内外にアピールしていく



平成29年4月に発売した「Fly Me to The Moon 羊羹ファンタジア」は同年、2017年度グッドデザイン賞や第4回新東北みやげコンテスト最優秀賞を受賞しました。さらに令和元年にはアジアで唯一のパッケージデザイン賞「トップアワードアジア」11月のウィナーアワードを受賞するなど、国内外で高い評価をいただいています。

切るたびに断面の絵柄が徐々に変化していくという羊羹の新たな付加価値は、日本の若い世代の消費者の琴線に触れただけでなく、価値観の異なる海外の方たちにも伝わりやすかったと思われます。シャンパン入りの羊羹や会津産鬼クミ、クランベリー、レーズンのトッピングなど、従来の羊羹にはなかった味わいも今の時代に合ったものとして受け入れていただきました。福島に根差した老舗としてこれからも和菓子を通し、「福島だからこそこんなにおもしろい商品が作れたんだよ」というメッセージを国内外に発信していきたいと考えています。