

Case
21被災地でもほつとできる・心温まる
おいしいクッキー缶の開発

東日本大震災の被災地の顧客からの声を受け、6年越しでおいさと保存性を兼ね備えた「大切な人に届けたい、備蓄保存可能なおいしいクッキー」缶を試作開発。ギフト需要にも対応できるパッケージデザインにも取り組み、2017年3月から販売にこぎつけた。



▲今回開発した保存クッキー缶



▲導入した密閉缶設備



▲開発を担当した小島有加里さん



▲導入したミキサーを操作してクッキーを製造

事業計画の概要

ものづくり補助金では、安定供給するために通常とは別ラインの製造設備と、窒素を充填して保存期間を伸ばす密閉缶設備を導入。

補助事業のきっかけ

東日本大震災後、避難生活を余儀なくされた宮城県のお客様からももらったメールを機に、開発を思い立った。そのメールは「大きな揺れにとるものもとあえず、御社から購入したクッキーを非常食にと避難所に持ち運びました。不安と恐ろしさが繰り返す中、手元のクッキーを子どもたちと分け合って食べたとき、いつもと同じ味わいに心が穏やかになり、震災から一度も笑わなかった子どもが初めて笑いました。」とあった。このメールを読み、避難所等での困難な生活の中において、洋菓子の役割はただ空腹を満たすだけでなく、心の安定を取り戻すための非常食となるのではないかという思いに至り、開発を志した。

事業化状況

3年間の賞味期限を保証する検査をパスし、2017年3月から販売にこぎつけた。現在は、受注生産で150缶を2日おきのペースで製造している。

最も苦心したのは、
おいさと保存性の両立

当社の通常のクッキーは賞味期限が30日。それを長期保存できるように缶詰めにはしますが、ただそのまま入れればよいわけではありません。最も苦心したのは、おいさと保存性の両立です。クッキーはバターを入れるとおいしさが引き立ちますが、バターの油脂分は酸化しやすく味が変わりやすいです。安定供給が大事であり、価格を抑える必要から高価なバターに頼れない事情もありました。味が良いま、長期保存でも酸化せず味の変化がなく、パサつきもないクッキーにすべく、植物性油脂を配合するなど試行錯誤を重ねました。そして、約5年かけて甘さやコクを保ちつつ、長期の保存に耐えられるバナラとココア味のクッキーに結実させました。

未曾有の自然災害が
続いている中で

課題は認知度の低さです。プレスリリースや金融機関主催の商談会等に出席する他、補助金の成果として、メディアでの取り上げやものづくり展への出展の陰で、神奈川県でシブランド認定や自治体等の常備品としての購入、

事業テーマ：日本初、ギフトにも使えるおいしい備蓄保存クッキーの試作開発販売

事業者名：有限会社ロリアン 事業年度：26年度

企業概要



海老名、座間、大和市を商圏とし、フランスのブターニュ地方の地名を店名に持つ創業53年になる洋菓子店。洋菓子とパンを製造販売する「文化堂」として創業し、当初から一貫して菓子の品質・味に最善を尽くすことで、実店舗には親子3代の顧客も通う地元で愛される人気店。実店舗で生ケーキの販売に加え、焼菓子の贈答用の需要、デコレーションケーキ・キャラクターケーキ・似顔絵ケーキの予約を受ける他、通販事業では黄金のモンブランロール等が人気となっている。主要販売ルートとして、実店舗以外に通販サイト、百貨店催事、卸事業を持つ。地元商店街の駐車場閉鎖を受け、商圏内配達も始めている。委託ではなく、自社で缶詰め&デザイン変更が行えることで、定商品以外の焼菓子の提供、OEM缶詰の製造も可能。

会社名	有限会社ロリアン
代表者名	代表取締役 小島 将勝
設立年	1965年
所在地	〒243-0401 海老名市東柏ヶ谷 2-2-40
従業員数	16人
資本金	300万円
TEL	046-231-1610
FAX	046-231-1610

調査員考察

全国にファンを持ち通販を行うだけでなく、地元根差した洋菓子店である。1店舗だけでなくニーズに則し、付加価値を上げ(=密閉缶設備導入による賞味期限延長やデザインの変更可能)、適正価格(650円/缶)で販売していけば、新市場・新規雇用を開拓できる好事例である。今後は認知度の向上を期待したい。

OEMの話がありました。しかしまだ必要な所に届けられません。当社でデザインも変更できるため、冠婚葬祭の引出物や保育園等の記念品、企業のノベルティや粗品等可能性はあるので、今後は法人・自治体への営業にも力を入れていきます。機会があれば、防災展にも出展できればと考えています。また、缶の包装は、世界中の子どもたちが手を取り合うデザインを採用し、つらいときこそ手を取り合って、お腹も心も満たす存在になればと願っています。

私たちのクッキーが、2011年3月11日震災の不安が続く宮城県のお客様の気持ちをホッとさせたこと、そしてこのクッキーの開発は、震災後計画停電や自粛が続く中、嗜好品である洋菓子の意義を見いだせないでいた当社従業員にとっても、働く意義を再確認できるきっかけとなりました。そして、宮城県のお客様は、震災1年後に店舗まで来店して「心のお守りになった」と話していただいただけでなく、開発したクッキー缶の顧客第1号でもあります。賞味期限は当初3年としていましたが、最近検査を受けて5年まで伸ばせるようになりました。3年毎に買い替え促進する方が当社の利益としてはよいかもしれませんが、お客様はより長期で保存できる方を望まれます。今後も原点に忠実に進んでいきます。