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983号（令和３年２月）

コロナ禍で 売上減少した中小企業対象の事業を用意

令和２年度第３次補正予算が成立

1月28日、令和2年度第3次補正予算が成立、新型コロナ感染症で売上減少した中小企業等対象の事業が盛り込まれた。同予算では、資金繰り支援をはじめ経済産業省、農林水産省、厚生労働省関係から様々な事業が用意された。菓子製造業で利用可能な事業は次の通り。

〈経済産業省関係〉

■資金繰り支援【8，391億円（経産省計上）】

民間金融機関を通じた実質無利子無担保融資を2021年3月まで実施する。さらに、経営改善や業態転換等に係る新たな信用保証制度・日本公庫等の融資制度の創設・拡充を行う。

■中小企業等事業再構築促進事業【1兆1，485億円】

ポストコロナ・ウィズコロナ時代の経済社会の変化に対応するため、中小企業の新分野展開や業態転換等の事業再構築を支援する。

■中小企業生産性革命推進事業（特別枠）【2，300億円】

感染防止と生産性向上を両立するビジネスモデルへの転換を支援する。この中には、小規模事業者等が経営計画を作成して取り組む、ポストコロナを踏まえた新たなビジネスやサービス導入等の取組（ECサイト構築等も含まれる）を支援する小規模事業者持続的発展金援事業（持続化補助金）（補助上限100万円、補助率3／4）や複数の業務工程を広範囲に非対面化可能なITツールの導入を支援するサービス等生産性向上IT導入支援事業（IT導入補助金）（補助額30万～450万円、補助率2／3）も含まれている。

■中堅・中小企業の海外展開等を通じた地域活性化支援事業等【104億円】

JETROによる情報提供・相談体制拡充、中堅・中小企業の海外販路開拓や越境ECを通じた海外展開支援等を支援する。

〈農林水産省関係〉

■国産農林水産物等販路多様化緊急対策事業【25億円】

新型コロナ感染症拡大による需要減少の影響を受けている農林漁業者、加工業者等の新たな生活様式に対応した販路の多様化等の取組について、送料、広告宣伝費等を、民間団体等を通じて支援する。支援対象には、消費者向けの新たな販路確立（インターネット販売）（補助率　定額、1／2）が含まれている。

■品目別輸出目標の達成に向けた海外での販売力の強化【39億円】

官民一体となった海外での販売力の強化、我が国食産業の海外展開の後押し等

■マーケットインの発想で輸出にチャレンジする農林漁業者の後押し【42億円】

地域の加工食品の国際競争力強化、国際的な規格認証の取得等を支援等が含まれている。

■省庁の垣根を超えた政府一体となった輸出の障害の克服等【248億円】

輸出先国の規制緩和・撤廃等に向けた取組の推進、輸出先国の規制やニーズに対応した加工施設等の整備、加工食品等の輸出拡大に必要な製造・加工機器の整備支援、輸出拡大に資する地理的表示申請等への支援等が含まれている。

〈厚生労働省関係〉

■雇用調整助成金による雇用維持の取組の支援【1兆4，679億円】

新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、令和3年2月28日までを期限に講じてきた雇用調整助成金の特例措置を緊急事態宣言が全国で解除された月の翌月末まで延長する。

■在籍型出向の活用による雇用維持等への支援【56億円】

在籍型出向を活用して労働者の雇用維持を図る事業主及び当該労働者を受け入れる事業主を支援するために、出向元及び出向先への助成を一体とした助成金を創設する等

「食文化あふれる国・日本」プロジェクトについて

文化庁では、令和3年度の予算関連法案として「文化財保護法の一部改正」を準備しており、令和3年度予算（案）では、そのための予算が盛り込まれている。

内容は、国の重要文化財や人間国宝に繋がる有形・無形の文化財指定・登録制度の裾野を広げ、無形文化財や無形の民俗文化財、地方文化財についても、新たに登録制度を作るものであり、お菓子を含む地域の食文化も対象となると考えられる。

これは、平成25年にユネスコ無形文化遺産に「和食」が登録されたものの、地方の過疎化や生活様式・嗜好の変化等により、食文化は急激に変容しており、その継承・振興が喫緊の課題となっているため、特色ある食文化の継承・振興に取り組むモデル事例を形成するとともに、文化財指定等に向けた調査研究等を推進し、食文化の継承・振興と、それによる地域の活力向上を図ろうとするものである。

地域の伝統的なお菓子などは、これを活用して継承と振興を図り、新たな情報発信のきっかけとすることも可能となろう。

〈関連予算〉

「食文化あふれる国・日本」プロジェクト

■普及啓発等【113百万円】

1．「食文化ストーリー」創出・発信モデル事業

特色ある食文化の継承・振興に取り組むモデル地域等に対し、その文化的価値を伝える「食文化ストーリー」の構築・発信等を支援し、モデル事例を形成。（実施主体：地方自治体、協議会、民間団体等（補助率：定額））

2．食文化機運醸成事業

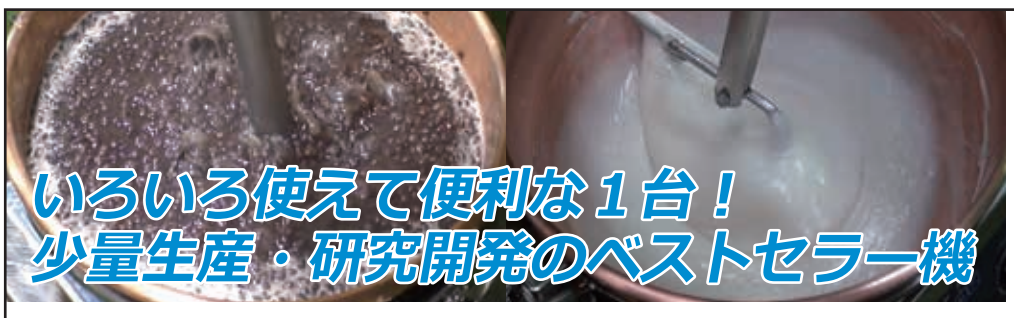
機運醸成の核となる食文化の担い手や研究者のシンポジウム開催、文化や食のイベント等との連携、オンラインによる情報発信により、国民の食文化への理解を深める。（実施主体：民間団体等（委託））

■調査研究【36百万円】

・文化財指定等に向けた国内外食文化の現況調査

・食文化研究のプラットフォーム（食文化センター）に必要な機能の調査・検討

・食文化インバウンド促進のための動向調査（実施主体：民間団体等（委託））



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
https://www.kajiwara.co.jp　カジワラ　検索
営業部 〒340-0811 埼玉県八潮市二丁目1000 ☎048(994)5551
本社 ☎03(3842)6611
東京オフィス ☎048(994)5551
札幌オフィス ☎011(892)0601
仙台オフィス ☎022(238)4661
名古屋オフィス ☎052(582)6421
大阪オフィス ☎06(6541)3561
広島オフィス ☎082(291)7011
福岡オフィス ☎092(712)4551

和洋菓子・パンの様々なイベントを実施

2021モバックショウ

日本製パン製菓機械工業会では3月9日～12日、インテックス大阪において2021モバックショウ（第27回国際製パン製菓関連産業展）を開催する。

同展では製菓・製パンに関する専門メーカー・関連業者を中心に167社1066小間の出品者が集い、生産技術の最新動向や商品開発を提案する。また、会場では和洋菓子・パンに関する以下のようなイベントを行う。各コーナーの観覧はすべて無料。

◎クープ・デュ・モンド国内代表選考会（2号館）

2022年クープ・デュ・モンド（ベーカリー・ワールドカップ）本選での優勝を目指し、次の日本代表選手の最終選考会を2021モバックショウ会場で行う。特設会場内には、クープ・デュ・モンド歴代代表選手やモンデュアル・デュ・パン出場選手によるデモンストレーションコーナーも併設される予定。出場選手は次の通り。継承略。

○3月9日
・パン部門　斎藤豊（株式会社ドンク）、門田幡（知照株式会社帝国ホテル）
・ヴィエノワズリー部門　諏訪美沙子（株式会社神戸屋キッチン）、傍島加織（株式会社ドンク）

○10日
・パン部門　石川昌芳（株式会社ドンク）、石毛嘉一（株式会社神戸屋レストラン）
・ヴィエノワズリー部門　井上淳子（株式会社ドンク）、堀田圭介（株式会社アンデルセン）

○11日
・パン部門　合田知弘（株式会社ドンク）、山崎豊（株式会社神戸屋レストラン）
・ヴィエノワズリー部門　岩松翔（株式会社ドンク）、内海美鶴（株式会社ポンパドウル）

○12日
・飾りパン部門　梅谷誠吾（株式会社神戸屋レストラン）、澤田淳一（合同会社HIJライブラリ）、角田進一（株式会社神戸屋）、森田光明（株式会社アンデルセン）

◎和菓子実技講習会（4号館）各1時間半

古来より季節の移ろいと人々の日々の暮らしを彩り、日本における食の芸術ともいわれている「和菓子」。今回モバックショウでは、菓子研究団体・大阪二六会（西村欣祐会長）のご協力を得て、名人たちによる伝統の技の数々をご覧いただける。講習会に参加された方には、和菓子の試食も行う。講師は次の通り。敬称略。

○3月9日　10時半　梶谷英行（御菓子司まむ多）、13時　馬場良浩（おほい本舗）

○10日　10時半　中西信治・堂浦大輔（御菓子司吉乃屋）、13時　中島陽一（栄久堂吉宗）

○11日　加納みどり（大阪あべの辻製菓専門学校）、13時　出口勝正（菓子処ふる里）

○12日　松田明（和菓子工房あん庵）、13時　前野欣司（栗屋本舗）

◎2021モバックセミナー&トークショー（3号館）各1時間

○3月9日
・11時　「ウィズコロナ時代の菓子店経営」青木啓一氏（㈱青木松風庵・会長）
・13時　「セルクル・デ・シェフ」メンバーによるトークショー（新進気鋭の若手シェフの会）
・15時　「ウィズコロナ時代のパン店経営」阪上雄司氏（㈱乃が美ホールディングス・代表取締役）

○3月10日
・11時　出品者セミナー㈱愛工舎製作所「365日」の店づくり～ヒット商品はどう生み出されるのか～　杉窪章匡氏（ウルトラキッチン㈱・代表取締役）
・13時　「フランス伝統菓子の魅力」「クラブ・ドゥ・ラ・ガレット・デ・ロワ」メンバーによるトークショー
・15時　「コロナ禍における新しいブーランジェリーのあり方」藤森もも子氏（ふじ森・代表）

○3月11日
・11時　「売り場を変えれば業績が上がる－そのポイントとは」太田和隆氏（ダイヤ冷ケース㈱代表取締役）
・13時　「小規模事業者のためのHACCPの考えを取り入れた衛生管理」角直樹氏（ハッピーフードデザイン㈱代表取締役）
・15時　「コロナ禍における気をつけなければいけない経営指標」河原治氏（河原税理士事務所・代表）

○3月12日
・11時　「4種類のもちもち感実現のための加工澱粉の応用」東川浩氏（伊藤忠食糧㈱穀物油脂本部・食糧素材部R&D・市場開発担当部長）
・13時　「食品製造業の生産性向上」弘中泰雅氏（テクノバ㈱・代表取締役）

◎イベントに関する問合先

日本製パン製菓機械工業会・電話03（6673）4333

第11回 全菓連青年部全国大会 開催のご案内

青年部の代表者が一同に会する、第11回全菓連青年部全国大会を3月9日（火）に開催いたします。

詳細は以下の通り。

日程：2021年3月9日（火）、受付開始10時00分～、役員総会（代表者会議）14時20分～、全国大会15時10分～

場所：インテックス大阪国際会議ホール（5号館2階）、大阪市住之江区南港北1－5－102

概要：役員総会（全国代表者会議）の後、全国大会式典、第11回全国和菓子甲子園結果報告、褒賞制度審査結果発表並びに表彰を行います。その後記念講演会（講師：NPO法人ベースボールスピリッツ理事長・宝塚ボーイズ監督奥村幸治氏）を予定しています。

案内は青年部各団体代表者様へ送付している他、全菓連のHPの〝青年部／お知らせ・活動報告〟内にも掲載しています（http://www.zenkaren.net／または「お菓子何でも情報館」で検索）。

参加申込期日は過ぎていますが、参加ご希望の方はお問い合わせください。また、ZOOMによる参加も受け付けます。

ご質問、お問い合わせは、全菓連青年部事務局まで（電話03－3400－8901）。

行事予定

岩手　2月1日～3月11日、一関お菓子スタンプラリー、一関市内40店舗

島根　2月21日、第41回松江松和会技術発表会、市民活動センター4階菓子づくりホール、松江市

佐賀　2月11日～3月21日、佐賀城下ひなまつり・丸ぼうろの実演販売（土日祝）、佐賀市歴史民俗館（旧古賀銀行）、佐賀市

2021モバックショウ（第27回国際製パン製菓関連産業展）いよいよ開催！

探す、見つかる、新製品・新情報の宝庫

出品製品
①製パン機械
②製菓機械
③食品加工機械
④製粉機械
⑤包装機械
⑥製パン製菓器具
⑦厨房機器
⑧冷凍冷蔵機器
⑨店舗設備
⑩保管・搬送・仕分機器
⑪原材料・食材
⑫冷凍生地
⑬副資材・包装資材
⑭分析・検査機器
⑮安全・衛生管理機材
⑯環境対策・リサイクル関連機器
⑰エネルギー関連
⑱IoT関連及びITソリューション
⑲工場設計・設備エンジニアリング
⑳専門誌・専門図書
㉑コンサルティングサービス
㉒ロボット・省人化・省力化関連機器
㉓その他の関連設備・器具

話題の多彩な併催行事
◆クープ・デュ・モンド国内最終選考会
◆和菓子実技講習会
◆モバックセミナー&トークショー

進化する技術で！「美味しさ」の実現

出品者・来場者をはじめとした関係者の皆さまにとって安全・安心な展示会となるよう、万全の感染症予防対策を講じます。

入場時の混雑緩和、また新型コロナウイルス感染症対策として今回は事前登録制（無料）となっております。モバックショウ公式サイトより来場事前登録のうえご来場ください。

MOBAC SHOW 2021
2021/3/9 TUE → 12 FRI 10:00 ▼ 17:00
インテックス大阪
INTEX OSAKA / JAPAN
展示規模：167社/1,066小間
Machinery Materials Marketing
OF BAKERY AND CONFECTIONERY SHOW
主催 JBCM 日本製パン製菓機械工業会
Japan Bakery and Confectionery Machinery Manufacturers' Association

www.mobacshow.com
◀最新情報・事前登録はこちらから

福井

福井の餅文化の継承と発展、需要拡大
「幸せもちもち満腹祭」開催

主催：「幸せもちもち満腹祭2020」実行委員会
共催：福井県菓子工業組合 福井市 まちづくり福井㈱
後援：福井県・全国菓子工業組合連合会・福井新聞社・NHK福井放送局・FBC・福井テレビ・福井ケーブルテレビ・さかいケーブルテレビ・FM福井

2020年12月5日（土）、6日（日）の二日間、福井駅西口の再開発ビルの屋根付き広場「ハピテラス」で福井の餅文化の継承と発展、需要拡大を目指した「幸せもちもち満腹祭」を開催しました。

開催を目論んだ発端は、実行委員長を務めた村中洋祐が役員を務めるまちづくり福井㈱で聞いたお話。「実は福井県はお餅の1世帯当たりの消費金額が全国トップクラス。特に2016年以降1～3位を行ったり来たりしている。」

福井県の歴史を紐解けば、戦国時代から稲作が盛んであり、敬虔な仏教徒が多かったと言われています。年中行事、御祝い事の度に、お餅が用いられました。また、現在も多世帯同居率が高い福井県ではそういった家庭内の行事、家族の人生の節目の慣わしが継承されたこともお餅文化が定着した一つの要因であると考えられます。

昨今の観光客のニーズを鑑みると「本物」「土着の文化」に触れる事が旅行の目的とされています。そこで、新幹線開業を4年後に控える中、生活に密着した餅食文化を「地域の宝物」として来県者にもPRできると考えました。であれば先ず、福井県民自身がお餅は地域の大切な文化である事を再認識して頂き、当たり前が宝物だと発信していくためにお餅を主役としたイベントの開催をするという企画がスタートしました。

また一方で、昨今のコロナ禍により消費低迷が続く中、福井県菓子工業組合に所属する組合員企業も厳しい経営環境にありました。一過性かもしれないが、先ずはイベントによる集客で売上を確保する事。次いで、餅食文化の再認識によりイベント後の各協賛店への集客効果を高められるよう、催事記と実食を体感できるイベントとすることが必要でした。

幸せもちもち満腹祭

また、全菓連より「菓子類販売促進緊急対策事業」の提案を受けご指導いただいた事も大きな追い風となりました。

十数回に及ぶ企画会議の中で、地域の歴史に根差した食文化であり、単なる食のイベントと一線を隔そうと、菓祖神「田道間守命」が座す祠を設置し開催前に神事を執り行う事となりました。祝詞には新型コロナウイルス感染症の終息祈願、福井のまちの活性化、我々菓子を生業とする者たちの繁栄を奏上頂き、福井県菓子工業組合の平山理事長、東村福井市長らにも参拝頂きました。

今回は更に福井県菓子工業組合餅部会で契約している令和2年産の新餅米を福井県護国神社で疫病終息祈願をして頂き、その餅米で製造された餅菓子を「疫病終息祈願餅」として同会場内で製造販売する事としました。同様に出店できない協賛店でもそのお餅を製造頂き、幟とお札を模したラベルを貼って各店で販売。県下の組合員が一丸となって取り組んでいる事を消費者に訴えられるよう展開しました。

疫病終息祈願餅

満腹祭のイベントコンテンツのメインは実演販売で、実行委員会が運営したのは、搗きたてでないと味わえないおろし餅、きな粉餅、ぜんざいの実演ブース。その他、きな粉と黒蜜で食す福井流あべかわ餅、みたらし団子、フルーツ大福、赤飯、おはぎ等を出店してくれた協賛各店にて運営してもらいました。また、出店が適わない協賛店の皆さんも可能な時間に来場いただき、それぞれお手伝いを頂きました。お手伝いもかなわない協賛店からは、自店の餅菓子を買取り会場内で販売しました。

共催頂いた福井市には、市民広報冊子の表紙にして頂きました。同じくまちづくり福井㈱は各広報を行って頂き、後援の報道各社はパブリシティー枠で随所取り上げて頂いた事が功を奏し、再開発ビル屋根付き広場で開催されたイベントの集客数で過去最高となりました。

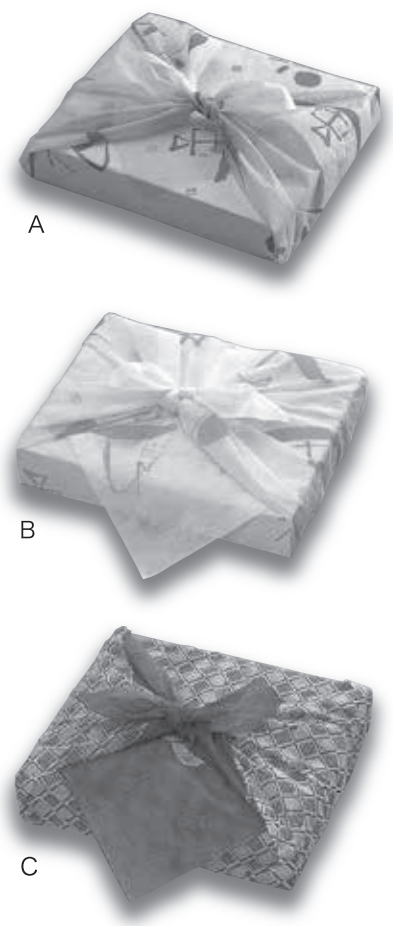
新型コロナ感染防止策として、屋外ではありますが密集を避けるため200名までの入場制限とし、入場の際には検温と手指の消毒にも協力頂きました。場内には飲食のできるスペースも設けましたが、1テーブルあたりの隻数も間隔をとれるようにし、感染防止策も配慮しましたが、その結果寒い中入場待ちの行列が終日続き、申し訳ない事をしたと感じています。後日、アンケートの集計結果を見ても、待ち時間が長かったとか、売切れが早いなど厳しいご意見もありましたが、9割の方からは次回開催の要望やコロナ渦で相次ぐイベント中止の中開催を喜んで頂く声。そして当初目的であった、福井県民が餅食文化を再認識頂けたと感じています。

コロナ終息にはまだまだ時間がかかると思われますが、今後も組合活動を通し地域内の皆様で地域の産業を支えていく事の一助になれることを目指し、福井県の誇れる食文化を発信していきたいと思います。

福井県菓子工業組合
「幸せもちもち満腹祭」実行委員長・村中洋祐

新素材ふろしき

菓子店にとって昔から欠かせない包材のふろしき。
お祝い事の品に、また御進物にと、菓子の風格を高める価値ある品として演出する日本伝統のパッケージです。
軽くて強い不織布として知られるスパンボンドを使用して使い易く、またお求め易い斡旋価格で御用意しております。
和菓子に合う伝統柄が特徴です。
この機会に是非お試しください。



新素材ふろしきS

軽くて強くしかも経済的な不織布スパンボンドを使用。
「雪月風花」の文字が四季折々を感じさせる落ち着いたデザインで、幅広く使えるふろしきです。
ご好評にお応えして、明るいオレンジ色もラインナップしました。

番号	商品名	商品コード	サイズ（mm）	出荷単位	価格(円)	素材
A	うす紫 1色	32-2-00001	660×660	500	32.4	NY不織布
B	だいだい 1色	32-2-00002				

新素材ふろしきM

軽くて強くしかも経済的な不織布スパンボンドを使用。
香道における「源氏香之図」を使用した伝統柄。香りたつあずき色と、ゆとりある大きさで、季節・歳時を問わずご利用頂けます。

番号	商品名	商品コード	サイズ（mm）	出荷単位	価格(円)	素材
C	あずき 1色	32-2-00003	750×750	800	37.7	NY不織布

上記の商品は、各県菓子工業組合により販売されます。組合未加盟の方は、各県組合、又は弊社までご連絡ください。尚、販売店様への卸売はできません。予めご了承ください。

文化の香るパッケージづくり
ANZEN・PAX
問合せ先 TEL 03（3585）0051（代） FAX 03（3585）9124

高知

〝とさのお菓子マルシェ〟開催
店名・商品認知度アップ目指し

2020年、高知県菓子工業組合は「新型コロナウイルス感染症」の広がりを受け、感染拡大防止のため組合員が一致団結できた年であったと思います。

我々の業界は人々の往来で商いが成り立っています。この影響は計り知れず、イベントや催し物の中止等で多大な打撃を受けました。そういった現状を打破しようと、〝販売促進〟に向けた打開策を練るために組合幹部が再三集まりました。7月初め、当組合の若手経営者で実行委員会を発足。その中で会議を重ね、菓子のPRを兼ねたイベントを11月7日～8日の土日を利用した2日間、イオンモール高知にて開催する運びに決定しました。

今回の〝イベント開催〟は、地元の菓子の良さや店名・商品の認知度を高め販路拡大を目指している旨を高知県に説明したところ、ご理解いただきご協力も得ることができました。また、「郷土の菓子まつり」に相応（ふさわ）しく県下の菓子製造企業（組合員）が全員参加という今までにない団結力が得られたことも実りであったと思います。

テープカット

イオンモール高知にて〝とさのお菓子マルシェ〟開催

開催当日の11月7日には、高知県の浜田知事外2名の来賓と当組合の刈谷理事長、西村実行委員長の5名によるテープカットで始まり、多数の来客が朝10時よりお越しいただいて大変賑やかな幕開けとなりました。

翌日8日も朝早くから来場者が各販売コーナーにお並びいただき接客に忙しく、中には商品を切らす場面も見うけられました。お菓子をお買い求めいただいた皆様へ実行委員会が企画した「ガラガラ抽選」。空くじなしで「お菓子の福袋」や「景品」を当てることができ、その他お菓子の無料配布など楽しく喜ばれるお客様が満足いただけるようなイベントでありました。各自の仕事の傍ら、この準備に勤しんだ委員の方々のご苦労が忍ばれます。お疲れさまでした。

これを機に年末年始の贈答用やお土産菓子の販売に期待していましたが、この折角のイベントで盛り上がった販売に水を差すように、私共の高知県でも12月初めから第3波の新型コロナウイルスの蔓延が起こり出端を挫かれた思いです。何とか早くに終息し、2021年は普段の商いができる日常を取り戻したいものだと願っています。

高知県菓子工業組合事務局長・森下広和

長野

来たる動画時代とお菓子
動画で商品・お店をアピール

新型コロナの関係で物理的な「人」の動きがかなり制限されることによってネット上での買い物やテレワークによる仕事の仕方など大きな変化がありました。お菓子業界はリゾート関連や冠婚葬祭、イベント関連で落ち込みの激しい会社様と「お家時間」によるテイクアウト需要の増加で潤ったお菓子屋さんと二極化したのではないでしょうか？

そして、昨今の原材料費や人件費の高騰、人手不足、職人不足など問題は山積しております。作業の機械化や商品の値上げ、企業努力をしてもなかなか難しい問題です。

そこで動画の活用はこれからの時代最も重要になるツールだと考えております。

以前の販促は、例えば新聞や雑誌などの紙面媒体の時代から、顧客データを管理しDM（ダイレクトメッセージ）などで広告を出すという方法などでしたが、SNSの進化により今はそれぞれのHP、FB、ライン、ツイッター、インスタなど所有し「個」へのアピールにより集客しているかと思います。

YouTube製菓学校

そして次の時代、変化し再定義された広告、集客ツールはこの「静止画と文章」から「SNSを利用したショートムービー（短い動画）やYouTubeを利用した動画」の時代になると思います。

私自身は「YouTube製菓学校」というチャンネルを運営し、若いパティシエや技術、知識向上を目的としている方々に配信しておりますが、お店の現場や実際の商品を紹介している動画によりお客様が確実に増えました。

心理学的にも「作業工程を見てから食べる」というのは美味しさが増すという心理が働くそうです。

YouTubeというと「広告収入で儲ける」という所に目がいきがちですが、動画の利用により短い時間で大量の情報も伝えることが出来るようになりました。

例えば、今この文章を読みながら考えている時間より、端末でQRコードを読み取り動画で今回のテーマをお話させていただければ小スペースで、もっとたくさんの説明ができます。

今までには無かった「お菓子を作っている姿」や「伝えたい想い」を動画という方法でアピールし、広く伝え集客していく販売方法、そしてその工程自体をマネタイズ（収益化）してみてはいかがでしょうか？

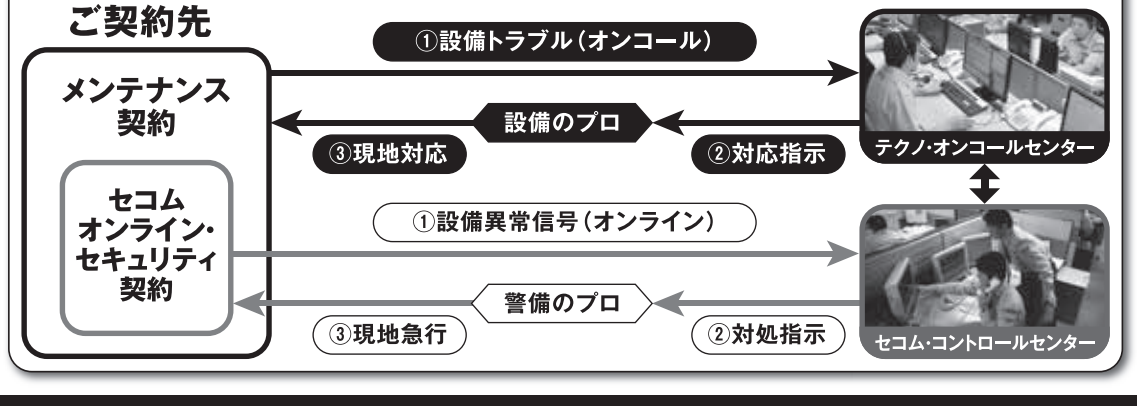
当たり前のようにそれぞれがHPやSNSのページを持つように、当たり前のようにそれぞれが動画チャンネルを持つ時代は確実に来ると思います。

長野県上田菓子工業組合青年部会長・ペストリーブティックストーリーオーナーシェフパティシエ・有賀弘隆

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

愛知

最中の銘店 名古屋市 不朽園

今回、ご紹介するお店は名古屋市中川区の尾頭橋にある「不朽園」です。名古屋で最中と言えば不朽園と言われるほどの有名店ですが、今回は代表取締役社長に就任されたばかりの杉村武宏さんにお話を伺いました。まずは就任おめでとうございます。

「ありがとうございます。就任後初めての取材で緊張しています。よろしくお願いします。」

最初に不朽園の歴史について教えてください。

「初代が門前町大須不老園別家として始めました。そして昭和2年に不朽園を創業しました。しかし昭和19年に戦争で全てを失い、今の場所の尾頭橋に移ったのは戦後で昭和21年のころです。最初の頃はバラック小屋の仮店舗で営業を再開したのですが、食料難で材料が手に入らず大変だったと聞いています。」

現在、武宏さんで四代目になられるという。最初から最中が人気だったのですか？

御菓子司 不朽園

代表取締役社長の杉村武宏さん

「いえ、創業した当初からぜんざいや羊羹など和菓子全般を扱っていたのですが、この頃から最中の餡の製法に工夫を凝らして徐々にお客様の好評を得ることができました。昭和30年に店舗を新築し、その店構えで現在まで続いております。」

店構えは昔ながらの木造瓦屋根の建物が建っており、尾頭橋交差点を眼下に望むように不朽園の立派な看板をみることができます。看板商品の不朽最中についてお聞かせください。

「最中というのは餡と最中種（皮）だけでできています。それだけにあんばいがとても大切になります。餡は水分を含んでおり、種は乾いています。この二つが合わさると初めはパリッと香ばしく、徐々に餡が皮になじんで一体感のある最中へと変化していきます。うちでよく言っているのは、お客様がお菓子を一個食べて、二個目三個目と手が出る商品を作ることを心掛けています。そのためには糖度が高くてもさっぱりと餡を炊き上げる。最中種も食べた時に歯の裏にくっつかないように、高温でしっかり熱を入れて焼いてもらっています。そして、お客様に詰めたてを召し上がって頂きたく、常に詰めたてをご用意しております。」

その他にも魅力的な商品がショーケースに並んでいますね。白菜大福というのは？

「愛知の伝統野菜でもある野崎白菜というのがあって、名古屋市中川区が発祥の地なのですね。その野崎白菜のイベントがあり、その時に開発したもので、白菜を浅漬けにしたものを大福の中に入れています。お客様に大変ご好評で、今では冬の定番商品となっています。」

小倉トーストも売っているのですか？

「これはパンではなくて、トーストの形をした四角い最中の皮なんです（笑）。日持ちのする商品をということで、バター風味の最中種にお客様が餡をのせてお召し上がりいただく形になります。新しい名古屋土産になればとおもい考案しました。」

最後に今後の意気込みは？

「この度、社長の大役を仰せつかり身の引き締まる思いをいたしております。これからも、会社及び名古屋の和菓子のために努力していく所存でございます。どうぞよろしくお願い致します。」

若き社長のこれからのご活躍をお祈り申し上げます。

愛知県菓子工業組合・柘植千晴

埼玉

自店舗で叙勲伝達式の栄誉 御菓子舗（さいたま市） たちばなや

令和2年秋の叙勲で神戸武士埼玉県菓子工業組合前理事長（現副理事長）81歳が旭日双光章を叙勲されました。社会の様々な分野で顕著な功績を上げた人を表彰するのが旭日章です。例年通りなら農水省会場での伝達式から皇居宮殿で天皇陛下に拝謁の流れですが今年は新型コロナの影響で各県それぞれの伝達式となりました。埼玉県は本人の希望通りにということでしたので、神戸前理事長経営のたちばなや店舗での叙勲伝達式となりました。当日は担当の農業ビジネス支援課課長にお越しいただきしめやかながら厳かに無事に叙勲伝達式を執り行いました。

神戸武士埼玉県菓子工業組合前理事長

「東京の和菓子屋に弟子入りしてから半世紀にわたり、菓子作りに没頭してきました。好きな仕事で表彰されることはとても光栄。自分は幸せ者だ。群馬県南牧村生まれ。15歳で上京して10年間修行した。その後も都内や千葉で経験を積んで1974年に念願の自己所有店舗をさいたま市中央区に開いた。毎朝6時に起きて小豆を炊きあげ生菓子を仕込む。毎日餡を触らないと落ち着かない。埼玉県菓子工業組合理事長として『全国菓子大博覧会』の出店が重要な仕事で、県のリストを基に組合と候補店との間で尽力した。店のこだわりを聞きつつ、出すお菓子の種類などを交渉する。関係者に何度も頭を下げるのは精神的にきつかった。振り返ると県のお菓子作りを盛り上げようと、工夫を練ることはやりがいがあった。お菓子作りは生きているうちの天国。喜んで食べてくれる人がいる限り、ずっと仕事を続けていきたい。」と意気軒高です。

歴史の長い菓子業界にあって神戸前理事長は新参に属します。約25年前に息子慎太郎さん考案の銘菓「サッカー王子最中」をヒットさせたことにより埼玉県内菓子業界での信用と信頼を得ました。さてこの慎太郎さん、元サッカー選手であり御菓子舗たちばなや大宮店店主をしながら浦和レッズのサテライト・レディース・ユースチームのコーチ・監督を歴任しレッズの人材育成を担う今も現役プロサッカー界の人間でもあります。銘菓に歴史や地名にあやかった名称を付けるのは昭和30年や40年代の大昔の流行で、現在では銘菓とは本物でなくてはならないと言われて久しいです。理想論への正解は難しい。重要なキーワードは本物である事。「サッカー王子最中」は埼玉県内で銘菓作りの見本となっています。

埼玉県菓子工業組合副理事長兼専務理事・中島祥夫

徳島

コロナ禍における菓祖神祭 「菓子文化の継承には継続が大事」

徳島県菓子工業組合では例年11月に菓祖神祭を行っておりますが、新型コロナウイルス感染症の世界的流行に加え、現職であった谷内理事長の急逝があり、開催を躊躇しておりました。

しかし、臨時理事会の席で直前理事長より感染対策を行った上で開催するのが望ましいとの意見を頂き、理事に諮ったところ賛成多数で開催することとなりました。

開催に際し参加を募ったところ、例年よりも少し多い40社から玉串料を頂戴し、献上菓子も内19社から提供がありました。神前に祀る御鏡餅や紅白餅は組合員から提供を受け、御供物の昆布、若布などは地元の海産物問屋で、御神酒は椎宮八幡神社参道近くの酒造場で手配いたしました。

菓祖神 中嶋神社

マスクを着用し祭礼に臨む組合員

祭礼当日は晩秋とは思えない温かさの中、出席者は感染防止の観点からマスク着用で祭礼に臨みました。神前には御供物、御鏡餅、御神酒、紅白餅、献上菓子が祀られており神職が祝詞を読み上げ、御祓い、玉串拝礼と進み、神職のお言葉を頂戴し、無事終える事が出来ました。祈祷した紅白餅と御神酒、これらは御神札とともに撤饌として玉串料を奉納いただいた組合員各位にお渡しいたしました。

コロナ禍で中止や延期された行事が多い中、所謂、感染の第三波といわれる前の時期であった事や、野外である事、少人数での開催である事から例年と変わらぬ作法で執り行われた菓祖神祭ではありますが、一度途絶えてしまうと再開に際して多くの労力がかかるのではないでしょうか？

ふと、私が谷内理事長から受けた薫陶が思い出された「菓子文化の継承には継続が大事だよ」

やはり継続が必要な事は行うことが、コロナ禍においても菓子文化継承に繋げていくことができると思っております。

徳島県菓子工業組合・菓子屋の仕事委員長・清水丈雄

大阪

大阪菓子会館橘本神社神殿前にて
新型コロナウイルス収束と業界繁栄を願い

大阪府菓子商工協同組合連合会、近畿菓子卸商業組合、大阪府菓子工業組合、㈱大阪菓子会館合同主催による恒例の菓祖神祭は、1月8日（金）午前10時より大阪市西区北堀江の大阪菓子会館橘本神社社殿前において15人出席の下、橘本神社前山和範宮司により斎行、丑年の業界繁栄を祈願した。

菓祖神祭

出席者

司会の中野幹・大菓工副理事長が「昨年は、新型コロナで常識を覆される年だった。第3波に入ったとされ、緊急事態宣言の発令など、たいへんな年明けとなったが、こんな時こそ神の力に頼りたい。疫病退散、景気回復を皆さんと共に祈願したい」と挨拶し、神事に進んだ。体感温度が氷点下という寒さの中、修祓、献饌、祝詞奉上、玉串奉奠、撤饌まで厳粛裡に執り行われた。玉串奉奠では、大菓工より代表で井上源造副理事長、大阪菓子会館より代表で古田鶴彦氏、近菓卸商組より上村繁典理事長、続いて大阪府生菓子協同組合をはじめ各工組の代表者らが行った。

前山和範宮司

直会はじめに、大菓工・井上副理事長が挨拶で参集への謝辞を述べたあと、前山宮司が「昨年は、田道間守命公が亡くなって1950年の祭りを予定していたが、新型コロナの影響で延期となり、今年の10月に予定しているので参集いただきたい。また、社殿修復に向けて、5月より本殿の屋根の葺き替え工事を控えており、菓子業界皆様のご支援を賜りたい。コロナが鎮まり、業界が発展されることを願っている」と述べた。

続いて近畿菓子卸商業組合の上村理事長は「例年は得意先回りや新年互礼会がありましたが、理事長を務めて4年、今年初めて菓祖神祭に参加させていただきました。寒さの中、コロナに負けない清々しい気持ちになることが出来た」と話し乾杯を発声、お神酒を頂いた。新年のあいさつを交わし、短い歓談ののち感染拡大防止への配慮から食事は持ち帰り、解散となった。

大阪府菓子工業組合副理事長・森田政勝

宮城

仙台に居ながら全国の銘菓の旅
全国縦断お土産まつり

今回は、1月8日から1月13日まで、仙台市青葉区の藤崎本館で開催された「全国縦断お土産まつり」を紹介します。コロナ禍の中、遠出も出来なくなり、ご当地土産を味わう機会もぐんと減ってしまいました。旅行にいけない日々が続いており、あの県のあのお菓子が食べたい！と思っていた方が多く足を運んで下さったようで、仙台の「全国縦断お土産まつり」は大盛況だったと聞きました。

北は北海道から、南の沖縄県までの全国から集められた、見た事もない工夫を凝らした素敵な可愛らしいお菓子、ユーモラスにとんだお菓子を眺めながら、旅行気分を味わう事が出来、私も会場のお菓子を一つ一つウキウキしながら旅気分を満喫しました！珍しいお菓子を購入できる、めったにない機会に、辛い物が大好きな私は、大阪府のお土産品「デスソース柿の種」を購入しました！辛い物には自信がありましたが、想像をはるかに超える辛さに驚き、恐るべし大坂!!と感心しきりでした。。。もちろん他にも沢山購入し、家族で楽しみました。

仙台市で開催された「全国縦断お土産まつり」

わが宮城県菓子工業組合の白松一郎理事長は、テレビの生出演、新聞の取材等、「全国縦断お土産まつり」を賢明にPRして下さいました。

「旅行の自粛で土産需要は落ち込んでいます。新婚旅行や修学旅行で行った場所の菓子を食べて思い出を再確認し、一家団らんのお助けになれば嬉しく思います」と語っておりました。

暗いニュースで気持ちが落ち込みがちな毎日ですが、お菓子を購入して下さった方々が少しでもお菓子で元気になり、豊かなお家時間を過ごして下さったら嬉しく思います。また、外出自粛で会うことができない家族や友人など大切な方へお菓子をプレゼントし、甘いものパワーでストレス解消&笑顔のお裾分けで、日本がもっともっと元気になってくれたら嬉しいです。「全国縦断お土産まつり」を開催して下さった、菓子類販売促進コンソーシアム（全国菓子工業組合連合会）、そして藤崎さんに感謝と御礼申し上げます

宮城県菓子工業組合・関根美知子

テレビ出演して PR する白松一郎理事長

「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◇

制度の概要
- 新規申込締切日：2020年5月22日（金）
- 更新申込締切日：2020年3月27日（金）
- 保険期間：2020年7月1日（水）午後4時～2021年7月1日（木）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。）

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損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. リコール保険（オプション）
（生産物回収費用保険）
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。

2019年度より補償を拡大し、充実した内容に改定しております。

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”

東京海上日動火災保険株式会社

2020年2月作成　19-T06272

思考が変わるだけで事業が変わる

コロナ時代にお金も時間も手間もかけずに対応する方法

その②

佐藤智明氏（プルデンシャル生命保険株式会社・静岡支社第二営業所）

全国中小企業団体中央会では、佐藤智明氏（プルデンシャル生命保険株式会社・静岡支社第二営業所）を講師に迎え「思考が変わるだけで事業が変わる～コロナ時代にお金も時間も手間もかけずに対応する方法～」をテーマに講演会を行いました。

～前回の振り返り～

まずは前回の話の中で、今回の話に関わりのある内容について少しだけ振り返ってみましょう。

コロナ禍この1年の経営者からのご相談の変化

当初のご相談は「売上の見通しが立たない中でどうしたら資金繰りの苦境を切り抜けられるか?」。しかし緊急融資が一段落した秋頃からご相談の内容が変わり始めた。「コロナ融資はいつか返済をしなければいけないお金。コロナ禍に対応したビジネスモデルを考えないと結局事業は立ち行かなくなる。どうすれば良いのか?」

事業成長を加速させる鉄板ステップ

①自社の商品の〝本当の価値〟を見極める

②ビジネスモデルでは〝本来の役割〟に集中しそれ以外は捨てて埋める

③それを可能にする〝魔法の言葉〟を創造し発信する

《そもそも〝本当の価値〟とは?》

大きく分けると2つ。人はどんなに〝良いもの〟でもいらないものは買わない。人は〝必要なもの〟もしくは〝欲しいもの〟を買う

①必要なもの＝困りごとを解決する＝〝不平不満解消型〟の価値

②欲しいもの＝夢や希望を叶える＝〝夢実現型〟の価値

商品の性能といった〝良さ〟ではなく、自社の〝本当の価値〟が何なのかを明確にすることが、事業成長加速させるスタートラインとなる

モノが売れるメカニズム

売上げを伸ばす為にどの戦略をとりますか?

①数を増やす

②単価を上げる

③成約の確率を高くする

正解は百社あったら百通り。しかし数も単価も成約の確率までも全てを一瞬のうちに劇的に変えてしまう方法がある。それは次の通り。

《売上の構成要素》

売上とは

①何を

②どうやって

③誰に

売るのか?この3つの要素の組み合わせ。どの会社も〝何を〟はほぼ決まっている。〝どうやって〟を必死に努力されている。しかし、数も単価も成約の確率も全てを一瞬で劇的に変える方法は〝誰に〟を変えること（前回のペットボトルの水の例）。

自社にとっての〝誰に〟が明確になった瞬間に、事業成長のスピードが劇的に変わる

《コロナ禍で一変した状況の正体とは?》

コロナによって起こった事業上最大の問題、『誰に＝お客様』が目の前から消えた!動きが止まった!!コロナ禍で売上の構成要素上で最も重要な「誰に」の視点が極めて難しくなったことが、事業を厳しくさせた最大の要因ではないか

《先行き不透明なコロナ禍で売上を伸ばすポイントとは?》

『お金や時間や手間をかけて新しい商品を開発すること』ではなく、『既存の商品を活かし〝価値を創造し直して〟現在のビジネスモデルに当てはめる』こと。

以上、前回の話を踏まえ、今回は〝思考の変革〟を実現するために基本となる事業成長のたった2つの成功パターンについて具体的な事例を交えてお話しさせていただきたいと思います。

事業成長のたった2つの成功モデルとそのプロセス

これまで様々な業種の事業分析をさせていただいてきた中で、事業が成長していく成功プロセスは業種に関わりなく「ND・DN分析」によって示すことができると私は感じてきました。Nとは前述した売り上げの構成要素「何を」、Dとは同様の「誰に」の略称です。成功している事業は、必ずこのどちらかの構成要素が先に明確になり、その後他方が決まっています。

売上を伸ばそうと新規の事業を始める場合、普通に考えれば『商品＝何を＝N』が決まって、その後に『お客様＝誰に＝D』を開拓していくケースがほとんどです。これがND（何を誰に）型の成功モデルです。逆に、既にお持ちの『お客様＝誰に＝D』を活用し、そこに有効と思われる『商品＝何を＝N』を創っていくケースもあります。これがDN（誰に何を）型の成功モデルです。いずれのタイプもNとDどちらかの構成要素が決まった後、他方を拡大していくことによって売上は伸びていきます。一方、事業がなかなか成功しないケースは、自社が提供する『N＝商品』とそれを購入する『D＝お客様』が両方ともなかなか定まらず、結果、〝価値〟と〝ニーズ〟のミスマッチが常に起きてしまっている場合が多いと感じます。ND型のビジネスモデルで広がった『D＝お客様』に対し、DN型への展開で新しい『N＝商品』を追加提供する、これを交互に繰り返すことによって事業の成長が加速をしていくというプロセスを、私は相談をお受けした多くの会社でご一緒させていただきました。

事業成長プロセスの具体的な事例

ここで、ND型・DN型を交互に繰り返すことによって事業を伸ばし続けてこられた具体的な事例について話しをさせていただきます。書店やCDショップ、家電量販店等に棚などの備品を卸す店舗サポートを主として成長してこられた創業半世紀を超える老舗企業A社の事例です。ある会計事務所主催の私の講演会に参加いただいた社長からのご依頼で社員研修に伺うようになったのが約3年前。当時A社は、ネットによる商品販売が急成長している環境下、既存顧客の店舗がどんどん閉鎖に追い込まれているという煽りを受け、厳しい状況に晒されていらっしゃいました。

《A社の意外な〝本当の価値〟とは?》

私が月に一度の社員研修でまず行ったことは、A社の〝本当の価値〟の見極め。そこで社員が口にした内容はこうでした。「自分達の事業の価値は〝店舗に安く備品を提供する〟ということ。様々な分野でネット販売が主流となって店舗がどんどん閉鎖するこの状況ではうちは厳しいです」。しかし、見極めを続けていく中で、私はこの会社の意外な〝本当の価値〟を知ります。社員が言っていた「店舗に安く備品を提供する」などとんでもない!A社の〝本当の価値〟は〝店舗の売上げを伸ばす総合コンサルティングサービス〟だったのです。

《売上を伸ばすショーケース》

具体的にお話し致しましょう。A社のヒット商品に「スリムショーケース」というものがあります。フィギュアなどを販売する店舗で商品を陳列する一見普通のショーケースです。このケースの特徴はたった一つ〝奥行きが浅いこと〟。フィギュアを売っている店舗では、従来の奥行きが深いケースだと商品が縦に並んで形が見えづらく顧客の目に留まらない＝売上が伸びないという現象が起きていました。横に並んで見える形だとフィギュアが〝映えて〟売れやすい、つまりA社は〝奥行きが浅いショーケース〟という〝商品の機能〟ではなく、〝置くだけで店舗の売上げが伸びる〟という素晴らしい価値を店舗に提案していたのです。

《ND型からDN型へ》

このようにA社は創業当初から『どうやったら店舗の売上を伸ばすことができるか?』という価値を『N＝商品』とし、『D＝店舗展開で事業を営む会社』に提供してきたND型で成長してきましたが、数年前より、DN型へのモデルの転換を始めました。『従来のN＝売上を伸ばす店舗備品』で構築した『D＝既存顧客』に対して『新しいN＝新しい売上を生み出す商品』を提供し始めたのです。それはカレンダーでした。その対象コンテンツは芸能人からスポーツ選手、アニメキャラクターに至るまで多岐にわたり店舗に新しい売上をもたらしました。そしてカレンダーなどで出来上がった新しいマーケットに対し、今度はまた全く新しい商品『アーチストなどのライヴでファンが使用する〝うちわ〟や〝ペンライト〟などのライヴサポートグッズ』を企画し、店舗の売上向上の更なるサポートをしていきました。店舗の売上が伸びないどころか店舗自体が激減する苦境の中で、〝店舗の売上を伸ばす＝夢実現型の価値〟を生み出し続け業績は徐々に回復していったのです。

《コロナ禍で再び苦境に》

しかし!全く予想していなかった事態が起こります。コロナ禍です。繰り返しになりますが、そもそもこの会社の〝本当の価値〟は『店舗の売上を伸ばす＝〝夢実現型〟の価値』。コロナ禍で人が来なくなった店舗にどのような価値を提供できるのかを改めて考えなければならなくなったという絶望的な命題をつきつけられることとなったのです。A社はどう挑み、そしてどう克服していったのでしょうか?

コロナ禍で事業を成功に導く〝思考の変革〟

ビジネスモデルの本質は、〝持っている商品〟と〝お客様の困り事、叶えたい夢〟を結びつけ〝解決策としての価値〟を創造することにあると私は思います。そして私はこれまで、『困りごとを解決する不平不満解消型の価値』より『夢や希望を叶える夢実現型の価値』の方が事業はよりスパークすると感じてきました。しかし、先行きが極めて不透明なこのコロナ禍では『不平不満解消型』つまり『コロナによって変化したお客様の価値観への対応』が、急激にそして強力に求められています。私はコロナ禍のこの1年間、苦境に見事に対応し、新たな事業展開を成功させた会社、そしてビジネスパーソンとご一緒させていただいてきました。その成功パターンは大きく分けると4つ。いずれもお金も時間も手間もかけず今までになかった売上を新たに生み出したパターン、そしてそれを可能にしたのは他でもない〝思考の変革〟でした。次回はその具体的な成功事例と〝思考の変革〟についてお話ししたいと思います。

和菓子講習【基礎編】

日本菓子専門学校　岩崎　真岳　教師

梅合わせ

約15個分

（浮島生地）

卵……1個
白中火取餡……150g
上白糖……30g
上白糖（メレンゲ用）……10g
薄力粉……15g
上新粉……10g
ベーキングパウダー……0・5g

（梅餡）

白生餡……300g
グラニュー糖…170g
トレハロース……25g
赤梅の蜜漬け…120g（種を取り除いて果肉のみ）
水飴……15g

【工程】

（梅餡）

❶サワリに水、グラニュー糖、トレハロースをいれ火を着ける。しっかり沸騰してきたところで白生餡をいれ練っていく。

❷並餡ぐらいの硬さになってきたら、あらかじめ種を取り除き果肉をミンチに叩いておいた赤梅の蜜漬けをいれ混ぜ合わせる。上がり際に水飴を加える

❸取板に均等の大きさに上げ熱を抜く。上部が冷めたらひっくり返し硬さを揃え全体的に冷めたらビニールに包み乾かない様にしておく。

梅合わせ

（浮島生地）

❶卵を卵黄、卵白にわけそれぞれボウルに分けておく。卵黄に白中火取餡を加えよく混ぜ合わせる、更に上白糖も混ぜ合わせたらピンク色に着色。

❷卵白を泡立て、上白糖（メレンゲ用）を数回に分けながら加えしっかりとしたメレンゲを作る

❸①に半量のメレンゲを加えしっかりと混ぜ合わせる。残りのメレンゲを加え今度はメレンゲの泡が潰れないように軽く混ぜ合わせる。8割方混ざってきたところで粉類（薄力粉、上新粉、ベーキングパウダー）を合わせふるっておいたものを加え軽く混ぜ合わせる。

❹絞り袋にいれセイロ、セパレートの上に丸く5等分に絞る（梅の形の型紙を用意しておくとやりやすい）絞った角を水で濡らした指先で消していく。

❺中位の蒸気で18分蒸し上げる。

❻粗熱が抜けたらセパレート紙から剥がし、裏表の対を作り並べておく。

梅餡を約8gに種切りし上を軽く潰しサンドする。

❼上にしべの焼き印を押す。または黄味色に着色する。

上にしべの焼き印を押し出し箸を使って中央に植え付ける。

青年部ブロック長がゆく

地元のお客様に愛され、業界の発展に貢献する 菓舗ふくおか

今回は、徳島県鳴門市撫養町にある「菓舗ふくおか」さんにおじゃましました。店主の福岡賢治さんで3代目になります。昭和23年に祖母の絹子さんが、職人さんを雇って創業しました。福岡さんは組合活動も精力的にされ、現在専務理事を担当されています。福岡さん曰く、常々地元の方々に可愛がっていただいているので、お客様にご恩返しをしていきたい。多店舗展開するよりも、お客様が探してでも来てくれる店でありたい。今まで来てくれたお客様用の駐車場がなく困っていましたが、昨年店の前に10台の駐車場を構えました。ご年配のお客様にも大変喜ばれているそうです。

一番売れ筋の商品は、『お赤飯』。鳴門は徳島県の中でも珍しく、ほとんどの和菓子屋がごま塩ではなく「ごま砂糖のお赤飯」を販売しています。昔、鳴門は塩田が多く塩が豊富にありました。その反面、砂糖は手に入りにくく貴重で晴れの日くらいは砂糖を使いたいという事から、お赤飯に使われるようになったそうです。「生どら」も人気商品で、こしあん、粒あんと、季節ごとに変わる餡の3種類があります。自家製餡で作られる上生菓子は、月ごとに4～6種類が店頭に並べられます。京都の「仙太郎」さんで磨いた技術で作り上げられる上生菓子は大変評判で、コロナ禍の中、アマビエの練り切りを販売したところ可愛いと大変好評で、600個の注文が入った事もあったそうです。また阿波ういろも、昔ながらの製法で、無添加で作られています。

阿波ういろ

創業当時の「菓舗ふくおか」

店主の福岡賢治さん

今まで、技能検定委員、ものづくりマイスターの小学校などへの出前授業、大学で13年間続いている和菓子講師など、後進の育成に携わってきた功績をうけて昨年11月に「阿波の名工」に選ばれて表彰を受けました。また、県も推進している事業でカンボジアに渡航し「ヤシ砂糖」の製造環境整備に貢献しました。これは全菓連青年部の褒賞制度で青年部部長賞を貰いました。

今後も利益追求より、日々の仕事の中でお客様に喜んで頂く。菓子業界への貢献とお客様への感謝の気持ちを持ち続ける福岡さん。さらなる活躍を期待しています。

全菓連青年部中四国ブロック長・岡澤孝浩

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