



COMPANY'S
CHALLENGE

NO.95



福岡から世界市場を望む 老舗ブランドの海外戦略

【プロフィール】

大学卒業後、製菓専門学校に入学。その後、オーストリア、ドイツで製菓修業を経て1998年に入社。2011年より現職。九州・福岡に根差した商品開発、ブランド向上に努め、全国で売り場を拡大中。近年は他社・異業種とのコラボレーション商品が人気を集める。2022年から海外展開に挑戦。

株式会社千鳥饅頭総本舗 代表取締役社長 原田 浩司氏

コロナ禍を機に 新たな市場を求めて海外へ

まんまるフォルムに可愛らしい千鳥の焼印でおなじみの「千鳥饅頭」、口溶けのよいクリームをサクサクのクッキー生地で包んだ「チロリアン」。九州北部で過ごしたことのある人なら、一度は手にしたことがあるに違いない馴染み深いお菓子の数々。これらの商品を展開しているのが「千鳥屋」こと、(株)千鳥饅頭総本舗。1630年(寛永7年)、“シュガーロード”とも呼ばれる長崎街道が通る佐賀県で創業し、丸ボーロやカステラなどの南蛮菓子の製造を始めた「松月堂」にルーツを持つ老舗菓子メーカーです。近年では、代表取締役社長の原田浩司さんにとって母の出身地であることや製菓修行

先であったことなど、ドイツとの縁の深さから、ドイツ発祥の祭りで福岡の秋の風物詩でもある「福岡オクトーバーフェスト」の主催にも名を連ねています。

原田さんは、2011年の社長就任以降、商品の抜群の知名度を背景に、有名アーティストやキャラクターとのコラボチロリアン、九州産の食材を用いたその土地ならではのご当地チロリアンなど、新商品を次々と開発してきました。

そんな中、コロナ禍によって土産物需要が低下。特に、千鳥饅頭総本舗が強みとしてきた駅ナカの交通売店の売り上げは、大きな影響を受けたといいます。そこで、新たな売り場を求め、数年前から検討していた海外進出の準備を本格化。2021年秋には、大阪で開催された食品貿易見本市に出展し、

確かな手ごたえを感じたそうです。「海外の方は、味や安全性の面で完成度の高い日本の食品にとっても興味を持っています。特に、個包装されていて賞味期限が長いチロリアンは、輸出の際に扱いやすく、想像以上の引き合いをいただくことができました。とはいえ、当社には海外進出のノウハウも人材もありません。そこで、ジェトロ(日本貿易振興機構)からアドバイザーの紹介を受け、指導を仰ぎ、1つずつ課題をクリアしていったのです」と原田さんは振り返ります。

本格的な進出を見据え 商品をグローバル仕様に対応

2022年から中国、台湾、ベトナム、



1



2



3



4

1 2022年10月10日に生誕60周年を迎えた「チロリアン」。靖国神社限定のさくら味など、多方面でのコラボレーションが増えている

3 オクトーバーフェスト。福岡オクトーバーフェストは「バイエルンビール協会」が認めた日本唯一のビール祭りで、2023年も10月に開催予定

2 福岡県産あまおう、八女玉露抹茶、宮崎県産完熟マンゴーなど、九州が誇る特産品を贅沢に使用したご当地チロリアンも続々と登場

4 福岡空港国内線ターミナル2階に専門店「チロリアン・フォレスト」がオープン。オリジナルグッズや特別なフレーバーなど、レアアイテムも並ぶ

シンガポールなどのアジア市場へ進出。さらなる市場を求めてアメリカへの進出を検討しましたが、障壁となったのが原材料の一部。日本国内では安全性が認められているメジャーな原料でも、海外では認められていないものがあると分かりました。「世界的な潮流を見据えて、原材料をはじめ、品質維持に欠かせない個包装の材質などの見直しを決断しました。メーカーの協力のもと開発に取り組み、現在では、国内商品も含めてすべての商品をグローバル仕様に切り替えています」と原田さん。

こうした取組みの中で同社が作成した「輸出事業計画」は、2022年度に農林水産省の認定を受けました。現在は、食品衛生管理の国際規格として広く認知されている「FSSC22000」認証の取得にも取り組んでいます。

グローバル仕様への壁を乗り越え、「美味しさと安心・安全」を両立させ、世界に挑む準備は万端。技術面と併せて、海外でチロリアンブランドを育てるため、輸出代理店と協力しながらアップクラスの売り場へのルートを構築し始めています。

「今はまだ、購入ターゲットが海外在住の日本人ですが、それでは市場規模にも限界があります。ゆくゆくは現地の人々が好む甘さにしたり、地産地消の原材料を使ったりしてカスタマイズしてみたい。『宮崎のマンゴー』、『福岡のあまおう』のようなご当地フレーバーをぜひ海外でも展開したいと考えています。そして、チロリアンが『日本のお菓子』に留まることなく、ゆくゆくは誰もが親しみを感じる『世界中で愛されるお菓子』になればいいと考えています」。

新たな挑戦で 社員のモチベーションアップ

逆風に立ち向かい、新たな局面に打って出た老舗ブランド。原田さんが海外展開の課題に挙げていた「人材」についても、嬉しい発見があったようです。「社内で海外貿易実務研修の受講希望を募ったところ、20名が初級を、さらに5名が中級を受講し、検定試験に挑戦してくれたんです。海外事業に興味を持つ若手の存在もわかりました」と原田さん。

また、「アーティストやイベントとのコ

ラボ企画にも前向きに取り組んでくれる社員が増え、社内の活性化にもつながりました」と思わぬ効果もあったようです。さらには、「コロナ禍で人の移動が制限されたことを機に高速道路のサービスエリア等への新規開拓営業に力を入れたことが功を奏し、今では九州全域で取り扱っていただけるようになりました」と振り返ります。コロナ禍が明け、インバウンド需要回復の追い風もあり、今年度の売り上げは急速に回復しているといいます。

極寒の中で地道に蒔きたいいろんな種は芽吹き始めたばかり。国内外の市場でこれからどんな花を咲かせてくれるのか。原田社長の挑戦は続きます。

取材日：8月3日



株式会社 千鳥饅頭総本舗

〒812-0026
福岡県福岡市博多区上川端町9-157
TEL:092-941-5050
FAX:092-962-6565
<https://www.chidoriya.co.jp>