誕生！伝統と創作の心で 博多土産の新定番

～ バームスティック好調で工場増設の老舗菓子舗 ～

博多の老舗菓子舗の二鶴堂は、福岡市博多区中洲に創業して60年超。創業以来、伝統と創作というポリシーを持ち続け、名物土産である「博多の女（ひと）」や「博多ぽてと」などの人気商品を生み出してきた。そして今や博多の土産の定番に躍り出たのは「博多バームスティック」。この商品開発の裏側に迫る。

二鶴堂の歩みと創作の心

二鶴堂は1952年（昭27）に福岡市博多区の中洲で創業。「二鶴堂」の名前の由来は、つがいの鶴が大きく羽を広げて空に飛び立つ、というイメージから。

生産から40年超を経て、博多の土産の定番となったのが「博多の女」である。和の小豆餡と洋のバームクーヘンを合わせるという和洋折衷の菓子である。

山陽新幹線開通に合わせて創業者が考案したもので、爆発的に売れたという。

そして現社長である橋本由紀子氏が考案した人気商品が「博多ぽてと」。焼き芋にすると甘みが出る芋の品種を選び、食感を大切にするためにじっくり焼いているのが特徴である。

このように二鶴堂では、創業以来の創作精神で数多くのヒット作を生み出している。

博多土産の新定番

2010年9月1日に発売した「博多バームスティック」。これは九州新幹線開業と時期を同じくして開発された商品である。口コミで広がり、さらに11年8月にテレビCMを始めたところ、「ピーク時は一ヶ月あたり7500万円の販売を記録した」（同社長）という。

本商品の年間売上は約5億円にのぼるのだという。

この売れ行きに橋本社長は「和菓子屋もスナック菓子感覚の商品開発が必要。そこにうまくはまったのでは」と分析する。最近は土産物も自分へのごほうびや、家族と食べるために買う人は増えている。そのような30―40歳代のニーズに合ったのだ。

ごあいさつ

二鶴堂　社長　橋本 由紀子 氏

おかげさまで、弊社は創立62周年を迎えようとしています。

これまで、数々の経済の起伏を乗り越えて今日がありますのは、博多の皆さまが「博多の女」を40年間御愛顧頂きましたおかげでございます。本当に感謝申し上げます。

この度、博多の女の姉妹品として、新しい感覚のお菓子として地元の皆さまから愛される博多バームスティックの新工場を増設致しました。

これからも新しいお菓子に挑戦し、皆様に愛されるお菓子作りに努力して参りたいと存じます。

開発への布石 若手女性工場長を抜擢

博多バームスティックの製造が行われているのは二鶴堂佐賀工場。約70人のスタッフを束ねるのは丸内寛子さん（33）。工場長に就いたのは29歳の時だった。

高校時代に重量挙げ選手だったという丸内工場長は、もともと25kgほどの粉を抱えて「博多の女」の生地を配合する仕事を任されていた。製造過程の要となるこの仕事で、同氏は自慢の腕力だけでなく、女性ならではの繊細な感覚を発揮した。製造マニュアルのまま配合作業を行うと、その日の気温や湿度によって若干の差が生まれるということを発見。

どうしたら安定した生地が作れるのか、気候によって何をどう変えたらよいのか―「気づいたら、3年間で膨大なノートの量になるほど生地配合のメモをしていました」（丸内工場長）。

こうして「博多の女」の製造に欠かせない存在となった同氏。その活躍が橋本社長の目にとまり、新工場長に抜擢された。

丸内工場長の女性ならではの繊細さに加え、真面目で努力を怠らない姿勢、人柄を評価してのことだった。入社10年未満で二十代の女性での工場長への登用は、極めて異例という。

博多バームスティックの誕生

二鶴堂の次世代経営塾には佐賀工場の丸内工場長も参加していた。新商品開発の宿題を工場に持ち帰り、日々の業務が終わった後、試作品作りに励んだ。

そんな時、ふとあることを思い出したという。佐賀工場では、「博多の女」を製造するとき、通常は端の焼きすぎた部分を廃棄処分にしている。しかし「実はこのカリカリの部分がおいしくて。ラスクのようなサクサクの食感で程よい甘みがあるんです」（同工場長）。これだ！と思い、その焼きすぎたバームクーヘン部分をラスク状にした試作品を勉強会に持ち込んだ。

試作品の評価は上々。味もさることながら、「博多の女」、「博多ぽてと」とは違うターゲット層を模索していた営業部門からも歓迎された。

社内で本格的な検討や試作が進められ、今までの同社の製品にはなかったスティック型に決定した。味はリンゴ味、ミカン味など、30種類もの試作品が作られたが、「うちのバームは、そのものの味が一番おいしい」（同工場長）という信念から、プレーン味と胡麻味に絞られた。

こうして丸内工場長の発案からわずか10ヶ月足らずで、新商品が生まれたのだった。

追いつかない生産 新ラインの増設

発売から4年を経た現在では一日に5万本を製造するという大ヒット商品に成長した。そのため製造が追いつかず、佐賀工場の製造ラインを増設したほどだ。博多はお土産、お菓子の激戦区と言われる。地場の和菓子、洋菓子店が多いだけでなく、九州新幹線開業により、九州全域にまで商圏が拡大した。

こうした激しい競争の中で、社長と工場長という二人の女性の知恵、決断、実行力、そして若手人材のアイデアにより人気商品が誕生した。

開発の背景 次世代経営塾

二鶴堂では09年より「次世代経営塾」という勉強会を発足させた。

パートを含め、約200人の従業員の中から、工場、営業、店長、事務、企画など20名が集まり、商品開発からリスクマネージメント、商品宣伝などを学ぶ。

同社の未来を担う若手を育成するための『全員経営』の発想から橋本社長が立ち上げた。その1年目、この20人のメンバーには、1年の間に、新商品の開発、製造から広告宣伝までを自分達で考え、それを責任を持って実践するという課題が与えられた。

各職場での仕事が終わって、夕方からの勉強会は、時には深夜になることも。塾のメンバーの努力はやがて成果となって表れた。

成功の秘訣は挑戦し続けること

これまでの伝統を守るだけでなく、創作精神を持ち続ける二鶴堂。橋本社長は語る。「人生成功の秘訣は、成功するまで挑戦し続けること」。

今後、若者のニーズに合った形で、ヘルシーな菓子への挑戦に意欲を見せるなど、橋本社長と同社の創作意欲は衰えることはない。

今の時代、消費者ニーズに商品を合わせられるかどうかで、菓子舗が生き残れるかが決まると言えようが、二鶴堂はその心配にあらず、だ。

新生産ライン増設。製法と品質でお客さまにお応えします。

博多バームスティックは
二鶴堂佐賀工場で生まれ、
皆さまのもとに届けられます。

二鶴堂はこれからも
皆様のご期待に応えるべく
新たな挑戦を続けてまいります。

博多菓子工房　二鶴堂
〒812-0054 福岡市東区馬出6-15-21
フリーダイヤルTEL：0120-565-634
フリーダイヤルFAX：0120-223-119
http://www.nikakudou.co.jp/
お求めは
博多駅キヨスク、マイング、デイトス、
福岡空港、高速SA・PA売店など