

11個の円…①和菓子②洋菓子③煎餅④
 飴砂糖菓子⑤豆菓子⑥おこし⑦甘納
 豆⑧チョコ⑨ビスケット⑩スナック
 菓子⑪ガム 菓子11種全部の集まり
 中心のC…菓子のConfectioneryの頭文字
 横串の5個の円…団子と団結を表す
 全形…橘の花、中心の金色の円とCは
 雄しべ雌しべ、周りの白い円は花弁



デザイン
 東京藝術大学池田政治教授

菓子工業新聞

●http://www.zenkaren.net/

信頼拡げる全菓連

発行人 全国菓子工業組合連合会
 理事長 岡本 権雄
 発行所 全菓連共済ビルディング株式会社
 〒107-0062 東京都港区南青山5丁目12番4号
 TEL 03(3400)8901(代) FAX 03(3407)5486
 購読料年額(送料共) 組合員 600円/一般 2,000円

第884号(平成24年11月)

全国菓子大博覧会名誉総裁

彬子女王殿下がご就任

ひろしま菓子博実行委員会では、10月31日、広島商工会議所において第4回総会を開催、事業の進捗状況及び今後の取組についてを説明した。席上、寛仁親王殿下のご逝去により、空位となっていた名誉総裁に、寛仁親王殿下第一女子彬子(あきこ)女王殿下がご就任されたことを発表した。

名譽総裁にご就任された 彬子女王殿下は、本年4月、和菓子など日本の素晴らしさを伝えるため、文化継承団体「心遊舎」を設立、発起人代表



彬子女王殿下 撮影者「永田忠彦」

るため、文化継承団体「心遊舎」を設立、発起人代表

彬子女王殿下ご略歴

昭和56年12月20日 ご誕生
 お印・雪(ゆき)
 平成16年〜22年 英国・オックスフォード大学マートン・コレッジで留学
 平成22年 哲学博士(英国・オックスフォード大学)
 平成21年10月から平成24年3月まで、立命館大学衣

務 等総合研究機構ポストドクトラルフェローとしてご勤務
 平成24年4月より、慈照寺研修道場にご勤務
 平成24年4月より、立命館大学衣等総合研究機構特別招聘准教授にご就任
 平成24年5月より、法政大学国際日本学研究所客員

所員にご就任
 マンダリンにあわせたダンスを披露。会場を大いに盛り上げた。
 ステージ横の特設会場では、船細による菓子博キャラクターづくり、はさみ菊などの実演があり、菓匠・パティシエの見事な技に多くの来場者が魅了された。

「ひろしま菓子博2013」200日前記念PRキャラバンを開催

第26回全国菓子大博覧会・広島 実行委員会(以下実行委員)は、10月6日(土)・7日(日)に「ひろしま菓子博2013」200日前記念PRキャラバンを「ゆめタウン広島」で開催した。

会場には菓子博紹介パネルの他に、広島の菓子職人が作った工芸菓子、ジャパンケーキショー、出展作品等が会場を華やかに彩った。
 ステージでは「ひろしまスイーツレディ」による



船細工による菓子博キャラクター

菓子博のPRやお菓子アレルギーに駆け付け、菓子博ア

ゼント・クイズ大会を実施。また、「広島ダンスカンパニー」及びアイドルガールズユニット「MMJ」が応援に駆け付け、菓子博ア

会場には両日とも多くの来場者が訪れ、開幕まで200日を切った菓子博の開催に向けて絶好のアピールの場となった。

ひろしま菓子博の進捗状況及び今後の取組について

総会ではまず実行委員会竹内委員長より、第1期前売り入場券が順調に推移したことへの御礼と第2期では、県外にも目を向け、来場者誘致や情報発信を図ることが述べられた。

進捗状況では、「お菓子のテーマ館」は厳島神社の工芸菓子制作を進めている。写真や図面を参考にしている。写真や図面を参考にしている。写真や図面を参考にしている。

平成24年 秋の叙勲褒章

(業界関係受賞者、順不同)
 ▽旭日双光章 下村俊子氏 (全菓連理事・兵庫菓子工業組合理事長)
 ▽旭日双光章 副島隆氏

桜梅 桃李



最近、歯医者から40歳過ぎると細菌に対する口腔の抵抗力が弱くなり、虫歯や歯周病になりやすくなる、と言われた。フードビジネスに関わっている私としては、歯に無関心ではいられない、と反省した。

よく、虫歯の原因に甘い物があげられる。では、お菓子の好きな人は皆、虫歯になるのか。そうとは限ら

鳥居約1.1m、社殿約70cmとなる。「お菓子美術館」は150を超える工芸菓子展示する。「全国お菓子めぐり館」では、全国の銘菓をブロック別に展示する。また、「広島レモンスイーツ」では、広島の新銘菓を指し、国内生産量日本一の広島レモンを使用したお菓子を発表する。

前売り入場券は、本年9月30日までの第1期販売期間における実績は、41万9355枚で販売目標50万枚に対する達成率が約84%となった。今後は11月下旬から、旧広島市民球場跡地において仮設パビリオンの設営が始まる。

(熊本県菓子工業組合常任理事)
 ▽旭日単光章 扇原昭氏 (富山県菓子工業組合員)
 ▽黄綬褒章 高田和夫氏 (大阪府菓子工業組合理事)
 ▽黄綬褒章 小島三津夫氏 (愛知県菓子工業組合員)

ない。食後の正しい歯磨きこそが大事で、これが出来ていなければ、どんな食べ物でも虫歯の原因となる。

であるなら、お菓子屋さんだからこそ、食後の歯磨きを徹底したい。「お菓子は健康に良い」と言っていた方がボロボロであれば、説得力に欠けると思う。

また、ある方は「歯を磨くことは、人格を磨く」と言った。清潔感のある口元は、その人の品性や教養、爽やかさを表すだろう。全菓連総務・渡辺嘉一郎

あなたの笑顔に会いたくて…

サンプル・案内書送ります。電話・FAXお待ちしております。

加賀で育って75年
 〒923-0854 石川県小松市大領町そ20
 電話 (0761) 21-5952
 FAX (0761) 21-5958

花豆マフィン 1ケース240個から、右商品と詰合わせOK。

あんていらみす

まんまるん

あいーと

オリジナルの菓名を付けて、1ヶ月間、出来たての風味を保ちます。詰合わせのアイテムにどうぞ。1ケース合わせて(240個)から発送致します。

デリシャセット(ブランディカステラ、チーズカステラ)

カステラ

〔ギフトの定番〕ブランディケーキ

チーズカステラ

高級ギフトの定番、カステラ、ブランディーケーキ。箱入、箱ナシ、1ケース(20本・24本・30本)、2日以内にお届け致します。

視点

新しい食品表示法が制定される。消費者庁では目下、来年3月までに法案を国会に提出すべく準備作業を進めている。新法制定の趣旨は、現行の食品衛生法、JAS法、健康増進法の三つの法律の中から表示に係る部分を取り出して一つの法律にまとめ、新しい表示制度を定めようとするもの。昨秋以降、有識者で構成する検討会で各界との意見交換を行い今年8月に報告書を取りまとめた。同報告書の大要は次の2点。一つは消費者にとって見やすい、分りやすい表示をどう実現できるか。もう一つが前者と相矛盾する栄養成分表示の義務化である。栄養表示の施行は5年後とする。加工食品

の原料原産地表示、遺伝子組み換え表示などについては結論が得られず、別途検討ということで棚上げとなった。この間、全菓連では関係団体、国・与党等との意見交換を含め、各県組合の協力を得ながら国に対して意見提出を行ってきた

は全菓連が事あるごとに主張してきた表示項目。新たな食品表示は、表示事項を絞り込んで、文字を大きくし消費者に分かりやすい内容にすることを最優先とする。すなわち、義務表示は名称、原材料、内容量、品質、使用方法により栄養成分の数値は異なっていく

を定めて任意表示とする。菓子はその地域の地域で生産された農産物を主原料とすることが多く、農作物は収穫年によって品質の状態が異なる。また、使用される原材料の種類、産年、品質、使用方法により栄養成分の数値は異なっていく

ある商品が製造販売し、地域経済、生活文化に大きな役割を果たしているが、栄養成分表示の義務化は、これら事業者に多大な負担を強いられることとなり、経営の存続すら危ぶまれることになりかねないからである。

第3は原料原産地表示の問題。報告書では別途に検討することとされたが、消費者団体など一部からは政治判断すべしとの声もある。菓子は加工度が高く、多くの原材料を使用している。しかも、作柄・価格の変動などによって頻りに原材料の変更を求められ、その都度、表示ラベル、包装を変更することは物理的にもコスト負担の面から対応不可能であることを引き続き強く訴えていかなければならない。

食品表示には本来、二つの機能が求められる。第一は、人の生命を支える食品の安全性の確保。事故発生への迅速な原因究明、製品回収の情報源となることはもちろんであるが、消費者側からすれば、商品の名称、賞味期限、原材料、製造者名などの情報は商品の素性を知る唯一のよすが。換言すれば、「安心のパスポート」の役割を果たしている。パスポートは製造者の責任が前提となっている。だからこそ、消費者にとってみれば、「見やすい、分りやすい」表示が優先して求められるわけである。

もう一つの役割が消費者の自主的かつ合理的な選択の確保。生活の質の向上という表示の目的からして、栄養成分の表示が直ちに否定されるわけではもちろんない。

全菓連専務・矢部正行

食品表示新法に求められるもの

「分りやすさを第一に安心の向上を」

が、法案とともに具体的な制度設計の決め手となる内閣府令等の内容がどうなっていくのか、今後の動向を注視しつつ必要な対応を行っていかねばならない。

これまでの全菓連の意見は大きくは次の三点。第一

アレルギー表示等健康危害に重要な影響及ぼす事項に絞込み、それ以外の事項については事業者の自主的努力を助長する方向で任意表示とすべきではないかという主張である。

第二には、栄養成分表示については、従来通り基準

る。更に、季節ごとの温度や湿度の状況に合わせて、原料の配合を変更することがあり、栄養成分表示の正確性を担保することはできない。しかも、全国に数多く存在する中小菓子製造事業者は地域の食文化、伝統技術をもとに様々な特色の

高知県大石忠生、福岡県山本紘一、熊本県北川和喜、仙台市星賢三、さいたま市斉藤一男、横濱市早川徹、合志光紀、小森堅一郎、名古屋市鈴木草、神戸市川崎隆一郎、北九州市高田睦生

長良園、静岡県三立製菓、白鳥第一工場、愛知県マツヤ本社工場、スギ製菓、三重県亀屋清泉庵、滋賀県叶匠寿盛堂、京都府御菓子司長盛堂、京菓子司大黒屋、大阪府ロワール、兵庫県常盤堂製菓、和歌山県アイリス洋菓子店、広島県桜南食品、香川県マルキン製パン工場、佐賀県菓子司古川、長崎県お菓子のグランパ(向さき)、熊本県(向喜久屋製菓、大分県近藤松月堂、さいたま市和生菓子司、横濱市(向)豊栄製菓工場、京都府(向)進々堂本社工場、北九州市(向)鶴屋八幡支店

食品衛生表彰

菓子関係者多数が受賞

厚労省、(社)日本食品衛生協会主催による第57回食品衛生表彰の会が10月26日、東京・明治座で開かれ、菓子関係者多数が食品衛生功労者及び食品衛生優良施設として、厚生大臣賞ならびに日本食品衛生協会会長賞を受賞した。同表彰の会で厚生大臣賞を受賞された食品衛生功労者は二〇六名、同優良施設は二〇施設、日本食品衛生協会会長賞を受賞された食品衛生功労者は三四二名、同優良施設は二四一施設であった。受賞された菓子関係者は次のとおり。敬称略。

厚生大臣賞受賞者

- 食品衛生優良施設
- ▽北海道 佐々木廣道、渡邊孝、▽青森県 小金沢
- ▽岩手県 中村好宏、義雄、▽宮城県 熊谷正三、▽茨城県 泉川博、▽千葉県 越川光雄、▽東京都 三枝正彦、米津進、

- ▽新潟県 内山主計、川口洋一、▽富山県 大村邦夫、▽静岡県 大川弘美、▽愛知県 酒井宏、▽三重県 上野幸廣、▽大阪府 池尻誠、▽兵庫県 松原恒美、▽奈良県 深谷修次、服部誠、▽徳島県 島尾義治、▽愛媛県 高城顯、▽佐賀県 江口輝海、▽宮崎県 江田勝信、内田幸一、▽鹿児島県 川畑善照、大園順一、▽沖縄県 友利富夫、▽京都市 澤原真雄、▽大阪市 榊井増太郎、▽神戸市 橋本幸太郎、▽広島市

- ▽三河正圓、▽北九州市 丸山道和、大坪靖吉、▽福岡市 坂本伯朗
- ▽北海道 山本菓子舗、▽岩手県 白石食品工業(株)、▽埼玉県 菓壇、▽千葉県 喜八堂野田工場、▽東京都 松文銭堂本舗、▽愛知県 松風堂清州工場、(株)泉屋製菓本舗、▽兵庫県 三田菓庵西村清月堂、▽徳島県 きくや菓子舗(向)、▽香川県 松名物かまど本社工場、▽長崎県 協力産業(向)伊達本舗、▽千葉県 御菓子司榎家、▽大阪市 (向)エフペーカリーコーポレーション、トップ製菓(株)

日本食品衛生協会会長賞

- ▽青森県 照井幸男、▽宮城県 大石功、浅野嘉二男、森保次、▽秋田県 渡邊英司、▽福島県 佐藤敬一、斎藤隆、▽茨城県 岡本保範、▽群馬県 清水亮市、根立照男、▽埼玉県 桜井豊治、▽東京都 山口善久、▽石川県 岡島一芳、▽福井県 富田正幸、浅野耕市、▽長野県 大澤正一、▽愛知県 杉原敏雄、▽大阪府 原幹雄、▽兵庫県 辻康信、片島登久郎、▽奈良県 米山陽、▽和歌山県 切畑屋孟文、▽徳島県 立石博、▽愛媛県 高橋修、白石恵一、▽

食品衛生優良施設

- ▽北海道 Wind Mill、▽岩手県 (向)黄金製パン、▽福島県 長栄軒香桃梨、▽群馬県 (向)関越物産群馬工場、▽東京都 (向)田口屋菓子舗、▽神奈川県 豊島屋製菓(向)宇佐美製菓、松月、▽新潟県 大津菓子店、▽石川県 桶和、▽長野県 (向)紅谷、▽岐阜県

- 長良園、静岡県三立製菓、白鳥第一工場、愛知県マツヤ本社工場、スギ製菓、三重県亀屋清泉庵、滋賀県叶匠寿盛堂、京都府御菓子司長盛堂、京菓子司大黒屋、大阪府ロワール、兵庫県常盤堂製菓、和歌山県アイリス洋菓子店、広島県桜南食品、香川県マルキン製パン工場、佐賀県菓子司古川、長崎県お菓子のグランパ(向さき)、熊本県(向)喜久屋製菓、大分県近藤松月堂、さいたま市和生菓子司、横濱市(向)豊栄製菓工場、京都府(向)進々堂本社工場、北九州市(向)鶴屋八幡支店

長崎カステラ・桃カステラは長崎県菓子工業組合の商標登録銘菓です



長崎カステラ 登録 第5003044号

桃カステラ 登録 第5151942号

長崎県菓子工業組合

長崎市八幡町 4-26 TEL (095) 826-0431 FAX (095) 820-2317

RHEON

お菓子づくりの頼れるパートナー

弊社の食品機械は、和菓子にも洋菓子にもさまざまなおいしさづくりにご活用いただいております。多彩なお菓子づくりに火星人・CN580、デュアルガトーデポをぜひお役立てください。

New 全高が低く、使いやすい包あん機 **火星人・CN580**

生地を傷めない小型デポジター **デュアルガトーデポ**



リングドーナツ

豆大福

4色クッキー

マカロン

レオン自動機株式会社

TEL:011(864)7741 金沢出張所 TEL:076(222)0205
 TEL:022(371)9231 仙台出張所 TEL:06(6384)9213
 TEL:028(665)1111 関東営業所 TEL:086(243)4011
 TEL:03(5561)0811 東京出張所 TEL:082(221)6363
 TEL:052(776)2400 名古屋営業所 TEL:092(431)0843

〒320-0071 栃木県宇都宮市野沢町 2-3 TEL: 028 (665) 1111 FAX: 028 (665) 3256
 URL: http://www.rheon.com E-mail: info@rheon.com

低コスト多収穫稲作に取り組む

北海道岩見沢試験地を視察

加工用米需要者団体協議会(全菓連など加工用米需要者団体で構成)は9月28



試験圃場

日に産地研修会を実施、北海道立中央農業試験場岩見沢試験地を訪問し、圃場の視察等を行った。

同試験地は石狩川下流の空知平野の岩見沢市上札幌町に位置し、業務用高収量・耐用品種、加工用品種、直播用品種の選抜試験、不耕起乾田直播栽培技術、業務用良食味肥培管理技術の確立等に取組んでいる。北海道は今日、新

性に優れた新品種の育成にある。同試験地によれば、北海道の水稲は耐冷性の強化中心に長年の品種改良の積み重ねがある。また、その結果、積算温度に達したから花芽分化が始まるという感温性により、日長に支配されずに穂成り成熟することができ、個体が選抜されてきたことが大きい、という。北海道の水稲の幼穂形成期は6月末から7月上旬になることが多いが、この時期は栄養成長の分けつが盛んであり、生殖生長と栄養成長が重複している。府

の稲の生育相との大きな相違点であるが、そうした品種特性から独自の栽培技術が発展していった。道庁などが「地帯別優良品種の作付指標」に基づき気象条件に合った産地育成に積極的に取り組んできたことも特筆される。北海道産米の特色は食味の良さ、値ごろ感にあり、外食、レトルト食品など業務用ばかりでなく、家庭消費用米の販売も全国レベルに広がってきている。もち米の生産も全国1であり、「はくちょうもち」「風の子もち」の主力2品種のほか、新品種「きたゆきもち」の販売が始まっている。

北海道稲作の今後の課題としては、①家庭消費米の更なるブランド化と、②菓子など加工用米を含めた業務用米の低コスト化という二つの方向がある。同試験地では新品種の開発と肥培

管理試験と合わせて、いくつかの具体的なテーマに取り組んでいる。一つは泥炭地での客土による良食味米栽培の普及。泥炭層の表面の作土25cmを剥ぎ取り、泥炭層の上に砂質客土(粗粒火山性土)5~10cmを敷いたうえで作土を戻すというもので、透水性の良い客土材によって稲の根が泥炭層に伸びることを制限し、余分な窒素の吸収が抑制されることから、米粒タンパク質が低減されて食味が改良されるという。二つ目は不耕起乾田直播栽培技術の普及である。水稲の主力産地となっている空知、上川地区などでは小麦などの水田転作に取り組んできた稲作農家が、畑作

広島菓子博への対応など協議

関東甲信越ブロック会議・東京菓子会館で開催

全菓連・関東甲信越ブロック会議は10月18日、東京菓子会館大会議室で開催された。会議には大塚ブロック幹事長、黒川東京都理事長、各都県理事長・役員ほか全菓連から岡本理事長、竹内副理事長、矢部専務が出席した。

会議では冒頭、大塚ブロック幹事長による組合功勞表彰が行われ(別記)、続いて全菓連の近況報告、広島菓子博の準備状況、各県提出議案の説明があり、以下の意見交換が行われた。

○9月7日のブロック協議

○今後の菓子博の展望にも資するという観点から、広島県から提案のあった全国めくり館での販売を行うこととした。最低1千万円の販売目標を立てている。売上確保のためのプースの位置について然るべき配慮を願いたい(東京)。

○今後の菓子博の展望にも資するという観点から、広島県から提案のあった全国めくり館での販売を行うこととした。最低1千万円の販売目標を立てている。売上確保のためのプースの位置について然るべき配慮を願いたい(東京)。

○今後の菓子博の展望にも資するという観点から、広島県から提案のあった全国めくり館での販売を行うこととした。最低1千万円の販売目標を立てている。売上確保のためのプースの位置について然るべき配慮を願いたい(東京)。

○今後の菓子博の展望にも資するという観点から、広島県から提案のあった全国めくり館での販売を行うこととした。最低1千万円の販売目標を立てている。売上確保のためのプースの位置について然るべき配慮を願いたい(東京)。

○今後の菓子博の展望にも資するという観点から、広島県から提案のあった全国めくり館での販売を行うこととした。最低1千万円の販売目標を立てている。売上確保のためのプースの位置について然るべき配慮を願いたい(東京)。

幅広い用途にご利用頂ける万能機!

あん煉り機、すり鉢、うらごし機、ミキサーとして、使い勝手、用途の広さ、性能の良さをご満足いただける卓上攪拌機。攪拌軸は斜軸自転公転式で、焦げ付きやムラなく均質に攪拌します。

用途に合わせた多彩なオプション

用途に合わせて、熱源、羽根材質、鍋容積・材質などを選択頂けます。また、多彩なオプションもご用意しています。(下記以外にも、カスタードクリーム用攪拌子、温度センサー、安全ガード、鍋傾動架台、重量計などがございます。)

卓上攪拌機KRシリーズ

ガス加熱タイプ (鍋容積14L) KRミニシリーズ

IHタイプ (鍋容積12L)

ガス加熱タイプ (鍋容積22/30L) KRjr (ジュニア) シリーズ

IH・α (正逆転) タイプ (鍋容積22/30L)

2本杵/すり鉢セット (KRミニ用)

うらごしセット (KRミニ/KRjr用)

製あんオプション (原穀2kg、KRミニIH用)

食品加工機械・製菓機械のシステム化をめざす

株式会社 カジワラ

http://www.kajiwara.co.jp カジワラ 検索

営業本部 〒340-0811 埼玉県八潮市二丁目1000 ☎048(994)5551

本社 ☎03(3842)6611
 東京営業所 ☎048(994)5551
 札幌営業所 ☎011(892)0601
 仙台営業所 ☎022(238)4661
 名古屋営業所 ☎052(582)6421
 大阪営業所 ☎06(6541)3561
 広島営業所 ☎082(291)7011
 福岡営業所 ☎092(712)4551

洋菓子講習

日本菓子専門学校 教育部長 平岡 強氏

シヨコラ マロン カシス

直径18cm 2台分

- 【配合】
- A. タコワース・ノワゼツ 卵白……………100g
 - グラニュー糖……………65g
 - 粉末アーモンド……………40g
 - 粉末ヘーゼルナッツ……………20g
 - 薄力粉……………15g
 - B. パンド ジェンヌ シヨコラ パート ダマンド(70%) ……115g
 - トレモリン……………20g
 - 全卵……………120g
 - SP……………2g
 - シヨコラ ノワール(70%) ……40g
 - D. ムース カシス カシス ピュレ……………70g
 - クレーム ド カシス ……12g
 - 板ゼラチン……………4g
 - クリーム(35%)……………70g
 - イタリアン メレンゲ ……90g
 - E. ムース シヨコラ キ ヲラメリア クリーム(35%)……………180g
 - 卵黄……………50g
 - グラニュー糖……………35g
 - シヨコラ オレ(キャラ メリア)……………200g
 - 板ゼラチン……………5g
 - クリーム(35%)……………400g
 - F. グラサージュ ショコラ オレ ……2g
 - クリーム(35%)……………160g
 - ナパージュ ノートル ……90g
 - 水……………40g
 - シヨコラ オレ(キャラ メリア)……………200g
 - シヨコラ プラン……………65g
 - 板ゼラチン……………4.5g
 - カシスのコンポート ナパージュ プラン 渋皮付きマロン シヨコラ ノワール 金箔



シヨコラ マロン カシス

- 薄力粉……………65g
- B.P……………20g
- バター……………35g
- C. クレーム プリュレ マロン クリーム(35%)……………100g
- 牛乳……………50g
- 卵黄……………40g
- グラニュー糖……………18g
- ヴァニラビーンズ ……1/5本
- 青おろ板ゼラチン……………4g
- パート ド マロン ……40g
- D. ムース カシス カシス ピュレ……………70g
- クレーム ド カシス ……12g
- 板ゼラチン……………4g
- クリーム(35%)……………70g
- イタリアン メレンゲ ……90g
- E. ムース シヨコラ キ ヲラメリア クリーム(35%)……………180g
- 卵黄……………50g
- グラニュー糖……………35g
- シヨコラ オレ(キャラ メリア)……………200g
- 板ゼラチン……………5g
- クリーム(35%)……………400g
- F. グラサージュ ショコラ オレ ……2g
- クリーム(35%)……………160g
- ナパージュ ノートル ……90g
- 水……………40g
- シヨコラ オレ(キャラ メリア)……………200g
- シヨコラ プラン……………65g
- 板ゼラチン……………4.5g
- カシスのコンポート ナパージュ プラン 渋皮付きマロン シヨコラ ノワール 金箔

【仕上工程】

①Aを仕込み、丸口金10番で直径16cmに絞り190℃のオーブンで焼成する。
②Bを仕込む。

【仕上材料】

カシスのコンポート ナパージュ プラン 渋皮付きマロン シヨコラ ノワール 金箔

【製品の特徴】

この製品は、酸味の強いカシスと濃厚な甘みのマロンとを合わせさらに、ほのかにキャラメル風味のするミルクチョコ(キャラメリア)を使用したムースで全体を包み同じミルクチョコを使って全体の味をまとめています。

【製品の注意】

今回は、色々な生地、クリームを組み合わせてあり複雑ですが一つ一つの配合は基本的な仕込みのものが多いので上手く使えるものを組み合わせると仕上がると思っています。

協同組合日本製パン製菓機械工業会 創立50周年記念行事を盛大に開催

協同組合日本製パン製菓機械工業会(理事長・田中利幸)は10月24日、東京會館(東京都千代田区丸の内)において、創立50周年記念行事を盛大に開催した。

記念シンポジウムでは、製パン製菓関連業界団体の専務理事クラスの役員をパネラーに招き、増田文治専務理事がコーディネーター

創立50周年記念式典



記念式典では、田中利幸理事長の式辞の後、経済産業省より田中利幸理事長に功労者表彰として、経済産業省製造産業局長賞が授与された。

記念式典では、田中利幸理事長による主催者代表挨拶

に続き、一般社団法人日本パン工業会・飯島延浩会長が祝辞を述べ、全国菓子工業組合連合会・岡本楯雄理事長の乾杯の発声により華やかに開宴した。

記念式典には、多数の業界関係者や報道陣、日本製パン製菓機械工業会の会員等462名が出席した。

全菓連だより

▼今回、経済政策の効果について考える機会があったので、参考までにお付き合い頂ければ幸いです。

▼今回の経済政策の効果が、政府が行う政策のこととをいうようだ。その政策で、政府が用いる代表的な手段として、財政政策と金融政策の二つがある。

一、国防や治安の維持、教育など公共目的のための財・サービスの供給がある。

二、市場機構(競争)によって解決されず、政府部門の役割が期待される貧富の差といったような、所得分配の問題の解消を図る。

三、有効需要(貨幣的裏付けのある需要)が不足しているときは、国民所得が完全雇用に対応する水準よりも小さくなり、失業が存在する。このため、財政支出によって有効需要を増大させ、失業率を低下させることが求められる。

③Cを仕込む。

a. クリーム、牛乳、卵黄、グラニュー糖、ヴァニラでアングレーズを煮上げゼラチンを加え裏漉す。

b. パート ド マロンに少量ずつaを加え滑らかになる様混ぜ合わせ、直径16cmのセルクルに流し冷凍する。

c. クリーム、牛乳、卵黄、グラニュー糖、ヴァニラでアングレーズを煮上げゼラチンを加え裏漉す。

d. カシス コンポートを散らし8mm厚のBを載せて冷凍する。

e. クリーム、卵黄、グラニュー糖でアングレーズを作りゼラチンを加え溶かす。

④Dを仕込む。

a. クリーム、卵黄、グラニュー糖でアングレーズを作りゼラチンを加え溶かす。

b. 溶かしたシヨコラ オレとaを混ぜ合わせ裏漉す。

①直径18cmセルクルにEを1cm厚位に流し冷凍したDを載せる。

②再びEを流し冷凍したCを載せ、さらにEを少量流しAで蓋をして冷凍する。

③②が固まったらセルクルを外し温めたFを全体にコーティングする。

⑤シヨコラ ノワールで作った飾りと渋皮付マロンを載せ金箔で飾り付ける。

④Fが固まる前に素早くナパージュ プランとカシスピュレを合わせたものをパイピングする。

⑤シヨコラ ノワールで作った飾りと渋皮付マロンを載せ金箔で飾り付ける。

⑥Fを仕込む。

⑦Fを仕込む。

⑧Fを仕込む。

【仕上工程】

①Aを仕込み、機能するかは不透明だ。やはり、日本は日本に適した政策を立案しなければならぬ。国民の声を聴き、かつ、大衆迎合でない政策、つまり、経済原則に沿った適正な政策に収れんさせていくことは、政党の大切な仕事の一つである。とくに政権党は、この仕事をしなければならぬ。

▼また、政策の効果を上げるために、財政支出によって有効需要を増大させ、失業率を低下させることが求められるが、これを実現するための手法として、補正予算があると思う。かつて、1998年4月〜2010年10月における補正予算は合計で64.4兆円だった。しかし、その効果は、一時的な景気の回復はあった。だが、国内総生産(GDP)を増大させるまでには至らなかった。景気の回復が主目的で組まれた補正予算だと思いが、持続する効果は上げられなかった。

▼再びテレビの話で恐縮だが、「投資効果は、都市部の方が大きく、地方が少

ない。日本列島改造論に基づき地方の開発を進めた結果、それまで7〜8%だった成長率が、3〜4%に落ちた。明らかに都市部の方が投資効果は良い」というエコノミストがいた。

これらを考えあわせると、持続する効果を得るには、投資が必要であることがわかった。そして、投資効率をより高めるなら、都市部に投資を集中させることが必要なのもわかった。ならば地方はどうすれば良いか、都市部と同様の投資ではなく、地方の特徴を生かす里山など国土を保全するための投資を行うのが良いと思う。都市部への集中投資で稼いだ金を、地方への投資として回す。それは、都市部と地方の格差を正すというのでなく、役割分担として、効果を上げる考えだ。経済政策の効果を上げることは、復興予算に直結するので、復興予算ともども実施を急ぎたい。さもなければ、消費税は、上げられないと思うが、全菓連理事・千田仁司

和歌山

紀州ポンカンプリン

水害復興の願い込め

和歌山県菓子工業組合「菓友会」若い経営者のグループでお菓子の売れ行きが低迷する夏場に対応するため、昨年9月11日に紀伊半島を襲った台風12号による未曾有の災害を被った那智勝浦町のポンカンジュースを使って「紀州ポンカンプリン」の販売をした。昨年12月から月に1回ほど集まり試作を繰り返して



紀州ポンカンプリン

完成させた。この取り組みは3年目でこれまでも、県内の食材を生かして「將軍プリン」や「ジンジャープリン」を作り好評だった。ポンカンジュースは、串本町や那智勝浦で生産されているものを各店で選んで使っている。

豆乳プリンの上に甘酸っぱいポンカンゼリーが乗った2層構造で、中に入った軟らかい餅がアクセントになっている。餅は冷やしても硬くならないよう工夫を凝らした。材料に卵は使っていない。

緑色のようなかんをポンカンの葉に、蜜漬した小豆をへたに見立ててポンカンを表現。包装は鮮やかなオレンジ色を使い、全面にポンカンを描いて分かりやすさを重視した。

器は多治見焼を使い、涼しげな雰囲気仕上げている。ポンカンの風味をまず味わってもらって、豆乳も一緒に楽しんでもらえる。水書からの復興への願いをこめ情熱を込めて製造1個280円で販売。マスコミからも注目をあ

びテレビ、ラジオ、新聞にも取り上げられ話題を呼びました。和歌山県菓子工業組合事務局長・高橋義明

栃木 那須塩原市スイーツコンテスト
名物となれるスイーツを!

10月15日に那須塩原市の割烹石山において、那須塩原市スイーツコンテストが行われました。県立那須拓陽高校の生徒が、那須塩原市の農産物を活用し創作したスイーツの中から、「那須塩原らしさ」を備え「物語性」のあるスイーツを「那須塩原スイーツ」として選定し、将来的には「那須塩原スイーツ」として売り出していくことを目的にしたコンテストです。審査員としては、栃木県菓子工業組

合、栃木県洋菓子協会、栃木県養士会、市内菓子店、市内の高等学校、観光協会などの協議会推薦審査員のほか、広報で一般公募した市民約30名、計約70名の審査員によって審査されました。審査の内容は、9つのグループがそれぞれ考案したスイーツのプレゼンテーションをみて、審査票の項目に点数をつけていき、その後、試食会場でそれぞれのスイーツを試食し、高校生に質問をしながら、審査票の項目にしたがって点数をつけていくというものでした。我々専門家は、一般審査員とは違った審査項目も設けてあり、製法が適正か、日持ちや型崩れなどは流通に耐えられるか、原価はどうか等、実際に商品化する際に、考慮しなければならぬ項目についても、審査

した。最初に狩野琢也氏が手順を見せ、それをくいたように生徒さんが見て、中継用のカメラも手元をしっかりと写し出来上がると歓声があがった。みんな作り始めると包餡や竹べらでの菊を切る工程がなかなか難しそうだったが楽しく作業できた。そして、出来上がる頃にかかるかん餡頭も蒸しあがった。

作業が終わると、先生から抹茶をいただき生徒さんと作った上生菓子と一緒にいただいた。満面の笑みで「美味しい、とても楽しかった。」と感想を言っていた。京都府菓子工業組合青年部広報担当・北川善英

するよう考えられていました。下野新聞にも、記事が掲載されましたが、優勝は「Mow♡びっくりにコラレーション」という、タルト生地地に餡をしきその上にフランジエを流し、きな粉、黒蜜、をかけ、好みに応じてトマトジャムをつけて食べるというスイーツでした。今回の作品の多くが、トマトを使ったスイーツが目立ちました、もちろん那須塩原市が本州一の生産を誇る牛乳は多くのグループで使われていたことが、栃木の代表的な素材である、苺を使ったスイーツがあってもよかったです。今後、我々専門家に商品化の依頼が来ると思いますが、那須塩原さらには栃木県の名物となるようなスイーツを産み出す機会になれることを願っています。

・渡辺和雄
栃木県菓子工業組合理事

那須塩原市スイーツコンテスト



菓子教室

京都 京都市立桃陽総合支援
学校で菓子教室を開催

10月11日(木)に京都市立桃陽総合支援学校の第二赤十字病院分教室にて、菓子料理教室の授業で、菓

子教室を行いました。今回は、第二赤十字病院分教室と国立医療センター分教室をミートアップしながらオンライン中継し同時に菓子教室を行うという試みを初めて取り組みました。始めに津田陽輔部長の挨拶があり寿菓舗の狩野琢也氏が菓子の歴史や和菓子の食べ方について話をしていただきました。それから双鳩堂の北川孝大氏がかかるかん餡頭を指導した。つくね芋をボウルで混ぜる作業が、初めての触感でも楽しそうでした。生地ができ牛乳パックで作った枠に流し蒸し器へ入れ蒸し始めると、次に狩野琢也氏が上生菓子の「うさぎ、菊」の作り方を指導

した。最初に狩野琢也氏が手順を見せ、それをくいたように生徒さんが見て、中継用のカメラも手元をしっかりと写し出来上がると歓声があがった。みんな作り始めると包餡や竹べらでの菊を切る工程がなかなか難しそうだったが楽しく作業できた。そして、出来上がる頃にかかるかん餡頭も蒸しあがった。



那須塩原市スイーツコンテスト

全菓連推薦

2013年卓上カレンダー
日本人のきまりごと

◆自然を憶うことば篇◆

毎年、いろいろなテーマでご好評をいただいています。卓上カレンダー『日本人のきまりごと』も今回で16年目。今回は、日本の自然にまつわる名称・言葉をテーマにつくりました。お店の大切なお客さまやお取引先の方にも、新しい年のご挨拶用などに使ってみてはいかがでしょうか。

風合いのある紙製 (サイズ 145×182ミリ)
表紙1枚 本文12枚 (表裏共4色印刷)
1冊 490円(税別) PP袋入、専用のし袋付
※写真と現物は一部異なる場合がございます。



名入加工例(表)

お届けは10冊より。 名入加工は100冊より承ります。

- | | |
|----------------------------------|------------------------------|
| 【ご注文単位】 | 【名入料金】 |
| ●10冊以上とします。 | ●100冊の基本料金 15,000円(カレンダー本体別) |
| ●30冊以上送料無料
(30冊未満は送料実費申し受けます) | ●101冊より基本料金プラス1冊につき50円 |
| | ●文字色は白のみで表裏両面印刷となります。 |

【ご注文締切日※名入の場合】 ●締切 11月30日(金)
※お届けは締切日より約2週間後となります。

文化の香るパッケージづくり

株式会社 **アベック**

本社 〒106-0044東京都港区東麻布2-15-2 TEL03-3585-0052(代) FAX03-3585-9124
問合せ先 **TEL03(3585)0051(代) FAX03(3585)9124**

お申し込みは、各県菓子工業組合まで

千葉県 新進気鋭の技術者が 和菓子五色・五態を競う

さる10月2日千葉県技能祭実行委員会(千葉県職業能力開発協会後援)が主催する技能祭「競技の部」が千葉県菓子会館で行われた。県内で働く技能者を社会に発表し技術水準の向上と能力の開発を図り、広く社会一般に技能尊重機運を醸成することを目的として行われ今年で第35回を迎えた。

この技能祭は和菓子のみに限らず、日本料理・園芸・装飾・建築大工・左官・髷・板金など7業種が参加して競技会を実施している。

県和菓子技能士会の参加は平成9年第20回からの参加で、新進気鋭の技術者が毎回15〜6名前後で競技委員が課題を決めている。競技課題は毎年変わり、過去の課題では「秋の和菓子」「菊五色五態」「果物五色五態」「松竹梅鶴亀」「七・五・三」「祝菓子」「仏事菓子」ユニークな課題では「和菓子のクリスマス」「運動会」などがあり、そして今年は「千葉の名所・特産品」という難易度の高い課題であった。



千葉県技能祭「競技の部」

競技内容として、県職能協会の開会挨拶で幕をあげ、県技能士連合会より委嘱を受けた技能士会役員が運営委員となり審査を担当、競技に対しての説明があり協議開始となった。小道具、色紙は各自持参

で材料の白練切250g、中餡150gが支給され1個45g五色・五態を制限時間2時間で競技に入った。出来上がった作品を展示用折に入れ審査された。モチーフが同じであっても同じ形の物はなく、実に個性的な作品ばかりで、その中でも一昨年開催された



展示用折に入れ審査

千葉県国体での、ゆるキャラ「チーバくん」は人気で数人が製作していた。作品審査で県知事賞一名、県職能能力開発協会会長賞一名、県技能士連合会会長賞二名が選出され、12月11日千葉県職業能力開発促進大会で授与される。

競技終了後は競技運営委員が個々の作品を品評して勉強し合い和菓子談義後は、来年も又挑戦しようという約束し合って散会となった。今回で35回目を迎えた技能祭、国の事業仕分けなどで来年の開催が危ぶまれている話も出ている。

片方では技能水準向上と能力開発を図るなどを目的とするなど言いながら、事業仕分け的にされている矛盾は、何とかならないものか。

この伝統行事は是非とも継続していきたいと技能者は語り合っていた。千葉県菓子工業組合相談役・森浩

青年部 ブロック長がゆく

日々発見・チャレンジ

愛媛県松山市 巴堂本舗

今回訪れたのは、日本でも有数の温泉地であり、あの夏目漱石も愛したといわれる愛媛県松山市にある道後温泉です。道後温泉は開湯3000年の歴史があり、日本最古の温泉として知られています。

その道後温泉の商店街は平日でも多くの観光客で賑わっていて、とても活気のある雰囲気があります。その商店街の一角に戦後から店を構えている巴堂本舗を訪ねてきました。お店は店先から工場での作業を見ることのできるオープンキッチンになっていきます。これは創業からの造りだそうで



ジャンボ坊っちゃん団子(上)



店内の様子

巴堂本舗の4代目大橋成行氏です。松山の土産といえば、タルト、坊っちゃん団子が有名です。もちろん大橋氏のお店でも主力商品となっています。巴堂本舗のタルトはカステラ生地はしっかりと

り、中の餡はゆずジャムを使っていてとてもしっとりとした味わいに仕上がっています。坊っちゃん団子も求肥をあんこで丁寧にくるんで串にさし、とても上品な甘さに仕上がっています。お茶

うけにとても喜ばれているそうです。坊っちゃん団子の由来は夏目漱石が明治の頃、松山の中学校に英語教師として在任中道後温泉に入浴したあと団子を気に入って食べていたそうです。その後の作品小説「坊っちゃん」にちなんで名づけられたそうです。ここにも歴史を感じることができます。

そして巴堂本舗にはもう一つの主力商品があります。それは普通の坊っちゃん団子の10倍はあるかと思われる「ジャンボ坊っちゃん団子」です。見た目にもインパクトがあり、評判も高いそうです。この「ジャンボ坊っちゃん団子」は3代目の大橋昌三氏が瀬戸大橋の開通にあわせて販売を

始めたもので、一つ一つ手作りでつくられています。店先に見本を飾っています。修学旅行の学生などの観光客の方々が立ち止まって写真を撮り、土産に買っていかれるそうです。今でも月に一度は取材が入ると大橋氏はうれしそうに話してくれました。店頭には

取材にきた多くの有名人の写真もありました。最後に大橋氏は菓子作りを楽しみ、自分の作った菓子をお客様に喜んでいただけて笑顔が見られることを仕事の糧とし、これからは季節にあわせた菓子作りをしていき、お客様特に若い方々にアピールしていきたいとおっしゃっていました。日々新しいことを発見しチャレンジしていく大橋氏の姿勢を私も見習いたいと感じた取材でした。

残念ながら今回は道後温泉で入浴もできず取材のみになってしまいました。また来たいと思わせる雰囲気のあるまちです。皆様もぜひ足を運び道後温泉で入浴して、巴堂本舗の「ジャンボ坊っちゃん団子」をご賞味ください。

中・四国ブロック長・高橋宏暢

巴堂本舗

愛媛県松山市道後湯之町13-7
TEL 089 (941) 3452
FAX 089 (941) 3648
営業時間 8:00~22:00
定休日 水曜日

店舗データ

全国菓子大博覧会第18回・第25回 名誉総裁賞受賞



特許取得済 ミクロペースト(1kg~8kg)



◎上新粉 20kg

その他各種製菓材料取り揃えております。

お米の粉

米粉倶楽部 米粉で、食料自給率アップ!



家庭用 500g / 業務用 20kg

国内産米使用の米粉。天ぷら、唐揚げや、ピザ、パンづくりなど幅広くお使いいただけます。



株式会社 波里

ナミサトは、自然の息吹を大切にします。 http://www.namisato.co.jp

本社 〒327-0046 栃木県佐野市村上町903 TEL.0283-23-7331 FAX.0283-23-5401
 東京営業所 〒101-0032 東京都千代田区岩本町1-8-16 TEL.03-3851-7331 FAX.03-3851-2900
 大阪営業所 〒532-0011 大阪府大阪市淀川区西中島7-7-2 TEL.06-6307-7331 FAX.06-6307-1211

豆類加工研究会(社)菓子食品新素材技術センター(内)では今年度の豆類情報について報告した。同報告によると今年度の北海道新小豆は色黒、小粒、整粒で副産物が少ないのが特徴だという。講演要旨は次の通り。講演担当・橋本直樹氏(株)アイワ物産代表取締役。

北海道新小豆

今年の北海道の気象経過は、播種時、種時の5月下旬から8月中旬まで平年並みで順調に推移していたが、8月20日～9月23日は異常な高温だった。9月に入っても毎日、30度以上の日が続いた。積算気温とは、毎時0分の気温を計り、1日を平均して足し上げたものだが、帯広では5月21日～9月末までで2459.9度だった。平成に入ってから5番目の高温年で、今年最後だけ、暑かった特

異な年だ。

新小豆の特徴

今年の新豆の特徴は、先ず高温だったので色黒だ。積算気温は、粒度と負の相関関係にあるので小粒傾向だ。また、整った粒の比率が高いので、副産物が少ない。サンプル小豆や何とか粒にいける豆は少なそうだ。ただ、粒度の分布からいえば2等にするには問題ないので、二分上がない。大粒小豆にした場合、エリ

反収予想

反収予想では9月6日現在、ホクレンが発表した数字がある。十勝が4.8俵、北見が3.3俵、上川と石狩が3.7俵、全道で4.4俵となる。私の予想では、十勝4.5俵、北見4俵、

色黒、小粒、整粒で副産物少ない 新小豆の特徴を報告

豆類加工研究会

その二分上は無いだろう。キタロマンは十分ある。大納言はトヨミでも二分は難しい。二分上と1.95上のものが流通すると予想している。

百粒重は、平成22年が11.1g、23年13.7gで、これを見ることによって粒度がわかる。今年の十勝中央部のエリモは11.7gだ。異常高温だった一昨年より重い。去年よりは小粒傾向にある。ただ、少しも涼しかった周辺部は11.7gより重いことが予想され、13g弱くらいあるのではない。今年は芽室よりも更別や鹿追など、周辺部のものが品質や粒度がいい。

ひゅうひゅうと日本海で海が鳴りはじめました。北国や雲厚い海の街に住んだ方ならよくわかる、冬ならではの音です。冬の海鳴りを聞けば、春の訪れが待ち遠しくなるそうです。

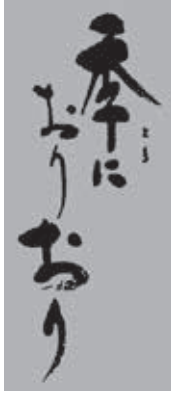
全国菓子博の受賞ステッカー

先般、全国菓子博覧会の入賞ステッカーをシールにして包装紙に貼ることをお勧めしました。

旬を待つ

北国では、春の菓子が、暖かい地方より早くお店に並ぶのもよくわかります。雪の中で桜餅なんて思っていました。しばらく寒い処に住んでみて始めてわかる事でした。

四年に一度の菓子博を待ちわびているのは、お菓子業界の方だけではありません。お菓子好きのお客様も



その11月

勧めましたところ、これまで考えられなかったような売り上げとなりました。海外での受賞はよくパッケージに印刷したり広告したりしてアピールされているからかもしれません。もっと菓子博での受賞をお菓子

もうアイデア。この夏、冷やしておいしくと記したシールが効果的でした。この時期でしたら、「新小豆使用」とか「穫れたて小豆仕立」などいかがでしょうか? 温めてお召し上がりください! も目を

上川、石川は3.7俵と読んでいる。ただ、小豆もまだ3割方畑にあるので、上下にぶれると思う。特に十勝と北見はいくらかの上積みがあるのではない。全道の反収は、4.2俵と読んでいる。面積24400haという発表があったので、品物は97万俵くらいとれると思う。1年分の消費量は十分賄える数だ。また、23年産は台風による長雨で小豆もロスが多かった。歩留まりが悪かった。需給資料の数字をそのまま持つてくると間違いを招く。

中心値及びいつ安値をつけるのか

9月の頭、地元の幕別の生産者に小豆の価格を聞かれたので「今年は反12万円ありますよ」と言ったら来年は「絶対に小豆を賤ぐ」と言った。反8万円くらいであればまあまあなので、十勝管内は来年小豆が増えると思う。現在、全道での

いつ安値をつけるかは、非常に難しい。ただ、産地

の農家から集荷している値段と去年、ホクレンが商人系に買い負けて集荷率が悪かった点、安値に放置して単協も少し怒っている点等を踏まえると現在の価格より60kg当り1500円上が新物の中心地と思われる。従って、先の積りでこれを下回るものは、買っても損はないと見ている。

いつ安値をつけるかは、私の考えでは10月中旬に安値をつけて、限度はあるが、そこから少し上げ基調になると思う。なので、10月中

が終わっている。金時は去年は色流れがあったが、今年には問題ない。ただ、繰り越

その他の北海道産豆

いんげん系の進捗状況は手亡の収穫は8割方終わり、金時は十勝が100%の

が終わっている。金時は去年は色流れがあったが、今年には問題ない。ただ、繰り越

輸入小豆

農水省による各団体、ヒアリング希望数量

毎年、輸入の枠が4月と10月に出るので、これに基づき、輸入商社ホルダーが輸入する。農水省は8月3日～8日に先だって各団体にヒアリングを行った。いんげんとえんそらは二次枠があり、後からももらえるので、皆さん小豆に注目している。小豆枠の希望の数量だが、神戸の商社19社のうちの一番大きい数字と低い数字を除いた17社の平均が14847トだった。東京の商社は8社平均で14000ト。日館連は15000トだった。ホクレンは

立場上0ト、全穀商連が14000トという結果だった。ホクレンを除く4団体の平均を取ると、14462トで、下期枠の小豆の14400トとかなり近い。小豆の下期枠14400トは、多いと思われるかもしれないが、実は違う。3000トくらいのカナダ小豆が未通関で、港の保税倉庫に置いてある。4月枠でカナダ小豆を輸入しようとしたが「天津が儲かる」となった。この結果、カナダ小豆は秋の10月枠で切ろうとなり、急遽、天津を買って東京穀物商品取引所の定期市場に渡した。従って14400トから3000トを引いた11400トが実

天津は今年作付けが大幅に減っている。作柄は順調だが、小豆の先物市場で儲かったため、色々な方が渡した。定期市場に渡した人にも2種類あり、渡した人と先物を売って相場が上がって、評価損が出たまま、そのまま差金決済すると大幅に損が出るので、天津小豆を渡してお茶を濁した人だ。このため天津小豆が、市場に流れなくなってしまう。

私は定期市場に天津小豆が、渡せるのが問題だと思

最終値段が12500円、定期市場から6000円、円差がついているので60キロ当たり13000円になる。これと比較するので、大きい枠を持った人に天津小豆を買いに行った場合、よほどいい人間関係がないとこれ以下で買いく。この価格が底になり、磨くと15000～16000

蒸し羊羹などの和菓子、フルーツケーキなどの洋菓子、チョコフレッドなどのパンが格安の値段で販売された。今年は東日本大震災への復興チャリティー製品も設けられ、価格のうち100円が募金にあてられる。

日菓団案 笑顔をお届け お菓子のパン

日本菓子専門学校(校長遠藤徳貞氏)では11月3日、第25回日菓団案を開催した。本年は「日菓団案笑顔をお届けのお菓子とパン」をテーマに行われた。会場では学生の作った菓

また、洋菓子体験ではロールケーキ、和菓子体験では煉り切りと黄味時雨、パン体験ではアルファベット

が実習された。

カナダ小豆

カナダ小豆は契約栽培で、2月頃に契約したものが入ってくる。作柄は順調なので、契約栽培以外のフリーの品物が9000トンくらい入ってくると思う。

行事予定

- 愛媛 11月19日、中嶋神社秋季大祭に参加、11月24日、えひめまつりや産業まつりに参加、城山公園やすぎ広場
- 岐阜 11月19日、和菓子技術講習会、香梅六条工場、12月8～9日、第4回飛騨高山菓子まつり、陣屋前広場
- 静岡 11月22日、研修旅行会、伊那食品工業見学
- 茨城 11月25日、サイクルアートフェスティバル2012に出展、県取手競輪場、12月10～14日、いはらぎのお菓子大集合展、県庁舎県民ホール
- 兵庫 12月1日、三田音楽祭に参加

餅型

お饅頭の成形に
お悩みの方のお供え成形器
PAT.P.

鏡餅(5勺から1斗まで)小判・玉子・足形(各5合・1升)ナマコ(3合、5合、7合、1升)全国菓子道具店、原材料店、米穀材材店どうぞ

カタログは下記へ
〒488-0012 愛知県尾張旭市三郷町角田1123

(株) 三郷製型所

TEL 0561-53-2504(代)
FAX 0561-53-5366

日本食糧新聞社、協同組合全日本洋菓子工業会は2012年4月4日(水)〜6日(金)に東京ビッグサイトで第9回デザート・スイーツ&ドリンク展を開催しました。同展のプレゼンテーションステージでは主催者特別企画として「菓子の進化と世界大会で優勝したアントルメから考察する」大会での製作技術をパティシエはどう活かすのか」をテーマに講演を行いました。

先月号より続く。

WPPTCのアントルメのデザインを比べる

上村 前回は、2010年の大会では見事に優勝しました。その時のアントルメの特徴を紹介して下さい。(4)

朝田 味はシンプルで構成的にはそんなに複雑ではないのですが、ファーストインプレッションが凄くいいです。目を引くし、印象にも残ります。年々、流行りになっているリング状の仕込み型を使っているのも、



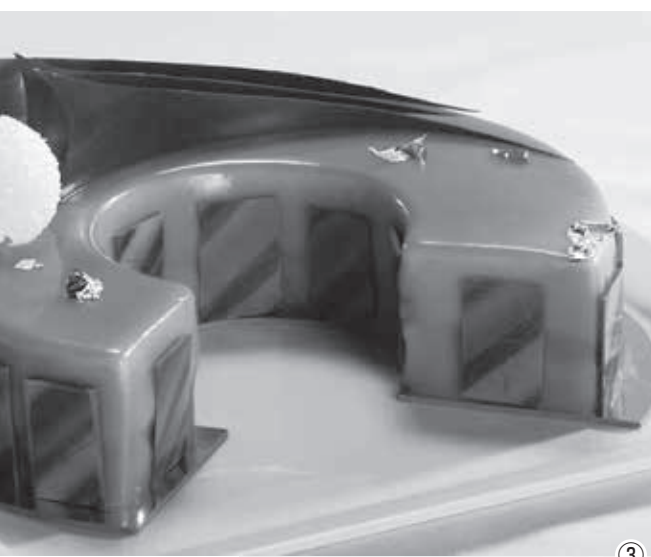
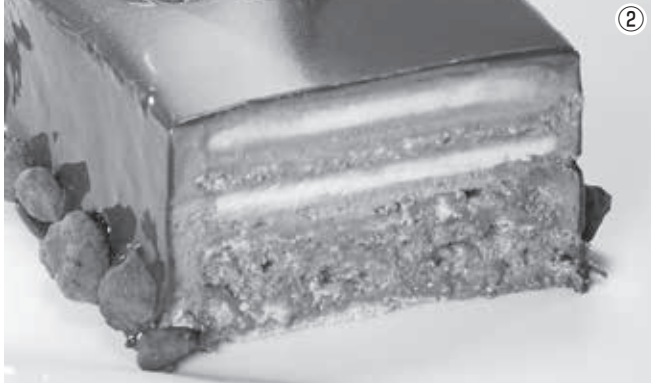
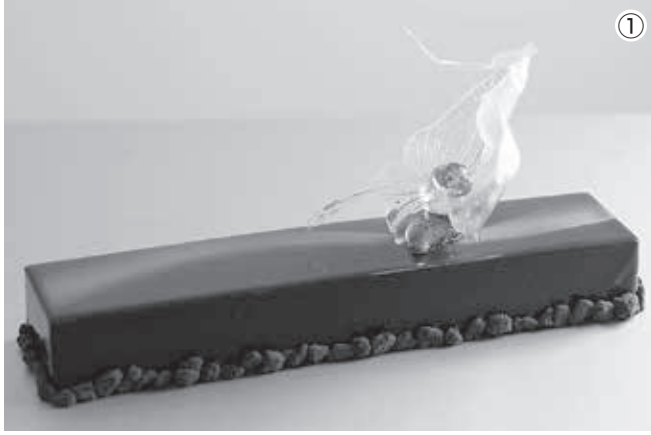
上村 前回、2010年の大会では見事に優勝しました。その時のアントルメの特徴を紹介して下さい。(4)

朝田 味はシンプルで構成的にはそんなに複雑ではないのですが、ファーストインプレッションが凄くいいです。目を引くし、印象にも残ります。年々、流行りになっているリング状の仕込み型を使っているのも、

菓子の進化と世界大会で優勝したアントルメから考察する

～大会での製作技術をパティシエはどう活かすのか～

その②



① 朝田 この辺は前の大会の教訓を生かし、作業性を考え、一つの味を薄い層2枚にして、味自体はそれほど複雑にせず、シンプルにまとめています。

上村 和泉シェフの作ったアントルメは、この時は2位で1位はアメリカチームでした。やはり見た目に分かりやすいからでしょう。ただ、アメリカのアントルメにはおもしろさはありません。

② 朝田 そうですね。でも、コンクールは審査員が変わると順位も変わるのには当たりますよ。

上村 面白い点ではもう一つあって、アメリカチームのアントルメとプチガトーのうち一つは配合が全く一緒でした。

朝田 これは私たちも考える上では美学的な組み合わせのベースとなります。

③ 朝田 これはおもしろいの、2000年を超えたあたりから全体的に仕事が増えてきたと思います。

上村 ただ、味の組合せは基本的に変わらないようですね。2003年はフランスが1位でした。この時もチョコレイトとキャラメルですね。やはり食べやすいのでしょうか。

朝田 エン・ミン・スーという女性のシェフがキャプテンで優勝しました。

上村 これもムースチョコ

朝田 プチガトーでもアントルメでも、何cmのセルクルに1層何グラムと決めて仕込みます。必ず計って仕込みをします。バランスがちょっとずれるだけで、違ってお菓子になるので、気を付けるべきです。

朝田 書いてあるもの、イコール層の数だと考えると、1つのアントルメに対し、いかにパーツが増えてきているかです。2007年には明らかに増えているのが分かります。例えばバナナでもソテーしたもの、クリームチョコバナナの2つの表現の仕方をしていきます。ダックワーズもチョコラとアゼットの2種類を使い、複雑化してきた時期です。

クープ・デュ・モンドで優勝したアントルメの味の構成

上村 さて、朝田シェフはクープ・デュ・モンドとWPPTCの両方に出ている方です。クープ・デュ・モンドで優勝した歴代のアントルメを分析してみます。1989年に第1回目が行われ、この時はムースチョコとビスキュイショコラ、それからビスタチオのムースです。この年まではチョコレイトのムースともう1種類の組合せが基本でした。95年はベルギーのマルコリーニさんが率いるチームが優勝しまし

朝田 すごくシンプルですよ。

上村 93年の優勝はフランスチームで、さらにシンプルな感じがします。ムースチョコにビスキュイショコラ、それからビスタチオのムースです。この年まではチョコレイトのムースともう1種類の組合せが基本でした。95年はベルギーのマルコリーニさんが率いるチームが優勝しまし

朝田 普通はパイ生地を折るとそこだけに時間を取られますが、クープ・デュ・モンドはスポンジなど焼き物の持ち込みが認められています。だから、こういうことができます。

上村 パイ生地が入ると食感が変わった感じがします。

朝田 そうです。また、このころ、初めてクレームブリュレのようなものが、セリユレのように入ります。

朝田 私はシンプルなお菓子が好きなので、こういう組合せの使い方をいまだに店です。店売りで、オリジナリティを打ち出す必要がない場合、現代的でおいしいお菓子作りを考え

朝田 エン・ミン・スーという女性のシェフがキャプテンで優勝しました。

上村 これもムースチョコ

朝田 エン・ミン・スーという女性のシェフがキャプテンで優勝しました。

上村 これもムースチョコ

朝田 エン・ミン・スーという女性のシェフがキャプテンで優勝しました。

上村 これもムースチョコ

朝田 エン・ミン・スーという女性のシェフがキャプテンで優勝しました。

上村 これもムースチョコ

④ 朝田 今、お店で売っているものよりもシンプルです。

上村 23年前はこの組み合わせで世界一を取ることが

朝田 今、お店で売っているものよりもシンプルです。

上村 23年前はこの組み合わせで世界一を取ることが

朝田 今、お店で売っているものよりもシンプルです。

上村 23年前はこの組み合わせで世界一を取ることが

朝田 今、お店で売っているものよりもシンプルです。

上村 23年前はこの組み合わせで世界一を取ることが

朝田 今、お店で売っているものよりもシンプルです。

上村 23年前はこの組み合わせで世界一を取ることが

朝田 今、お店で売っているものよりもシンプルです。

上村 23年前はこの組み合わせで世界一を取ることが

朝田 今、お店で売っているものよりもシンプルです。

上村 23年前はこの組み合わせで世界一を取ることが

朝田 今、お店で売っているものよりもシンプルです。

上村 23年前はこの組み合わせで世界一を取ることが

全業連青年部九州ブロック鹿児島大会では鈴木徹郎氏(株式会社船井総合研究所)を講師に迎え「地方における今やるべき商売とは」をテーマに講演を行いました。

先月号より続く。

2015年の商品構成モデル

強い菓子店を作るためにはどうしたらいいか。最終的には脱販売力、脱マーケティングが理想である。できれば、販売力が無くてもマーケティング力が無くても、売れる状態を作るのが理想だ。

2015年時点で実現したい理想的商品構成という意味で、2015年モデル

実現に向けたこれからの取り組み・商品作り

ヒット商品の作り方は、先ず売り上げ構成比を7割にすること。そして2015年モデルは最終的に図③のようになる。左側は超効率の商品、収益化の商品で売れるほど儲かる。「買ったと思ったら、あそこのおれがいい」といわれる商品だ。では、どうしたらそんな商品は生まれるのか。実は一般的な商品と超効率的な商品の違いには、「常識の壁」がある。常識に捉われてしまった商品は、他店も同じようなことをしてきている。差別化ができない。名前・形状・味・入り数・賞味期限・パッケージ形態など、これまでの常識に捉われずに商品を作っていく必要がある、それを徹底的

に先例のように徹底的

という名をつけて、皆さんに紹介している。その考え方は簡単で、商品を3つのグループに分け、主力商品群をA群とし、売上構成比50%、特注商品群をC群とし売上構成比20%、そしてAでもない、Cでもない商品群をB群とし、売上構成比を30%以下にしようというものだ。A群は生産性を増

にお店で紹介し、伝えていけば、その商品がその店の常識になってしまう。そうなったとき、初めて「あそこのアレ」と言っていたアイデアの商品になるのだ。

今ある商品で構わないから、ちょっと発想を変えてみて欲しい。これができる」と左側の商品が生まれる可能性はある。その商品が店の売上の7%を超えるようになったら、お客様から存在を認めてもらったことになる。皆さんの店に来店しているお客様が、その商品を知っている状態だ。ここまで行けば、あそこアレがあり、おいしいと分かっているから、また買いに来してくれる。残念ながら、7%は行ったがその後、売上げが伸びない商品は、お

客様がおいしいと思わなかったのだ。伸びないのだ。その時は、その商品の製造を止めて、次の商品を投入する。これを繰り返して行く。3品や5品目には7%を超えるような商品が生まれる。右側はお客様のことを徹底的に考え「あそこでしか絶対に入らないケーキ」「この饅頭を作ってくれるのはあそこだけ」という商品だ。他店にできないので、その店が作ってくれることを認識したら、お客様が買いに来る。「あなただけのために」という商品を作る。安売りをする必要はない。余所では作ってくれないのだから、自分たちが付けた価格にする。効率は悪そうに見えるが、お客様が決まっている商品だからロスはないし、手間がかかった分、価格を上げることができるから、結果

地方における今やるべき商売とは

鈴木 徹郎氏 (株式会社船井総合研究所)

その③

やすことによって生産性を

お客様がおいしいと思わな

ったので、伸びないのだ。

その時は、その商品の製造

を止めて、次の商品を投入

する。これを繰り返して行

くと、3品や5品目には7

%を超えるような商品が生

まれる。右側はお客様のこ

とを徹底的に考え「あそこ

でしか絶対に入らない

ケーキ」「この饅頭を作

てくれるのはあそこだけ

という商品だ。他店にでき

ないので、その店が作

ってくれることを認識したら、

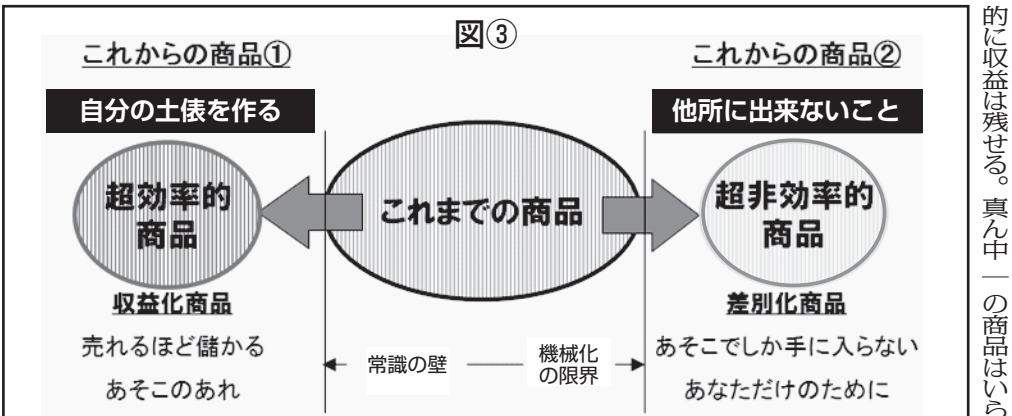
お客様が買いに来る。「あな

ただのために」という商

品を作る。安売りをする必

要はない。余所では作

ってくれないのだから、自分



高め、収益を確保する商品であり、C群は他社がやろうとしないような手の込んだ商品、紅白饅頭や赤飯などといった地域のお祝い事などの際に入ってくる注文の菓子のことで、より高い値段設定をすることにより、手間賃として収益を確保する商品である。もちろん、A群の主力商品群はよ生産性の高い商品でないとならないが、余所のお菓子店にはない、差別化要素を持っていないければダメだ。余所の店が同じようなものを作ってしまったら、売上が下がってしまうような商品ではダメ。「あそこアレ」と言っていただけ

るオリジナリティのある商品にしなければならぬ。主力商品群を5品設定し、その売上構成比は1位の商品26%、2位11%、3位7%、4位と5位は3%ずつを作り上げる。

A群の商品によって集客したお客様に、次はC群の提案をする。これは特注商品群だ。お客さまのご期待に込められるよう徹底して手間をかける。お客様一人につき商品が1個あるの、物凄く手間がかかる。他店では、「こんな手間がかかっているものは止めてしまえ、利益が残らない」という商品を作ってくれる店だから、逆にお客様が来

てくれるのだ。あの店に行かないと作ってもらえない商品を作る。これが大切である。A群は徹底した効率化を図る必要があり、逆にC群は徹底的に手間をかける必要がある。間違っている必要はない。A群商品に過剰な手間を掛けたり、C群の商品を効率化しようとしたりすることである。

某観光地にあるお土産店。元々は、百貨店にも展開している洋菓子ブランドだ。その店の商品は、ほとんど1品種と聞いていい。缶入りや箱入り、入り数も違ういろいろな箱が並んでいる。その店オリジナルのパッケージが何種類もあ

り、その1品種だけで、何十アイテムと置いてある。お客様は「これはかわいい、〇〇さん用に...」「これは簡素でいい、我が家で食べる用に...」など、使い分けしながら、購入して下さっている。中身はほとんどが1品種から、その店の売上はそのままその1品種の売上になる。こうなれば、その1品種は効率が良く、生産性も高い。お客様が食べておいしかったとなれば、また買いに来る。こういう風にして、主力商品群は育てていくのである。

1店でも十分に主力商品を作ることはできる。26%の数字を追求し、お客様の

ニーズに合わせて、パッケージ形態を変えたり、母の日には、父の日には、歳暮には...その商品を上手にギフトセットとして提案すればよい。これが実現できると効率的生産ができて、収益が残る。収益が残ったC群で徹底的にこだわった何かを作りたい。

今まで皆さんが凄く手をかけていたのは、品揃えだろう。しかし、残念ながら隣の菓子店もほぼ同じ商品だから、価格訴求をしなければ売れないような状況になってしまう。無駄な手間が掛かり、冷凍在庫が増え...、これでは良いことは何も無い。

的に収益は残せる。真ん中の商品はいらない。できればやりにくく、減らしたい。これがB群の30%だ。これまでにも、この「2015年モデル」を既に確立された会社はたくさんある。そう今「これなら売上ほとんど上がるから、工場を拡大しよう」なんて話にはならない。今の状態は本当にいい、生産性は高

いし、従業員はニコニコしているし、無理難題をする必要はないし、楽でいい。「この状態を維持しよう」という話が出てくる。生産が間に合わない、二交代制で製造する等という話も出てくるが、その時、「値上げしよう」という形で解決している。これまで、売れないと、「値下げしよう」が当たり前だったが、売れて困るなら、値上げして欲しい。もちろん、超効率的の商品を作り、あそこのおれというヒット商品にならなければならない。お客様にパッと帰られてしま

う。ある店はともて人気商品で、生産が間に合わない商品があった。1050円だったその商品を1300円にした。でも、今のところ、今までと変わらず売れている。1050円では150円くらいの利益が残

っていた。300円上げたら450円も利益が残る。1本売ただけで利益は3倍だ。とても乱暴な計算だが、売り上げが3分の1になっても利益が同じということだ。同じ利益でよいなら、仕事量は3分の1でいい。ある会社は、このままでは工場の生産が間に合わず、二交代制を考えていたところ、結局値上げすることに。200円の商品を250円にした。でもやはり売れる個数はほとんど変わっていない。この会社はそれで降収益性が凄くいい。1個当たり50円違うから当然だろう。OEMで商品を生産してもらい、販売している会社がある。1個400円で商品を仕入れ、百貨店等で千円で売っている。かなり収益性の高いビジネスになっている。今、一般的には、1000円のもの

を1000円で売る、売れなければ900円という発想だ。しかし、価格政策を変えていくことができれば、それだけ収益性の高い商売をすることが出来る。

お客さんは価格で選んでいる。必ずしも安いものばかりではない。予算に基づいた買物物している。晩酌にワインを飲むなら500円から1千円だろう。友達誕生日に、安いからと500円を6本買っていく人はいない。予算3千円と決めたら3千円のワインを買う。娘さんが婚約者を買ってあげるなら、誕生日に買った5、10万円のワインだ。開けることがあるかもしれない。娘が彼氏を連れてきて、これから結婚するという話の時、「安いから5000円のワインがいい」という人はいないだろう。シーンによって、商品

を使い分けているのだ。ちなみに、26%の売上構成比という、売上がその分伸びると考えるだろう。しかし、そうではない。残念ながら、最初の7%だ。決って売上が7%伸びるといって、売上が7%伸びるというイメージだ。だから、7%商品が生まれたからといって、売上が7%伸びるといって、集中的にその商品を生産していくことだ。実はこの考え方が、7%商品は簡単に生み出せるのである。饅頭が5種類あり、その中の1種類を伸ばそうと思えばいい。他の商品を生産しなければいい。それから重要なことだ。

これからの新しい菓子店経営の方法を生み出し、地域の菓子文化をしっかりと継承していくことが、これから重要になってくる。

お店に、工場に!! 経営者・技術者必携(お菓子とパンの総合月刊誌)

11月25日 発売!

製菓製パン/12月号

洋菓子特集 パティシエール提案の **ヴァレンタイン**

和菓子特集 流し物の妙技 **四季の細工羊羹技法**

他店との差別化を図るために **トレウールの提案**

銀座名物「あんパン」ひと筋 **木村屋總本店の足跡**

菓子専門店経営読本▶ゾッターチョコレートって知ってますか?▶ドイツ菓子の提案▶和菓子秘伝抄「12月の上生菓子」▶リテールペーカリーアドバンスコース▶ほか情報満載

〈時風を追う〉駅ナカ・ソトはお菓子の宝庫 **東京駅スイーツ編**

発行所: (株)製菓実業社/〒140-0004 東京都品川区南品川2-13-11 ☎03(3471)7541 FAX03(3471)7604
http://www.seikaseipan.com お求めは小社および全国著名製菓材料・器具店または最寄りの書店で

東京都菓子工業組合では武田哲男氏(株武田マネジメントシステム)を講師に迎え、「顧客満足(CS)を高める実践的クレーム対応講座」について講演会を実施しました。

クレーム・トラブル・事故・事件との出逢いと関係

私が最初に体験した問題は、クレームというよりも、しる事件・事故と言った方がよいほど世間を騒がせた大きなテーマでした。

乗用車が欠陥車だと言うことで世界規模で騒がれたケースです。例えば後にアメリカの大統領選にも出馬した弁護士で社会運動家であるラルフ・ナイター氏が先頭を切って攻撃をしてきた軽自動車の問題でした。国内でも弁護士をはじめ主婦連などからも問題視され、日々マスコミでも採り上げられた本田技研工業のN360軽自動車問題がそれで

クレームはお客様からのプレゼント

そもそもクレームは最初と最後に肝心です。ほとんどの場合、『人』と『ヒト』の関係だからです。

例えば、ホテルのフロントでチェックインする時に何か嫌なことに遭遇した場合、後でホテル内で色々とも、それは殆ど帳消しになつてしまふ。またホテル内でもよい体験をしたとしても、チェックアウト時に何か嫌な出来事に遭遇

その①

顧客満足(CS)を高める実践的クレーム対応講座

武田 哲男氏(株武田マネジメントシステム)

後に代表取締役社長に就任の西田通弘氏が率先してそのチームリーダーの任務に従事したそのチームに関わらせていただいたケースです。それこそ朝から晩まで家に帰ることも惜しんで夢中になって誠心誠意取り組んだ結果、無事にホ

後は『人』で始まり『ヒト』で終わるのです。特に問題は電話で始まるケースが多く、「私は担当者ではありませんので担当の者に代わります」式のたらい回しはことをこじらせるだけ。ひどい場合は、電話をたらい回ししている内に「電話が切れてしまった」などは顧客をして余計に腹立しいレベルに背中を押してしまいます。電話の対応がよくない場合、顧客は往々にして「あなたじゃダメだ」「上司に代われ」「社長を出せ」などの問題

ンダのN360は欠陥車ではない」というお墨付が得られたのです。あまり性能の良い車を作ったために乗り手が無茶をして起こした事故だったというわけですね。その後、N360問題で知り合った警察から「免許取り立ての人達の事故率が高いから何とかしたい」という課題を頂戴し、これもプロジェクトチームで取り組んだ結果、現在の初心者マークが完成したのです。

その後、N360問題で知り合った警察から「免許取り立ての人達の事故率が高いから何とかしたい」という課題を頂戴し、これもプロジェクトチームで取り組んだ結果、現在の初心者マークが完成したのです。その後さまざまな問題や身近に起こる課題に取り組みましたが、私の元々のテーマはサービスであり、後に現在のCS(Customer Satisfaction)顧客満足・CSM(CS経営)なので、顧客を中核とする取り組みは一貫して現在も変わっていません。またライフワークとしての取り組みですから、今後一貫してこの課題に取り組みますのでその点はいささかの揺るぎもありません。

ところが近年は人と会話をするのが苦手な人達が増えている。その要因の一つに挙げられるのは、人とヒトのコミュニケーションが実際に会おう場面を減らす、電話で会話することすら減少し、ほとんどがメールを通じて行うようになったことが挙げられます。

つながるケースです。だからといって、上司にバトンタッチしたり、社長に電話を回すようではスタッフとして失格。これではまるで子供の使いとしか言えません。ところで近年は人と会話をするのが苦手な人達が増えている。その要因の一つに挙げられるのは、人とヒトのコミュニケーションが実際に会おう場面を減らす、電話で会話することすら減少し、ほとんどがメールを通じて行うようになったことが挙げられます。

りません。ともあれ多くの人達が求めている課題が次々に浮上しているからでもあります。クレームや事件・事故はその課題であり、裏腹の現象に似た調査を実施しました。ここで分かったことは、雪印は永い年月をかけて宅配などを通じて顧客とコミュニケーションを図ってきただけあって、ずば抜けた雪印のイメージ、最終消費者・生活者を対象にした調査を実施しました。ここで分かったことは、雪印は永い年月をかけて宅配などを通じて顧客とコミュニケーションを図ってきただけあって、ずば抜けた雪印のイメージ、最終消費者・生活者を対象にした調査を実施しました。

「私だって寝ていない」の一言がTVで放映され、火に油を注ぐ結果となった事件には営業部門の立場に立って参加しました。もともと国策を基盤に給食を通じて牛乳を子供達に提供してきた自負があったために、どうしても「供給してやっ」と「与えてきた」という上から目線、お役所意識がDNAとなっていて、消費者・生活者の立場に立った意識が大幅に欠落していた組織体質だったことが災い

「私だって寝ていない」の一言がTVで放映され、火に油を注ぐ結果となった事件には営業部門の立場に立って参加しました。もともと国策を基盤に給食を通じて牛乳を子供達に提供してきた自負があったために、どうしても「供給してやっ」と「与えてきた」という上から目線、お役所意識がDNAとなっていて、消費者・生活者の立場に立った意識が大幅に欠落していた組織体質だったことが災い

「私だって寝ていない」の一言がTVで放映され、火に油を注ぐ結果となった事件には営業部門の立場に立って参加しました。もともと国策を基盤に給食を通じて牛乳を子供達に提供してきた自負があったために、どうしても「供給してやっ」と「与えてきた」という上から目線、お役所意識がDNAとなっていて、消費者・生活者の立場に立った意識が大幅に欠落していた組織体質だったことが災い

送って来ていて、顧客からのファンレターということができるのです。それだけに「真に勿体ないことをしてかした」「実に対応が悪い」ものだとの思いを強く抱いた次第です。何よりも問題に感じたことは「同社の創業期からのディーラーを倒産させたり、廃業に追い込んだり、青雲の志を抱いて入社したスタッフの皆様の人生を狂わせてしまったことを反省する様子が当時の経営者から伝わってこなかった」ことでした。

企業であれば最終消費者、社員、取引先、地域社会、株主のいわゆるステークホルダーに対する幸せ提供が使命である企業でなければならぬのです。国であれば国民、企業であればステークホルダーを不幸に陥れるリーダーはリーダーでないのは当然です。

を地方に移し、海外に移します。それに伴ってオペレーターの賃も低下します。主として人件費を下げるために優秀なオペレーターが集まらない、そればかりではなくほとんどサービス品質が落ち、却ってお客を怒らせ、離脱を促進するようになってしまうのです。これでは何のためのコールセンターなのか分かりません。私事ですが、今までに仕事で体験したコールセンターの中には一日に3万件以上の電話がかかってきたケースがあります。こ

を地方に移し、海外に移します。それに伴ってオペレーターの賃も低下します。主として人件費を下げるために優秀なオペレーターが集まらない、そればかりではなくほとんどサービス品質が落ち、却ってお客を怒らせ、離脱を促進するようになってしまうのです。これでは何のためのコールセンターなのか分かりません。私事ですが、今までに仕事で体験したコールセンターの中には一日に3万件以上の電話がかかってきたケースがあります。こ

地元丹波の高品質な製菓・製パン原材料をご提供します!!



丹波黒やわらか煮 1号缶
丹波栗渋皮付甘露煮 1号缶

- ◎丹波黒豆かのか
- ◎丹波大納言かのか
- ◎丹波大納言あん
- ◎丹波黒豆きなこ
- ◎丹波黒豆甘納豆
- ◎丹波栗ペースト

丹波大納言・黒豆・丹波栗
荒川商事株式会社

〒620-0057 京都府福知山市間屋町27番地6 TEL.0773-22-5381(代) FAX.0773-22-1686
http://www.kyoto-arakawa.co.jp E-mail Info@kyoto-arakawa.co.jp

これを異常です。雑ばくですが、一般的にもお客様から掛かってくる電話の比率は、60〜70%が問い合わせ、20〜30%が資料請求、残りがクレーム関係といったところでしょう。実はこれが問題なのです。というのはお客様は分からないから電話をする。資料の入手が困難だから発送を依頼することに90%以上の時間を要しているからなのです。しかも多くの場合、自分の労力、自分の時間、自分が負担する電話代などお客様に迷惑をかけています。そうした状況にも拘わらず、木で鼻を括ったような無感情、無感情、事務的、機械的な対応では顧客が怒るのは当然です。ここで問題なのは、お客様に日頃から電話で問い合わせを促すようなことをさせてしまっていることです。つまり本質的なことからするとだからこれは一種のクレームと捉えるべきことなのです。日頃から問い合わせをしなくとも済むようにすること、資料が届くべき人に届くようにすることができていなければ顧客に余計な負担を強いなくて済むのです。そのためには、顧客が電話をかける理由、何が問題なのかに関する課題を浮き彫りにして解決すれば済むことなのです。そうすればお客様の満足度も高まり、企業のコストもどんどん落ちます。先に申し上げた3万件の電話も今は1日に6千本に減りましたが、これでもまだまだ異常です。この企業の場合、もうすべ一日に数百件の本数に減るはず。これで

コストも大幅に落ちます。広い部屋から小さな部屋に変われば家賃はびっくりするほどの節約になります。人件費も同様です。それに各種機材もそうです。なにより一人ひとりのお客様に十分な対応ができるためにお客様の満足が増大することです。こうなるお客様からのクレームも組織内に開示し風通しの良い企業へと変化し、クレームをお客様からのプレゼントとして捉え、ここから新商品新サービス開発に活用するようになり、ますますお客様の満足創造へと昇華します。

これが今までの悪魔のサイクルから『女神のサイクル』に変化するプロセスなのです。次号に続く。

和菓子講習【基礎編】

東京製菓学校 和菓子課 笹野 浩之氏

雪うさぎ (薯蕷練切製)

雪景色の中を走り回るうさぎを薯蕷練切で表現してみました。薯蕷練切はつなぎに芋を使用しています。薯蕷練切は普通の練切より白いので、より白い色を出したい図案に適しています。また、芋の香りも上品で普通の練切よりも付加価値の高い上生菓子といえます。

ここでは薯蕷練切製の雪うさぎを紹介したいと思います。

〈生地配合〉
白並餡……………1000g

グラニュー糖……………300g
大和芋裏ごし……………600g
(倍割求肥……………適量)

〈中餡〉
小豆並餡……………1000g
水飴……………50g

〈製法〉
①大和芋を良く水洗いして皮を剥き水に漬ける。
②1cm厚にスライスして20分蒸す

③20メッシュ位の篩で裏ごしをする
④サワリに白並餡、グラニュー糖を入れ火取る
⑤裏ごした大和芋を加え練る

⑥上がり際に水飴を加え練り上げる



雪うさぎ

〈仕上げ工程〉

①薯蕷練切で中餡を包む(尻尾用に少量取っておく)
②卵型に成形し丸棒で耳の部分をもみ出し出す
③より出したところにピンク練きりをのせて、もう一度丸棒で押す

④丸棒で足の線を入れる
⑤目を付け、取り分けておいた尻尾を付ける。
〈中餡製法〉
①小豆並餡をサワリに入れて水を加え火にかけ練戻す。

②水飴を加え練り上げる。
〈作業上のポイント〉

・皮を剥いた大和芋は空気に触れていると黒ずんでしまうので、必ず水に漬けておいた方が良いです。

・裏ごした大和芋は乾きやすいので風に当たらないようにし、擦るように揉みまわす。
・混ぜ合わせる時にタマやフシを防止する為です。また裏ごす篩ですが、毛篩など目の細かい篩の方が滑らかな薯蕷練切が出来ます。

・生地配合の倍割求肥ですが、餡の粘りや大和芋の腰をみて、最終的に判断して加える事もあります

・薯蕷練切は乾きやすいので、特に仕上げ工程において風に当たらない様に注意してください。

購読をご希望の方は全国菓子工業組合連合会宛て電話かFAX若しくはメールでお申し込みくださいますようお願い致します。

電話 03-3400-8901

FAX 03-3407-5486



〔紫芋〕
〔黄奈粉〕
〔胡麻〕
〔抹茶〕

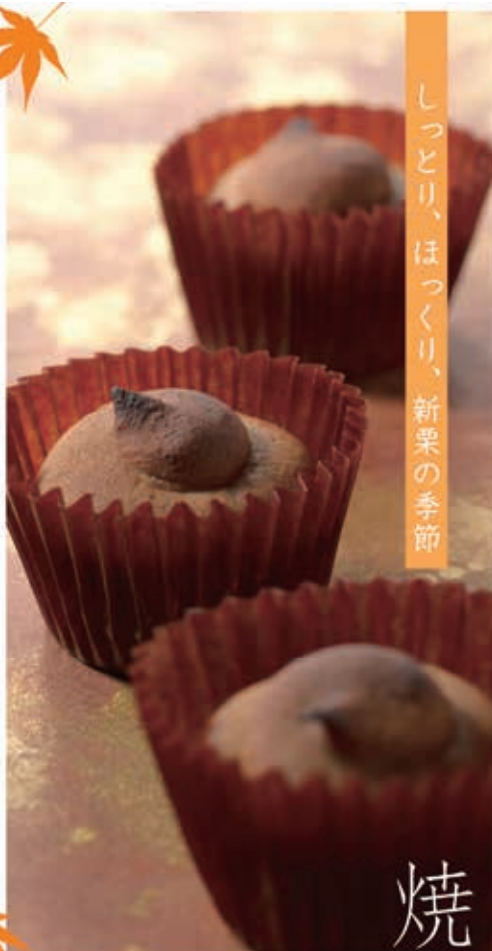
北海道産ビート糖100%使用

和

クッキ
ツキ

1缶(150g入)

秋の味覚をあなたのお店に……



しっとり、ほっくり、新菜の季節

焼

モンブラン

6コ入/10コ入

プレミアムスイーツギフト通販システム

月香庵

GEKKO-AN

おすすめの理由は8つ

1. FAXオーダーの簡単発注
2. 気軽に購入できる少ロット
3. ご注文は1ケース2万円以内より
4. 並べるだけのセットアップ納品
5. 表示シールの販売者を貴店名で
6. 安心できる品質と対応
7. どんな小売店様にもあうパッケージデザイン
8. 利益率 36%~40% (外箱を含む)

- 一般に下代60%の仕入菓子も販売資材を含めると70%を越えてしまいます。そこで外箱を含めても最大60%の価格を実現しました。
- お菓子も新鮮さが命です。おいしい内に売り切れる様、賞味期限を延ばさずに販売数量を少なくしました。
- 箱詰めやシール類貼付などの作業をなるべく減らし、届いた段階から出してそのまま販売できる様にしました。



株式会社 クラタ シー・エム・エス
〒113-0033 東京都文京区本郷2-17-12・2F
営業時間 / 9:00~17:00 (土・日・祝休)
info-gka@kurata-group.co.jp

■詳しい商品内容は、『月香庵 お客様ご相談係』まで
TEL. ☎ 0120-996391

