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960号（平成31年3月）

第10回 全国菓子工業組合連合会青年部全国大会を開催

35都道府県90名の若人が参加

全菓連青年部（部長槻谷祐哉氏）では2月20日に幕張メッセ国際会議室において全国菓子工業組合連合会青年部第10回全国大会を開催、全国から35都道府県90名の若人が参加した。今大会も㈶日本製パン製菓機械工業会（理事長増田文治氏）の協力を得て、同会が実施する国際製パン製菓関連産業展（以下モバックショウ）と提携して行われた。今大会では褒賞制度審査発表会や第9回全国和菓子甲子園の報告、銘菓交換会、記念講演会が行なわれた。

全国菓子工業組合連合会青年部全国大会

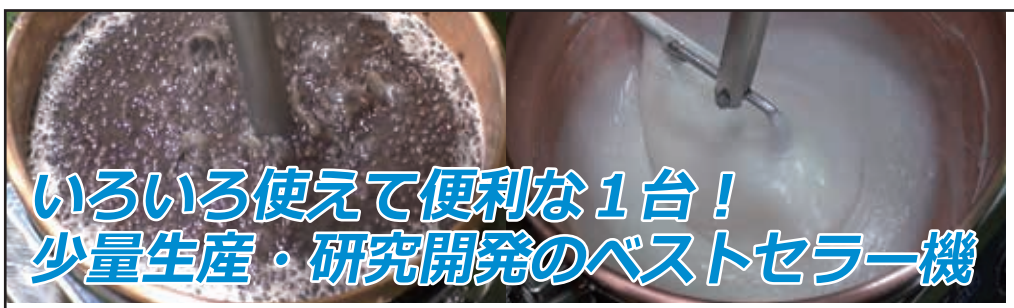
会議では槻谷青年部長より「先輩方が脈々と受け継いでくださった青年部が20年という節目を迎えることができました。第10期はお伊勢さん菓子博のお菓子の配布で、皆様よりお菓子を提供いただき、来場されたお客様に配布し、喜びを提供することができました。昨年8月に開催されました第9回全国和菓子甲子園では、当初100作品の募集を目標に掲げたところ、300作品を超える作品を集めることができました。皆様が各地域で学校におもむき、作品募集の案内を行って頂いた結果の賜物だと、心より感謝申し上げます。また、6年間全菓連青年部で過ごして、一人あるいは一社ではなしえないことを、全国の多くの仲間と活動できるからこそなしえる、と感じた次第です。私は地元で羊羹を作っていますが、饅頭、カステラ、金平糖など我々の先輩が様々な国から技術を学んで、日本の文化に合ったお菓子に昇華してきた歴史があります。菓子業界は、お菓子だけで完結する業界ではありません。様々な文化や歴史、技術全てに網羅してこそ、発展していくものだと感じています。我々がなすべきこと、なせることはまだたくさんあります。今後も皆様のお力添えを賜りながら、新たな全菓連青年部を築けるように邁進してまいりたいと考えています」と挨拶された。

次に農林水産省食料産業局食品製造課・松嶋課長補佐より「青年部の皆様は、菓子業界全体が活性化し、発展していくことを目指し、様々な活動を行っていると伺っています。特に、菓子の消費拡大の取り組みや、これから菓子の消費を担う子供たちとの交流など、それぞれの地域に根差した活動を展開していることに深く敬意を表します。今年はラグビーのワールドカップ2019日本大会が、来年は2020東京オリンピック・パラリンピック競技大会が開催される予定です。このようなイベントが開催され、訪日外国人の更なる増加が期待されています。昨年の訪日外国人は、3119万人と過去最高を記録しました。この方々が消費する金額は4兆5千億円、特に買い物に1・6兆円、飲食品に1兆円が消費されていると推定されています。お菓子の輸出も昨年248億円と過去最高を記録しました。人口減少期を迎えている我が国の国内需要が大きな伸びが期待できませんが、国内外の外国人の需要は大きく増加しています。こうした機会をチャンスととらえ、日本の菓子のおいしさ、彩りや繊細な味、センスのある包装など、すばらしい魅力を十分発信していただき、菓子業界の更なる飛躍に向けて取り組んでいただければと考えています。今年、大きな転換期を迎える動きを紹介します。一つは消費税が本年10月から、我が国初めて複製税率制度が導入される予定です。農林水産省としても、この制度が適切に理解され、円滑に導入が図られるよう政府一体となって、様々な支援策を講じますので、引き続きご協力を賜りたいと存じます。次に外国人の労働の関係があります。昨年の臨時国会におきまして、入国管理法が改正され、新たな在留資格が創設されました。飲食料品製造業という形で、一定の専門性の技能を有する外国人を雇用できるようになります。4月から制度がスタートしますが、農林水産省としても、即戦力の外国人を受け入れる必要な準備をしてまいりたいと考えています」と挨拶された。

次に㈶製パン製菓機械工業会増田理事長より「昨年11月には恒例の、全菓連青年部の皆様と当会青年部の意見交換会を開催し、交流を深めさせていただきました。人材育成の機会として、将来に向けた機器開発のヒントを得る有意義な場となりました。全菓連青年部が主催で開催された、全国和菓子甲子園の活動報告もあり、将来の菓子業界を担う人材を発掘する場として、大変意義深い場と感心をしました。今年は5月に新天皇即位と改元、それに伴う10連休があり、お祝いムードが一気に高まると思います。また、秋に行われるラグビーワールドカップや来年に迫った東京オリンピック・パラリンピック等、大きなスポーツイベントが立て続けに開催され、たくさんの方が海外から日本に来られると思います。インバウンドの商品に大いに期待したいと思います。一方、消費税の増税や、深刻な人手不足、原材料の高騰などの影響により、景気はなかなか良くなる実感がありません。加えて国際情勢は米中の貿易摩擦、景気観による中国経済の変調、ブレグジットや目前に迫る欧州情勢など、先行きが不透明になっています。しかし、私たちの使命は、消費者の皆様に安全で安心なおいしいお菓子をお届けすることだと思っています。日本の隅々までおいしいお菓子がお届けできるように、機械メーカーは皆様とともに貢献をしてまいる所存です。2019モバックショウの開催テーマは『つながる技術、広がる美味しい笑顔』です。時代の嗜好にあった新商品の開発、生産現場の人手不足の解消、食の安全安心の実現、魅力的な売り場づくりなど、菓子業界の新たなイノベーションにつながる新製品・新技術を多数展示しています」と挨拶された。

役員総会の議事では、お伊勢さん菓子博において青年部のお菓子を集め、袋詰め配布したこと、昨年8月21日に大阪で第9回全国和菓子甲子園を全菓連青年部20周年記念事業として開催したことなどが報告された。次に第11期の青年部役員の紹介（別項参照）があった（2面に続く）。

◎**第11期役員**（敬称略）
○松田明（部長）
○長谷川浩一郎（東北・北海道ブロック長）
○鈴木豊（関東・甲信越ブロック長）
○戸塚裕一（中部ブロック長）
○津田陽輔（近畿ブロック長）
○岡澤孝浩（中・四国ブロック長）
○大串久昭（九州ブロック長）



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

（1面より続く）

第10回 全国菓子工業組合連合会 青年部全国大会

第10回 全国和菓子甲子園 決勝戦は8月20日

テーマ「新元号にちなんだ和菓子」

松田次期部長より「親会と青年部の違いを考えると、我々青年部だからこそできることがあると思います。その一環として、青年部主催の全国和菓子甲子園がスタートしました。まず軌道に乗せたい思いはありますが、チャレンジ精神を忘れてはならないと思います。安定して運営することが第一だけど、将来、世界の高校生が和菓子職人を目指して日本で世界大会を行う流れになったら、楽しいと思います。他に近畿ブロックの事業で、3月にフィリピンのカバンカラン高校で和菓子体験、SMシーサイドモールで和菓子・お茶・お寿司・人形・邦楽など、和菓子をメインに日本文化の総合的な催しを開催します。近畿ブロック以外の方も参加する事業になりました」との挨拶があった。

続いて、退任される槌谷部長、田村副部長、佐藤会計幹事、木内監事に齊藤理事長より感謝状が授与された。この後、第9回全国和菓子甲子園の報告として、当日の様子の動画を放映した。松田ブロック長より「当日、NHKの取材があり、関西圏でニュースとして放送されました。担当の方は2年前にも取材に来られ、高校生の熱意を届けたかったのですが、責任者にその思いが伝わらず、編集でカットされ、悔しい思いをしたことを話してくれました。昨年は、最初から責任者に交渉して5分という尺を取ることができたそうです。実際に見てもらえれば高校生の一生懸命な姿がわかると思うので、業界以外の方がそう思っていただけるのは素晴らしいことと思いますし、これからも続けていきたいと思っています。優勝されたおかやま山陽高校の生徒に話を聞くと、将来和菓子職人になりたいと話していました。第1回和菓子甲子園に出場された方も和菓子職人になった事も聞いています。未来につながることを行っていますので、もっと繋げていきたいと思います。そのために、和菓子甲子園の実行委員会を立ち上げ、メンバーとして10期と11期のブロック長、そのほか外部の方も入れる予定です。実行委員長として、津田次期近畿ブロック長にお願いしました」と挨拶ののち、津田実行委員長より「決勝戦は8月20日、大阪の辻製菓専門学校で開催します。テーマは『新元号にちなんだ和菓子』としました。この日程をもとに各青年部で、準備を進めていただけると助かります。皆様で作り上げる全国和菓子甲子園にしたいので、ご協力をお願いします」と挨拶があった。

続いて、褒賞制度審査発表会（別項）が行われた。その後「わがしごと」をテーマに稲葉基大氏（wagashi asobi）が講師となり、記念講演（以後掲載）がなされた。

交換会も実施された。

懇親会では、㈶日本製パン製菓機械工業会青年部の方々も駆けつけ、懇親を深めた。

第28回 優良経営食料品小売店等全国コンクール

㈶食品流通構造改善促進機構主催による「第28回優良経営食料品小売店等全国コンクール」の入賞店がこのほど決定した。同コンクールは独創的な経営技術を駆使し、優れた業績を上げている全国の中小の食料品小売店、また、食品流通の効率化、環境対策、地域活性化などを共同で展開する組合などを発掘し表彰する。菓子関係の受賞者は次の通り。

◎農林水産省大臣賞

▽小松屋製菓・小松裕勤氏（静岡県浜松市天竜区）

栃の実を独自の技術で現代に通用する商品にした。餡と純生クリームを栃餅で包んだり、洋菓子風に焼き上げ、商品アイテムを増やしているまた、店舗を改良し、静岡県が主催する地域のお店コンクールの優秀賞を受賞している。また、地元水窪の耕作放棄地で栗や黍などを栽培し、雇用創出を目指している。

◎農林水産省食料産業局長賞

▽アトリエプールヴー・鈴木哲雄氏（静岡県浜松市浜北区）

お客様の好みや趣味を聞き、また、手書きの図案からデコレーションケーキの製作をしている。また近隣農家で生産されたほうじ茶のプリンやイチゴショートケーキなども販売している。アメ細工やチョコレート細工を活用してアートケーキも作成している。

◎日本政策金融公庫総裁賞

▽ふじや菓子舗・藤田照氏（北海道北見市）

▽まんじゅや・疋田実男氏（静岡県湖西市）

▽御菓子司柏屋蔦城堂・森貞夫氏（大阪府富田林市）

▽有限会社赤門堂・福山暢生氏（佐賀県鹿島市）

◎（公財）食品流通構造改善促進機構会長賞

▽有限会社扇屋菓子舗・影森茂正氏（群馬県富岡市）

◎（公財）食品流通構造改善促進機構会長奨励賞

▽有限会社おき川・森敏明氏（埼玉県桶川市）

▽Café 木の実・豊田勇氏（群馬県高崎市）

褒賞制度審査発表会

○全菓連理事長賞

「大垣市制100周年記念給食用デザート菓子共同制作」大垣菓子業同盟会青年部

大垣市制100周年を記念し、地域に根ざした和菓子を開発し、小・中学生に提供することで、地域愛の向上を目指すとともに、組織の連携強化を図ることを目的とした。

地域の高校生がレシピを考案した給食を、小中学校で提供されることになった。その給食のデザートとして100周年記念菓を一緒に提供したいと、市からの依頼を受け、大垣菓子業同盟会青年部で商品開発を行った。

最初に各自で考案したお菓子を候補2品に絞り、行政関係者へプレゼンテーションを行い「水と緑のまち」というお菓子に決定した。

「水と緑のまち」は、米粉を使用した浮島製のお菓子で、中にチョコチップを加え、子供たちにも馴染みやすいお菓子に仕上げた。レシピを組合員に提供するとともに講習会を開催し、同じ原材料で複数社が製造できる環境を構築し、給食提供総数1万4千個を分担して製造した。

給食提供初日には、代表者3名が実際に小学校へ赴き、児童とともに100周年記念給食を食べ、子供たちが記念菓を食べ喜ぶ姿を共有した。

子供たちは非常に喜び、保護者からの販売の要望もあったので、日程限定でした。組合内部でも技術共有に成功したことで、今後のイベント時に組合で共同する環境を作ることができた。

水と緑のまち

○全菓連青年部部長賞

「地元高校生と連携したカンボジアにおける商品開発」徳島県菓子工業組合青年部

平成24年より、徳島商業高校と連携した様々な活動を行っている。今回、カンボジア日本友好学園内の工場で使用する「ヤシ砂糖」の製造について、カンボジアに2013年以降、10回以上渡航し、現地調査と様々なアドバイスを行った。

徳商生やカンボジア友好学園の生徒、カンボジア農家の「カンボジアの砂糖であるヤシ砂糖を広げたい」「カンボジアのことを多くの人たちに知ってもらいたい」「東京オリンピック・パラリンピック関連施設に、材料として供給したい」との思いから、青年部所属企業が、開発に協力したヤシ砂糖使用商品は、この2年間で生どら、カステラ、落雁、最中、バームクーヘン、蒸しまんじゅう、シュークリームなどがある。

契約した農家の2017年度のヤシ砂糖生産実績は、900kgであった。鍋や乾燥時に異物が入らないようコントロールことができる施設の導入と、製造上のアドバイスをした結果、衛生的で良質なヤシ砂糖を3トン生産することができた。

完成したヤシ砂糖の加工場

この活動を通して、連携する徳島の高校生たちの「和菓子」に対する認識の変化こそが、今回の連携活動の大きな成果であると考えている。専門家として若者たちに協力する中で、次世代の育成をするとともに、これからの和菓子の可能性を探っていきたい。

○優秀賞

「産・官・学連携 絆プロジェクト」京都府菓子工業組合青年部

○特別賞

・「和洋菓子講習会」神奈川県菓子工業組合青年部

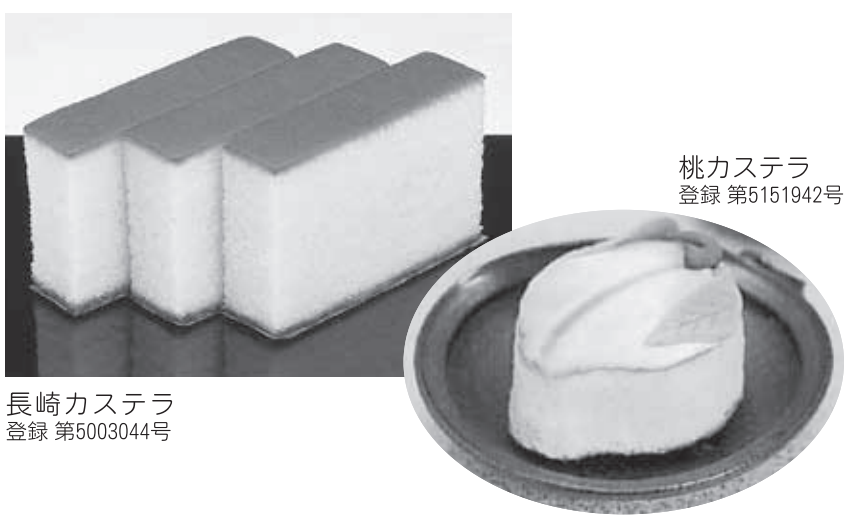
・「香川お菓子まつり」香川県菓子工業組合青年部

・「第46回・第47回大分県技能祭への参加」大分県菓子工業組合菓業青年会

訂正及びお詫び

本紙先月号におきまして、㈶日本製パン製菓機械工業会主催の2019モバックショウ（第26回国際製パン製菓関連産業展）の開催場所が誤って掲載していました。幕張メッセに訂正させていただくとともに、同会の関係者及び来場者に深くお詫び申し上げます。

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



桃カステラ
登録 第5151942号

長崎カステラ
登録 第5003044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

「HACCPの考え方を取り入れた菓子製造業における衛生管理計画作成の手引書」が完成

全菓連及び厚労省のホームページに掲載

かねてより作成を進めていた「HACCPの考え方を取り入れた菓子製造業における衛生管理計画作成の手引書」について、このほど厚生労働省の確認が終了し、全菓連のホームページ「お菓子何でも情報館」に掲載した。同手引書は本紙4月号とともに組合員に直接、配送する予定。それまでに必要な場合は、ホームページよりダウンロードする。方法は次の通り。

▽**掲載場所**

お菓子何でも情報館（http://www.zenkaren.net/）のトップページの新着情報内の「HACCPの考え方を取り入れた菓子製造業における衛生管理計画作成の手引書」もしくは「全菓連からの情報」の「HACCP支援法」の右端「HACCP制度化」をクリックすると以下のページがダウンロードできる。

○食品衛生管理におけるHACCPの制度化について：PDFファイル

○「HACCPの考え方を取り入れた菓子製造業における衛生計画作成の手引書」の利用方法について：PDFファイル

○HACCP考え方を取り入れた菓子製造業における衛生管理計画作成の手引書：PDFファイル

※手引書本体と参考書式が一体となっている。

○菓子製造業における衛生管理計画書式（事業所のタイプに応じて利用できる）

●製造・販売店舗一体型：PDFファイル：Wordファイル

●製造単独型：PDFファイル：Wordファイル

●販売店舗単独型：PDFファイル：Wordファイル

また、厚生労働省のホームページにも掲載している。https://www.mhlw.go.jp/content/11130500/000477817.pdf

卵及び卵製品に関する日本のEU第三国リスト掲載について

農林水産省は、厚生労働省と連携し、EU当局との間で、卵及び卵製品の輸出解禁のための協議を進めてきた。当局間の協議を進めた結果、卵及び卵製品に関してEU加盟国向けに輸出可能な国として日本が第三国リスト（※）に掲載された。これにより、マヨネーズなど、肉類及び日本産乳製品を含まず、卵の割合が50％未満である等の条件を満たす加工食品は、2月24日よりEU加盟国に輸出をすることが可能になる。

ただし、これは二〇二〇年11月末までの経過措置であり、21年1月からは、以下左に述べる施設認定が必要となる。

詳細な条件については、以下のURLを参照。http://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/EU.html

EU加盟国に卵及び卵製品を輸出するためには、今後、厚生労働省が対EU輸出施設の認定を行い、その結果を踏まえて、対EU輸出施設の認定等に必要な「対EU日本産畜産物輸出取扱要綱（仮称）」を作成する予定。

※第三国リスト：EU加盟国向けに特定の品目の輸出が可能な国・地域を掲載したリスト

に通知する必要がある。また、殻付き卵を輸出する場合は、その殻付き卵を生産している農場の農林水産省への登録が必要。

今後、EU当局と主に施設の認定要件等の公衆衛生分野に関する条件をさらに協議し、その結果を踏まえ

京都

近隣の方々の憩いの場

京菓工組青年部 カフェで菓子教室

1月19日、向日市物集女町にある手作りおばんざいのお店「キッチンつぶまる」にて、京都府菓子工業組合青年部は菓子教室を開催した。参加者は子どもを含む近隣にお住まいの方々11名。京都府中小企業団体中央会様からのご紹介。

「キッチンつぶまる」様は向日市近隣に住む女性6名で立ち上げたカフェ。小さな子どもを連れてゆっくりできる場所を作りたい、という想いから作る安全安心の食材を使った家庭的な味が好評となり、オープンして1年だが既に近隣の方々の憩いの場所となっている。

練り切り3品「桜」「菊」「青紅葉」を2組に分かれて青年部員の指導のもと作りあげた。参加者みなさん手際が良く、1時間ほどで練り切り3品が完成。出来上がったばかりの練り切りを食べながら、青年部部長島田氏による和菓子講座。色の付け方、練り切りの線の入れ方の関西関東の違い、練り切り・こなしのレシピを共有した。参加者の方からは家庭で和菓子を作る際の注意点など熱心な質問が多数あった。少人数での開催のため、青年部員と参加者のみなさんでの質疑応答、なぜ菓子屋をしているのか等、普段部員同士でも話さない様々な会話が続き、有意義な時間となった。

京都府菓子工業組合青年部広報・武中俊樹

キッチンつぶまる

佐賀

家族で老舗の味を守る

山里屋菓子老舗

佐賀県武雄市にある武雄温泉は、「肥前風土記」に記されているほどに歴史があります。そのシンボルの朱塗りの楼門は国の重要文化財に指定されており、この度100周年を迎えました。

楼門からつながる、通称「温泉通り」で、私は「山里屋菓子老舗」を営んでいます。家族だけで切り盛りしており、現在は7代目の私が跡を継ぎ老舗の味を守っています。

太白百合羊羹

雑貨屋として創業したのは天保年間（1830～43年）といい、170年を超えるほど。長崎街道（別名砂糖の道＝シュガーロード）筋ということもあり菓子文化が盛んなことから、3代目の頃は「角屋佐兵衛製」と言う屋号で商売をしていました。昔の地図を見たところ恐らくではありますが、長崎街道沿いの角に「角屋」とあり、そこに店を構えていたと思われます。4代目山口佐平より本格的に菓子作りを始め屋号は「山里屋」になり、現在の温泉通りに場所を移し、1917年（大正6年）には全国名産贈答品展覧会において「太白百合羊羹」を出品し「褒賞」を受けました。この「太白百合羊羹」を考案した4代目は非常に体が弱く、特に胃腸が弱かったこともあり、当時の漢方では百合の根が胃腸系に良いという事を知りそれをお菓子に利用できないかということで試行錯誤の末、百合の根を裏ごしして使用する「太白百合羊羹」が出来上がったのです。白生餡と百合の根を使うことで甘さを抑えた仕上がりであり、封を開けると、ほんのりと百合の根の風味が漂います。これが今でも当店の看板商品となっており遠方へのお土産やお茶請けにも御利用して頂いています。地元のお客様始め、観光のお客様にもご愛顧頂き、これからも老舗の伝統と味を守りつつ、家業に専念していきたいと思います。

佐賀県菓子工業組合武雄市郡支部支部長・山口恭弘

山里屋菓子老舗

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。
消防用設備
空調設備
給排水設備
昇降機設備
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
メンテナンス契約
セコム オンライン・セキュリティ 契約
①設備トラブル（オンコール）
設備のプロ
②対応指示
③現地対応
テクノ・オンコールセンター
①設備異常信号（オンライン）
警備のプロ
②対処指示
③現地急行
セコム・コントロールセンター
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

香川

かがわお菓子まつりin丸亀
学生と協力しお菓子のPR

平成30年12月1日・2日とボートレースまるがめ（競艇場）イベントスペースにて「かがわお菓子まつり」を開催しました。丸亀競艇では、定期的にお笑いライブやレンジャーショーなどのイベントが開催されており、舟券購入の他、ファミリーレジャーの場として活用されています。

この度の企画は丸亀市観光協会様から競艇場のイベントスペースを提供するので、お菓子イベントしませんか?といった依頼でした。同じ時期に香川大学のお菓子サークル「カガワメーカー」からスイーツマラソンをやりたいので、協力できないか?といった打診があり、お菓子まつりを合同開催する事になりました。香川県菓子工業組合では、物販コーナー・さぬき茶屋・手作り和菓子作り教室を企画。

お菓子を作る菓子組合会員と笠田高校の生徒

物販コーナーでは、組合員のお店のお菓子販売、全国和菓子甲子園応募作品販売、洋菓子協会にも出店して頂きました。

「カガワメーカー」からは、和菓子に関するクイズラリーを企画。学生さん達は、サンタクロースのコスチュームで、来場者にクイズラリー参加を促し、二日間で約500名の参加。クイズラリーの用紙には、アンケートの記入欄も設け（イベントを何で知ったか?どこから来たのか?気になるところはなかったか?…）今後のイベント周知や満足度の参考になる取り組みになりました。また景品に組合員のお店で使える商品券を発行し、イベントで自社を知ってもらい、後日各店舗に足を運んでもらおうという取り組みで企画した商品券は6割ほど回収できました。

さぬきかいもちロール

大学生に、お菓子のことや、地元製菓企業のことはもちろん、イベント運営というものを経験してもらえました。また学生が競艇場を使用してくれたということで、競艇場を主管する行政からも高い評価を得ることができました。

記念撮影

観光協会の企画のご当地アイドルとのコラボレーションでは、アイドルたちから商品を手渡してもらったり、甘味を席まで持って来てもらったりと、ファンの皆さんは普段とは違ったアイドルの接し方に大変喜んでおり、販売促進に大きな影響を与えてくれました。

地元の笠田高等学校さんと観音寺総合高等学校の生徒さん先生方は、テスト期間中にもかかわらず販売応援にかけつけていただきました…POPを自分達で作成し、限られた範囲で伝えることや、自分の想いやセールスポイントを言葉にすることなど、大変苦労が多かったものの、充実した時間を過ごせたと、みなさん笑顔で帰られたのが印象的でした。また英明高等学校の先生・坂出第一高等学校の生徒さんも自分達が考えた作品をお買い物にと立ち寄ってくれました。笠田高校の生徒さんとは実際に組合員の工場でお菓子を作り、大量製造も合わせて経験してもらい、卒業後の進路に関する理解度も深めて頂けました。今後とも継続して地域から必要とされる組合活動を行っていければと思います。

香川県菓子工業組合・田村正太郎

岩手

県産食材を取り入れた
和菓子講習会を開催

岩手県菓子工業組合（理事長齊藤俊明）では、去る二月二十七日、盛岡市大沢河原のマイスター日の本を会場に、五香・青柳店主の仲嶋真輝氏（千葉県）を講師にお招きし、和菓子技術講習会を開催した。

今回の講習会では、春の季節にちなんだ和菓子をはじめ、和菓子本来の持ち味を活かしながら、洋菓子の製法を取り入れた最新の各種創作菓子を学んだ。原材料には、岩手県内各地で生産されている食材をふんだんに取り入れた菓子が盛り込まれ、岩手県産米粉の他、赤ワイン、ゆず、リンゴなど、どれも身近な食材でもあり、参加者の興味を誘った。

ワインを利用した製品では、参加者より、洋菓子やゼリーの材料としてはお馴染みだが、今後は、和菓子製造へも積極的に取り入れて行きたいという声が寄せられた。

講師の仲嶋真輝氏

岩手県菓子工業組合では、和菓子講習会での反響を見極めながら、今後開催される予定の洋菓子講習会においても「県産食材の活用」をテーマとして取り上げる考えである。

齊藤俊明理事長は「私達の故郷、岩手県は食材の宝庫であります。コンビニや量販店と同じようなものばかり製造販売しても個性が無い。皆さんの地元にある県産の食材をお菓子へ活用し、より差別化、付加価値を高めた商品を各店で提供して頂きたい」と締めくくりの挨拶をし、有意義なうちに終了となった。

岩手県菓子工業組合・小沢仁

熊本

現代の名工
「お菓子のあさい」浅井茂宏氏

昨年の堤理事長の春の叙勲に続き、昨年11月には卓越した技能の保持者を表彰する本年度の「現代の名工」に、熊本県菓子工業組合専務理事の浅井茂宏氏が選ばれました。

「お菓子のあさい」は大正6年「浅井製菓」として創業。平成4年に氏が3代目として社長に就任。社名も「㈲お菓子のあさい」に変更しました。

日頃よりお菓子の素材にもこだわり、県産品を使った商品開発にも積極的で、平成29年に開催された第27回全国菓子大博覧会・三重では県産サツマイモや肥後小豆を使った「肥後しょると」が農林水産大臣賞を受賞しました。

また、熊本出身のアイドルがテレビ番組で紹介した「マロンタルト」を県外から買いに来るお客さんもいるなど、地元でも人気のお菓子屋さんです。

浅井茂宏氏

熊本県菓子工業組合では専務理事として常に理事長や事務局を支え、温厚で真面目な人柄は組合員や関連業者から大きな信頼を得ています。

「和菓子の文化を多くの人に広げたい」と家業のかたわら、老人ホームでお年寄りに和菓子の慰問をしたり、熊本県内各地で開催される技能祭ではお菓子教室で一般の方や子供達にお菓子作りを教えるなど和菓子の普及に貢献しています。

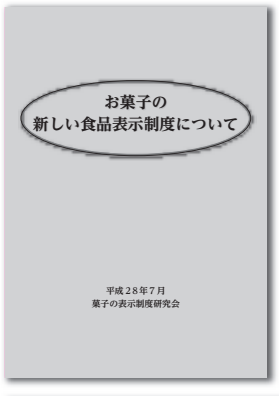
現在地元の高校の製菓コースで授業を行っている他、来年熊本で開校する職業訓練短期大学でも講師をつとめるなど、後進育成にも積極的に尽力しています。

卓越した繊細な菓子製造の技術のみならず、そのような地域貢献や後進育成への取り組みも評価されました。

今後も趣味の詩吟を楽しみつつ、たゆまぬ技の研究と昔ながらの伝統を引き継ぎながら、おいしく安心のできる、お客様の立場にたったお菓子作りを心がけて、まだまだ現場に立ち続けたいと意欲満々です。

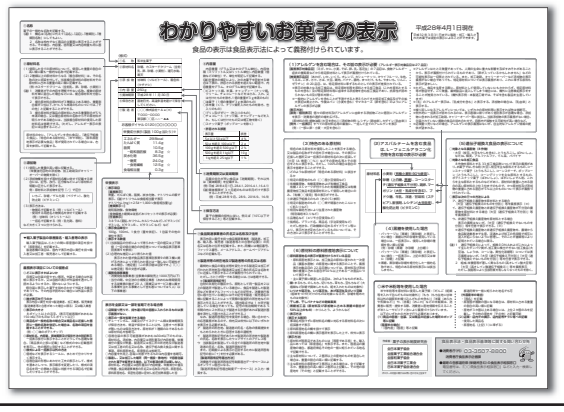
熊本県菓子工業組合事務局・野田尚美

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

東京

東京都菓子工業組合・東菓工協力会「新年合同懇親会・新春講演会」の開催

講演会

「社員の可能性を信じる ～コロンバン挑戦の軌跡」

㈱コロンバン代表取締役社長 小澤俊文氏

毎春恒例の東京都菓子工業組合・東菓工協力会「新年合同懇親会・新春講演会」が平成31年2月26日（火）に、上野「精養軒」において開催されました。

上野公園の桜も小さな蕾をつけ、春の到来を思わせるような穏やかな日和でした。

今年の新春講演会にお招きした講師は、我々の仲間でもある、名門㈱コロンバン代表取締役社長の小澤俊文氏です。

「社員の可能性を信じる～コロンバン挑戦の軌跡」というテーマでご講演頂きました。

㈱コロンバンは、日本人で初めてフランスで菓子について学んだ初代門倉社長が大正13年創業という、洋菓子界屈指の老舗ですが、小澤氏が銀行から来られた2004年は、長きにわたり、業績が最も厳しい時期にあったそうです。監査役に就任され、三か月間は資料をひたすら読まれたそうです。2年後には代表取締役社長に就任されました。再生・改革に着手する際、まず取り組んだのは現状分析だったそうです。今でも常にノートを持っていらっしゃいます。その中から、改善すべき340項目をリストアップして、次々と改善策を打ち出し実行に移していかれました。増収による再生実現化に向けて、元銀行マンらしく数値の見える化、商品開発、販路の拡大等に取り組み、確かな道筋をつけていかれました。

マーケティング手法を駆使して、東京駅でチョコレート商品が少なかったことからヒット商品となった「東京サクサクチョコ」を皮切りに、原宿の名を冠した原宿スイーツを次々とヒットさせました。現在、苦境から脱し、右肩上がりの業績を積み上げています。

リスクの分散化として、販売マーケット毎に8つの課に分け、一極に集中しないように心掛けているそうです。

小澤俊文氏

埼玉県加須市に最新鋭の工場を作り、海外進出を睨んで、米粉を使用したグルテンフリーのクッキーを作れる工場が名古屋にあります。

まさに、名門老舗ならではのかけがえのない技術に支えられ、埋もれていた製品が、小澤社長の手腕により、新しい時代に蘇ったということでしょうか。

長きに亘り生き残ってきた企業だけが持つ価値が、再度見直されたのだと思います。

今回も約100人の会員が集まりました。

小澤社長に、この厳しい時代の中で生き残っていく上での大きな力を頂いたと、参加した全員が思ったのではないでしょうか。当日は風邪で体調が悪い中、熱くご講演頂き、心より感謝申し上げます。

階を移動しての懇親会には、来賓として、全国菓子工業組合連合会専務理事山本領氏並びに事務局長渡辺嘉一郎氏、商業組合首都圏お菓子ホールセラーズ副理事長小黒敏行氏、並びに事務長三田明子氏、一般社団法人菓子・食品新素材技術センター理事熊谷晶子氏をお迎えして行われました。

東菓工・協力会併せて、77社100名の参加を頂きました。東菓工理事長・三黒製菓㈱取締役会長黒川耕次氏、協力会会長・寺本製菓材料㈱取締役社長寺本眞一氏にご挨拶頂きました。厳しい時代を乗り越える為に、なお一層の協力をとお二人ともご挨拶の中に込められました。

乾杯の音頭は㈱愛工舎製作所代表取締役会長牛窪啓詞氏です。高らかなご発声で懇親会がスタートしました。合同での催しが増えてきたので、確実に輪は大きく広がっています。

上野「精養軒」のおいしい料理に舌鼓を打ち、旨酒に酔いしれた頃、早くも中締めとなってしまいました。ご発声は、江戸の粋を全身に纏った東菓工筆頭副理事長のマルエ製菓㈱取締役会長江川清志氏です。今年一年が皆様にとって明るい年となりますようご祈念頂き、二本で締めて頂きました。

今年が菓子業界にとって良い一年となりますことを心よりお祈り申し上げます。

東京都菓子工業組合副理事長・中谷製菓㈱・中谷光基

愛媛

岐路に立つ和菓子業界 時代の流れに追い込まれ

先日、和菓子の事を調べようとネットで和菓子屋と打つと、和菓子屋廃業の文字が出てきて驚きました。時代の流れと言ってしまえばそれまでですが、今、何百年も続いてきた和菓子屋をはじめ、多くの和菓子屋が廃業に追い込まれています。いや、和菓子屋だけではなく、一頃、市内のそこかしこに出来ていた洋菓子屋も苦境に立たされているといいます。

みんなの生活展

愛媛県菓子工業組合では、松山市が主催する「みんなの生活展」（写真参考）に参加したときにアンケートを採り、あなたはいつもどこで和菓子を買いますかという問いに対し、ダントツで多かったのが、コンビニ、スーパーでした。かつては、和菓子のお店に足を運んでいたのが、身近なコンビニやスーパーでリーズナブルな価格でおいしい和菓子や洋菓子が買えるため、余程その店の菓子でないと駄目だというオリジナリティーがないと、お客さんがわざわざお店まで足を運んでくれなくなっています。

「携帯不況」という言葉をきいたことがあります。つまり、猫も杓子も携帯を持ち、中高生はもとより、最近は小学生までが携帯で親と連絡をして携帯代がかさみ、今までお菓子などの購入に充てられていたお金が携帯代に消え、消費が落ち込んでいるのを携帯不況というのだそうです。いずれにしても、こうした消費動向の変化で、かつて不況に強いといわれていたわれわれ菓子屋が苦戦を強いられているのです。

また、もう10年以上も前になりますが、私の住んでいる愛媛県松山市は、お雛祭りを3月3日ではなくて、旧暦の4月3日に行っていますが、ひと昔前は、3月の彼岸から4月3日のお節句にかけては、もう体がもたないくらいの忙しさで活気がありましたが、ある年から急に節句の注文が極端に減り、今年はどうしたんだろうと思っていると、その年以降、節句の忙しさが段々となくなっていきました。

廃業した和菓子屋さんの中には、後継者がいないというお店が多いですが、中にはなんとかしなければというので、借金をして設備投資をしたが駄目だったという話も聞きました。それぞれのお店で事情がちがうと思いますが、私個人は、今は流れに身を預け、店を大きくしないという経営戦略があってもいいのではないかなと思っています。

東京オリンピックの翌年2021年、何かとんでもないことが起こるような気がしています。

その話は後日。

愛媛県菓子工業組合副理事長・白石恵一

三重

まだまだ人気で新商品デビュー いせわんこ抹茶アイス最中

第27回全国菓子大博覧会・三重（お伊勢さん菓子博2017）も早いもので、大成功に終わり約2年の月日が経ちました。私も三重県菓子工業組合桑名支部長としていろいろな面で微力ながらご協力をさせていただきました。

また、開催前から博覧会のマスコットキャラクターのいせわんこが、全国菓子大博覧会を盛り上げようと全国を駆け巡ったり、テレビ・新聞・ホームページ等で頑張っていました。その後、三重県菓子工業組合は商標権を所有し、この度、いせわんこもなかの新商品パッケージ製作といせわんこを形取った最中を開発されました。

いせわんこ抹茶アイス最中

桑名市菓子業組合主催で恒例のイオン桑名店の催事も定着してきましたのでお客様が楽しみに待って頂けるようになってきました。そして今回のイオン桑名店の催事（1月26日・27日）にいせわんこ抹茶アイス最中が、デビューしました。

1月27日は、いせわんこ本人もいせわんこ抹茶アイス最中のPRに、来て頂き会場を盛り上げていただきました。さすが、いせわんこの魅力はまだまだ健在で、お子様がたくさん近づいてきて握手をせがんだり一緒に写真を取ったりと、大変忙しく対応をしていました。1月の寒い時期でしたが、おかげでいせわんこ抹茶アイス最中も大変好評で販売数もうなぎ上りになりました。さすがいせわんこでした。

これからも、桑名市菓子業組合の催事および三重県菓子工業組合の催事には、ぜひいせわんこも参加していただけると、催事も盛り上がりますのでよろしくお願いいたします。

まだまだ人気のいせわんこですので本人も元気いっぱいですから、三重県以外の催事にもぜひお声がけください。

三重県菓子工業組合桑名支部長・御菓子司 保々屋・相馬泰夫

宮崎

20種類のさつまいものお菓子
みやざきのおいも屋さん㈲武田製菓

宮崎市の春を告げるイベント、プロ野球とJリーグの春季キャンプが始まりました。宮崎は多彩なスポーツ施設がありプロ、アマを問わずあらゆる競技のチームがキャンプ、合宿、トレーニングに利用されています。

その中の福岡ソフトバンクホークスのキャンプ地「生目の杜運動公園」に足を運びホークスビレッジ25店舗が立ち並ぶ球場周りに、開設当時より毎年出店している「みやざきのおいも屋さん㈲武田製菓」の社長にお話を伺ってきました。

昭和30年創業以来、二代目として芋かりんとう一筋の製造でしたが、数年前よりさつまいも以外の加工も始め、今では20種類のさつまいものお菓子の製造販売となっています。㈲武田製菓の商品は空港をはじめとして百貨店や観光地の売店に置かれており、県や市の主催する各種物産展事業に参加し、作りたての芋かりんとうやいもっ柱などを量り売りしています。

一押しの「かりんとう」は素材の味を生かすため、原材料はさつまいも、菜種油100%、砂糖のみでアレルギー除去食品としてお子様にも安心してお召し上がりいただけます。

「おいも屋さんのすいーとぽてと」はさつまいもの配合を増量、バターや砂糖を少なく感じる自然な甘さで、従来のスイートポテトと石焼いもの中間の味を楽しんでいただけます。昨年よりこのすいーとぽてとをパイ生地で包み「おいもパイ」も誕生し人気商品に加わりました。

「いもっ柱」は大きくカットしたさつまいもを菜種油で揚げ、溶かした砂糖とごまをからめたお菓子で、甘い香りと艶でおいも本来の食感が楽しめますが、残念なことに店頭販売のみとなっています。

これら原材料となるさつまいもは厳選された100%宮崎産のものです。今ではネットでの地方発送も可能となっています。

10年ほど前に体調を壊された武田社長ですが、将来の夢や商品のことをにこやかに語っていただきました。これからもあちこちの実演販売会場にて、奥様との二人三脚で頑張られるみやざきのおいも屋さんをどうぞよろしくお願いします。

宮崎県菓子工業組合事務局・大西みつ子

武田社長

おいも屋さんのすいーとぽてと

いもっ柱

新潟

小学生のアイデアが商品に！
地域連携で特産品をPR

新潟県胎内市特産のサツマイモ品種『べにはるか』をPRすることを目的に、地元の小学生が考案するべにはるかを使用したスイーツのアイデアコンテストを実施、2019年1月24日に表彰式を開催した。本事業は市と商工会、菓子組合、飲食店組合などが協力して毎年開催している。

市内小学生からイラストでべにはるかスイーツのアイデアを募った結果、391点の応募があり、その中から選考されたタルトやプリンなど12点を、同市でべにはるかの普及を目的に毎年開催されている『2019べにはるかスイーツフェア』に参加する市内協力店がそれぞれ試作。当日は、実際に製品化した物が集まり、関係者やメディア向けにお披露目会や試食会が開催され、その後、入賞した小学生たちに市内菓子組合長より記念の盾が授与された。受賞した小学生たちからは「思い通りにかわいくできていた。嬉しい」などと喜びの声が上がった。

また、参加店舗からも固定概念に捉われない子どもたちの自由な発想の面白さに感心する声も聞かれた。今回の受賞商品は、2月15～28日に開催されたスイーツフェアにて実際にそれぞれの店舗で販売され、好評を博した。

本事業は市の各団体が連携して特産品のPRを行なうだけでなく、市内小学校との連携もあった事で様々な層からの関心を集める事が出来たため、市の特産品のPRを通じて、しっかりと各店舗のPRにも波及するなどの効果を得る結果となった。

以前より、胎内市ではJAとも協力をしながらべにはるかのペーストを製造し、各菓子店や飲食店の新たな商品開発に繋げたり、スタンプラリーなどを実施し消費喚起につなげる動きを行なっており、これに対して連携を図ってきた。昨年度はアイデア化された商品が人気を博し、そのまま定番商品として期間終了後も販売をする店舗が出たケースもあり、胎内市菓子組合としても一過性で終わらない継続的な効果を期待するとともに、今後も各団体と協力をしながら特産品PRに努め、市内の菓子店の発展に繋げていけるよう持続的に取り組んでいきたい。

新潟県菓子工業組合胎内支部長・久世正隆

べにはるかを使ったスイーツ

べにはるかを使ったスイーツ

スイーツアイデアコンテスト表彰式

株式会社 波里
玄米も上ごき
新ち米
冷凍白玉もち
な米粉
ま粉粉粉粉
各種製菓材料取り揃えております。
URL　http://www.namisato.co.jp　本社工場　栃木県佐野市村上町903　TEL.0283-23-7331　FAX.0283-23-5401
東京営業所　東京都千代田区岩本町1-8-16　TEL.03-3851-7331　大阪営業所　大阪府大阪市淀川区西中島7-7-2　TEL.06-6307-7331

栃木

いちご王国・栃木
ニーズに対応し新品種開発

Strawberry Kingdom 栃木 いちご王国

栃木県は、昨年1月15日「いちご王国・栃木の日」を宣言し、知事を先頭に多くの団体が参加して栃木県内をいちごのイベントで盛り上げました。また、今年度は「いちご王国・栃木」全国展開を目指し、県内だけではなく首都圏や関西圏においてもイベントを行い、栃木のいちごの魅力を発信しました。

栃木のいちごは、昭和30年代より急速に広がり現在とほぼ同じ600haの栽培面積になり、その後は「株冷蔵」や「高冷地育苗」などが開発され出荷時期が春から2月へと早まりました。昭和60年に「女峰」が登場しクリスマス期からの出荷が実現し飛躍的に需要も拡大しました。

現在「栃木県農業試験場いちご研究所」を設置し、時代のニーズに対応した新品種を開発しております。まず代表的な品種として「とちおとめ」は甘味と酸味のバランスが良く果肉がしっかりしていることから東日本を中心に広く支持されております。又「スカイベリー」は果実が極めて大きく美しい果形から、贈答用向けの品種として栽培されております。

次に「とちひめ」は、大粒で甘味が強い反面、果肉が柔らかくとてもデリケートで市場には出回らず、いちご狩りや直売用の品種として栃木でしか味わえない幻のいちごもあります。そして、今まで夏場にはない時期に適した品種として「なつおとめ」があり、暑い夏でも日持ちが良く、酸味もあり主にケーキ用のいちごとして出荷されております。

この様に、栃木のいちごはいろいろな品種を開発し、一年中楽しめるいちごを提供し、いちごの生産量も50年連続日本一を続けております。

これからも、栃木県が「いちご王国」として関係機関、団体等と連携して次の50年、100年にわたって発展していくよう努力しております。

栃木県菓子工業組合理事長・斎藤高蔵

とちおとめ

スカイベリー

とちひめ

なつおとめ

兵庫

姫路菓子組合（姫路支部）
設立百周年をむかえて
～姫路城とお菓子～

姫路菓子組合（姫路支部）は大正7年の設立以来百周年を迎えたのを機に、平成30年11月15日（木）に姫路商工会議所にて石見利勝姫路市長をはじめ兵庫県・姫路市・姫路市議会・姫路商工会議所などからの来賓を交え、組合員や賛助会員など八十余名が出席し「組合設立百周年記念式典ならびに祝賀会」を盛大に開催しました。

姫路市は兵庫県南西部に位置し、南は瀬戸内海に面し北は中国山地を背に気候温暖の地であり、旧国名「播磨」13市9町あり、現在は中核市として人口は53万余人を数えています。

JR姫路駅と向かい合う大手前通り1キロメートル先には、平成5年に法隆寺とともにユネスコの世界文化遺産国内第1号として登録された国宝姫路城が威容を誇っています。

江戸時代、関ヶ原の戦いの後、慶長5年（1600年）に徳川家康の女婿池田輝政が姫路城主となり、豊臣秀吉が築いた三層の城などの大改築に着手し、慶長14年（1609年）五層七階の大天守をはじめ三つの小天守を渡櫓で結ぶ連立式天守をいただく姫路城を完成させました。

江戸時代後期、姫路藩主酒井家歴代当主は教養人であり、茶の湯を好まれたことから姫路城下の文化は大いに発展したが、藩の財政は厳しいことから家老河合寸翁は藩政改革を行うとともに諸国の物産を城下に集積し、商業を盛んにしました。産業振興の一環として菓子作りを奨励、職人を江戸・京都や長崎にまで遣わし菓子製造を習得させました。和菓子作りでは、11代将軍徳川家斉公の息女喜代姫が酒井忠学（姫路藩5代目）に婚入れの慶事に「銘菓玉椿」が誕生し、酒井家の御用菓子としました。明治維新後は一般に買い求められるようになりました。また、長崎に派遣した職人は油菓子などの技術を修めましたが、上菓子以外は白砂糖が使用できないため、黒砂糖や水飴など使い、寺社詣の途路に雑菓子として買い求められていました。

明治維新となり、酒井姫路藩は幕を閉じ、明治7年姫路城内に歩兵第十連隊の配置にはじまり、明治31年には第十師団指令部が設置され、姫路の町は軍都と化しました。地方よりの面会に訪れ、お土産に菓子を求める方々で賑わい、姫路の町は菓子づくりの店が軒を連ねました。

大正期に入り、国内のみならず朝鮮・台湾・支那（中国）などに移輸出が盛んとなりました。姫路市の要請により大正7年5月に重要物産同業組合法に基づき、菓子関係者175名による「姫路菓子同業組合」が設立されました。

大正期より昭和初期にかけ、隆盛を極めました姫路菓子は、先の大戦では姫路市中は焦土と化し、菓子業者は雲散霧消のなか終戦となりました。その後、物価統制令が解除され、姫路市民の甘味渇望で休眠状態であった菓子業界の先輩たちがこの苦難の道を乗り越えられ、再び活況を呈しました。

平成元年、姫路市制百周年記念に姫路城周辺において「シロトピア博覧会」が開催され、姫路菓子同業組合も協賛し好評を得ました。

平成20年春には国宝姫路城築城400年記念として全国菓子大博覧会が同城周辺で開催され、92万2千人に来場いただき、大盛況裡に幕を閉じましたが、テーマ作品「姫路城・白鷺の夢」（姫路城の縮尺50分の1）は連日2時間待ちの長蛇の列で人気の的であったことが思い起こされます。

博覧会翌年の平成21年より毎年秋には大手前公園において、兵庫県菓子工業組合と姫路菓子組合共催で「姫路菓子まつり」を実施しています。なかでも「匠の館」では、県内菓子技能者ならび製菓専門学校の学生による力作の工芸菓子30点ほどが来場者の足を止め、感嘆の声があがります。館内では練り切り菓子作りにも人盛りで買い求める客が絶え間ない状態です。その他、児童絵画など数多くの催しがあります。毎年5日間開催で平成30年に第10回目を迎え、連日好天に恵まれ実り多い年となりました。

姫路菓子組合顧問・町田榮一

姫路城・白鷺の夢

カシオ計算機の「SANBOH販売管理」
中小の菓子製造・販売業の事務合理化
軽減税率にも簡単に対応

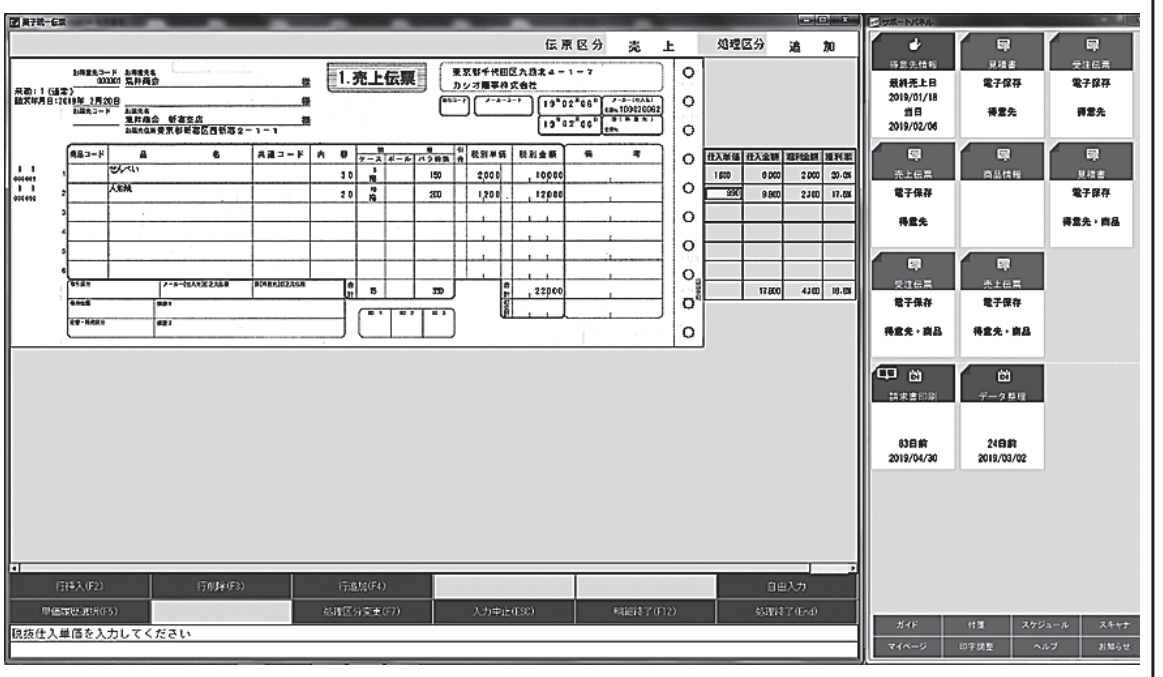
菓子製造・販売業も取引の増加に伴い、納品書や請求書発行をはじめとする事務作業の効率化や、データ管理・分析による売上や粗利の管理が経営重点課題となる。加えて10月からは軽減税率制度が実施され、食品販売を行う事業者にとって、それらへの対応は欠かせない。

そのような課題を解決できるのが販売管理システムであり、例えば、これまで中小企業向けに販売管理システムを開発・販売してきたカシオ計算機（本社＝東京都渋谷区）では、区分記載請求書対応の新たなシステム「SANBOH販売管理」（https://sanboh.casio.jp/）を提供している。これは、ユーザー自らが伝票書式を編集でき、得意先の指定伝票にも簡単に対応可能な販売管理用ソフト。業務内容に応じてローカルとクラウドに環境を分け、利便性を追求している。さらに未収金の発生や在庫の欠品リスクなどを知らせる「サポートパネル」や、膨大なデータを瞬時にわかりやすいグラフにして分析できる「BIツール」などで、菓子製造・販売業の様々な課題を解消できる。

「SANBOH販売管理」は、ソフトを端末にダウンロードして使用し、データはクラウドで管理する。月額利用料は9800円（税別）。データの入力・取込みなどはメインの端末で行うが、外出先でも受注入力や在庫などの情報照会ができるので、取引先からの急な要望にも対応できる。税理士やコンサルタントも専用アカウントを通じてリアルタイムでデータを確認できるので、経営相談もしやすい。

また、使用頻度の高い400種類以上の豊富な伝票書式データベースを備えているだけでなく、ユーザーが伝票書式を編集できるので、スーパーマーケットや百貨店、ホテルなどに多い独自の指定伝票にも簡単に対応。得意先への販売～請求などの売上管理をはじめ、仕入～支払などの仕入管理、さらに在庫管理までも普段使っている伝票のかたちで入力するだけで可能だ。

加えて、過去の取引データは「電子帳票」として保存されているので、検索したい項目が含まれるエリアを枠でくくり、値や商品名を入力することで、スピーディーに過去データが確認できる。



軽減税率導入へのサポートも充実

軽減税率制度の施行は、中小食品取扱い業者にとって従来以上に事務処理業務が煩雑になることが予想されるだけでなく、4年後に導入される適格請求書等保存方式（インボイス制度）も見据えた対策が必要となってくる。

その中で「SANBOH販売管理」は、ソフトをバージョンアップするだけで、消費税率の引き上げと食料品への軽減税率にも対応でき、手間がほとんどかからないのもポイントだ。また、同社ではインターネット上で閲覧できる食品業界向け経営支援ポータルサイト「SANBOH TOWN」（https://sanbohtown.casio.jp/）を運営しており、軽減税率制度で取るべき対策やHACCP導入のポイント、事例など経営に役立つ情報を発信している。さらに、軽減税率対応に関するセミナー・勉強会の実施について食品関連団体や組合等の要請に応じている。このセミナー・勉強会では制度の概要だけでなく、中小企業が取組むべき対策を中心に構成されている。

（「SANBOH販売管理」の詳細および軽減税率セミナーに関する問合せは同社SMB営業部＝TEL03・6316・4734まで。）

素晴らしき銘店を訪ねて

【36】

尾関 勇

古見屋羊羹

美作（みまさか）という地域をご存知でしょうか？現在の岡山県北東部にあたり、古来より美作国と呼ばれた地域のことです。それにしても、なんとも美味しそうな響きです。それもそのはず、大きな河川が流れる盆地を中心に農業が盛んな地域でもありました。

その中央部の落合という地域が現在の真庭市になりますが、不思議なことに羊羹が独特の型で発展し、今も古のスタイルで残っている珍しいエリアです。その地で最初に羊羹を作ったといわれているのが1764年（明和元年）に創業された古見屋羊羹さんです。

高瀬舟羊羹という商品は、かつて運搬の主流をしめていた高瀬舟の姿を模しているところからのネーミングのようですが、独特なのは舟型の容器に生の羊羹が流し込まれ、一口サイズで食べられるところです。羊羹の表面がまるで蓋をするようにカリっと糖化したところが食べ頃とされていて、羊羹の餡が呼吸した息づかいが感じられます。しっかりとした味わいながらついつい幾つでも口に運んでしまう後味の良さがファンを引きつけてやみません。もちろん、現代では脱酸素の袋で日持ちがするようになってはいるのですが、よくある充填式の羊羹と違ってどこか懐かしく味も美味しくいただけます。表面全体を糖化させた大きな一枚板の『田舎羊羹』も羊羹舟に流し竹皮に包んだ昔ながらのタイプで、独特な風情が魅力を放っています。

現在のご当主である福島さんは9代目あたり、屋号の由来は隣の古見村から移り住んできたことに由来するそうです。250年以上にわたる地域の歴史が詰まった名店と言えるでしょう。観光地としては地味かもしれませんが風光明媚で素晴らしいエリアですので倉敷などと合わせてご旅行されてはいかがでしょうか？

全国菓子工業組合連合会
会員様用OEMのご案内

菓匠かりんとう

近年流行している、細身の高級感あるかりんとう。
質の高い原材料にこだわり、様々なフレーバーのかりんとうを開発いたしました。出来るだけ国内産の原料を使用し、今回の6種類には特色あふれる材料を生地や蜜に練り込みました。スタイリッシュでもありながらも老舗店の売り場に馴染むオリジナルデザインのパッケージでお届けします。

・1種類12袋で1ケース
・取り混ぜて10ケースから発送いたします
サンプル品（有償）もご用意いたしております

お申し込みは各県菓子工業組合へお願いいたします。

株式会社アンゼン・パックス

フレーバー全6種
1種類12袋、取り混ぜ120袋の小ロットから
1袋50g入

ー とこしえ味噌 ー
長期熟成させた米味噌を使用
奥深い味わいに仕上げました

ー 完熟メロン ー
生産量日本一の茨城メロン
その茨城メロン果汁蜜を使用

ー 朝摘みいちご ー
鉾田市「村田農園」の苺を丁寧に
裏ごしし蜜に加え仕上げました

ー あまさけ ー
「月の牛酒造」の熟成酒粕を
生地と上掛け蜜に使用した一品

ー 雫うめ ー
梅干の老舗 吉田屋の梅干の
美味しさをかりんとうにしました

ー 常陸秋そば ー
名店「月待ちの滝もみじ苑」の
上質なそば粉で仕上げました

お菓子屋の経営改善

その①

山本 昌仁 氏（たねやグループCEO）

全菓連では、全国組合幹部研修会で山本昌仁氏（たねやグループCEO）を講師に迎え「お菓子屋の経営改善」をテーマに講演を行いました。

修行時代

和菓子舗としてのたねやは、明治五年、近江八幡に創業しました。江戸時代には材木を商い、商いには常に浮沈というものがありますから、その後は種苗を扱う、すなわち、文字通り「たねや」を生業としていたのですが、廃藩置県の翌年、菓子屋をはじめたというわけです。その経緯はよくわかりませんが、近所でよく知られ、また親しまれて来た店の名はそのまま「たねや」としたということです。私で四代目になりますが、先代や先々代のころは、お菓子を扱うのになんで「たねや」なのだと、ずいぶん恥ずかしい思いをしたようです。だから、甘味と大きく書き、小さく「種家」というような看板を出したりしたこともあったようです。この私でも物心つき始めたころ、なんで菓子を作って「たねや」なんやと思ったことがあります。しかし、今思えば、この「たねや」という三文字は語呂あいから見てお菓子の素材のほとんどがこの「たね」に源があるという点でとても良かった。すなわち、種がなければお菓子づくりは不可能だということです。そのような意味からも、経営に関わってくる何か大きな方針というか、経営の道のようなものをひそかに持ち合わせているような気がします。非常に感覚的な判断ですが、平仮名であるのもやさしく如何にも日本的で幸いでした。何と言っても平仮名は日本人が創り出した文字ですから。

さて、私は41歳のとき、社長を交代し、現在49歳ですからまだまだ新米社長ということですが、菓子舗を継ぐ限り職人の世界ですから、当然修行しなければなりません。お二方の偉い先生につき、約10年間和菓子づくりの修行をしました。が、本当に菓子作りを直接教えてもらったのは実質2年もあったでしょうか。あとの8年間は、先生の鞄持ちや食事の準備や着用される服の準備などでした。悔しい思いもずいぶん味わいました。中でも忘れられないのは「そろそろお前も講演会について来い」と言われ、いわゆる鞄持ちでついて行ったのです。が「ちょっとこっちへ来い」と壇上に立たされ「現在のたねやという凄い会社は先々代や先代が築き上げてきたもので、この山本昌仁が後継ぎと思うだけでもう終わりやな」と言われた。それはもう泣きたくなるほど悔しかったものです。今すぐにも鞄を放り出して逃げ帰りたくなるほど悔しかったものです。しかし今から考えると親切に菓子づくりを教えてもらうよりもずっと効き目のある修行の成果でした。先生はそれを見越してのことだったのでしょう。すぐ忘れてしまうような修行は修業とは言えませんから。今でも当時の事を思い出し感謝しています。

クラブハリエ、近江のバームクーヘン

明治5年創業ですから、和菓子と言っても主な商品は栗饅頭、最中ぐらいのもので、もちろん当初はごく小規模な家族経営みたいなものでした。私の父は3人兄弟の真ん中で、言ってみれば兄弟で切りまわしていたようなもの。だから、そのつもりで、毎日が歳時になるような和菓子を販売すると決心したのでした。

やはり人というものは、特に大都会の人々は細やかな四季の移ろいとか、心やすらぐ「ふるさと感」のようなものから遠ざかっていると感じます。実際オープンすると予想をはるかに上回る大盛況でした。一日しか売らないというお菓子もいくつかあり、午前中とか午後三時ころには完売、当然製造が追いつかない。残業どころか目の回るような多忙な日々でした。まだ小さかった私も弟ももちろん手伝いました。とにかく間に合わせなければと全員野球をやっているような、総力挙げてのものでした。追いつかない。それがまた火をつけたように売れる。うれしい悲鳴ではあったのですが、倒れてしまう社員も出て来るほどでした。つい20年ぐらい前までは、特に十二月に入る頃には毎日夜中まで製造や出荷に追われていたものです。企画や事務職の者も総じて現場の応援をしていました。今ではとても考えられない、従業員数3、400人の頃です。日本橋三越への出店が一つの転換期になったことは確かです。しかし、こういう忙しい時に、ただ忙しいだけで終わってしまっては何にもなりません。なぜこれたが、即座に断りました。出店させていただくなら日本橋本店以外は考えていないという、今から思えば冷や汗ものの物言いでした。ならば、試みに2～3カ月という要請も「近江の商人（あきんど）は試みに店を出すことなどといういい加減なことはしない」とこれまた思い切ったものでした。まるで怖いもの知らずのようですが、ついでに店は某老舗の横に構えたいと最後の詰めもしてしまったのです。もちろんこちらの意向もきちんと伝えました。ただ、百貨店はいつ来ても四季のものが揃っていると言われたことに対し違和感を覚えました。私たちは盆暮れにだけ歳時がある製造販売していたのです。それが、現在たねやグループの売り上げの半分近くを占めるとは思いもよらないことです。バームクーヘンといえばカチッとした、多少パサパサとした如何にもドイツらしいお菓子ですが、あのちょっとパサパサした感食のものでは、この片田舎の近江八幡ではとても受け入れてもらえないだろうと思い、味も食感もふんわりとしたバームクーヘンにしたのです。小規模でしたが、近江八幡近隣ではなかなか評判が良かったものです。要するに和菓子よりの日本人の口に合うバームクーヘンを追求したということです。その頃のたねやの洋菓子部門では、バームクーヘンの他にショートケーキなど他の洋菓子ももちろん販売していたのですが、それも県内のみ。どちらかと言えば、洋菓子はたねやの負のお荷物のようなものでした。

大阪梅田の阪神百貨店にはすでに和菓子のお店は構えていたのですが、その横にぜひ洋菓子部門のお菓子も出して欲しいとの要請がありました。ショートケーキやモンブランなどの洋菓子です。一つの商品の成功にはそれなりの物語があるものです。

洋菓子といえば、県外に出れば話題の洋菓子店がたくさんあります。そんな激戦地で果たして成功するものか随分考えたものです。和菓子で成功すれば、洋菓子でも成功すると安易に乗ればとんだことになりかねない。その頃の洋菓子の工場長や弟（現クラブハリエ社長）を呼び、県外で都会でも売れる自信のある商品は何かと訊ねました。「バームクーヘンなら絶対に自信がある」という答えでした。力のこもった答えでした。ならばそれ一本でいこうという戦略を立てたのでした。一点突破の戦略です。しかし、そんな無謀とも言えることを百貨店側がすんなりと承諾するはずがありません。一週間、もしダメならすぐにでも要望通り普通の洋菓子店に変えますからと半ば強引に賭けたのです。

その頃、考えていたことがあります。それは、お客さまと、お菓子を作る、いわば作り手と、販売をする売り手との距離感です。一番理想的なのは作り手が直接お客さまに手渡すというものですが、それはそう簡単に実現できるものでもありません。では、バームクーヘンをどのような売り方にすべきか。ほとんどのお客さまは、バームクーヘンはどのように焼かれているかご存知ないはずです。ならば、焼きたての丸太のようなものをそのまま持ち込み、目の前で切って販売しようということになりました。適当なサイズにカットする「カットバーム」という名で売り出しました。瞬く間に想像を絶する行列になり、注目いただけるようになりました。現在「ショップ・イン・ファクトリー」というコンセプトのもと展開しています。

近江の片田舎に創業したからこそ出来た冒険であり、物語です。

日本橋の三越出店

どのような商いでも転換点というものがあります。たねやグループにももちろんそのような時期がありました。

クラブハリエのバームクーヘン

たねやにはもともと「家訓」とでもいうべきものがありました。それは、決して支店を設けるな、というものでした。ましてや県外のそれも大東京の日本橋にというのですから、先々代もさぞ驚き且つ憤慨したことでしょう。この家訓を破ったのが先代、今の山本徳次名誉会長です。私も若輩ながらその話を聞き大いに賛成したものです。それは「支店は出さない。あこがれの本店づくりを」というものです。これは今でも実践されている新しい家訓とでもいうべきものです。それなりの重い意義を含んでいる家訓です。それは、どこへ店を構えようが、その店がきちんと個性を出し、そこが二つとない本店であるような店であれ、というものです。金太郎あめのようにどこを切っても同じ金太郎が出てくるようでは、まるで没個性の面白味も新鮮さも失われてしまいます。ですから、たねやグループには本店しかないのです。

日本橋三越出店にも当然のことながらそれなりの物語がありました。当初、大阪の支店へというものでしたが、即座に断りました。出店させていただくなら日本橋本店以外は考えていないという、今から思えば冷や汗ものの物言いでした。ならば、試みに2～3カ月という要請も「近江の商人（あきんど）は試みに店を出すことなどといういい加減なことはしない」とこれまた思い切ったものでした。まるで怖いもの知らずのようですが、ついでに店は某老舗の横に構えたいと最後の詰めもしてしまったのです。もちろんこちらの意向もきちんと伝えました。ただ、百貨店はいつ来ても四季のものが揃っていると言われたことに対し違和感を覚えました。私たちは盆暮れにだけ歳時がある

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
ARAKAWA 荒川商事株式会社
〒620-0057 京都府福知山市間屋町27番地6　TEL.0773-22-5381　FAX.0773-22-1686
http://www.kyoto-arakawa.co.jp　E-mail　Info@kyoto-arakawa.co.jp

次号に続く。

ロイヤルホールディングスの目指す 生産性向上策と働き方改革

その③

菊地 唯夫 氏（ロイヤルホールディングス株式会社　代表取締役会長兼CEO）

西日本食品産業創造展では、菊地唯夫氏（ロイヤルホールディングス株式会社　代表取締役会長兼CEO）を講師に迎え「ロイヤルホールディングスの目指す生産性向上策と働き方改革」をテーマに講演会を行いました。

先月号より続く。

生産性の分解（表1）

外食は毎年ひやひやすることが起こる。食品産業の皆さんも同じだと思うが、賞味期限切れ、異物混入、虚偽表示、ブラック企業、こうしたことが起きると必ず「何々企業は何てひどいんだ」という論調になる。本当にそうなのだろうか。デフレが20年間続いたことで価格がどんどん下がってきた。製造業も同じ局面はあったが、いろいろ手段があり、海外に工場を移したり、機械を入れて効率化を図ることをしていた。しかし、外食産業はなかなか、そういうことができない。これまで自分たちがコントールできるコストで何とか利益を出してきた。自分たちがコントロールできるコストは、原材料価格か人件費しかない。そして原材料価格を圧縮した結果、賞味期限切れ、異物混入、虚偽表示が起きているのかもしれない。人件費を圧縮してきた結果、ブラック企業、過剰勤務を起こしているのかもしれない。だから、起きている問題を個別企業のものとして考えるのではなく、外食産業のあり方として見直す必要が来ている。その根源は生産性の問題になる。

最近、生産性はキーワードになっている。人口が減少していく時代においても持続性のある形で生産性を上げていくためには何が必要なのか、何ができるのか、どういう考察を加えるべきかを基軸に考えなければならない。

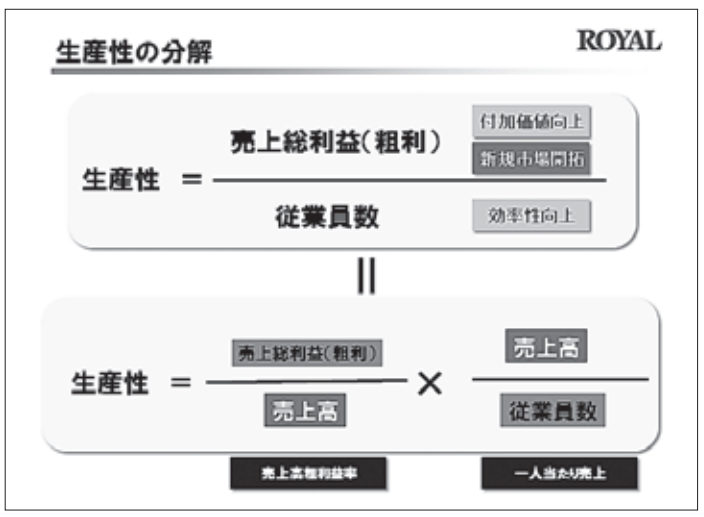


表1

私は分数を考える時によく分解をする。従業員数分の売上総利益は、売上分の売上高に分けられる。売上高と売上高は分母と分子で消えるので、元の式に戻るだけだ。利益率と1人当たり売上高を見ると、生産性を上げるためには、利益率が一定であれば、1人当たりの売上高を上げれば生産性は上がる。もしくは1人当たり売上高が変わらなければ、利益率が上がれば、生産性は上がる。

世界のトップクラスの生産性のため、製造業は何をしてきたのか。例えば利益率を上げるため、製造コストが低い海外に工場を展開してきた。イノベーションにより新製品を開発してきた。利益率を上げてきた。1人当たりの売上を上げるため大規模な機械を投入し、人員削減をした。IT化を進め人員削減した。いろいろな取り組みをしてきただろう。同じことがサービス産業でもできるのではないか。私は日本フードサービス協会の会長をしていたので、行政から「サービス産業の生産性を上げるために知恵を出しなさい、製造業から学びなさい」と言われた。学ぶべき点はたくさんあるが、こうしたことが外食でできるかといえば、例えばロイヤルホストのキッチンだけ中国に持っていくことはできない。イノベーションといって新しいものを生み出しても、すぐに模倣されてしまう。1人当たりの売上高も、トヨタであれば1つの工場に大きな投資をすれば効率化ができる。我々は850拠点あるので1個ずつ機械を入れたら、投資回収することは難しい。製造業と同じようなアプローチではなかなか答えが出ないのが、サービス産業の生産性だ。

より本質的な課題として「サービスの提供と消費の同時性」というキーワードを考えたい。製造業であれば物を安く作り、安く運んで、安くストックして高く売る。その時間が半年の物もあれば、3カ月の物もある。要は物を作ってから販売する間、長い時間がある。サービス産業はサービスを提供した瞬間、お客様が消費されるのでストックができない。これがサービス産業の難しさだ。生産性の議論の例として、社長が生産性を上げろというから従業員を1人減らした。今まで3人でしていたことを2人でするとと、サービスが悪くなり、お客様の再来店が減る。もしくは単価が減る。要は分母を小さくしたつもりが分子をもっと小さくしてしまう。自分で自分の首を締めてしまうことが、サービス産業における生産性の難しさで、まさしくジレンマの根源がある。

消費構造の変化と供給サイドの制約（表2）

ジレンマやサービス産業の特徴を踏まえ、どうしたら答えが出せるのか。ポイントを2つ挙げると、これからの時代、消費構造の変化と供給サイドの制約を前提に考える必要がある。消費構造の変化では、少子高齢化の進行と消費の二極化が関係する。横に時間軸で縦に変化軸を置くと、消費が二極化していくことは、成長する市場もあれば成熟していく市場もある。不謹慎だが、結婚式場は成熟市場、一方で葬儀場は成長市場かもしれない。ただ、世の中は直線では動かない。必ず曲線で動く。よく間違えてしまうことは、市場は縮小していくのに、たまたまブームが来たり、たまたま景気がよくなったことで、Bをaと勘違いしてしまうことだ。市場は縮小しているのに「おれたちの時代が来た」と思い、店をたくさん作ったら、後で痛い目に遭う。短い曲線ではなく、市場がどちらに向かっているのかを見きわめる。

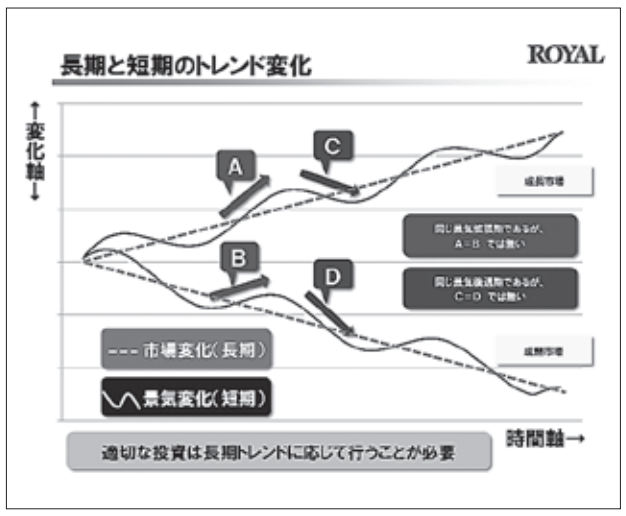


表2

消費市場の推移は2000年からずっと右肩下がりだったものが、2012年から回復している。この反転の見方は2つある。1つはずっと右肩下がりだった直線が右肩上がりになったのではないか。もう1つは、直線はずっと右肩下がりだが、たまたま山が大きくなっただけ。どちらも可能性あると思うが、私は後者だと思う。団塊の世代が65歳を超えたので、たまたま消費が大きくなっているだけで、市場は大きくはなっていない、という仮説で、経営戦略を考えている。

シニアの日常の数は増えてくるので、成長市場だとすると、もう1つはインバウンドである。それを経営戦略に落とし込むと、若い人、中間層、シニア、インバウンドがあり、非日常と日常がある。若い人、中間層、日常が減っていくなか、団塊の世代の消費が収束したら、この「ちょい高プーム」は長く続くはずがない。ただ、増える可能性があるのは、高齢者の絶対人数がある日常とインバウンドである。我々の事業のポートフォリオは、例えばてんやや病院はシニアが強い。インバウンドだったらシズラーが強い。

もう1つ、供給サイドの制約について話したい。これまで人口増加局面の産業化は画一性・スピード・効率性で、店をどんどん展開していた。そこには供給制約は何も起きない。新店をオープンするのでアルバイトを20人募集すると、100人も来るので、いい人を20人採用した。これは人口増加時代の展開である。今起きていることは20人採用しようとしても応募は5人しかこない。これはこれからもっと顕著になってくる。ということは、今まではお客様の満足度を上げる店を作るかが大事で、働く人のことはあまり考える必要がなかった。これからは、働く人を確保できる企業であることが必要だ。今までは産業化の上で供給のことを考える必要はなかったが、これからはお客様が喜ぶことと同じくらい働く人を確保できるかの重要性が高まってきている。

人材確保（表3）

私が一番大事にしている図を見せると、横軸は市場が二極化していることと、供給制約で市場の成長である。右に行けば行くほど成長していく。シニアとインバウンドである。それ以外は成熟市場である。縦軸は働く人が相対的に確保しやすい領域と、下に行くほど確保しにくい領域となる。これで4つに割ると、4つの象限が生まれる。

一番わかりやすいのは、市場が成長して働く人が確保できる第一象限。これは今までのやり方を変える必要はないから、規模を成長させていけば、会社は成長できるはずである。ただ、これから起きる大きな変化は、市場は縮小していくし、働く人も確保できない第三象限の拡大である。ここのキーワードは質の成長である。この話を従業員にすると「規模が成長して大きくなり会社が存続していくのはわかるけれど、質で会社は成り立つのでしょうか」と言われる。私の返答は「第二象限と比較して見てください。上は、市場は縮小するけれど人は幾らでもいる。すると起こることはいつまでたっても競争が終わらない。常に新規参入者があり常に競争にさらされる。下は、規模は小さくなり、働く人もいなくなる。ということは、働く人を確保できた企業のみが生き残れるマーケットになる」。ここがポイントになってくる。逆に、あえて必要に応じて規模を縮小するのは、そういうルールである。

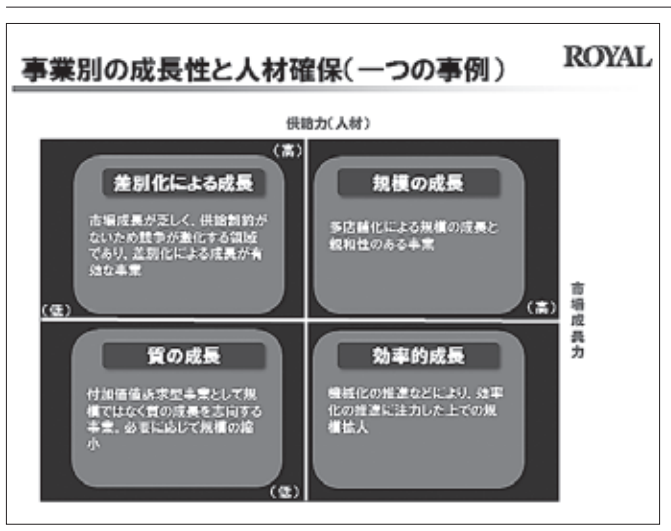


表3

我々の位置付けは、てんやとコントラクトはシニアとインバウンドに強いので、上に入る。働く人もフランチャイズという手法もある。コントラクトはシニアの方々など多様な方が働けるのでこの領域である。そのかわりロイヤルホストを含めたその他の事業は、市場は縮小し、働く人も確保が難しくなるから、働きやすく、他社よりも人を確保しやすい会社を作ることで、このマーケットを吸収していく。

生産性の式でいえば、今までの成長していく市場は分母で、どうやって効率化していくか。逆に左下の象限は、分母ではなくて分子を大きくしていこうという考え方である。分母を小さくしても生産性は上がるし、分子を大きくしても生産性は上がる。生産性の上げ方は従業員を削減するだけでなく、1人の付加価値を大きくすることによっても上がる。

次号に続く。

東京商工会議所では工業部会講演会において小澤俊文氏（株式会社コロンバン代表取締役社長）を講師に迎え「社員の可能性を信じる～コロンバン挑戦の軌跡～」をテーマに講演を行いました。

先月号より続く。

社員の可能性を信じる
コロンバン挑戦の軌跡

その②

小澤 俊文 氏（株式会社コロンバン代表取締役社長）

組合の人たちと膝詰め談判で胸襟を開いて話す

私が監査役の年、前社長は残った3つの工場のうち大阪工場を潰しにかかったが、100名近い従業員がおり、強力な工場だった。だから、最後まで残ったのだが、そこで組合が労働争議を起こしたので「小澤さん、悪いけれど、大阪に行ってくれ」と言われた。私は大阪に行ったことがなく、監査役なので、従業員の顔も知らなければ、組合も知らなかった。大阪に行ったら、4階建ての工場の一番上に支店長室、和室、会議室などがあり、私はそこに入れられて、40、50人に囲まれ「おまえは何者だ」と質問された。何のことか全然分からずに行ったから「何も知らないでここに来たのか」と言われ「何も知らない。とにかく社長に行ってこいと言われたから来ました」と答えた。とんでもない話で「ここで解雇、労働争議が起きていることを知らないのか」と、そこで初めて事実を知った。いろいろ話すと、それまで噂では聞いていたが、本当にこんなにひどいことが起こるんだという状況だったので、覚悟を決め「わかった。徹底的に話を聞こうじゃないか」と、全員4階の部屋で膝詰め談判で、3日3晩大議論を交わした。私も監査役だから、なぜ潰さなくてはいけないか詳しいことは知らないが、実情を聞くとみんなの言っていることが正しいので「わかった」とその場をおさめた。東京に帰り、社長に「大阪は潰せません。このままでは、労働争議が終わりません。社会問題となり、当社の信用が失墜します」ということで通した。その時、膝詰め談判した組合の人たちと胸襟を開いて話すことができたので、従業員の距離が初めて縮まった。それまでは幽閉みたいな状態で、表に出ることもできなかったので、従業員と交流することはほとんどなかった。この交流により、初めてコロンバンという会社の人となりがわかってきた。

人、物、金が無い

しかし、この状況を何とか打開しないとならない。工場を売って利益を出すことはできないので、再生改革に乗り出した。それがPDCAの手法である。PDCAは私が育った三和銀行で使われていた。製造ではQCやPDCAなど品質管理はすると思うが、サービス業では珍しく、実際の経営に使っていた。それが身に付いていたので、先ず会社の現状分析を徹底的にした。感覚的にはとんでもない会社だけれど、数値に表さないと何も分からない。2年間で340項目以上のダメな部分があがってきた。

何がひどいかって、会社に企業理念も経営理念もないし、25年間採用がなかった。私が行った時の平均年齢は46・5歳で、10年経てば56・5歳になる。もうみんな引退してしまい、後に引き継ぐ世代がいない。でも、お金は無いから人を採用できない。教育もできない。もっと言えば、当時残っていた工場は3つだが、主力の総和工場は昭和50年以降、新しい機械も入れていなければ、メンテナンスもしていない。機械は壊れ、部品も無いから修理できない。物は使えない、人はいない、お金も無い。これでどう再生するのかとなるが、現状分析して工場へ行った。

何をもとに仕事をしているのか。企業としての背骨の部分が全くない。当然、年間計画や経営計画も無いし、もっと凄いことは管理指標がない。私は数値を見るため、管理指標を作った。銀行時代に使ったものを参考に、過去4期分の実績と毎月の実績と1カ月のカレンダー、販路を全部書き出し、見える化した。毎日、毎月が全部比較できる一覧表も作った。それから、組織図が無い。そういう状況から、1つ1ついろいろなものを作っていった。

当社に残されている活用可能なものを整理しても、人、物、金が無い。人も育っていないし、25年間採用がなかった。私が行った時の平均年齢は46・5歳で、10年経てば56・5歳になる。もうみんな引退してしまい、後に引き継ぐ世代がいない。でも、お金は無いから人を採用できない。教育もできない。もっと言えば、当時残っていた工場は3つだが、主力の総和工場は昭和50年以降、新しい機械も入れていなければ、メンテナンスもしていない。機械は壊れ、部品も無いから修理できない。物は使えない、人はいない、お金も無い。これでどう再生するのかとなるが、現状分析して工場へ行った。

東京サクサクチョコ

工場へ行って1つだけ発見したことは、エンローバという機械だ。チョコレートを掛ける機械である。これはテーマパークに商品を納める時、たった1回だけ「チョコレート掛け商品を作って下さい」といわれて買った機械である。その値段が何と3億円。人、物、金がないのに、3億円という大変なものだ。ところが、その年に1回使っただけで、作る商品が無いので、ほこりを被っている。しかも、そこのテーマパークは、取引を止めており、機械は遊んでいた。そういう機械を発見し、使えるものはないのかと考えた。

人、物、金が無いが、ヒット商品を作って売り上げを上げ、利益を出すところまでいかなければならない。広告宣伝もできない。その中でエンローバという機械に目を付け、なおかつ僅かに残っていたマーケットの中に東京駅があった。東京駅をマーケティングしてみると、可能性のあることが分かってきた。売れている商品はチョコレート商品なのに、意外と売ってないことに気が付いた。お菓子屋ではなく、素人の銀行員だから、そんなことしか発想できない。それを工場に持ち帰り「うちにはおいしいサブレがあるじゃないか。これにエンローバの機械でチョコ掛けをしたら、おいしいお菓子ができるんじゃないか」と言った。プロの職人から銀行員のたわ言だと一蹴された

東京サクサクチョコ

が〝東京サクサクチョコ〟を作った。大変な反対があったが、何とか説得して作った。

意気揚々と東京駅のマーケットに出したら、全く売れない。食べたら、皆おいしいとは言う。現場を見に行ったら、ショーケースに商品が並べてあるが、販売スタッフはただ立っているだけで売っていない。お客様が来たら売ってあげるみたいな形だ。教育を受けてないから、お客様と全然対話もしない。そこで私は、白衣と帽子を被ってショーケースの前に立って商品を持ち、朝から晩まで売り続けた。ただ、売り続けても仕方がないので、試食で直接召し上がっていただき、会話した。「おいしいですか、おいしくないですか」「何がいいですか、何が悪いですか」。これをしたらお客様がだんだん集まってきてくれた。試食したいのはあるだろうが、何人かの方に「おいしい」と言っていただけた。おいしいと1人、2人が言ってくれると、人がどんどん集まって、そのうち黒山の人だかりになった。初日から仕入れた数が、完売になった。私は1週間立ち続け、連日完売した。そこで初めてうちの販売スタッフに、変化が起きた。それまでは素人の考えた商品なんか売れっこないと決めてつけていたが、売りに行かないと売れないことに気が付いた。販売スタッフも私のように声を出して売るようになったら、1億2千万円売れた。

商品が売れてくると、そこから人の変化が出てきた。要は自分たちの物はいいものである、あるいは売れるという自信を持てば、みんな生きる。山本五十六の言葉で「やってみせ、言って聞かせて、させてみせ、ほめてやらねば人は動かじ」。まさにそのような感じだった。これが最初のヒット商品になった。

原宿ロール

売り上げアップを狙うためには、ヒット商品が1つではダメなので、次に作ったのは〝原宿ロール〟である。原宿は日本で有数の観光地なので、日本中、世界中から観光客が来る。ただ、不思議なことに当時、原宿と名の付くお菓子がなかった。平成17、18年ころだ。これまた不思議なので、原宿と名を冠したお菓子を作ればいいと思った。これも素人のたわ言といえばたわ言だし、無謀な冒険であるから、プロの職人から反対を受けた。「できるんだったら、とっくにできている」と言われたが、これも強引に押し切った。

かなり高いハードルだった。普通のロールケーキではおもしろくないから、生地はカステラにした。ところが、四角い箱で焼けばカステラはきれいな焼き目がつくが、少しでも丸めると縦に筋が入ってしまう。このためカステラ風の生地に筋が入らないようにし、甘くなく、下にざらめを敷いても溶けないものを相当な時間をかけて開発した。売り始めたら、売れたが、これは原宿と名の付くお菓子を売る競争相手がないからで、第2のヒット商品となった。

次号に続く。

原宿ロール

全菓連斡旋図書

■日本菓子教育センター編集・発行

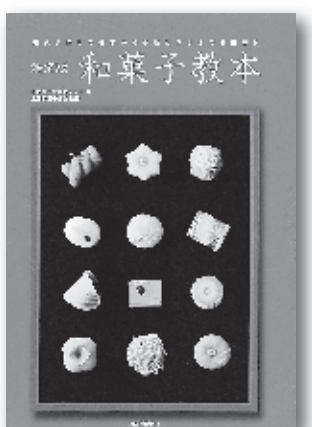
送料は実費。
県菓子工業組合までは
全菓連負担。

お申込みは
各県菓子工業組合へ

製菓衛生師全書
～和洋菓子・パンのすべて～
定価：3,250円(税別)

製菓衛生師・菓子製造技能検定
受験練習問題と解答
定価：1,429円(税別)

洋菓子教本
～Les Bases de la Pâtisserie～
定価：3,050円(税別)



決定版 和菓子教本
定価：3,500円(税別)

パン講習【基礎編】

日本菓子専門学校 講師 鈴木 信明 氏

チョコブレッド

【配合】

強力粉	100%
パン酵母（生イースト）	4%
食塩	1・5%
砂糖	10%
脱脂粉乳	2%
バター	15%
全卵	8%
水	57%
スイートチョコ	10%
ココア	3%
ナッツ類	
レーズン	15%
クルミ（刻み）	15%
アーモンド（刻み）	15%
チョコチップ	15%

【工程】

ミキシング：低速3分　中速5分

バター・スイートチョコを入れる　低速3分　中速4～5分　高速2～3分

捏ね上がり後　ナッツ用のパン生地必要量を取りナッツ類を混入する。

ナッツ類を入れる　低速2分～均一に混ざるまで。

捏上温度：27℃

発酵時間：60分（28℃　80%）

分割：❶300g（ナッツ入り）❷60g（ノーマル）

ベンチタイム：15分

成形：❶チョコとナッツのパン　❷チョコロール

最終発酵：❶約50分（34℃　85%）❷約60分

焼成：❶上火210℃　下火180℃　約28分　切れ目を4本入れる。❷上火210℃　下火180℃　約13分　塗り卵後、あられ糖をふるう。

【仕上げ材料】

塗り卵　バトンショコラ　あられ糖　スイートチョコ

【成形】

❶チョコとナッツのパン　ガスをしっかり抜き折り込み、閉じ口をしっかり閉じてなまこ形に成形する。

❷チョコロール　生地を楕円に延ばし、半分に切れ目を4本入れる。切れ目を入れない方にバトンショコラを2本のせて巻き上げる。

【焼成】

製パンの焼成温度は一般的に上火220℃以上、下火200℃で焼成します。

この製品は生地にスイートチョコが配合されるため焼き色が付きやすいので温度を下げて焼成します。

【仕上げ】

❶余熱が取れたらスイートチョコレートを線書きする。

上：チョコとナッツのパン　下：チョコロール

青年部ブロック長がゆく

お客様の笑顔が一番 お菓子のうめだ

今回は、青い海・きらめく清流・豊かな緑・そして九州で一番広い町、大分県佐伯市で和洋菓子店【お菓子のうめだ】を営む梅田一弘氏を訪ねた。お菓子のうめだは〝私ども菓子店にとって、一番嬉しいこと〟それは、お客様の笑顔です。ありがたい事に、お菓子を買いに見えられるお客様はほとんどの方が笑顔でいらっしゃいます。その笑顔がいつまでも続いて欲しい。その為に我々にできる事は「美味しい」と、笑顔で言って頂けるようなお菓子を創り続ける事だと思います。又、美味しいお菓子を創る為に必要な事、まずは食材を厳選する事だと思います。食の安心・安全を考慮し、可能な限り地域の旬な食材を使用する事が肝要です。但し洋菓子においては、伝統に培われたヨーロッパの真正な食材も選択肢に入れ、品質や風味において一番よいと判断した素材を使用する事が美味しいお菓子を創る為の第一歩と考えます。同時に、多様化するお客様のニーズにお応えする為の進化も必要です。常に最新の技術を習得する為の努力を怠らず、新しい感動をお客様にお届けできる会社でありたいと思います。更には、我々を育てて下さった地域の皆様であると自覚し、可能な限り地域への貢献を図りながら、我々の基本理念でありますお客様に笑顔をお届けできたらと思いますと熱く語られました。

又〝まっすぐな仕事・純度の高いものづくり〟北海道産の小豆を手間暇かけて製餡、小豆一つ一つの皮剥いて創った当店自慢の「吟醸餡」この吟醸餡と地元佐伯市の産物を惜しみなく使用し、職人がひとつひとつ丹精込めて創り上げた季節感あふれる上生菓子や佐伯特産のお土産の数々。和洋菓子や、日々の生活をちょっぴり幸せにする焼き菓子。すべての商品に共通するのは、うめだのお菓子に対するまっすぐな思いや、その思いを指先に宿し生み出すお菓子も自信をもっておすすめできる商品ばかりだ。うめだの店頭に毎日できたての商品を必ず並べ、できるだけその日に作ったものはその日のうちに売り切りたという気持ちで在庫の調整など店主は、こだわり続けている。

お菓子のうめだ

そんな店主の梅田氏は、温厚で人情味厚くちょっとマイペースな人柄です。昨年、初めて大分県で九州ブロック大会が、開催されブロック会長も務められており人望も厚く、頼れる兄貴分で、大分菓業青年会を牽引されてきましたが、残念ながら今年の3月で青年部を卒業になるとの事です。

これからも、地域に愛されるお菓子屋・笑顔（美味しい）があふれるお菓子創りに頑張って下さい。卒業される梅田氏に、餞の言葉とかえさせて頂きます。

全菓連青年部九州ブロック長・大串久昭

店内風景

恋ごころ、和菓子 第73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2月27日～3月4日、東京・日本橋三越で第73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「恋ごころ、和菓子」をテーマに、各店が和菓子を創作した。

また、16ブランドの餡がコラボする「あんこを比べて楽しむイートイン」では4種の餡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日本酒を楽しむカウンターも設けられた。本年は桜餅コレクションが行われ、14店が販売した。

写真上は井筒八ッ橋本舗の「祇園の華（桃）」。祇園の街に咲く花、舞妓をイメージし、生八ッ橋で桃餡を包んでいる。

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