

Room's

楽しさ広がるパッケージ菓子、グッズ

エスプライド

部屋に並べて見るだけで楽しくなる。そんなパッケージのお菓子を作る会社がある。アーティストやキャラクターのお菓子やグッズをはじめ、企業の非売品、地域活性化のための独自商品の企画、制作などをオリジナルの形で請け負っているのがエスプライド(東京・千駄ヶ谷)だ。

文 兼松康

写真 古阪正樹

エスプライドが手がけた菓子やグッズがずらりと並ぶショールーム。個別の商談や社内の打ち合わせなどがここで行われることも。



こちらは東京タワーで売られているお菓子やグッズ。後方左から「タワーズ ペイントクッキー」(700円)「東京タワークッキー缶」(850円)、「タワーズはんそうこう」(360円)。手前5種は「ボトルシリーズ」(各500円)



「まだまだ新しい市場はできると話す西川世一社長」



製図台でパッケージの試作品を作る女性社員。全てのパッケージのアイデアはここから生み出される



スピーディーな商品づくり

14日のホワイトデーに向けて、エスプライドが販売しているのが、キューブ型の生チョコレート6個入りのオリジナルパッケージだ。エスプライドの商品のデザイン性の高さを訴求するため、4種類のデザインから選べるようになっている。

もともとは「家業として輸送用段ボールや業務用のケーキを入れる箱などを手がけていた」と話すのは、西川世一社長(33)だ。

西川社長が入社した約10年前には、「長年の顧客からコストカットを迫られていた時代だった」という。段ボール類は他社商品と差別化しにくいため、「付加価値がなく、技術的な革新もそれほどない。そのため最終的に価格競争に陥っ

ていた」が実情だった。

そうした状況を変えるきっかけとなったのは、競艇場のノベルティグッズだった。

「コンペイトーと選手のフィギュアを組み合わせるに詰めたもの」だったそのグッズは、10万個という、家業としては大きな受注実績となった。この商品をターニングポイントに、「お菓子を切り口として、顧客企業のニーズに合わせたスピーディーな商品づくり」を行う企業としてエスプライドは生まれ変わった。

競艇場の場合は大量の受注だったが、顧客企業は、もっと少ない単位の商品を求めることも多い。しかし、1000個単位といった小ロットからでも注文を受ける臨機応変な対応や斬新なデザインなどが受け、企業からの問い合わせが増えているという。

| 見ているだけでワクワク



① オリジナルパッケージに生チョコが入ったホワイトデー用のギフト(各350円、注文は10個から)

② 色とりどりのパッケージに包まれた菓子やグッズの数々。すべてエスプライドが手がけたものだ

③ 水族館で売られているグッズも。サンシャイン水族館の「ミズクラグ ヲイダグミ」(左手前、500円)、横浜・八景島シーパラダイスの「マンボウマラカス」(右手前、480円)、鳥羽水族館の「らっこのどらやき」(左奥、650円)など



④ 自治体などの地域活性化のために作られたお菓子。左から東京・御蔵島の「イルカまんじゅう」(630円)、磯山殿光いちご園の「イチゴゴチョコランチ」(680円)、八丈島の「キヨンのチョココレートプレッツェル」(キヨンのマシュマロ)(各350円)、君津市の「きみびよんクッキー」(君津の伊まん)(各700円)など



雇用創出まで見据え

➡ 現在では、プライベートブランド(PB)として、サンシャイン水族館(東京)や横浜・八景島シーパラダイス(横浜市)、東京タワーといった施設で扱っている菓子やグッズのほか、OEM(相手先ブランドによる生産)で人気アーティストやアイドルグループ、アニメキャラクターのお菓子やグッズ、アパレルを幅広く手がける。また、企業が営業ツールとして配るグッズの企画・制作も行っている。

これは別に自治体の相談を受け、単なる物販ではなく、商品のコンセプトデザインまで幅広く手がけている。千葉・君津や鹿児島県の徳之島、奄美大島・知林ヶ島など、遠方からの相談も多い。徳之島では高齢化が進む現状を打

破するため、名物を作ることで若年層の定住と将来的な雇用創出までを見据えているという。

こうしたお菓子をきっかけとした総合ブランディングを、エスプライドでは「ワクワク、ファンブル」と称する。また「全方向とプラスアルファの何か」(西川社長)という意味で、「361°」というコンセプトも掲げている。

西川社長は「お菓子業界は新しいものにチャレンジしづらい保守的な体質。その上、売れなければ弾かれる厳しい時代」と前置きした上で、「われわれが新しい市場、新しい価値を生み出していけば、小ロットでの生産にも協力していただいているメーカーの収益になって恩返しになる」と力説する。

そうした輪が広がれば、楽しきいっぱいのパッケージに包まれた商品が、より多く安価に消費者の手に届くことにもつながりそうだ。



エスプライドが取引先企業などに配るラムネ入りのお菓子。パッケージはシヨールームを模した形となっている