

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名誉教授

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 齊藤俊明
発行所 全業連共済ビルヂング株式会社
〒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942号(平成29年9月)

全ての加工食品に原料原産地表示

経過期間は平成34年3月31日に延長

9月1日、食品表示法に基づく食品表示基準の一部を改正する内閣府令が公布・施行された。これまで一部の加工食品のみに義務付けられていた原料原産地表示が、全ての加工食品を対象にされ、原材料として表示されている重量割合上位1位の原料を原則、国別重量順で表示する。ただし食品を製造し、または加工した場所で販売する場合は表示の対象外とされている。また、経過期間は平成34年3月31日に延ばされた。

加工食品の原料原産地表示については、消費者庁において、食品表示基準(内閣府令)の一部改正案を作成し、平成29年3月に消費者委員会へ諮問したところ、同年3月から7月までの全5回にわたり消費者委員会食品表示部会において議論された。その上で、一定の前提条件のもと消費者庁からの諮問案が適当である旨、8月に消費者委員会から、消費者庁に答申がなされた。

みやこがねもち 低温・日照不足が心配

J A加美よつばを訪問 もち米需要者懇談会で

もち米需要者懇談会(全菓連など)のもち米需要者団体で構成)では、8月30日、産地研修を実施、J A加美よつば(加美よつば農業協同組合)を訪問し、産地、実需問での意見交換会を行った。会議では、もち米需要者懇談会石原座長、J A



みやこがねもち

宮城県における米穀情勢について
宮城県米穀販売課千葉氏より「宮城県における米穀情勢について」の説明があった。

宮城県の生育状況だが、気象経過は曇天や雨が7月下旬から続いている。古川の最高気温も、8月はほとんどの日で平年値を下回っている。平均気温は最低気温の平年値を下回っている状況で、20℃以下の低温も多い。日照時間も平年を下回っており極端に少なく、20%だ。生育状況は出穂のはじまりが、7月29日で平年より3日早く、出穂期50%も8月1日で4日はやい。7月は高温で、天気も良く生育も進んでいた。しかし穂揃期は8月11日で平年と同じになり、7月下旬から8月にかけて低温・日照不足の影響で穂揃期に10日かかった。これは前年、

答申の主な内容は、先ず諮問された食品表示基準を適当とする前提条件として、消費者事業者の理解状況に関する目標の設定、消費者への普及啓発、事業者への周知、Q&Aの充実が上げられた。

また、諮問された食品表示基準案のうち修正・追加を行うべき内容として、施行期日・経過措置というところで経過期間を当初の予定より2年のばされ、34年3月31日になった。

品上に表示する文字がかなり小さくなっている。今後、義務化される表示が増えれば更に深刻化し、消費者が安全性に係る表示を見落としてしまう要因にもなりかねない。今後、表示の在り方や食品表示間の優先順位について総合的に検討すべきである、と付けられている。

平年より長い。懸念されることは、日照不足で充実度不足、白未熟等品質が心配される。次に全農宮城の取り扱いが、みやこがねもちでは、宮城県本部として28年産の出荷実績が4491トンの集荷、29年産は出荷契約段階(6月末)で3147トンの。28年産は需給が緩和したため、29年産は加工用米、主食用米等に推進し、生産抑制に取り組んだ。このため出荷計画段階では、前年差▲1344トになっていく。みやこがねもちの契約栽培だが、販売計画は29年産には3200トだが、複数年契約で1707トと半分は既に契約頂いている。30年以降については、28年産で頭在化した過剰在庫の解消を進めつつ32年産での需給均衡を目指し、計画的な生産に取り組み。30年以降も契約栽培というところで既に30年産は1647ト、31年産は1366ト複数年契約をもちあわしている。この契約栽培の割合を増やしていきたい。

みやこがねは昭和33年デビューで来年60年になる。特徴はもちに加工するとなめらかで白く、特にねばり、コシが強くて食味も良好、成形もしやすい。他県産のこがねもちと分けて、宮城県産だけみやこがねもちと

いう銘柄で登録している。また、宮城県全体でもち米団地を取り組んでいる。県内14J Aのうち、加美よつばを含めて4J Aに指定団地がある。なかでもJ A加美よつばは、特A地区で区分けし、県内では最上級のみやこがねもちの生産している。生産も県内の半分になる。

8.2%の引上げ

輸入小麦の政府売渡価格改定

農林水産省は、売り渡す輸入小麦の平成29年10月期の政府売渡価格を決定した。平成29年10月期(平成29年10月)の輸入小麦の政府売渡価格は、政府売渡価格の改定ルールに基づき、直近6か月間の平均買付価格を算定すると、5銘柄加重平均(税込価格)で52,510円/ト、3.6%の引上げとなった。主に菓子用はソフト系小麦のアメリカ産ウェスタン・ホワイト(WW)で、29年10月期における政府売渡価格(加重平均)は、税込みで50,200円/ト(対前期比8.2%)になった。



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

もち米需要者懇談会 産地研修

1面より続く。

J A加美よつばの もち米の取り組み と29年産の作柄等 について

J A加美よつばの佐々木 営業販売米穀課長より「J A加美よつばのもち米の取り組みと29年産の作柄等について」

ついて「次のように説明があった。」

加美よつばの水稲の品種構成割合だが、宮城なのでひとめぼれが77%、みやこがねは9%の作付割合になっている。割合は多いが生産量を若干調整したので28年産の14%から(5ポイン

ト)減少した。また、加美よつばは平成11年4つのJ Aが合併したので、宮崎、小野田、中新田、色麻の4区域に分かれている。もち米は宮崎区域が多い。合併前からもち団地を形成しており、最も品質のよいものが生産される。もち専用のライスセンターもあり、区分して乾燥・調整を行っている。その他の区域には主

食はもちろん飼料用米専用カントリーがある。種子の生産、種もみの生産もしており、中新田と小野田地区に1か所ずつ種場がある。もち専用のライスセンターは、貯蔵する装置が無いので荷受した籾は乾燥して、すぐに籾摺り調整し、出荷になる。施設の中には色彩選別機もある。ライスセンターの利用状況だが、年1

万俵強ぐらいある。加美よつば全体の3分の1弱を廻している。

29年産のみやこがねもちの作付状況は、加美よつばでは、29年はもち米がだいぶついており、作付面積を押し上げた。全体の面積は341haで当面の間、作付を抑制しながら、もち団地を維持したい。28年は500ha越していたので、かなりの

面積減になった。それに伴い契約数量は、3万6千俵が今年は2万2千俵で1万4千俵減った。この分は加工用米等の方に若干、誘導させた。面積で76haになるが、ひとめぼれやうるち米が、ひとめぼれやうるち米に行きたくと思う。生育状況だが、8月に入り日照が少なく温度も低く、雨が続き

ている状況だ。8月中までは平年を超す生育で、早いものは8月上旬に出穂している。その後、天候が思わしくない。開花期での天候が悪いので、うまく結果しているのか不安がある。水稲で懸念されるのは、籾が褐変しているものがあり、うまく実るか調査中。また、雨続きで、いもち病が発生しやすい。今後も感染する可能性があるため、生産者に防除を呼びかけている。

第17回 全菓連 中・四国ブロック大会

山陰海岸、砂の美術館、鳥取砂丘も視察

第17回全国菓子工業組合連合会青年部中・四国ブロック大会は、7月5〜6日、鳥取市・ホテルニューオータニ鳥取で親会のブロック会議と併催され、約50名の青年部員が参加した。全菓連からは、小谷副理事長、梶谷青年部部長、事務局主任が参加した。

大会に先立ち、鳥取県平井知事による「ゼロから生み出す広報戦略」を演題とした記念講演が行われた(以後掲載)。大会では、まず鳥取県出身の作曲家岡野貞一氏作曲のふるさとを斉唱した。次に、全菓連青年部田村中・四国ブロック長より「中・四国ブロック大会では交流がメインになります。顔見知りになり、より深い付き合いになれる関係になればよいと思いま

す」。梶谷青年部部長より「お伊勢さん菓子博2017におきまして、中・四国ブロックの皆様よりたくさんのお菓子を送っていただき、3千名以上の来場者にお菓子を配布する事ができました。お菓子は、全国から約1万7千個も集まりました。中部ブロックは、いせわんこパフェを販売しましたが、ひろしま菓子博での販売例を勉強し、5万食用意し49,800食を販売する事ができました。残りの200食は大垣で開催された大垣菓子博という街のイベントで販売できましたので、実質的に全て販売できました。中・四国ブロックの皆様さまさまな情報と知恵をお借りしたおかげで、お伊勢さん菓子博でも青年部が大きく飛躍するきっかけを頂いたと感謝します。第10期は全菓連青年部が創立20年を迎えます。今期の事業目標として、全国の高校生を対象とした和

菓子甲子園という活動を推進していきたいと考えています。来年夏を目標に全国各地からの高校生を募集して、最後決勝戦を開催し、後々の和菓子愛する子供たちを育む礎になることを期待しています」。鳥取県菓子工業組合青年部小谷直大部長代理より「鳥取県の青年部は休会していましたが、2年前の全国大会から参加しています。少ないメンバーですが、精一杯おも

てなしを致しますので、本日と明日よろしくお願いたします」と挨拶があった。懇親会では、小谷ブロック幹事長、全菓連齊藤理事長の挨拶の後、鳥取市地酒で乾杯条例に基づき、鳥取市羽場副市長より地酒による乾杯の発声があった。

翌日は、因幡のジオパークと観光施設視察として、山陰海岸、砂の美術館、鳥取砂丘を視察した。

鳥は松が一本だけ生えた三角の島であり、鳥取城藩主池田侯が「我が庭にこの岩付きの松を移すことが出来た者に千貫を与えよう」と言ったことが名前の由来である。鴨ヶ磯は、浦富海岸の中でも美しく大小無数の島々で構成され、石英砂で出来た砂浜がある。水質は良く透明度は25m位、条件が良ければ40mにもなる。石垣島は、岩にたくさんの石垣の様なブロック状のひび割れがあるので名付けられた。駱駝島は大小二つの島が、二つこぶラクダがしてやがんでいる様な形をしている。菜種島と菜種五島は、元々大きな岩の塊が長年にわたる浸食で、いくつもの離れ岩になった。菜種島は浦富海岸にある166の島の中で唯一、菜の花が咲くため、その名がつけられた。城原海岸は、文豪島崎藤村が「松島は松島、浦富は浦富だ」と絶賛したと言われている。黒島は、凝灰角礫岩で出来た島で、活発な火山活動が起きていた時代に、溶岩や火山灰などが固まって作られ、色が黒っぽい。ジオパークは地質学的



全菓連青年部 田村中・四国ブロック長

なしを致しますので、本日と明日よろしくお願いたします」と挨拶があった。懇親会では、小谷ブロック幹事長、全菓連齊藤理事長の挨拶の後、鳥取市地酒で乾杯条例に基づき、鳥取市羽場副市長より地酒による乾杯の発声があった。

翌日は、因幡のジオパークと観光施設視察として、山陰海岸、砂の美術館、鳥取砂丘を視察した。

鳥取砂丘を見る事ができる。ユネスコ世界ジオパークの認定を受けた浦富海岸は、花崗岩でできたリアス式海岸であり、長年の日本の風雨・荒波により浸食を受けて、いたるところに断崖、絶壁、洞窟、洞門がある。奇岩岩礁の変化に富み、早くから国の名勝、天然記念物に指定された。おしろいの断崖は、高さ約70mあり中腹が白いため、おしろいと名前がついた。白色は鳥の糞が原因である。海賊穴は入口が小さいが奥行きは約50mあり、但馬の海賊の数ある隠れ場所の一つと言われている。千貫松

ものは8月上旬に出穂している。その後、天候が思わしくない。開花期での天候が悪いので、うまく結果しているのか不安がある。水稲で懸念されるのは、籾が褐変しているものがあり、うまく実るか調査中。また、雨続きで、いもち病が発生しやすい。今後も感染する可能性があるため、生産者に防除を呼びかけている。

の彫刻は砂と水だけで作られ、糊やセメントの様な固める材料は使用していないので、いつ崩れるかわからないが、崩れることはほとんどない。去年の地震でも、大きい崩れはなく展示期間を終了した。1年間の展示期間が終わると作品を壊して砂に戻し、再度その砂を使い作品を作る。砂の美術館の総合テーマは「砂で世界旅行」で、今回はアメリカ合衆国がテーマで、展示室にある作品は全てアメリカ合衆国にちなんだ彫刻作品になっている。



鳥取砂丘

鳥取砂丘

鳥取砂丘は、山陰海岸国立公園の特別保護区に指定されている、観光可能な砂丘としては日本最大の砂丘である。規模では青森県の猿ヶ森砂丘が日本最大の砂丘であるが、一般立ち入りできない。1955年に天然記念物に指定、2007年に日本の地質百選に選定され、鳥取県のシンボルの一つになっている。砂丘入口付近には観光用のラクダがいる。砂丘列と言われる3つの大きな砂の高まりがあり、多くの観光客が行くのは第2砂丘列であり、その姿が馬の背中に似ているので馬の背と言われている。高さは47m、傾斜は32度もある。砂丘の上からは日本海が一望できる。風があると風紋ができて、足跡が無い早朝では特にきれいに見える。冬に雪が積もるとスキーもできる。

の彫刻は砂と水だけで作られ、糊やセメントの様な固める材料は使用していないので、いつ崩れるかわからないが、崩れることはほとんどない。去年の地震でも、大きい崩れはなく展示期間を終了した。1年間の展示期間が終わると作品を壊して砂に戻し、再度その砂を使い作品を作る。砂の美術館の総合テーマは「砂で世界旅行」で、今回はアメリカ合衆国がテーマで、展示室にある作品は全てアメリカ合衆国にちなんだ彫刻作品になっている。

山陰海岸

山陰海岸視察では、船で浦富海岸をめくった。船着き場は浦生川下流にあり、川を下り海に向かう。浦生川は江戸時代、32万石の鳥取城の米蔵に通う千石船によって賑わっていた。地元の小学校では、午前中近くにある海水浴場で遠泳や海水浴を楽しむ。河口には山陰の冬の名産である松葉ガニが水揚げされる網代港がある。6月から8月は休漁期間となり、船の修理洗浄などを行う。この期間は沿岸漁業や夏限定の海女漁が行われる。河口からは

砂の美術館

砂の美術館は、砂像と言った砂で作られた彫刻専門の施設で、2006年にスタートした。建物は2012年に建てられ、世界初の砂

全菓連幹旋

●「お菓子の新しい食品表示制度について(表示冊子)」
A4 280ページ 250円(税込)

●「わかりやすいお菓子の表示(表示ポスター)」
A2版 20円(税込)

〈両方とも送料別〉

〈お申込み方法〉

郵便番号、住所、会社名、御担当者名、電話番号、FAX 番号、必要部数を明記の上、全菓連まで FAX でお申込み下さい。おり返し FAX にてご案内を送ります。

全国菓子工業組合連合会
FAX. 03-3407-5486

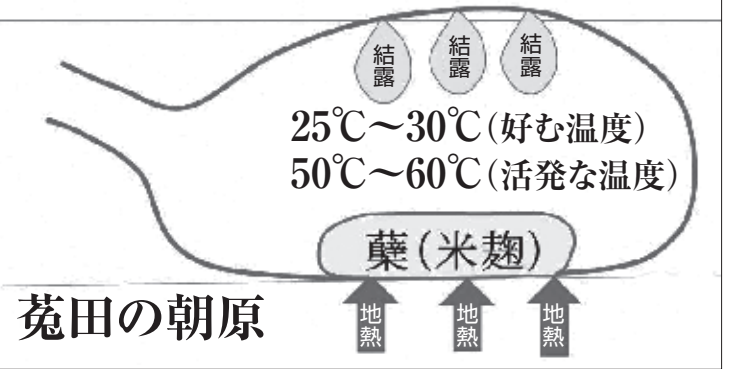
大阪 菟田の朝原 日本書紀に登場する「飴」

菓子関係者のなかで、日本書紀の神武紀に「飴」が出てくるの知らない人は少ない。しかし、その解釈については様々で、現在の日本語を物差しとして読めば言葉の意味を読み違えるし、生半可な科学知識で読めば荒唐無稽な物語にしか写らない。少なくとも、日本書紀が編纂された時期の認識を加味しながら、ひとつひとつの文言の意味を推し量り、解釈をしていく必要を感じている。

先ず以下に、安貞二年、卜部兼方が書写した日本書紀を元とした慶長十五年の版本の一部を示す。「・・・丹生川上用祭天神地祇則於彼菟田之朝原警如水

沫而有所咒著也。天王又因祈之曰吾今當以八十平瓮無水造飴。飴成則吾必不假鋒刃之威坐平天下乃造飴。即自成。又祈之曰吾今當以嚴瓮沉于丹生之川如。魚無大小悉醉。・・・」この前後も含め現代語訳をすることがなる。「・・・爺と婆に衣装したシイネツヒコとオトウカシは敵のなかを抜けて、天香具山の埴はに粘土のこ）を持ち帰った。そして天皇はこの粘土で八十平瓮や天手扶八十枚・嚴瓮を造り、丹生川の川上へ上り神祀りをした。また、菟田川の朝原の水泡が湧き出す呪詛の寄りつくところがあるのだが、天皇が祈いをして言われるには、

八十平瓮(やそひらか) 平型の酒器



無水造飴の解釈

「わしは今まさにたくさん酒器で水を使わずに飴をつくらう。飴ができたならば、必ずや武器の威力を借りずして座して天下を平らげるだろう」「そして飴をつくらう」といふ。この「わし」は、四郎氏はその著書『日本菓子発達史巻一上古の倭菓』のなかで、水を使わずに飴をつくる事は不可能で

あり、「飴を「たがね」と読ませている事から、丹生と言う地名とも絡めて金属の精錬との関連を示唆している。この説が氏独自のものなのか、何処からの引用なのか不明だが、広く認識されている説となっている。さて、本題の「無水造飴」であるが、わたくしは以下のように考えている。先ず飴をつくらう場所だが伝承地とされている場所かその近辺である事に間違いは無いだろう。物語の当時は地熱により河川敷に温泉が湧き出ている場所であり、そこで八十平瓮(たぐさんの酒器)に菓(米麴)を納め、地熱と昼夜の寒暖差による結露の繰り返しによって、数日を掛けて「米の麴を煎じたもの」すなわち「水飴」がたやすく出来たと考えている。(イラスト参照)大

「全国の組合代表となり身の引き締まる思い。本日は、多くの菓子業界関係者に御出席頂き、皆様の御協力の下、共に手を携え菓子業界を牽引し頑張ってまいりたい」と決意を述べた。

続いて、全国菓子工業組合連合会より、副理事長の長沼昭夫氏(北海道菓子工業組合理事長)が「東北・北海道ブロックからの理事長選出を心よりお祝いする。健康にご留意の上、頑張ってください」と祝辞を寄せた。

御来賓の登壇による鏡開きの後、鈴木俊一衆議院議員の御発声による乾杯となり、和やかに祝賀会が催された。アトラクションでは、



鈴木俊一衆議院議員

岩手 全菓連理事長就任祝賀会 新たな門出を祝う

子工業組合連合会理事長並びに、全菓連共済ビルディング株式会社代表取締役社長就任祝賀会(同実行委員会

主催)が、去る六月二十九日にホテルメトロポリタン盛岡「岩手・姫神の間」で開催された。全菓連東北・北海道ブロックの各道県組

取引事業者、岩手県菓子工業組合員ら約一六〇名が出席し、全菓連の新たな代表者就任を祝った。岩手県菓子工業組合副理事長小野寺眞利氏の発起人挨拶の後、齊藤俊明理事長が登壇され、



全菓連理事長就任祝賀会

「全国の組合代表となり身の引き締まる思い。本日は、多くの菓子業界関係者に御出席頂き、皆様の御協力の下、共に手を携え菓子業界を牽引し頑張ってまいりたい」と決意を述べた。

続いて、全国菓子工業組合連合会より、副理事長の長沼昭夫氏(北海道菓子工業組合理事長)が「東北・北海道ブロックからの理事長選出を心よりお祝いする。健康にご留意の上、頑張ってください」と祝辞を寄せた。

御来賓の登壇による鏡開きの後、鈴木俊一衆議院議員の御発声による乾杯となり、和やかに祝賀会が催された。アトラクションでは、

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。

愛知

繁盛店紹介

御和菓子処「大野屋」

国宝犬山城、ユネスコ無形文化遺産登録「犬山祭」を持つ町。

今回はそんな愛知県北西部に位置する犬山市から「大野屋」を紹介させてい



店内風景

ただいま。

もっちりとした食感に、ほのかな甘さが口に広がる「ういろ」。

創業86年の老舗和菓子専門店「大野屋」は、代々の味を守りながら、新たな試みにも挑戦しています。

現在の店主、三代目の村瀬太一さんにお話を伺わせていただきました。

元々は桶職人であった先代代村瀬健逸氏が瀬戸市で和菓子作りの修業を積んだ後「大野

屋」を譲り受けたことです。

当時は、和菓子その他、パン類や駄菓子等の販売もしておりましたが平成6年に、先代が和菓子専門に移行し現在にいたります。

一人っ子と言う事もあり、二代目である父の姿を目にしてきた太一さんは物心ついた頃から家業を継いで行くものだと感じていたそうです。

大学卒業後、菓子作りを学ぶため取引先の紹介で蟹江町にある「司雀」で働いていたある日、実家より「父の体調が優れない」との連絡があり「ここで祖父から続く歴史を絶やしてはいけない」と家業継承の覚悟を決めます。

実家に戻った2年後の自身28歳の時に父親が他界し、その後大野屋を引き継ぐ形になりました。先代と一緒に工場へ入ったのは1



大野屋

年も無かったようです。

先代の時は、白、黒、桜、茶の4色のみの販売で、製造法も充填機、スチーマーを使用したものでした。太一さんが引き継いでから、蒸籠を使用した「ういろ」を復活。

蒸す時間も味や食感に大きな影響を及ぼすため、何度も試作を重ね、気温や湿度によっても細心の注意を払います。まさに経験と勘が頼り。そうして今のカタチにたどり着きました。そ

れに伴い、季節限定のういろも販売。また、地元犬山の抹茶を使用した「犬山抹茶ういろ」も人気商品のひとつです。和菓子屋ではありますが、主力商品は「ういろ」。地元では、ういろしか売っていないと思われているお客さんもみえるほどです。

こだわりの米粉を使った草餅、柏もち、花見団子等にも力を入れ店舗販売商品の充実にも力を入れています。

「一口ういろ」や観光協会とタイアップした商品「串ういろ」は食べやすい形状にすることにより、従来の切って食べる手間をなくしています。街を散策しながらでも食べられる手軽さが子供からお年寄り、女性のお客様にも可愛くて綺麗、食べやすいと好評です。

常に新しい試みにも挑戦したいと、試作を重ねた末、昨年夏は柚子抹茶味を商品化、汁気の多い材料である果物を上手くコラボレーションさせています。

「お客様の中には、ういろが苦手という方もいるんです。しかし『大野屋なら食べられる』と言ってくださったことがあり、とても感激しました。お客様に良いものを届けるには手間暇かけることが大切」と語る太一さん。

地域や人々との交流も大切にしたいと、祭りやイベントにも積極的に参加。大型ショッピングモールで出店し、訪れた人々と交流も惜しまません。

「普段は店の裏で製造に専念しているので、お客様と接する機会が少ないんです。だからこそ、『おいしい』と声を掛けてくださるのは最もうれしい瞬間で、やりがいを感じます」とのこと。

昨年には店舗の外装を改装し、今後の目標は「創業から続く味を守りながら、新しい試みにも挑戦して社会貢献すること。まちを盛り上げるきっかけになるだけでなく、和菓子業界にも貢献したいと話します。人々の笑顔を胸に、おいしさや日々追求する「大野屋」。創業から続く手作りのういろには、祖父から息子、孫へと受け継がれる情熱が込められています。

京都

食品表示・HACCP講習会

組合員の関心高く

京都府菓子工業組合では例年、食品表示の講習会を開催しております。

今回は京都商工会議所との共催で、8月4日(金)京都府中小企業会館に於いて、食品表示に加え義務化が決定しておりますHACCPの内容を含め、(株)角野品質管理研究所の角野久史社長にお越しを頂き、組合員約90名参加のもと2時間の講習会を行いました。

まず初めに、実施時期が2022年4月に決まっ

た、原料産地表示についての説明があり、原材料の一番重い重量の物のみ表示が義務化されたが、砂糖などの中間加工原材料については、国内製造等の表記は認められたと説明がありました。

また、消費者庁では今後、従来必要のなかった食品の遺伝子組み換えの表示についても義務化の方向で議論が始まっているとの事でした。その他、添加物について



食品表示の講習会

の表示の変更点や、製造者固有記号、新たに義務化される栄養成分表示についてもポイントが説明されました。

次にHACCPについての説明にはいり、大手はすでに導入されているA基準

北海道 クリスマス焼菓子講習会

「美味しんぼ」に登場したマイスター

平成29年8月1日札幌市の宮島学園北海道製菓専門学校の講師に横溝春

雄先生を迎え、一般財団法人北海道菓子協会主催によるクリスマス焼菓子講習会

の国際基準の物は、内容が多岐にわたり小規模事業者が導入するにはハードルが高いので今後詳細が決まるB基準を検討する必要があるが、基本は現在行われている食品の衛生基準をベースに考えれば、HACCPはソフトの仕組みであるので大きな問題はなく導入出来るかと考えている、ただ現

状はB基準がどのような物になるか見守る必要があるとのお話しでした。質疑応答では、詰合せ商品の表示や、製造者固有記号についての活発な質問があり、組合員の関心の高さが伺えました。

京都府菓子工業組合理事 長・横山長尚

が開催され、組合員も多数参加いたしました。横溝春雄先生につきましては改めてご紹介いたします。先生は川崎北部の新興合ヶ丘で人気のウイーン菓子工房「リエンベルグ」のオーナー・パティシエです。5年にわたる欧州での修業で習得した洋菓子作りの技術、配合を尊重しつつ、旬の食材を活かした日本人の嗜好に合わせた味作りに工夫を凝らされており、おいしいできたてのお菓子を食べてもらうため、作り置きをしないようにされています。漫画『美味しんぼ』



クリスマス焼菓子講習会

北海道菓子工業組合事務局長・渥美さよ子

また先生は、お菓子の製造と販売を同じくらい大事に考え従業員の方の反応も大切にされ、日々活かされているそうです。参加者にとり大変有意義な講習会になったことと思います。

問を交えながら熱心に受講されていました。講習会が少し早めに終了したこともあり、横溝先生より直接「リエンベルグ」のお店の様子などの映像を見せていただきました。映像終了後は、参加者から経営に関すること、新入社員や若い方への対応方法など様々な質問が先生に向けられました。先生のひとりひとりの質問に丁寧に答えられる姿がとても印象的でした。

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

京都府菓子工業組合青年部 京都府菓子工業組合青年部 お菓子教室を開催

京都府菓子工業組合青年部は7月に計2度のお菓子教室を行いました。

7月7日(金) 京都市立嘉楽中学校にてPTA21名に向け薯蕷饅頭1品と練り切り2品の製作を行いました。



お菓子教室

7月7日開催のため七夕を連想させる「きんごんの笹飾り」でした。最初に作った若手菓子職人によるデモンストレーションでは薯蕷饅頭の生地を固さ具合等、実演でなければ分かり

山口宇部農業協同組合と もち米の供給契約を締結

梅雨明け直前の前日、山口宇部農業協同組合は山口宇部農協(JA山口宇部)ともち米の供給契約を締結しました。毎年7月の恒例行事となった契約調印式は安定した価格で組合員に安全な山口宇産のもち米を確保したいという組合の思惑ともち米の消費と価格が低迷する中、安定的な取引を望む生産者の思いが一致し、2003年

から行われています。全国でも先駆的な事例で事務処理の負担はありますが、山口県においてもっとも収益性の高い事業です。この日の契約調印式には山口宇部農協関係者が出席しました。福江農協組合長は「長年にわたる契約の継続は生産者の努力のたまもの。青虫や病気の発生防止など管理に努めて安

づらい細かな製作ポイントまでお伝えしました。7月11日(火) 京都市立西ノ京中学校では中学3年生120名を対象に、練り切り2品の製作を行いました。

直に和菓子職人と生徒が触れ合う機会があれば、和菓子に対する興味も増えるのではないかと思います。引き続き、菓子教室一つ一つ

を大事に活動していきたいと思えます。京都府菓子工業組合青年部 広報・武中俊樹

雲南菓子協会の取り組み

雲南菓子協会の会員は13名程度ですが、数年前から年に数回程度季節のお菓子を、小学生・幼稚園等を対象に親子活動などを通して、和菓子の講習会を行っています。最近では大人のお菓子離れがありますが、小さい時から和菓子に触れることにより、子供たちが大きくなった時に、我が子に和菓子の素晴らしさを伝えたい、自分自身で作ることによって、和菓子に興味をもってもらおうと、今までは何気なく見ていた和菓子ですが、教室で習ったお菓子が店頭で並んだ時に

先日は親子で桜餅づくり挑戦しました。生地を焼き・餡を包みさらに桜の葉で包むやり方ですが、小さい子供達も親に手伝ってもらい作ることに、親子の会話も弾みます。子供たちはもとより親も初めての体験ですので、自然と笑みが浮かびます。形は不揃いでも自分が頑張って作ったお菓子ですので大事に食べたことと思います。



和菓子の講習会

雲南地区の4社の和洋菓子店が参加して企画している「うんなんスイーツ」の杜があり今年で5回目になります。1回目はスイーツの杜・2回目は野菜スイーツ(色粉の代わりに野菜本来の色を使用する)・3回目は杜のズコット・4回目は杜のたまゆら・5回目は今年のはたらカステラです。全ての食材が雲南地区の特産物である、牛乳・卵・チーズ・野菜・米粉を使用し、生産者の顔が見える材料をモットーにして作成しています。また、短大生とコラボすることにより、若者の自由な意見を聞き、今迄にないお菓子の発想を得ることが出来、大いに刺激をもらいこれから次に繋がるプロジェクトの参考になりたいと思います。 島根県菓子工業組合事務局・高島佐枝子

もち米の供給契約を締結

地元テレビ局の取材



るもち米を契約栽培の開始から15年間、高い品質で生産していただきありがたい。大切に育てられたもち米をおいしくお菓子に仕上げるのが我々の使命である」とお礼を述べ、生産者の紹介と農協担当者の経過報告、市からのお礼の言葉で調印式を締めくくりました。今年度より生産者代表が40代に代わ

り、より積極的な栽培に取り組むとの約束もありました。また山口県においても農協(JA)の統廃合論が浮上していますが、仮に統廃合があったとしても、もち米の契約に関しては従来通りの継続ができることとです。その後、現地で生育状況を確認し、もち米の稲穂のつくりや生育にかかるとの間と日にちなどの説明を受け、関係者と情報交換をして終了しました。今年初めて地元テレビ局が来ましたが農業への関心の高さでしょう。 山口県菓子工業組合専務理事・恒松恵子

セコム株式会社の「ファシリティマネジメント」サービスのご案内

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案内します。

建物のメンテナンス

建物の維持に欠かせない設備の点検及び改修工事を行います。

- 消防用設備
- 空調設備
- 昇降機設備
- 給排水設備
- 電気設備
- その他設備

ご契約先建物

異常発生時の駆け付け

異常が発生した際は、ご契約先の建物に駆け付けて適切な処置を行います。

ご契約先

- ①設備トラブル(オンコール)
- ②対応指示
- ③現地対応
- ①設備異常信号(オンライン)
- ②対処指示
- ③現地急行

メンテナンス契約

セコムオンラインセキュリティ契約

設備のプロ

警備のプロ

テクノ・オンコールセンター

セコム・コントロールセンター

高知

品質にこだわった伝統菓子

オオクラ製菓

土佐の古い銘菓として、干菓子といわれる「ケンピ」と「中菓子」がご存じです。この干菓子は堅いところから「堅干」と名付けられ、広く江戸の時代から一般にも売られておりました。今や高知の古いお菓子の一つとして全国的にも知られております。この伝統のある菓子を製造しているオオクラ製菓さんに話を聞かせていただきました。

社長の大倉盛男氏は昭和37年に自分の店を持って商いを始めるまでは、それまでの10年位を大手菓子店の職人さんとして勤められておりました。独立した当時は数多くの菓子屋さんがおられる中、袋詰めのお菓子の卸菓子屋さんに認められていたために商品の品質にこだわりました。

「同じような品物でもここが違う」と言えるような菓子作りには日々努力を重ね、少しでも焼き斑があれば廃棄処分にした」と当時を思い出し語ってくれました。



オオクラ製菓

鹿児島

種子島の魅力が満載

菓心利休

鹿児島から高速船に乗り、桜島や開聞岳、佐多岬と船窓からの眺望を楽しみながら、錦江湾のさざ波を滑るよつに進むと、約1時間半で到着。また飛行機では30分であるという間に到着。そこは、宇宙に一番近い島、種子島。先月話題になったGPS衛星ともいわれる測位衛星「みちびき3号機」、そして小惑星探査機「はやぶさ2」などの衛星を搭載した数多くのロケットが、四方を海で囲まれ、サーファーの聖地としても有名な自然豊かな島、そして蜜のように甘く、しっとりとした独特な食感と味わいをもつ安納芋の産地としても有名ですが、何より優しく温かい島民性が魅力の島でもあります。



「菓心利休」のバラエティ豊かな商品

また、学校給食のパンも作っていますし、最近では花の販売もしているらしいとのこと。店主の渡辺勉氏によると、最近では多分に漏れず、島内にもコンビニエンスストアが進出してきており菓子販売だけでは厳しいそうです。

そのような中で、常に視野を広く持ち、アンテナを張り情報を分析し、新しい分野にも果敢に挑戦する気概と感性を持ちながらも、太っ腹で細かいことは気にせず呵呵と笑う飛ばす氏の逞しいバランス感覚こそは、未来と過去、科学と自然が見事に融合し、素晴らしい魅力が放っている種子島と相通するものがあると感じさせられるのです。

おじやもつせ(おいでなさいませ)、ロマンあふれる種子島へ。

鹿児島県菓子工業組合事務局長・恵島理子

種子島は、かつて南蛮船がもたらした火縄銃が歴史を動かした島であり、またソテツやマンゴロープ、ヘゴなど南国ならではの植物が彩り、四方を海で囲まれ、サーファーの聖地としても有名な自然豊かな島、そして蜜のように甘く、しっとりとした独特な食感と味わいをもつ安納芋の産地としても有名ですが、何より優しく温かい島民性が魅力の島でもあります。

そんな魅力あふれる種子島にある菓子店「菓心利休」では、人気の安納芋や黒糖を用いたお菓子はもちろんのこと、南国の味わいのパッションジュースやマンゴージュース、更には健康食品の黒ニンニクなど、驚くほど多岐にわたるバラエティ豊かな商品作りに取り組んでいます。

ケンピ(左・中菓子(右))



今では50数年たち、オオクラ製菓さんが納入先を選んで卸せるようになったとのこと。

大倉社長に「ケンピ」「中菓子」のことを聞かせていただくと、「中菓子」とは、小麦粉をベースに水あめと砂糖を加えて焼いた郷土菓子です。丸い形ですが、中の砂糖が溶けて丸い形にするのがなかなか難しいですよ!」二方の「ケンピ」は、

小麦粉をベースに水あめ、砂糖に卵を加えた細長い形の焼き菓子です。今では高知のお土産菓子として人気となっている「芋ケンピ」はこの本来の「ケンピ」に似たものを「芋」で作ったことから名付けられました。昔ながらのこの「小麦粉ケンピ」は、ひなびた姿をしてほのかな甘さが持ち味です」と、それぞれの特長について説明いただきました。

高知県菓子工業組合事務局長・森下広和

この菓子の伝統の味が未永く続くことを願っています。

大倉社長ご夫妻は70歳台でありながらも「私達はマイペースで商いをし、生涯現役で菓子作りを行いたいと思っています」とおっしゃっておられる姿に元気をもらい、工場をあとにしました。

た。どちらも、こだわって作っておられるということが話の節々に見受けられました。

「中菓子」も「ケンピ」も一見堅そうに見えながら(実際堅いですが...)、でも口の中に入れると舌の上で優しくなじんで溶け、ほっこりさせてくれるお菓子です。

奈良のかき氷

氷室神社のいわれから夏に提供店増す

奈良市の東大寺の近く春日野町に氷室神社がある。奈良時代、吉城川上流の春日奥山に造られた氷室(氷の貯蔵庫)に、氷の神を祀ったのが始まりだが、のちに現在地に移築された。現社殿は江戸時代の造営といわれる。

製氷業者の信仰が篤く、毎年5月1日には献氷祭が催される。その際、神前にはタイやコイを封じ込めた高さ1mの水柱が奉納される。

そのいわれもあり、奈良では夏にかき氷を提供する

喫茶店、菓子店が増える。甘味を得意とする菓子店では定番の赤、紫シロップをはじめ、あずき、抹茶などを飾りつけたかき氷が提供される。

奈良県菓子工業組合・野崎充亮



氷室神社

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。

プラスチック粉付け機 手粉循環装置付きタイプ

衛生面に優れた新開発のプラスチック方式で、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

信頼される安心を、社会へ。

SECOM

セコム、してありますか?

1981年、日本初の家庭用安全サービスとして誕生した「セコム・ホームセキュリティ」。時代の変化に合わせて、次々と新しいサービスを生み出してきました。ホームセキュリティは、「安全・安心」を超えて、「快適・便利」まで。100万軒を超えるご家庭からの大きな信頼を胸に、セコムは進み続けます。 *約114万4,000件。2016年3月末現在

セコム・ホームセキュリティ

セコム 検索 ☎ 0120-025756 (24時間・年中無休) セコム株式会社

※ 当社のホームセキュリティとは、一戸建て住宅、マンションとも各住戸ごとに、当社がセンサー、コントローラー(制御器)を設置し、セコムのコントロールセンターでオンライン監視を行い、異常発生時は緊急対応を行うサービスをさします。

九州北部豪雨視察報告

福岡
現状復帰に時間がかかる企業も

平成29年7月5日から6日にかけて大分県・福岡県朝倉市・東峰村は豪雨に見舞われました。ニュースでご存知のように濁流の映像が次々と放送されました。翌日、その地区の支部、個人会員に連絡を取りました。4企業と連絡不能。1週間後4企業のうち3企業と連絡が取れ、簡単な状況を伺いました。お盆が明けて8月18日組合員から預かった義援金を持参して被災



ハトマメ屋

地へ。
 ハトマメ屋さん。店舗の前の川が氾濫し、地下の駐車場と事務所が水没。車5台のほか、菓子の包装機械やエアコン室外機、売り上げデータなどが入ったパソコンが泥水につかる。地下のほとんどが使用不可、泥出し・消毒を終えて床と壁の張替を行い、修復は済んでいないが7月16日より営業再開。お盆にはたくさんの方が買い物に来て下さったそうです。「温かい言葉で励まされ、感謝でいっぱいです」と、汗だくで中山社長は今日も豆作りに頑張っておられました。



視察中

平松地区の篠崎食品さんは5日午後2時ころから雨が激しさを増した。すさまじい水の勢いにいったん避難。翌日、目を覆うような被災状況。住民やボランティアによって周辺の民家や排水路の土砂撤去、畳を外して干す作業が行われた。お伺いした時も玄関に段ボールが敷かれ、乾ききっていない状況でした。道一本はさ

んで酒蔵も同族経営されており、酒麴を使っている酒まんじゅう・甘酒を全国販売していますが、どちらも再開にはまだまだ時間がかかりそうです。手伝っていただいたボランティアの皆さんにとっても感謝されておられました。

大成物産さん。国道386号線の山田の交差点が川になり、流水が襲いました。瞬く間に工場に泥水が侵入。従業員と社長は泥水の中、停電して一夜を明かしたそうです。翌朝、工場・店舗・事務所が防波堤になったのか目の前には流木の山。山。工場内の機械はすべて泥にまみれ、商品は流されました。1か月後、私たちがお伺いした時には、工場のシャッターは外され機械もほとんどなくなり、大型の冷凍庫は元あった位置からかなり移動していました。まだ二階への階段に

は泥や木くずが残っています。窓ガラスには私の肩くらいに泥水が流れた後がくつきり残って悲惨さが見られます。その中でただ、基、蜜漬の機械が傷つかずに残っていました。工場の裏の敷地には、動かせない車が流水と共に泥に埋もれていました。「一から、いいやマイナスからの始まり」と井福社長は言われますが、まず、飲食店舗の改修を急ピッチで進めておられます。前に向かって進み始めておられる姿が頼もしく感じられました。

八嶋屋さん、国道386号線を進み筑後川温泉の近辺、鶴飼饅頭の八嶋屋さんがあります。

今回の豪雨で、床上浸水で全室の土砂の流入。内壁がはがれ、ドア・シャッターも壊れてしまいました。菓子製造に必要なオーブン・ポイラー・餡練機・包餡

機・包装機械などの水没。包装紙・化粧箱等の包装資材の浸水、出来上がった製品や原材料も泥水に浸かってしまいました。お伺いしたとき、都合社長は不在のため、お母様に当時の状況をお聞きしました。やはりとても怖い思いをされたそうです。

今回の豪雨で、多くのボランティアの方に泥の掻き出しや、がれきの撤去と助けていただきましたと、各企業の皆さん感謝しておられました。ただ、現状復帰にはまだまだ時間がかかる企業もあります。組合として何かできることがあればと理事長はじめ組合役員の意見もありました。どの企業も営業再開がされて、お菓子の販売ができることを心からお祈りしてやみませ

福岡県菓子工業組合事務局・村上豊美

東京 東京菓子工業青年会8月例会

家族と楽しむ日光牧場BBQ、ゆば工場見学

東京菓子工業青年会では、ゲストをお招きしての勉強会やディスカッションをする通常例会(毎月1回)の他に、総会、1泊で行う研修旅行・そして毎年8月に普段支えてもらっている家族を慰労するサマーレクリエーション(サマレク)があります。

今年のサマレクは、八月一九日に貸切バスで栃木県日光市へ日帰りツアーを行いました。悪天候にもかか



日光ゆばすくい



日光サマレク集合写真

よる会長挨拶の後、地ビールで乾杯に大人達のテンションはMaxになり、美味しいお肉と野菜を皆でお腹いっぱい堪能しました。お土産もたくさん購入し集合写真を撮る時に、奇跡的な晴れ間が出て無事撮影。次の目的地「日光ゆば製造(株)日光工場」へ移動。

よく見る漢字の「湯葉」は京都で、日光では「湯波」と書きます。違いはすくい上げる時に、一重か二重かの違いがあるそうです。工場ではその貴重な場面も見せて頂き、試食では食べ応えの違いを感じさせて頂きました。工場見学後には子供も含め湯波すくいを体験させて頂くなど貴重な経験が出来ました。子供の中にも「自由研究にする」という声もあり、子供達の笑顔に癒され励まされるなど家族の絆を強く感じられる有意義なサマレクでした。

東京都菓子工業組合理事・東京菓子工業青年会相談役・生田剛(剛イクター)

株式会社 **波里**

上も玄米 新粉粉粉粉
 ち新粉粉粉粉
 な米粉粉粉粉
 ごき粉粉粉粉
 冷凍白玉もち

各種製菓材料取り揃えております。

日本食糧新聞社、協同組合全日本洋菓子工業会は2017年4月12日(水)～14日(金)に東京ビッグサイトで第14回デザート・スイーツ&ベーカリー展を開催しました。同展では藤井青銅氏(一般社団法人日本パイ倶楽部理事、作家・放送作家・脚本家)を講師に迎え「日本の伝統×素材×地域で独自の变化を遂げる『ご当地パイ』の世界」から学ぶ土産菓子の「ヒント」をテーマに講演を行いました。

先月号より続く。

ゆるパイパッケージの特徴

パッケージにも特徴がある。パイに引きずられ、パッケージには結構、英語が書いてある。よく見るとローマ字だったりする。「かにパイ」は「tumo uni de tanosiku asondeiru bo kutatiga oisi piani dai hensin(うつも海で遊んでいる僕たちが、おいしいパイに大変身)」と書いてある。パイだけ英語である。「門司港レトロバナナパイ」は、門司港はバナナのたたき売りの発祥地だから、納得できる。「shizuka ni tazumu tatenonoi da wo sotto fukinkuru uminokaze mojikoutoro

ゆるパイの経済効果

こういうパイを「どうやって買うの?」「見たことがない」と言われる方が多い。私も集める過程で、地元の出身者に聞いても「うちそんなパイがあるの?知らなかった」という人がほとんどである。どこで買えるかという道の駅である。駅空港にはあまりないし、駅で買えると思っても意外と1、2種類くらいしかない。お菓子屋さんに行ってもない。道の駅に行けば2、3種類ある。また、日本中のアンテナショップが有楽町、銀座、日本橋にあり、全国のパイを集める時に回ったが、手に入ったのは数種類くらい

ne anafawo hitomukashiare he to izanai masu(静かにたたずむ建物の間をそっと吹き抜ける海の風、門司港レトロはあなたを「昔前へ」といざないます)と書いてある。門司港の説明は、しているけれどパイの説明はしていない。さらに「をパイにしました」「ふんわりと焼き上げました」などの企画意図をついついパッケージに書いてしまう。これもゆるパイの特徴である。

ゆるパイの特異点

全国のパイを集めて、分析した結果、ゆるパイには地域性があつた。ゆるパイの多い県は北海道、静岡、愛知、沖縄である。静岡は元祖うなぎパイの地なので、あれだけ大ヒットす

だった。みんな「東京で買えるでしょう」と思っけられど、まず無い。地元のお菓子屋さんや東京のアンテナショップでは、買えない。買えないとダメという考え方もあるが、買えないことに意味がある。そこに行かないと買えない。お土産を渡して「こんな見たことがない」「珍しい」と言ってもうたためには、そいつで買えたらあまの意味がない。浜松にうなぎパイファクトリーがあって、1日に20万本作っているそうだ。中がガラス張りで見学ができる。当然、うなぎパイも買えるし、静岡県内では買えないVSOOPという真夜中のお菓子もある。そこに、年間65万人の人が観

色々な形のパイ



日本の伝統×素材×地域で独自の变化を遂げる
「ご当地パイ」の世界
『ゆるパイ』から学ぶ土産菓子のヒント
藤井 青銅氏(一般社団法人日本パイ倶楽部理事、作家・放送作家・脚本家)

その②

ば、私ももと皆さん出すこともよくわかる。愛知はきしめんパイがある。これは私の推理だが、隣の浜松が大ヒット商品を出したが、名古屋は名古屋めしといわれて、いろいろな食べ物もある。ライバル心が刺激されたのだろう。名古屋駅で、うなぎパイを売る売らないの騒動があった理由もよくわかる。北海道と沖縄は、観光にきたお客さんが買う。また、両方とも外国の香りがする。北海道は明治以降バターを使い、沖縄は米軍基地がある。パイに親和性がある。饅頭よりもパイのほうがあるという感じがする。

ゆるパイの少ない地

ゆるパイの無いところや少ないところは京都、大阪、奈良で、和のイメージが強いところ。羊羹や饅頭は納得感があるが、パイには納得がいけないのだろう。京都は修学旅行生が土産を買うので、売ればいいと思うが、なかなかいいのが出て

こない。大阪はありそうな気がするが、探しても少ない。高級品のパイはあるけれど、全国の人が大阪に求めていくのはそういうことではないだろう。「面白い恋人」が欲しいわけだから「たこやきパイでんねん」のような物があつたほうが、土産として盛り上がるだろう。それなのに、妙にこじられたパイを作っている。

三大ゆるパイゾーン

三大ゆるパイゾーンがある。この地域にはこういうパイが多いことを発見した。先ず南九州もゾーン。沖縄、鹿児島、宮崎は紅いもやさつまいも、紫いも、安納いもが多い。ポテトパイの感じで人気がある。

海なし県は大変で、何をやるか悩むだろう。滋賀は琵琶湖があるので「ふな寿司パイ」がある。焼き菓子なのに真空パックで、袋を開ける時はドキドキする。長野や山梨、岐阜はぶどう、りんごや栗のイメージがあるが、北関東は苦勞している。

瀬戸内は柑橘類で、ゆずやすだち、かぼす、いよかん、夏みかん、最近瀬戸内レモンパイがある。このあたりはイメージ的に、柑橘系という感じである。北陸はかにゾーン。かにが割とあちこちにあるが、説得力があるのは新潟も含めた4県と兵庫の日本海側である。この辺りは「○○かにパイ」が多い。黒潮の流れにしたがい、沖縄や鹿児島はいも系、南国フルーツのパッション系、黒糖パイ、塩パイがある。高知和歌山あたりは、ゆずやみかんなどの柑橘系である。茨城はメロン、千葉にはびわがある。その辺は大都市圏に近いので、贈答用フルーツとなる。

きて、うなぎパイに頭とおしりがあつてもわかつた。丸くなっているところが口で、反対側がしっぽである。ファクトリーに行くところも知らない。ちくも知ることができ、楽しい。このように地元にお客様を集めているわけだから、ビッグな企業になり、東京に出てしまったら意味がない。浜松にあるから意味がある。人々はそこに行く。これが地域経済である。今はうなぎパイ

ローカルとグローバル

ゆるパイは地方企業のみまで、全国展開ができることがおもしろい。企業はみんなヒット商品を出して大きくなり、全国展開して大企業になりたいと思っただろう。けれど、それをそのまま突き詰め、東京に進出するというのは、ゆるパイでは違つたのではないか。「オーブパイ」は瀬戸内、いよかんは伊予だろう。「さぬきうどんパイ」が東京に

売ると、大阪はありそうな気がするが、探しても少ない。高級品のパイはあるけれど、全国の人が大阪に求めていくのはそういうことではないだろう。「面白い恋人」が欲しいわけだから「たこやきパイでんねん」のような物があつたほうが、土産として盛り上がるだろう。それなのに、妙にこじられたパイを作っている。

しるがるかもしれない。ゆるパイの講演の時、外国人のお客さんがいて、何からでも行ける。西日本に1か所と、新潟か東北あたりにあつてもいい。

「すごいテクニックの人です」では、ブレイクしない。「こういう売り方をしたほうがいい」「こうしたらほうが人にアピールする」という誰かのプロデュースがある。プロデュースのセンスをメーカーが持っている。プロデューサーなので、プロデュースがないとダメなこと分かる。最初にこく堂の話をしたが、ただ

終わりに

日本の伝統×素材×地域で、独自の進化を遂げたご当地パイがゆるパイである。ただ、これだけいいの。私は食品関係の人間ではなく、作家、放送作家、プロデューサーなので、プロデュースがないとダメなこと分かる。最初にこく堂の話をしたが、ただ

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22日発売!

製菓製パン 10月号

和菓子集 **ソフトタイプのカップ焼菓子**

洋菓子集 **ホテルメイドのクリスマスケーキ**

パン店の時短の取り組み/長時間労働問題、解決のための工夫を紹介

よもぎの花言葉は「夫婦愛」! 11月22日の『いい夫婦の日』にはよもぎ菓子を

発行所: 株式会社製菓実業社/〒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

デューズ能力が問われる。成功するには、センスという能力、誰かの知恵、そこには物語も必要である。人は物語を消費する。味はそれぞれがおいしいレベルに達している。まずいものはどうやっても売れない。いい味のは売れる可能性があるが、どのように打ち出すかというプロデュース能力が必要だ。地方創生は何も、コンビニを誘致する等ではない。ゆるパイを使い、こういうものでも地方で売れることができるという感じでは、おもしろい。皆さんパイについてどんなことを考えているか、ゆるパイで地方創生のお手伝いできたと思う。

日本食糧新聞社、協同組合全日本洋菓子工業会は2017年4月12日(水)～14日(金)に東京ビッグサイトで第14回デザート・スイーツ&ベーカリー展を開催しました。同展では中山裕介氏(リライズコンサルティング株式会社代表取締役)を講師に迎え「年商1億円のネットショップが実践しているたった3つのこと」をテーマに講演を行いました。

年商1億円のネットショップが実践しているたった3つのこと

中山 裕介氏 (リライズコンサルティング株式会社代表取締役)

その①

煮餡があるのだが、角煮のかわりにサバを挟んだ商品を開発した方がいた。それを通信販売で売りたいと言われても、そもそも市場規模が無い。そういった場合にはメディア等に取り上げてもらわないと売るのは非常に難しい。

皆さんは始末の方が他店と競合している、また既に市場のある商品を取り扱っていると思うので、1億円売れる事は、実はそれほど難しくはない。では、実際に1億円売っている会社の事例を見ていきたい。

以前に比べると最近では通信販売のセミナーに参加される方が少なくなっている。皆さん、通信販売を一巡して色々頑張ってはみたものの、なかなか思うような結果が出ずあきらめたのか、最近参加が本当に少ない。それを反映するかの様に、実際、通信販売で利益が出ている会社は5%も無い。95%以上の会社は通信販売で利益を出すことができていない。

例を見たい。

「原理・原則を守り、時流に乗って、トレンドを無視する」

通信販売を失敗している店に共通する点は決まっている。きちんとして勉強せずに勝手に独自路線を走ってしまっているからだ。この一言に尽きる。

「原理・原則を守り、時流に乗って、トレンドを無視する」が基本的な重要で、売れていないショップはこれと逆のことをしている。

原理・原則を守らず、時流を把握せずに、トレンドにばかり振り回されてしまっている。

「Facebookが流行っている」と聞けばFacebookが

「原理・原則を守り、時流に乗って、トレンドを無視する」

通信販売のホームページに「かっこいい」等、原理・原則とは、かけ離れた議論や策を重ねて、大切な商品の情報を少なくしてしまったりする。

例えば山形県にある精肉店A社は、米沢牛の通信販売のショップを運営している。実店舗は米沢牛の専門店ではなく、町の家族経営の焼肉屋だ。だからといって「町の焼肉屋さんです」というショップを作っても売れないので、普通の肉は扱わず、米沢牛専門店として出店した。今期、通信販売の年商だけで1億円になる。では、このショップの中でのどのような原理原則があるのか。

例えば購入の場面では、欲しい商品を押しと商品ページに移り、ショッピングカートに入る。そこには「明細書、納品書はお入れしておりません」と記載されている。これが重要だ。

米沢牛はギフトで贈る方が非常に多い。ここに納品書や明細書が入っていたら間違いなくクレームになる。普通は入っていないのが当たり前と考える。だがしかし、あえて記載していることが重要なのだ。

入っていないことはもちろん理解しているが、記載しているショップの方が、お客様にとっては、なお安心なのである。当然のことでも記載しているかないないかで購入率に影響を与えている。逆に言うならば、記載するだけで購入率が上がるのだ。

これは原理・原則で、不変のルールだ。来年も同じ、再来年も同じ、10年後も変わらないのである。

ショッピングカートに入れるボタンは、皆さんは「かっこいいから」といって、黒くて小さいボタンにしているだろうか。どんなボタンにするかでショッピングカートに入れる割合も変わる。

良いとされるのは、暖色系で大きいボタン。暖色系は購買意欲を喚起し、大きいボタンは視認性が良い。言われてみれば当たり前だが、ホームページとなるとついデザイン重視で黒くて小さいボタンにしてしまっている。暖色系で大きいボタンにする、ショッピングカートに入れる割合が上がる。これも原理・原則だ。来年「書が流行りました」ということはない。ずっと暖色系なのだ。

また、ショッピングカートに入れた後も「安心してギフトにご利用ください。明細書は入っておりません」と記載すると、これだけでも購入率が上がる。また、そこからお支払い手続きに進むと購入ステップが出てくる。もとのショッピングカートには何も入っておらず、自分で入れなければ入らない。ここで購入ステップを入れているのには「購入完了するのにはいつまでかかるのか」と挫折し、かご落ちが発生する。ショッピングカートに入れたけれど買物物をせずに終わってしまうのだ。

多いショップでは、7割くらいが購入の決済完了まで到達しないため「頑張ればあと何ステップでお買い物完了」のようなことを記載しなければならぬ。

ショップ内に会員特典が並んでいるのは「会員になって欲しい」ということだ。会員になる割合が低いショップは会員が30%程度しか

気になり「最近の若者はインスタしか使っていない」と聞くと、インスタが気になる。通信販売の本質はそこではないのだ。

皆さん、通信販売を一巡して色々頑張ってはみたものの、なかなか思うような結果が出ずあきらめたのか、最近参加が本当に少ない。それを反映するかの様に、実際、通信販売で利益が出ている会社は5%も無い。95%以上の会社は通信販売で利益を出すことができていない。

「原理・原則を守り、時流に乗って、トレンドを無視する」

通信販売を失敗している店に共通する点は決まっている。きちんとして勉強せずに勝手に独自路線を走ってしまっているからだ。この一言に尽きる。

「原理・原則を守り、時流に乗って、トレンドを無視する」が基本的な重要で、売れていないショップはこれと逆のことをしている。

原理・原則を守らず、時流を把握せずに、トレンドにばかり振り回されてしまっている。

「Facebookが流行っている」と聞けばFacebookが

「原理・原則を守り、時流に乗って、トレンドを無視する」

通信販売のホームページに「かっこいい」等、原理・原則とは、かけ離れた議論や策を重ねて、大切な商品の情報を少なくしてしまったりする。

例えば山形県にある精肉店A社は、米沢牛の通信販売のショップを運営している。実店舗は米沢牛の専門店ではなく、町の家族経営の焼肉屋だ。だからといって「町の焼肉屋さんです」というショップを作っても売れないので、普通の肉は扱わず、米沢牛専門店として出店した。今期、通信販売の年商だけで1億円になる。では、このショップの中でのどのような原理原則があるのか。

例えば購入の場面では、欲しい商品を押しと商品ページに移り、ショッピングカートに入る。そこには「明細書、納品書はお入れしておりません」と記載されている。これが重要だ。

米沢牛はギフトで贈る方が非常に多い。ここに納品書や明細書が入っていたら間違いなくクレームになる。普通は入っていないのが当たり前と考える。だがしかし、あえて記載していることが重要なのだ。

入っていないことはもちろん理解しているが、記載しているショップの方が、お客様にとっては、なお安心なのである。当然のことでも記載しているかないないかで購入率に影響を与えている。逆に言うならば、記載するだけで購入率が上がるのだ。

これは原理・原則で、不変のルールだ。来年も同じ、再来年も同じ、10年後も変わらないのである。

ショッピングカートに入れるボタンは、皆さんは「かっこいいから」といって、黒くて小さいボタンにしているだろうか。どんなボタンにするかでショッピングカートに入れる割合も変わる。

良いとされるのは、暖色系で大きいボタン。暖色系は購買意欲を喚起し、大きいボタンは視認性が良い。言われてみれば当たり前だが、ホームページとなるとついデザイン重視で黒くて小さいボタンにしてしまっている。暖色系で大きいボタンにする、ショッピングカートに入れる割合が上がる。これも原理・原則だ。来年「書が流行りました」ということはない。ずっと暖色系なのだ。

また、ショッピングカートに入れた後も「安心してギフトにご利用ください。明細書は入っておりません」と記載すると、これだけでも購入率が上がる。また、そこからお支払い手続きに進むと購入ステップが出てくる。もとのショッピングカートには何も入っておらず、自分で入れなければ入らない。ここで購入ステップを入れているのには「購入完了するのにはいつまでかかるのか」と挫折し、かご落ちが発生する。ショッピングカートに入れたけれど買物物をせずに終わってしまうのだ。

多いショップでは、7割くらいが購入の決済完了まで到達しないため「頑張ればあと何ステップでお買い物完了」のようなことを記載しなければならぬ。

ショップ内に会員特典が並んでいるのは「会員になって欲しい」ということだ。会員になる割合が低いショップは会員が30%程度しか

「原理・原則を守り、時流に乗って、トレンドを無視する」

通信販売を失敗している店に共通する点は決まっている。きちんとして勉強せずに勝手に独自路線を走ってしまっているからだ。この一言に尽きる。

「原理・原則を守り、時流に乗って、トレンドを無視する」が基本的な重要で、売れていないショップはこれと逆のことをしている。

原理・原則を守らず、時流を把握せずに、トレンドにばかり振り回されてしまっている。

「Facebookが流行っている」と聞けばFacebookが

高い会社は70%位だ。入会率が一番変わるポイントとなるのは特典で、特典が7個あると入会率は急激に上がる。5個ではその意味を成さない。

5個なら3個でも1個でも同じなのだ。特典が7個になった瞬間から入会率は劇的に上がる。見るとそれほど大したことはない「500ポイントプレゼント」「会員限定価格で購入できます」「購入ポイントでかしくお買い物」等だが、そもそも会員になるなら当たり前なことだ。この当たり前前のごとを特典として7個記載するだけで、別に安売りやポイントを過度に付けるわけではない。

こういうルールを知らないショップが多く、殆どのショップは実践していない。私もセミナーで常々お伝えしているが、実際に実践する方は残念ながら10、20%程度だ。

「原理・原則を守り、時流に乗って、トレンドを無視する」

通信販売を失敗している店に共通する点は決まっている。きちんとして勉強せずに勝手に独自路線を走ってしまっているからだ。この一言に尽きる。

「原理・原則を守り、時流に乗って、トレンドを無視する」が基本的な重要で、売れていないショップはこれと逆のことをしている。

原理・原則を守らず、時流を把握せずに、トレンドにばかり振り回されてしまっている。

「Facebookが流行っている」と聞けばFacebookが

「原理・原則を守り、時流に乗って、トレンドを無視する」

通信販売を失敗している店に共通する点は決まっている。きちんとして勉強せずに勝手に独自路線を走ってしまっているからだ。この一言に尽きる。

「原理・原則を守り、時流に乗って、トレンドを無視する」が基本的な重要で、売れていないショップはこれと逆のことをしている。

原理・原則を守らず、時流を把握せずに、トレンドにばかり振り回されてしまっている。

「Facebookが流行っている」と聞けばFacebookが

時流に乗る

食品業界で流行っている、すでに皆さんの業績が上がるもので、オスメはカタログギフトである。

カタログギフトと比べても、普通のカタログギフトとは違う。先程お話しした山形県の精肉店A社では一番の売れ筋は肉ではなく、カタログギフトだ。

原理・原則を守り「贈り物の悩みはこれで解決」「ご注文されたお客様もお届け先様も送料はかかりません」と記載している。

A社のようなショップのカタログギフトが、現在とても流行っているのだ。理由としては、総合的な分厚いカタログギフトはもう飽きてしまったからだろう。

分厚いカタログを見ていて楽しいのは最初だけで、最後の方は飽きてしまい苦痛になる。

後ろの頁の方のカラー10パックとか、缶ジュース詰め合わせとか、分厚いペーシを何度も見るのは面倒なので、とりあえず保存出来たり、無難な商品を選んで

「スカイダイビングができません」「乗馬ができます」これはこれで問題がある。現代人は仕事や日常生活に追われ忙しく、なかなか消化できない。結局せっかくのギフトも使わずに終わってしまう。

そんな中、出てきたのが、店まで決定している個店の

煮餡があるのだが、角煮のかわりにサバを挟んだ商品を開発した方がいた。それを通信販売で売りたいと言われても、そもそも市場規模が無い。そういった場合にはメディア等に取り上げてもらわないと売るのは非常に難しい。

皆さんは始末の方が他店と競合している、また既に市場のある商品を取り扱っていると思うので、1億円売れる事は、実はそれほど難しくはない。では、実際に1億円売っている会社の事例を見ていきたい。

以前に比べると最近では通信販売のセミナーに参加される方が少なくなっている。皆さん、通信販売を一巡して色々頑張ってはみたものの、なかなか思うような結果が出ずあきらめたのか、最近参加が本当に少ない。それを反映するかの様に、実際、通信販売で利益が出ている会社は5%も無い。95%以上の会社は通信販売で利益を出すことができていない。

「原理・原則を守り、時流に乗って、トレンドを無視する」

通信販売を失敗している店に共通する点は決まっている。きちんとして勉強せずに勝手に独自路線を走ってしまっているからだ。この一言に尽きる。

「原理・原則を守り、時流に乗って、トレンドを無視する」が基本的な重要で、売れていないショップはこれと逆のことをしている。

原理・原則を守らず、時流を把握せずに、トレンドにばかり振り回されてしまっている。

「Facebookが流行っている」と聞けばFacebookが

「原理・原則を守り、時流に乗って、トレンドを無視する」

通信販売を失敗している店に共通する点は決まっている。きちんとして勉強せずに勝手に独自路線を走ってしまっているからだ。この一言に尽きる。

「原理・原則を守り、時流に乗って、トレンドを無視する」が基本的な重要で、売れていないショップはこれと逆のことをしている。

原理・原則を守らず、時流を把握せずに、トレンドにばかり振り回されてしまっている。

「Facebookが流行っている」と聞けばFacebookが

「原理・原則を守り、時流に乗って、トレンドを無視する」

通信販売を失敗している店に共通する点は決まっている。きちんとして勉強せずに勝手に独自路線を走ってしまっているからだ。この一言に尽きる。

「原理・原則を守り、時流に乗って、トレンドを無視する」が基本的な重要で、売れていないショップはこれと逆のことをしている。

原理・原則を守らず、時流を把握せずに、トレンドにばかり振り回されてしまっている。

「Facebookが流行っている」と聞けばFacebookが

「原理・原則を守り、時流に乗って、トレンドを無視する」

通信販売を失敗している店に共通する点は決まっている。きちんとして勉強せずに勝手に独自路線を走ってしまっているからだ。この一言に尽きる。

「原理・原則を守り、時流に乗って、トレンドを無視する」が基本的な重要で、売れていないショップはこれと逆のことをしている。

原理・原則を守らず、時流を把握せずに、トレンドにばかり振り回されてしまっている。

「Facebookが流行っている」と聞けばFacebookが

「原理・原則を守り、時流に乗って、トレンドを無視する」

通信販売を失敗している店に共通する点は決まっている。きちんとして勉強せずに勝手に独自路線を走ってしまっているからだ。この一言に尽きる。

「原理・原則を守り、時流に乗って、トレンドを無視する」が基本的な重要で、売れていないショップはこれと逆のことをしている。

原理・原則を守らず、時流を把握せずに、トレンドにばかり振り回されてしまっている。

「Facebookが流行っている」と聞けばFacebookが

「原理・原則を守り、時流に乗って、トレンドを無視する」

通信販売を失敗している店に共通する点は決まっている。きちんとして勉強せずに勝手に独自路線を走ってしまっているからだ。この一言に尽きる。

「原理・原則を守り、時流に乗って、トレンドを無視する」が基本的な重要で、売れていないショップはこれと逆のことをしている。

原理・原則を守らず、時流を把握せずに、トレンドにばかり振り回されてしまっている。

「Facebookが流行っている」と聞けばFacebookが

「原理・原則を守り、時流に乗って、トレンドを無視する」

通信販売を失敗している店に共通する点は決まっている。きちんとして勉強せずに勝手に独自路線を走ってしまっているからだ。この一言に尽きる。

「原理・原則を守り、時流に乗って、トレンドを無視する」が基本的な重要で、売れていないショップはこれと逆のことをしている。

原理・原則を守らず、時流を把握せずに、トレンドにばかり振り回されてしまっている。

「Facebookが流行っている」と聞けばFacebookが

宛名・住所のご確認をお願いします。

菓子工業新聞送付先の住所・宛名等が、現在の表記と異なりましたら、都道府県組合へお知らせください。

行事予定

東京 10月4日～5日、東京都産加工食品展示即売「食の市」、新宿西口広場イベントコーナー、新宿区10月6日～8日、第4回東京味わいフェスタ、東京駅丸の内仲通り「行幸通り」、千代田区

大阪 10月6日、新食品表示について、講師・小池正城氏(㈱寺岡精工知的財産規格部規格グループ)、産規格部規格グループ、(株)寺岡精工大阪支社ビル5階、吹田市

福井 10月5日、菓子技術講習会、講師・新澤貴之氏(菓匠庵白穂)、カリヨ1講習会場、福井市

徳島 10月20日～22日、徳島うきうきスイーツフェスタ、ゆめタウン徳島、板野

富山 10月24日、製菓技術講習会、講師・レオン自動車(株)、富山県食品研究所、富山市

石川 10月26日、講習会「今から始めるHACCP講習会」お菓子屋さんのため

茨城 10月11日、おもてなし接客講習会、講師・柳沼佐千子氏(印象エキスパート(株)代表取締役)、茨城県職業人材センター、水戸市

山口 10月26日、県産米粉を使った洋菓子の技術講習会、講師・大日田哲男氏(㈱お菓子のピエロ店主)、山口調理製菓専門学校、山口市

洋菓子講習 【基礎編】

日本菓子専門学校 高倉 美香 教師



抹茶とマロンのバターケーキ

抹茶とマロンの
バターケーキ

【配合】
パウンド型(5×14cm深さ
3・5cm)4本分
A. 抹茶生地
バター……………110g

グラニュー糖……………130g	グラニュー糖……………130g
液卵……………100g	液卵……………100g
ホワイトチョコレート……………85g	ホワイトチョコレート……………85g
薄力粉……………60g	薄力粉……………60g
抹茶……………10g	抹茶……………10g
抹茶リキュール……………10g	抹茶リキュール……………10g
ベーキングパウダー……………0・8g	ベーキングパウダー……………0・8g
食塩……………0・8g	食塩……………0・8g
B. フレーン生地	
バター……………90g	バター……………90g
グラニュー糖……………65g	グラニュー糖……………65g
トリモリン……………7g	トリモリン……………7g
ハチミツ……………7g	ハチミツ……………7g
液卵……………72g	液卵……………72g
薄力粉……………80g	薄力粉……………80g
ベーキングパウダー……………2・4g	ベーキングパウダー……………2・4g
シナモン……………0・6g	シナモン……………0・6g
C. 仕上げ・その他	
栗甘露煮……………200g	栗甘露煮……………200g
ガラスロワイヤル……………適量	ガラスロワイヤル……………適量

〔A〕
①やわらかくしたバターにグラニュー糖をすり混ぜ、食塩を加える。
②液卵を加える。
③ふるった薄力粉、抹茶、抹茶リキュール、ベーキングパウダーをあわせる。
④抹茶リキュール、溶かしたホワイトチョコレートをあわせる。

〔B〕
①やわらかくしたバターにグラニュー糖をすり混ぜる。
②さらに、トリモリン、ハチミツ、シナモンを合わせる。
③液卵を加え、ふるった薄力粉、ベーキングパウダーをあわせる。

〔組み立て〕
型にAを絞り、粗刻みの栗をちらし、Bを絞る。

〔焼成〕
170～180℃
約30分

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

青年部 ブロック長がゆく

素材の良さを知り尽くした農家だからこそできる

こだわりのバームクーヘン

ファームクーヘンフカサク

茨城県鉾田市はメロン、さつまいも、水菜、ごぼうなどで日本一の生産量を誇る、日本でも屈指の農業が盛んな市です。深作農園は、この土地で6世代に渡り、農業を営んでおります。

当農園は農作物や、メロンやイチゴなどの果物を主

ル、栗を飾る。
※コツとポイント
Aの生地はチョコレートを加え、としまりやすいので、材料が冷えていないようにする。
底になるAの生地は焼き色がつきやすいので鉄板を2重にすると良い。

か」と思ったそうです。

バームクーヘンは、1回焼くのに約200個以上もの鶏卵を使用します。深作農園では、恵まれた自然や水、空気でストレスなくのびのびと育った「ポリスプラウン」という赤玉鶏の王者と言われる鶏の卵を使用しています。「卵だけではなく自社農園の自慢の素材を使い、原材料から徹底的にこだわったバームクーヘンを作ったら、みんな喜んでくれるはず」そう考え「農家で作った本場に美味しいバームクーヘン専門店を作る」という理念のもと「農家を作るバームクーヘン専門店」の店舗建設に至りました。

茨城県は鶏卵が日本一の産地です。自分たちの目で見て選んだ安全・安心・高品質な「たまご」を使用す

バームクーヘンとの出会いは、農業の合間の休憩時間、女性スタッフがバームクーヘンを食べたり、とても美味しく、みんな喜んで食べていたのです。その時「農園の農作物を原材料に使えば最高のバームクーヘンが作れるのではない

ることが出来ます。これは美味しいバームクーヘンを作るためにも大きなメリットでした。メロンやイチゴなども自家農園内で用意できるため、最も新鮮な状態で使うことができます。

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



ファームクーヘンフカサク

茨城県鉾田市台濁沢371-2
電話：0291-35-5870

店舗データ

卵を一つ一つ手で割ることから箱に入れるまで、一環して店舗内で丁寧に作業を行っています。それを実際に見ていただくため、オープンキッチン型にこだわりのような工程を経て、狩りなど、すべての農場をお客様へ開放させていたいです。

自信を持ってお届けするバームクーヘンは是非一度、お召し上がりください。最後に、深作農園さんの取材ご協力、誠に有難うございました。

全菓連青年部関東
甲信越ブロック長・
木内政和