株式会社白亜ダイシン

事業計画名　北海道産小麦・ライ麦を主原料とするヴィーガンクッキーの開発製造化事業

MONOHO PROJECT

白亜ダイシンが食品事業を立ち上げたのは2003年。以来、絶え間なく新商品を開発し、北海道の豊かな農産物から生まれるおいしさを発信し続ける。今回の事業成果は、ヴィーガン（植物性100%の食習慣）スタイルのクッキー５種。難易度の高い開発を自社製造によってクリアし、時流に合ったスイーツを生み出した。

岩見沢生まれの植物性原料スイーツで道産素材の魅力と健康的な暮らしを提案

植物性食品にこだわった新分野のスイーツを開発

新千歳空港や百貨店など北海道産品を取り揃える売場で、洗練されたパッケージがひときわ目立つ「ノースファームストック」のジャムやドレッシング。製造販売するのは岩見沢市の白亜ダイシンだ。同社は2003年の食品製造販売業の立ち上げ以来、北海道原料の農産物加工に特化。バラエティに富んだ瓶詰めや食品など数多くの開発を行い、その発信によって独自の北海道ブランドの形成を目指してきた。取引先では北海道原料を活かしたスイーツ類のニーズが高く、「北海道発」にこだわる自社の特徴をより明確に打ち出すため、スイーツの新製品を模索。植物性食品を嗜好するライフスタイル「ヴィーガン」に着目し、北海道原料のヴィーガンクッキーの開発に取り組んだ。

自社一貫製造で個性的な製品開発へ

補助金で導入した設備は、開発製造に必要な各種機械だ。プレハブ冷凍冷蔵庫、小型ラックオーブン、カッター、シーター、ミキサー、シフター、包装用シール機など、ライン化によって一貫製造の環境が実現。現在まで同社で製品開発からパッケージまですべてのアイデアを社内で手がけてきたが、菓子製造に専用の機材が必要なためOEMとしていた。今回の設備投資によって特殊な製品づくりの環境が整った。新製品はバターなどの動物性原料を使わないため、おいしさや食感の良さはもちろん、保存期間なども十分なレシピを開発しなければならない。そこで、できるだけ多くの非動物性食材を集め、素材の相性などについて50回にわたる試作を行った。

ラックオーブンによる効率的製造 ▶

素材の風味が生きるヴィーガンスイーツ

原料選定とレシピ制作から約４ヶ月をかけ、グラノーラバーやブラックココアのクッキーなど５品目の個性的なクッキーが完成した。主に開発に携わったのは、早坂商事（関連会社）代表取締役社長の早坂真弓氏、そして白亜ダイシンのパティシエ早坂慶太氏。真弓氏は食品事業設立時より同ブランド製品の原案を一手に行っている。慶太氏はヴィーガンクッキーの製造ライン設計や原料の検討、試作・製品化を担った。製品について代表取締役の早坂亮二氏は、「ヴィーガン＝素材の風味を活かしたおいしさ」と定義づけた。事業完了後も、引き続き北海道原料、特に岩見沢の名産品のひとつである小麦などの穀類を活かしたジャンルとして大切に育てている。

代表取締役　早坂 亮二 氏

Interview
我が社の強み

北海道の食分野に「まだないもの」を提案し続けます

食品製造は、生き残りをかけた新事業

食品事業を立ち上げたのは、地元で営んでいた小売業への危機感からでした。厳しい状況で、岩見沢の地で何ができるか。そう思った時に地元農産物の魅力に気づき、上質な食品に加工して広く発信しようと考えたのです。ですから、道外出店などはしておりません。むしろ「いい商品だな、どこでつくっているんだろう」と思っていただき、北海道・岩見沢を知っていただきたいというのが心意気です。また、トマトやぶどうのジュースはライバルの多いカテゴリでしたが、これも既存品にない一人分の小瓶で、実際に手に取っていただけるよう、ロゴやパッケージデザインにもこだわりました。

自社開発のこだわりで、際立つ商品個性

商品はすべて、北海道の農産加工品です。ドレッシングや野菜につけるディップソース、パスタやパンケーキミックスまで幅広く、その全てが販売会社社長でもある私の妻の発案です。もともと菓子類も自社製造したかったのですが、製造効率を高める機材が不足しており、専門知識のあるスタッフもいなかったのです。今回の補助事業では、自社製品の顧客層とナチュラルな食であるヴィーガンは価値観が重なっていると見て、開発に踏み切りました。首都圏では既に専門店もありますが、道内ではまだこれからです。北海道原料の商品があれば、道内外のお客様に「おいしくて身体に優しい北海道のお菓子」という提案になると考えました。ほかのカテゴリと同様、お菓子も自分たちで発想し、開発し、製造し、パッケージングを行う。これによって社員に経験やノウハウが蓄積されていきます。

ものづくりは、作って終わりではない

現在の商品数は、規格違いを含めると160アイテム以上あります。これは15年間、毎年春と秋に３～６品ずつ製品開発を重ねてきた結果です。提案型商品が多く、定着までに時間がかかる場合もありますが、信念をもって取り組んでいます。例えば、地元のおいしいニンニクが主原料のバーニャカウダは、料理自体の認知とともにヒット商品になり今も継続しています。ショウガ生産者との縁から生まれたジンジャーエールは、LVMHジャパン（ルイ・ヴィトンなどハイブランドの企業）から問い合わせをいただいてパーティに採用されたこともあります。食品加工は一種のものづくりですが、決して作って終わりではありません。製品コンセプトである「北海道のおいしいものを蔵出しで」の思いを伝えるために、常に見直し改良を施して、販売努力も含めて育てていくことが大切だと考えています。

▲ 本社工場直営ショップでは道産原料の洗練された食を提案

Vision　焼菓子ブランドとして定着目指す

2016年10月のヴィーガンクッキー発売とともに、焼菓子に特化したブランド「ノースファームストックスイーツ」を立ち上げました。北海道らしさを明確に打ち出した焼菓子商品のニーズはまだまだ多く、北海道の乳製品を使ったものからヴィーガンシリーズまでバラエティ豊かに取り揃えました。ヴィーガンスイーツについてはより多くのお客様にご提案できるよう百貨店や食品専門店、流通会社にも扱いをお願いしています。ウェブサイトを見て、首都圏のヴィーガン専門店などからお問い合わせもいただいています。北海道発の焼菓子ブランドとして認知度アップと定着を目指します。

Company Data

株式会社白亜ダイシン
0126-22-6540
http://www.northfarmstock.com/
●所在地／〒068–0005 岩見沢市５条東３丁目２番地１号（工場：北海道岩見沢市志文町 292-4）●FAX.／0126-22-5009　●設立／ 1982年9月14日（1964年４月創業）　●代表者／代表取締役 早坂 亮二　●資本金／1,000万円　●事業内容／加工食品･菓子（製造･卸売･小売）、調理器具業務用・家庭用（卸売・小売）