

トッポ
の
戦略
VOL. 17

老舗の菓子製造卸店からの転換 全国に名だたる スイーツブランドを確立

株式会社わらく堂 代表取締役

セキ ネ ケン スケ

関根 健右氏

profile

昭和50年、札幌市生まれ。広告代理店勤務を経て、平成12年(株)わらく堂入社。平成15年に開設したスイートオーケストラ事業部の陣頭指揮を執り、次々とヒット商品を開発。平成19年同社代表取締役就任。

道内はもとより全国的に高い人気と知名度を誇る同社のオリジナルスイーツ。昭和四十一年、和楽堂として現社長の父である関根武氏が創業。同四十九年の株式会社改組を機に、社名をわらく堂に変更した。創業から長らくは、団子、大福、おやきなどの菓子を製造し、百貨店や量販店への卸売りを主業としてきた。

同社の転機となったのは、スイートオーケストラ事業部を設立した十年前にさかのぼる。当時取締役であった関根健右氏は、同事業部の陣頭に立ち、新商品の開発と販売チャネルの開拓に努めた。

「当初は新千歳空港など道内の空港で観光土産として販売できる商品の開発を主眼に準備を進めてきました。商品は焼き芋から作り上げた香ばしい生地に、道産素材のカスタードクリームとバターを加えた『北海道スイートポテト』を開発したのですが、販売面ではブランド力が弱く苦戦を強いられました。そこで首都圏など道外の物産展での販売を強化する方針に切り替え、道外から徐々に認知されるようになっていき

key
point

お客様に おいしい幸せと感動を ご提供する 幸福な仕事

ました」と関根社長は語る。

その後、人気のスイートポテトを活用して、ホールケーキ「スイートオーケストラさつま芋」を商品化。厳選した道産素材を用い、独自の三層構造で新食感を実現したレアケーキは、多くのマスメディアに紹介されるなど、同社の洋菓子ブランドの地盤を確立するヒットシリーズ商品となった。「平成十八年には、道産の乳

製品をブレンドしてふわふわの食感に仕上げた『かご盛りレアチーズケーキ』の販売を始めました。発売当初は一日限定二百個が連日完売する人気でした」と関根社長。道外を主戦場に着実に高めたブランド力は、その確かな商品力と相まって、道内へも浸透し、全国区のスイーツブランドとして成長していった。

道産素材とオリジナリティに
こだわり着実な事業展開を図る

平成十九年、関根社長が二代目に就任以後も、新商品の開発に積極的に取り組み、毎年のようにオリジナルスイーツを市場に投入。平成二十年、加工食品コンクールで最優秀賞を受賞した「和洋感」は、同社のブランド力をさらに向上させた商品である。

「道産のあずきやバター、生クリームを使用し、和と洋の両方の素材を感じていただけるよう『和洋感』と名付けました。バレンタインにチョコレイトだけでなく、羊羹も売れているとい

う話を聞き、生チョコ、生キャラメルに続く第三の生スイーツとして育てたいと考えたものです。

また日本人が好きなお餅のようにチーズケーキも伸びないかと考えて『日本のチーズケーキ』をコンセプトに商品化したのが『おもっちゃず』です。開発期間は約八カ月かかり、今までの中で最も苦労した商品です。試行錯誤を繰り返して一昨年やっと完成し、東京の物産展で先行販売を行ったところ、二週間で五千パック以上を販売する大好評を得ました。もちもちとした食感とお餅のように伸びる質感は今までにないもので、道産乳製品の風味を生かした口どけの良さも人気の秘密と自負しています」。

同商品もまた北海道加工食品フェアで最優秀賞を受賞。平成二十四年度の優良ふるさと食品中央コンクール新技術開発部門で農林水産大臣賞も受賞した。道産素材をふんだんに使用し、素材の良さ、風味にこだわる思いは、手作りで仕上げられるスイーツ一つひとつに込められている。

「今後は、札幌圏において、幹線道路沿いにアンテナショップの開設と、道産素材と新奇性にこだわった観光土産の開発を実現したいと思っています」。

確かな商品力をもとに
道外で高めたブランド力

information

株式会社わらく堂

〒〒 札幌市白石区栄通7丁目6-30

TEL 011-853-3126

URL <http://www.warakudo.co.jp/>



「日本のチーズケーキ」をコンセプトに開発された「おもっちゃず」



「日本のティラミス」として販売開始する新商品「もていもてい」