石屋製菓の商品開発と北海道の食素材

鴨川靖司

(石屋製菓株式会社 商品開発室シェフパティシエ)

Product development of office Ishiya Co.,Ltd. and food materials in Hokkaido

Yasushi Kamogawa

Ishiya Co.,Ltd., 2-10-30, 2jo, Miyanosawa, Nishi-ku, Sapporo-shi, Hokkaido, 063-0052

〒063-0052 北海道札幌市西区宮の沢2条2丁目10-30

1. 石屋製菓の歴史と挑戦

1947年に現社長の祖父・石水幸安がでんぷん工場を札幌で創業し、1959年には石屋製菓株式会社を10名規模で設立しました。「白い恋人」に代表される北海道の食材を活かした商品により全国的知名度が得られ、創業70周年を迎えた今年(2017年)4月には東京銀座6丁目のGINZA SIXに北海道初の常設店舗「ISHIYA GINZA」(図1)を出店し、伸長する売上に対応するため、7月には最新鋭の北広島工場(北海道北広島市)(図2)を稼働するに至りました。

石屋は常に北海道を意識して商品を開発してきました。ラングドシャーを筒状に巻いた「北海道バター巻」に始まり、サブレの「銭函」を世に出し、さらに1976年発売の「白い恋人」(図3)はネーミング、品質、広告宣伝が連携して代表的な北海道の土産菓子として広く知られるようになりました。ちなみに「白い恋人」の名付け親は創業者の石水幸安です。家族とスキーに行った折、降

り出した雪を見て、「白い恋人たちが降ってきたよ」の一言が由来となっています。今ではライン生産の「白い恋人」ですが、当初は焼き上げた熱いラングドシャーを手で挟むという大変な作業で作られていました。製造方法の工夫は消費者の需要に応える上では欠かせません。消費者にアピールできる商品を作るためには、企業理念でもある「しあわせをつくるお菓子」をもとに、新しい菓子を作り出すチームと、営業、販売、製造、広告宣伝など会社全体が協働することが必要です。このチームワークによって良い商品が生まれていきます。

消費者への接点としてのタッチポイント/コンタクトポイントも大切です。北海道新幹線開業(2016年3月、新青森駅—新函館北斗駅)時の広告と、サッカーチームのコンサドーレがJ1に昇格した2017年の開幕戦の広告がそれぞれ「広告電通賞」と「北海道知事賞」を受賞し、好評を得ました。さらにGINZA SIXオープン時の新聞広告では当社の新たな戦略を示しました。図4の右が北海道版で、「白い恋人は北海道外の常設店では販売しま

図1 ISHIYA GINZA と北海道外限定販売商品(右)

図2 石屋製菓北広島工場

図3 「白い恋人」

図4 ISHIYA GINZA の広告 (左: 関東版, 右: 北海道版)

図5 白い恋人パーク (<http://www.shiroikoibitopark.jp/>)

図6 北海道の食素材を活かした商品

図7 「美冬」
(iTQi 優秀味覚賞 (2つ星) 受賞)

せん」という方針を表しています。左が関東版で、「新しいイシヤ銀座の商品を日本の代表的な土産菓子にする」という決意が込められています。広告のほかには、各地の北海道物産展やインターネットの利用もお客様との大事な接点となっています。消費者と直接交流できる「白い恋人パーク」では冬のシーズンの新たなお客様を獲得するため、約11万個の電球が煌びやかに彩り、窓には約250体の雪だるまがお客様をお出迎えし幻想的な雰囲気になっています(図5)。さらなる楽しさを目指しリニューアルも進行中です。

2. 北海道の食素材を活かす

北海道は良質の食素材の宝庫です。良質の素材からは美味しい製品が生まれます。北海道産の乳製品と小麦粉と卵をベースに「白い恋人」のラゲドシャーがで、その「白い恋人」のホワイトチョコレートを練り込んだプリンが生まれ(図6a)、それには北海道産のハスカップソースが添えられています。十勝産小豆100%の羊羹をチョコレートに練り込んだ「チョコレート羊羹」(図6b)もあります。「ISHIYA GINZA」では「白い恋人」のコンセプトを受け継いだ商品や、富良野メロン、サロマ湖産の塩、北海道はちみつを使用した商品などを販売して、北海道の食材の良さをアピールしています。

図8 「とうきび」
(ICA アメリカ&アジア太平洋大会銀賞受賞,
ICA 世界大会銀賞受賞)

3. 北海道から日本へ、そして世界へ

北海道内限定発売のお土産菓子「白い恋人」から、「ISHIYA GINZA」における北海道外限定販売ギフト・手土産商品への拡充へと歩みを進めてきました。さらに、主力商品の冬美はiTQi(国際味覚審査機構)による「美味しさ」認定審査を受け、新しい柱として本格進出をしたチョコレートでは、ICA(インターナショナル・チョコレート・アワード)といった世界的コンクールにも出品して、世界が認めた品質のアピールを目指しています。2017年出品の「美冬」(図7)と「とうきび」(図8)は世界品質として高い評価を受け受賞しており、今後の販売への展開に期待がふくらみます。製品を通して日本と北海道の食素材の素晴らしさを世界に知っていただくことを願い、これからも全社一丸となり価値ある商品を開発してまいります。

本稿は、「北海道の食」をテーマとした第55回大会講演をまとめたものである。