

12
2021
DECEMBER

GÂTEAUX

The Federation of Japan Confectionery Associations

特集 | 2021ジャパン・ケーキショー東京



他業種に見る 気になる商法



豆&ナッツのおいしさと楽しさを 探求・発信し続ける 老舗豆菓子店の新挑戦

豆徳 浅草店

[東京都]

明治2(1869)年創業、
広島県福山市の
老舗豆菓子店「豆徳」が
東京・浅草に出店して約1年。
コロナ禍を乗り越え
新たな商品と魅力を発信し続ける
「豆徳 浅草店」の現在形は?



台東区浅草1-29-4
TEL.03-5246-4620

おいしくて映える、
新感覚の豆スイーツも
話題を集めます

浅草の観光・ショッピングエリアのなかでも、「新仲見世通りとオレンジ通りの交差する角」といえば、誰にもわかりやすい。この好立地にある「豆徳 浅草店」は、可愛いそら豆のマークを配した、清潔感あるのれんが目印だ。開放感ある店頭にちようちんの照明、豆と豆菓子が使われた壁面ディスプレイなど、おしゃれさと温かみを兼ね備えた和モダンな店で、外国人ならずともちょっとのぞいていきたくなる。店内には、約50種類を超える豆菓子たちが並び、「えー、カマンベールチーズ豆だって」「へえっ、サクサクだね。おいしい!」「もんじゃ大豆っていうのもあるよ!」と、手指を消毒しつつマスクを持ち上げて試食する客からの声があがる。

「豆徳」といえば、広島県福山市で創業明治2年の老舗豆菓子専門店であり、「あ、知ってる!」という人もいるだろう。福山城から徒歩10分ほどの福山市内の本店をはじめ、広島市内、さらに伊勢の参道にも出店している。豆徳を屋号とする徳永製菓(代表取締役・上迫豊氏)が、東京進出の第1号店として2020年12月にオープンしたのが浅草店だ。

コンセプトは、「豆・ナッツの新しい魅力を探求する豆菓子専門店」。懐かしい豆菓子から、フルーツティストのカラフルな豆・ナッツのお菓子まで数10種類の品揃えに加え、本邦初公開の新感覚スイーツ、スティックタイプの「MAMERON BAR」でも話題を呼んできた。

2021年5月には「MAMERON BAR」に代わり新たなイトインメニューとしてカラフルな豆・ナッツをトッピングした「MAMERON ジェラート」が登場した。

他業種に見る 気になる商法



カラフルな豆・ナッツをトッピングした「MAMERON ジェラート」(トッピング10個付き500円・トッピングなしは400円)。濃厚なジェラートに色とりどりの豆をトッピングして楽しむ新感覚スイーツ。ジェラートは黒バニラ、プレミアムバニラの他、マンゴーなど季節限定味も予定されている



真っ黒さがユニークな「竹炭豆」(324円)は、豆徳のターニングポイントとなった商品で、醤油ベースの飽きない味。「もんじゃ焼き」をイメージした甘辛ソース味の「もんじゃ大豆」(324円)は、浅草店限定アイテム



おすすめの詰め合わせ袋や、いかり豆、塩豆など、昔から親しまれてきた豆菓子類にはホットするおいしさがある。新旧のアイテムを試してみたくなる

基本のジェラートには竹炭を使った黒バニラ、プレミアムバニラ、季節ごとに変化するマンゴーなどがあり、カラフルなうえにトッピングの豆のいろいろな味が口の中で交叉して、楽しくもおいしい。食べながら少しづつ角度を変えるごとに、違う味の豆が口に入る感じだ。そのままでもおいしいジェラートに塩気・甘味のある豆をトッピングすることで味の変化があり、写真映えもバツグン。豆の食感とさまざまなフレーバーのさながらカクテルのような楽しさがたまらない。

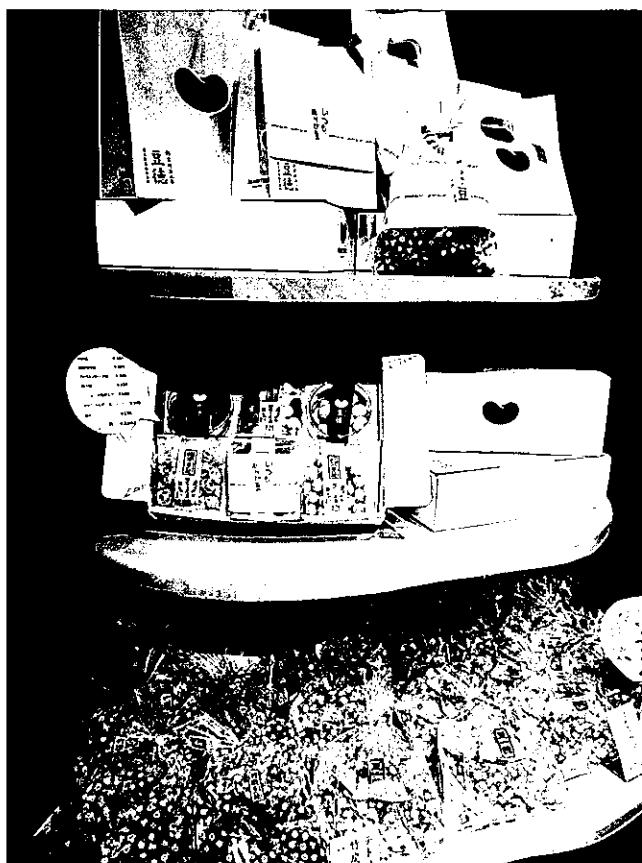
「うちのお豆だけでもおいしいですけれど、ジェラートの組み合わせは、またすごく楽しいですよね。ジェラート自体も厳選したもので、季節を問わずファンがいらっしゃる

しゃいます」と、販売スタッフの青木幹子さん。ホワイトコーヒーや紅茶フレーバーのジェラートも検討中だという。豆自体も季節のものが入り、来店するたびに変化が楽しめるのも魅力だ。

豆菓子と一口に言っても、落花生、大豆、そら豆、ナッツ類に加え、カボチャの種、ラムレーズンミルクなどが多種多様に揃う「豆徳 浅草店」。「おかずナッツ」など、菓子のジャンルを超えたアイテムもお目見えしている。

チャレンジ精神を象徴する 真っ黒な竹炭豆と さらに新たな時代への試み

「豆徳」の8代目・上迫豊社長は、どんな思いでこの東京店進出をはかったのか。開店当初のインタビューで、「浅草店は、豆菓子を好んでくださる高齢者層が固定客として見込める上に、若者や海外からの旅行者など、発信力の高い層も利用しやすい立地で、販売拡大を期待します。コロナ禍という、飲食店には逆風の中だからこそその出店で、ピンチをチャンスに変えていきたい」とコメントしている。そのチャレンジ精神を象徴する商品開発のエピソードがある。



そら豆をブランドマーク的に使用したパッケージも目をひく。ちなみに豆菓子として一番多く使われるのは落花生だが、豆らしい姿形とデザイン性でそら豆を選んだのも同社のセンスの賜物



懐かしい豆菓子から新商品までラインナップは多彩多様。冬季には60種類を超えるアイテムが並ぶ

2002年に発売された「竹炭豆」。明治2年の創業以来、数多くの豆菓子を手がけてきた豆徳でも、真っ黒なこの豆菓子はターニングポイントになった商品だ。当時、菓子問屋としての業務が主流になっていた同社では、原点である豆菓子製造として巻き返しをはかるべく、「世の中には豆菓子を作らう」と考えた。そこで浮かんだのが、イカスミパスタを豆菓子で表現すること。しかし真っ黒な豆菓子はなかなか実現せず「黒くするなら、いっそ炭でも入れるか」というジョークのような発想で入れてみたのが竹炭だった。開発当時、炭入りの食品はまだ市場でほとんど見かけられなかったという。

課題はジャリジャリとしがちな食感だったが、それを約1年半かけて見事克服。「協力先を得て、小麦粉よりさらに細かく加工した竹炭粉末を作り上げることに成功したんです」という。さらに、豆を粉末でコーティングする技術も開発、特許取得もかなって、いまや会社の顔ともいえるアイテムになったのだ。醤油をベースにした味付けも試行錯誤の賜物で、「毎日でも食べたくて、飽きのこない」独特の

味。上迫社長は「竹炭豆の成功は、こんなことも出来るかも」という積極的な試みの背中を押してくれた」と話す。そうしたチャレンジ精神に支えられ、これまでに商品化した味は約250種類にも及ぶというから、すごい。

企業方針は「おいしく、楽しく、身体に良い」で「これからも挑戦する姿勢を持ち続け、『まめで元気』という願いを込めて商品をお届けしていきたい」という上迫社長。浅草店のスタイルや商品にも、上迫社長をはじめ、スタッフも一体になった老舗豆徳の意気込みやアイディアが詰まっている。

伝統の豆菓子と野菜・果物チップスなどを製造販売する同社では、昨年、食用種子カボチャの種を6種類の味付けて加工した「パンプキンシードボックス」がAmazonで販売・好評を得るなど、新たな試みが進行中。また、全国さまざまな企業とのコラボレーションで新たな豆のおいしさを研究し提案する新ブランド「マメラボ」、甘い豆菓子も多い中で、おつまみ感覚をより強く打ち出した商品群「ナッツdeバル」なども展開している。

「マメラボ」が発信する「おかずナッツ」は、ソフトで甘いカシューナッツを国産の大粒ちりめんと一緒に甘辛く仕上げた商品。「ナッツdeバル」シリーズの「カマンベールちーず豆」は、ピーナッツにカマンベールチーズと、2種類のチーズパウダーをたっぷり巻き込み、豆のサクッとした食感とチーズの濃厚でクリーミーな味が絶妙。「ペペロンチーノ豆」は、ピーナッツにサクッとした生地を巻き、香味オイルで味付けしてパスタの定番ペペロンチーノの味を再現している。

2021年10月からは、「マメラボ」商品を通信販売でも買えるようになり、第一弾「ザクザクナッツのおからクッキー」、第二弾「おかずナッツ カボチャの種・佃煮」など、豆徳本店でも人気を呼んでいるアイテムが登場と、話題は尽きない。

昔懐かしい甘い豆菓子、ビールやワインにも合う塩味、現代の食生活の一端を担う斬新なアイテムなど、豆徳が拓く豆とナッツの扉、その世界は、まだまだ広がっていきそうだ。