

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…団子と団結を表わす
 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/

発行人 全国菓子工業組合連合会
 理事長 大窪幹夫
 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 組合員: 600円(購読料は賦課金を含む)
 (送料共) 一般: 2,000円

第906号(平成26年9月)



事務局連絡報告会

全菓連では8月8日、東京・南青山会館で26年度事務局連絡報告会を開催した。同会には各県組合の事務局員、農林水産省生産局農産部農産企画課佐々木指導官、同立派係長、全農穀部原材料課柿原氏、清水氏、株式会社神明ホールディング米穀本部仕入部五百井課長、山本氏が出席した。米政策については30年産から見直し、需要者が生産者にニーズを伝え、生産者が主食用米や加工用米をどれだけ作るかを決定することが検討されている。

農水省からの説明

現在の米の需給状況
 平成25年7月〜26年6月までの主食用等の需要実績は785万トである。23・24年産と2年連続米価が上昇し、弁当などの業務用が、1食あたりの米の使用量を減らして、低い水準になった。26・27年の需要見通は778万トで、年々減少傾向である。食生活の多様化や高齢化による1人当たりの摂取量の減少、单身世帯

米政策 30年産より見直し

生産者が必要者が生産・販売を自ら決定

増加による食の簡便化指向の進展などが理由に考えられ、毎年8〜9万ト減少していくとみている。総人口が減少に転じたこともあり、主食の需要はさらに減少する可能性がある。26・27年の主食用米等の需給見通しでは、26年6月末の民間在庫量は257万トあるが、その内35万トは販売が見込めなくなった主食用米を、米穀機構が必要のある飼料用等へ販売するため、25年産米の買入を決定し

米政策の見直しについて

主食用米の需要が年々減少するなか、我が国の生産装置である水田を有効活用して需要に見合った米の生産を推進している。政府として水田活用の直接支払交付金の充実で、産地交付金を昨年度530億円程度から、今年度800億円程度まで増やした。加工用米で3年間の複数年契約を結ぶと10a当たり1万2千円助成をする。今年3月からは、きめ細かい需給価格情報を提供しており、需要に見合った生産が行われ、安定的な原料調達ができるように環境整備も進めている。現在、行政から生産数量目標

た。この分を控除すると民間在庫は222万トである。26年産の生産数量目標は765万トで主食用米等の供給量の合計は987万ト、26・27年主食用米等需要量が778万トとすると、27年6月末の民間在庫は209万トで高い水準になる見込みである。ただ、

この分を控除すると民間在庫は222万トである。26年産の生産数量目標は765万トで主食用米等の供給量の合計は987万ト、26・27年主食用米等需要量が778万トとすると、27年6月末の民間在庫は209万トで高い水準になる見込みである。ただ、

主食用米の需要が年々減少するなか、我が国の生産装置である水田を有効活用して需要に見合った米の生産を推進している。政府として水田活用の直接支払交付金の充実で、産地交付金を昨年度530億円程度から、今年度800億円程度まで増やした。加工用米で3年間の複数年契約を結ぶと10a当たり1万2千円助成をする。今年3月からは、きめ細かい需給価格情報を提供しており、需要に見合った生産が行われ、安定的な原料調達ができるように環境整備も進めている。現在、行政から生産数量目標

主食用米の需要の減少に伴い、生産量、作付面積も比例して減少した。しかし水田の利用状況は、減少した部分を加工用米や新規需要米が補う形で増加し、稲作の作付面積自体は、164万ha前後でほぼ一定

MA米の販売状況

MA米はカット・ウルグアイ・ラウンドの合意に基づき、1995年から導入された。国が一元的に輸入

加工用米は、清酒用・加工米飯・米菓・焼酎用等の用途取組状況だが、米粉用米の需要は増加したが、製品の需要の伸びが鈍化し、持ち越し在庫で対応したので25年は生産量が減少した。飼料用米は、25年産備蓄米や加工用米が推進されたことで一時的に減少したが、潜在的な需要は450万ト程度あり、需要拡大が期待される。輸出用米は、政府としても米と米加工品の輸出促進を図っているの

加工用米は、清酒用・加工米飯・米菓・焼酎用等の用途取組状況だが、米粉用米の需要は増加したが、製品の需要の伸びが鈍化し、持ち越し在庫で対応したので25年は生産量が減少した。飼料用米は、25年産備蓄米や加工用米が推進されたことで一時的に減少したが、潜在的な需要は450万ト程度あり、需要拡大が期待される。輸出用米は、政府としても米と米加工品の輸出促進を図っているの

MA米はカット・ウルグアイ・ラウンドの合意に基づき、1995年から導入された。国が一元的に輸入

加工用米の価格の推移
 23・24年産が2年連続で上昇した。25年産は24年産より約2千円安い。

加工用米を取巻く状況

価格等の面で国産米では十分対応し難い用途、特に加工向けに販売している。26会計年度において、年間77万トのうち10万トはSBS方式での輸入が決まっている。加工用米は年間20〜30万ト程度販売されているが、23年7月にトレーサビリティ法が施行され、国産米のニーズが高まったことで、MA米の販売量が少し落ちた。ただ、25年は特定米穀(くず米)が高騰したため、MA米に戻ってきたと思われる。現在、市場に特定米穀が安価で出回っているため、MA米から国産米へ移動している。最近では特定米穀との関係もあり、数量は下している。質問: MA米の価格はどの

価格等の面で国産米では十分対応し難い用途、特に加工向けに販売している。26会計年度において、年間77万トのうち10万トはSBS方式での輸入が決まっている。加工用米は年間20〜30万ト程度販売されているが、23年7月にトレーサビリティ法が施行され、国産米のニーズが高まったことで、MA米の販売量が少し落ちた。ただ、25年は特定米穀(くず米)が高騰したため、MA米に戻ってきたと思われる。現在、市場に特定米穀が安価で出回っているため、MA米から国産米へ移動している。最近では特定米穀との関係もあり、数量は下している。質問: MA米の価格はどの

価格等の面で国産米では十分対応し難い用途、特に加工向けに販売している。26会計年度において、年間77万トのうち10万トはSBS方式での輸入が決まっている。加工用米は年間20〜30万ト程度販売されているが、23年7月にトレーサビリティ法が施行され、国産米のニーズが高まったことで、MA米の販売量が少し落ちた。ただ、25年は特定米穀(くず米)が高騰したため、MA米に戻ってきたと思われる。現在、市場に特定米穀が安価で出回っているため、MA米から国産米へ移動している。最近では特定米穀との関係もあり、数量は下している。質問: MA米の価格はどの

価格等の面で国産米では十分対応し難い用途、特に加工向けに販売している。26会計年度において、年間77万トのうち10万トはSBS方式での輸入が決まっている。加工用米は年間20〜30万ト程度販売されているが、23年7月にトレーサビリティ法が施行され、国産米のニーズが高まったことで、MA米の販売量が少し落ちた。ただ、25年は特定米穀(くず米)が高騰したため、MA米に戻ってきたと思われる。現在、市場に特定米穀が安価で出回っているため、MA米から国産米へ移動している。最近では特定米穀との関係もあり、数量は下している。質問: MA米の価格はどの

価格等の面で国産米では十分対応し難い用途、特に加工向けに販売している。26会計年度において、年間77万トのうち10万トはSBS方式での輸入が決まっている。加工用米は年間20〜30万ト程度販売されているが、23年7月にトレーサビリティ法が施行され、国産米のニーズが高まったことで、MA米の販売量が少し落ちた。ただ、25年は特定米穀(くず米)が高騰したため、MA米に戻ってきたと思われる。現在、市場に特定米穀が安価で出回っているため、MA米から国産米へ移動している。最近では特定米穀との関係もあり、数量は下している。質問: MA米の価格はどの

MA米の価格

MA米はカット・ウルグアイ・ラウンドの合意に基づき、1995年から導入された。国が一元的に輸入

加工用米の価格の推移
 23・24年産が2年連続で上昇した。25年産は24年産より約2千円安い。

加工用米の価格の推移
 23・24年産が2年連続で上昇した。25年産は24年産より約2千円安い。

いろいろ使えて便利な1台!
 少量生産・研究開発のベストセラー機

卓上搅拌机KRシリーズ

ガス加熱タイプ (鍋容積14L) IHタイプ (鍋容積12L)
 ガス加熱タイプ (鍋容積22/30L) IH・α (正逆転)タイプ (鍋容積22/30L)

KRミニシリーズ KRjr (ジュニア) シリーズ

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搅拌机。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。)

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

全農からの説明

もち米について

今年6月に各県組合を通じて、もち米の契約栽培を提示した。契約栽培の基準価格だが25年産の基準価格または販売価格を提示し、10月に出来秋の需給状況と作柄概況で土5%の範囲で決定する。今年度提示の契約栽培の決定数量は、26年産は全産地・銘柄で13、265ト、27年産は6、191ト、28年産は46、092トの申込で、3ヶ年の合計が65、549トの成約となった。提示数量に対する成約率は87%で、昨年度、一昨年度と比べやや低い。25年産もち米の情勢は、

1面より続く。

神明よりの説明

米の需給状況

平成26年6月末民間在庫222万トあり、過去の在庫量と比べても多い結果である。来年の生産数量目標や需給見込みでも、27年度も200万ト以上の在庫量があり、米穀業界には販売が厳しい。25年産の在庫を消化したいが、26年産米が出ているので、後倒しになり厳しい。作況は全国的に各産地の生育が順調で、100以上が見込まれている。刈り取らないとわからないが、在庫は多い。備蓄米の26・27年の数量は、今年の6月末在庫が91万ト、

は3万ト前後に縮小する予想である。

加工用米について

全農の取扱い集荷数量が全産地・銘柄で10万4千トあり、10月末には全量契約の見込みである。契約に対する25年産の販売実績は、7月末現在で4万6千トあり、去年の同時期と比べ104%で順調に推移した。今年10月末のもち米の産地在庫の見通だが、去年10月末の繰越在庫(産地在庫)が5万7千トあり、今年10月末で4万2千トを見込んでいる。全農の推定する適正在庫は2万5千トで、その水準からすると、去年に比べ在庫は減った。26年産は作付抑制を行い、生産見込み数量がそのまま推移すれば、減少が見込まれるため、来年の10月末に

1面より続く。

神明よりの説明

米の需給状況

26年産買入契約は25万ト全量を入札したので、在庫で116万ト積み上げる見込みだ。26・27年非食用の販売量は17・25万トあり、今後どこ向けに販売が決定するか注目している。備蓄米の在庫数量は、19年産が16万トある。

26年産非食用米について

昨年末から年明けにかけて26年産生産数量目標が決定され、各県市町村へ割り振りされた。内容は791万トから765万トになり、減26万トの大幅な生産調整があった。備蓄米の買

産から23年産に増加し、25年産は若干減少した。これは、備蓄用米との関係や、飼料用米の助成金制度の運用が変わったことに伴い、減少していると考えている。WCS用稲は、子実を採らずに飼用として牧草を含めて利用する形態で、九州を中心に取組んでおり、順調に増加している。備蓄米は、国の棚上備蓄制度で23年産から毎年20万トを買い上げており、23・24年産では7・8万ト位だった

加工用米について

25年産で18万トに増加した。このような非食用米の関心のなか、加工用米も取組を一定規制せざるを得ないし、政策的な支援や制度的な枠組みで目標をたてながら毎年、取組を行っている。25年産加工用米の地域別取組計画認定数量は東

1面より続く。

神明よりの説明

米の需給状況

19万トが加工用米、飼料用米、輸出用米など生産調整の作物の作付けが可能になる。加工用米は生産者の助成金の手取単価や設備の状況、作業効率、複数年契約などで、作付けが増加していると聞いた。増加に伴い、全体的な米の販売価格は25年産と比べ下がる。各産地で産地交付金を利用した取組もあった。各市町村県単位で、産地や実需者に対して増額という話も聞いたので、それを加味した取組があった。飼料用米は助成金の単価が収量によって高くなるので、一部の産地、特に太平洋側の関東地区に、飼料用米の工場がある関係で増加した。東北や新潟の主産地では米が主力で、加

もち米

26年産の種子供給から見ると、主要産地では前年の1割前後減少した。平成26

北、関東甲信越、北陸が中心で西日本の需要者は、23年産米の不足した時に産地の米が確保できなかった。26年産加工用米は、全体的には23・24年産以降の増加傾向が続いていると考えられる。26年産主食用米の生産数量目標は26万ト減少した分、非食用で取り込む。このため、備蓄米が前年の18万トから25万トに増加すると公表された。飼料用米は、政策的な支援が確立しているの増加し、加工用米は前年の21万トから数万ト増えていると認識している。そのなかで、加工用米の価格は、前年より2千4百円下げた9千6百円で提案した。基本的には希望数量通りに契約を締結したい。加工用米の複数年契約に対する国の助成も許可さ

加工用米について

18万トから25万トに増加すると公表された。飼料用米は、政策的な支援が確立しているの増加し、加工用米は前年の21万トから数万ト増えていると認識している。そのなかで、加工用米の価格は、前年より2千4百円下げた9千6百円で提案した。基本的には希望数量通りに契約を締結したい。加工用米の複数年契約に対する国の助成も許可さ

1面より続く。

神明よりの説明

米の需給状況

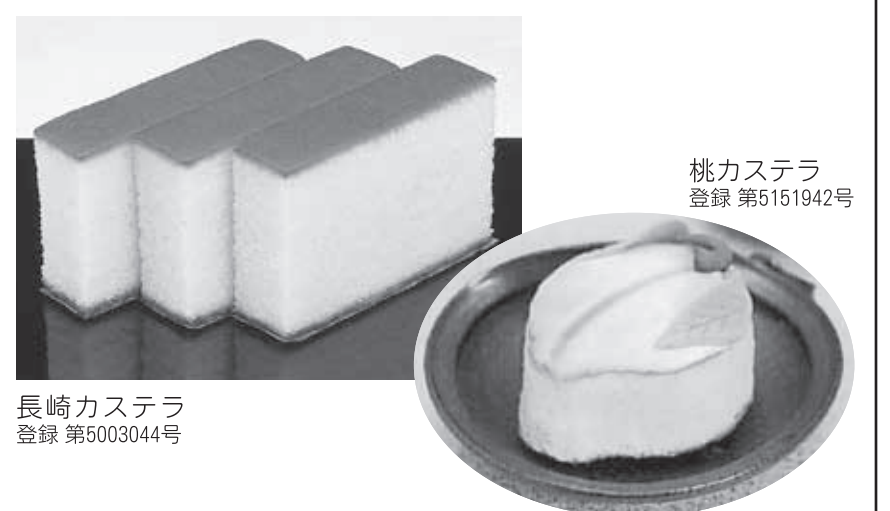
また、複数年契約がほとんどなので、ある程度の数量の結びつきができています。25年米穀年度に、加工用向けM A米の販売が多いのは、加工用米の価格が上がったため、外国産米への移行した影響だと思つた。M A米と加工用米の価格差は狭まってきているが、まだ差があり、厳しい状況である。M A米から加工用米に置換えるとなると、需要者に価格・販売・包装資材・規格の問題があり、すぐに変更できないので、普及は難しいという。ただ、消費者の不安感や品質に関して、外国産米から加工用米に置換えることは利点である。

れたので、同数量の申込を頂いた。質問・複数年契約は長期的な契約で、取引数量の変動があるため、違約金額を見直して欲しい。違約金は生産者側に立っているのではないかと。例えば販売数に對し何%以内にする、あるいは両者協議するなど譲歩できないか。

加工用米について

全農・加工用米は用途限定米穀の位置付けになるので、取引にあたっての違約措置について明記する制度がある。農水省消費安全局の資料に、加工用の品代の出ているので、5千円は高いわけではなく、長い間この水準であった。これを下回る額に見直すとなると、産地側に説明しづらい。基本的には契約を履行する前

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

地元丹波の高品質な製菓・製パン原材料をご提供致します!!



- 丹波栗黄栗甘露煮 ○丹波栗渋皮付甘露煮
○丹波栗ペースト ○丹波大納言あん
○丹波大納言かのこ ○丹波黒黒豆きなこ
○丹波黒黒豆かのこ

丹波黒大豆・丹波大納言・丹波栗 荒川商事株式会社

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

お菓子のアンケート

全国の10代〜80代へお菓子に関する意識調査を実施

その②

全日本菓子協会では、昨年引き続き2013年度もお菓子及び砂糖の正しい理解を啓発し、需要拡大に役立てることを目的に、全国のスーパーマーケットや和洋菓子店で、お菓子のアンケートを実施した。応募総数は194,963で、1千通を無作為に抽出した。結果は次の通り。

和菓子

Q：和菓子をどの位の頻度で召し上がりますか。
A：毎日24・7%、週2〜3回31・6%、週1回21%、月2〜3回16・9%、月1回5・5%、その他0・4%。

洋菓子

Q：洋菓子をどの位の頻度で召し上がりますか。
A：毎日19・3%、週2〜3回31・5%、週1回21・4%、月2〜3回17・9%、月1回8%、その他1・8%。

質疑応答より

2面より続く。
質問：違約金は契約した需要者が払い、生産者側は払わない。契約の形をとっていないと考えられる。
農水：主食用米は、契約を取消しても生産者や集荷者は他の卸業者に販売が可能だが、加工用米や新規需要米は国の制度の枠組みの用途限定米穀であり、契約で作った分はその用途以外に回せない。用途以外に回すと、補助金返還などにつな

とにより和菓子が日常的に摂取されている様子がかがえま。

Q：一回に購入される和菓子の金額はおいくら位ですか。
A：500円以下24・3%、500〜800円29%、800〜1千円25・8%、1千円〜1千500円14・6%、1千500円以上6・4%。
和菓子の一回の購入金額は「500〜800円」が最も

洋菓子の摂取頻度は「週2〜3回」が最も多く、次が「週1回」でこの二つで半数を超えています。また「毎日」も2割存在しており、洋菓子が日常的に摂取されている様子がかがえま。

Q：一回に購入される洋菓子の金額はおいくら位ですか。
A：500円以下19・9%、500〜800円25・3%、800〜1千円22%、1千〜1千500円22・9%、1千500円以上9・8%。
洋菓子の一回の購入金額は「500〜800円」が最も多く、次が「1千〜1千500円」となりました。また、

質問：加工用米の価格が高すぎる。
全農：25年産の1万2千円は、主食用米の価格に厳しい価格設定であったので、26年産を9千600円に下げた。販売価格9千600円は手取りではなく、運賃や保管料、設備費を加味している。一つの目安として26年産備蓄米が1万2千円相当で聞いており、それと比べると価格にはおかしくないと思う。むしろ、販売価格は、数量確保するまで備蓄米よりは上がっていない

質問：補助金は生産者側に対する補助であって、使う側には、全く関係ない。需要があるにもかかわらず、政策で振り回されることを心配している。
農水：補助金は生産者向けで、確かに実需者には恩恵はない。30年産以降の利点は、契約の枠の中で動いていた加工用米が、需要に移行する予定で検討されている。そうならば、欲しい価格帯で欲しい原料を契約ベースで産地側から求め、取引ができるようになる。

Q：どのような和菓子が好きですか(複数回答)。
A：羊羹14・2%、最中10・7%、饅頭21・3%、大福・団子など47・4%、桜餅など季節の生菓子33・7%、ねりきり等の上生菓子16・7%、栗饅頭などの焼菓子14・9%、その他3%。
好きな和菓子は「大福・団子など」が最も多く「桜餅など季節の生菓子」「饅頭」が続いており、生菓子の人気が高い結果となっている。

Q：和菓子を購入する店は決まっていますか。
A：1軒に決めている6%、2〜3軒に決めている48・7%、特に決めていない43・7%、その他1・4%、無回答0・2%。
和菓子を購入する店を決めている人は半数を少し超えており、その内9割が「2〜3軒に決めている」と複数店舗を回答しています。また「特に決めていない」人も4割存在しました。

一回の購入金額で1千円を超える人が全体の3割を占めています。

Q：どのような洋菓子が好きですか(複数回答)。
A：シュークリームなど28・3%、ケーキなど生菓子は66・4%、マドレーヌ8・9%、ロールケーキなど20・8%、チョコレート菓子27・1%、その他5・4%。
好きな洋菓子は「ケーキなど生菓子」が最も多く「シュークリームなど」「チョコレート菓子」の順になっており、生菓子の人気が高い結果となっています。「その他」として、プリンやゼリー、パイやタルト等が回答されました。

質問：補助金は生産者側に対する補助であって、使う側には、全く関係ない。需要があるにもかかわらず、政策で振り回されることを心配している。
農水：補助金は生産者向けで、確かに実需者には恩恵はない。30年産以降の利点は、契約の枠の中で動いていた加工用米が、需要に移行する予定で検討されている。そうならば、欲しい価格帯で欲しい原料を契約ベースで産地側から求め、取引ができるようになる。

質問：加工用米の価格が高すぎる。
全農：25年産の1万2千円は、主食用米の価格に厳しい価格設定であったので、26年産を9千600円に下げた。販売価格9千600円は手取りではなく、運賃や保管料、設備費を加味している。一つの目安として26年産備蓄米が1万2千円相当で聞いており、それと比べると価格にはおかしくないと思う。むしろ、販売価格は、数量確保するまで備蓄米よりは上がっていない

Q：和菓子を購入する店を決まっていますか。
A：1軒に決めている6%、2〜3軒に決めている48・7%、特に決めていない43・7%、その他1・4%、無回答0・2%。
和菓子を購入する店を決めている人は半数を少し超えており、その内9割が「2〜3軒に決めている」と複数店舗を回答しています。また「特に決めていない」人も4割存在しました。

Q：和菓子を購入する店を決まっていますか。
A：1軒に決めている4・2%、2〜3軒に決めている44%、特に決めていない50・3%、その他1・2%、無回答0・3%。
洋菓子を購入する店を決めている人はほぼ半分に達し、決めている人の9割が「2〜3軒に決めている」と複数店舗を回答しています。また「特に決めていない」人も5割存在しました。

洋菓子の購入は「専門店」が最も多く、全体の6割に達します。次いで「スーパー」「コンビニ」「百貨店」

洋菓子の購入は「専門店」が最も多く、全体の6割に達します。次いで「スーパー」「コンビニ」「百貨店」

洋菓子の購入は「専門店」が最も多く、全体の6割に達します。次いで「スーパー」「コンビニ」「百貨店」

洋菓子の購入は「専門店」が最も多く、全体の6割に達します。次いで「スーパー」「コンビニ」「百貨店」

Q：洋菓子を購入する店を決まっていますか。
A：1軒に決めている4・2%、2〜3軒に決めている44%、特に決めていない50・3%、その他1・2%、無回答0・3%。
洋菓子を購入する店を決めている人はほぼ半分に達し、決めている人の9割が「2〜3軒に決めている」と複数店舗を回答しています。また「特に決めていない」人も5割存在しました。

Q：洋菓子を購入する店を決まっていますか。
A：1軒に決めている4・2%、2〜3軒に決めている44%、特に決めていない50・3%、その他1・2%、無回答0・3%。
洋菓子を購入する店を決めている人はほぼ半分に達し、決めている人の9割が「2〜3軒に決めている」と複数店舗を回答しています。また「特に決めていない」人も5割存在しました。

洋菓子の購入は「専門店」が最も多く、全体の6割に達します。次いで「スーパー」「コンビニ」「百貨店」

洋菓子の購入は「専門店」が最も多く、全体の6割に達します。次いで「スーパー」「コンビニ」「百貨店」

洋菓子の購入は「専門店」が最も多く、全体の6割に達します。次いで「スーパー」「コンビニ」「百貨店」

洋菓子の購入は「専門店」が最も多く、全体の6割に達します。次いで「スーパー」「コンビニ」「百貨店」

和菓子を選ぶ時の基準として最も多かったものは「味が良い」で、二番目が「品質に見合った価格」、三番目が「見た目がきれい」となりました。価格については「価格が安い」もあるものの、単なる安さよりも品質とのバランスを重視していることがわかります。また、好きな和菓子の回答で生菓子が多かったことから「見た目のきれいさ」へのこだわりもあがります。

和菓子を選ぶ時の基準として最も多かったものは「味が良い」で、二番目が「品質に見合った価格」、三番目が「見た目がきれい」となりました。価格については「価格が安い」もあるものの、単なる安さよりも品質とのバランスを重視していることがわかります。また、好きな和菓子の回答で生菓子が多かったことから「見た目のきれいさ」へのこだわりもあがります。

洋菓子を選ぶときの基準として最も多かったものは「味が良い」で、二番目が「品質に見合った価格」、三番目が「見た目がきれい」となりました。価格については「価格が安い」もあるものの、単なる安さよりも品質とのバランスを重視していることがわかります。また、好きな洋菓子の回答で生菓子が多かったことから「見た目のきれいさ」へのこだわりもあがります。

洋菓子を選ぶときの基準として最も多かったものは「味が良い」で、二番目が「品質に見合った価格」、三番目が「見た目がきれい」となりました。価格については「価格が安い」もあるものの、単なる安さよりも品質とのバランスを重視していることがわかります。また、好きな洋菓子の回答で生菓子が多かったことから「見た目のきれいさ」へのこだわりもあがります。

洋菓子を選ぶときの基準として最も多かったものは「味が良い」で、二番目が「品質に見合った価格」、三番目が「見た目がきれい」となりました。価格については「価格が安い」もあるものの、単なる安さよりも品質とのバランスを重視していることがわかります。また、好きな洋菓子の回答で生菓子が多かったことから「見た目のきれいさ」へのこだわりもあがります。

洋菓子を選ぶときの基準として最も多かったものは「味が良い」で、二番目が「品質に見合った価格」、三番目が「見た目がきれい」となりました。価格については「価格が安い」もあるものの、単なる安さよりも品質とのバランスを重視していることがわかります。また、好きな洋菓子の回答で生菓子が多かったことから「見た目のきれいさ」へのこだわりもあがります。



はちみつカステラ・チーズカステラ・ブランディケーキ 組み合わせで大・小2本入、3本入に出来ます。



ブランディケーキ (X.Oたっぷり)



チーズカステラ (型焼き)



本格的カステラ (スライスしてあります)



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76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



あんていらみす



まんまるん



おしと

オリジナルの菓名を付けて、詰合わせのアイテムにどうぞ。
・1個づつ酸素を除去して包装しました。1ヶ月間、出来たての風味を保ちます。
・1ケース合わせて(240個)から発送致します。

青年部ブロック長がゆく

ブロック青年部代表者会議を開催

参加者より熱く活発な意見が交わされる

全菓連青年部東北・北海道ブロックでは、去る六月二三日岩手県盛岡市盛岡駅西通いわた観光経済交流センター会議室(岩手県菓子工業組合事務局を会場に、ブロック青年部代表者会議を開催しました。

当日は、電車事故のため

今までは、ブロック青年部としての会合は、不定期で部長懇親会が催されており、年一回の持ち回りブロック

介の後、小沢仁ブロック長より全菓連青年部の規約改正や、褒賞制度への応募、東北・北海道ブロックにおける諸課題の説明などが行われました。

議事では、各県の活動状況の報告の後、幅広い意見が発言され、特に「青年部の高齢化対策」というテーマにより交わされた意見では

「青森県 定年制は導入していない。組合青年部としての地域構成は、弘前エリヤが中心で親会との連携はとれている。八戸にも別の青年部のような組織があるようだ。」

【秋田県】 五十歳で定年と

現在の会員は四十代が中心である。地域構成は大館、秋田市周辺が中心。当然若い世代の入会を望んで

【宮城県】 定年制の導入はしていない。会員の年齢構成は三十代と五十代。地域構成は県内ほぼ全域。勧誘の声掛けはしているものの効果はいまひとつ。

【山形県】 定年制の導入はなし。後継者が入会すれば親が退会という流れになっている。現在の年齢層としては三十代と六十五歳位まで。年齢の高い人には相談役・顧問という形で入ってもらっている(大きな大会

の際には助言をもらうことができる、というメリットがある。会員はほぼ全県にわたっているが、約半数が村山(山形市中心)地域に集中している。勧誘についてはそれぞれの声掛けによる。現在、関係業者十社に青年部の賛助会員として加入してもらっている。会議の準備など運営にとても協力的で助かっている。

【福島県】 定年制の導入はしていない。昨年度から新体制となり若い世代も増えてきた。地域は福島市が中心。問屋業者などにも声かけして入会してもらった。Uターンで戻ってきた後継者など積極的に交流の機会を

設けることに力を入れていく。という各県ごとの実情が交わされ、出席者は熱心に耳を傾けていました。

各県とも組織の活性化には、若い世代の勧誘と声掛けが必要という観点では、意見が一致しており、今後の大きな課題となりました。次に、今後のブロック大会開催について協議され、小沢仁ブロック長より、現状を見直しせずに「これまで通りの開催順です」といふと、山形、岩手、北海道については同じ年に親組合、青年部のブロック大会が重なる「ということ」で、特定の地域への負担の懸念が説明され、負担軽減のため



ブロック青年部代表者会議

【若手県】 定年制の導入はなし。部員は三十代、四十代中心。盛岡以北の部員が皆無で、県域も四国四県に匹敵し、広大なことから全員の顔合わせも難しい状況となっている。勧誘は口コミに頼っている程度。

【福島県】 定年制の導入はしていない。昨年度から新体制となり若い世代も増えてきた。地域は福島市が中心。問屋業者などにも声かけして入会してもらった。Uターンで戻ってきた後継者など積極的に交流の機会を

めブロック大会開催順の見直しが必要とされており、是正を急ぎたいとの意向が示されました。これに対し「全国各ブロックの例に倣い、代表者会議(ブロック部長会議)を毎年開催、ブロック大会を隔年開催という形に切り替えてはどうか」「ブロック大会受け入れのため、積み立てしており直直大である青森県。」「担当年における組合の経費(持ち出し)について毎回頭を悩ませている」秋田県。という声が上がった。

これに対し、小国輝也直前ブロック長から「大会が隔年開催になると、担当が一週するの十四年かかるの

で、その間に青年部が代替わりすることが懸念される。であれば、宿泊から日帰りの日程に変更するなど規模を縮小し、毎年の開催にしてはどうか」という意見が出されました。

協議の結果、来年まではこれまで通りの順で開催とし、持ち回りについては、賛意は得られたものの最終的な決議については、九月に福島で開催予定の次回ブロック大会まで持ち越し閉会となりました。同日は、参加者による懇親会も開催され、有意義な会合となり帰路につきました。

東北・北海道ブロック長 小沢仁

京 都 菓子の継承 楽しく、おいしく

お菓子教室の新たな形

京都府菓子工業組合青年部では、数多くのお菓子教室の依頼をいただいております。近年、その件数はますます増加傾向にあり、部員一同より一層のやる気に

満ちております。

当組合のお菓子教室の活動目的は、京菓子を通じた食育や伝統の食文化の継承、貴重な職業体験の提供、職人と地域との交流などです。ただし、そこには「楽しんで」「おいしく」が前提にあります。

そのためには、より良い活動を目指し、試行錯誤をし、新たな挑戦を続けていくことが必要となるでしょう。

より約5年半が経過し、部員それぞれが経験を重ね、技術も向上してまいりました。また、現在では20代、30代の部員がメインに立ちます。そういった活動の増加、環境の変化により、お菓子教室も多様な進化を続けております。

地域との交流としては、小学校の保護者参観や自由参観の日に合わせて開催を行いました。参観に来られた保護者の方、周辺地域の方々にも興味を持って頂ける良い機会となりました。

また、お菓子教室で制作するお菓子の種類も、ねりきり、蒸し菓子、生菓子、落雁など、さまざまなものに挑戦し、試行錯誤しつつも喜んでいただけることができました。

新たな取り組みの一つとして、菓子とは大変関わり

の深い「茶道」です。立命館大学の茶道研究部とコラボレーションし、参加者にお茶と菓子の関わりについて講義をし、大学生が点てたお茶とお菓子を出し、楽しく、おいしく学んで頂いております。貴重な体験の提供としても手心えのある活動となっております。

また、今年の7月にお菓子とは正反対であろうと思われがちな「歯科医師会」とのコラボレーションを行いました。当日の流れとしては、お菓子の講義を行ない、蒸しこなしの制作、ねりきり菓子の制作、菓子作りの実演、歯科医の先生の講義、大学生による茶道の振る舞い、といった盛りだくさんな内容となりました。

参加した子供たちも大いに楽しんで学んでくれたと感じました。特に歯科医の先生のお話は興味深

く、主に虫歯の原因・予防に関してお話をいただき「決してお菓子が歯に良くないわけではない」と説いて下さりました。子ども達のみなならず、我々部員も大変勉強になり、新たな試みとして非常に意義のあるものとなりました。

昨今の、子ども達を始め



お菓子教室

【共同購買事業】

＊輸入小豆(全菓連) 福岡菓子工業組合割り当てとして、天津小豆1・5ト(1社) 購入

【福利厚生事業】

＊P.L共済保険(全菓連)

【その他の事業(県、農工商連携6次産業について)】

＊福岡県菓子会館の有効な利用として、飲食店(一刻堂)との賃貸契約が成立して、両者共々ウインウインの関係になっております。立地が、意外や若者の街に変ぼうして菓子会館が、若者にも開かれた会館に変わることが期待しております。

【3】情報の提供事業

＊菓子工業新聞の業界を取り巻く諸問題の情報、経営環境のめまぐるしい変化などの情報また、法律改正による表示の適正化などによる理事会において、議題に取り上げ、支部会への掛け渡しとし、組合員に伝達している。

＊福岡県菓子工業組合のホームページ(夢の菓子づくり)において、一般消費者者に対してもお菓子に関する情報提供も行っています。

【4】その他の事業(県、農工商連携6次産業について)

＊福岡県菓子会館の有効な利用として、飲食店(一刻堂)との賃貸契約が成立して、両者共々ウインウインの関係になっております。立地が、意外や若者の街に変ぼうして菓子会館が、若者にも開かれた会館に変わることが期待しております。

【3】情報の提供事業

＊菓子工業新聞の業界を取り巻く諸問題の情報、経営環境のめまぐるしい変化などの情報また、法律改正による表示の適正化などによる理事会において、議題に取り上げ、支部会への掛け渡しとし、組合員に伝達している。

＊福岡県菓子工業組合のホームページ(夢の菓子づくり)において、一般消費者者に対してもお菓子に関する情報提供も行っています。

【行事予定】

【青森】 9月30日、和菓子講習会、講師・清水利伸氏(両口屋菓匠) 八戸市卸センター

【福井】 10月1日、和菓子技術講習会、講師・鈴木美典氏(菓匠苑梅その)、(株)カリヨー

【茨城】 10月4・5日、かさま新築祭りに参加、笠間市・市民センターいわま、10月10・13日、笠間浪漫お菓子村に出展、笠間市・芸術の森公園

【福島】 10月5日、夢元須賀川菓子まつり、須賀川市中央体育館

【愛知】 10月7日、和菓子製造講習会、講師・伊藤道彦氏(柳喜久寿)、内藤博之氏(浪花堂)、愛知県菓子会館

【東京】 10月8・9日、食の市に参加、新宿西口イベントコーナー、10月11・12日、第8回東京都食育フェアに参加、代々木公園ケヤキ並木通り

高知 土佐の菓子の歩み 歴史と供にあった菓子

土佐の国の菓子とは？と言いますと、弥生時代から小豆(あずき)は遺物として発見されており、穀物を栽培するようになってからは、儀式や年中行事に利用

されておりました。小正月(一月十五日)に小豆粥を食べる風習があったと、平安時代の書物である「土佐日記」(土佐の国司「紀貫之」著書)にも記載されており



土佐の菓子

室町時代末期には「応仁の乱」で、京都の都を捨て土佐の中村へ入られた前関白の一条教房より京文化が持ち込まれ、その際に菓子も茶の湯と共に入ってきたとされています。

その後、砂糖が入ってきたから、先に述べた小豆を使用した「あん」が生まれ、山芋(とろろ)・米粉などで作った饅頭が出来たとされ、土佐の国でも例外ではなく献上したと言われている。

戦国時代を経て山内氏が入国してきた江戸時代には、菓子の技術も発達。元禄年間には、山内家御用菓子司があったとされ、名を「西川屋」といいます。参勤交代の御宿泊所に定められていた、赤岡という所にある与楽寺で宿泊された折、菓子を藩主に献上したと聞いております。その菓子、銘菓「ケンピ」は素麺からの製法をヒントに作られたものであり、この干菓子に堅いところから堅干(ケンピ)と名付けて、広く一般にも売り出されました。

今では、土佐の唯一古い銘菓として知られております。土佐の国でも、高知城下と近郊の村を合わせて数十件あったと思われ、江戸へ上がる大名の参勤交代も高知城下に影響を与えたことでしょう。「中菓子」は明治時代の初めごろに作られた菓子と聞いています。

テレビドラマ「龍馬伝」にも出て来た「まんじゅう屋長次郎」(近藤長次郎)の実家も、江戸時代末期(幕末)の菓子屋であったことはよく知られております。

また、高知市から安芸方面に向かう途中に、手結山という所がございますが、その山越えの間にお茶屋餅の店があり、一服して峠を越したと聞き伝わっています。今現在の国道沿いにてご商売をされております。

明治・大正時代から昭和

手 県組合理事会を開催 広島豪雨被災地義援金を拠出

より4分の1位になっていきます。しかし、高知県菓子工業組合に所属する組合員の方々は多くの人に喜んでいただける菓子づくりを目指して日々頑張っております。

高知菓子工業組合事務局長・森下広和

また、若手菓子工業組合では、昨年開催された広島菓子博覧会での東日本大震災復興支援即売など、若手菓子工業組合に大変お世話になったことから、広島豪雨災害に対して義援金10万円を拠出することとし、去る八月二十五日、若手菓子工業組合(佐々木良二会長・盛岡市出身)に対して送金した。齊藤俊明理事長は「広島菓子博の震災復興支援コーナーでは大変お世話になった。使途については、県人会に委ねたい」と語っている。一日も早い復旧復興をお祈りしたい」と語った。

若手菓子工業組合・小沢仁

岩手菓子工業組合(齊藤俊明理事長)では、去る八月二十一日、盛岡駅西通所在のマリオスビル3階、いわて観光経済交流センター会議室で、理事会を開催した。会議では全菓連PL共済の取り扱い、三重菓子博覧会の準備状況などが協議され、組合財務状況の説明では、東日本大震災後、被災や廃業により、組合員数が大きく減少している。賦課金の見直しは、避けて通れないことは、認識されたが、各理事より「支部運営も大変なので、賦課金の値上げは大変厳しい」「更なる経費削減を」などと意見が出され、理事会での決議には至らず今後の継続審議案件となった。

齊藤俊明理事長は、組合の健全運営のため「賦課金と改めて痛感致しました。さて、その後は階を移動しての懇親会です。司会は、二葉晃司氏(二葉製菓)です。いつもながらの流ちょう(滑らかな)司会ぶり、一気にムードは盛り上がり、協会の並びに東菓子のメンバー合せて80余名の方に出席して頂きました。

まず、黒川耕次名譽会長(三黒製菓)のご挨拶があり「我業界も厳しいが、外を見ればもっと厳しい所もある。我々には団結できる仲間がいる。皆でこの難局を乗り越えましょう」とのお言葉を頂きました。山口哲正会計(名月製菓)の乾杯の音頭にて開宴し、懇親に入りました。

東京

東京菓子工業組合第36回通常総会 講演 牧田良生氏(株)S・Yワークス) プラントのフラット化時代の到来! お客様に強く求められる菓子店であるために

平成26年7月17日(木)に、東京菓子工業組合第36回通常総会が、上野精養軒において開催されました。

当日は梅雨明けを思わせる程の猛暑日で、上野の森の木立を抜ける風も役に立たず、背中に滴のような汗を背負いつつ来られた方も多かったと思われる。そんな中、40名程の方が総会に出席下さいました。司会は、釣川宏氏(日新



牧田良生氏

化工(株)です。まず、会長の外海大六会長(日新化工(株))の挨拶の後、司会者より本日の出席者は委任状を含め定数を満たしており、本会は有効に成立した旨報告されました。議長には外海大六会長が選ばれ、直ちに議案の審議に入りました。

第1号議案 平成25年度事業報告書並びに決算報告書承認の件

第2号議案 平成26年度事業計画(案)並びに収支予算(案)決定の件

第3号議案 平成26年会費及び徴収方法決定の件

全ての議案が慎重な審議の上、全員異議なく原案通り承認可決決定しました。滞りなく総会が終了し、続いては恒例の講演会が行われました。

今回講師にお招きしたのは、牧田良生氏(株)S・Y

ワークスマーケティングコンサルタント)です。「プラントのフラット化時代の到来! お客様に強く求められる菓子店であるために」というテーマでご講演頂きました。

31才という若さを武器に「徹底した現場主義」を貫き、迫力あるお話を頂きました。特に印象に残ったのは、企業の永続性の3条件①信頼性②集客性③収益性についてのお話と、現在、ある商品を買うのに専門店、コンビニ店どちらに行こうか迷う時代であるという点でした。我々は圧倒的的主力商品を作り、コスト構造の変化に対応して行かないければ生き残って行けない

厳しい時代の裏返し、いつにも増して笑い声、話し声の絶えない楽しい会になりました。回数を重ね、小さな輪がそこかしこに多く出来るようになったのは喜ばしいことです。おいしい料理に舌鼓を打ち、旨酒に酔い、皆さんの顔も上野の空同様黄色に染まったころ、江口鐘一氏(宏洋)の中締めにて盛会のうちに閉幕となりました。受付、幹事の皆様有難う御座いました。涼しくなる秋には、イベントの企画もありま

す。また、お会い出来る日を楽しみにしています。

東京都菓子工業組合副理事長・中谷製菓・中谷光基

トータルビルマネジメントサービスのご提案

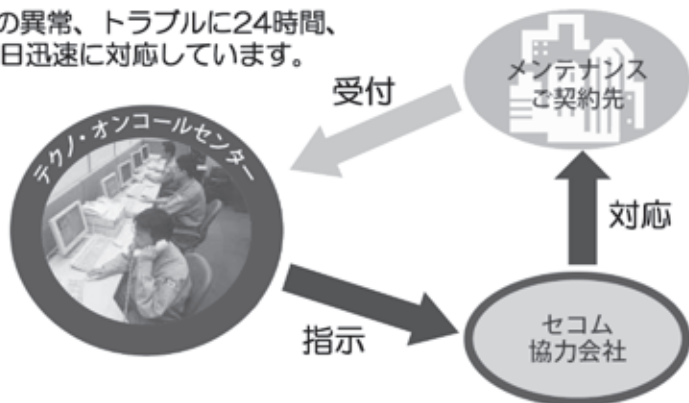
建物の資産価値を長期的に維持する、効果的な総合管理サービスをご提案します。

セコムグループならではの強力な連携で “安心”に “快適さ”をプラスします。



テクノ・オンコールセンター

設備の異常、トラブルに24時間、365日迅速に対応しています。



セコム株式会社
設備・メンテ事業部 メンテナンス部
http://www.secom-techno.co.jp/

〒164-0013東京都中野区弥生町5-6-11 ステープル中野ビル
TEL.03-5340-5208 担当:野中・筒井

愛知

繁盛店訪問

川村屋賀峯総本店

平安時代に尾張の国の「一の宮」があり、古くから繊維産業都市として知られる一宮市。

その一宮市の南西部にある「京菓子司 川村屋賀峯 総本店」様を訪ねました。江戸時代末、現在の稲沢



京菓子司 川村屋賀峯総本店

市に創業した「松屋甚兵衛」という菓子屋が前身。三代目は、明治時代に大蔵官僚になったことから一時、菓子屋を廃業。その後、現店主の父親が昭和三年に現在地で「川村屋賀峯」と改名し新たに創業。現在は二代

目店主の原鉦三氏と、その長男ご夫婦と五名のパート従業員で、お茶会の菓子を中心に、地元はもとより、遠方の茶人からの注文にもこたえています。店舗向かいにある本格的な茶席へ通されお話を伺う



羽二重餅

ことになり、数寄屋造りの門をくぐり敷石を踏みしめながら中へ進むと、事前に庭には打ち水がされ木の葉の隅々までもみずみずしく、和菓子職人でありながら茶の湯の席主をも務める店主の細やかなおもてなしの心遣いを感じました。建物には店主好みの設計で、畳廊下伝いに、八畳の寄付きと、隣の八畳は表千家榎齋宗匠好みの松風樓の写しの席、廊下伝いに、水屋、吉田紹村宗匠の命名の小間「餘楽庵」(昭和十八年造)があります。梅軒門やにじり口、別室には立礼席もあり本格的な茶事、茶会が出来る設えです。

種類の「羽二重餅」があります。お抹茶で頂きましたが、ふんわり柔らかな中にもコシのある生地は、小豆との相性も良く、評判通りの味です。稲沢市にもマスコミなどに取り上げられる羽二重餅の人気店があり、その店のルーツも先代から屋号を命名してもらい独立したとの事ですので、まさに「羽二重餅」は、川村屋賀峯を代表する銘菓ということ。店主の原氏は茶の湯と五十年以上にわたり関わり、自らの茶道員で茶会や茶事を催しておられ、和菓子職人としては全国的にも数少ないお茶人でもあります。せっかくなので、先代より伝わる、季節により形や中餡、色など豊富な

ただきました。お茶のお菓子については「茶の引き立て役」という立場から「菓子の材料が本来持つ風味を損なわないように、自然体ですっきりとした菓子を中心に心がけています。そして甘さ減減。香りの強すぎるものや、色合いのあまりに鮮やか過ぎるものは相応しくないと感じます。趣向によって雅な華や

いだ感じの茶菓子、時には野趣のある詫びた風情の菓子。折々、春夏秋冬、見た目も口に入れても上品な和菓子作りで真心を込めて精を出したいです」とのこと。店舗の数はある広さの作業場には、ステンレス作業台が八台設置され、手入れの行き届いた道具類が整然と並んでいます。「販売」より「製造」というお客様

から見えにくい部分を大事にされている姿勢が伝わってきた気がしました。道具類は、ほとんどを日光消毒し、生地に匂いや余分な水分が付着しないように風味を大事にするともに、衛生面にも細心の注意をされているとのこと。愛知県菓子工業組合・近田大輔

連組合が連携し、「みんなの笑顔」お菓子の力、「大雪山」をテーマに準備を進めています。また、市の食育事業に協力。地元の素材で作るお菓子をテーマに、どのようにして素材を活かされていくかを市内の小学生を募り学んでもらいます。地元の小学生が考案したお菓子を菓子職人が作り、地元のお祭りでテスト販売も視野に進めています。こうした活動を重ねていくことで地域おこしを見出しに行きたいところです。北海道菓子工業組合専務理事・久木利弘

石川

中部ブロック石川大会 140名出席、盛大に開催

石川県菓子工業組合青年部 創立20周年記念大会も合同開催

第7回全国菓子工業組合連合会青年部・中部ブロック石川大会並びに石川県菓子工業組合青年部創立20周年記念大会は、平成26年7月30日、石川県金沢市のホテル日航金沢にて、140名のご出席者にお集まりいただき盛大に開催することができました。

大会はまず、ご来賓のご入場を全員が大きな拍手でお迎えしスタート。田中新太郎石川県商工労働部長、竹中康将同産業政策課主任、杉山孝俊全菓連副理事長(静岡県菓子工業組合

理事)、久村俊昌愛知県菓子工業組合理事長、田中健一富山県菓子工業組合理事長、渡辺長治岐阜県菓子工業組合副理事長、平山伸治福井県菓子工業組合副理事長、川嶋昭夫三重県菓子工業組合副理事長、中島慎介全菓連青年部長、滝沢博臣同関東甲信越ブロック長、田中耕太郎九州ブロック長、山口周平同中部ブロック長御名代、加納聡子茶道裏千家淡交会青年部北陸信越ブロック長、全菓連事務局といったそうそうたる皆様方にご来賓として

ご臨席を賜り、大会は開始早々大きな熱気に包まれました。石川県菓子工業組合青年部(青年部と略記)粟森剛金沢支部長が堂々と開会宣言、続いて全員で国歌斉唱、全菓連青年部綱領唱和(宮向健也石川青年部副会長)を行い、行松宏展石川青年部会長が東北復興支援活動の継続を誓い、小出進石川県菓子工業組合理事長が青年部の歴史を振り返りながら未来への発展を期待するとの歓迎の言葉を述べられました。

田中農商工労働部長と杉山全菓連副理事長から青年部への激励のお言葉、三重県川嶋副理事長と三重青年部から3年後の三重菓子博基本構想報告を頂き、大会

「せのお手伝い」の思いを参加者全員が共有いたしました(続いて開催の小田植彦氏記念講演会は以後掲載)。特別ゲストの北陸新幹線開業PRキヤクターひゃくまんさんは受付から終了まで大会を盛り上げ、式典閉会宣言は石川青年部最年少の小山祥太君が元気に務め、お父様の青年部OB小山辰司歴代会長も感慨深い様子で見守っておられました。

祝賀会は、金沢らしく金沢芸妓の艶やかな一舞一管で開始、那谷忠之

携の可能性についても探る機会となりました。最後に5名の歴代中部ブロック長からの指名を受けた村中洋祐副ブロック長(福井青年部会長)が、中部ブロックの発展を祈って中締め挨拶、盛会のうちに大会は終了いたしました。

那谷中部ブロック長の方針で今期は「ブロックと開催事業のコラボ」が進められており、今回その一環として初めてブロック大会と石川青年部創立20周年記念大会との合同開催が実現いたしました。関係各位のご理解と多大なるご協力に心から感謝申し上げます。石川県菓子工業組合事業企画委員会・深沢大

衛生管理セミナー

スローガン通り「GO!菓子博。みんなのお菓子、幸

らしく金沢芸妓の艶やかな一舞一管で開始、那谷忠之

らしく金沢芸妓の艶やかな一舞一管で開始、那谷忠之

らしく金沢芸妓の艶やかな一舞一管で開始、那谷忠之

らしく金沢芸妓の艶やかな一舞一管で開始、那谷忠之

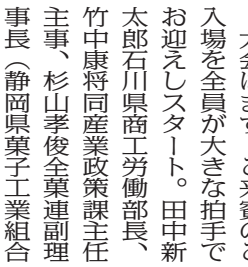
らしく金沢芸妓の艶やかな一舞一管で開始、那谷忠之

らしく金沢芸妓の艶やかな一舞一管で開始、那谷忠之

らしく金沢芸妓の艶やかな一舞一管で開始、那谷忠之

らしく金沢芸妓の艶やかな一舞一管で開始、那谷忠之

衛生管理セミナー



中部ブロック石川大会



衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

衛生管理セミナー

大阪産(もん)名品お披露目会開催！ 大阪府の活動を通し新たな販路開拓を

平成26年7月18日、大阪府咲洲庁舎咲洲ホールに於いて「大阪産(もん)名品」認証制度の第3弾(25年度分)認証商品についてのお披露目会および、認証事業者と流通販売関係者との商談会が開催されました。

「大阪産(もん)名品」とは、大阪で培われた技術や製法に基づいて作られ府民に愛されているものや「大阪らしい」と思われるものをブランド化し「大阪産(もん)名品」として認証することにより、食品の知名度向上や府内の食品産



大阪産(もん)名品お披露目会

業の振興を図る大阪府の取り組みで、平成22年度に創設されました。これまでは、製造から概ね50年以上が経過し、永年にわたって愛されている商品に対して「大阪における伝統」という分野で認証が行われていたが、今回より、当該商品などが製造されてから5年以上が経過しており、製法に大阪との関わりがあるものに対して審査される「大阪らしい物語」という新しい認証基準が加わりました。「大阪産(もん)名品」に認証された後は、大阪府

ります。このたび新たに「大阪産(もん)名品」第3弾として認証を受けた事業者は34事業者59品目(大阪における伝統19事業者30品目、大阪らしい物語15事業者29品目)になり、合わせて110事業者293品目に拡大されました。当日は認証商品の展示や試食会も行われ、お披露目会に参加された小河保之大阪府副知事を初め、流通販売関係のバイヤー、マスコミ関係者の方々も味い知って

鹿児島 ケーキハウスSin

高校生と
コラボ

黄身の色が白っぽい卵をご覧になったことがありませんか。

鹿児島県米どころ、伊佐市にある伊佐農林高等学校。その高校生たちが作った、伊佐米を餌に与えた鶏が産む卵は、米の色素が黄身に移り、黄身が限りなく



キミっ白いね

く白い卵になります。その名も「米鶏卵(マイケルタマゴ)」です。

一般的に、お菓子や料理には、黄身の色が濃いほど、味が濃厚なイメージで重宝されがちですが、この一風変わった、自慢のお米で育てた鶏の、ヒタミん豊富な

自慢の卵でお菓子を作りたいと、高校生たちがコラボレーションを依頼したのが、霧島市溝辺町にある「ケーキハウスSin」の神野二男さんだったのです。

普通なら、お菓子には向かないと思われがちな白い黄身の卵を前にして、とても研究熱心な店主の神野さんは「面白い」と思うと同時に「高校生たちの熱い思いにこたえたい」「子どもたちが頑張っているのだから、なんとか力になってあげたい」と引き受けたのでした。

そこで生まれたのが「キミっ白いね」という素敵な白いロールケーキだったのです。しゃれた名前も高校生がつけました。できあがった甘さ控えめのふわふわおいしいケーキを、初めて食べたときの高校生たち

のはじける笑顔と歓声が目に浮かびます。「面白い」「珍しい」「高校生とのコラボレーション」そして何より「おいしい」と、このロールケーキはマスコミにも注目され、評判を呼び、各所から種々のイベントにもお声がかかっています。そして、更にはこの「米鶏卵」を使って作ったプリンやカスタードも加わり「キミっ白いね」は、シリーズ商品になりました。優しさでスタートした高校生たちのコラボスイーツですが、いやしと和みの生むお菓子の力で、これからは地域の輪、笑顔の輪がますます広がっていくことでしょう。

鹿児島県菓子工業組合事務局長・恵島理子

新しい工房兼店舗をオープン ロイヤルからヤクシジへ

昭和48年創業の「ロイヤル」。思いの詰まったブランドケーキをはじめ、先代の作る伝統的なお菓子の数々と46歳の薬師寺隆シェフが手掛ける創作洋菓子で、市民に広く親しまれているお店ですが、このほど宇部市インベーション大賞を受賞し、市内あすとびあに工房兼店舗「ヤクシジ」をオープンしました。土地は約390坪、建物約70坪。高台でロケーションが美しい場所にあります。雇用を生み、生産性の向上も図る菓子屋の革新として地元メディアに大きく取り上げられたこともあり、二代目としてさんさんと輝く薬師寺隆さんを訪ねてお話をうかがいました。

宇部市インベーション大賞とは、市内の産業団地において、革新的な事業を実施する事業者から事業計画を募集し、審査により認定し奨励金を交付する宇部市独自の制度で、新製品の開発や製造、新販売方式、新原料や新資源の採用を行い、地域生活に貢献する事業と判断できる事業計画は必須の条件です。すでに地域の特産をふんだんに取り入れた「あん」をパイで包んだ、おもちゃのきもちが代表的な焼菓子ですが、新工房と併設のカフェを取得することによって、より焼き立てのおいしいお菓子を提供することができるようになりました。カフェは、製造の慌ただしさを一切感じ

のメールマガジンやFacebook (https://www.facebook.com/askimofan) を通じてさまざまなPR活動を行っている予定です。大阪府菓子工業組合副理事長・佐々木三郎



薬師寺隆さん



ヤクシジ

少々ではなく簡単ではありませんが、攻めの姿勢で臨んでいます。また顧客動向や消費傾向など、回を重ねるごとにたくさんできました。さらに百貨店とのパイプにより、小回り重視の後発ならではのやり方で、やっていきたいと決意を新たにしています。

自身の時間の中で一番多くを占めるのは、商品開発でオリジナル性も大切にしながらお客様の価値にマッチするか考えます。会社の皆と製造にかかる時間や販

さまざまなお菓子づくりをサポートします。

お客様のニーズに最適な生産設備をご提案いたします。

全高が低く使いやすい万能型包あん機
火星 人 CN580

- 抜群の包あん性能です。
- 素材にやさしい送り機構です。
- 生地が残量が大幅に減少しました。

ブラシレス粉付け機 手動調整装置付きタイプ

衛生面に優れた新開発のブラシレス方式で、製品表面に手粉を均一に付着させます。

レオン自動機株式会社 URL: http://www.rheon.com E-mail: info@rheon.com

● 本社: 〒320-0071 栃木県宇都宮市野沢町2-3 TEL: 028 (665) 1111 FAX: 028 (665) 3256
● 国内: 札幌・仙台・東京・名古屋・大阪・岡山・福岡 ● 海外: アメリカ・ドイツ・台湾

店舗データ

Yakushiji ヤクシジ
宇部市あすとびあ1-2-4
電話: 0836-53-2233
http://www.so-royal.com/

売方法まで検証し、一体感を持って取り組みます。作ったら売れる製造主導の時代は終わりました。商品は売れる人や仕組みが主導権を持つ時代になりました。今までのやり方では、大手に敵わないと危機感を感じながらも、菓子屋を変えるのは私たち40代50代だと言います。商品にひとことストーリーを作って、伝達しやすくする。商品にはプロローグがある。どの店にも他店に勝っている何かがある。大手にはできないこと、家族経営でもできないことを模索しながら、新工房の完成を機に、より充実した菓子屋としての毎日を通していく薬師寺隆さんでした。山口菓子工業組合専務理事・恒松恵子

日本食糧新聞社、協同組合全日本洋菓子工業会は2014年4月2日(水)〜4日(金)に東京ビッグサイトで第11回デザート・スイーツ&ドリンク展を開催しました。同展では「年商1億利益率28%の繁盛店から学ぶ ネットショップで成功と失敗を分ける3つのポイント」をテーマに講演を行いました。

(本記事は中山氏のセミナーを基に、全葉連・渡辺嘉一郎がまとめました)。

通信販売で1億円売ることとは、それほど難しいことではないが、儲けながら売ることがポイントで、儲かる通販事業の作り方を伝えたい。タイトルにネットショップと書いたが、本日の講演は基本的に通信販売のポイントになる。ある馬刺し専門の会社は、通信販売だけで年商が1億5千万あり、28%の営業利益率を出している。運営している担当の人員は1.5人なので、営業利益率は28%だ。私は

すべての物事には、ルールがあるという話をする。通信販売にもいろいろなルールがあり、それを知るか知らないかで、勝負が決している。

どんな写真にするか

重要な点が3つある。1つ目はどんな写真にするか。商品ページは写真が重要である。万年筆屋の例では、万年筆を何度傾けるかで、売りが変わる。

次に、通信販売の場合、商品のページはものすごく長い。説得するためには、当然、長くていいが、ショッピングカートにたどりついたところには忘れてしまふ。忘れると「決断していいのかな」という状態になってしまふ。従って、ショッピングカートの周りには、すべてを復習する。この情報だけ見れば、そのページの内容が全部復習できるようにする。

3つ目は「カートに入れる」というボタンが重要だが、余りこだわっていない方が多い。格好いから黒や紺色にしている人が多いが、濃い色にしたら売りが落ちる。暖色で大きなボタンにする。

その①

ネットショップで成功と失敗を分ける3つのポイント

中山 裕介氏 (船井総合研究所 大阪経営支援本部)

「暖色にしなればならない。これは心理学で、暖色は購買意欲を喚起するし、大きいボタンは視認性が高いからだ。ちなみに肉を売っている方は、血を連想させる赤はダメだ。肉にはいろいろな制約があって、生物の生息を載せると売りが落ちる。」

大阪の寂れている商店街に、店舗商売していない万年筆屋がある。ただ、通信販売で全国に売っているのが2億円になる。商品ページに入ると、暖色で大きな「カートに入れる」ボタンがある。また、カートに入れると次のページに飛ぶが、普通はショッピングカートの下しか出てこない。しかし、この会社では上に1つ差し込んである。このポイントは通信販売の場合、ショッピングカートに入れたが、最後の決済まで

完了しない方はたくさんいる。普通は70%がカートの途中で止めている。つまり3割しか商品を買っていない。これを防ぐために、まだ注文してなくカートに入れただけで「ご注文いただきありがとうございます」と言われる。お客様は「悪いかな」となり、決済までする方が増える。これだけで7割は決済まで行く。カゴ落ち率を下げるための対策を、知っていれば全然違う。通信販売にはこのようにルールがたくさんある。

通信販売で成功している3パターン

通信販売で成功している形は3パターンしかない。1つ目は、単品通販といわれる単品型だ。例えば、熊本県に健康茶を売っている会社がある。健康茶という効果があるのか怪しい、何のお茶だかよくわからないが、

で買っている。ファッション業界にはセレクトショップがたくさんあり、洋服もチョコレートも、家も売っているような形である。淡路島に繁盛している道の駅がある。繁盛している理由は、とっとりバーガーがエスタで淡路島バーガーが日本一になったからで、すぐ儲かっている。ただ、品揃えは一番でないし、日本全国のタマネギを取り扱っているわけではない。「あんな人、このタマネギがいい」と紹介している話で、自分たちがセレクトして売っている業態である。

この3つのパターンの中、自分がどこで成功するか決めなければならぬ。パスタソースを売っている人にお勧めするのは、品揃え型だ。保存もできるもので、日本一の品揃えがあれば絶対に勝てる。

次号に続く。

洋菓子講習 【基礎編】

日本菓子専門学校 中村光一郎 教師

ミントチョコ

φ160mm 高さ20mm
セルクル 約4台分

- A. パート サブレ ショコラ**
- バター……………75g
 - 粉糖……………45g
 - 卵……………25g
 - 食塩……………1g
 - 粉末アーモンド……………30g
 - 薄力粉……………120g
 - ココアパウダー……………35g

- B. クレーム ダマンド**
- バター……………150g
 - 粉糖……………55g
 - ブドウ糖……………7g
 - 粉末アーモンド……………95g
 - 卵……………95g

- C. ムース ショコラ ヴェール**
- 卵黄……………40g
 - グラニュー糖……………20g
 - 牛乳……………100g
 - フレッシュミント……………10g
 - クリーム35%……………75g



ミントチョコ

- D. クレーム ショコラ マント**
- 板ゼラチン……………7g
 - ホワイトチョコレート……………250g
 - クリーム38%……………350g
 - 牛乳……………60g

- E. 仕上げ材料**
- ピストレ用チョコレート……………10g
 - ホワイトチョコレート……………10g
 - 1カカオバター……………10g
 - チョコ用色素 グリーン……………10g
 - ホワイトチョコレート……………10g
 - チョコレートチップ……………10g
 - ローストペカンナッツ刻み……………10g

- Aを仕込む**
- ①、冷蔵しておいた卵以外の材料をロボコップにかけて砂状になったら、卵を加えて更にかくはんして少し固まりになったら、かくはんを止めて冷蔵する。
 - ②、①を約3mm厚に伸ばしてφ160mm高さ20mmのタルトリングを敷き込む。
 - ③、底紙を乗せタルトストーンを入れ、シルパンを敷いた鉄板で空焼きをする。
 - ④、180℃のオーブンで約15〜20分間空焼きする。

- Bを仕込む**
- ①、クリーム状のバターに粉糖と食塩を加えすり混ぜ、粉末アーモンドとバターを加えかくはんし、①を加え混ぜる。中火でとろみが付くまで加熱し、膨潤した板ゼラチンを加え溶かす。
 - ②、①を空焼きしたパートサブレ ショコラに1台120g均等な厚さに絞り、上面にチョコレートチップとローストペカンナッツ刻みを各10g散らす。
 - ③、180℃のオーブンで約20分間焼成する。
 - ④、塩ビモールドの上にセットしたφ160mm高さ20mmのタルトリングへ流し入れて冷凍する。

- Cを仕込む**
- ①、手鍋に牛乳とフレッシュミントを加え、軽く沸騰するまで加熱する。5分蒸らす。
 - ②、卵黄にグラニュー糖を加えかくはんし、①を加え混ぜる。中火でとろみが付くまで加熱し、膨潤した板ゼラチンを加え溶かす。
 - ③、①を空焼きしたパートサブレ ショコラに1台120g均等な厚さに絞り、上面にチョコレートチップとローストペカンナッツ刻みを各10g散らす。
 - ④、塩ビモールドの上にセットしたφ160mm高さ20mmのタルトリングへ流し入れて冷凍する。

- Dを仕込む**
- ①、手鍋に牛乳とフレッシュミントを加え、軽く沸騰するまで加熱する。5分蒸らす。
 - ②、卵黄にグラニュー糖を加えかくはんし、①を加え混ぜる。中火でとろみが付くまで加熱し、膨潤した板ゼラチンを加え溶かす。
 - ③、①を空焼きしたパートサブレ ショコラに1台120g均等な厚さに絞り、上面にチョコレートチップとローストペカンナッツ刻みを各10g散らす。
 - ④、塩ビモールドの上にセットしたφ160mm高さ20mmのタルトリングへ流し入れて冷凍する。

【製品説明】

夏暑い時期に食べるチョコミントアイスクリームは、夏の暑い時期に食べるチョコミントアイスクリームの美味しさを、お菓子の仕立てました。

人により好き嫌いが分かれる素材の組み合わせですが、残暑が厳しい時期にさっぱりと後味も良く食べてもらえるようにミントの使用量は軽めの配合にしています。ミントとのバランスを考えて少しサブレのココア量は多目ですので、苦みを強く感じる場合はココアの量を減らして下さい。

ミントの部分に紅茶や違うハーブに置き換えれば、バリエーションを出すことも組み合わせで楽しめます。その場合はサブレ生地をココアからプレーンにするか香料で香り付けると良いと思います。

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)

9月25日 発売!

製菓製パン10月号

和洋合同特別企画

世界文化遺産登録を祝う

日本の「富士山スイーツ」

緊急特報/各社の戦略の特徴とは

脅威のコンビニに学ぶ

【其の三】大手3社の「おやつ菓子」市場

▶玉木潤氏のパン・ド・ロデヴ▶山本剛史氏の発酵種&根岸靖乃氏のドイツ菓子▶日月堂のオリジナルどら焼▶東和同友会ハワイへ▶西原金蔵氏の製法▶和泉光一氏の製法他満載

発行所: 製菓製パン社/〒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足田文明氏(元氣塾)を講師に迎え「元気な会社の元気な経営」について講演会を開催しました。先月号より続く。

相談される会社になれるか

何か新しい案件があった時「これはあそこ相談しようか」と言われるか。静岡県の富士にイデシギョーというポケットティッシュの生産量日本一の会社がある。家庭用紙が地場産業だったが、3分の2が大手に押しやられていた。しかし、イデシギョーは隆々としていく。紙おしほりでも日本一だ。大きくなったのは、相談される会社になれたか

これを実践した経営者は、昭和30、40年代、宮崎を日本有数の観光地にした岩切章太郎さんという方だ。私は昭和44年にJTBに入社した。その時、研修旅行に行ったのが宮崎だ。当時、日本一の観光地で、フェニックスハネムーンとあった。岩切さんは昭和14年にこの国を作っているが、その時に「この国に大人料金があるのがおかしい」と言った。大人も子供料金で入って貰った。子供料金で入るから、大人は酒を飲んだらいけないとした。もう一つ、子供が心置きなく遊べるように「ゴミを散らかすな」と、朝から園内で掃除専門のスタッフを巡回させた。きれいなゴミ箱を入れ、捨てる習慣をつけさせた。アルコール厳禁、掃除専門のスタッフの巡回は、30年前にデ

その②

元気な経営の元気な会社

足田 文明氏 (元氣塾)

相談を持って来い」と言った。振り返ってみると、少し頑張ったらできる仕事ばかりだった。

イズニーが持ち込んだといわれているが、昭和14年の日本でした方がいる。その岩切さんが、宮崎を日本一の観光地に仕上げるためにしたことが、レビッツのマーケティング理論の実践だった。新しい客を獲得するため、的を絞る。2つあって、自分たちの売り物は何かとお客様は誰かという的の絞り込みだ。昭和30年代の宮崎で売り物は何なのか。いきなり、日本全国から来てもらえない。飛行機もプロペラ機くらいしか飛んでない。彼は当時、日本一の温泉場、大分県別府温泉に来る観光客の1割でいいから宮崎に来てもらいたいと考えた。売り物はほかの観光地になく、宮崎に優位性があるもの。宮崎は天孫降臨の伝説の地や宮崎神宮があるの

今、イデシギョーが一番伸びているのは物流だ。日本ロジスティクスという会社をしているが、これも相談されるころから始まった。綿半というホームセンターが長野にある。そこに「直販を入れて」と頼んでいた。すると、綿半の方は「うちは小ロットの納品になる。単位も小ロットだ。物流コストが高くて、その物流コストを受けられないか」という話になった。相談していたら「あなたの会社と同じような立場のメーカーがたくさんあり、直納したいけれど小ロットの物流コストを負担できない

り物にした。それから、巨人がキャンプをする青島がある。南国情緒豊かな植物もたくさんある。これ売りに物にした。ただ、的を絞り込んだだけでは新しい客は獲得できない。次は存在を知らせる。PRの重要性だ。いくら皆さんの店の饅頭がおいしくても、買ってくれるであろう人に知らせないと意味がない。商材を知られていないことは、存在してないこと一緒である。的を絞り込んでおくこと、ピンスポットでいいから、商材も知らせやすい。日本全国の観光客を相手にしたら、いくら広告宣伝しても足りない。次に別府温泉の的を絞り、観光客と接する機会が多い人は誰か考えた。岩切さんはお客様と会話をするマッサージの方に目をつけた。別府で働くマッサージさんたちを宮崎に

とろろがある。そういう会社をみんな紹介するから物流センターを作り、そこから共載して運んだらどうかと言ってくれた。調べてみると、物流倉庫は新しい設備を入れても十分やっていける。それで自分たちでやろうとなった。今、綿半の物流をほぼ100%、ケヨーD2の物流は90%、一部地域ではイオンの物流も担っている。紙屋さんが、お客様と真剣に会話をした結果だ。

招待し、おいしいものを食べてもらって、日南海岸を見てもらう。さりげなくお帰りになったら「よろしくお願ひします」と言っておくと、一生懸命にPRをしてくれる。マッサージをしながら、最初は別府温泉のことを言うだろう。その後「宮崎に行かれたことはありますか」と必ず聞いてくれる。行ったことがない人には「温泉は別府に劣るかもしれないが、人情豊かですよ、食べ物おいしいですよ、日南海岸はきれいですよ」とPRをしてください。これをすることで来てもらうことに成功した。新しい客を獲得するためのやり方である。

題を抱えているのか、聞き出しに行く。最近、話題のホームセンターで都城のハンズマンがある。「手袋片方だけでも売ります」という企業だ。これも、店で働いている人が「こういう商品はないですか」と言われ、無かったら要望商品のメモを書く。ひと月に2千枚も出てくるそう。

以上、的を絞り込む、存在を知らせる、来てもらう、また来たいと思わせると4つのキーワードを言った。キーワードがあると思いが進む。単純に新しい客を獲得するために何か考えようか。新しい客を獲得するためのやり方である。

マーケティングの強化

売り上げを伸ばすためにはやらなければならないのが、マーケティング力の強化だ。このマーケティングはどわからない言葉はない。本屋にマーケティングと書いた本は端から端まである。みんないいことが書いてあるだろうが、自分の仕事に落とし込もうと思つた時、わからないものが多い。ただ、マーケティングが大事なことはわかる。元ハーバードのレビッツという先生がわかりやすいことを言っている。マーケティングは新しい顧客を獲得するため、何をするか考える。獲得したお客様を維持するために何をするか考える、ということ。そのため、こういう商品を開発するのか、パッケージをどうするのか、という話になっていく。

一スをどう作るのか、土産物をどうするか、どこにホテルを建てるのか、バスガイドの案内をどうするのか。何を考えるのか。大塚製菓の大塚正士さんの出版した本は「もういっぺんと思われてこそ事業は成功する」というタイトルだった。ユニクロの柳井さん「また買ひ物に行きたいなと思われようか」と言った。

SECOM

あらゆる分野に、安全と快適のサービス。

ご家庭から、店舗や事務所、さらに工場など大規模物件に至るまで、目的や用途に合わせて、最適な安全システムをお選びいただけます。

あらゆる「不安」のない社会へ。 We are SECOM.

セコム株式会社 第1営業部 〒163-1312 東京都新宿区西新宿6-5-1アイランドタワー12F TEL 03-5339-8762(担当:西村)

るのかという人もいるが、元気のいい会社は皆これをしてきた。ただ、宮崎は本当によかったのに、岩切さんが亡くなった後はダメになってしまった。これが経営の難しさで、一時的にいい仕事をすると人はたくさんいるが、持続させるのは難しい。岩切さんは「このままいったら心配だ」と口を酸っぱくして言って、次の手を打ってこられた。どんなにことをしていても、同じことならすぐに飽きられる。だから、ペギー葉山が南国土佐を後にしてという歌を出したら、南国は土佐というイメージができて、取られたと皆、心配した。後日談があり、岩切さんは「南国土佐と言っているけれど、南国情緒を醸し出す風景がない。宮崎はフェニックスやびろろ樹がたくさんあ

た。ところが、1995年頃から売り上げが落ちていった。催事に菓子が使われなくなり、コンビニに買っていくケースも増えた。すると見事に2割ずつ落ちていった。1999年、このままいったら地獄、というところまで追い込まれた。そこでご夫妻は2000年、チョコレートの載ったラスクを売り出した。当時の売り上げは1億円、2005年には4.5億円、今は200億円近くまで来ており、全然無理しないで伸びている。何に的を絞りを徹底的にした。社長は「1つの県の一つの百貨店に売り場を出すのが夢だ」といっており、空白地域はまだ山のようにある。

クだけの時はそんなに大きく伸びていない。船橋の東武百貨店に店を出した当時は、キーもしていたので色々な商品を置いていたが、売れなかった。バレンタインの時「百貨店から何か目玉商品を」と言われ、チョコレートのバーを出したが、目の前がゴディバだったので全く売れなかった。また百貨店から「ホワイトデー向けを」と言われたので、今度はホワイトチョコレートをコーディネートしたものを出した。これが飛ぶように売れて、伸びていった。こういう話を聞いた時に「それはよその話だ、観光地の話だ」と考えず、自分たちの仕事に落とし込んだらどうなのか考えて欲しい。次号に続く。

全菓連では全国組合幹部研修会で大川吉美氏(株式会社グランパー 代表取締役)を講師に迎え、「七転び八起きの人生」をテーマに講演を行いました。聞き手は本紙でもおなじみの尾関勇氏(株式会社アンゼン・バックス代表取締役)にお願しました。

先月号より続く。

※伊豆店での説明から
尾関：開発を苦労されたパンが、すごい行列になってますね。

大川：50cmくらいのラスク用パンを、焼きたてでパンで売ってるんですけど、それが行列なんです。なぜか焼きたての時間となると、1日3回なんですけど、並んでくれるんです。1本250円です。確かに安いんですけど、柔らかいんです。なんか温かいのいいんで

東日本大震災 避難所にパンを配る

尾関：さてここで、3回目の、自分の事業が終わったなと思われたくらいのごとが伺いました。ちょっと時間を戻しますけど、このパンフレットを置いてたんだけど、2011年3月11日、ニュースを見て、釜石に工場がある社長として、どうだったのでしょうか。
大川：このときは箱根にいます。物件のことをやっているときでした。ご存知のように、ものすごく揺れて、これは、箱根の山が噴火したなあと感じました。実は三陸でしたが、事務所

でTVをつけたところ、釜石の10メートルくらい上を走っている高速道路が海になっていった。すごいことになっちゃったな、と。電話しても通じないし、うちの工場もダメなのかな、従業員のみなさんどうしてるのかなあと、大丈夫かなと、大変なことになってしまった、もうダメかなあと思っただことでした。すぐに知り合いの宮崎さんという神戸で震災に遭われた経験を持つアンリシャルパンティエの元社長さんから電話があった。「これ大変だよ、もちろん震災も大変だけど、大川君のところはパートとか駅ビルにあるじゃない。そこに納入ができなくなるよ。撤退させられるよ。最初の1〜2週間はなんとか

七転び八起きの人生

大川 吉美氏 (株式会社グランパー 代表取締役)

その④

すかね。もう一つ、売店で「ラスク教室」お菓子教室をやってるんです。自社じゃ大変なんで、近くのお菓子の先生に来てもらって、一人500円でラスクや手作りパン、とやるんです。その先生には、1回10人を5千円で、4回やるのと2万円、1日2万円くらいお渡しするんです。いただいたお金は全部先生にあげますから。材料代はただで提供します。場所と高熱



釜石市長に義援金をお渡ししました

費と。ですから、先生は喜んで、2〜3万円、稼いでいただく。自分でいるんのお菓子をやってくれる。うちは売店でお客さんが群がっているだけで充分なんです。あととは飲み物もただ、コーヒーもただ。この上の2階は会議場でしたので、議場の跡を見れて、そこでゆっくりしたり。

で卓球をできる。家族で遊んだりとかできる。無料のマッサージチェアも使ってる、ゆっくりしてもらおうか。でもそうやってると、この売り場は山の中で、ほとんど人が歩いていない、人口は7千人

尾関：そのままでしょんね。大川：町長室があったところは、卓球場にして、無料

なんとかつながないと、店なくなるよ」と言われました。すぐに工場に行っ対策を考えました。
尾関：その時にテナントとして出た百貨店や駅の店を、なんとか自社店舗をクロスしても、事業停止を守ったということですね。
大川：すぐに翌日から、店舗は全部営業して、そこにあるものをパートや店に配達しました。連日工場にも3月14日のホワイトデーの前で、結構商品があったんです。ですから、こちらでできるのは、遠征隊をつくって、トラックを用意して、そこに灯油も救援物資のいろんなもの、カップラーメンから、すべて積んで、私の息子と営業部隊で、

トラックで釜石に向うんですけど、その当時、なかなか向えなくて。新潟県から秋田へ、そこから岩手に入って、岩手で検問があったというので、なかなか入ってくれない、社長、どうしますか?というメールが来たんで「ばかやろう、そんなの突破しろ」と言いました。救援物資を積んで行き、帰りにラスクを積んで戻ってくることにしました。それでお店はなんとかつなかりました。
尾関：工場もすんでるところで被災を免れ、あったラスクをお配りされたりとかされたことを伺っています。
大川：そのときに、釜石の従業員が、本当によくやったな、ということを、みなさんにお伝えしたいと思

います。私からの指示はなかなかできなかったですが、釜石の震災直後は、スーパーやコンビニの食材も全部無くなってしまいました。電気もないから、なかなか料理が作れない。数日間経つと、おせんべいとかを食べるんですけど、そのときうちのスタッフはですね、この長いパンとバターを持って、うちのトラックで被災地の体育館を回って、パンを届けました。
尾関：連絡が取れなくても自主的にそうされたんですね。
大川：被災地の方々にも喜んでいただけて、そのあと彼らに「よくやったな」と褒めた覚えがあります。次号に続く。

飾って、売って、
店内が賑やかに演出される
楽しいパッケージ!

箱寸法/90×90×90mm

箱寸法/90×90×90mm

お正月

クリスマス

イベントキューブBOX

無料サンプルをご用意しております。お気軽にお問い合わせください。

リボンをかけて可愛らしくラッピングOK!

お店のお菓子を入れてイベントに合わせた商品が簡単に販売できます。数量限定ですのでお早めにご注文ください。

商品に関するお問い合わせ・ご注文は

TEL. 0120-109785



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/月~金曜 9:00~17:00 (土・日・祝休)
http://www.kurata-group.co.jp

株式会社シー・アイ・シーでは、クリーンドクター講習会を同社会議室にて開催し「構造及び運用的要因におけるネズミ・昆虫発生要因」をテーマに講習を行いました。

先月号より続く

14、捕虫器管理不良

管理不良の状態では捕獲専用になっている捕虫器は、長らくテープ交換がされていないことがある。長期間放置すると、捕まり損ねた虫の羽からちぎれて下に落下することが起きる。テープの交換は最低でも3ヶ月に1回交換しないと、粘着力が劣化して、捕虫効果を

失うし、余計な異物混入のリスクまで増やす。

15、捕虫器設置位置不良4

外側のシャッターを開け、外からすぐに捕虫器が見える場所にあると、正の走光性を持つ昆虫は、UVを発見し、真っ直ぐに寄ってくる。外から見える位置に捕虫器を置かないことが大切である。外側には雨水

16、捕虫器設置位置不良5

捕虫器の位置を考慮し、壁の向こう側に置いて、光が冷蔵庫の鉄板に当たりUVが映っている場合が多い。この状況は食品工場で見受けられる。映った誘引灯の光でも虫は誘引される。もともと正の走光性の昆虫は、月明かりや反射光を目印に移動するので、捕虫器の誘引灯の灯りが鉄板

の側溝があり、ユスリカもわいている。そうしたところからの虫の侵入を防ぐためにも、見える位置に捕虫器は置かない。人間の目視で十分に位置取りを確認できるので、設置位置も考慮が必要である。

構造及び運用的要因におけるネズミ・昆虫発生要因

講師：大木 伸介氏 ((株)シー・アイ・シー)分析センター・技術サポート部)

その②

などに映っていると、そこへ誘引される。外から虫が

誘引されるので、捕虫器を置く場所は気をつけたい。製造エリアでも同じことがいえる。中にあるものは、ほとんど金属なので、製品が曝露する面に捕虫器の灯りが映っているだけで、そこに虫が向かうリスクが発生する。ある工場ではハネカクシが大量発生し、虫が落ちてくる壁があった。侵入源も発生源も探したがなかった。

しかし、その壁の上のほうにあったのが、注意喚起をラベリングし、パウチされた紙だった。その紙に捕虫器の誘引灯の灯りが映っていた。ハネカクシの発生源から見ると、捕虫器の灯りよりもパウチされた表示のほうに近い誘引源になって

いた。そのパウチされた紙に向かい、虫が体当たりして、下の床に落ちてきていた。捕虫器の反射光も考慮が必要だ。

17、構内蛍光灯管理不良

UVカット処理されている蛍光灯であれば大した問題ではないが、両端のフィラメントの金属のあるところ

ろに黒い点が生じていたり、蛍光皮膜が破れていることがある。蛍光灯のフィラメント部分は雷と同じ現象が起きており、捕虫器に負けないくらいUVを出していることが多い。UVカットでない蛍光灯で、蛍光皮膜が全部破れていると、ほとんど捕虫器と同じで、虫を寄せ付ける要因になるので、交換が必要。

18、木質腐朽環境

冷蔵・冷凍の空間の近くにある二重壁の中には、木質の腐朽環境がよくある。壁の中は木材を使うことが多い。その場所が結露にさらされて腐ると、本来外の朽ち木に生息しているクロ

ゴキブリやアリの好む環境になり、侵入してくる要因になる。また、植物質由来のカビを食べるヒメマキムシの発生源になる。その場合は木質のものを撤去し、カビの生えづらい鉄骨のものに変える。

19、エキスパンション隙間環境

工場にはエキスパンションという建物をつなぐ部分があるが、上に鉄板が被さって、床の製造エリアとレベルの差がない。すると掃除した時の水が中に落ち込み、すき間暗所と水を好む昆虫が中に生息する。ここは埋め戻しが難しい。エキスパンションは建物同士の揺れを緩衝するものなので、シーリングしてもすぐ破けてしまうが、放置できる場所ではない。一旦シーリングして、破けていたら修繕する。

20、吸気ユニットの構造不良

給気ユニットのHEPAフィルターは、目の細かい

ものを使っているから「虫は入らない」と自信を持っているお客様がいる。ただ、給気ユニットそのものに弱点を持っている場合がある。例えば、フィルターを入れた枠をはめ込むタイプは、動くので横の部分を外すと、虫がへばりついていく。給気ユニットはそういう状況になっているところが多いので、チェックが必要。また、フィルターの目が細かいほど、枠のすき間から虫やほこりが入りやすくなる。枠をボルトなどで固定すればごまかす状況にはならない。特に入りやすい虫ではアザミウマがいるが、コマ何ミリの幅があれば入ってくる。HEPAフィルターをつけているところでも、この虫が入ってきていることがある。この

21、ルーフファンの管理不良

屋上にあるルーフファンから、虫が逆侵入してくるパターンが多い。稼働されている日は動いているが、

ような虫が入る場合は、給気ユニットに「通さないフィルター」というソックス型のフィルターを内側に付ける。

22、屋根・外壁立壁間の隙間環境

屋上の雨水系統では、天井裏につながるすき間部分がある。陰圧の工場の場合、虫が空気の流れに沿って入る。特に外側からの気流の流れで、天井と壁の際に煤が入ってくる跡がある工場では、そこから虫も入って

止めている工場もある。粉体を使うエリアは、ここで排気するので、粉の原料がたまると、本来外側に生息しているシバンムシなどが発生し、非稼働の日に逆流して、工場の中に入ってくる。対処としては、365日つけ放しにするか、たまったごみを定期的

に清掃する。

24、緑地帯の整備不良

緑地帯にとんぐりの実が落ちてくることもあるが、もともと野生のネズミはいろいろな種子を食べていた。カラスノエンドウという植物が、緑地帯に生えているとネズミの餌になる。秋口に落ちたドングリの実を放置しておくと、ネズミが食べて絶対数が増える。冬になるとドングリもなくなるので、餌不足に陥る。絶対数

が増えたなか、ネズミは餌不足と寒さで建物の中に入るしか選択肢がなくなる。その時にシャッターにすき間があると、ネズミも怖いけれど生きるために、人のいる空間に入る行動をとるやすい。特に2月がクマネズミの侵入率が非常に高い時期である。ドングリの実がよく落ちてくる状況があれば、清掃したほうがよい。カラスノエンドウみたいな、マメ科の植物が生えていないかもチェックする。抜粋で24の項目のうち、いくつか当てはまる場所があると思う。気になる場所があったらチェックしていただきたい。気になる点があれば当社にお声がけ頂ければお伺いしたい。

©記事の問合せ先 電話・03(33845)86628

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

和菓子講習

【基礎編】

東京製菓学校 和菓子課 深川 真寿実氏

高麗

高麗とは餡をソボロにし、つなぎの粉類を混ぜた後、蒸して仕上げのお菓子です。呼び方については「高麗」とは関東風「村雨」を関西風といわれているようですが、厳密に分かれているわけではありません。



高麗

西風といわれているようですが、厳密に分かれているわけではありません。
高麗生地配合 2枚分
小豆並餡……………1200g

- グラニュー糖……………50g
- 左記小豆火取餡……………1000g
- 上南粉……………15g
- 餅粉……………10g
- 薯蕷粉……………20g
- 小豆羊羹配合 2枚分
- 粉天……………9g
- 水……………約350g
- グラニュー糖……………300g
- 潰餡……………500g
- 白並餡……………100g
- 栗蜜潰刻み……………150g

- ③9メッシュ程度のふるいで漉し出す。
- ※大量に製造する場合、1か所に漉し出すと重みで下のソボロが潰れてしまうので、何か所かに分けて漉し出すとよい。
- ④セパレートペーパーを敷いておいた枠の中にソボロを散らし入れ、箸でならす。(今回は36cm×21cmの枠を使用)
- ⑤平板で平らに押す。
- ⑥セイロに移し、露取りをして中火蒸気にて15分蒸す。
- ⑦蒸れ上がったら紙の上に反転し、セパレートペーパーをはがす。
- ⑧乾かないように冷却する。
- ⑨その間に小豆羊羹を練る。水に粉天を入れ火にかける。沸騰させる。
- ⑩グラニュー糖を入れ、砂糖が溶けたら、潰餡・白並

- 餡を入れ混ぜる。
- ①軽く沸騰したら栗蜜潰刻みを入れ、更に沸騰したら消火する。(煮詰めず軟らかい状態で上げる)
- ②羊羹の荒熱を抜き、冷却しておいた高麗生地にて等分にして流す。
- ※羊羹が熱いうちに高麗生地を流してしまうと、羊羹が生地に染みる可能性がある。約60℃程度で良い。
- 逆冷し始めると、羊羹が固まり始めてしまい、きれいに流せなくなるので注意。
- ③羊羹が半止まりの頃、麺棒などを使い手前から巻き上げ、固まったら、寸法に包丁する。
- ※巻き上げる時は、高麗の手前を少し折り曲げ、芯となる部分を作り、そこを中心巻き上げる。巻き終

- わりは下に来るように。
- ＜ポイント＞
- 今回は小豆餡使用の配合でしたが、白並餡を使用してもよい。その場合は色素や抹茶等で着色し、季節に合う味付け・仕上げをしてください。黄味火取餡で作るとソボロの目が浮いた感じになり食感もソフトになります。割れやすくなるので巻物仕上げには不向きと言えるでしょう。
- 仕上げのバリエーションとしては、舟のサイズに押し固め蒸上げた後、最初の1枚を舟に置き、羊羹等を厚めに流し、もう1枚を上から乗せ冷却後、棹仕上げか小口仕上げにする。もしくは高麗を厚めに押し蒸し上げ、淡雪羹・羊羹などと流し合わせて、棹仕上げか小口で仕上げてください。

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

お菓子を美しく包むルミアカップ

当社のルミアカップは容器のプラスチックの存在感を消すシンプルなフォルムを特徴とし、多くのバリエーションを展開しております。既製品からオリジナルまで、長年のノウハウで貴店のお菓子を包みます。



ルミアカップ朝生

おはぎや季節の餅菓子の他、棹の上菓子、切り分けにぴったりのルミアカップです。大きめの側面が好評です。
外寸/79×59×45
内寸/71×51×45



クリーンルミアカップ 59角

弊社従来品と比べて2mm上げ底になっており、中の菓子の見映えを向上しました。また、本体の外寸が1mm小さいのでぎつめの箱や番重にも使えます。
全体/59×59×42



ルミアカップは全9種類ご用意しております。詳しくは下記までお問い合わせ下さい。