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

●https://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1010号（令和５年５月）

外国人の技能実習制度を廃止

人材確保と育成の新制度を創設

外国人労働者のあり方を議論する政府の有識者会議では、技能実習制度の廃止を盛り込んだ中間報告書を決定した。これまで同制度は、新興国への技術移転による国際貢献が目的だったが、制度運用と実態がかけ離れていたので、技能実習生の労働力としての貢献を認め、人材確保と育成を目的とした新制度の創設が、検討されることとなった。

現在、外国人財受け入れには、製造業や農業など現場で働く、技能実習と特定技能がある。このうち、技能実習が廃止され、人材の確保・育成を目的にした新たな制度が創設される方向。また、2019年に人手不足の解消のため、外国人の労働力確保を目的に設けられた特定技能制度だが、同制度への円滑な移行が可能になるように、設計される。技能実習後は、特定技能へ移行する人が多いので、改定が進めば外国人材の長期就労が可能になる。

新制度は技能実習では原則不可であった転職を、一定程度認める方向で検討される。可能とする滞在年数や回数は、今秋までに決められる。

また、特定技能2号の対象分野も6月には拡大される見通しとなった。菓子業界では、1号（資格付与には、技能と日本語の試験に合格することが条件）のみが対象で、就労が認められる在留資格は最長5年だった。このため、現状のままでは特定技能で働く人は期限を迎えたら去らざるを得ない状況であった。

この問題について、2号では在留資格の更新回数に上限がなく、家族帯同も可能で、将来は永住権も取得できる。この2号はこれまで、建設業などの、高度な技術を持つ2分野に限っていたが、飲食料品製造業のほか、9分野の追加が検討されている。対象が拡大されれば、経験の乏しい人材が実習生として来日し、技能を身に着けて1号、さらに試験に合格して2号を取得し、継続雇用という流れが強まる。

クレジットカードを不正利用

取り込み詐欺が多発

昨今、外国人によるネットショップを狙った詐欺が、菓子メーカーを中心に多発している。いずれも、外国人名（※例外あり）で福岡県福岡市のアパートなどを住所とするアカウントから、ECを運営する事業者へ、クレジットカードを不正利用して注文（1回10万円～30万円）し、商品を騙し取っている。注文主は、現時点で福岡県福岡市に8拠点が分かっており、氏名は英語またはカタカナが使用されている。

注文先の情報は、各都道府県菓子工業組合に連絡しているので、怪しいと思われたら、問い合わせされたい。実際にあった例は次の通り。

・4月20日、自社のHPのオンラインショップに約10万円の注文が入ったとの連絡があった。クレジットの審査が通らなかったため、HPオンラインショップの管理会社を通じて、電話連絡を試みたそうだが、つながらなかった。

・4月27日、自社HPのオンラインショップに約14万円の注文が入った。クレジットカードの決済の承認が下りなかったため、商品の発送を取りやめた。

・ECサイトに4月20日に注文があり、4月25日に出荷した。支払方法はクレジットカードで請求金額は11万円だった。現時点ではクレジットカード会社より返還請求は来ていないが、怪しいという注文先の情報が一致したので、詐欺の可能性が高い。

・4月の後半より、福岡県福岡市まで同じ住所の方々から、すでに5件来ている。外国籍の名前だが、すべて異っていた。4月30日と5月1日の注文分、計3件については、一旦発送を止めている。

・注意喚起により知ったクレジットカードの不正利用と思われる注文が、5月3日、弊社オンラインショップにも入った。合計16万円の注文で、商品発送はしていない。

また、クレジットカード不正利用による取り込み詐欺は、昨年11月ごろから日本人名でも多発しており、販売代金は3～5万円、注文先の住所は愛知や静岡、東京など多岐にわたっている。

返金請求に注意

特に注意すべきなのは、代金はカード会社から事業者に一旦、支払われるが、後日、カードの不正利用が分かると、返還請求（チャージバック）が来ること。意外に知られてないが、カード会社は、カード所有者（消費者）の被害は被るが、事業者の被害は被らない。不正利用が起きた場合は事業者負担になる。また、詐欺被害にあったことは、カード会社から支払代金の返還請求が来て、初めて分かる。

対処方法としては、初めての注文で高額の方に対しては、連絡先へ注文確認の電話をすること。詐欺の場合、直接電話に出ることは少ないと思われるので、本人確認できるまでは、発送を止める。そのうえで、発注者とカード名義人が一致していない等、不審がある場合は、カード会社への確認等を行う。

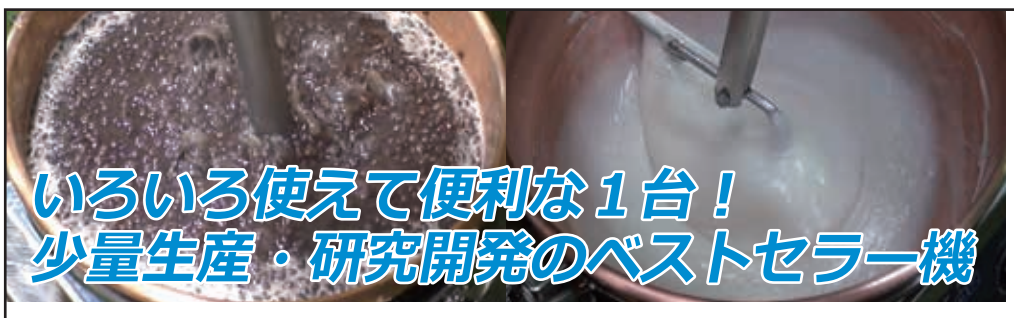
不正利用の疑われる注文としては、次のような事項がある。

○1注文あたりの金額や個数が、極端に多い。
○配送業者指定など、急ぎの要望がある。
○同じ配送先に多数注文している。
○電話番号やメールアドレスが数字や文字の羅列になっており、明らかに正しくない。
○配送先が、海外転送サービスを利用した住所になっている。

令和５年春の叙勲褒章

業界関係受章者、順不同

▽旭日小綬章・島田進氏（日本洋菓子協会連合会会長）
▽旭日双光章・森田紀氏（静岡県菓子工業組合理事）
▽黄綬褒章・宮崎昇氏（神奈川県菓子工業組合代議員）



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

「お菓子のちから」作文コンテスト

令和4年度菓子需要喚起対策

全日本菓子協会では令和4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「お菓子のちから」作文コンテストを行った。

同コンテストには2万9043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

広島県　小学校五年

母へのクリスマスプレゼント

母は、コロナの後いしょうで、味を感じにくくなっていました。どんなにおいしい物を食べても味がしないようで「食べるのが楽しくない」とつぶやいていたこともありました。ある日のおやつにはプリンがでました。それを母と食べました。私は気になって、「ねえお母さん、プリンの味する?」と聞いてみました。だけどやっぱり母は「味がしない」。と答えました。クリスマスのおいしいピザも「いらない」。と言い、何だか私はさみしくなりました。

二十五日のクリスマスケーキ。「お母さん、おいしく食べられるかな」と心配しながら母を見ると、「おいしいね!」

母はそう言いました。私はサンタさんが味覚をプレゼントしてくれたのだと、自分のことのようにうれしくなりました。

中学生の部

千葉県　中学校三年

お菓子がもつ力

私の一日のおやつタイムは二回ある。最初は学校から帰宅し、塾に行く前に食べるおやつ。もう一回は勉強や夕食が終わり、お風呂に入ってから寝るまでの間に、祖父と一緒に食べるおやつだ。と言っても祖父とは画面越しなのだが…。

私には、宮城で一人暮らしをしている祖父がいる。十年前、突然祖母が亡くなり、寂しい思いをしている祖父を少しでも元気づけようと始めたテレビ電話。十年間毎日欠かさず続けている。

正直なところ、忙しかったり、ちょっと疲れて早く寝たいなと思う時もあるけれど、一日の終わりに、祖父と二人でお菓子を食べながら、今日の出来事を話す時間が私にとっては、なくてはならないものとなっている。

食べるお菓子は毎日違うが、お互いに好きなお菓子を教え合ったり、私がおいしそうなお菓子を食べていると、次の日には祖父もそのお菓子を食べていたりして、会話が盛り上がり良いコミュニケーションとなっている。

そしてもう一つ、私にとってテレビ電話で祖父とおやつを食べることは、「今日も祖父が元気でいる」ことを確認できる手段でもあるのだ。

祖母が亡くなってから、祖父は何度か病気もしているが、その都度回復してきている。それはきっと、またお菓子を食べたいという強い気持ちがあるからだろう。

コロナ禍で祖父とは3年以上会えずにいるが、このテレビ電話のお陰で、毎日祖父の顔を見ることができている。

私は祖父が大好きだ。祖母の分まで長生きしてもらわなければならない。だから私はこれからもずっと、祖父とお菓子を食べながらテレビ電話を続けるつもりだ。

夜のお菓子タイムはやめられない。

実行委員会を設立

第28回全国菓子大博覧会・北海道

第28回全国菓子大博覧会・北海道ではこのほど、実行委員会を設立し、5月18日14時よりアートホテル旭川3階「ボールルーム」において、第1回実行委員会を開催する。

プレスリリースからの説明は、次の通り。

1911年に東京で行われた「帝国飴大品評会」に始まり、お菓子の祭典として約4年に1度、全国各地で開催をしてきた全国菓子大博覧会。2017年の「お伊勢さん菓子博」以来、新型コロナウイルス感染拡大の影響もあり、開催が延期されておりましたが、2025年に北海道旭川市を舞台に、第28回全国菓子大博覧会・北海道（以下、菓子博）の開催が決定いたしました。この度、実行委員会を設立するにあたり、ご案内申し上げます。同実行委員会は北海道菓子工業組合、自治体、地元経済団体などで構成、道内の様々な企業・団体・学校・NPOなどと連携し、菓子業界の継続発展はもとより、北海道の観光振興・産業振興に寄与する菓子博を実施してまいります。

○開催地域、旭川の魅力

北海道第2の人口を抱える都市であり、大雪山からの伏流水と盆地が育む「米どころ」である旭川市。雄大な大雪山連峰や十勝岳連峰を源流とする忠別川、石狩川、美瑛川、牛朱別川は四季折々の美しい表情を日常的に感じさせます。旭川市は建設業、家具、木工クラフトなどの製造業をはじめとする様々な産業が発展しているほか、農業が盛んであり、米や地酒、野菜等の収益性の高い産品の生産推進及び生産技術向上対策を全国に先駆けて講じているのが特徴です。ブランドマーケティングにおいて、商品の魅力＝産地の魅力と言われるように、地域の素材を商品に活用することで、生産者、産品の価値もまた向上し、「地域の未来」をつくる礎になっていくといっても過言ではありません。また、観光面においても、有名な旭山動物園を擁し美瑛・富良野とも隣接している北北海道の中心であることから、インバウンドで成功を収めたニセコエリアに勝るとも劣らない魅力を持っています。

○第28回全国菓子大博覧会・北海道事務局

電話0166―50―2500、FAX0166―53―1515

メール・asahikawa.kashihaku@prime.ne.jp

石川

経営講習会で得た学び

決算書からマーケティングまで

石川県菓子工業組合青年部として、令和4年10月12日（水）・19日（水）の二回に分け、株式会社迅技術経営　代表西井克己氏を講師にお招きし、組合員の資質向上及びコロナ禍以降大きなダメージを負った菓子業界、さらには、近年の原材料や賃金の高騰による経費増大を受けて、今後の事業運営に必要なビジネススキルを学ぶ経営講習会を開催いたしました。

令和4年度石川県中小企業団体中央会の専門家派遣制度を利用して実施し、第一回目の講習会では、決算書の見方や自社分析、原価計算について講義いただきました。

既に事業承継をしている方、これから事業承継をする方、それぞれにとって改めて自社の経営状況等について考える機会となり、また自社を見つめ直すことで、欠点を見つけ出し、より良い状況を作り上げる大切さを学びました。

第一回講習会　決算書の見方など

第二回目講習会　マーケティングについて

第二回目の講習会では、マーケティングについて講義いただき、実際に流通している商品を題材に、パッケージや価格帯、見た目、味覚などについて〝グループディスカッション〟を実施、商品分析を行いました。

「商品名はどう?」「甘さや食感は?」「この商品をもっとよい商品にする為、考えられることは何か?」等様々な意見を出し合い、いいところ、悪いところ、こうしたら良いのではないか等、全員で話し合いを進めながら、改めて商品作りの難しさ、ストリー性の大事さなど様々な問題意識を持つことが出来、有意義な二回の講習会となりました。

また、講義後も各社の問題点や悩みなど、それぞれ個別でアドバイスをいただき、経営者としての資質向上に繋がる時間となり、今後も菓子職人として、しっかりと経営についても勉強していかなければならないと再認識をしました。

石川県菓子工業組合青年部・中村屋・中村成伸

全菓連スイーツプラザ 掲載のご案内

HPから簡単に登録ができます。掲載無料。

全菓連では、組合員様の販売機会の増大を目的として、店舗・商品情報をスイーツプラザに掲載中です。新規登録・修正は、全菓連ＨＰ「お菓子何でも情報館」から、手軽に行えます。

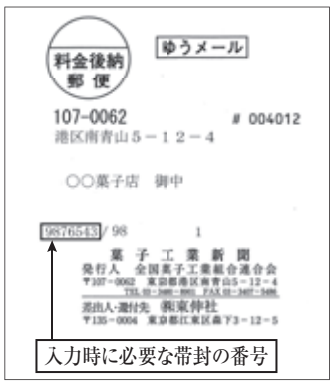
スイーツプラザには、組合員様の店舗の地図や商品情報、ＨＰやＥＣサイト等へのリンクが掲載され、旅行者等の来店やサイト訪問者数の増加が期待できます。

組合員様でしたら業態に関わらずどなたでも登録できます。小売りしていないメーカー様でも、商品紹介や通信販売のＵＲＬ、取扱い店舗の紹介などを掲載できます。

掲載に当たり、費用は一切かかりません。

新規登録・修正は全菓連ＨＰ（http://www.zenkaren.net/お菓子なんでも情報館で検索）の特設バナーをクリックし、登録ページで必要事項と写真を入力するだけです。

なお、掲載まで多少お時間がかかる場合があります。



登録の際の注意事項

・菓子工業新聞を郵送時の、帯封記載の６～７桁の番号が入力に必要です（図参照）。番号が不明の場合は、ご加入の都道府県菓子工業組合にご確認ください。

・店舗写真や商品写真は、１枚あたり１ＭＢまでになります。あらかじめ、画像編集アプリ・サイト等を利用して容量を調整してください。

栃木

四輪駆動の経営 高林堂

我が社は明治18年に創業し、昭和33年に創業者の小嶋家が家業を継ぐ後継者が無く、近くで「和光」という和菓子屋を営んでいた私の父が高林堂で修行をしていた関係で、老舗の暖簾を絶やすのは忍びないと後を継ぎ、昭和の厳しい時期に現代の店の基盤を苦労して作り上げ、昭和58年、私が35歳の時に63歳で若くして他界し、その後私が32年間に会社を拡大して、6年前息子に社長と経営権を譲りましたが、息子夫婦には子供が3人おり、一番下の子供が昨年小学校2年生になりやっと親離れもして、嫁も本格的に会社に従事し、私達夫婦と息子夫婦が会社に全力投球できるようになり、「四輪駆動」の会社経営になりました。長い人生の中、親子夫婦で商売に従事できる幸せはそう長くはありません。このような時期が少しでも長く続きますように健康に気を付けて参りたいと思います。

しかしながらここ十数年、自然災害、コロナ感染症と苦難の時期が続き、会社経済環境が変化し、菓子店に限らず食品製造小売業界では、事業承継が減少している状況を考えると、喜んでばかりはいられません。なぜ業界が若い世代に魅力ある業界でないのか、どのように改革すれば異業種のように短時間労働で高い給与を払えるのか、我々世代が対応し、改革しなければならない時期にあったのに、出来なかった。しかしながら新しい時代の人たちには、新しい感性と行動力で今の時代を乗り越えていくことが出来るのではないか期待しております。今、我が社では新旧夫婦4人と若い従業員のモデル作りを頑張っております。

栃木県菓子工業組合宇都宮支部長・和氣幸雄

親子４人で力を合わせる

高林堂

店内

山形

ラーメンの聖地・山形 消費額全国1位を奪還

山形市は総務省の発表する家計調査で1世帯あたりのラーメン消費額が8年連続して日本一でした。しかし2021年、わずか300円の差で新潟市に日本一の座を奪われたのです。

のぼりを作ってPR

山形は昔から、ご馳走といえば中華そばです。お蕎麦屋さんのメニューには、ほとんどの店に「中華そば」があり、出前もしてくれるといった土地柄。お客様や知り合いが来て、昼近くになれば「中華そば取ったから食っていけ」と、もてなすのが慣例でした。

また、山形は最近まで日本一暑い記録を持っていました。暑さゆえ独自に開発された「冷やしシャンプー」や「冷たい肉蕎麦」、「冷たいラーメン」も山形が発祥の地。夏場の消費量が落ちないのもラーメン日本一の所以でもあるのですが、バラエティに富んだ、各店独自の特色のある味を追求し、競い合っています。昼時には行列の出来る人気店が沢山出来ました。当然競合店も多く、切磋琢磨しながら鎬を削り、山形独特のラーメン文化が根付きました。

その山形市が日本一の座を奪われたのです。それを読売テレビ番組「秘密のケンミンSHOW」が面白可笑しく取り上げてくれたものですから、一躍全国から注視され、山形市民も山形を売り出すチャンスとばかり、日本一を奪い返そうという機運が高まり、官民一体となって一気に盛り上がりました。その後はどこのラーメン屋さんも大変な混みようです。

今年2月7日は、総務省による2022年のラーメン消費額が発表される日。朝から山形市役所はいつもと違う物々しい雰囲気の中、総務省の発表を待ちました。

市長室で結果を待つ佐藤孝弘山形市長の元へ速報が手渡され、多くの関係者が集まる中で「山形市、1位になりました！」の市長の第一声。関係者はもちろん、山形市民がこぞって歓喜の声を上げ、日本一をたたえ合ったのです。翌日には早速、市長が「ラーメンの聖地・山形」を宣言し、これからも王座に君臨する決意を表明したのです。

私たち菓子屋もその快挙に、ただ指をくわえて見ているだけでなく、何か行動を起こさねばならないと強く感じた出来事でした。

とりあえず「ラーメンまんじゅう」でも作ろうか…

山形県菓子工業組合専務理事・戸田正宏

「ラーメンの聖地、山形市」宣言式

国税庁

令和５年10月から
消費税インボイス制度
が始まります。

消費税インボイス制度

登録を予定されている事業者の方へ
登録申請はお早めに！

登録申請手続は、
かんたん・便利♪ e-Tax をご利用ください!!

☑「e-Taxソフト（WEB版）」、をご利用いただくと、質問に回答していくことで申請が可能です。
☑ e-Taxで申請した場合、電子データで登録通知の受領が可能です。
☑ 個人事業者の方はスマートフォンからでもe-Taxで申請できます。
※e-Taxのご利用には事前にマイナンバーカードの取得が必要です。

説明会を開催中

税務署での説明会やオンラインでの説明会をご案内しております。 説明会ページへ▶

制度について詳しくお知りになりたい方は、国税庁ホームページ（https://www.nta.go.jp）の「インボイス制度特設サイト」をご覧ください。 特設サイトへ▶

特設サイトでは
❶制度の解説動画 ❷AIを活用したチャットボット
❸インボイスコールセンター などをご案内しております

福井

ローカルフードプロジェクト 公益を目指した活動から得られた経験と知見

〝米粉福井〟の推進と「黄金の梅」のサスティナブルな活用に向けて…

福井の老舗菓子店×同志社大学生の共創プロジェクト。更なる協働体制で継続する米粉活用事業計画。

【自己紹介】

▼福井県の株式会社甘泉堂の4代目、村中洋祐と申します。明治43年に創業し福井の代表的な銘菓である羽二重餅や水ようかんといった和菓子と「パティスリーKANSENDO」の屋号で洋菓子の製造販売を生業としています。当社が110年以上に渡りのれんを守ってこられたのは、福井の人、自然の恩恵があったからこそ。そんな感謝の気持ちから地元福井に貢献すべきと日頃より想いを持っていたところ、農水省の補助事業であり福井県が立ち上げた「ふくいローカルフードプロジェクト（以下ふくいLFP）」を知りました。ふくいLFPは「福井の米の消費量減少という地域課題の解決に向け共業体を組織し、地域発信をしながら米生産者も含め収益を増加させる」という活動だとのこと。実際に参加して稲作農家さん含め、いろいろな業種の人たちと話をしてみると、米どころ福井の米が大きな課題を抱えていると知りました。

【プロジェクトを立ち上げたきっかけ】

▼米どころ福井県。有名なコシヒカリも福井県が開発した品種です。しかし現在、米の消費量が減少しており、福井の農家さんも苦しんでいます。人口減、コロナによる外食の落ち込み、パン食の隆盛、脱炭水化物志向など原因はいろいろで、官民が連携してさまざまな対策や支援をしていますが、特に稲作農家が多い福井県では、肥料価格の高騰分も価格転嫁できず、農業経営は厳しい現状だそうです。可食分フードロスを大量に出しながら、食料自給率の低い我が国に於いて、米作までもが衰退してはとの危機感は即座に共有することができました。私ども、菓子店1社の企業活動で改善できる課題ではございませんが、食品製造業界にある課題解決への一助となればと考えたことがきっかけでした。

【同志社大学の学生が「黄金の梅」と出会い、その熱意がESHIKOTOさまと当店のご縁に繋がった】

▼隣接する京都と福井で、歴史上も食をはじめとする文化の往来があった両府県。その京都市にキャンバスのある同志社大学の政策学部のゼミ生が「黄金の梅」という福井県のプレミアムな梅の魅力に取りつかれ、商品開発に取り組み始めたとのこと。「黄金の梅」とは福井梅の「新平太夫」を樹上で完熟させ自然落下した梅のうち、「良品」と呼ばれる最高評価を与えられたものだけをそう呼ぶそうです。通常の青梅の収穫期間が1ヶ月間であるのに対し、黄金の梅の収穫期間は3日間というプレミアムな梅です。

黄金のバターサンド

学生さんたちが黄金の梅を調べるうちに、その加工品はジャムやゼリーだけでなく、福井を代表する酒蔵会社で梅酒をつくっていることを知ります。永平寺町の「ESHIKOTO（エシコト）（※）」で販売され、そこでしか飲めない梅酒と出会い、その甘味に感動したようです。ESHIKOTO梅酒は「黄金の梅」のみを使用した梅酒で、黄金の梅の梅林一帯の桃源郷を彷彿とさせる甘い香りが余韻となって残ります。その梅酒梅は漬け終わった後も甘くフルーティーな香りを漂わせているのですが、食品として販売はされていない…濃厚な甘みと香りを再利用してお菓子を創ろうと試行錯誤を繰り返し、バターサンドに辿り着きます。

そのころ当社は、LFPの米粉商品の開発に取り組み始めたところでした。そこにまったく縁もゆかりもない学生さんたちから電話を頂きました。彼らが辿り着いたバターサンドの開発に協力してもらいたいという事でした。熱い想いは理解できたこと、数ある福井の菓子店から当店を選んでいただいたことは有難いことですが、学生さんのゼミの活動での取り組みだろうと、正直軽く捉えていました。

（※福井を代表する酒造会社である黒龍酒造の販売を担う石田屋が昨年オープンした施設で、約3万坪の緑豊かな九頭竜川沿いの敷地に、酒と食、伝統工芸品が楽しめる。絶対に福井に来られたら訪れてほしいお勧めスポット！）

【プロジェクトの内容】

▼学生さん、ESHIKOTOさん、福井県との共同開発へ

その連絡があってから瞬発的に、せっかくなら梅をサンドする生地を福井の米粉でつくってみたいと思い立ち、すぐに学生さんに連絡。ESHIKOTOの責任者である水野真悠さんにも加わっていただき、リモート会議で議論を重ねました。時には学生さんに福井までお越しいただきました。

黄金の梅が持つフルーツ以上の圧倒的な香りと独特の酸味を米粉とおからのサブレ、バターでいかに上品に引き立たせるかは想像以上に難しいものでしたが、学生たちの熱い期待に応えるべく試作を繰り返しました。学生さん、デザイナーにも加わっていただき、ネーミングは「黄金のバターサンド」に決定。

仕込みに使われた「黄金の梅」は豊かな風味をお酒に嫁して役目を終えます。その梅を老舗和菓子店が用いて、米どころ福井県産コシヒカリと大豆のおからから作られたサブレでバターサンドに。和（なごみ）と輪（つながり）から生まれた、サスティナブルな西洋和菓子とのコンセプトで進める事になりました。

プロジェクトと並行して取り組んだのが、農水省や福井県の補助要件に含まれるクラウドファンディング。補助事業の成果物として開発された商品はもちろんですが、クラウドファンディングを活用し、商品の「将来性や期待度」、一般消費者へのコンセプトの「理解浸透、共感度」を測るという視点も含まれておりました。初めての経験でありましたが、学生の皆さん、ESHIKOTOさん、共業体に参画してくれた企業の皆さんと協働し広範囲で大きな活動へと昇華していきました。

【プロジェクトの展望・ビジョン～それぞれのゴール】

・農水省と福井県庁のミッション。LFPによる米粉推進プロジェクト…福井の農家を守ること。

・大学生たちのミッション。このプロジェクトの成果により、梅酒梅の食品材料としての可能性が見出せ、地域資源として「梅」のブランド力が向上。メニュー開発や商品開発が進む。

・当社のミッション。この取組がモデルとなり、他の菓子店や飲食店、食品加工に携わる地域企業に広がり、共業体への参画による地域力増進と新幹線開業時の経済効果を獲得。

【当店の今後の事業計画と方針】

▼年度が改まり、当店はふくいLFPの事業主体企業からは外れますが、継続して共業体に参画して行きます。今回頂いたご縁、共業体の研修会や検討会からの気づきが更なる商品開発意欲につながりました。

継続する商品開発のコンセプトは「頑張るお母さん応援！」。福井県は男女共同参画社会としては先進的な県です。一方、家庭での自分時間の男女差は全国でもワーストで女性の時間が少ない。これは教育水準が高い事でも知られる福井県にて職場と家庭で頑張っているお母さま方がたくさんいらっしゃる事の証です。

今後、福井県産米粉を使い、ごはん、麺、パンとも違う主食品の開発に着手しています。今秋を発売の目標としております。

SNSを通じ子育て真っ最中のお母さまにアプローチし、アンケートや試食会を通して意見を募りました。子どもにも安心して食べてもらえる食品。とりわけ最も忙しい「朝ごはん」に用いて頂く手軽で栄養があり自然食に近い主食を企画しています。

この開発に至っても、LFP事業で昨年度召喚された異業種の共業体の方々の協力があります。今年度も共業体の協力を得ながら「黄金のバターサンド」の拡販活動と新たな主食品開発～販売プロモーション活動を展開し、米処福井県としての地域力の発信に貢献していきたいと考えています。

福井県菓子工業組合・中央支部組合長・村中洋祐

京都青年部

お菓子教室を開催 ～納所小学校にて～

京都府菓子工業組合青年部は3月15日（水）に納所小学校にて、6年生の生徒さん達と共にお菓子作りを実施致しました。

当日は練り切り製の【菊】と季節に合わせた【桜】の製作体験を行いました。

挨拶の後子ども達に集まってもらい、まずは西井一樹（大福餅老舗）が菊を実演。材料の説明や注意点等を説明。生徒さんたちは出来上がっていく様子を真剣な目で見ながら、一つ一つの作業に良いリアクションをくれていました。

その後はいよいよ体験の時間。青年部員3名が教室を巡回しながら説明や補助を行いました。仕上げのシベが付くと皆満足気な表情を浮かべてくれていました。

お菓子教室

続いて桜を実演。菊とは違う技法に興味津々な様子でしっかりと説明を聞いてくれていました。桜の体験では、少し慣れてきた様子で皆上手にヘラを扱い、それぞれ思い思いの桜が出来上がりました。

終わりに質問タイムが設けられ、「お菓子作りで大事にしていることは」「好きなお菓子は」「難しいお菓子は」などたくさん質問を頂き、和気あいあいとした雰囲気で授業を終えました。

生徒さん達は自ら考え行動したり、互いに助け合いながらお菓子作りに取り組んでくれており、お菓子がコミュニケーションや教育の一助となっている実感がありました。今回持ち帰ったお菓子を通じてご家庭でも話題の一つになっていることを願います。

京都府菓子工業組合青年部・西井一樹

日本食糧新聞社、協同組合全日本洋菓子工業会は2023年4月12日（水）～14日（金）に東京ビッグサイトで第20回デザート・スイーツ&ベーカリー展を開催しました。同展では山﨑寛斗氏（UMAMI UNITED JAPAN株式会社・代表取締役）を講師に迎え「話題急上昇「代替卵」に関して～事例で学ぶ価格高騰、供給不足対策～」をテーマに講演を行いました。

その①

話題急上昇「代替卵」に関して

事例で学ぶ価格高騰 供給不足対策

山﨑 寛斗 氏（UMAMI UNITED JAPAN 株式会社・代表取締役）

本日、お話しするのは、卵市場の状況と、それに対し今後、どういう対策ができるのかだ。

UMAMI UNITED JAPANは、食の多様性や持続可能性をテーマに事業を展開している。私はメディア事業で食の多様性に関する情報発信をしており、2019年にプラントベースに特化したコンサルティングを始めた。2022年3月に当社を設立し、今は植物性の卵に特化した事業をしている。「ONE TABLEで未来を創る」が弊社の役割で、アレルギーや食の志向が多様化するなか、1つのテーブルで食べられる世界観や社会に優しい選択肢を広げていきたいと考えている。そこで卵の代替物が無かったので、社会に対して貢献したいと思って設立した。

最初はアレルギーやヴィーガンの相談が99%を占めていたが、今は値段が高騰して供給不安な状況なので、その点で多数の相談をいただいている。

鶏卵の市況感

国内外の鶏卵の市況から話したい。代替卵はもともと市場として存在していた。世界で5千億円くらいの規模といわれている。代替卵が注目された理由の1つがヴィーガンである。動物倫理や健康面、環境など様々な方面から、卵や乳を含めた動物性の食品をとらないというヴィーガンの方が増えた。ヴィーガンで、卵は欠かせないので、その置きかえとして注目された。加えてアレルギーである。アレルギーを持つ子供は全体の10%程度もおり、そのうちの40%が卵のアレルギーで一番多くを占めている。その代替ができないかとの相談が多かった。さらに食品規制がある。EUやオーストラリアなど、海外輸出に関わっている方は知っているかもしれないが、加工品に卵が一部または半分程度使われていると規制がかかり、輸出が困難になる。それを代替卵で乗り切りたいという要求もある。

また、直近の4か月は、鳥インフルエンザによる卵価格の高騰と供給不安により、多くの相談をいただいている。12月から始まり、1月には通常の20、30倍になるほど、問合わせをいただいた。これを裏付ける情報として、昨年3月から情報発信しているが、当初はヴィーガンやアレルギーの話題だった。

今の鶏卵市場は、ほとんどが国内生産であり、その供給不足は加工卵から業務用、家庭用に広がっている。「テーブルエッグをまず守りましょう」と国から号令がかかっているので、一般消費者の方はそこが分かりにくいと思う。けれども、加工卵にしわ寄せがいって、最近は業務用も厳しくなっている。メーカーや外食の分野では、卵が足りない。昨年夏頃から大きな会社でも、値上げや一部の供給を削ることが出始めている。皆様の会社でも卵の費用が例年より50%アップしているところもあるだろう。近所のスーパーを見ても、家庭用まで広がってきている。

これが国内だけでなく、海外でも起きている。昨年12月と今年3月にアメリカの西海岸に行った。昨年12月はそうでもなかったが、3月は品薄で価格も1パック千円を超えていた。カリフォルニアで聞いたことは、鳥インフルエンザもそうだが、ただでさえ供給を考えなければいけない時に、倫理的な理由でケージフリーや平飼いのところが増えたことも輪をかけた。アメリカの状況も深刻だと肌で感じた。

個人的な見解も含めた内容になるが、価格高騰の原因や今後の予測をあげたい。1つ目は鳥インフルエンザが大きい。1200万羽以上、10%以上の親鳥が殺処分になり、供給が一気に落ちている。加えて、飼料の価格高騰がある。世界的なインフレに加え、日本の円安もしばらく続くし、ウクライナ侵攻により、資材や配送、人件費が値上がりし、回り回って卵にまで影響が出ている。

また、少し変わり種の話だが、日本の卵は海外でも注目されている。昨年、一昨年、香港に行った時も日本の卵がたくさん食べられていた。世界には生食できる卵が無いから、海外の方に高く売れるので、香港やシンガポールに一部流れ始めている。

次号に続く。

○問合せ先
UMAMI UNITED JAPAN 株式会社
東京都台東区寿2丁目10－11 仙石ビル3F
e-mail：info@umamiunited.com

加盟学校要覧と掲示用ポスター・チラシ配布

日本菓子教育センター（理事長小澤俊文氏）では、このほど同センターの加盟学校要覧と掲示用ポスター（写真）、チラシを新しく作成し、全国約5千の高等学校に配付した。

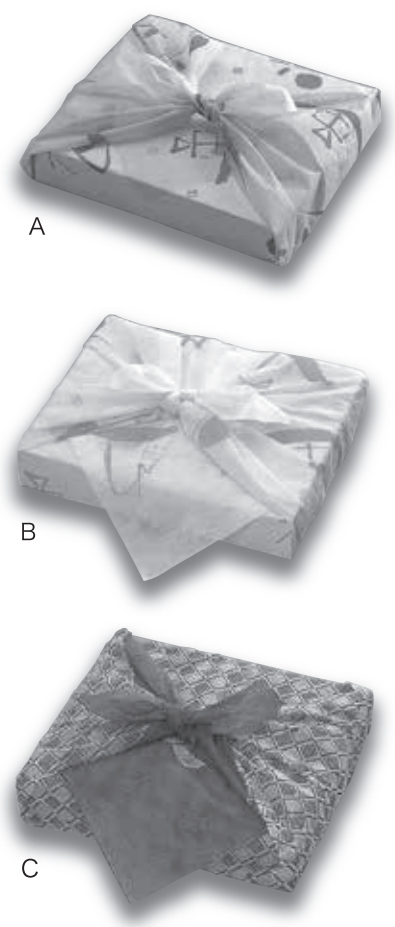
同要覧の掲載項目は次の通り。

○校名、所在地、交通、電話、FAX、ホームページ、メール、学校の特色、募集要項、募集人員、選考方法、資格取得について、就職状況について、学校見学、学費など。

詳細については日本菓子教育センター（電話03－3232－0282）に問い合わせる。

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	37.6	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	47.0	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

福島

春陽郷三春のお陰
三春昭進堂

福島県の中通りにある三春町は三春秋田氏5万石の城下町、そして、日本三大桜「三春滝桜」のお陰で毎年春になると全国から〝桜の小さな城下町〟と脚光を浴びます。当三春昭進堂は、三春城下にて明治末より初代髙橋民四朗・おたり夫妻が商売を始め、店舗が「三春駒」の名で知られる三春産馬や三春牛を扱う三春家畜市場の門前という事もあって競り市に集まる畜産家達に売り出した饅頭が美味いと評判になり、おたりさんの造る「おたりまんじゅう」として四代に亘って親しまれています。

おたりまんじゅうは国産小麦を使った薄皮の小麦饅頭で餡は漉し餡、皮には地元三春の醤油と味噌を使って風味を出し家伝の味を守り三春は元より福島県内外のお客様から広く愛され現在に至っています。

当店では、ホームページや毎月発行している新聞折り込み広告チラシ「塵壺」（旧三春藩領内1万5千部・平成3年より発行）などを通じて〝三春の宣伝9割、菓子の宣伝1割〟で「小さな城下町三春」の情報を積極的に発信しています。

三春昭進堂

お菓子の紹介より町の宣伝率を高くしているのには理由があります。地方の三春昭進堂という一店舗を全国的知名度にするためには途方もないお金と労力が掛かりますが、三春滝桜という全国的・世界的な広告塔に便乗して三春をメインに宣伝・案内すれば三春の饅頭屋として全国区に成り得るのではないかと〝あやかり〟を目論んでいます。

塵壺

お陰様で毎年、春先になるとテレビ雑誌等のメディアの方々から当店への問い合わせや取材依頼もそうしたことからだと思っています。

近年は、地元テレビ局に出演して季節の菓子はもちろん城下町三春関連の歳時や寺社仏閣、そして話題の人気店等を案内しています。

また、支店やテナントの出店の代わりに、この塵壺の発行によって経費とリスク削減、さらに、三春城下にお客様を招くことにより城下の賑わいの創出も視野に入れています。東日本大震災やコロナ禍の中にあっても順調に商いを続けることが出来ているのも〝三春〟に護られているということなのかもしれません。

福島県菓子工業組合・菓匠蒼龍・髙橋龍一

高知

地域に貢献する菓子舗へ
「土佐の匠」認定
老舗 ㈲梅原晴雲堂

高知県の中西部に位置する須崎市で永年商いをされている老舗の㈲梅原晴雲堂さまへお伺いし、お話を聞かせていただきました。

「土佐の匠」梅原朗氏

現社長の梅原（うめばら）朗（あきら）氏は、令和4年度菓子製造部門で「土佐の匠」の認定を受けられ高知県から表彰されました。この〝土佐の匠〟とは「県内産業の基盤を支えその振興に貢献している技能や、古くから受け継がれてきた伝統技能の優れた保持継承者を認定する制度」で、菓子製造業者では今回で2人目となります。

創業は大正14年。初代梅原秀吉氏が現在の場所にて和菓子干菓子等の製造を始めました。2代目の健一氏は和菓子製造に卓越した人物であったと聞いております。梅原朗氏は3代目であり、昭和59年に修行先から帰郷。今までの和菓子製造を主としたものから洋菓子部門へも進出し、和洋菓子を製造する店舗へ改築もしました。特に、和菓子洋菓子を融合した新しい菓子に挑戦しこの分野の開発に優れている点が評価され「土佐の匠」の認定に繋がりました。

㈲梅原晴雲堂

「私は、和菓子の良いところと洋菓子の良いところを組み合わせた商品や自家製にこだわった手作りの良さをご賞味いただきたいと思っております。また高知県には美味しいものが沢山ございます。その美味しい食材を使い高知独自の高知にしかない商品を開発していきたいと考えています。お菓子を食べて皆様を笑顔にできれば嬉しく思います」とお気持ちをお話し下さいました。

和菓子洋菓子を融合した新しい菓子

梅原氏はとても研究熱心な方で、原材料のこだわりや和菓子の伝統を生かしつつ洋菓子の技術を通じて新しい創作菓子の製作に力を注ぎ、また地元須崎市の食材を取り入れて新しい味を作り上げ地域貢献に努めていると、取材して感じることができました。

３代目の梅原朗氏（左）と４代目の啓介氏（右）

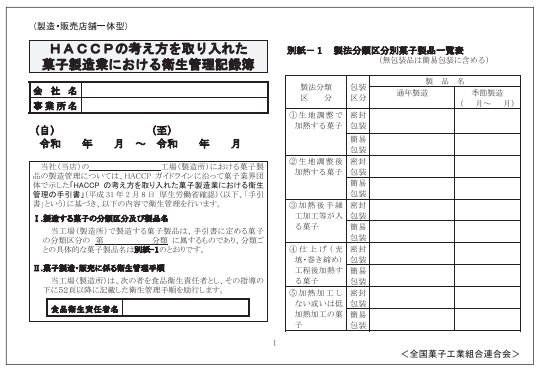
息子さんの啓介氏も工場長として社員の方々と共に製造に携わっていて、頼もしい4代目・次期社長になられると思いました。

老舗と言われる菓子店は地元を大切にしてお客様に愛される製菓を作り続けていると思い、㈲梅原晴雲堂さまの考え方は勉強になる素晴らしいお店だと感じることができました。今後もますますご発展するように…とお店を後にしました。

高知県菓子工業組合事務局・森下広和

「HACCPの考え方を取り入れた菓子製造業における衛生管理記録簿」の追加発送について

全組合員に配布したHACCPの記録簿の追加希望を受付ている。


（製造・販売店舗一体型）

HACCPの考え方を取り入れた菓子製造業における衛生管理記録簿

会社名
事業所名

（自）　令和　年　月　～　（至）　令和　年　月

当社（当店）の＿＿＿＿＿＿工場（製造所）における菓子製品の製造管理については、HACCP ガイドラインに沿って菓子業界団体でまとめた「HACCP の考え方を取り入れた菓子製造業における衛生管理の手引書」（平成 31 年 2 月 8 日 厚生労働省確認）（以下、「手引書」という）に基づき、以下の内容で衛生管理を行います。

Ⅰ.製造する菓子の分類区分及び製品名

当工場（製造所）で製造する菓子製品は、手引書に定める菓子の分類区分の 第＿＿分類 に属するものであり、分類ごとの具体的な菓子製品名は別紙-1のとおりです。

Ⅱ.菓子製造・販売に係る衛生管理手順

当工場（製造所）は、次の者を食品衛生責任者とし、その指導の下に52頁以降に記載した衛生管理手順を励行します。

食品衛生責任者名

別紙－1　製造分類区分別菓子製品一覧表
（無包装品は簡易包装に含める）

製造分類区分	包装区分	製品名 通年製造	製品名 季節製造（月～月）
①生地調整で加熱する菓子	密封包装		
	簡易包装		
②生地調整後加熱する菓子	密封包装		
	簡易包装		
③加熱後手練工加工等が入る菓子	密封包装		
	簡易包装		
④仕上げ（光沢・巻き締め）工程後加熱する菓子	密封包装		
	簡易包装		
⑤加熱加工しない或いは低加熱加工の菓子	密封包装		
	簡易包装		

1

＜全国菓子工業組合連合会＞

申　込　方　法

全菓連まで郵送（封筒）で申し込む
〒107−0062
東京都港区南青山5−12−4
全国菓子工業組合連合会
TEL：03-3400-8901

申込の封筒に同封する物3点
①「HACCPの記録簿希望」と必要冊数を明記したメモ
②記録簿の代金として、1冊あたり84円分の切手
③送り先住所・会社名等を記入し、申込冊数に応じた送料分の切手を貼ったA4が入る大きさ（角2サイズ）の返信用封筒（送り先住所・会社名を書いたレターパックでも可）。
●送料の切手は申込冊数により異なる。1冊：180円／2冊〜4冊：310円／5冊：360円　の切手を返信用封筒に貼る。

※発送は組合員限定
※追加申込は1組合様5冊迄
※在庫が無くなり次第受付終了
※当会HPの組合様情報のページにデーターがありますのでご利用ください

山梨

主力商品の歴史を知る「栗煎餅」

初めまして、株式会社松月堂の保坂昌史といいます。よろしくお願いいたします。今回、菓子工業新聞の記事の依頼を頂きまして、記事を考えた中であえて自社の主力商品である、「栗煎餅」について、掘り下げて書いてみようかと思います。私が聞きかじったことも含まれていますので、その点はご了承ください。

栗煎餅

栗煎餅ですが御客様に「栗の原産地でもないのになぜ栗煎餅なのですか」と聞かれることがあります。「栗煎餅」は昭和の初め頃、静岡県の沼津市にある「ほさか」の初代と親戚筋にあたる当時の初代である私の祖父が協力し作り始めたと言われております。「栗煎餅」は白餡が主原料の甘味煎餅なので、ルーツは味噌煎餅から派生したものかもしれませんが、なぜ栗の形になったのか、一説には甲州八珍中に栗があって、食べ口も栗の味がするからとも言われていますが、定かではありません。ただ現在の用な栗の形になったのは、この時期らしく「新和菓子体系」にも静岡伊豆地方で作られていたと記載がされています。静岡の「ほさか」で作られその製法が伊豆地方に広がっていったと思われます。ただ妙なことに製品の意匠登録は戦後の混乱の中焼失してしまいましたが、当社が有していたようであり、記載がある書籍や看板などの資料などが残っており、そこから「栗煎餅」のルーツを推測することが出来ます。

初期の「栗煎餅」は手焼きで、職人が一枚一枚丁寧に焼き上げておりました。その為、生産量が限られており高級なものでした。その後、時代は戦後高度成長下の時代に入り、「栗煎餅」の生産量も増やす必要がでてきた中で、自動機械化を初めて行なったのは当社の2代目である私の父が、苦労しながら機械製作会社と協力し、栗煎餅の自動機械化に成功しました。初代の機械は一社で作ることが出来ず、別会社の機械を組み合わせて作り上げたそうで、先代の苦労のほどがうかがえます。

意匠登録の記載がある看板

このように続いてきた、「栗煎餅」ですが、過去に失われそうになった時期がありました。公正取引委員会より指摘が入り栗を主原料にしていないのに、「栗煎餅」というのは違反で、栗型煎餅に改名をするようにとの事でした。その際に落語家の永六輔さんが、「たい焼きに鯛が入っているかい?」という事を訴えてくれて、事なきを得たという逸話が残っております。

そんな時代の波を乗り越えてきた「栗煎餅」現在も主原料の入手が困難になり、卵も手に入りにくくなる等の時代の荒波にさらされています。だからこそ「温故知新」自社の製品をもう一度見つめなおし歴史を知り、生産工程などを見直し、そこから新たなる発展を進めていく、必要があると考えています。伝統継承し味を守るそれも大切ですが、そこからさらに時代に合わせて変化する。伝統文化の和菓子には大切なことではないかと、私は考えており、時代を見据えて「栗煎餅」を守っていきたいと考えております。

山梨県菓子工業組合青年部部長・㈱松月堂・保坂昌史

愛知

和菓子講習会開催

今後の和菓子業界の在り方を考える

愛知県菓子工業組合和菓子部会は三年ぶりとなる講習会を十一月一日（火）に行いました。

今年度は、愛知菓子会館の建替え工事に伴い和菓子講習会としては初めて東邦ガス株式会社プロ厨房オイシス（港区）での開催となりました。また、コロナ禍での感染対策を踏まえ会場定員六十四名に対し三十二名の定員にて実施致しました。

当日は東和会会長・東京製菓学校校長をされている梶山浩司氏をお招きし講習をしていただきました。愛菓工久村理事長のあいさつの後、講習が始まります。会場の設備も考慮しオーブンを利用した商品構成となります。学校では若手を育成、自らも日々新しいお菓子作りのアイデアを出されている先生のお話はとても興味深く考えさせられる内容でした。洋菓子と和菓子の価格差、その状況での収入の違い、近年の和栗の価格高騰についてなど今後の和菓子業界の在り方を考えさせられた受講生は多いと思います。

すぐに役立つ店売りの和菓子

最近は流行の切り替わるスピードも速く、スイーツ業界も新商品に対応する様々なアイデアが必要になっています。グルテンフリーに対応した焼き菓子もその一つ、さらに真空調理用加熱器を使った小豆の風味を際立たせたつぶあんの製造、いろいろな利用法が考えられるこの調理器の紹介にはとても魅力を感じました。

「すぐに役立つ店売りの和菓子」として紹介された商品は4つ。「和風シュトレン」は和菓子屋さんとしては馴染みの少ないドイツの菓子パン（シュトレン）を和菓子として表現。抹茶を使いながら大納言とうぐいす豆、栗の蜜漬けを使用した商品です。澄ましバターの利用など洋菓子のノウハウも勉強になります。

「木能実（仮称）」は小麦粉の代わりにソワ・リス（うるち米粉）を使用し、黒糖、ハチミツ、中餡にはメープルシロップを使用した焼き菓子となります。他の二品目についても澱粉損傷度を高くし極細目に仕上げた吸水性の高いウルチ粉を使用した商品など材料の特性を活かした商品となっています。

受講生の方々はモニタに映し出される先生の手元を真剣に観察し、重要なポイントでは写真や動画を撮影するなど、とても充実した時間を過ごされたかと思います。講師である梶山浩司先生は終始穏やかな表情で助手の四名の方々と会話も交えながら講習を進め、助手の皆さんもしっかりと先生のサポートをしていました。

和菓子講習会

今回の講習は午後十二時三十分から午後四時三十分までという今までの和菓子講習会と比べ短時間の講習となっていましたが、先生の手際のいい仕事と段取りで時間内に次々と和菓子を紹介していきます。このように決められた時間内に仕事を終了させるすべ。会社、店舗経営者は従業員の労働時間にも今は配慮する時代であることを講習中の会話の中にあったことも思い出させられました。

愛知県菓子工業組合・岩井基裕

全国中小企業団体中央会では、進京一氏（NPO法人ITCちば経営応援隊・理事）を講師に迎え「知らないではすまされない　デジタル時代を生き抜くための情報管理」の講習会を行いました。

知らないではすまされない
デジタル時代を生き抜くための情報管理　その③

進 京一氏（特定非営利活動法人 ITCちば経営応援隊　理事）

先月号より続く。

個人向けの脅威

中小企業組合士の方はいろいろな相談を受けているので、個人の事例もよくあるのではないだろうか。

ショートメッセージサービスのフィッシング事例では、宅配事業者からショートメッセージで不在通知が届くことが多い。フィッシングサイトである。安全な対応は、そのようなメッセージは危ないから無視して、正しい窓口に確認してみることだ。メールやウエブサイトで確認してほしい。ショートメッセージのメールが正しいか分からないときは、クリックしないことだ。正しい窓口や正しいURLを御存じだろうか。例えば、毎月来ている電気会社の料金の通知に書いてある。最近はQRコードもある。ショートメッセージだと誰から来たか分からないので、正式なもので見るのが安全である。

例えば銀行のカードやクレジットカードには、後ろ面に電話番号やURL等が書いてある。そこにアクセスするなら大丈夫だが、メッセージで来たものは、記号化されているので画面上、正しいURLに見えても、正しいところにつながるとは限らない。正しい窓口を確認するには少し手間がかかるが、それをするだけでも違う。

また、「あなたはアダルトサイトを見たでしょう、幾ら払ってください」という請求はよくある話だ。払えるくらいの金額で来るらしい。数万円だと相談するのも恥ずかしいから払ってしまうことが多いのではないだろうか。これを多くの人に請求していたら大ごとだ。ばらまいているだけなので、無視してほしい。

他に、メールをクリックしたらPCにセキュリティ警告メッセージが出たり、アラームが鳴ったりすることがある。「ウイルスに感染してしまった」と表示された電話番号にかけると、そこで引っかかることになる。実はこれは単に皆さんがYouTubeなどで動画を見たりする時に絵や音が流れるのと同じことをしているだけだ。無視してほしい。

最初に紹介した情報セキュリティ5か条の最後に「手口を知ろう」とあったが「こういうものは、全部無視しなさい」とIPAでは指導している。漏えいが疑われたら、すぐにパスワードを変更しよう。次項の「パスワードの強化」を参考にして欲しい。

IPAは皆さんのために情報セキュリティ安心相談窓口を開設している。相談事例も書いており、読むとすぐに役に立つ。皆さんが相談を受けた際には「世の中ではこんなことが起きている、こんな相談をしている、一緒に見て確認してみよう」と使ってほしい。手口検証動画シリーズも見ていただきたい。偽のセキュリティ警告や遠隔操作等が紹介されている。いろいろな事例があるので、活用して欲しい。

IPA：情報セキュリティ安心相談窓口
https://www.ipa.go.jp/security/anshin/index.html

パスワードの強化

パスワードの強化について、皆さんパスワードはどう覚えているだろうか。情報セキュリティ監査で、かつて、よくあったのは、パスワードを書いた付箋がモニター画面の枠に貼ってあることだ。システム監査人のあるあるだ。小さい企業に監査に行くと「これは何ですか」、「パスワードです」、「駄目です」となる。確かに、パスワードが1つだったら覚えておけばいいが、職場だけでなく、個人的にも銀行口座やショッピングサイト、クレジットカードなどとたくさんある。覚えられない場合には、パスワード管理ソフトを活用するのも便利だ。IPAでは、安全なパスワードを作る「チョコっとプラスパスワード」を紹介している。

覚えやすく、使い回しなくて済むパスワードを作ることができるので、参考にされたい。

IPA：チョコっとプラスパスワード
https://www.ipa.go.jp/security/chocotto/

秘密情報や営業情報等の秘密情報管理

情報セキュリティで一番守らなければならない情報は何か。使えなくなったら困る情報は何か。中小企業の経営者の方にうかがうと、かなりの方が「うちにはそんな情報はありません、取られて困るようなものはありません」とおっしゃる。理由は2つあるようだ。1つはまだ電子化されてなく、大事な情報は全部図面等の紙であり、連絡はファックスで来る。ウイルスが来ても、大して困りませんという訳である。2つ目は電子化されてはいるが、事務処理のためにしか使っていない。取引先との連携のためだけに電子化しているので、自分たちのところに何の情報もない（と思っている）。本当に何の情報もないのであろうか。まずは個人情報を例に考えてみたい。

個人情報においては、最近、個人情報保護法が改正され、個人データの漏えい等の事案発生時の報告が義務化（令和3年改正、令和4年4月施行）された。個人の権利や利益を侵害するおそれが大きい漏えい（要配慮個人情報、財産的被害、不正の目的）等は1件でも、それ以外の個人データは千人を超えると報告義務がある。1人の従業員でも個人情報は持っているはずだし、顧客リストがあれば、まさに個人情報である。「どのように管理していますか」と尋ねると、「PCに入れているだけです」と答えられる。それだと、そのPCがウイルス感染し、外に出ていったらどうするのか。多分、出ていっても分からないのではないか。重要情報に対する認識を高める必要がある。

次に技術情報や営業情報等の営業秘密を情報セキュリティで守れているかを考えてみよう。情報セキュリティは、情報機器やネットワークの範囲だけではない。例えば金網や金庫、鍵も情報セキュリティの対象になる。例えば、重要なところのドアは1つではなく2つ1組になっており、2つ同時には開かない。また、2人一緒にゲートに入れないことなどもセキュリティである。PCやサーバ、ネットワークだけでなく、対象を幅広く考える必要がある。

秘密情報漏えいには様々なパターンがある。経済産業省の「秘密情報の保護ハンドブック」を参考に実際にあった例を紹介しよう。金型の事例では、大きな会社から「金型図面を見せて」と言われた。ノウハウなので見せないのが普通だが「取引するかもしれない」と言われて、見せた途端に、その図面を某国に渡され、安い製品を作られた。自分のところは、取引ができなくなった。また、食品メーカーの事例では、退職後、転職先にスープのノウハウを持っていかれた。このような事例は、部品メーカーや食品メーカー、繊維メーカー、容器メーカー等、全く同じでなくても、近い部分が皆さんにもあると考えられるので、事例から自らの業種での対応を検討するのも重要であろう。

次に管理の事例を紹介する。資料には「従業員以外立入禁止」という看板が立っている例がある。これはセキュリティ領域の設定と表示にあたる。「入ってはいけない」と宣言をして、これより内側に入ってくる人を監視することになる。これをしないと、どこまでが不法侵入か分からない。ほかには、内側からのみ解錠できる扉、重要情報をインターネットにつながっていないPCで管理、ノウハウの取扱いを契約書に書いている。立入禁止や撮影禁止を表示している等多くの方策がある。こういうことをしておくと、この組織や企業は秘密を管理（秘密管理性）していることになる。さらに、有用性と非公知性と合わせて営業秘密として確立して、対応する必要がある。こういう管理をしていなければ、持ち出されても営業秘密の扱いはできないので不当競争防止法での措置ができない。

とにかく、皆さんにこんな危険があること、また、各社で行っている具体的管理策等を知っていただき、対策検討の参考として欲しい。

経済産業省：営業秘密～営業秘密を守り活用する～より
https://www.meti.go.jp/policy/economy/chizai/chiteki/trade-secret.html
✓営業秘密とは
✓秘密情報の保護ハンドブック～企業価値向上に向けて～

長崎カステラ・桃カステラは
長崎県菓子工業組合の商標登録銘菓です

長崎カステラ
登録 第5003044号

桃カステラ
登録 第5151942号

長崎県菓子工業組合
長崎市八幡町 4－26　TEL (095) 826－0431　FAX (095) 820－2317

お店のファンが増える！インスタ活用セミナー

その②

野﨑 菜穂美 氏（FunTre株式会社）

第28回国際製パン製菓関連産業展では、野﨑菜穂美氏（FunTre株式会社）を講師に迎え、「お店のファンが増える！インスタ活用セミナー」をテーマに講演会を行いました。

先月号より続く。

Instagramアカウント作成のコツ

次にアカウントの下のプロフィールの文章だが、150文字以内という制限の中で、どういうアカウントなのかを説明しなければならない。良いアカウントであることを証明する大事な文章だ。特に名前の直下は、このアカウントを見ることで得られる情報や、そこで叶うメリットを表示する必要がある。PCとスマホでは表示されるプロフィールページの見え方が違うが、初期表示では名前の下は4行しか表示されない。それ以外は隠れているので、続きを読むという一手間がかかる。このため、表示されている最初の4行だけで勝負する。個人のInstagramでも、それまでの経験・経歴のある方は、どうしても自分のことを書きたがる傾向があるが、これは後半に持ってくる。ユーザーは、このアカウントを見るメリットを知りたいので、必ず最初の4行に重きを置いて文章をつくる。

プロフィールの作り方による変化は、実際のパン屋のアカウントで比較したい。以前のものと今のものでは、書いている内容は大きく変えていない。ただ、以前の書き方は無駄な余白があった。以前も今も営業時間は書いてあるが、今のものは「パンが焼き上がり、そろっているのは何時」という、より踏み込んだ情報を入れているタッパーを御持参ください」という取組も特徴的で、このように自身の企業のオリジナルな部分や強みになるところを書くとよい。

今度は、実際に投稿する画像の世界観の作り方について説明したい。Instagramでプロフィールを訪れてくれた方が、どんな印象を抱くかは、写真をぱっと見たとき、無意識に色やデザインを見ることで判断される。例えば、アングルは違っても、毎回同じ食器を使うことで、統一感が生まれる。企業ならばブランドカラー・ロゴのテーマカラーなどで、個人では2つ、3つ、好きなテーマカラーを決めると世界観がつくりやすい。ブルーを基調としたファッションアイテムを販売するアパレル企業の写真には、優しいブルーが並んでいる。スターバックスもブランドロゴは、グリーンを使っている。全体としてグリーンをベースに、各シーズンカラーを取り入れた投稿に取り組んでいる。クリスマスシーズンはグリーンと赤で組合せがいいし、よりクリスマスを強調する色味の投稿になる。春は桜の商品が販売されているので、ピンクとグリーンのコントラストがきれいな投稿を複数回続けて、世界観をつくっている。シーズンやバレンタインや七夕などのイベントを取り入れると、世界観は作りやすい。

Instagramの運用のコツ

ハッシュタグの運用について話したい。「Instagramで発見して興味を持った商品の詳細情報を知るために、ハッシュタグ検索や口コミサイト、そのほかのSNSで詳細情報を検索したことがありますか」というアンケート結果は検索したことがある人が58・6％と半数以上だった。それを見るとInstagramが何かの情報の取得に使われていることが表れている。

最近、ハッシュタグ検索の需要が高いので、ハッシュタグの選び方や活用方法を説明したい。Instagramのハッシュタグの検索の特徴は、食べログなどの口コミサイトと違い、本当に行った方のリアルな声と写真なので、サクラや偽者の投稿がない。従って、情報の信用性が高い。また、最初に写真が目に飛び込んでくるので、視覚的に選択しやすい。

全ての投稿に載っているとは限らないが、1つ1つチェックするとアカウントの名前の下に位置情報が載っている投稿がある。店舗の位置情報はFacebook側で設定するようになっているので、店舗をお持ちの方は位置情報を設定しておくと親切な投稿スタイルができる。

また、位置情報をクリックすると、グーグルマップと店のタグづけをしている投稿の一覧が出てきて、周辺の店も同時に検索することができる。さらに「情報を見る」をタップすると、登録されている住所や営業時間、ホームページの情報が出てくる。グーグルで検索したものと変わらないものをInstagramの中で検索することができる。さらに情報を人とシェアできたり、保存して後で見返したりもできるので、行きたい店をピックアップして、近くに行ったときに行くこともできる。情報をためておくと、個人のデータベースの形で使うことができる。このため、検索されやすいハッシュタグや、選ばれやすい写真の投稿を工夫するといい。見られることが増えるとInstagram側で人気投稿と見なされ、レコメンド・お勧めに載ってくるようになる。

アカウントの拡散・ハッシュタグ

ハッシュタグのつけ方だが、投稿した内容に関連性のあるハッシュタグをつけると思う。パン屋ならば投稿した商品の名前や使っている材料、店の名前など、投稿した画像と関連するハッシュタグにしておく必要がある。検索させるために関連性もないのに人気のハッシュタグをつけると、アカウントが優良と見なされない。Instagramは画像と投稿文とハッシュタグを見ているので、注意してほしい。

ハッシュタグは全部で30個つけられる。ハッシュタグは何個つけたらいいですか？という質問を受けるが、3～5個を推奨している。より関連性を持たせたハッシュタグを絞ってつけることが大事だ。

オリジナルのハッシュタグをつけることにより、企業のブランディング効果や、そのハッシュタグが拡散すれば認知度アップにもつながる。アカウントと同じように、ふだんよく検索するキーワードがある方は、検索窓からハッシュタグを検索してほしい。するとその検索キーワードにひもづいたハッシュタグの一覧が出てくる。どれかを選んで、ページを表示すると、上にフォローボタンが出てくる。これをフォローすると、個人のアカウントをフォローしたのと同じように、ホーム画面に流れてくるようになる。企業の分析や、いつも好きで見ているアカウントなど、よく見るハッシュタグをフォローしておくと便利である。

ハッシュタグの使い方としてお勧めは、企業公式相互フォローというハッシュタグがある。公式なハッシュタグではなく、BtoB、BtoCで、実際に企業が公式に運用しているアカウントを、それぞれが発見しやすいハッシュタグにしている。ほかの企業のアカウントを検索することは、アカウント運用のヒントや競合の分析に活用できるので、ぜひ覚えてほしい。

まとめ

今後のInstagramの動向は、よりユーザーの興味・関心に基づいたコンテンツを楽しむ場所へシフトしていく。また、コミュニティの構築や情報の共有・共感と、ノートのような密なコミュニケーションを取る場所になっていく。また、エンターテインメントとしての面白さや楽しさの共有が、より拡大していく。Instagramはレコメンドを30％アップするという話があり、お勧めの投稿に載せる数を増やしていくと公言している。これからより活発にアカウントを動かすと、皆さんの投稿もお勧めに載りやすくなる。

ぜひInstagramを活用して、店の事業や運営に役立てて欲しい。ただし、Instagramだけで集客は成功しない。弊社が実践研究してきた結果で、1つのSNS戦略だけでは、集客はうまくいかない。なぜなら、皆さんそれぞれに異なった業種業態に合う最適な戦略やメディアを選ばなければならないし、実際の戦略は多数存在するため、このカード選びが難しい。例えば「はやっているからTikTokを始めてみた」、「知り合いがうまくいっているから同じことをやってみよう」など、カードの選択を間違えている事業者が多い。弊社は戦略の実践を通じて、戦略を点数評価して数値化させている。100通り以上の戦略を全て、効果や労力、難易度を点数につけて数値化している。データを使い、業種業態に合った戦略を提案できるので、ご検討いただきたい。

モバックセミナー風景

行事予定

愛媛 5月19日、中嶋神社四国分社例大祭、松山市

千葉 5月23日、「菓名をもつ生菓子」登録無形文化財認定記念和菓子技術講習会YouTube配信、講師・佐々木勝氏（菓匠京山）

福島 6月16日、第2回福島県献菓祭、開成山大神宮拝殿、郡山市

全菓連では、全国組合幹部研修会で松本光輝氏（株式会社事業パートナー代表取締役社長）を講師に迎え「事業継承についてアフターコロナの中小企業勝ち組戦略」をテーマに講演を行いました。

事業継承についてアフターコロナの中小企業勝ち組戦略

その④

松本 光輝 氏（株式会社事業パートナー代表取締役社長）

先月号より続く。

3．今、やるべきことは投資ではなく従業員の知識・技術向上のための育成

従業員が言い訳ばかりなのは、どうしたらいいのか。「1人1人の従業員に目標とやりがいを持たせてやればいい」たったこれだけで1人で考えて行動するようになる。手順は従業員が数十名規模の会社であれば、社長が1人1人と時間をかけて話し合う。「何のためにこの会社に入ったのか」改めて聞いてみればいい。ただ「将来は自分の生活をどうしたい」と聞かれ「自分はこうしたいです」と言う従業員はほぼいない。社長が会社の目標を伝えていないからだ。いつも「10年後、うちの会社はここにいるんだ。そのときはおまえがここにいるんだ」と言っていれば見えてくる。何も言っていないから、何となく毎日同じことをしている。給料が上がっても微々たるもので、そういうところに「将来に明るい希望はあるのか」と聞いても「無いです」と言われる。

電信柱が高いのも、郵便ポストが赤いのも全部、社長の責任である。魚は頭から腐る。ダメな社長のもとの従業員は、不幸である。社長は従業員にやる気を持たせる。やる気を持たせるには、ゴールを見せる。夢や希望を持たせてあげる。そうすれば自分から考えてやろうと思うようになる。「今の給料で満足しているの」、「もっと増やしてもらいたくないの」「そのためにあなたは何をしたいの」という。今、25万円給料をもらっている人が「あと2万円欲しい」と言ったら「年間で24万円だ。うちの営業利益率は10％なので、2万円は売上げ20万円だ。20万円の売上げをあげられたら2万円上げてもいい」。また「君のために1時間25百円払っている。社会保険料を入れると大体そのくらいになるから、25百円が10時間で2万5千円。君は1ヵ月間に160時間働いているから、8時間減らして、同じ仕事をすれば2万円あげられる」というように数字で理解させる。

また、5年後、10年後、自分はどうなっていたいのか。個々の従業員の考えがまとまったら、社長は一緒に10ヵ年計画を作る。「10年以内に辞めようと思っている人、手を挙げてください」と聞いてもいないだろう。辞めたいと口では言うかもしれないが、5年後に辞めるからと思っていても10年はいるだろう。従って、10年後の目標を持たせること。社長と従業員が一緒に夢の実現のための計画を作って6ヵ月ごとに確認して見直す。たったこれだけだ。大切なのは、働く人が社長から期待され、自分はこの会社で必要とされていると思ってもらうこと。

人は言われても動かない。人は理解しても動かない。人は納得しても動かない。人は期待されて、共感を覚えて初めて動く。「社長、言っていることは分かるけれど、うちの場合はね」となるのは、共感していない。なぜなら、うちの場合の話をしないで、一般論を話しているからだ。例えば「君の子供は高校生と中学生だろう。君は今54歳だよね。あと何年も学費がいるよね。そのためには25万円ではダメだろう。であれば、毎月3万円は必要だよね」と言えば、自分の場合なので共感する。だから、社長の話を聞こうとなる。

人は理解しても「うんなるほどね、いい話を聞いた」で終わってしまう。納得しても「確かにその通りだね」となるが、動かない。自分のことと思って、共感した時に人は動く。人間は自分の利益のために動く。社長だって、普通の生活より、良くしたいから社長をしている。ならなかったら、従業員でいい。何も銀行の保証人になり、自宅も担保に出してまでする必要はない。従業員よりもっといい生活をしたいから社長をしているのだろう。自分のためは、社員も職人も同じだ。「何のためにうちにいてくれているの」と話して「だったら君の夢を一緒におわせてくれないか」と、かっこよく、きざっぽく言う。すると、何となく「普段はぶすっとしているけれど、社長は俺のことを思ってくれているんだな」となる。中には涙を流してくれる人もいる。

4．万が一の時のために銀行の保証人を外せ。自宅も含めた不動産の守り方

ある家族がいて、旦那が社長をしている。奥さんと子供2人がいる。残念なことに、会社が倒産してしまった。社長が保証人で借入金は1億円ある。自分で3千万円の自宅を持っている。住宅ローンは1千万円残っており、税金は2百万円、社会保険料は百万円、家賃も2ヵ月分たまっている状況だ。弁護士の先生に聞くと「破産しましょう」となる。間違いなく99％、言うだろう。私は破産させない。20年間で7百社の再生をしてきたが破産したのは2社だけだ。私は弁護士たちに、破産という言葉をすぐに口に出すなと教えている。

この方は倒産した時、家もとられてしまった。家は3千万円、でも住宅ローンは1千万円残っている。競売になり、1千万円少なくなって、銀行に2千万円払えたが、あと8千万円残っている。これからずっと払っていかなければならない。

しかし、知識がある人ならば誰でも家を守ることができる。知識のない人は守れない。バブルの時、私の自宅も競売になった。40歳の時、ここは居酒屋、ここは焼き肉屋とビルを買い、2億円の自宅も買った。それが一気にダメになり、銀行は手を返して、全部売り払った。3年前に4つの不動産を20億円で買ったものが、1億8千万円でしか売れなかったので、18億円の借金を負った。私はその時、42歳だった。今74歳である。他に3年間で従業員250人使っていたので、源泉税や法人税、消費税で滞納税金が5億円になってしまった。42歳で銀行に18億円、税務署に5億円ある。この原因は、経営の勉強をしていなかったからだ。

結果として、国税の5億円はゼロになった。法律を知っていればできる。国税徴収法に、納税者が払えないと国税局が判断したときは、それを徴収してはならないとある。銀行の18億円は1百万円だけ払って、残りは払っていない。時効という法律である。5年間1円も払わなかったら、その借金は無くなる。そこから徹底して民法や商法、税法、債権法、労基法を勉強した。知識や知恵は経営者にとって、武器になることが分かった。今もかなり勉強している。そのくらい勉強して、修羅場をくぐってきている。1件1件が勝つか負けるか、再生できるかできないかの勝負である。

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

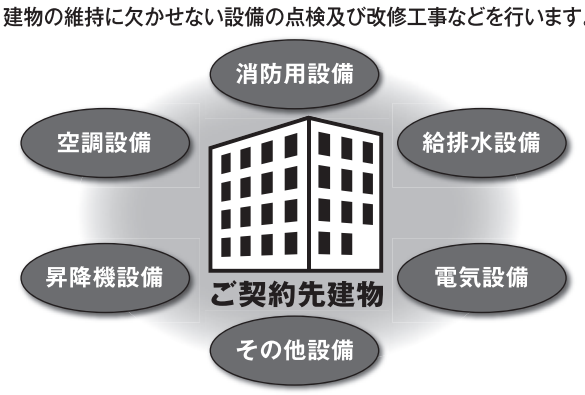
～セコム品質の安全を、設備にも～

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。

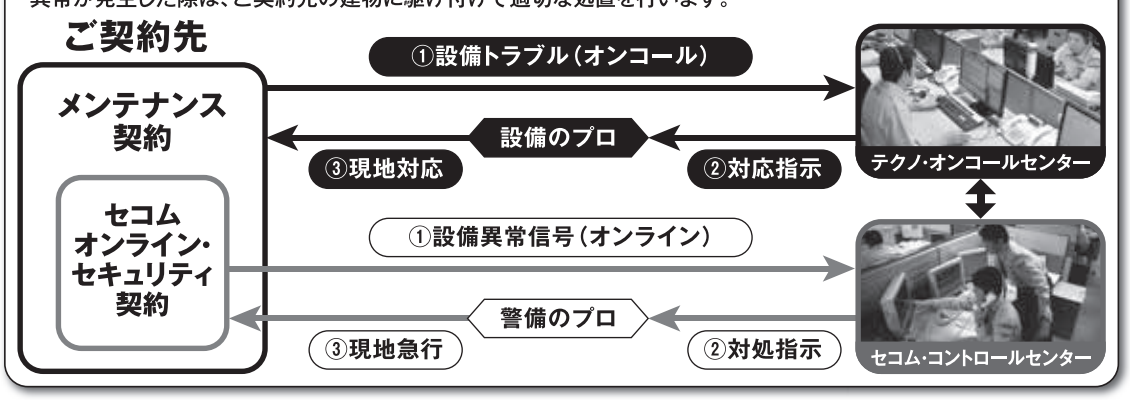
建物のメンテナンス

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

島根県菓子工業組合では令和4年度豆類振興事業を活用し、大谷博国氏（広島県菓子工業組合理事長）を講師に迎え「小豆産地の復活と地産地消の高級和菓子」をテーマに講習会を行いました。

小豆産地の復活と地産地消の高級和菓子

その③

大谷 博国 氏（広島県菓子工業組合理事長）

先月号より続く。

小豆の産地復活に向けて③

（広島県菓子工業組合の取り組み）

広島県の県内の菓子組合75社にアンケートをしたら、広島県産小豆を使ってみたいという答えは40社、試作への協力が25社あった。この元年度産を三次の農業者が増やしてくれ、1・2ヘクタールになり、世羅は4つの農家で合計6・2ヘクタールなった。しかし、この年も選別が不十分で、異物が多かった。

2020年、令和2年からJA広島市が広島小豆プロジェクトを立ち上げ、広島市の5か所が協力してくれた。まだまだ少ないが、32アールである。広島市安佐南区の試験栽培は、子供たちと協力して行った。この保育園とのイベントはできたが、コロナのためにそれ以外は全て中止になった。この年は7月に長雨があり、8月に干ばつがあった。ただ、広島県全体では、栽培が15haに拡大された。

2021年、令和3年は令和2年度産の小豆が2月下旬より引き渡しが可能になり、小豆の1番が5465キロで、価格は1250～1300円を農家に希望された。ただ、2番は192kgとれたが、全て不良で使えなかった。隣県の選別業者を利用したが、選別不足のため、品質にばらつきがあった。ただ、JAが協力的で農家が丹波大納言1キロ1250～1300円を希望しても、菓子屋は受け入れられないだろうと言って、購入単価を選別作業委託費と低温倉庫保管料込みで1キロ750円にしてもらった。JAの負担は大きいが、まだ試作段階なので、我々菓子屋が使わなければ意味がないことから、この値段にしてくれた。JAは農業振興の拡大のためというが、痛いところだろう。あまりにも安価だと農家がついてこないと思う。逆に高価だと菓子屋がついていかないという問題がある。我々からは丹波大納言を使う菓子屋は多くないので、量より質のよいものを作って欲しいと申し上げた。

広島県産小豆の課題

今年の販売数量は6312キロで、30kgの袋213袋、購入価格は2万2500円、1kg750円で、菓子業界に販売した。ただ、アンケートを実施して回答者が21社あったうち、1割程度は使えなかったという。

この年の小豆の我々の評価だが、中身が少ないものが多く、8%は水に浮いて使いものにならなかった。原因は種まきの時期が遅かったためと選別が不十分で、粒が不揃いのため炊くとムラが出た。原因は選別業者がよく選別していない。それから、味が薄い。この原因は霜に当たったためだった。今後は農場ごとの気候に合わせて種をまき、収穫の時期は細かく見ることを考えている。

JA側の具体策は菓子組合に対して事業に協賛する形で、広告宣伝費として60円の協賛金を補助してくれた。これにより1kg690円となった。

令和4年度、問題の小豆選別機だが、JAの世羅中央の小豆選別機が不良で、隣県の業者も不良なので、異物が多かった。それに対して今度は神戸の業者に委託して、北海道小豆並みの品質を保つだけの選別をしてくれと頼んだ。

現状、まだまだ広島県産小豆を取り扱っている菓子組合の業者は少ないが、組合員でないところにも少しずつ出てきている。喫茶やパンを自分のところで作っているところで、使いたいという声をもらうようになってきた。すそ野が少しずつ広がりつつある。

我が社では、広島県産小豆で焼きもち咲ちゃんというお菓子を出したところ、コロナではない3年前と比較して、130%の売上げになった。私どもの主力商品の生もみじは北海道産を使っているが「広島産小豆を使っているものもあります」という表示をしたものも出した。北海道産と広島産と並べると、8～9割の方が広島県産小豆を買う。消費者は広島県産小豆に対する関心が高いのだろう。私の年代のさらにおじいちゃん、おばあちゃんは「うちでも正月に餅をついてあんころ餅を作っていたよ」ということがたくさんあり、古い方で知っている方は結構いる。郷土愛もあるだろう。

宣伝・PRだが、JA広島市が独自のイベントを企画してくれた。JA広島市、みんなで広げよう広島小豆というキャンペーンだ。これは広島産小豆を使った独自の商品の販売で、私どもも広島産小豆を使った生もみじと焼き餅咲ちゃん、広島産のレモンを使ったお菓子の3種類の詰め合わせ箱を用意してくれた。1箱3000円で高いが、JA独自で売ってくれて、何と1300個売れた。

やき餅咲ちゃん

今後の課題だが、ブランド化も大切だが、もみじまんじゅう業者が使っている普通小豆に移行してもらいたい、という声もある、農家も作ってみたいという声が結構出てきている。将来的に、もみじまんじゅうのような庶民的なお菓子でも使える小豆ができたらいい。それから、昔、広島の菓子業界が取り組んで失敗した白小豆も考えていきたい。現在、北海道では白小豆がたくさん作られているそうだ。

価格については当初、農家は1キロ1200～1300円と希望していたが、今は750円で、さらに690円まで下げてくれている。我々菓子屋が使える価格にしてもらわないと使えないので、今はJAが中山間地域の振興のために負担してくれているからできる。これがいつまでも続くとは思わない。早く軌道に乗せて、菓子屋がこの価格で使えるように持っていかなければならない。北海道産粒餡は500円、600円なので、まだまだ努力しなければならない。

広島の地産地消の高級和菓子の開発だが、菓子業界では地産地消で広島のレモンスイーツ、次に酒粕スイーツ、広島産小豆スイーツを立ち上げてきた。いろいろな形で地元の産物を使うことを進めていきたい。JAとも小豆以外に何をしようかと話し合っている。私どもで作っている生もみじという菓子は、米粉を使っているので100%広島県産だ。もち粉も98%県産品だそうだ。レモンスイーツは100%なので、地元で末永くかわいがっていただくための大切なお菓子だ。

つい先日「外国人は小豆を食べないの」という質問を受けた。日本人は縄文時代から小豆を食べていた。青森県の三内丸山遺跡から小豆が見つかっているし、長野県の遺跡でも見つかっている。米は弥生時代からなので、日本人の血の中の小豆のDNAは大変古い。小豆の原産地は東南アジア一帯と言われているが、日本は輸入ではなく、最初からあったようだ。日本は雨が降り、気候が温暖なので、他国に比べて昆虫や植物の種類も多いそうだ。このため小豆も品質のいいものが採れている。ところが中国などは、土地がよくない。従って小豆は日本特有の文化だと思う。ヨーロッパで豆類は穀物なので、野菜として食べられるので、日本に来られた欧米人は、小豆を食べてくれない。ただ、数日前に京都の菓子屋の主人と話したら、和菓子を随分たくさん買ってくれているそうだ。小豆は健康に良いことが大分浸透してきたのだろう。これからは健康志向で、小豆は健康的なお菓子なので、いろいろな方の目が向けられている。

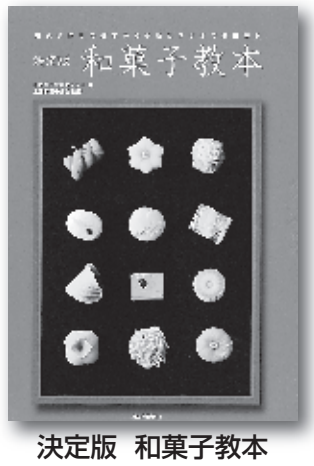
全菓連斡旋図書

■日本菓子教育センター編集・発行

製菓衛生師全書 上巻・下巻
～和洋菓子・パンのすべて～
定価：5,500円(税込)

製菓衛生師・菓子製造技能検定
受験練習問題と解答
定価：1,573円(税込)

洋菓子教本
～Les Bases de la Pâtisserie～
定価：3,355円(税込)



決定版 和菓子教本
定価：3,850円(税込)

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

洋菓子講習【基礎編】

日本菓子専門学校　酒井　雅秀　教師

ミニョン（約6個分）

〈マカロン生地〉
卵白……85g
グラニュー糖……80g
粉末アーモンド……100g
粉糖……90g
赤色素……適量
黄色色素……適量
〈レモンカード〉
レモン果汁……50g
全卵……1個
グラニュー糖……100g
バター……30g
〈バタークリーム〉
バター……120g
卵白……40g
グラニュー糖……80g
水……25g
レモンカード……全量
〈レモンチップ〉
トレハロース……80g
水……120g
レモン
〈仕上げ材料〉
レモンピール
ラズベリージャム

ミニョン

〈マカロン生地〉
❶卵白とグラニュー糖で硬いメレンゲを作る
❷①に粉糖、粉末アーモンドを加え、混ぜながら生地の状態を調整する
❸②の生地の2／3を黄色、1／3を赤に着色する
❹着色した生地をそれぞれ絞り袋にいれる
❺丸口金をいれた絞り袋に④を入れて、鉄板に絞り出す（マーブル状に絞ることができる）
❻球面を乾燥させ、オーブンで焼成する
〈レモンカード〉
❶全材料を手鍋に入れ火にかけ、とろみがつくまで火にかける
❷裏ごして、冷却する
〈バタークリーム〉
❶卵白、グラニュー糖、水でイタリアンメレンゲをつくる
❷バターをホイップし空気を抱き込ませる
❸①と②を混ぜ合わせ、レモンカードを加える
〈レモンチップ〉
❶シロップをつくり、薄切りにしたレモンを浸す
❷シロップを切り、シルパットに並べ60℃のオーブンで乾燥させる
〈組み立て〉
❶マカロン生地にレモン風味のバタークリームを絞り、中心にラズベリージャム、レモンピールをのせる
❷マカロン生地でサンドし、上面をレモンチップで飾る

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

鹿児島

伝統と地元への深い愛と御菓子司鳥越屋

鹿児島市内の喧騒を後にして、国道226号線をひたすら南下。

やがて車は、波穏やかな錦江湾を左手に、右手には迫りくる山裾を国道に並走する指宿枕崎線が走り、運がよければ、人気の観光特急列車「指宿のたまて箱」と並走することもある海岸道路へ。巨大な石油タンクの立ち並ぶ壮観な眺めの喜入石油基地も通り過ぎ、出発してから約1時間半で、南国ムード漂う指宿市に到着しました。訪ねたお店は「御菓子司鳥越屋」です。

種子島でポップコーンを販売していたという曽祖父が、1919年にこの地に店を構え100数年、現在の店主は4代目の鈴木芳乃さん。弾ける笑顔が魅力的な方です。それもその筈、令和3年には指宿市の観光親善大使「いぶすき菜の花レディ」として活躍していました。指宿市を離れていた時期もあったそうですが、よそに出たからこそわかる地元の素晴らしさ。年齢とともに地元愛も深まり、地域観光にも積極的に関わるようになったそうです。

代表銘菓の「いぶすき路」は、中はしっとり優しい甘さのサツマイモ餡、皮にまぶしたシナモンとの相性は抜群で、県内外に多くのファンを持つお菓子です。

そして、指宿に来たら欠かせないというほど人気がある「よもぎ餅」。これには月桃の葉が敷かれていますが、月桃はここが北限と言われ、指宿では庭先に月桃が植えられている家が多く、指宿を象徴する植物で、昔から親しまれていたそうです。また「よもぎ餅」は指宿市内のお菓子屋さん共通のお菓子で、各店それぞれに塩梅や工夫があり、それぞれが固定のファンを得ているところも面白いと話してくださいました。うちが一番！と言われないところが素敵ですよね。

取材しているときに年配の方が訪ねて来られ、お菓子を買うでもなく、話をして帰られました。芳乃さんは、「それも役割だと思っている」とおっしゃいます。昔からここにあるということは、地域の拠り所でもあると。

今では、お菓子だけでなく、指宿の素材、調味料、原材料と製法にこだわったお弁当や調味料などの商品も販売しています。地域の子育て世代、高齢者は特に助かることでしょう。

イベントや情報にもアンテナを張り、指宿市の和菓子、食文化、郷土文化や伝統を大事にしつつ、その中でオリジナルなものを出していきたいと語る芳乃さんの笑顔は、ハートフルなおもてなしの街指宿の象徴のようだと思いました。

鹿児島県菓子工業組合事務局長・惠島理子

御菓子司鳥越屋

鳥越屋銘菓