

有限会社長崎屋＜千寿庵 長崎屋＞

長崎県長崎市

<http://www.s-nagasakiya.com/>



店舗概要

創業年 1929年(昭和4年)
売場面積 35.0㎡(10.6坪)
従業員 4.0人
営業時間 9:00~18:30
定休日 日曜日

商品構成

・和焼菓子 37.8%
・和生菓子 26.9%
・茶席菓子 21.4%
・その他 13.9%

経営方針

- ・「お客様満足」：お菓子づくり、包装、梱包、接客対応、商品開発など、全ての取組において、お客様の立場で考え、自分がこうすれば気持ちいい、満足すると思う取組を徹底する。
- ・「社会貢献」：企業たるものに社会に貢献することも大事な仕事であると考えている。「菓子業界」「地域(町・人)」の発展のために尽力をつくす。

長崎伝統の菓子技術で次々にヒット商品を作り出す和菓子店

伝統菓子を作り続け、その技術が生み出した「長崎オマガリにやまがし」

昭和4年に創業した当店は「長崎カステラ」の老舗として、伝統の技術と厳選された原材料によって、地元長崎の人は元より、地方発送や贈答用としてもご好評を得てきた。長崎伝統のお菓子「有平糖」の製造を今でも行っている数少ないお店でもある。伝統の技術を活かしてヒット商品を作り出すことが当店最大の強みである。商品開発のポイントは次の4つである。

- ① 伝統の菓子や技術を守り、且それを新しいものへ変化させていく。
- ② 長崎の地域性を活かす。(観光地・長崎弁・食文化・特産品)
- ③ デザイン性(菓子・パッケージ)の高い商品をめざす。
- ④ 他社にはない独自性の高い商品をめざす。

5つの味の「長崎口砂香」、桃の節句に食べる「桃カステラ」等につき、ヒット商品となっているのが「長崎オマガリにやまがし」である。長崎に多くいる「かわいらしいお菓子が欲しい」というお客様の声に応え、長崎に多くいる尾曲り猫をイメージした上生菓子である。

コンクールと物産展を活用する露出度アップ戦略

お客様を待っているだけの営業では売上が伸びないことを理解し、物産展や各種イベントへの出展を行った。試食販売等で売上は上がり更に知名度もアップさせることができた。新製品を開発すると、話題作りのために様々なコンテストに参加し、次々に受賞してきた。特に「長崎オマガリにやまがし」の評価は高く、2014 長崎スイーツコンテストで「長崎市長賞」、第46回長崎県特産品新作展で「奨励賞」、長崎デザインアワード2015で「奨励賞」を得ている。これらの成果を踏まえて、各種メディアに積極的に情報の投げ込みを行っている。平成4年にテレビの全国放送で「謎学の旅 有平糖のルーツを探る」が放映されて以来、数多くのテレビ・ラジオ・新聞・雑誌等で紹介されている。拡販が進むに従い、手作りだけでは商品の供給が追いつかなくなってきた。生産性の向上をめざして国からの補助金も活用した。包餡機は1時間に千個包むことができ、生産性は30倍になった。餡練機は職人を作業から解放し、別の作業ができる時間を作り出した。連続シール機は従来のシール機の6倍の効率を実現した。

伝統の「有平糖」と「金花糖」を守り、街角博物館「さるく見聞館」に認定

「長崎口砂香」「長崎オマガリにやまがし」「長崎ふうけい」は当店のオリジナル商品であるが、いずれも長崎の食材を使い、長崎をふんだんに盛り込んだ商品である。長崎駅のお土産品店・美術館のアンテナショップ等でも販売されており、地域ブランド商品にもなろうとしている。当店の伝統は長崎市に新商品では真似のできない地域資源となっている。長崎の伝統や文化とらしを伝えるまち歩きスポットとして長崎市が取り組んでいる「さるく見聞館」に当店は認定されている。「有平糖見聞館」としてパンフレットやホームページで紹介されており、観光客が立ち寄るスポットとなった。店内ではその歴史や製造工程や道具類を展示している。地元商店街の役員も務めイベントに参加する一方で、「まちゼミ」を開催して地域の住民に和菓子作りを教えることも行っている。特に重視しているのが地域の小中学生との交流である。長崎の砂糖文化を教えたり、夏休みには親子菓子教室の講師を勤めたりしている。地域の小学校からは児童と一緒に和菓子を開発したいとの要請も受けている。



毎年恒例のクリスマス菓子、ケーブルTVで紹介



今話題の「オマガリにやまがし」3個1,000円