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　全菓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
ＴＥＬ03(3400)8901㈹　ＦＡＸ03(3407)5486
購読料年額（送料共）　組合員：600円（購読料は賦課金に含む）
一　般：2,000円

第949号（平成30年４月）

「遺伝子組換えでない」5%から0%（検出限界以下）に

遺伝子組み換え表示制度の変更について

遺伝子組み換え表示制度については、食品表示の一元化検討の際に個別課題として検討すべきとされていた。このため消費者庁は、遺伝子組み換え表示制度に関する検討会を設置し、平成29年4月以降検討を進めており、本年3月14日に開催された第10回検討会において報告書をとりまとめられた。特に「遺伝子組換えでない」旨は、「5%」から「0%（検出限界以下）」に引き下げられる。

主な内容は次のとおり。

1．表示義務対象範囲

(1)表示義務対象品目

遺伝子組換えの安全性が確認された農産物（8品目）及びこれを原料とし、科学的検証が可能な組換えＤＮＡ等が残存する加工食品（33品目）に義務表示の対象を限定する現行の制度を維持することが適当である。

(2)表示義務対象原材料の範囲

事業者の実行可能性、表示の見やすさ・優先度等を踏まえると、原材料の重量に占める割合の高い原材料の上位3位までのもので、かつ、原材料及び添加物の重量に占める割合が5パーセント以上であるものに限定している現行制度を維持することが適当である。

2．表示方法

分別管理の取り組み及び消費者の分かり易さという観点から左表の方向とすることが適当である。

今後、消費者委員会に諮問され、その答申を経て食品表示基準が改正されることとなるので、実施に移される時期等は未定。

表示方法

農産物の区分		表示内容 現行	表示内容 整理の方向性
分別生産管理が行われた農産物	遺伝子組換え農産物	分別生産管理が行われた遺伝子組換え農産物である旨（義務表示） 【表示例】 ・「遺伝子組換えのものを分別」 ・「遺伝子組換え」	変更なし
	非遺伝子組換え農産物	分別生産流通管理が行われた非遺伝子組換え農産物である旨（任意表示） 【表示例】 ・「遺伝子組換えでないものを分別」 ・「遺伝子組換えでない」	・「意図せざる混入」の許容率については、コスト等を勘案し、現行の５%を維持 ・「遺伝子組換えでない」旨は、「５%」から「０%（検出限界以下）」に引き下げ ・消費者の選択の幅を広げるとともに、事業者の努力を消費者に伝える観点から、分別生産流通管理が適切に行われている旨を任意で表示することができるようにすることが適当※
分別生産管理が行われていない農産物		遺伝子組換え農産物及び非遺伝子組換え農産物が分別されていない旨（義務表示） 【表示例】 ・「遺伝子組換え不分別」	・消費者庁は、事業者や消費者等から幅広く意見を聴取し、「遺伝子組換え不分別」に代わる実態を反映した分かりやすい表示を検討し、Ｑ＆Ａ等に示すことが適当

※取りまとめの議論の中で、これまで「遺伝子組み換えでない」と表示していたものの内、今後はこの表示ができなくなる意図せざる混入率 5%～0%（検出限界）のものの表示方法については、消費者庁が消費者事業者等から幅広く意見を聴取して分かり易い表示を検討し、Ｑ＆Ａ等で示すことが適当とされた。

「お菓子とわたし」作文コンテスト 最優秀賞2作品決まる

全日本菓子協会では平成一29年度菓子需要喚起対策として、全国の小中学生を対象とした「お菓子とわたし」作文コンテストを行った。

同コンテストには3万369作品が応募され、厳選な審査の結果、小中学校それぞれから1作品ずつ最優秀賞が選ばれた。併せて小中学校それぞれ10作品ずつ優秀賞も選ばれ、作品集が発刊された。

最優秀賞は次の通り。

小学生の部

「世界へ広がる日本のおかし」

栃木県小学校二年女子

夏休みに台湾のサマースクールにさんかしました。はじめて外国の小学生といっしょにべんきょうすることになり、とてもきんちょうしていました。中国語も話せないし、こまったな。そんな時、日本からおみやげにもってきたおかしをみんなにあげました。

すると、みんなとてもよろこんでくれ、そこから会話がはずむようになりました。しかも、日本のおかしは外国でも有名で、とくに北海道のおかしは大人気だというのです。私がしらないおかしのことも外国の子どもたちがしっていることにびっくりしました。

私は、小さなおかし一つで何人もの外国の友だちをつくることに成こうしたのです。いつもなにげなく食べているおかしのもつ大きなパワーをしり、世界へ広がる日本のおかしってすごいんだなあ、私は日本人としてほこらしい気持ちになりました。

中学生の部

「母と私とホットケーキ」

東京都中学校一年女子

私は、小学六年生の頃いじめをうけていました。彼らにしてみれば、いじめなんてただの遊びだったのかもしれません。ですが、その頃の私にとってそれは、とてもショックなことでした。毎朝、学校に行こうとするたびに頭痛や腹痛におそわれました。なんとか教室の前まで来たとしても、なかなかドアを開くことができないのです。学校へ行くことが憂うつになり、〝行きたくない〟そう思うようになりました。私は、思い切って母に学校を休みたいと話しました。すると、母はこう言いました。

「いいよ。今まで良く頑張ったね」。

私は、二学期の間だけと約束し、不登校を始めました。しかし、冬休みが終わる頃、私はまた不安におそわれました。

「登校してまたいじめられたら…」。

怖くて怖くて仕方がありませんでした。かといって母に約束したことを破ることもできません。悩んでいる間についに始業式の前日になってしまいました。

一人で沈んでいると、母は台所に行き、ホットケーキを焼いてきてくれました。私の母は、お世辞にも料理上手とはいえないため、そのホットケーキも決しておいしいとはいえませんでした。けれど、そのホットケーキの甘さは、私の胸をじんわりと温めていくようでした。

母の思いがつまったホットケーキにはげまされ私は言いました。

「明日、頑張って学校行くから」。

そう言いながら泣きました。母も、赤い目で「うん」とうなずいてくれました。

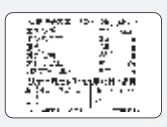
次の日、私は学校に行くことができました。

今も、なにか辛いことがあると、あの、母のホットケーキを思い出し、そのたびに「よし、頑張ろう」と思うのです。

brother at your side

たくさん商品があるので種類ごとや、個別に商品番号を使い分けて登録できたらなあ…

あらかじめ登録した商品番号を検索して印刷できる。今までの商品コードを引き継いで割り当てることも可能。

食品ラベルって、やっぱり栄養成分表示もないと、今どき安心感ない…?

本体だけで、成分表示の入力もできる。栄養成分の数値はもちろん、アレルギー表示を表示して、もっと売り上げ向上に。

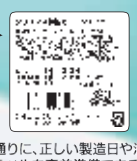
価格変動の多い商品。その都度パソコンからラベル作成してられない…

生鮮ラベルや、お値引ラベルなど、本体で価格・数値入力すれば、バーコードも自動生成できます。

固定フォーマットじゃなく、自由にレイアウト変更できたら…

フォーマット作成が自由なので、ご希望のレイアウトを実現。

さあ、菓子製造業の現場でも!
解決ラベルプリンター。

明日つくる予定のお菓子だけど、前日のうちに正しい消費期限を入れて事前にラベル発行できたら…

製造計画通りに、正しい製造日や消費期限を印字したラベルを事前準備できる。忙しい時期のお菓子作りにも集中できます。

71,979円※のラベルプリンターに新機能を追加。

数字キーを使うだけで、バーコードや価格の変更、文字・画像データを検索して呼び出し、すばやくその場で印刷できるようになりました。購入前にお試しいただける無料貸出キャンペーン実施中!お申込みの際にお好きなサイズのラベルを1本お付けします。詳しくは「ラベルナビ」へ ラベルナビ 検索

操作パネル＆液晶ディスプレー搭載
感熱ラベルプリンター
TD-2130NSA
希望小売価格：オープン価格
参考価格（税込）：¥71,979※

店舗・オフィスで頼れる、ローコストなラベルプリンター

3万円台で食品表示ラベルが作れる低価格モデル
◎QL-820NWB 感熱
希望小売価格：オープン価格
参考価格（税込）：31,860円※

少量の商品ラベル発行に最適な低価格モデル
◎QL-800 感熱
希望小売価格：オープン価格
参考価格（税込）：18,900円※

市販ラベルにも対応可能コスト追求モデル
◎TD-2130N 感熱
希望小売価格：オープン価格
参考価格（税込）：56,550円※

※ブラザー販売が運営するweb販売サイトでの販売価格（税込）です。（2018年4月上旬現在）

今すぐ! 無料貸出キャンペーン実施中!
「菓子工業新聞を見た」とラベルナビにてお申込みいただければ、2週間の無料貸出、お好きなラベルを1本お付けします。さらに、今ならラベル作成のお手伝いをいたします。ぜひお試しください。
ブラザーラベルプリンター ポータルサイト LABEL NAVI 詳しい情報はこちらから ラベルナビ 検索
ブラザーコールセンター 0120-590-383
受付時間 9:00～12:00／13:00～17:00（月～土）※日曜・祝日・弊社指定休日を除きます。
ブラザー販売株式会社

平成29年 菓子生産数量・金額推定結果コメント

全日本菓子協会は平成29年の菓子推定生産数量、生産金額および小売金額を策定した。

【全体概要】

我が国の経済は、雇用・所得の改善が続く中で、緩やかな回復基調が続いた。海外経済が回復する下で、輸出や生産の持ち直しが続くとともに、民需が改善した。個人消費も持ち直しているものの、力強さに欠ける面があった。

訪日外国人旅行者が2,869万人と前年比19%となる中で、訪日外国人旅行者の菓子類のお土産購入額（推計）は増加傾向にあり、平成29年は1,589億円となった。

こうした状況の中で、平成29年の菓子需要は、ジャンルによって差が見られるものの、全体としては生産数量、生産金額、小売金額ともに、前年をわずかに上回る結果となった。これで、平成25年以降5年連続の増加となった。

ジャンル別の動向でみると、「飴菓子」、「チョコレート」、「せんべい」、「米菓」、「スナック菓子」においては、生産数量、生産金額、小売金額ともに前年を上回った。

「和生菓子」は、生産数量、生産金額、小売金額ともに横ばいであった。

「チューインガム」、「ビスケット」、「洋生菓子」、「油菓子」、「その他」は、生産数量、生産金額、小売金額ともに前年を下回った。

こうした中で、菓子の需要拡大に向け、消費者サイドへの取組みも行った。菓子産業界全体の取組みとして砂糖業界とともに取り組んだ菓子需要喚起キャンペーンにおいては、事業規模の縮小等の影響もあって、店頭クイズキャンペーンや小中学生を対象とした「お菓子とわたし」作文コンテストでは、いずれの応募数も前年を下回る結果となったものの依然として多くの方々がこのキャンペーンに参加しており、菓子が生活の中でなくてはならないものであること、人と人との触れ合いの中で菓子に関する多くの思い出があることが再確認できた。

【ジャンル別動向】

1．飴菓子

前年全体的に好調だった健康効果などの機能性を持たせたハードキャンディ、グミなどについては、同一カテゴリーであっても商品によって好調なものとそうでないものとに分かれ、販売に差が見られた。

飴菓子全体としては、生産数量、生産金額、小売金額ともに、前年をわずかに上回った。

2．チョコレート

チョコレートの健康効果の浸透が進み、前年に引き続き高カカオチョコレートが好調に推移した。

その結果、チョコレート製品（Ⅰ）、チョコレート製品（Ⅱ）は生産数量、生産金額ともに前年を大きく上回った。

チョコレート菓子は前年を下回ったが、全体としては生産数量、生産金額、小売金額ともに前年を大きく上回った。

3．チューインガム

ガム市場は、依然減少傾向が続いており、生産数量、生産金額、小売金額ともに前年比約95%となった。

そうした中で、市場の構成割合の大きい「粒ガム」は前年比97%と市場全体よりは減少率が小さく、特に機能価値を提供する商品群がボトル形態を中心に底堅く推移しており、市場の下支え要因となっている。

4．せんべい（小麦粉）

訪日外国人旅行客の増加や新幹線の開通の恩恵を受けた地域は一部の地域に偏っており、限定的であった。また、地方の土産物の売上は相変わらず非常に厳しい状況にあった。

一方、全国的には、景気の回復傾向もあって、企業のまとめ買い等の大型注文も増えてきている。

生産数量、生産金額、小売金額ともに、前年をわずかに上回った。

5．ビスケット

ビスケット類の国内生産動向については、輸入が高い水準で続いたことから、前年をわずかに下回った。

種類別の生産動向を見ると、パイ加工品、その他（ビスケット加工品、半生ケーキ、パイ等）は増加したものの、クラッカー、乾パンは大きく減少した。

ロングセラー商品の販売が比較的堅調に推移する一方、新製品の伸長もみられた。

生産金額は、出荷単価が堅調に推移したものの、生産数量の減少により、微減となり、この結果、小売金額も微減となった。

6．米菓

米菓の生産数量は近年比較的堅調に推移している。もち米を使用する「あられ」はほぼ前年同程度の生産数量であったが、5月から9月の間でうるち米を使用する「せんべい」が前年同月比3～9%を超える生産数量となり、米菓全体としては前年比2・4%の増加となった。

「せんべい」の生産数量の増加に伴い、米菓全体の生産金額、小売金額についても前年比3%程度の増加となった。

7．和生菓子

総務省家計調査報告及び主原料北海道産小豆の需給状況に見られるとおり、平成29年の需要動向に大きな変化は見られず、生産数量、生産金額、小売金額ともに前年と同様になった。

家庭内消費は堅調で、コンビニ等における売上も前年実績を維持している。

手土産需要は底堅い反面、贈答品需要は依然として低迷から脱却できていない傾向が見られる。

事業者のうち、約75%事業者が前年並みの売上を維持し、売上を伸ばしている事業者と減らしている事業者がほぼ拮抗している状況の中で、後継者難による廃業が増加する傾向が見受けられる。

8．洋生菓子

クリスマス時期はどうにか持ち直して生産数量は前年並みに近づいたものの、それ以外の時期は総じて減少傾向にあった。また、クリスマスでは、特に単価の大きいホールケーキの売れ行きが悪く、金額的に伸びなかった。

都市部では、購入量の減少（1個買い等）が目立ち、一人あたりの客単価が減少した。地方では、人口減少が顕著で、個人消費も伸びず、一般洋菓子店が年々減少するなど悪化の一途をたどっている。

人材確保が難しく生産数量を伸ばすことが難しい。また原材料の高騰が経営の足を引っ張り、販売価格はコンビニ、スーパーの台頭もあって頭打ちの状況が続いており苦戦を強いられている。

一般洋菓子店では事業者間の格差が広がっており、勝ち組、負け組がはっきりしてきている。

全体として、生産数量、生産金額、小売金額は微減ながら前年を下回った。

9．スナック菓子

28年産の原料用馬鈴薯が大減産となったことから、29年春以降「ポテチショック」と言われるほど、ポテトチップスの大幅な生産縮小を余儀なくされた。

この品不足は、府県産の原料イモの収穫が始まる6月下旬以降、徐々に緩和され、9月に入り道産の収穫が本格化するとともに解消された。しかし、小売店舗での棚の回復にはタイムラグを伴い、一部のメーカーでは年内の販売回復が十分とは言えなかった。

一方、この供給不足を補うように、国産原料に依存しない、ファブリケートポテトと言われる成形ポテトスナックが大幅に伸張したほか、ここ数年減少ないしは横這い傾向にあったコーン系スナックや小麦系スナックも健闘した。

スナック菓子の生産額の5割以上を占めるポテトチップスは、これまで右肩上がりに増加してきたが、29年は3%以上の減少をみた。しかし、他のカテゴリー商品がこれをよくカバーし、結果的に生産数量・生産金額ともに前年より僅かながら増加した。また、ポテトチップス類の品不足が、特に小売段階での価格上昇をもたらし、結果的に小売金額は生産金額を上回る伸びとなった。

10．油菓子

コンビニの統合によるバイイングパワーや、ディスカウントショップによる目玉商品となる菓子を含む加工食品の値下げ要求、これらとの競争のために安売りを求める食品スーパー等、販売先との価格交渉がより厳しくなっている。

利益面では、製品価格の値上げも難しい中、原料高に加え、配送費の高騰、人件費のアップ等により、利益が圧迫されている。

生産数量、生産金額、小売金額ともに前年をわずかに下回った。

11．その他菓子

錠菓・清涼菓子等は堅調に推移したが、前年同様、ヒットキャラクターが無い玩具菓子が苦戦し、全体としては、生産数量、生産金額、小売金額ともに前年をわずかに下回った。

◎平成29年家計調査報告の結果

平成29年の全国・1世帯当り（2人以上の世帯）の菓子支出金額は、ジャンル別でみるとビスケット、スナック菓子、チョコレートが前年を上回ったが、全体では前年比99・5%（アイスクリームを除く菓子類では、前年比99・3%）となった。

平成29年 菓子生産数量・生産金額及び小売金額 推定

	生産数量	生産金額	小売金額
	トン	億円	億円
飴菓子	175,700	1,920	2,620
前年比	100.6	102.2	100.4
構成比	8.8	7.7	7.7
チョコレート	252,600	3,970	5,500
前年比	105.7	104.5	104.6
構成比	12.7	15.9	16.2
チューインガム	25,200	680	1,005
前年比	94.5	95.1	95.0
構成比	1.3	2.7	3.0
せんべい	59,000	520	736
前年比	101.6	100.4	100.3
構成比	3.0	2.1	2.2
ビスケット	252,000	2,535	3,650
前年比	97.8	99.0	99.1
構成比	12.7	10.1	10.8
米　菓	222,868	2,816	3,757
前年比	102.4	103.2	103.1
構成比	11.2	11.3	11.1
和生菓子	305,000	3,850	4,750
前年比	100.0	100.0	100.0
構成比	15.3	15.4	14.0
洋生菓子	194,777	3,360	4,229
前年比	99.8	99.5	99.5
構成比	9.8	13.4	12.5
スナック菓子	234,947	2,998	4,284
前年比	100.1	101.2	101.4
構成比	11.8	12.0	12.6
油菓子	56,998	349	503
前年比	98.9	99.7	98.6
構成比	2.9	1.4	1.5
その他	210,887	2,018	2,864
前年比	99.3	99.3	99.3
構成比	10.5	8.0	8.4
合　計	1,989,977	25,016	33,898
前年比	100.6	101.0	100.9
構成比	100.0	100.0	100.0

【参考】半生菓子の推定値（全国半生菓子協会調べ）

	生産数量	生産金額	小売金額
	トン	億円	億円
半生菓子	30,200	316	516
前年比	100.1	102.3	102.6

第9回全国和菓子甲子園を開催します。

全菓連青年部では、第9回全国和菓子甲子園を開催します。全国の高校約600校へ案内を送付し、出場チームを募ります。

各ブロックで予選を行い3チームを選考し、平成30年8月21日（火）大阪市阿倍野区の辻製菓専門学校にて決勝戦を18チームで行います。詳しくは全菓連のHP（お菓子何でも情報館で検索）内の、全国和菓子甲子園ページを参照ください。

概要は以下の通り。

主催：全国菓子工業組合連合会青年部
後援：辻製菓専門学校
特別協賛：ミズノ株式会社

●応募資格

日本国内の高校に在学中で、本年4月2日現在で満19歳未満の高校生2名1組。

決勝戦（本年8月21日（火）・大阪市阿倍野区）に参加可能であること。

●テーマ

「わが町自慢の創作和菓子」

あなたの町の名所、シンボル、風景、文化・歴史など町の自慢を和菓子で表現してください。また、町への想い、町の特産品を素材とするなど自由な発想で創作してください。

●審査方法

本大会は、予選と決勝戦の二段階で実施します。

〈ブロック地区予選〉

全国を6つのブロックに分け、各ブロックから3チームを選考します。

〈決勝戦・実技審査／制限時間1時間45分〉

日時：平成30年8月21日(火)
会場：大阪市阿倍野区・辻製菓専門学校（※交通費補助有）。

●審査結果発表・表彰式

決勝戦終了後、同会場で行います。

優勝（1組）：賞状・メダル・副賞（商品券5万円）、準優勝（2組）：賞状・メダル・副賞（商品券3万円）、他

●審査員（敬称略、順不同）

審査委員長：西尾智司（全国菓子研究団体連合会会長）、審査委員：金澤賢吾（辻製菓専門学校教授）、平岩理緒（スイーツジャーナリスト）、畑主税（髙島屋和菓子バイヤー）、他

●応募方法

全国菓子工業組合連合会のHP（お菓子何でも情報館で検索）内の全国和菓子甲子園のページ（URL http://www.zenkaren.net/wagashikoushien）より応募用紙をダウンロードの上、下記事務局宛に郵送またメールで応募してください。なお、応募書類、写真等は返却致しませんので予めご了承ください。詳しくはウェブサイトでご確認ください。

応募締切：平成30年6月20日（水）必着

●応募先

〒107―0062
東京都港区南青山5―12―4　3階
全国菓子工業組合連合会青年部「第9回全国和菓子甲子園」事務局宛
TEL：03―3400―8901
アドレス：wakoushien2010@zenkaren.net

●お問い合わせ先

お問い合わせは、全国菓子工業組合連合会のHP内の、全国和菓子甲子園ページのお問い合わせフォームをご利用ください。

模範学生に理事長賞

日本菓子教育センター

日本菓子教育センターでは、加盟校より推薦を受けた卒業生の模範となる優秀な学生に対して、同センター理事長賞を贈った。受賞者の学校名、氏名は次の通り。

（敬称略、順不同）

▽光塩学園調理製菓専門学校・丹治ティアラ
▽経専調理製菓専門学校・成田萌夏
▽札幌ベルエポック製菓調理専門学校・木下凌児、芳賀風香
▽宮島学園北海道製菓専門学校・木下麻衣
▽北日本ハイテクニカルクッキングカレッジ・新沼裕也、野田菜摘
▽宮城調理製菓専門学校・相川奈緒
▽東日本製菓技術専門学校・大野晴香、髙原恵未
▽埼玉ベルエポック製菓調理専門学校・高倉ちひろ、金澤美月
▽東京ベルエポック製菓調理専門学校・関谷耕平、阿南愛
▽東京製菓学校・瀧澤くるみ、李侖宣
▽日本菓子専門学校・山形みさと、小田悠梨
▽武蔵野調理師専門学校・岩石ひかる
▽赤堀製菓専門学校・小山彩楓、菅野有樹
▽華調理製菓専門学校・宮崎栞、平島裕莉彩
▽国際製菓専門学校・神辺歩美
▽専門学校二葉製菓学校・阿部恵実、細山田真歩
▽国際フード製菓専門学校・井沢円香
▽松本調理師製菓師専門学校・原田希央梨、草間理恵
▽にいがた食育・保育専門学校えぷろん・渡部寿美礼
▽北陸食育フードカレッジ・佐々木結衣
▽金沢製菓調理専門学校・山道沙奈、平田香鈴
▽中央調理製菓専門学校静岡校・冨田美桜、川越龍也
▽東海調理製菓専門学校・梶山沙記
▽浜松調理菓子専門学校・市塚夕扇、小河路理那
▽名古屋製菓専門学校・尾座本優、間瀬彩加
▽国際製菓技術専門学校・角谷亜莉朱、上村星樹
▽名古屋ユマニテク歯科製菓専門学校・秋田あすか、阿知波美奈
▽伊勢調理製菓専門学校・堀蓮
▽ユマニテク調理製菓専門学校・山本蘭
▽京都製菓技術専門学校・石野蓮花、石川滉基
▽辻学園調理・製菓専門学校・井上あゆ美、辻本衿奈
▽大手前栄養製菓学院専門学校・車谷優姫
▽大阪キャリナリー製菓調理専門学校・梅澤嘉晃、NITTA NIDYASUSANTI
▽神戸製菓専門学校・山本璃子、菊地帆乃花
▽神戸国際調理製菓専門学校・金輪真由、栄真緒
▽兵庫栄養調理製菓専門学校・大西理加
▽日本調理製菓専門学校・藤本奈々瀬、真砂恵輔
▽西日本調理製菓専門学校・大塚春華、遠藤智佐登
▽広島製菓専門学校・吉川理恵、山本菜々子
▽山口調理製菓専門学校・永見麻衣
▽愛媛調理製菓専門学校・曽根汐梨、那須晴香
▽中村調理製菓専門学校・内田梨央、大武亮太
▽平岡調理・製菓専門学校・近藤晴哉、細山田はるか
▽北九州調理製菓専門学校・大森あいか
▽西九州大学佐賀調理製菓専門学校・廣田琴美
▽今村学園ライセンスアカデミー・竹ノ内楓
▽千葉県菓子共同高等職業訓練校・秋庭綾佳、清水明子
▽職業訓練法人東京都菓子学園・有働美穂、堀里栄
▽愛知県菓子技術専門校・上山春菜、桑原采子
▽京都府菓子技術専門校・法所菜々子、辻井克治
▽大阪府洋菓子技術専門校・北條愛、布木俊樹
▽兵庫県洋菓子技術専門校・田中宏幸、岡本和則
▽綾羽高等学校・日高千春
▽飯塚高等学校・岩橋楓、杉尾しずか
▽日章学園高等学校・黒木遥奈、古川帆香
▽鹿児島城西高等学校・米澤侑桂、有薗佑美

食品衛生法改正法案が国会提出

・・HACCP制度化法案が衆議院へ提出されました

厚生労働省は「食品衛生法の一部を改正する法律案」を3月13日衆議院に提出しました。その主な内容は、事業者自らが重要工程管理等を行う衛生管理制度の導入（いわゆる「HACCPの制度化」）、食品等の輸入及び輸出の扱い（HACCPの制度化に対応した輸入の扱い）などです。

前者では、厚生労働大臣は厚生労働省令で、①施設の内外の清潔保持、ネズミ及び昆虫の駆除その他一般的な衛生管理及び、②食品衛生上の危害の発生を防止するために特に重要な工程を管理するための取り組み（小規模な営業者その他の政令で定める営業者にあっては、その取り扱う食品の特性に応じた取り組み）に関する基準を定めることとされています。そして、営業者は定められた基準に従い、公衆衛生上必要な措置を定め、これを遵守しなければならないとされています。また、都道府県知事は、厚生労働大臣の定めた基準に反しない限り、公衆衛生上必要な措置について条例で定めることができるとされています。

後者では、厚生労働省令で定めた食品又は添加物については、食品衛生上の危害の発生を防止するために特に重要な工程を管理するための措置（HACCP手法）が講じられていることが確実であるとして、厚生労働大臣が定める国若しくは地域又は施設において製造し、又は加工されたものでなければ、販売目的で輸入してはならないとされています。併せて、厚生労働大臣は、外国の政府機関から輸出食品安全証明書の発行を求められた場合には、食品を輸出しようとする者からの申請により発行することができるようにするとともに、その他の場合には、食品を輸出しようとする者からの申請により、都道府県知事等が発行できるものとされています。

また、この法律は、公布から2年以内の政令で定める日から施行することとされています。さらに、公衆衛生上必要な措置（HACCPの制度化）については法律の施行日から1年間の経過期間が設けられています。具体的にいつから施行、HACCP制度化が実行されるかは、今後の国会審議の状況、政省令等の準備状況により左右されることになりますが、現状では、平成33年4月以降になるとみられます。

全菓連では、他の菓子業界と連携しながら、小規模な菓子製造事業者がHACCPの制度化に円滑に対応できるよう、菓子の特性に応じた取り組みを行うための手引書（いわゆる「基準B」）の作成を進めております。法律公布後、厚生労働省が定める政省令等に対応して内容を確定していく予定ですので、その進捗状況については今後、紙面でもお知らせいたします。

3・5％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30年4月期の政府売渡価格を決定した。

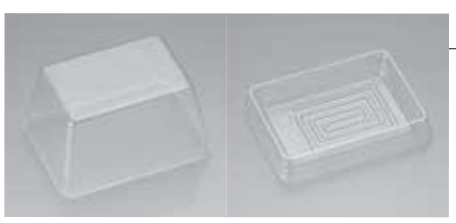
○政府売渡価格の改定内容

輸入小麦の直近6ヵ月間（平成29年9月第2週～平成30年3月第1週）の平均買付価格は、高タンパク質小麦の減少懸念や、収穫の遅れにより価格が上昇したこと、燃料油価格の上昇により海上運賃が上昇したこと、為替が円安傾向で推移したこと等から、前期に比べ上昇した。

この結果、平成30年4月期（平成30年4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ヵ月間の平均買付価格を基に算定すると、5銘柄加重平均（税込価格）で54，370円／トン、3・5％の引上げとなる。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、30年4月期における政府売渡価格（加重平均）は、税込みで51，980円／トン（対前期比△3・5％）になった。

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
き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。

文化の香るパッケージづくり
株式会社 アンゼン・パックス

お申し込み、お問い合わせは各県菓子工業組合様、もしくは弊社まで。
TEL 03-3585-0051(代) FAX 03-3585-9124

富山

「県内農水産物を利用した富山のお菓子」講演会開催

富山県菓子工業組合では、平成30年3月6日「ホテルグランテラス富山」にて「地産地消促進講演会」を開催した。富山県では県内農水産物産業の振興を図り生産者・地域住民と連携して地域に根差した地産地消活動に助成する制度が有り、当組合もそれに参加することにし、富山短期大学教授深井康子先生を講師に招き、入善ジャンボスイカ・呉羽梨を使ったお菓子の開発の苦労話、又、種麹や今まで光のあたっていない薬草の花とか、また一般消費者の目線から見てこんな商品が有れば良いというような提言もなされました。

富山短期大学教授深井康子先生を講師に招き講演会

組合員はもとより富山駅売店の販売員や商品開発のパッケージを手掛ける業者「洋菓子協会」から等広く多くの分野からの受講者が有り「鱒ずし」「かまぼこ」で全国に有名な富山のお土産の一角に県内農水産物を利用した富山のお菓子が、だんだんウエイトを高めてくることを祈願しながら聞いていた。講演の終わった後質疑応答が行われ富山短期大学と富山県菓子工業組合の連携により新しい富山のお菓子が開発できないか?や現在取り組んでいる商品開発でうまくいかない技術的な問題点等積極的な意見が出され大変盛況のうちに終了した。

富山県菓子工業組合理事・田中健一

開催案内パンフレット

今期卒業生は178名

日本菓子専門学校

日本菓子専門学校（校長秋田勝氏）の第57回製菓技術学科・第20回製パン技術学科卒業式・第2回ハイテクニカル科修了式は3月6日、川崎市民プラザで挙行された。今期の卒業生は178名で和菓子科32名、洋菓子科97名、製パン科49名、修了生はハイテクニカル科4名であった。褒章関係者は次の通り。（順不同、敬称略）

◎特待生

製パン科・北村翼

◎優等賞

和菓子科・片山菜摘

洋菓子科・シンディ　ウォング　レイ　イアン、小田悠梨、髙橋渚、山形みさと

製パン科・北村翼

◎精励賞

和菓子科・平栗千寛、山岸美月

洋菓子科・浅沼明香里、飯村春香、池田佑香、佐藤樹、鈴木悠香、藤平未来、松岡晃

製パン科・井嶋美希、松永葉奈子、宮下しずく

◎努力賞

和菓子科・大平あすか、黄吉廷、坂尻夏海、謝佳真、辻菜奈、鳴島葉月

洋菓子科・井上彩花、今成舞子、長内渚央、加藤大典、佐藤絵美、田中葵、中代有紀、西中帆菜、半田奈々恵

製パン科・乾美音、上原広乃介、梶原千聖、加藤奈々、加村樹理、小林希海、高橋麻理子、土屋あゆみ、豊田光亮、花嶋香奈、林綾香、ハンヒラン　ヘムニパ、三浦慧子、宮川紗奈、元木麻結、吉田瞳衣

◎日本菓子教育センター理事長賞

洋菓子科・小田悠梨、山形みさと

西日本食品産業創造展

日刊工業新聞が主催し、九州全県と山口県の各菓子工業組合が後援する「西日本食品産業創造展」が5月23～25日の3日間、マリンメッセ福岡で開催される。詳細は次の通り。

▽会場・マリンメッセ福岡（福岡市博多区沖浜町7―1）。開場時間・午前10時～午後5時（最終日は午後4時）。入場料・5千円。

▽問合せ先＝日刊工業新聞社西部支社展示会事務局・電話092（271）5715

また、菓子関係についてのイベントは次の通り。

◎イベント

○焼菓子の実演・試食、○お茶を使ったお菓子のコンテスト、○和菓子体験講習会、○和菓子職人による工芸菓子コンテスト、○創作和菓子コンテスト、○全九州洋菓子実技コンテスト福岡大会、○寒天と羊羹のつながり、○サマーバレンタインフェスタ2018

◎講習会

24日「アメ細工を始めよう」、濱中健一氏（福岡キャリナリー製菓専門学校）、船木慎也氏（お菓子のふなき）

25日「家庭でもできるワンランク上のお菓子」中島寛氏（マダムアッシュ）

◎菓子業界に関連するセミナー

▽女性オーナーシェフに聞く＝24日、東井みえ子氏（パティスリーセイトオイ）、赤江香名子氏（ケーキとパンの店ちびちび）、松原奈央氏（パティスリーカプリチオ）、池田龍二氏（パティスリーミュゲ）

▽若者の夢を応援！君はどう生きるか　一流の仕事論、三嶋隆夫氏（福岡県洋菓子協会会長）、福岡菓業青年会（講師調整中）、平田健太郎氏（福岡市パン協同組合理事長）

▽これさえ覚えれば簡単！ボリュームUPラッピング＝24日、青木明日香氏（東京リボン）、受講料・2千円

広島

㈲手創りケーキ工房エンジェル

大切な誰かの為にお菓子を創る

1998年創業、2003年有限会社になり今年で20周年を迎える。

全てを手作りにこだわり、添加物を使用せず、冷凍保存もしないこだわり。また季節感を大切に思い、フルーツにこだわりを持っている。イチゴのショートケーキは12月から5月の期間限定（すべて国内産イチゴを使用）。

お店の1番人気商品は「広島れもんケーキ」。都内でも販売している。3000個／月売れている。

『シェフのこだわり』

お菓子を作る時、1番大切な誰かの為に創る事!!

これが良いお菓子をつくる為に必要な事。

スタッフにもいつも言っている。

広島県菓子工業組合青年部会長・三谷憲生

有限会社手創りケーキ工房エンジェル

店舗データ

広島県福山市駅家町
大字倉光 24 番地 15

代表者　橘高　庸泰

電話番号
０８４－９７６－５６６９

メールアドレス
info@gateaux-angel.com

営業時間：９時～ 20 時

定休日：水曜日
祝祭日･クリスマスなどのイベントの場合は営業いたします。

「全国菓子工業組合連合会PL保険制度」のご案内

◇大切な商品にPL保険をご契約頂くことで『大切なお客様』を守ります◇

● 新規申込締切日：平成30年5月25日（金）　● 更新申込締切日：平成30年3月30日（金）
● 保険期間：平成30年7月1日午後4時～平成31年7月1日午後4時〈1年間〉　※中途加入は随時受付いたします。（お申込日の翌月1日から開始となります。）

制度の概要

1. 生産物賠償責任〈PL〉保険（基本加入）
組合員の皆様が製造・販売した飲食物により、お客様に身体の障害（食中毒や病気・ケガ）を与え法律上の損害賠償責任を負ったことで被る損害を補償します。

＋

2. 初期対応費用担保特約（オプション）
対人事故の被害者への見舞金等の社会通念上妥当な初期対応費用の支出を補償します。

3. 食中毒休業補償保険（食中毒利益担保特約）（オプション）
食中毒の発生により営業を阻害され、または休止を余儀なくされた場合、休業期間中の喪失利益（営業利益＋経常費）等を補償します。

4. 施設賠償責任保険（オプション）
看板・給排水設備など店舗施設の管理不備や店舗における仕事の遂行により、他人の身体・生命を害しまたは財物を破壊したことについて法律上の損害賠償責任を負ったことによって被る損害を補償します。

5.リコール（回収）費用保険（リコール費用担保特約）（オプション）
製造・販売等を行った食品に起因して健康被害等の発生またそのおそれがある場合に、その被害の発生または拡大の防止を目的として回収等の措置を実施することにより生じた費用を補償します。

資料請求・お問合せ先
取扱代理店：全菓連共済ビルヂング株式会社／〒107-0062　東京都港区南青山 5-12-4　☎03-3400-8901
引受保険会社：東京海上日動火災保険株式会社　東京中央支店／〒108-6111　東京都港区港南 2-15-2 品川インターシティー B 棟 11 階　☎03-5781-6577

※この保険は全国菓子工業組合連合会が保険契約者となる団体契約です。
※本制度にご加入できる方は、全国菓子工業組合連合会の組合員に限られます。
※このご案内は全国菓子工業組合連合会 PL 保険制度の概要を紹介したものです。
保険の内容はパンフレットをご覧ください。
詳細は契約者である団体の代表者に渡してあります保険約款によりますが、
ご不明な点がございましたら代理店にお尋ねください。

事故受付サービス
東京海上日動のサービス体制なら安心です。
事故のご連絡・ご相談をフリーダイヤルで承ります。
いざというとき、全国どこからでも、ご利用いただけます。
－365 日 24 時間のサポート体制－
〈東京海上日動安心 110 番（事故受付センター）〉
○事故の受付・ご相談
・受付時間：365 日 24 時間
・受付：フリーダイヤル 0120-119-110 “事故は 119 番 -110 番”

TOKIO MARINE NICHIDO　東京海上日動火災保険株式会社

平成30年3月作成　17-T11437

大阪

ロカボ菓子とは

大阪府菓子工業組合 研修会にて

医学博士の山田悟氏を講師にお招きし「栄養学の大転換―ロカボで美味しく食べて健康に！―」と題した研修会が行われ、各菓子工組の約60人程が参加し、熱心な質疑が飛び交いました。

冒頭、野村理事長が挨拶に立たれ「訪日外国人の三人に一人が来阪し、その土産市場が年間三千億円。中でも菓子の割合が多い。特に最近、アマゾン、楽天などのネット通販を含む通信販売が百貨店をしのぎ、昨年は年間七兆円の勢い。我々は時代の変化に対応するべく、組合としても全力で取り組みたい。ピンチをチャンスに変えるヒントになるよう、今回は『健康』をテーマにした」と、研修への期待を込められました。

研修会風景

山田悟氏

日本糖尿病学会の専門医である山田悟氏は、指導医、研修指導医を兼務され、一般社団法人「食・楽・健康協会」の代表理事を務めておられます。低糖質食の有効性を明らかにされ、実際に糖尿病治療に取り入れるなど、極端な糖質制限ではない「おいしく楽しく適正糖質」を摂る食生活を推奨されています。

会当日、選ばれた二十名の会員が血糖値を計測し、羊羹とロカボ菓子『ロカボ・スタイル』（㈱中島大祥堂の低糖質スイーツ。糖質7・8～8・8g、乳酸菌100億個含有）の2グループに分かれ、各々食べたところ、後者のみ血糖値が上昇しないという結果が出、低糖質の効果が実体験できた次第です。

ロカボとは、主に過食や運動不足が原因のメタボや糖尿病の予防に役立つ、ゆるやかで豊かな食生活のことです。一日の合計糖質130g以下とし、一食当たり20～40gを心がけることで血糖値上昇を抑えるのが目的です。平均的な日本人は一日300gもの糖質（主に白米）を摂っており、おにぎり二個と野菜ジュースだけで糖質100gになるそうです。

お話の中で氏は、北里研究所病院での貴重なご経験を交えつつ、低糖質食が高血圧症や血糖異常、脂質異常に効果を発揮し、摂取カロリーを制限するよりも血糖や脂質代謝の改善に有効であることを指標データとともに明らかにされました。

糖質が多い食品は、米、小麦、大豆以外の豆類、イモ類、果物、菓子等で、肉、魚、大豆製品、イモ類以外の野菜、ナッツ、卵等の糖質は少ないとされます。すなわち、ご飯は半膳以下、たんぱく質や野菜をたっぷり摂り、甘味は低糖質スイーツにするロカボ提唱の適正糖質メニューは、満腹になりつつ痩せられ、血糖、脂質、血圧も改善され、結構ずくめであります。

最後に氏は「2006年以降世界的に糖尿病が拡大している。美味しく楽しく食べて、健康を回復すれば、医療財政の負担も減るだけでなく、幸せな人生を送れる」と述べられました。

低糖質スイーツが、健康を維持しながら生活の楽しみともなる魅力的な食材として消費者に期待されていることが窺える、有意義な研修会となりました。

【参考】ロカボを推奨する「食・楽・健康協会」には大手菓子食品メーカーが加盟し、その理念の普及のためのマークを作られています。世界の食品表示においてはロカボ糖質（available cabohydrate）の表示義務があります。1g＝4kcalのエネルギーを糖質として表示されているので、糖質に注意を払われる消費者には便利で有益な表示といえます。

詳しくはHP（http://locabo.net/）

大阪府菓子工業組合副理事長・村上信

北海道

北海道菓子会館修祓式

業界人集う場所としての役割果たす

北海道菓子会館は昭和46年5月に竣工され昨年46年を迎えた一般財団法人北海道菓子協会（長沼昭夫理事長）が管理運営を行う3階建ての建物です。北海道菓子協会は昭和45年5月に北海道菓子業界の発展等を目的に財団（現在は一般財団法人）として認可された団体で初代理事長は第17回全国菓子大博覧会実行委員会会長を務めた古谷辰四郎氏です。昭和43年6月に札幌市大通公園で開催された第17回全国菓子大博覧会を契機に、財団法人北海道菓子協会が「北海道菓子業界の将来における発展を期し、従業員の教育訓練、新しい技術の開発その他関係業界との連絡調整を図りながら、研修の場として広く活用する目的」を達成するために北海道菓子会館を建設しました。北海道菓子センター、北海道菓子協会ビル、北海道菓子会館などの候補の中から会議により北海道菓子会館を正式名称に決めたそうです。

北海道菓子会館

建設当時は周辺に高い建物もあまり無かったためとても目立つ白い建物だったと、当時を知る方に伺ったことがあります。会館完成後、1，2階は賃貸物件、3階は北海道菓子協会および北海道菓子工業組合を始めとする業界団体の事務所として使用されてきました。3階には事務室と会議室があり、会議室はお菓子の審査会、製菓技術講習会、研修会、総会を始め各種会議の会場として活用され、一時期は菓子職業訓練校の講義も行われていました。

業界団体関係者の集う場所として長年その役割を果たしてきた同会館も年月の経過による建物の老朽化が進み、昨年夏には賃貸契約者が減少し、今後の維持運営が難しい状況が予想されること等を踏まえ、今年1月に（一財）北海道菓子協会の理事会、評議員会を経て解体処分が決定されました。

会館解体前に、これまで業界を見守っていただいたお礼と感謝の気持ちを伝える意味を込め、同会館の歴代理事長のご家族並びに北海道菓子協会、北海道菓子工業組合の三役参列のもと、弥彦神社の司祭により3月7日に修祓式が執り行われました。修祓式終了後は皆様で思い出話をされておりました。

北海道菓子会館に色々な思い出のある組合員の方もいらっしゃるかも知れません。北海道菓子協会事務所は移転し同会館は4月から解体され、跡地には秋にも保育園事業を行うビルが建設される予定です。長い間、北海道菓子会館の運営にご尽力、ご協力いただいた全ての皆様にこの場をお借りしてお礼申し上げます。本当にありがとうございました。

北海道菓子工業組合事務局長・渥美さよ子

福岡

「博多うまかもん市」に思う

食を集めるイベントが定着

福岡の皆様の日常会話を聞いていると、こんな話が出てきます。

「この頃、疲れ気味なので、昨夜はうまかもんを食べに出かけた。お陰で今日は元気いっぱいたい！」

博多弁の代表の一つ〝うまかもん〟とは、美味しいものという意味ですが、福岡市では、三十数年前から年に一回、正月気分もまだ残っている一月下旬に、福岡の食を一堂に集める毎年恒例の「博多うまかもん市」というイベントが福岡市内の岩田屋本店で6日間開催されています。

このイベントもすっかり地元に定着してきた感じで、来場者の数もぐっと増えてきました。

今回、会場には惣菜や加工品、パンやスイーツなど、博多のうまかもんが勢ぞろい！

その他、朝倉市や東峰村から復興支援ブースも設けられ、多くの買い物客で賑わっていました。

以前は、福岡市のうまかもんって、何ね？「うん、うまかもんは、うまかもんくさ」といった博多にわかのような会話も聞こえていましたが、今は違います。

「うまかもん市で、何ば買うて来たね」という質問に「うん、ばさろ良か（とても良い）うまかもんを買ってきたばい！」といった会話も聞こえて来るようで、ここまでくれば、このイベントが、いまや福博の街にすっかり定着してきたように感じられてなりません。

うまかもんとは、一種の嗜好品です。何か一つ二つ選ぶとなれば、個人差があります。それでも、お客様がそれぞれうまかもんを決めて、イベント会場にお見えになり、お好きなものを選びながら、同時に楽しさも味わって頂けたらと思います。

会場には、福岡市菓子協同組合の会員の方々が、精魂をこめて作られた商品が会場に並びました。また、今年は、当組合員の和菓子店「鈴懸」のあんこを、ベーカリーショップ「パンストック」のパン生地で包むという〝うまかもん〟コラボのあんぱんが、数量限定で販売されましたが、早々と売れ切れてしまい、残念ながら味わうことができませんでした。

「博多うまかもん市」は、当地の食品の新鮮さ、味の良さ、安全性をPRし、ふるさとの味の発見や、消費拡大を目指すとともに、福岡を代表する名物を目的として開催されている食品祭りです。

これからも、当組合員が「うまかもんづくり」に知恵を絞り、積極的に取り組み、そんな中から新たなうまかもんも誕生して、イベントの来場者の皆様にも、「よかうまかもんばい！」と、お求めいただけることになれば幸いです。

福岡市菓子協同組合事務局・山下多美子

博多うまかもん市

「鈴懸」と「パンストック」のコラボあんぱん

静岡

焼津みそまん学会
伝統の饅頭でガッチリ！

地域の活性化、菓子店の繁栄に大きく貢献している。「焼津みそまん学会」については「製菓製パン」平成25年10月号でも詳しく掲載されているのでご覧頂きたい。静岡県焼津市といえば漁港の町として知られ、その漁師のおやつとして戦前から作られていたのが「味噌饅頭」で、生地に味噌や醤油が入り、少し塩気があり漁に出た時のエネルギー源にもなり好まれた。今も全和菓子店で味噌饅頭を作っており「みそまん」と呼ばれ地域に根差している。それぞれのレシピが違うので色、形、大きさ、生地の食感、風味等々各様だ。ただし、味噌を使う事だけは共通している。

この、味噌饅頭を県内はもとより全国に広く発信していこうと市内組合員に呼びかけ、10店舗で立ちあがったのが「焼津みそまん学会」（平成23年4月発足）である。この前身は県事業で行われていた「駿河湾深層水」をお菓子作りに活かせないかと、初代会長である「㈱かしはる」の法月吉郎氏の呼びかけで発足した「焼津菓子深層水学会」（平成13年発足）で、当初は水羊羹の「波のしずく」や「味噌饅頭」を開発し販売してきたが平成21年の駿河湾地震で深層水の取水が減少したので、将来に不安を感じ原点である地域伝統の味噌饅頭で活性化を図ろうと再スタートしたものである。

スペシャルセットの掛け紙、裏は会員の店舗入りマップになっている

取材に応えて頂いた右が初代会長・法月吉郎氏（78歳）、中央が広報担当の山川仁志氏（55歳）、左が現会長・松村剛志氏（34歳）

饅頭は各店のオリジナル、味噌を使用しておれば規制は一切ない。独自性を出すためお互いが切磋琢磨している。学会事業として「味噌の日」の毎月30日を「みそまんの日」と定め会員10店舗（現在2店舗が高齢等のため退会）の味噌饅頭を詰め合わせたスペシャルセットを会員店舗で予約限定販売している。この日だけ各店の「みそまん」が一緒に楽しむことができる。このセットは市内の各種イベント、地元企業の催事や進物などに利用され、会でも催事に出店するなど幅広く活用されている。

また、先進地の伊豆長岡温泉の温泉饅頭とは「まんじゅうサミット」の開催やイベントにもコラボしたり、各店独自のキャラクター登場や新たに地域に伝わる「えびす講」に使用の『口取り』を復活させるなど学会として一層の進化を続けている。

この要因は何か。①メンバーが地元のお菓子作りを通して仲間の活気と町の活性化を図る心意気が強い事。②年齢も老若男女バランスが良い事（平均年齢55歳）若い人が積極的なのが特徴。③店舗の規模も大小様々なのに相互扶助が出来ている。④役員も順番制で会長も全員が経験することで責任感や相手への理解が深まる。⑤定期的な研修会や研修旅行で知識や能力の研鑽を積んでいる。⑥組合とは共存共栄の精神で組合活動を優先にしている。などが挙げられる。

紙面の都合もあり意を十分に尽くせていないが、取材をして組合活動にも大いに参考になると感じた。学会について詳しいことをお知りになりたい方、静岡県菓子工業組合にお問い合わせ下さい。（☎054―283―5575）

静岡県菓子工業組合副理事長・森田紀

群馬

待つだけでなく自ら出向いて情報発信
大甘堂菓子舗

群馬県の素材にこだわったお菓子

前橋中心街から少し外れたところに私のお店はあります。車社会の群馬県では駐車場の少ない、入りにくいお店などは近年大変厳しい状況に追い込まれています。

私は高校を卒業後、父親の友人の紹介で滋賀県の菓子屋に就職し、何店舗かを転々した後、5年前に戻ってきました。関西で培った技術を存分に発揮して、美味しいものを作っていればお客様にご来店していただけると意気込んでスタートしましたが、群馬県の土地・風土・食文化の違いなどを目の当たりにして、何度も壁にぶつかりました。売り上げも伸びずこのままでは生活することすらしていけないのではないかと考えるぐらいでした。

大甘堂菓子舗

冒頭にも触れましたが車社会の群馬県で駐車場の利用が不便なのはディスアドバンテージです。その頃から私は待つ姿勢から自ら商品を持って行き自らお客様に商品を説明し、食べて頂くことでこんなお店が前橋にはあるのですと伝えて行く商売に切り替えていきました。近郊にある百貨店様に毎月場所をお借りして販売したり、地元の商店街のイベントに参加させてもらったりと続けていくにつれ、ありがたいことに少しずつではありますが認知して頂くようになりました。更に今度はここからご提供させてもらっているお菓子に付加価値を付けるため、材料を見直しし素材の豊かな群馬県ならではの商品アイテムにバージョンアップしていきました。香り高い群馬県産の小麦粉。新鮮な産みたての卵。豊かな大地で育った野菜。季節ごとに収穫される果物など、どれも美味しいものをばかり。この貴重な材料を培った技術で更にまた美味しいお菓子を作る。これが今では私のお店のこだわりになっていきました。このこだわりが今度はお客様に伝わり、狭く入りにくいお店にも関わらずご来店頂けるようになりました。でもまだこれからもこのスタイルは変えません。

待っているだけでは駄目なのです。自分が誇るこだわりをお客様にご理解してもらいつつ、自らで情報発信をしていく。これが群馬県だけでなく関東で・・・・いや全国で・・・・いやいや・・・世界に情報発信していく。夢はデカければデカいだけいいと思います。

言ったもの勝ち！美味しいお菓子を作っています！これからも自らご紹介に伺わせてもらいます！待っていて下さい！この気持ちで私は菓子作りに精進して参りたいと思っております。

群馬県菓子工業組合・山口剛

埼玉

さいたま市 御菓子司 福泉
福々まんじゅうと栗まんじゅう

今回は女性だけでお店を切り盛りされているさいたま市御菓子司福泉さんを紹介します。福泉さんは創業昭和52年と比較的若い店です。数年前にご主人がお亡くなりになられましたが、お店の看板銘菓を惜しむお客様の要望で親族の女性達に手伝ってもらい女性だけのお店で営業を続けられております。

お店はさいたま市緑区原山にあり、浦和レッズでお馴染み浦和駒場スタジアムの東側に拡がる住宅地です。緑区内には埼玉スタジアム2002や浦和美園駅が所在しサッカーのメッカです。

福々まんじゅうと栗まんじゅう

看板銘菓の一つ『浦和名物福々まんじゅう』出来上がり78グラムと大きく小倉餡を中餡に使った炭酸饅頭です。お話を柳田店主に聞きました。「昔から小麦は常食として親しまれてきました。伝統ある和菓子の良さを見つめたいと言う願いをもとに当店の『福々まんじゅう』は、まざり物なしの地粉のみを使用した無着色・無添加の手造りでございます。この饅頭の肌、艶、甘味は熟達した職人技術の結晶です。昔の味、本物の味を楽しんで頂きたくここに製造いたしました」

もう一つの看板商品が『福泉の栗まんじゅう』と銘打った一粒栗を包餡した70グラムと大きい栗饅頭です。「丹波の栗を白餡で包み栗本来の味を一粒一粒まろやかに丸ごと包みソフトに焼き上げました。小さな形の中に自然の恵を、茶の湯の一期一会の心で製造しております。福泉ではお菓子づくりを通じて浦和文化の向上をお手伝い出来たらと念願しております。伝統の味を語らいのひとときに、福泉の栗まんじゅうを、お土産におくりものに是非、ご利用下さいませ。おいしさはつくりたて、お早めにお召し上がりくださいませ」

福泉さんはこの他にも過去農林水産大臣賞に輝いた銘菓「福々最中」も製造しています。「福々まんじゅう」は店舗の他にJR浦和駅ビル・アトレ浦和内の浦和観光案内所でも購入する事が出来ます。3個箱入450円（税込）。サッカー観戦のお供に、手土産にと素朴な昔懐かしい味をお楽しみください。

埼玉県菓子工業組合副組合長兼専務理事・中島祥夫

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〉
製菓製パン/5月号　4月24日発売!
和菓子特集　涼を呼ぶ 金魚の和菓子大集合!
パン特集　今後の方向性を探る 機械化&次のトレンド
技術向上を目指す! 日本菓子協会 東和会 2017年度優秀作品集
「フォレノワール」のボンボンショコラ! 寒天を活用して印象的な食感
発行所：㈱製菓実験社／〒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

青森

菓子まつりは皆を元気にできる
八戸いちごのおいしさPR

青森県八戸市は、震災で甚大な被害を受けました。苺生産者の市川地区は、海岸地域にあり壊滅的な津波被害に陥り生産が止まりました。復興に取り組み軌道に乗るのに三年の月日を要しましたが、他地方からの流通ルートが確立して販売に苦慮いたしました。

そこで八戸市は消費者に「八戸いちごはこんなにも美味しいんだ」を浸透させることをスローガンに掲げました。

八戸市農業経営振興センターを中心に活動することになり、その一環で菓子業界に何とか打開策に協力してくれるようにと要請がありました。

お菓子は皆を笑顔いっぱいにできるものですので、中断していました菓子まつりを行いましょうとなりました。

八戸市、商工会議所、苺生産者、調理研究家、こども育成団体など力を合わせて八戸ポータルミュージアム「はっち」を会場にして、冬いちごの生産が始まる初冬に開催していますが、市民の「今年はいつ開催されるのですか?」と問い合わせが寄せられる程に一大イベントに成長しました。今回は、平成29年11月25～26日に来場者を約8000人数えることが出来ました。年々盛況になり、市民に浸透して嬉しい苦情を寄せる方も多数あり、役員が対応に苦慮する様になりました。

新作八戸いちごスイーツ発表会、スイーツバイキング、八戸いちご親子クリスマスケーキづくり、各店商品販売、実演八戸いちごドーナツ、量り売り八戸いちごバームクーヘン販売などに市民が殺到して盛況でした。また喫茶コーナーで試食して、お土産に購入する方など笑顔いっぱいでした。

菓子コンクールは会を重ねるごとにレベルが上がり、後継者育成に貢献していると思います。市民投票による大賞を設け、今年は950通の投票がありました。感想文を記入する項目に「毎年楽しみしております」「お菓子で出来てるの?」「青森県でこのような職人がいるんだ」「私は貴店のファンです」など記入があり、出品者にコメントを伝えることで制作意欲に一役かっていると思います。

そしてこのコンクールは他県より来場して下さいますので、店にとって良い宣伝になると思いますので、岩手県秋田県のお菓子屋さんも出品して下さる様にお願いします。

菓子まつりを毎年開催するには、役員をはじめ組合員、青年会、洋菓子協会、問屋さん、メーカーさんに多大なご協力無しでは出来ませんので、この場を利用して厚く御礼を申し上げます。

青森県菓子工業組合副理事長（八戸支部長兼任）・志村一雄

八戸いちご親子クリスマスケーキづくり

京都

京菓工組青年部 熊本研修旅行
現地小学校でお菓子教室開催

京都府菓子工業組合青年部は、2月18日、19日に一昨年熊本地震で被災された地域周辺へ部員17名で研修旅行へ行った。18日は空港到着後すぐに熊本地震の語り部をされている方と合流し、阿蘇山などバスで移動しながら被災時の状況などお話し頂いた。

2月19日には熊本市立尾ノ上小学校にて、菓子教室を行った。5年生120名の参加。体育館に集まり、上田孝博氏による京菓子の講演後、生徒6人ずつに分かれ、練り切り「桜」「菊」を青年部員とともに作った。始めに手本として、上田悟史氏が生徒の前で実演。徐々に完成していく様子に驚きや拍手がおこった。青年部員のサポートのもと、生徒全員が練り切りを完成させた。生徒のなかには「京都がどこにあるのかも分からないけど、和菓子作りが面白かったので一度行ってみたい」など今回の体験を通じて、京都への興味のきっかけにもなった。

菓子教室終了後には熊本県のお土産「誉の陣太鼓」で有名な㈱お菓子の香梅へ見学に伺った。熊本地震により被災された現場を含む工場全体の見学、副島隆会長による創業期からの会社紹介、工場長からは熊本地震発生時の状況や対策について細かくお話頂いた。今年の4月には地震から2年が経つが、まだ工場内には建物の補強パイプが組み立てられ、被災のため使用できない部屋もあった。工場の建て替えなど、完全復旧までにはまだ時間がかかるが、創業者副島梅太郎氏の「お菓子の平和の使者です」という言葉通り、被災した人達に甘いお菓子で元気になってもらいたいという思いを直接伺うことができた。部員それぞれ、菓子屋としてどうあるべきか改めて考えた。

京都府菓子工業組合青年部広報・武中俊樹

熊本市の小学校で菓子教室

㈱お菓子の香梅を見学

和歌山

銘菓 子宝おちちまん
御菓子司 浪花堂

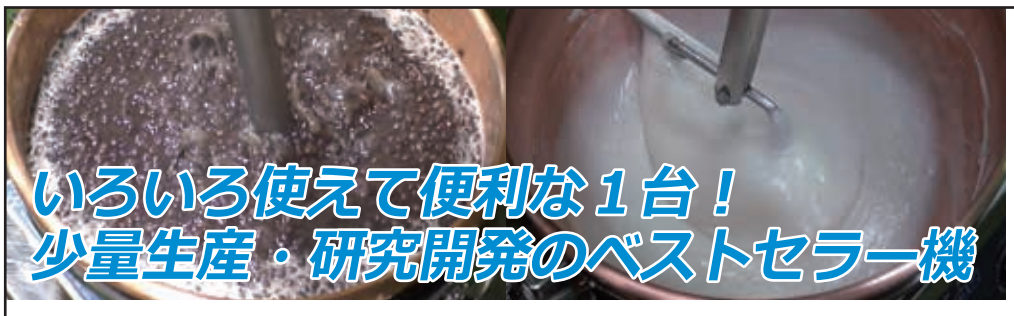
弘法大師・空海が真言密教の道場を開いたとされる高野山に通じる街道沿いの、高野山の麓の九度山に弘法大師の母親の玉依御前が、我が子の開いている道場を一目見たいとの一念から、高齢の体で香川県善通寺から慈尊院にたどりつき山の麓から我が子の無事を祈ったと言われております。入滅後、化身とされる弥勒菩薩となり子宝、安産、育児、授乳、病気平癒を願って乳房型絵馬をご奉納して祈願するという日本全国でも珍しいお寺女人高野と称される慈尊院に安産を願って、全国各地から沢山の参拝者が訪れています。

世界遺産参詣道の橋本市高野口町老舗和菓子浪花堂が「銘菓子宝おちちまん」を開発、和菓子・洋菓子の製法を取り入れ、この地方の特産品である白桃の未熟桃を買い入れ特殊加工、直径約2センチの未熟桃をミルク風味の黄身あんで包み込み乳房型にした、焼き菓子乳化饅頭を完成。

食したとき皮は母のやさしい乳房のような感触があり、母乳の様な果汁が味わえると全国各地から妊婦や子育ての親からの縁起が良いと引き合いがあり話題を呼んでいる。

和歌山県菓子工業組合事務局長・高橋義明

5個入 800円(税別)／10個入 1600円(税別)



卓上撹拌機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撹拌機。撹拌軸は斜軸自転公転式で、焦げ付きやムラなく均質に撹拌します。

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撹拌子、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

全菓連では全国組合研修会で長沼昭夫氏（株式会社きのとや会長）を講師に迎え「地方のお菓子屋での製造・販売事情について」をテーマに講演会を行いました。

地方のお菓子屋での製造・販売事情について

その③

長沼昭夫 氏（株式会社きのとや会長）

先月号より続く。

社是「いい会社をつくりましょう」

社員の幸せを実現

今から15年ほど前に、ある社員から「社長は何の為に会社を経営しているんですか。何の為に「きのとや」を経営しているんですか」と聞かれた。私は答えに窮した。その場限りのことを言ってその時は何とかごまかしたがその社員の言葉がずっと胸の中にあり『おれは何の為に経営しているのだろう。自分が金持ちになりたいからか。あるいは名誉が欲しいのか。違う、そんなことではない』と自問自答していた。行き着いた答えは『「きのとや」で働く社員の幸せを実現する為』だった。「きのとや」にかかわる全ての人の幸せを実現する為に経営していると気がついた。

おいしいお菓子で満足、心温まるサービスで感動

本日、皆さんに配ったレジメ「おいしいお菓子で満足、心温まるサービスで感動」は15年以上前に作ったもの。「きのとや」が存在する目的は「きのとやにかかわる全ての人の幸福を実現する為」で、もちろん私自身も含まれているが、「きのとや」にかかわる社員の皆さんや取引先も含めて全ての人の幸福を実現する為にある。これは、心の中で思っていてもだめで相手に伝わらなくてはいけない。文字や文章にしておかないと微妙に表現が違ってしまう。社員が百人を越えた頃、ある社員から「社長は前に言った事と、今日言っている事が違う」と言われた。今日参加されている経営者の方々は同じ経験をされているだろうと思う。私は同じことを言っているつもりだが、受け取るほうは違って受け取る。表現や背景が微妙に違うだけで受け止め方が違う。文章にしておけば誤解を生まない。

そんな事で経営方針書を作り社長方針を徹底する事にした。

講演する長沼氏

「きのとや」が存在する目的とビジョン

「きのとや」にかかわるすべての人の幸福を実現する為に「きのとや」は存在する。それをさらに具体化し「お客様の満足」「社員の幸福」と「会社の発展」という言葉を3つの輪にした。3つはそれぞれ切り離すわけにはいかない。『お客様の満足なくして社員の幸福もなければ会社の発展もない』『社員の幸福なくして会社の発展もなければ、お客様の満足もない』『会社の発展なくしてお客様の満足もなければ社員の幸福もない』という三位一体の関係になる。

さらに会社（きのとや）の目指すべきビジョンとしてより具体化をさせた。

1、幸福創造企業「きのとや」を目指す。

2、高品質・高サービスを実現する。

決して価格競争には入っていかない。安売りはしない事を宣言した。高品質で最高においしい物を高いレベルのサービスでお客様に提供することが「きのとや」の目指すべき道である。

3、大きい会社より社員の成長する良い会社にする。

会社を大きくすることはそう難しいことではない。そのころは2店舗ほどの規模だったと思うが、百店舗にして1店舗1億円売ったら百億円の会社になるが本当にそれが社員の幸せにつながるのだろうか。社員の成長に合わせて会社も成長させるのが理想である。

4、高収益（営業利益15％）を目指す。

当時は、ほとんど利益は出ていなかったが、目標は高く持った。そして高待遇を実現する。

5、常においしいお菓子の開発をする。

6、標準化を進め、生産システムを構築する。

スタンダードタイムはAさんが作ってもBさんが作っても、同じ時間で作る基準のことである。例えば1つのお菓子を作るのに、この工程で何秒、この工程で何秒、これを標準化という。お菓子を作るのは職人技であるが、分析すると単純作業の積み重ねである。それを1つの流れにするから難しくなる。職人はみんな「10年、15年かかる」と言う。本当にそうなのか。私は新しく入ってきた人が、3日でできるようにならなければダメだと言った。そうしないと高待遇は実現できない。標準化を進め、新しい生産システムを構築する。その時、トヨタ生産システムを勉強し、セミナーにも行き、コンサルタントも頼んだ。菓子業界では私のところが最初だと思う。何年か経って、アンリ・シャルパンティエさんが頼み、その後、いろいろなところがコンサルティングしてもらったと聞いている。

7、地域の人に愛される、札幌市民に必要とされるきのとやにする。

地域に根差した店にする。地域を大事にすることを社長方針として出した。

8、働く人が誇りを持てる「きのとや」にならなくてはいけない。

9、少数精鋭をめざす。

そうじゃないと高待遇できない。少数にすれば1人1人が精鋭化しレベルが上がる。少数精鋭は大事なポイントである。現場から必要だからと言われ、人を入れていたら、1人1人の給料を上げることはできない。給料は経費ではなく目的なので少しでも高く払う。今3百万円取っている人にどうしたら3百50万円払えるか。5百万円取っている職人にどうしたら6百万円払えるかを考えていくことが経営者の仕事である。

会社（きのとや）で働く人の目的とビジョン

「きのとや」で働く人の目的は自分自身と家族の幸福を実現する為である。一生懸命に仕事をするのは何の為か。自分も幸せになりたい、家族も幸せにしたいから働くということだ。

次に働く人のビジョンをさらに具体化してお話したいと思う。

1、働きがいがあること。

働く人にとって何が大事か考えると、どんなに給料があっても働きがいがなければだめだ。

2、尊敬され、誇りを持って生きられること。

周りから尊敬されることが大事だ。誇りを与えられることが大事で「あなたのところのお菓子はおいしいね」と言ってもらうことが働きがい、生きがいになり、誇りになる。この言葉は大事だ。そのために、おいしいお菓子をどう提供していくかである。

3、幸福な家庭がある。

4、将来の夢や目標もある。

5、自分の成長も確認できる。

6、自分の家を持つ。

7、海外旅行ができる。

8、高収入（50％UP）。

現在の50％アップと書いた。今3百万円もらっている人は、4百万円欲しい。5百万円もらっている人は6百、7百万円欲しい。1千万円取っている人だって、満足していない。1千2百、1千3百万円欲しい。そんなものだ。だから、どこにも負けない給料を払う体制をどう作っていくかが大事だ。

9、老後が安心できる。

10、残業が少ない。

11、希望者は独立開業できる。

12、非常事態の時は会社が支援する。

以上のような方針を15年くらい前に作った。今話した内容を基本にして、3年前に少し内容を変え「クレド」を作った。

次号に続く。

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、都道府県菓子工業組合へお知らせください。

信頼される安心を、社会へ。
SECOM

～セコム品質の安全を、設備にも～

セコムの"ファシリティマネジメント"サービスのご案内

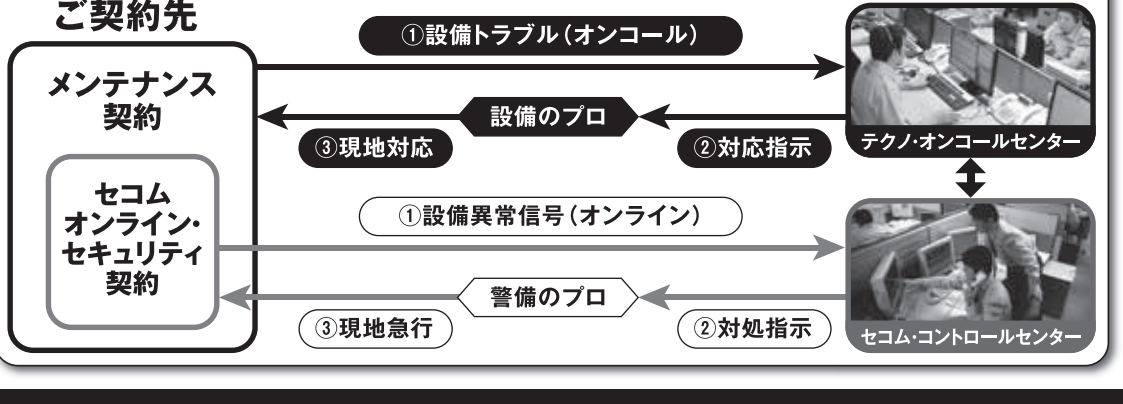
建物の資産価値を長期的に維持する、効果的な総合管理サービスをご案内します。

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などを行います。

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。



セコム株式会社　テクノ事業本部 ファシリティマネジメント営業部
〒141-0021　東京都品川区上大崎2-25-5 久米ビル
http://www.secom.co.jp/　☎03-5759-7857

全菓連では、全国組合幹部研修会で内田弘守氏（株式会社巖邑堂 代表取締役社長）を講師に迎え「最新のお菓子の製造・販売事情について」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・パックス代表取締役社長）にお願いしました。

最新のお菓子の製造・販売事情について その①

内田弘守氏（株式会社巖邑堂 代表取締役社長）

聞き手：株式会社アンゼン・パックス 代表取締役社長 尾関 勇

司会：株式会社巖邑堂、代表取締役社長の内田弘守さんに、対談形式でお話していただきます。内田さんは、朝生菓子を中心に、伝統製法にこだわった菓子づくりをされる一方、シンガポールで開催された百貨店の展示会に和菓子を出展され、当地のレストランやホテルに商品提供されるなど、海外展開も実現されています。聞き手は、アンゼン・パックスの尾関社長に務めていただきます。よろしくお願いいたします。

尾関：本日は、二度目のお願いでやっとスケジュール調整が叶った方です。和菓子の海外展開というと、まだなかなか多くはされてないこと、それも失礼ながら小規模で、和菓子店様が本格的に進出されるには、どのようにされてこられたのか、苦労話やポイントをお話いただきたいと思っております。それでは、ご紹介させていただきます。静岡県の浜松市にあります、巖邑堂の内田社長、5代目になります。よろしくお願いいたします。

内田：巖邑堂の内田と申します。日本全国の有名なお菓子屋さんの中で話すには甚だ恐縮なのですが、あまり飾らず本音でいろいろ話したいと思いますので、どうぞよろしくお願いします。

尾関：まず、内田さん、**写真①**は何年頃の写真ですか。歴史とともにご説明いただけますか。

内田：戦前の店舗です。巖邑堂という2文字は、もともと岐阜の岩村藩の岩村という字を取って屋号にしまして、初代が岩村藩の藩士の出身で、廃藩置県とともに、岐阜から仕事を求めて浜松の地へ来ています。先代からいろいろ事業をした中で、巖邑堂という和菓子屋が今も残ったと伺っています。

尾関：調べさせていただいたら、岩村藩は織田信長などいろいろ戦国大名ゆかりの藩で功績を上げ、こっちの浜松も「お前のところで管轄していい」というように広げられた、歴史に縁ある地だと書いてありました。松平家と丹羽家と二つあったという記録があります。だいぶ進み、空襲により店舗消滅とありますが、そんなに浜松はひどかったのですか。

内田：店舗が全部空襲でなくなって、建てるまでに時間がかかったと聞いています。

尾関：江戸期より長い歴史をお持ちですが、1964年に個人事業から株式会社巖邑堂にされたのは、お父さまですか。

写真①

内田：そうです。4代目の時です。

尾関：店舗は同じ場所に、今はもうないのですか。

内田：同じ場所でまた始めますけれども、今は更地になっています。

尾関：ロゴマークが書いてありますが、看板の字は、今もこれをお使いだと伺いました独特の文字ですね。

内田：中村不折という書家の字で、新宿中村屋さんのロゴと一緒と聞いています。

尾関：**写真②**の店舗は、同じ道路に面しているからかもしれませんが、前の店舗と何となく雰囲気が似ています。

内田：古くて耐震性がないので、2004年に店舗を改築したのですが、同じ浜松市の伝馬町で、同じ土地で建物を建てました。今年の1月に少し郊外に移転しまして。その移転も、都市計画で道路拡張から土地が取られるということで、今営業している袖紫ケ森（**写真③**）に移転しました。

尾関：実は店舗の目の前に、国道が通っていまして、概ね浜松市の中心部から浜名湖に向かう幹線道路です。この裏は割と飲食街が広がっているところだと聞きました。

写真②

内田：浜松の歌舞伎町みたいなところです。

尾関：長らくしてきたのに移転せざるを得なくなった、断腸の思いがあると思いますが、社長としてどのようにご判断されたのですか。

内田：土地全部は取られないので、潰してもう一回建てる予定ではありますが、すごく悩みました。新しい店舗は駐車場も15台分程あり、建物の後ろが神社で、立地的にもかなり良いところなので、この際1店舗にしようかなとも思いましたが、先祖代々の土地は守っていかなければいけないと思い、もう一度同じ場所で、販売のみ行う場所を作ろうと考えています。

尾関：以前のところは、上はご住居だったのですか。

内田：そうです。

尾関：ビルの裏にきれいな工房があり、通りかかると、ガラス張りですから、内田社長が職人さんと朝早くから仕込みをされている姿が見えます。お住まいも一緒の和菓子屋さんの理想的なスタイルであり、道路拡張で移転せざるを得なかったということです。この場所で、もう一度されようとしていますが、車で15分程と離れています。こちらにされようと思ったきっかけと、なぜそんな遠くになったのでしょうか。

写真③

内田：いい土地が見つからなかったためです。蒲神明宮の敷地内ですが、ご縁もあって。神社の方では図書館とか公民館ならともかく、一般の企業には貸さないという話だったのですが、お話していく中で、私の想いを聞いていただけては、「やってもいいよ」と。今は、お借りして店舗を営業している感じです。

尾関：浜松で最古の神社で、まさにお店の裏にあるのですね。茶房もあるということですか。

内田：喫茶も10席ぐらいあります。

尾関：巖邑堂さんは、以前の店舗の時から、席数は多くないですが、喫茶、茶房として結構お客さんがついており、夏のかき氷から含めて、ご繁盛されていると。喫茶・茶房に、お客さんがよく入っており、失礼ながらもの置き場になっておらず、きれいなところは意外に珍しいと思います。東京や、遠くからもわざわざ人が来るということですごいですね。今は従業員数14名、年商が1億1千万ぐらいですか。

内田：そうです。

自分が食べて美味しい物を売る

尾関：1店舗主義を貫いて、出店にはいろいろなオファーがあるそうですが、お断りし続けていると伺っております。さて、5代目の内田社長のプロフィールですが、自己紹介いただけますか。

内田：昭和46年生まれで、現在46歳になります。高校まで地元浜松にいましたが、大学で東京に出まして、卒業前からアルバイトで青梅の紅梅苑さんにまいりました。紅梅苑というのは作家の吉川英治さんの奥様がはじめられたところで、私が行ったときは、まだご存命でいらっしゃいました。そこの製造顧問をしていた吉村進之助さんという元東和会の会長様の紹介で、4年弱ぐらい勤めさせてもらいました。そのあと巖邑堂に戻ったのですが、経営は何も携わることなく、私は菓子を作ることだけをしていたところ、父親が65歳の誕生日に突然で亡くなりまして、跡を引き継いで5代目社長になりました。

尾関：皆さんびっくりされて、お母様も、素晴らしい方でいらっしゃいますが、大変だったのではと思います。

内田：全て経営をひた隠しにしていた父親だったので、蓋を開けてみてびっくりすることが多かったです。

尾関：それから、弱冠と言ったら失礼ですけど34歳で全てを継ぐことになったということですね。私がお会いしたのもその後すぐぐらいだったと思います。紅梅苑さんは、有名なお菓子屋さんですが、学んだ中でどんなことが印象に残っていますか。

内田：紅梅苑さんの商品自体は、かなり青梅の観光客相手の商品が多く、いわゆる手作業の商品というより、割と機械を使った商品が多かったので、学ぶことは仕事が終わった後に個人でいろいろ作ったり、本を見て試したりしていました。それを全部許してくれる社長さんで。今考えると材料も時間も、夜中まで作業すると多分電気代も大変だったろうと思いますが、させていただいたことには、本当に今でも返せない恩があるなと思います。

尾関：一緒に働いていた方や同期など、ここを卒業した方は多いみたいですね。

内田：仲の良い同期は、富山の五郎丸屋さんで、今、T五（ティーゴ）という商品がブレイク中です。お互い切磋琢磨でいい感じでしています。

尾関：かなり際立ったことをする方が出たという感じですね。現在、若き匠たちの挑戦とありますが、どういったことなのでしょうか。

内田：畑主税さんは髙島屋のバイヤーさんですが、彼が、最初に私と山形の佐藤屋さんと、富山の引網香月堂の、3人の経営者というより職人を集め、髙島屋でイベントをしました。それから派生し、いわゆる職人さんで、今後何かしていきたいという人たちが集まり、もう3年、4年ぐらいなりますが、髙島屋さんを中心に一つのメンバーとして和菓子を普及させる活動をしています。

尾関：全菓連研修会でも、私がお話させていただいた中で、今、現役で一級の和菓子の職人さんであり、経営も会社の企画もされている方は、初めてなのかなと思います。虎屋の黒川専務は、もちろん昔は作られていましたが、今は経営のほうに注力されています。そういう意味では、作り手としての内田社長のお話もご参考になるのではと思います。では、次は主力商品ですが、ご紹介いただけますでしょうか。

どら焼き

内田：通年商品でどら焼きです。私の代から始めて、最初は皮が黒いなどいろいろお客さまに文句を言われながら、1日20個ぐらいしか売れなかったのですが、今は看板商品的に成長しています。栗蒸し羊羹は3代目の時から始めたと聞いていますが、地元の栗を使い、手むきでしており、割と全国からお問い合わせをいただく商品です。三つ目はサブレですが、昔から何も変えずにしていまして、安定というか、一応主力商品の一部です。

栗蒸し羊羹

サブレ

尾関：内田社長が先代から引き継いだ商品と自分の商品で大事にされているのは、どのようなことなのですか。

内田：私も、ずっと工場に入っている職人なので、自分が食べて美味しくないものは売れないというか作れないです。従業員にも「自分が作ったものは全部自分が食べてから店に出せ」と言っているので、自分が食べて気に入らないものは出さないということは、念頭に置いて商品作りをしているところがあります。新しい商品も確かに必要だと思う機会はあるのですが、それよりも先代から受け継がれていたものや、昔から存在する和菓子を、今風にアレンジするより、さらにおいしく召し上がってもらうことを考えています。

次号に続く。

洋菓子店 2世、3世のオーナーシェフに聞く

その④

西日本食品産業創造展では「洋菓子店2世、3世のオーナーシェフに聞く」をテーマにパネルディスカッションを行いました。（敬称略）

先月号より続く。

代替わりされた時に変えたことは何か

池田龍二（パティスリーミュゲ・コーディネーター）ご自身がオーナーに代替わりされた時、商品構成や使用材料など変更しようと思われましたか。変更された場合、どのタイミングで行いましたか。

加藤幸平（ケーキのカトウ）変更はありましたけれど、全商品ではありません。定番のものは残し、チャレンジングな商品を出してみました。40年継続してきたイチゴショートはそのままですし、対照的に全く新しい製法で、使ったことのない材料で作ったりという感じです。お客様の反応を見ながら随時入れかえをしています。

また、売れ行きとは別にザッハトルテがあります。これはうちのスタッフが東京で講習会を受けたものを持ち帰り、3年くらいは全然ものにならなかった商品です。上にグラズールというチョコレートと飴を煮詰めてテンパリングしてかけるものがありますが、コツがなかなかつかめず、はがれ落ちたりし、何とか形が整うようになっても、地味すぎて売れません。ただ、うちの店の特徴は自家製の生クリームがあり、ザッハトルテは相性もよいので、セットにして柱にできないかと思いながら、売れなくても続けていました。近くの喫茶店から「店で出したいから卸して」と引き合いがあるくらいでした。最近、ウィーンに行ってきた20代の女性のお客様が店で買ってくれて「ウィーンと同じだ」と言ってくれたり、地味すぎるのでチョコレートで飾りを描いて売ると「何でザッハトルテなのに飾りをするんですか」と言われたり、その反応を見て、逆にこんなに知ってもらったなら元に戻しましょうという感じで、今はもとの飾りのない状態です。

ザッハトルテのように売れ行きと関係なく意地で売り続けている商品と、人気はあるけれど自分が行くべきものと違うので変えるもの、実験的な取り組み、もしくは新しい技法を取り入れるために出している商品で構成しています。

瀬川隆司（瀬川菓子舗）私が何か新しいものを作ろうと思って変えることはありますが、先代が作っているものには一切触らないようにしています。パッケージを変えただけでも、大きな変化を見られる商品と気づいたので、いまだに先代が発注をかけ、材料屋さんと取引しています。

自分が作る商品はここ数年、多くの方と知り合い、いろいろな材料や商品を提案していただいたので、その中で自分がやりたいものとマッチングできればどんどん取り入れたいと思います。また、今まで作っているものは材料の提供が止まらない限り、基本大きく変化をしないようにしています。時に「これを使ったほうが日持ちする」とか「口当たりが長続きする」と材料屋さんに紹介され「そうだな」と思うこともありますが、いろいろな表示を書く時、小さなお菓子では書き切れない場合があります。私らみたいな小さなお菓子屋は大手やコンビニにあるような長く持つ、あるいは本来冷蔵で売らないものも冷蔵できるという商品と同じ土俵で戦うことはできません。このため日持ちがしなくてもいい、残っても仕方がないと割り切りを持てる商品と、新たな材料を使うことでよくなる商品とで密な関係を保ちながら新しいものを取り入れ、守るところは守るという姿勢で行きたいと思います。

池田　瀬川さんの店では、かりんとう饅頭がケースの上に置いてあり、できたて感を感じました。餡は自家製ですか。

瀬川　餡は二十数年前、広島の呉のお菓子屋さんでたき込まれました。ここだけはしっかりとやらなければならない核心であり、手を抜かずにやろうと思っています。

池田　瀬川さんが帰ってきてから、炊くようになったんですか。

瀬川　もちろん父も炊いていたんですが、アイテムが少なかったので小豆の餡と白い餡で材料がほぼまかなえました。今は商品に応じて砂糖の味が効いているもの、効いていないもの、水分を飛ばしたもの、なめらかなもの、その辺は商品により変えています。

伊藤浩二（㈲菓子のイトー）今一番、お会いしているのは生産者の方で、こんなこだわりで作っているという話を伺い、取り入れることが多いと思います。協力業者の方々は30年近くほとんど変わらないメンバーで「九州ではこういうものがとれている」「こんなものがある」と教えていただいたり、こちらから発信することで、新しい農産物や食材の開発、アイデアができています。「どうしてお饅頭にしようか」「ケーキには使えるんだろうか」ということから派生して、輪が広がります。

炭坑節というお饅頭は、元石炭の町だったので炭鉱が終わる時「残していきたい」と菓業青年会のメンバーで黒い饅頭や黒いお菓子を作り、物産展やイベントでPRしていこうとみんなで開発しました。その時に先頭切ってさせてもらった饅頭です。

池田　そういうタイミングで新商品とか、新しい材料が入れかわるんですかね。

伊藤　食材とネーミングと地元大牟田から発信できるかを先ず考え、そこからスタートしていくことが多いと思います。

店が繁栄を続けるためには、何を大切にしているか

池田　2代、3代にわたり店が繁栄を続けるためには、どのようなことを大切にされていますか。

加藤　自分の方針でもありますが、能を確立した世阿弥の教えに守破離（しゅはり）という言葉があります。守は今までのことを受け継ぐこと、破は脱皮すること、離は独自の新たな境地に向かうことです。

商品構成の話にもあったように、今まで受け継いだお菓子と、実験的に取り組む技法であったり、新しい素材であったり、短命であっても新しいトレンドだったり、今から何か動くかもしれないというものに、アンテナを持って、常に考えています。

3年前は100年目の節目の年ですが、ジェラートを始めました。製菓とジェラートは許可が別で、余計にお金もかかりますが、今しかないと思い、イタリアに行って向こうの機械と技法を学んで始めました。今はジェラートの業界とケーキの業界がクロスオーバーしている動きがありますが、その動きに対応できる環境にいます。

また、うちの状況も、社会の状況もどう転ぶかわからないので、どうなっても家業のコアな部分はしっかり持ちたいと思います。うちのコアは自家製副素材を作り、それを生かした商品構成をしていくことです。製品の出口は、適宜世の中に合う形で出していけるように考えています。

瀬川　伝統を押さえつつ、新しいものにもチャレンジしていかないと先細りするので、それをずっと考えています。また、客観的に見える目と意識を持とうとしています。どうしても作り手が独り善がりでうまいと思い込んでいたり、商品を組み立てる時、価格を提示する時も、続けるかの判断は客観的に見たいと思います。また、意地でも守りたい商品、続けなければいけない商品、戦略商品といろいろな商品を持っていないとこれからは続けられないので、柔軟性を持ってのぞみたいと思います。昔から続いている和菓子は、ついつい同じになりがちですが、背景も時代も変わっているので、これを読み取れるかを踏まえ、これからもしていきたいと思います。

伊藤　地域のお客さんにずっと愛してもらえるよう、必要とされるように、そのために変えるべきところは変えていく。その決断をすることが一番と思っているところです。商品や店の販売の仕方、労働環境など変えるべきところはすぐに変え、地域の方に支持してもらい、100年続く店ができればいいというのが、今の夢です。

素晴らしき銘店を訪ねて

【25】

尾関 勇

「滋賀県　株式会社たねや様」

滋賀県近江のたねやさんは、誰しもが認める日本を代表する和菓子店の1つです。

そして現在は、和菓子中心の「たねや」だけではなく、バームクーヘンで有名な「クラブハリエ」と、和洋菓子2つの大きなブランドを展開しています。

今回はその源流たる和菓子のたねやさんについてご紹介したいと思います。

たねやグループというと様々なイメージをお持ちの方がいらっしゃいますが、それは、展開・事業領域が非常に広いにも関わらず、やたらと別ブランドにすることはせず、ひとつの店の看板が放つ魅力を時代に合わせて変化、あるいは進化させるスピードが早いからではないでしょうか。

変化・進化が早い理由は、自然の恵みである菓子の原材料に深く注目し、早くから自社農園を手がけ、ナチュラルで瑞々しく季節感あふれる菓子のプレゼンテーションが上手いからではないかと思います。

今から34年前の1984年6月に日本橋三越本店に出店した時には、その存在感の違いに東京の消費者は衝撃を受けブームになったと聞きます。

最中や栗饅頭などは他の老舗和菓子店も以前から展開し、お客様も見慣れたMDでしたが透明感あふれる水菓子などのギフトセットはとても衝撃だったようです。

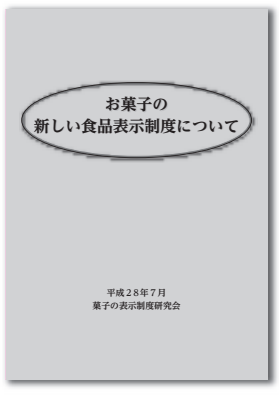
その後、次々と全国展開を果たされましたが、それは高い消費者の支持があったからであります。

実は東京、京都、大阪、北海道、九州といった五大消費地以外の専門菓子メーカーがここまで成功するのは初めての事であったと思います。

彦根美濠の舎、近江八幡の日牟禮乃舎など和菓子店としては画期的な大型店を作られ、ついに本社併設のラ コリーナ近江八幡という和菓子・洋菓子、また農業部門を扱う巨大な空間を〝自然に学ぶ〟をテーマにプロジェクトが進行中です。

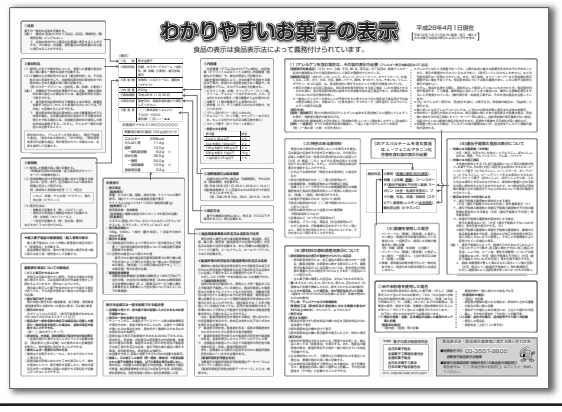
経営理念である天平道（てんびんどう）という近江商人のフィロソフィーを根源として、滋賀で作った菓子を関東や関西の一大消費地に店舗展開をすることに始まり、ついには失礼ながらあまり観光地でなかった滋賀の地に多くのお客様を運れてこられる牽引力を持たれるまでになりました。その努力と創業時から変わらぬ理念には頭が下がると共に、従業員二千名という規模になってなお維持される大家族主義の社風は見習うべきポイントだと感じます。

全菓連斡旋



●「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

全菓連では全国組合研修会で畑主税氏（株式会社髙島屋・MD本部課長）を講師に迎え「和菓子の最新事情について」をテーマに講演会を行いました。

和菓子の最新事情について その③

畑 主税 氏（株式会社髙島屋・MD本部課長）

先月号より続く。

モノ消費ではなく、コト消費

嗜好の多様性とも結びつくが、モノ消費ではなくコト消費という言葉が各所でささやかれている。インバウンドの爆買いは終わったが、海外のお客様はどんどん来ている。昨日、鹿児島のホテルに泊まったが、自分のフロアはほとんど外国の方だったし、先月、金沢でも聞こえてくるのは英語や中国語ばかりだった。どこに行っても外国の方はたくさんおり、体験できるコトにお金を使っている。モノにはもう消費しない。モノは買わない時代である。

それが海外だけかと思っていたら間違いで、日本でも同じことが言える。今まで、百貨店もスーパーもコンビニもモノを売って何ぼの世界だった。昔デパートの屋上に行けば動物の乗り物が動いていたり、観覧車が回っていたりというアミューズメントパーク的なところがあった。しかし、モノを売って売り上げが立つ世の中になり、そうしたものが非効率だとどんどん消され、百貨店はつまらなくなった。

和菓子の奥行きを探ってみたくなる傾向

確かに今も分かりやすいものは間違いなく売れる。大福は売れるが、干菓子は売りにくい。今はシェアが逆転しているわけではないが、間違いなくここからゆっくりと逆転し始めると思う。そこからが和菓子の本領発揮だと考えている。今までは洋菓子にならってわかりやすい名前をつけたほうが売れたし、パッケージを華やかにしたり、中身が見えるほうが売りやすい時代だった。今もその傾向は続いているが、これからはモノではなくてコトを買い始める時代に変遷していくことを考えて、お菓子作りをされたほうがいい。また、パッケージを作り込んでいくことも大事である。

和菓子にはモノというより、コトがすごく潜んでいる。「和菓子の奥行き」と表現しているが、食べておいしいだけではなくて「何でこんな名前がついているのだろう」「何でこの地方ではこのお菓子を食べるのだろう」など、和菓子の世界はもともと独特の奥行きが存在する。モノからコトへという経済の動き、消費の動きは、和菓子の追い風となる。

和菓子のキャラクターが強みとなる

和菓子のキャラクターは今までは分かりにくかった。もっとわかりやすい名前をつければいいと思ったし、現状もそうだ。しかし、これからはまた元に戻っていくと思う。洋菓子は見た目にも商品名が分かりやすい。イチゴのタルト、イチゴのショートケーキ、商品名を見たら誰もが分かるし、味も想像がつく。和菓子は抽象的な名前が付いていたりするので、説明を聞かないとよく分からない。見た目はお餅のように見えるが、食べたら落雁だったのようなことも多々ある。また、歴史や風習と結びついていたり、季節によっても様々なお菓子が登場してくる。歳時記などは廃れているところもあるので、伝わりにくくなっているが、そこがこれからは味になっていく。

和菓子は今まで面倒くさかった。「親父の説教なんか聞きたくないよ」のような感じで、面倒くさいと思われていた。判然しにくいものだったからだが、今はどんどん知りたい、コトの部分を聞いてみたいという欲求が生まれてきている。これをしっかりとつかみ取っていく。

集積から編集へ

社内でも「これからは、モノを売るだけでは務まらない」と話している。全国銘菓のコーナーも、ただ有名なお菓子を集めて並べるだけでは、モノを売っているだけなので、お客様に気づきを与えられる編集をしていくことがこれからの鍵になる、と伝えている。もちろん分かりやすいことを言えば、どこの国のお菓子特集のような感じで組むのがあると思うが、そういった部分ではなく、色目などいろいろな切り口で編集していく。栗の特集だけではなく、栗蒸し羊羹まで切り込んでいく。こうしたところを見せていく編集力が大事になる。

和菓子の奥行きって？

和菓子の名前

和菓子は分かりにくい名前が付いている。松江の風流堂の山川という落雁のお菓子は、紅白落雁と言った方が今の時代は売れる。しかし、それはモノを売る売り方だ。今まではモノを売りやすい方向に行きたがるので「分かりやすい名前に変えて」「分かりやすい名前の新商品を作って」という形だった。これからはコトに気づき「それを知りたい」という欲求の高い、若い世代の傾向を受け止めたい。それには、抽象的な名前が付いていることにこそ探究心が生まれる。これは、もともと和菓子屋さんがしていることで、これからの強みになっていく。

和菓子の地域性

和菓子の地域性もポイントになる。それぞれの土地で生きていると、当たり前のようにそのお菓子が存在し、当たり前のようにその製法で作っているが、他地域からすると全くもって当たり前ではない。徳島に行けば、阿波ういろうが郷土菓子として普通にある。どこにも露出が少なく、まだまだ都心部では知られていないので、その当たり前の存在が一番魅力的だったりする。これはモノではなく、コトに変わってきて、実際その地に行き、体験してみたいという気持ちにつながっていく。今まで東京集中だったが、各地にどれだけお客様を呼べるか、観光客を呼べるかは、こうしたことが実はすごく引力になり、和菓子にとっては大きな力となる。

今年は長命寺の桜餅の記念行事で、各百貨店で道明寺対長命寺という対決編集があった。一番メジャーな地域性を例に出したが、実際、お客様の興味はここだけで終わらない。売り場で「どこまでが東で、どこまでが西なの？」と聞かれる。長命寺の桜餅はどこで道明寺に変わるのか。東海道新幹線に乗って1駅ずつ下りていくと、静岡のあたりで急に道明寺が出てきたと思ったら、浜松や豊橋ではまた長命寺に戻る。名古屋に行くとまた道明寺になったりする。島根県のほうでは長命寺がほとんどである。松江のお殿様が参勤交代で江戸に行かれ、長命寺の焼き皮の桜餅を持って帰り、作ってもらったのかもしれない。そうした地域性に疑問符を付けて、探求したくなる。若い顧客の知りたい欲求が生まれているのは、こうしたことにも由来する。あとは横につなげて、どう表現してあげるかがポイントになる。

和菓子の季節歳時記

節分や雛まつり、端午の節句、七夕、お正月も含め、メジャーな歳時記はいつでもどこでもしている。クリスマスやバレンタインも同じだ。ただ、埋もれている歳時記もたくさんある。今年、何でこんなに聞かれるのだろうと思ったのが、亥の子餅だ。聞かれるタイミングが10月終わりから11月にかけてで、昨年はなかった。今年は若い方々にやたらと亥の子餅と聞かれた。このタイミングにしか登場しないお菓子を逃さず食べておきたいという気持ちと、何でこの時期に亥の子餅が登場するのか、背景的な部分を知りたいということが生まれている。

亥の子餅

今年、ジワッと来たのが重陽の節句である。七夕や端午、桃の節句に比べ、忘れ去られている9月9日の菊の節句だ。衰退の理由は新暦になり、9月9日には主役の菊が咲いておらず、同じような意味合いの敬老の日がすぐ後に続いているので、余計に廃れてしまった。しかし、今年旧暦ですると10月終わり頃、重陽の節句を楽しんでみたいというお客様の問い合わせが多かった。これを受けて、髙島屋の宣伝部や販促部は、重陽の節句を展開してみたいと興味を抱いていた。埋もれている歳時記を掘り起こしていくことで、そこに新たな興味を加えることができる。

氷室饅頭は金沢のもので、6月末から7月1日の数日しか売られない。この饅頭も私がたまたまその時期に金沢に行って知り、5年くらい続けて7月1日に髙島屋の各店舗で売った。地元では人口以上に製造されて売れていると言われており、金沢が日本一の消費量を誇るのも納得だが、東京でこの饅頭はほとんど知られていない。初めて運んだ時は「何、その饅頭」という感じで、興味を持って1個2個買っていたが、日常生活の中に取り込まれていくと、もう何も言わなくても7月1日の夕方3時頃、日本橋にも新宿にも横浜にも行列ができて、バーッと売れていく。こうした各地にしかない郷土の歳時記もある。私も全然知らないお餅や饅頭がある。それは皆さんにとっては当たり前でも、外に発信すれば新たな魅力を生み出す。知ったお客様は「一度その光景を見たい」と、その地元にも行きたくなる。アクティブシニアという言葉もある通り、実際に行ってしまう。こういうところを和菓子は攻めてもらいたい。

氷室饅頭

和菓子職人との出会い

今まで和菓子屋さんは、暖簾の後ろに隠れて、多くを語らなかった。屋号の下に隠れ、何とか屋さんの何とか羊羹、何とか饅頭という形はあるが、作り手の言葉や歴史的なものはあまり語られることはなかった。作り手やお店の主人とお客様が直接話す機会は、洋菓子に比べると圧倒的に少ない。洋菓子屋さんでは多くのパティシェの方々が自ら先陣を切って前に立ち、「こういうチョコレートを作りました」と熱く語る。お客様は出てきたお菓子よりも、どういうようにできて、作り手がどう考えて作ったのかを知りたい。和菓子はそれをあまりしてこなかった。今までは「8代目の○○が作った××銘菓です」としおりに入っていた。箱で買えば、しおりが入っているので、読めばそのお菓子の歴史的な奥行きを知ることができる。和菓子が好きなお客様は、そこまで読み込むだろう。でも、まあまあ好きだけれどそこまで追いかけないお客様は大体読まないので、なかなか伝わりにくい。最近は世代交代してきて、若女将、若旦那が表に出ていくようになった。私は和菓子屋さんにパティシェになってとは言わないが、これからは暖簾の前に立ち、そのお菓子について話をする語り手となってほしい。お客様は作る現場を見たり、このお菓子のことを話してくれるような場面に立ち会うことを求めている。お客様にはある程度、話さないと伝わらない。モノを置いているだけでは気づいてもらえないので、写真を撮ってPOPを作ったり、ホームページを作ったりと努力はされているが、最後は語り手として目の前に立ち、お客様に声を投げかけてあげる。今のお客様にとっては、刺激的な要素だと思う。

次号に続く。

和菓子講習【基礎編】

日本菓子専門学校　岩佐 洋一 教師

桜餅

一般的には節句に合わせて販売される桜餅。

暦上では無く、桜が開花しないと売れない地域もあります。

また、関東では焼き皮製が、関西では道明寺製の桜餅が好まれています。

今回は桜餅をお団子風に仕上げました。

桜餅

【生地配合】

餅粉……100g
水……130g
上白糖……150g
卵白……40g

【中餡配合】

小豆こし生餡……300g
水……240g
白双糖……180g
食塩……1・5g

30g2つ種

【工程】

①餅粉を水で溶き、20分間蒸す。
②上白糖1／2に卵白を加え、良くすり混ぜメレンゲ状にしておく。
③蒸れ上がった生地を、サワリに移し地練りする。
④なめらかになり、コシが出たら残りの上白糖を2回位に分けて加える。
⑤メレンゲを加え、良く熱を加え練り上げる。
⑥粗熱を抜き、15gの餡を15gの生地で包む。
⑦黒文字に2つ刺し、焼印を押す。
⑧塩抜きした桜葉を巻いて仕上げる。

【注意点】

工程②で卵白に上白糖を加えると、白さ（すり混ぜ）が不足します。

工程⑤のメレンゲを加えた後の、加熱が不十分だと透明感が出てしまいます。

工程⑥熱があると包み上がりがダレて、無いと包み難いです。

工程⑦黒文字は、中心より少し上に刺すと安定します。

工程⑧中餡にも食塩を加えていますので、良く塩抜きして下さい。

青年部ブロック長がゆく

～石岡の「菓匠」～

和菓子工房 おじま

今回訪れたのは常陸の国の国府が置かれた街、茨城県石岡市で創業六十年以上になる和菓子店和菓子工房おじまさんです。

駐車場の奥に佇む、押し縁下見板張り（おしぶちしたみいたばり）の外壁の、大正～昭和を思わせる古めかしいが新しい木造の建物で、以前の店舗は道路に面した場所にあったが、2011年の震災で被災。奥にあった工房を改築した素敵な和風な佇まいには、お客さんが吸い込まれて行きます。

こだわりは、地の風土と素材、そして季節の美しさ、歳時を大切に菓子づくりに励み、手間を惜しまず原材料にこだわる昔からの職人気質を今も残し『自ら考え、選び、つくる』忘れてはならないのは、その先にある「お客様の笑顔」。ひとりでも多くの笑顔をいただけるよう、真心を込めたお菓子づくりに努めているそうです。

都々一

店舗データ

和菓子工房 おじま

住所：茨城県石岡市府中2－2－9
電話番号：0299－22－2055

当店おすすめの人気商品は『都々一（どどいつ）』。きんつばのように粒餡がキラリと光る最中。餡は、美味しい小豆の定番十勝エリモ小豆を使用し、じっくりと炊き上げました。最中の皮は、地元茨城の輪種業者に特別に焼いてもらった最中種。この地に眠る初代都々一坊扇歌（しょだいどどいつぼうせんか）の代表歌の焼印を押した、小豆とお餅の香ばしさが際立つ変わり最中です。

また、平成二十四年にスタートした石岡市の事業で「石岡市産品を使用／サンドしている／各店のオリジナリティが加えられている」の3つのルールに基づき、和菓子工房おじまさんを含めた市内13店舗の和洋菓子やパンを扱う職人さんが、それぞれ個性のある『いしおかサンド』で石岡市の農産物のイメージアップと街全体の活性化を目指し、スイーツで地域を元気にする取り組みを行っています。購入は各店舗の他、市内のイベント会場で購入できるそうです。『いしおかサンド』は、同市のふるさと大使に任命されたロックバンド「MUCC（ムック）」のお墨付きでファンも注目しているそうです。

季節ごとのお菓子をぜひご賞味ください。

全菓連青年部関東甲信越ブロック長・木内政和

楽しきかな、わ・が・し

第72回全国銘菓展を開催

全国銘産菓子工業協同組合（理事長村岡安廣氏）では4月4日～9日、東京・日本橋三越で第72回全国銘菓展を開催した。会場では、全国にその名の知れ渡っている名店が販売した。

今年は「楽しきかな、わ・が・し」をテーマに、カラフルで楽しく、おいしいお菓子を販売した。限定であみだくじやクレヨン、コインせんべいなどが並んだ。

また、14ブランドの餡がコラボする「あんこラボ」は4種のあんこを食べ比べるセットが販売された。また、和菓子とコーヒーやお酒を楽しむカウンターも設けられた。

写真上は御菓子つちやの「みずの都春」。ロリポップキャンディーのようなデザインの羊羹。写真下は神戸風月堂の「夢色ロール　四季の彩」。春はイチゴ、夏は宇治茶など季節ごとの味わいを色で表わしている。

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