

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 長沼昭夫
発行所 全菓連共済ビルディング株式会社
〒107-0062 東京都港区南青山5丁目12番4号
TEL 03(3400)8901(代) FAX 03(3407)5486
購読料年額 組合員: 600円(購読料は賦課金に含む)
(送料共) 一般: 2,000円

第1041号(令和7年12月)

あさひかわ菓子博2025 事業報告

収支決算は黒字 半数以上が満足

第28回全国菓子大博覧会・北海道(あさひかわ菓子博2025)では、11月27日、旭川市において、第5回実行委員会総会が開催され、決算を含む最終的な報告を行った。同博の収支差額は2千175万円の黒字となった。

総会では、大会長である長沼昭夫全国菓子工業組合理事長から「最終的には、来場者数、延べ26万人に達し、実行委員会の皆様のほか、多数の関係者の皆様の協力を得て、大会に終わって、大成功に終わった」との報告があった。改めて、お菓子には人を笑顔にできる大きな力があることを強く印象付けられた」と挨拶があった。

員長(北海道菓子工業組合副理事長)から事業報告が次の通りであった。

事業報告

入場者数はメイン会場で15万2千980人、隣

の別会場で開催された全国スイーツマーケットへの来場者が10万8千356人、延べ26万1千336人となった。

全国のお菓子が買え、人気となった全国スイーツマーケット(メイン会場隣の地場産業センターで開催)の売上は、税抜きで4億7千万円であった。

入場券の販売枚数は17万5千枚。審査褒賞への申込は約1千3百点、うち約3百点に大臣賞等の

切れが起きたりしたもの、最終週には改善され、満足度は向上していた。運営面では、NPO法人カムイ大雪バリアフリー協会の協力を得て、車いすやベビーカーの貸出しが出来たほか、開催のために追加した設備として、仮設水洗トイレやスロープの設置を行った。

また、旭川市や旭川地区ハイヤー協会の協力を得て地場産業センターへのタクシー乗降場が設置できた。

決算見込報告

広報宣伝活動では、ホームページとSNSを活用した来場誘引を行い、アンバサダーやインフルエンサーの活用も行った。また、100日前の記者発表会などの告知を行い、テレビ等へのメディア露出が入場券の販売促進に貢献した。

決算見込についての報告では、収入面で一般販売の入場料収入が目標に達しなかったものの、道内菓子関連企業経由の販売で補い、協賛収入の増加や全国スイーツマーケットの大盛況による営業収入増が予定以上の収入をもたらした。

経営セミナーをWEBで公開

全菓連では、経営セミナーをWEB上に組合員限定で3本公開する。

「和菓子を世界に伝える海外での実演・講師経験から見えたこと」

岡本伸治氏(有夢菓子工房こと代表取締役社長)

「老舗が輝きを増して成長するために成功体験からの脱却と進化」

定方郷氏(株)精養軒代表取締役社長・元東武百貨店取締役本店食品部長

「スイーツ×地域活性化の成功事例から見るブランド力向上の秘訣」

ユーザー名、パスワードは都道府県菓子工業組合にお問い合わせください

食品表示、困ったら…マックスのラベルプリンタがあります

「ルールが難しい」、「時間がない」なら頼むのもありますよ



ポイント①

- データ50個作成つき※1
- 食品表示法対応での納品

※1: 対象は下記2機種(栄養成分計算は行いません)

ポイント②

- PCでも本体でも編集可能
- 複数店向けデータ配信可※2

※2: ネットワーク接続時



LP-700SA2



LP-503S2



商品紹介

MAX マックス株式会社

本社/東京都中央区日本橋箱崎町6-6
【お問合せ先】平日9時~17時
電話/03-3669-8108 OP営業部/久保・大森

【製品紹介HP】
<https://rakurabe.max-ltd.co.jp>



【ラベル診断】

無料の食品ラベル診断実施中!



ラベル診断はこちら

弊社公式LINEにご登録が必要です。

全菓連(正)会員は、全菓連団体P.L.及び施設賠償保険に加入しています。詳細はHPの「組合員様情報」を御覧ください。

川 かがわ菓子まつり・希少糖まつり

開催までの裏側紹介

今年も11月8日(土) イベント満タンの時期に開催される香川県菓子工業組合青年部の肝いりイベント「かがわ菓子まつり・希少糖まつり」の今回は裏側をちょこっと

御座いませんが、文章がいつもより少なめの記事になります事をお許し下さいませ(泣)脱腸の思い(違)断腸の想いで今回しっかりと裏側を方々、またまたワーク

り、テイクアウト部門でも毎年同じような販売をいったん白紙にして複数の店舗で作り上げたイベント限定コラボ商品を開発して販売に取り組んでみたり、またまたワーク

ショップ部門では上生菓子以外にも煎餅や干菓子の体験などやったことが無かった体験も組み込んでみたり、とにかくやれることは積極的にやろうというのが我ら軍団であります(キリッ)。

ない事態にまで発展、学校側の先生方とも当日までに連絡を取り合い地域貢献してるゝ的な感じにまで膨らんでおります。しかしここで立ちほだかるのが会場の使用面積の許可や準備物やチラシ

り、撤去が終わるまでは気が抜けませんが皆が笑顔で販売している様子を見ているとクセになりますな、締め切りを大幅に遅れてしまい、即興で記事にしましたので正直いつもよりキレが悪いです。大変申し訳

御座いません。この続き、当日の様子につきましては次回香川県担当会の時にじっくりまったり半ページ占拠させて頂きます。



かがわ菓子まつり・希少糖まつりPOP

秋の徳島うきうきスイーツ

フェスタ2025 開催

徳島県内の和菓子屋が一堂に会する恒例イベント「うきうきスイーツフェスタ」が今秋もゆめタウン徳島とイオンモール徳島でそれぞれ3日間にわたり開催されました。

とで、地元客への情報発信の力にもつながっています。中でも人気だったのが「阿波ついろ」でした。徳島特有のこし餡のあっさりとした甘さに、もちりとした食感が特徴の

このうしろは、県内の多くの菓子店で長く親しまれてきた郷土菓子です。店ごとに味わいや食感が微妙に異なることから、食べ比べる機会は意外と少ない。そこで各店のうしろを一堂に展示し、来場者に自由に味の違いを

で特に存在感を放っていたのが、職人による和菓子体験教室でした。会場の一角に設けられた専用スペースには子ども連れの家族や和菓子好きの大人が集まり、職人が手本として季節の練切を成形

ち表情が和らぎ、作業に没頭する姿へと変わっていききました。親子で一緒に一つの菓子を仕上げ

緒に一つの菓子を仕上げ、完成品を見比べて笑い合う場面も多く、和菓子が持つ「人をつなぐ力」を感じました。

和菓子教室は、単なる体験イベントにとどまらず、和菓子文化の魅力を次世代へ伝える入り口として重要な役割を果たしています。触れて、味わうこの機会が、未来の和菓子文化を育てるきっかけになることを願っています。

徳島は阿波和三盆糖や金時、栗、シャインマスカットなどの豊かな原材料に恵まれています。スイーツフェスタではこうした地域資源を生かした創作菓子や、長年愛される定番菓子が数多く並び、来場者が徳島な



和菓子作り体験教室

また、今回のフェスタ

また、今回のフェスタ



阿波ついろ展示

普段の店頭販売では

内秀彰



打ち合わせ風景

200個ではすま

む調査船の如く、我々は

戦っておるのです。

史



実施計画書

全菓連幹旋図書

■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



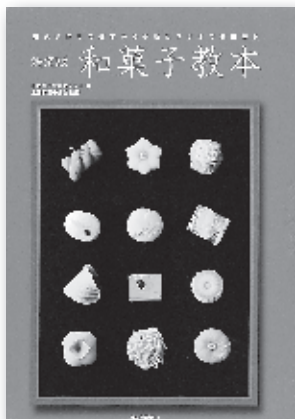
製菓衛生師全書 上巻・下巻
～和洋菓子・パンのすべて～
定価：5,500円(税込)



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)



決定版 洋菓子教本
～Les Bases de la Pâtisserie～
定価：3,960円(税込)



決定版 和菓子教本
定価：3,850円(税込)

愛媛

和菓子講習会

「ミSSION」は次世代に繋げるよう

愛媛県菓子工業組合の組合員数は、令和7年10月現在で125名、10年前から80数名減り続け、今期に入って3名脱会されました。

主な原因は、組合員の高齢化による廃業、特に和菓子職人の後継者がいないことがあげられます。組合員の9割は、老舗の和菓子店をはじめと



小林紀夫氏

する和菓子を商品として扱っているお店で占めます。今後もこの現象は止まらないでしょう。この状況を緩やかに願わくば少しでも上昇するように努力していきたいと考えています。

今期より理事長に就任した岡田もメッセージでこう伝えています。「お菓子には地域の歴史、習慣などの生活文化が息づいています。そして愛媛県にはみかんをはじめ美味しい特産品がたくさんあります。私たちはお菓子によって地域文化や特産品の情報を発信することが使命だと考えています。(中略) 私たちはこ

講習風景



うしたお菓子づくりを次世代に繋げていくことがミSSIONだと考え、この組合に入ってよかった、役に立ったと思われるような活動を目指しています」と。

今回の講習会は、愛媛県中小企業団体中央会より補助金を受け、去る11月5日(水)に、愛媛県菓業会館にて開催しました。講師には、昨年度好評で終えた技術講習会の東京製菓学校の前田専任教師小林紀夫氏を再びお迎えし、和菓子作りの新しいヒントとなる和洋菓子、リングを使った饅頭、黒胡麻大福、生チョコ大福、南瓜のガトーバスクの4品目を実演していただき、学生6名を含む計34名が受講しました。

小林氏の和菓子に対する姿勢や熱意が実演中の随所に織り交わる内容で、急遽最後に餡の炊き込みを受講者全員で鍋を囲み、ライブ感のある実演をしていただけたことは大いに参考になったことと思います。

講習会をきっかけに今回参加した受講者が店や学校に持ち帰り、後輩や周りの人たちに菓子づくりの技術や魅力を伝えていただければ、小さな一歩、ミSSIONクリアしたことは間違いないでしょう。そして、組合は、今後も現状によりそった活動を目指していきます。愛媛県菓子工業組合事務局・辻野若葉

福岡

目指せ！未来の巨匠

令和7年度和菓子製造技能検定試験準備講習会を終えて

福岡県菓子工業組合では、9月28日(日曜日)

午後1時より5時まで、和菓子製造技能検定試験(1級・2級)の準備講習会を県菓子組合会館の3階会議室にて行いまし

た。

参加者は前回より少ない7名で、講師は前回1級の技能検定で合格された筑紫菓匠如水庵の女性職人お2人に担当していただきました。限られた



和菓子製造技能検定試験準備講習会

時間の中で、2級の3品(試験時間1時間半)と1級の4品(試験時間3時間)をすべて実演しながら解説、注意点、そして練習するにあたっての要点や心構えも笑いを交えながら、優しくわかりやすく教えていただきました。最後には受講者を実体験までさせていただき受講生も質問したり、写真に収めたりと熱心に講習に取り組む様子がうかがえました。

2級の試験は、基礎的なことが大切になってきますので日常の作業を丁寧に取り組んでいれば大丈夫だと思います。1級

の問題は、最近では日常の作業でほとんど行わない内容が含まれており、作業の進め方、成形の仕方、道具の使い方、図面の正確な求め方など、問題の意図を理解することが大切で、かなりの練習が必要になってくると思います。繰り返し行う練習の中で感じ得られる感覚や意識の持ち方は、職人としての志気やレベルを高めてくれることに間違いありません。

昨今は、機械の発達や普及により手作業が減りつつありますが、和菓子の長い歴史を支えてきた伝統技術の習得に向け



実演解説

ヤレンジしていくことは今後も職人、和菓子業界にとっても重要です。和菓子という伝承文化を次の世代に受け継いでもらうためにもたくさんの方に受検、合格し更なる上を目指し未来の巨匠となっていたきたい、そんな思いでいっぱい講習会でした。

講習会参加の皆さん、期待しています！講師のお2人さん、お疲れ様でした！そして、繁忙期のなかスタッフ2人を講師として快諾いただいた筑紫菓匠如水庵の社長並びにスタッフの皆様にご心より感謝申し上げます。

福岡県菓子工業組合 副理事長・御菓子司山月堂・藤村賢造

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、使い易く、またお求め易い幹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。



A



B



C

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	だいたい 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。香りたつあざき色と、ゆとりある大きさに、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

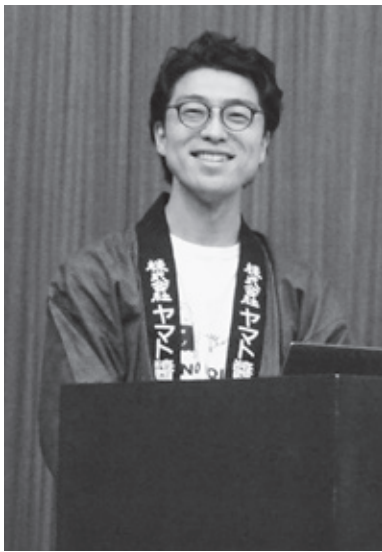
上記の商品は、各県菓子工業組合により販売されます。組合未加盟の方は、各県組合、又は弊社までご連絡ください。尚、販売店様への卸売はできません。予めご了承ください。

文化の香るパッケージづくり
ANZEN・PAX
問合せ先 TEL03(3585)0051(代) FAX03(3585)9124

石川県菓子工業組合青年部では山本耕平氏(株式会社ヤマト醤油味噌)を講師に迎え「これからの顧客満足を目指してークラウドサービスを活用とアナログ接客で、文化体験型小売店を刷新し続ける」をテーマに講演会を行いました。

弊社は1911年に創業した醸造業で、創業者の山本藤松は石川県と北海道を結んだ「北前船」の船乗り。地域でつくった醤油を船で北海道まで

運び、北日本の材木を建築材料として北陸に運んでいた。2代目が醤油、3代目が味噌の醸造を始めた。味噌は今も木桶仕込みで天然醸造を続けて



山本耕平氏

玄米甘酒を作って、お客様に伝えることに専念したのがキャリアのスタートだ。「醤油・味噌屋がなんで甘酒なの？」という、お客様の認知の壁にぶつかって商談が進まない。元商社の法人営業という恰好は役に立たない。「まずは試食販売をさせてください」と店頭

に立って試食を配り、味を知っていただくことから地道に販売活動が続けた。全社で成果を上げたこと、そして発酵食への関心が高まる世の中の後

いる。近年、腸内環境から健康を考えるために、発酵食と食物繊維を多く含んだ食品がいいと言われているが、一番優れているのは味噌だと思う。味噌は糀菌と酵母、乳酸菌が複合的に働き、木桶仕込みの味噌からは効率よく多くの菌体を取ることができる。糀を作るためには米を蒸してから麹菌の種をつけて2日間かかる。大豆を蒸してつぶして、すべてを塩と糀と混ぜてから、当社では約3トンの味噌が入る木桶に入れて熟成工程に入る。当社は今も全量が木桶仕込みだ。これによって蔵付きと呼ばれる木桶に付いた微生物たちが働き、まろやかな美味しい味噌になる。ヤマト味噌

押しのおかげで、玄米甘酒事業は一定の大ききまで成長できた。その当時からのお客様に恵まれて今がある。安心はできないが危機は乗り越えたと思った。その後、2020年頭のコロナ禍の影響で、主力の法人取引や貿易事業が大きな打撃を受けた。さらに直販部門の担当の退職という出来事が重なり、私は直販事業のマネージャーとして、前年比で売上が4割減という直営店舗事業の立て直しを任せ

ることとなった。真昼でも人がまったく歩いていない、無人の金沢駅の光景は今でも忘れられない。これまで振り返って、逆境を迎えては、それを跳ね返すための担当をしてきた。担当してから5年間、直販事業を伸ばすチャレンジを、チームメンバーと力を合わせて重ねてきた。

現在、直営店舗としては、ヤマト・糀パーク内に物販店を1店舗、金沢市内の東茶屋街に1店舗、金沢駅構内に1店舗。また、ヤマト・糀パーク内に新設したケーキ屋を1店舗、ランチ専門の飲食店を2店舗という、全体で6店舗とオンラインストアを直営しており売上はV字回復できた。

現在、米や大豆、塩、小麦などの原料価格高騰や市場成熟により担い手や使い手の高齢化、製造・販売両面の人手不足といった課題に直面する。当社では3代目が投資した醸造設備を4代目の現在も使っており老朽化しているの、次の時代の

ためには設備の更新が必要だ。また、いずれ商品やサービスは陳腐化していく。2030年には人口は減り、労働人口も少なくなっていく市場縮小時代。市場縮小、つまり私たちがコロナ禍に経験したのと同じだ。私たちは幸運にも2020年のコロナ禍を乗り越えたが、その体験から学んで、経営者はあるとき突然3割の売上が減ったとしても平気な会社になくてはならない、と常々自分に言い

「金沢天晴 山藤濁酒研究所」と「発酵食美人食堂®」、糀チーズケーキ専門店「こめトはな」など、見て、味わって、楽しく発酵食文化を学ぶことができる。

弊社は製造部と直販事業部がある。私が皆さんにお役に立てるとしたら危機を迎えてチャレンジした直販事業部での挑戦の経緯を伝えることだと思う。製造と販売を同時にする業態で、今どうチャレンジをしているのかをお話したい。

私はいつか家業に戻ると考えていたが、醸造のことは勉強しておらず、神戸の大学の経営学部に行き、商社に入社した。30歳くらいまで貿易の仕事をしたと思っていた

を数年前に設立していたが、2009年当時「甘酒って何？」という時代であり、新商品が売れず投資が回収できなかった。融資を継続するために連帯保証人になることが入社直後の私に求められた役割だった。失敗したら家業が無くなるというハードなスタートだったからこそ、新規事業の成功のために前だけを向いていた。

これからの顧客満足を目指して！

クラウドサービスの活用とアナログ接客で、文化体験型小売店を刷新し続ける

その①

山本 耕平 氏(株式会社ヤマト醤油味噌)

が特徴だ。私の叔父の山本晋平は、糀の職人であり、研究者でもある。博士号を取得して、糀甘酒の可能性について研究している。ヤマト醤油味噌は、4代目である私の父山本晴一と叔父山本晋平が両輪となって経営をしており、2025年4月に酒造免許を取得し、糀甘酒を発酵させたお酒「ヤマトどぶろく」を作り始めた。私は今年このお酒を販売する担当に任命されるまでは、この5年間にわたり、「醸造メーカーの製造直販」を一線で担ってきた。作って、売る。商売の原点の

ような取り組みだ。今日はそのお話をします。私たちのヴィジョンは、発酵食美人メーカーである。醤油や味噌、甘酒、どぶろく(濁酒)で、糀菌・酵母・乳酸菌の菌体を取り入れ、からだの中からの美を支えたい。私たちが考える「美食」は、目に美しく、食べて美味しいだけでなく、からだの中から美しくなれること。

そのための食生活が「一汁一菜に一糀」で、ご飯と味噌汁、おかず1品、その中で塩の代わりに塩糀、お砂糖のかわりに味噌や甘酒、という料理法を提案している。ヤマトは特別なことはしていないが、食べもの醸造所併設のレストラン

「金沢天晴 山藤濁酒研究所」と「発酵食美人食堂®」、糀チーズケーキ専門店「こめトはな」など、見て、味わって、楽しく発酵食文化を学ぶことができる。

弊社は製造部と直販事業部がある。私が皆さんにお役に立てるとしたら危機を迎えてチャレンジした直販事業部での挑戦の経緯を伝えることだと思う。製造と販売を同時にする業態で、今どうチャレンジをしているのかをお話したい。

私はいつか家業に戻ると考えていたが、醸造のことは勉強しておらず、神戸の大学の経営学部に行き、商社に入社した。30歳くらいまで貿易の仕事をしたと思っていた

を数年前に設立していたが、2009年当時「甘酒って何？」という時代であり、新商品が売れず投資が回収できなかった。融資を継続するために連帯保証人になることが入社直後の私に求められた役割だった。失敗したら家業が無くなるというハードなスタートだったからこそ、新規事業の成功のために前だけを向いていた。

株式会社ヤマト醤油味噌



間かせている。2040年は、65歳以上の方が35%以上になるのは確実だ。総人口は1千523万人も減少する。

「ヤマトさんがあってよかった」そんないい会社にしたい。大きな社会変動にも対応できる会社にするために、皆さんならどうするだろうか。

私たちがチャレンジはシンプルで、お客様と共に発酵食文化

製造小売の生産性

経営の仕事は、「人がいない」「時間がない」「お金がない」と言わないことだ。私は師匠からそう教わっている。私が直営事業を担当し始めた2020年は、卸売業務が全体の売上の7割で、小売部門は全体の3割だった。卸売が25人、小売は35人配置していた。計算すると分かるが、小売部門は卸売部門の約3分の1の生産性だ。美味しさの違いを知って頂きた

い。手間暇掛けて販売してきたのはその一心で、お客様がうちの味いにハッとする瞬間に仕事のやりがいがある。私たちの会社のヴィジョンと、現実の差をどう埋めていくか。5年前から対策を始めた。

改善を進めた結果、現在までに小売部門は全社売上の4割に増加した。また、コロナ後も全従業員数は変わらないまま、5面に続く

商品写真



5面に続く

へ4面の続き。

小売部門の一人当たり売上高はコロナ禍前の1・56倍になり、卸売部門の生産性と比較して約2分果だ。

顧客満足はアナログで生産性はクラウドサービス

お客様満足度は徹底的にアナログで、生産性を落とすことにつながるバックヤード業務は全部クラウドサービスを使い効

の1まで改善してきた。直販部門のスタッフたちが主体となり、チーム一丸となって出している成果だ。

改善計画を立てるにあたり、まずオンラインホワイトボードを使って課題を抽出した。皆さんもホワイトボードに付せんを貼ってアイデア出しをするだろう。それをオンラインでできるツールを使い、課題を全部洗い出してみた。使ってみると便利さが分かる。思いつ

対されなかったのは、むしろ幸運だった。改善計画を立てるにあたり、まずオンラインホワイトボードを使って課題を抽出した。皆さんもホワイトボードに付せんを貼ってアイデア出しをするだろう。それをオンラインでできるツールを使い、課題を全部洗い出してみた。使ってみると便利さが分かる。思いつ

好きなスタッフが揃って、複人数で同じホワイトボードで作業もでき、説明をするときにもスライド代わりに使える。私が立てたのは、DXにより接客による顧客体験を最大化する戦略だ。目の前にいるお客さまと心を通わせる接遇をする。それ以外の業務はやる。なぜなら、当社の直売部門には、発酵食が

いたときにどこでも書いて、複数人で同じホワイトボードで作業もできて、説明をするときにもスライド代わりに使える。私が立てたのは、DXにより接客による顧客体験を最大化する戦略だ。目の前にいるお客さまと心を通わせる接遇をする。それ以外の業務はやる。なぜなら、当社の直売部門には、発酵食が

好きなスタッフが揃って、複人数で同じホワイトボードで作業もでき、説明をするときにもスライド代わりに使える。私が立てたのは、DXにより接客による顧客体験を最大化する戦略だ。目の前にいるお客さまと心を通わせる接遇をする。それ以外の業務はやる。なぜなら、当社の直売部門には、発酵食が

好きなスタッフが揃って、複人数で同じホワイトボードで作業もでき、説明をするときにもスライド代わりに使える。私が立てたのは、DXにより接客による顧客体験を最大化する戦略だ。目の前にいるお客さまと心を通わせる接遇をする。それ以外の業務はやる。なぜなら、当社の直売部門には、発酵食が

好きなスタッフが揃って、複人数で同じホワイトボードで作業もでき、説明をするときにもスライド代わりに使える。私が立てたのは、DXにより接客による顧客体験を最大化する戦略だ。目の前にいるお客さまと心を通わせる接遇をする。それ以外の業務はやる。なぜなら、当社の直売部門には、発酵食が

好きなスタッフが揃って、複人数で同じホワイトボードで作業もでき、説明をするときにもスライド代わりに使える。私が立てたのは、DXにより接客による顧客体験を最大化する戦略だ。目の前にいるお客さまと心を通わせる接遇をする。それ以外の業務はやる。なぜなら、当社の直売部門には、発酵食が

好きなスタッフが揃って、複人数で同じホワイトボードで作業もでき、説明をするときにもスライド代わりに使える。私が立てたのは、DXにより接客による顧客体験を最大化する戦略だ。目の前にいるお客さまと心を通わせる接遇をする。それ以外の業務はやる。なぜなら、当社の直売部門には、発酵食が

中・四国ブロック会議の概要 組合活動の活性化を議論

全菓連中・四国ブロック会議が10月9日(木)に松江市においてブロック内各県より22名の参加者を得て開催された。

会議は、開催地島根県菓子工業組合福田理事長の歓迎の挨拶の後、全菓連長沼理事長と小谷中・四国ブロック幹事長(全菓連副理事長)の挨拶があり、続いて、全菓連理事長及び中四国ブロック幹事長からの表彰へと進んだ。

議事では、各県の近況について報告があった。山口県からは、月曜日にはお菓子を食べて少しでも楽しく仕事をしませんかという「おやつタイムプロジェクト」を開催しているとのこと。募集した参加企業に各1万円

の商品券を配り加盟店のお菓子屋さんで使うというプロジェクトで、今年も県よりの補助があり、一般向けのスタンブラリーでスタンプを集めた応募者に、加盟店のお菓子を買って贈る事にした。来年の秋は「朝ドラ」で山口県が舞台になる。テレビ小説をどのように活かしていけばいいのかと考え中との報告があった。

徳島県からは、多くのお菓子屋さんを作る「阿波うしろ」のブランド化を目指して勉強しているとのことである。地元では認知度が上がっているが、県外での認知度はまだまだなので、特許庁より専門を派遣してもらって話し合いを進め

ている。徳島のお菓子、文化の認知度を上げる為に青年部・若い方をメンバーに入れて進めていくとの報告があった。愛媛県からは、今年度から体制を一新し役員も交代した。来年10月14日に愛媛県にて中・四国ブロック会議を開催する。いで湯と文化の里の松山で皆様をお迎えする準備をしている。中心部と駅前の再開発工事も着々と進み、来年初には新しい松山市の姿を皆様に見せることができるので、こぞって参加していただきたいとの紹介があった。

岡山県からは、博覧会の作業も終わり、その後は何もできていない。博覧会では、工芸菓子を2社が出展して受賞もできた。販売もある程度あり、協力できたと思う。組合に関しては、財政難で毎年赤字が続いている。事

好きなスタッフが揃って、複人数で同じホワイトボードで作業もでき、説明をするときにもスライド代わりに使える。私が立てたのは、DXにより接客による顧客体験を最大化する戦略だ。目の前にいるお客さまと心を通わせる接遇をする。それ以外の業務はやる。なぜなら、当社の直売部門には、発酵食が

好きなスタッフが揃って、複人数で同じホワイトボードで作業もでき、説明をするときにもスライド代わりに使える。私が立てたのは、DXにより接客による顧客体験を最大化する戦略だ。目の前にいるお客さまと心を通わせる接遇をする。それ以外の業務はやる。なぜなら、当社の直売部門には、発酵食が

好きなスタッフが揃って、複人数で同じホワイトボードで作業もでき、説明をするときにもスライド代わりに使える。私が立てたのは、DXにより接客による顧客体験を最大化する戦略だ。目の前にいるお客さまと心を通わせる接遇をする。それ以外の業務はやる。なぜなら、当社の直売部門には、発酵食が

好きなスタッフが揃って、複人数で同じホワイトボードで作業もでき、説明をするときにもスライド代わりに使える。私が立てたのは、DXにより接客による顧客体験を最大化する戦略だ。目の前にいるお客さまと心を通わせる接遇をする。それ以外の業務はやる。なぜなら、当社の直売部門には、発酵食が

好きなスタッフが揃って、複人数で同じホワイトボードで作業もでき、説明をするときにもスライド代わりに使える。私が立てたのは、DXにより接客による顧客体験を最大化する戦略だ。目の前にいるお客さまと心を通わせる接遇をする。それ以外の業務はやる。なぜなら、当社の直売部門には、発酵食が

好きなスタッフが揃って、複人数で同じホワイトボードで作業もでき、説明をするときにもスライド代わりに使える。私が立てたのは、DXにより接客による顧客体験を最大化する戦略だ。目の前にいるお客さまと心を通わせる接遇をする。それ以外の業務はやる。なぜなら、当社の直売部門には、発酵食が

好きなスタッフが揃って、複人数で同じホワイトボードで作業もでき、説明をするときにもスライド代わりに使える。私が立てたのは、DXにより接客による顧客体験を最大化する戦略だ。目の前にいるお客さまと心を通わせる接遇をする。それ以外の業務はやる。なぜなら、当社の直売部門には、発酵食が

好きなスタッフが揃って、複人数で同じホワイトボードで作業もでき、説明をするときにもスライド代わりに使える。私が立てたのは、DXにより接客による顧客体験を最大化する戦略だ。目の前にいるお客さまと心を通わせる接遇をする。それ以外の業務はやる。なぜなら、当社の直売部門には、発酵食が

好きなスタッフが揃って、複人数で同じホワイトボードで作業もでき、説明をするときにもスライド代わりに使える。私が立てたのは、DXにより接客による顧客体験を最大化する戦略だ。目の前にいるお客さまと心を通わせる接遇をする。それ以外の業務はやる。なぜなら、当社の直売部門には、発酵食が

好きなスタッフが揃って、複人数で同じホワイトボードで作業もでき、説明をするときにもスライド代わりに使える。私が立てたのは、DXにより接客による顧客体験を最大化する戦略だ。目の前にいるお客さまと心を通わせる接遇をする。それ以外の業務はやる。なぜなら、当社の直売部門には、発酵食が

好きなスタッフが揃って、複人数で同じホワイトボードで作業もでき、説明をするときにもスライド代わりに使える。私が立てたのは、DXにより接客による顧客体験を最大化する戦略だ。目の前にいるお客さまと心を通わせる接遇をする。それ以外の業務はやる。なぜなら、当社の直売部門には、発酵食が

好きなスタッフが揃って、複人数で同じホワイトボードで作業もでき、説明をするときにもスライド代わりに使える。私が立てたのは、DXにより接客による顧客体験を最大化する戦略だ。目の前にいるお客さまと心を通わせる接遇をする。それ以外の業務はやる。なぜなら、当社の直売部門には、発酵食が

好きなスタッフが揃って、複人数で同じホワイトボードで作業もでき、説明をするときにもスライド代わりに使える。私が立てたのは、DXにより接客による顧客体験を最大化する戦略だ。目の前にいるお客さまと心を通わせる接遇をする。それ以外の業務はやる。なぜなら、当社の直売部門には、発酵食が

好きなスタッフが揃って、複人数で同じホワイトボードで作業もでき、説明をするときにもスライド代わりに使える。私が立てたのは、DXにより接客による顧客体験を最大化する戦略だ。目の前にいるお客さまと心を通わせる接遇をする。それ以外の業務はやる。なぜなら、当社の直売部門には、発酵食が

好きなスタッフが揃って、複人数で同じホワイトボードで作業もでき、説明をするときにもスライド代わりに使える。私が立てたのは、DXにより接客による顧客体験を最大化する戦略だ。目の前にいるお客さまと心を通わせる接遇をする。それ以外の業務はやる。なぜなら、当社の直売部門には、発酵食が

好きなスタッフが揃って、複人数で同じホワイトボードで作業もでき、説明をするときにもスライド代わりに使える。私が立てたのは、DXにより接客による顧客体験を最大化する戦略だ。目の前にいるお客さまと心を通わせる接遇をする。それ以外の業務はやる。なぜなら、当社の直売部門には、発酵食が

好きなスタッフが揃って、複人数で同じホワイトボードで作業もでき、説明をするときにもスライド代わりに使える。私が立てたのは、DXにより接客による顧客体験を最大化する戦略だ。目の前にいるお客さまと心を通わせる接遇をする。それ以外の業務はやる。なぜなら、当社の直売部門には、発酵食が

好きなスタッフが揃って、複人数で同じホワイトボードで作業もでき、説明をするときにもスライド代わりに使える。私が立てたのは、DXにより接客による顧客体験を最大化する戦略だ。目の前にいるお客さまと心を通わせる接遇をする。それ以外の業務はやる。なぜなら、当社の直売部門には、発酵食が

好きなスタッフが揃って、複人数で同じホワイトボードで作業もでき、説明をするときにもスライド代わりに使える。私が立てたのは、DXにより接客による顧客体験を最大化する戦略だ。目の前にいるお客さまと心を通わせる接遇をする。それ以外の業務はやる。なぜなら、当社の直売部門には、発酵食が

好きなスタッフが揃って、複人数で同じホワイトボードで作業もでき、説明をするときにもスライド代わりに使える。私が立てたのは、DXにより接客による顧客体験を最大化する戦略だ。目の前にいるお客さまと心を通わせる接遇をする。それ以外の業務はやる。なぜなら、当社の直売部門には、発酵食が

好きなスタッフが揃って、複人数で同じホワイトボードで作業もでき、説明をするときにもスライド代わりに使える。私が立てたのは、DXにより接客による顧客体験を最大化する戦略だ。目の前にいるお客さまと心を通わせる接遇をする。それ以外の業務はやる。なぜなら、当社の直売部門には、発酵食が

好きなスタッフが揃って、複人数で同じホワイトボードで作業もでき、説明をするときにもスライド代わりに使える。私が立てたのは、DXにより接客による顧客体験を最大化する戦略だ。目の前にいるお客さまと心を通わせる接遇をする。それ以外の業務はやる。なぜなら、当社の直売部門には、発酵食が

好きなスタッフが揃って、複人数で同じホワイトボードで作業もでき、説明をするときにもスライド代わりに使える。私が立てたのは、DXにより接客による顧客体験を最大化する戦略だ。目の前にいるお客さまと心を通わせる接遇をする。それ以外の業務はやる。なぜなら、当社の直売部門には、発酵食が

海外PL保険

間接輸出品
グレーマーケット製品
のリスク

！

日本国内でしか自社製品を製造・販売していない場合でも…
製品が海外に出回り、海外で貴社が責任を問われるケースがあります。

間接輸出品： 貴社製品を原材料・部品として組み込んだ完成品が輸出されているかもしれません！

グレーマーケット製品： 貴社の知らないうちに、訪日観光客や海外のバイヤーによって海外へ持ち出されているかもしれません！

海外で発生したPL事故について海外で損害賠償請求を受けた場合、「生産物賠償責任保険」(国内PL保険)では、補償されません。
(国内PL保険は、原則日本国内で発生した事故のみを対象としています。)

海外で損害賠償請求がなされた場合、外国語で書かれた訴状への対応をはじめ、訴訟地の慣習等に合った訴訟対応を自社で行う必要があります。また、海外ではひとたび訴訟となれば応訴のために高額な費用がかかることも想定されます。

引受保険会社は、貴社に代わって被害者との示談交渉を行います。訴訟が提起された場合には貴社のパートナーとして海外での訴訟に対応します。(現地の法令等により禁止・制限されている国・地域を除きます。)まずは取扱代理店または営業課支社までお気軽にご相談ください。

このご案内は、海外PL保険(英文生産物賠償責任保険)の一部の概要をご紹介したもので、海外PL保険に関するすべての事項を記載しているものではありません。保険の内容は企画書等をご請求の上、ご覧ください。詳細は、保険約款およびセットされる特約条項によりますが、ご不明な点がありましたら、ご遠慮なく代理店または東京海上日動までお問い合わせください。ご契約に際しましては必ず保険約款をご覧ください。

お問合せ先

【取扱代理店】 全菓連共済ビルディング株式会社
〒107-0062 東京都港区南青山5-12-4
TEL.03-3400-8901 FAX.03-3407-5486

【引受保険会社】 東京海上日動火災保険株式会社
【担当営業課支社】 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B棟11階
TEL.03-5781-6577 FAX.03-5781-6578

東京海上日動火災保険株式会社

＜2024年5月作成＞24T-000244

根島 出雲あんこ旅2 スタンプラリー

出雲菓子協会では昨年に続き、2回目となる「出雲あんこ旅2」平田・斐川あん結び編」を開催しました。このイベントは、出雲市内の和菓子店、洋菓子店、製パン店、飲食店が提供する「あんこスイーツ」を巡るスタンプラリーです。昨年は平田地区限定でしたが、今年は斐川地区にもエリアを拡大し、全16店舗・16種類のあんこスイーツに挑戦できる内容となりました。主催は出雲菓子協会と平田菓子同業組合、

監修は日本あんこ協会（にしいあんこ会長）。開催期間は2025年10月1日～11月30日の2か月間です。

2か月間にわたるイベントということで日本あんこ協会と実行委員会

企画を練り上げ、スタンプ取得数に応じた景品など、参加者が楽しめる工夫を重ねてきました。ルールは至って簡単で、店舗であんこ系スイーツを購入し、スタンプをもらうというものです。実は企画の前年、島根

島 「あんこクリーム」開催 和菓子と洋菓子の垣根を越えて

広島県東部菓子商工業協同組合青年部では、2025年2月22日・23日の2日間、福山市のi SE TOUCHIと洋菓子の垣根を越えて



親子もちつき体験

地域の魅力を発信することを目的に企画されたもので、約30店舗が出店。パン、ケーキ、和菓子、焼き菓子など多彩な商品が並び、多くの来場者でにぎわいました。

「あん」は日本の伝統を象徴する素材、「クリーム」は洋菓子を象徴する素材。その二つをテーマに掲げ、各店が日頃から取り組んでいる菓子づくりの魅力を、それぞれの表現で披露しました。新たな商品開発を行うのではなく、既存の技や味を改めて見つめ直し、和と洋の文化をつなぐかたちで発信したことが特徴

です。地元で生産される果実や小豆などの素材を活かした菓子も多く見られ、地域の味の多様さを感じられる場となりました。また、当日は「親子もちつき体験」も実施し、子どもたちや家族連れでにぎわいました。202



会場風景

5年世界バラ会議福山大会の記念事業としても位置づけられ、菓子を通じてまちのにぎわいづくりに貢献しました。組合員数は近年減少傾向にあり、青年部においても例外ではありません。そのような状況なかで、「あんこクリーム」では個人事業者を含む組合員以外の製菓・製パン事業者にも門戸を広げ、普段の活動では得られない新しい交流や刺激を生み出す場となりました。これにより、若手同士のネットワークが広がるとともに、菓子組合のPRや新たな仲間づくりにもつ



ばらの和菓子教室

（一財）日本食生活文化財団では11月14日、東京・上野精養軒で令和7年度食生活文化賞授賞式を挙行政した。同顕彰は広く食に関わる分野において食生活文化の向上発展に貢献している方々を発掘し、その功績をたたえ社会的地位向上を希って設けられた。選定にあたっては、被顕彰者の人格

と識見が優れ、かつ高潔であることが要求される。同顕彰の菓子関係受賞者は次の通り。順不同 ◎食生活文化功労賞 ・洋菓子 杉野英実氏（イテミスギノ） ・製パン 神林慎吾氏（株式会社MOTHERS）

大和屋製パン工場代表 塩出高史 広島県東部菓子商工業協同組合青年部会長

令和7年度食生活文化賞授賞式を挙行政

（一財）日本食生活文化財団

れ、企画書を提出したことから本格的に動き始めました。なお津和野では観光協会が主催でしたが、出雲では菓子店の組織である出雲菓子協会・平田菓子同業組合が自ら主催・運営している点が大きな特徴です。

参加店の募集から始まり、参加店が決まると、店舗情報や写真、あんこスイーツの写真、地域マップ、周辺の観光情報など、パンフレット制作に必要なデータを収集しました。これらを日本あんこ協会に提供し、コンセプト統一やデザインの作成、告知ポスター、スタンプ台紙付きパンフレット



スタンプラリー MAP

と非常に魅力的な企画であり、「ぜひ出雲でも実施したい」と構想を進めました。日本あんこ協会へ出雲での開催を申し入

トの制作まで協力いただきました。この「あんこ旅」の大きな魅力は、参加店舗をすべて巡りスタンプを集めた方に、日本あんこ協会認定の「平田・斐川あんバサダー」認定証が授与される点です。特にあんこ好きにはたまらない「欲しくて仕方がない認定証」で、コンプリートへのモチベーションになっています。

実際に昨年・今年と開催してみると、「隠れあんこファン」が多いことに驚かされました。「あんこ好き」と公言できる場が少ない中、このイベントでは「実は私、あんこが好きで……」と嬉しそうに話す方、男性一人での参加も珍しくありません。また、日本あんこ協会の会員（あんバサダー、1万人）の方々が、イベント情報を聞きつけ、県外から、遠くは東京や宮崎からも来訪し楽しんでおられました。

さらに、近隣に住んでいても特定の菓子店に行かないという方が多い中、「初めて行く店だった」「気になるお菓子を見つけた」という声もいただき、新規顧客の掘り起こしにつながっていることを実感します。パンフレットを手に来店されるお客様とは会話



企画データ収集

が弾みやすく、あんこ旅らしやいます。店舗間での情報共有も自然と生まれます。お互いの定休日把握したうえでお客様にアドバイスしたり、「あの店は休みがちなので電話してから行く」と安心ですよ」と案内したりと、単なるお客様と店という関係を超えたコミュニケーションが育まれています。出雲菓子協会会長・来間久

ています。

2年目となる今年は、昨年「終盤で知って間に合わなかった」ので今年こそは、とイベント開始から巡り始める方や、「あんこ旅2周目に入りました！」と宣言される方など、主催者の想像を超える楽しみ方をされる方もおられました。

出雲の菓子文化を楽しみながら、地域の魅力再発見にもつながる「出雲あんこ旅」。これからも地域に根ざした催しとして続けていきたいと考えています。

恒例の製菓講習会
『チョコ！と洋風な和菓子』

「あーこれは美味しい」「これも美味しいよー」これは10月8日行われた製菓講習会の作品を試食した時の皆さんの感想です。恒例の製菓講習会は



講師の松田明氏

当菓子工業組合（土井宣博理事長）と県和菓子協会（若月正章会長）合同開催で行われています。今回の講師は松田明氏（㈱和菓子工房あん庵代

表取締役・大阪府羽曳野市）、松田氏についての素晴らしい経歴は本誌8月号で徳島県菓子工業組合の近

藤様が詳しくご紹介されている通りすでに皆様でご存知の方であります。今回のテーマは『チョコ！と洋風な和菓子』です。作品は「こんな和菓子があったら良いな」をコンセプトに①「大阪ええYOKAN知らんけど。かん」②「ふわふわ生どら焼」③「ムース大福（ベルガモット）」④「世界一優しいナッツのチョコ浮島」⑤「Earth Mart 梅玉露」と名称もユニークな5種。会場は地元の学校法人鈴木学園「中央調理製菓専門学校」にて姫路および県内各地の銘菓の実演・販売を行いました。姫路支部（姫路菓子組合）の組合員各店の銘菓をオリジナルパッケージに詰め合わせた「官兵衛撰菓」「千姫撰菓」も大変好評をいただきました。

また、特設ステージでは地元ミュージシャンによる演奏などの催しを実施し、多くの方にお楽しみいただきました。

「私の大好きな家族と食べたいなこんなお菓子」をテーマとした児童絵画展を開催しました。姫路市内の幼稚園・小学校からご応募いただいた作品の中から23作品を「スイ

校」の新校舎の最新設備の整った研修室、製造機器もすべて整い、受講席も見える。その上にモニター4台がセットされカメラも同校のスタッフに操作して頂き、きめ細かな作業が表示されるなどこれまでにない好条件な環境で行われました。講師の松田先生の優しい大阪弁の解説も親しみやすく、ややもすると作品作りに没頭し一方的な講習会になりがちですが講習の合間に話された開業当時のご苦労やテレビ出演



完備された講習会場

の質問も気軽に応答するなどファミリー的な雰囲気で行われました。今回の講習会について(有)春華堂（浜松市）経営サポート室課長の細田美穂様から貴重な感想を頂きました。こうした講習会には和洋問わず多くの方に参加して頂き交流を深め菓子業界発展につなげていきたいと感じました。

興味深く有意義な内容であったと思います。また「あん庵さん」が実施している『和菓子デザインコンテスト』で小学生からデザインを募集するなど将来のファンづくりに素晴らしい取り組みだと感じました。こうした講習会には和洋問わず多くの方に参加して頂き交流を深め菓子業界発展につなげていきたいと感じました。

その他受講者から寄せられた感想の一部をご紹介します。

松木伸公様（松木屋・りです。【兵庫県知事賞】「山紫水明」 芦屋柳月堂玉川安達文輝【姫路市長賞】「白鷺」パティスリー ル・クール 鷲尾百音【私が選んだ工芸菓子】「山紫水明」 芦屋柳月堂玉川 安達文輝 これからも、より多くの皆さまに、お菓子を食べて、見て、作って、描いて、多彩なたちが楽しんでいただければ幸いです。

尚、平素組合活動に多大なご指導ご支援を頂いている県中小企業団体中央会からご出席いただいた情報対策課渡邊佳奈様からは「お菓子は元気の源、職人さんの手で丁寧に作られていく様を見て菓子業界益々発展のため一層の支援・協力を心に誓いました」と心強いメッセージを頂きました。最後に会場を提供して頂き作業にもご協力いただいた「鈴木学園」及びスタッフの皆様深く感謝申し上げます。

静岡県菓子工業組合顧問理事・(有)光栄堂・森田紀

姫路菓子まつり2025
お菓子を多彩に楽しむ

「第25回全国菓子大博覧会・兵庫（姫路菓子博覧会）」の翌年から毎年姫路市で開催して

る「姫路菓子まつり」を、本年も10月31日（金）から11月4日（火）までの5日間にわたり開催いたしました。

また、特設ステージでは地元ミュージシャンによる演奏などの催しを実施し、多くの方にお楽しみいただきました。

「私の大好きな家族と食べたいなこんなお菓子」をテーマとした児童絵画展を開催しました。姫路市内の幼稚園・小学校からご応募いただいた作品の中から23作品を「スイ

校」の新校舎の最新設備の整った研修室、製造機器もすべて整い、受講席も見える。その上にモニター4台がセットされカメラも同校のスタッフに操作して頂き、きめ細かな作業が表示されるなどこれまでにない好条件な環境で行われました。講師の松田先生の優しい大阪弁の解説も親しみやすく、ややもすると作品作りに没頭し一方的な講習会になりがちですが講習の合間に話された開業当時のご苦労やテレビ出演

店匠と、みかしほ学園日本調理製菓専門学校（姫路菓子組合）の組合員各店の銘菓をオリジナルパッケージに詰め合わせた「官兵衛撰菓」「千姫撰菓」も大変好評をいただきました。

【全国菓子工業組合連合会理事長賞】「優美」白鷺陣屋 井上勝仁【兵庫県菓子工業組合理事長賞】「姫路 夢の博覧会」大陸 福永健三

【私が選んだ工芸菓子】「山紫水明」 芦屋柳月堂玉川 安達文輝 これからも、より多くの皆さまに、お菓子を食べて、見て、作って、描いて、多彩なたちが楽しんでいただければ幸いです。

尚、平素組合活動に多大なご指導ご支援を頂いている県中小企業団体中央会からご出席いただいた情報対策課渡邊佳奈様からは「お菓子は元気の源、職人さんの手で丁寧に作られていく様を見て菓子業界益々発展のため一層の支援・協力を心に誓いました」と心強いメッセージを頂きました。最後に会場を提供して頂き作業にもご協力いただいた「鈴木学園」及びスタッフの皆様深く感謝申し上げます。

静岡県菓子工業組合顧問理事・(有)光栄堂・森田紀



姫路菓子まつり開催

また、特設ステージでは地元ミュージシャンによる演奏などの催しを実施し、多くの方にお楽しみいただきました。

「私の大好きな家族と食べたいなこんなお菓子」をテーマとした児童絵画展を開催しました。姫路市内の幼稚園・小学校からご応募いただいた作品の中から23作品を「スイ

校」の新校舎の最新設備の整った研修室、製造機器もすべて整い、受講席も見える。その上にモニター4台がセットされカメラも同校のスタッフに操作して頂き、きめ細かな作業が表示されるなどこれまでにない好条件な環境で行われました。講師の松田先生の優しい大阪弁の解説も親しみやすく、ややもすると作品作りに没頭し一方的な講習会になりがちですが講習の合間に話された開業当時のご苦労やテレビ出演

店匠と、みかしほ学園日本調理製菓専門学校（姫路菓子組合）の組合員各店の銘菓をオリジナルパッケージに詰め合わせた「官兵衛撰菓」「千姫撰菓」も大変好評をいただきました。

【全国菓子工業組合連合会理事長賞】「優美」白鷺陣屋 井上勝仁【兵庫県菓子工業組合理事長賞】「姫路 夢の博覧会」大陸 福永健三

【私が選んだ工芸菓子】「山紫水明」 芦屋柳月堂玉川 安達文輝 これからも、より多くの皆さまに、お菓子を食べて、見て、作って、描いて、多彩なたちが楽しんでいただければ幸いです。

尚、平素組合活動に多大なご指導ご支援を頂いている県中小企業団体中央会からご出席いただいた情報対策課渡邊佳奈様からは「お菓子は元気の源、職人さんの手で丁寧に作られていく様を見て菓子業界益々発展のため一層の支援・協力を心に誓いました」と心強いメッセージを頂きました。最後に会場を提供して頂き作業にもご協力いただいた「鈴木学園」及びスタッフの皆様深く感謝申し上げます。

静岡県菓子工業組合顧問理事・(有)光栄堂・森田紀

静岡県菓子工業組合顧問理事・(有)光栄堂・森田紀

家庭用餅切機

現場を支える餅切りパートナー

「コンパクトなのに頼もしい！」

餅のサイズも切るスピードもスイッチひとつ

作業中ぐらつかない抜群の安定感

くっつきにくくサッと洗えて片付けらくちん

デモ機ご使用のお申し込み・お問い合わせはお気軽に

株式会社旭電装

岡山県新見市下熊谷1578-1 TEL 0867-78-1130

Asahi Denso

ホームページでご確認ください



講習作品

焼き、蒸したドラ焼の発想はびっくりです！」雅心苑様（沼津市）からは3名の方（橋・堀内・小松原さん）が参加「普段使用しない材料や既成の形にとらわれない製法が斬新であった。菓子を作る時の背景や想い、地域性を活かした商品作りを学んだ。これからの菓子作りに活かしていきたい」等述べられた。

全国菓子工業組合連合会青年部では、第13回全国大会において橘紀子氏(株式会社第一紙行ブランディング事業部企画部長)、猪熊敏博氏(同企画部次長)を講師に迎え「あなたの根っこは何ですか―地域と企業の未来を紡ぐルーツ・ブランディング」をテーマに記念講演会を行いました。

先月号より続く。

各ブロック長の「根っこ」

橘 竹内菓子舗様の根っこについて、お願いします。

竹内信仁(竹内菓子舗) もともと茶店からスタートしたのですが、タバコや日用品など何でも売っている店でした。先代から話を聞くと、根っこはそこに住んでいる人たちの生活に密着していまし

た。立派な和菓子屋というより、地元の人に必要とされる商店がうちのルーツでした。でも、私が帰ってきたとき、これではやっていけず、新しい芽を出さなければならませんでした。デザイナーと一緒に「お菓子の仲良し」というキャッチコピー

を作りました。ただ、それができただけだと小さな駄菓子屋には、誰も見向きはしてくれない。どうしたらいいのか、地元の商工会議所の勉強会に参加したり、本も読んだりして、キャッチコピーが大事だと考えました。今でこそ長いコピーがありますが、当時としては珍しかったのです。四とか五とかの数字を入れる、喧嘩というちょっとドキッとするようなワードを入れる、今ならできないと思いますが、そのときは失うものがなかったなので、やってしまえという感じでした。プ

ることで社員、お客様に幸福をもたらす。座右の銘として造語ですが、一菓一笑。1つのお菓子を

で1つの笑顔を掲げて、お店も同じ思いで接客を含めています。地域、風土では、地域の皆様に育てていただいている精神で、接客を行っています。和菓子で地域の皆様とともに、松原市自体を盛り上げていきたいと思っています。ものづくりでは、愛着とこだわりを持ち、確かな技術で心を込めて美味しいものを楽しく作る。ただ、作るだけではなく、楽しみながらすること大事にしています。楽しくないと長続きしないし、成長しないと思っています。スタッフは、楽しみながら作っ

あなたの根っこは何ですか

地域と企業の未来を紡ぐルーツ・ブランディング

橘 紀子氏(株式会社第一紙行 ブランディング事業部企画部長)
猪熊 敏博氏(同企画部次長)

屋には、誰も見向きはしてくれない。どうしたらいいのか、地元の商工会議所の勉強会に参加したり、本も読んだりして、キャッチコピーが大事だと考えました。今でこそ長いコピーがありますが、当時としては珍しかったのです。四とか五とかの数字を入れる、喧嘩というちょっとドキッとするようなワードを入れる、今ならできないと思いますが、そのときは失うものがなかったなので、やってしまえという感じでした。プ

レズリリースしたらメディアが取り上げてくれて、今ではうちの30〜40%の稼ぎ頭になっています。

猪熊 それを接客販売に生かすコツと、意識されているところを教えてください。



竹内菓子舗

竹内 通り一辺倒の接客ではなく、自分の親や恋人の親に接するような気持ちで接客に当たってください。お菓子を作っているけれども、実は愛情を届ける作業だよという感じでまとめています。従業員同士も仲良くないと、伝わるよねと話しています。



イチゴを収穫

ます。

橘 中西さん、お願いします。

中西信治(御菓子司吉乃屋松原) 私自身も日々心がけていることは、時間、笑顔、出会い、チャレンジ、成長、感謝、継続、忍耐、御縁です。創業のときに先ず経営理念

ています。目配り、気配り、心配りを常に意識しながら「ありがとう」の言葉を大切にしています。橘 どう焼きは、松原市のキャラクターでしょうか。

中西 松原市がマスコットキャラクターを作ったとき、市民の方に「キャラクターを使ったグッズを作ってください」という依頼があり、一番先に手をあげて、お菓子にしました。

橘 ホームページを見ても、地域との繋がりに根っこを置いていることを感じます。

中西 松原市にイチゴ畑

豆煮から脱水前まで全自動
無人化製あんライン

人手いらずで美味しい粒あん
無人化粒あんユニット

豆煮・蜜漬までこれ一台
蜜漬・豆煮釜

幅広い用途のベストセラー
卓上加熱攪拌機

各種ナッツ・固形物用
カラメルコーティングマシン

製あん・製菓機械のことなら実績豊富なカジワラにご相談ください

手作業の自動化、省力・省人化、品質の安定と向上、生産性向上、新商品開発など、さまざまなご要望に応じた機械をご提案いたします。



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**

【製品・テストなど、お気軽にお問合せください】

TEL 048-994-5551

mail sales@kajiwara.co.jp

web kajiwara.co.jp





虎屋見学ツアー

岐阜 虎屋見学ツアー開催

参加者一同感動の2日間

令和7年11月11日、12日、岐阜おやつ編集室(岐阜県菓子工業組合内)と工場(現在は一般公開されてお

り、東京に行く予定があつたので、興味津々でたずねた事が始まりでした。その後、虎屋文庫の中山様と意気投合して、夏に初めて開催される「鮎菓子マルシェ」のトークショーにゲストとしてお招きし、その日の打ち上げで、岐阜の職人さんとの食事で盛り上がり、今回の虎屋見学ツアーの話が決まったのです！すこ

いスピードです。1日目は御殿場工場見学。御殿場工場では虎屋の商品の7割を作っているのかのスケールでした。虎屋と言えは羊羹ですが、その羊羹を御殿場工場ではメインに作っています。工場内では、製造工程により①から⑥

のラインに区分けされています。①の製餡ラインでは羊羹や生菓子用のあんこ炊きを見学。豆の皮は家畜の飼料に再利用されているそうです。無駄がありません。午前は製餡作業ですが、午後は清



集合写真

掃作業だけで1日が終わるくらい、大きい機械や道具が使用され、どれもピカピカでした。ちなみに羊羹の原料の寒天は岐阜県産も使われていました！

その他二つのラインを回り、一時間かけて丁寧に説明してくださり、参加した組合員の質問が飛び交いました。そして羊羹マイスターの顔写真が、干支と歌会始のお題にちなんだ菓子のデ

ザインを社内公募しているなど、社員のモチベーションも上がる取り組みもされていました。富士山を眺めながらの御殿場工場の良さに一同日々感動するばかりでした。御殿場工場からの御殿場店。そして箱根で泊まり、2日目は東京の赤坂店にお邪魔しました。赤坂店では取締役の森山さんをはじめ、虎屋の方々が出迎えてくださり、虎屋文庫のお話や、御用場と呼ばれる店内の製造場を窓越しで見学し、建築家の内藤廣さんが手がけた建物にも感動しました。

その日は、虎屋の歴史がわかる展示会中で、前日、御殿場工場を見学し

てわからなかったことなどを答え合わせしてもらえたような、大変見ごたえのある展示でした。御殿場工場の皆様、赤坂店の皆様、虎屋文庫の皆様、お忙しい中、私たちの為に貴重なお時間を頂き、丁寧な対応・丁寧な説明、大変感謝いたします。この様な姿勢が、虎屋の長い歴史を作っている要因なのだと思感いたしました。参加した者は、刺激となり、パワーとなった2日間でした。このような素晴らしいツアーを開催できたこと、心から感謝いたします。ありがとうございました。

岐阜県菓子工業組合事務局長・常川智子



亀甲もち

江戸の最後の年、1868年・慶應4年に分家して菓子屋を始めました。亀甲というルーツから亀甲やという屋号をつけています。父親は小谷寛といいますが、代々、治郎平という名前を襲名しています。うさぎとかめの

逸話もあり、亀のようにコッソツと誠実に商売したいと思っています。創業当時から作っていた亀甲最中は、亀の甲羅の形をしており、最初は茶色い最中を作っていました。が、お祝いの赤と白の紅白最中や2倍のサイズのものを作ったり、一口

サイズにもなっています。二十世紀は大正11年・1922年に作り出したので、今年で103年になります。100年前に作ったお菓子が100年後にSNSでバズり、驚いています。

伊藤頼信(大盛堂) 熊本の合志市にある大盛堂というお店です。今の社長が私の通っていた専門学校に教えに来て、そこで拾われて跡継ぎになりました。社長のお父さんが昔、熊本で一番だったお菓子屋で働いて独立

し、大盛堂というお店をつくられました。今の社長は京都で修行し、お父さんの後を継いでいます。昔の写真を見ていたら、地域の人たちと凄く交流して、本当に地域密着でお菓子を作ってきていました。

橘 ホームページを拝見したら、どら焼きが可愛くて美味しそうで、ここが大盛堂さんの人との繋がりが、お菓子と繋がるルーツに繋がりがうたどっていました。

伊藤 うちのこだわりは自家製で豆から炊いて、餡の幅を広げ、どら焼きが看板商品なので、いろいろアレンジして販売しています。お客様に楽しんでもらえるようにバリエーションを増やしています。

猪熊 Instagramに金髪職人という言葉が入っており、それをブランドづくりにどう生かしているのか伺いたいです。

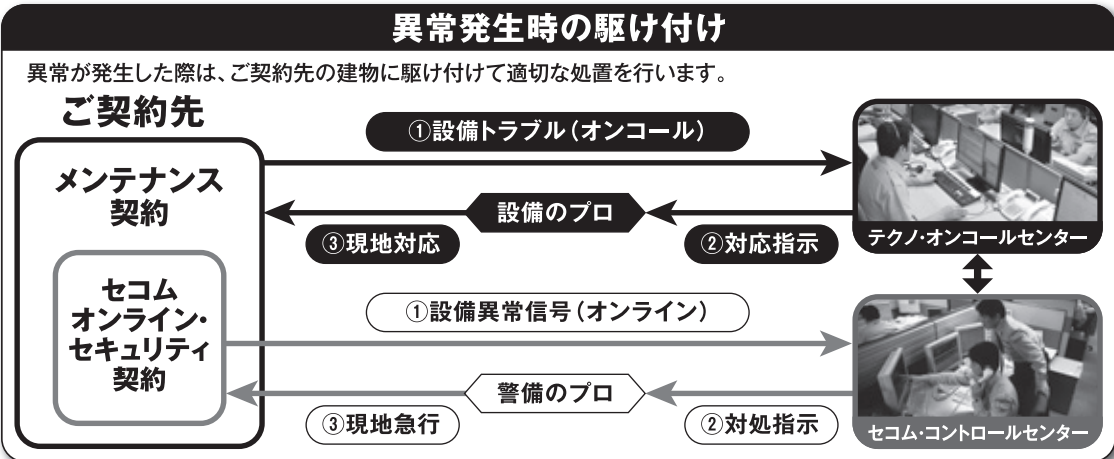
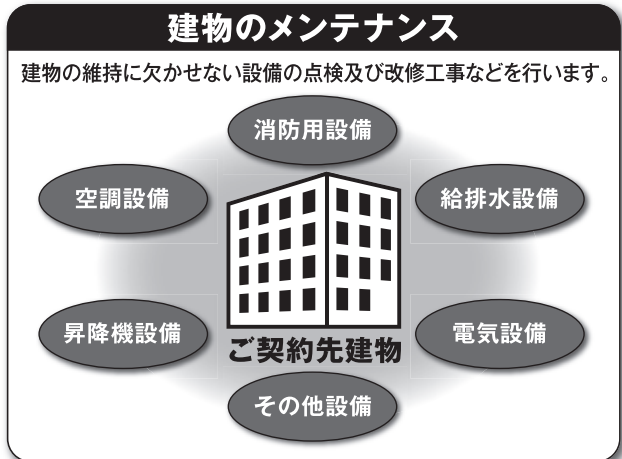
橘 人との繋がりが、人とのぬくもりを大切にしており、御自分が金髪になって、人を集めるという



大盛堂

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。



日本食糧新聞社、協同組合全日本洋菓子工業会は2025年4月15日(火)～17日(木)に東京ビッグサイトで第22回デザート・スイーツ&ベーカリー展を開催しました。同展では松林千宏氏(お菓子勉強家)を講師に迎え「お金がなくても大ヒット!お菓子のトレンドと成功事例」をテーマに講演を行いました。

その①

お金がなくても大ヒット!
お菓子のトレンドと成功事例

松林 千宏氏(お菓子勉強家)

ビをつけたら、TVチャンネル「コンビニ通選手権」が放送されていた。内容は例えばおにぎりを食べて、どのコンビニの何という商品名が答えたり、はたまたパッケージの一部分だけを見て、この商品を販売しているコンビニに走って行くなど、知力と体力を使うものであった。でも、番組を見るにつれて「これなら私でもできそうじゃないか?」と思っ

具体的な事例

名前を変えただけで前年比120%のポテトチップスがある!?

「カルビー ポテトチップス ギザ」ポテトチップスの代表色は、前年比120%と好調。この商品の前身は、青のストライプのパッケージで発売されていた「ポテトチップス ギザ」というものだった。商品名からもギザギザという形のイメージは想起できるし、特に数字が悪かったわけではない。ただ、もっとお客様の頭にすっと入る、分かりやすい名称やデザインは何かと考え、リニューアルし

ら、個人としてお菓子の素晴らしさ、楽しさを伝えることを生業としていた。なお本日の私の発言は、ローソンを代表するものではなく、あくまでも個人の発言で了承いただきたい。

子でも買おうかな」という程度で菓子売り場に足を運ぶことが多いだろう。そこでずっと頭に入る商品名やデザイン、色を意識して作るという効果につながる。

。この現状としっかり向き合い、何をすべきかを考えて取り組んだ。何をしたのかというと、お客様にとって「パイの実の圧倒的な価値は何なのか」、ということを探した。ポイントは、企業にとってではなくお客様の視点で見た価値、という点にある。企業側から見ると「技術的に素晴らしいから」、「A社よりもここが何%凄い」など、どうしても作り手や売り手、技術が先立ってしまうが、お客様には関係ない。チョコレートやグミなどさまざまなお菓子があるが、お客様にとってどうしてパイの実でなければダメなのか、という原点に立ち戻ることが大切であった。

また、そのお菓子を全く買っていない人や若い世代にアプローチしようと考えると、新たな顧客層獲得を…と考えがちなのだが、そうではなく、実際パイの実を今買って食べているお客様を集め、ヒアリングを徹底的に行った。さらに、アンケート会社にヒアリングを任せるとは、パイの実の担当者がその場に立ち会い、お客様と対峙した。担当者が「どうしてお菓子は、私の作ったパイの実という商品を手に入るのか」と対話をする。

私は高校生の時、家から近いという理由で、何の気なしにコンビニエンスストアでのアルバイトを始めた。しかし、毎週のように発売されるお弁

では、お客様にとっての圧倒的な価値は何だったのか。結論は「唯一無二のパイのお菓子」であることだった。お客様の認識は、チョコが入っているが、パイのチョココレートのお菓子ではない。パイの実の「あのサクサクとした食感のパイがい」だった。企業からは、なかなか見えにくいのが、お客様にとっての価値を理解した上でもう一度リセットし、リニューアルに取り組んだ。

また「唯一無二のパイのお菓子」であれば、その他の何をしてもいいと幅を広げることができた。例えば「パイのみ」というチョコの入らないパイだけのお菓子も販売したところ、すぐに完売した。ユニーク性のあるものはSNSやWEBなどメディアで広がりやすく、パイの実が、スープなど食としても楽しめたことも、さらなる価値につながった。

また「パイの実の絵本も発売された。食べる経験は無くても、絵本を手にとればパイの実に触れてもらえる。後々、お菓子との接点にもつながる。

ある調査では15歳未満までに食べた経験のあるお菓子は、大人になっても喫食につながると言われている。例えば駄菓子の喫食経験の薄い30歳過ぎの方に、モロッコヨーグルという駄菓子を「美味しいから食べて」と言ってもなかなか手に取らないのではないかと思う。あれは小さい頃、あの小さい木のスプーンで食べたという喫食経験があるから、大人になっても美味しく楽しいお菓子にな

行事予定

鹿児島 1月8日、菓子業界合同新年会、吾愛人本店、鹿児島市

鳥取 1月10日、公開セミナー開催「怠ける権利(働き方改革)」、講師・小谷敏氏(大妻女子大学教授)、若月正章氏(前静岡県菓子工業組合理事長)、とりぎん文化会館第3会議室、鳥取市

岩手 1月22日、菓子技術講習会、講師・鎌田克幸氏(日本菓子専門学校)

愛知 1月26日、技能検定実技試験(菓子製造)、講師・愛知県菓子工業組合組合員、愛知菓子会館、名古屋市中

信頼される安心を、社会へ。

毎日なんとも安心を感じるから。

セコムして、よかった。



娘が帰ってくると、
プッシュ通知で教えてくれる。



自宅のセキュリティの
状態を、スマホで
確認・操作できる。

あなたの「大切」を、セコムする。



セコム・ホームセキュリティ

0120-756-892 (9時~18時 年末年始を除く)

セコム

検索

セコム株式会社



保田一賢氏

デフレにより価格破壊が続いた結果、モノの価値観は大きく揺らいだ。効率や低価格が優先さ

1997年に新卒で福岡の株式会社博多大丸に入社。昨年3月に大丸松坂屋百貨店 大丸下関店に出向し約1年になる。福岡空港の大丸の売店のマネージャーを務めたこともあり、そこでは、お土産という独特で興味深いマーケットを研究した。その成果としてメーカーと共同で企画したお土産「ごぼ天(博多弁で「ごぼう天」のこと)うどん」は2018年の発

全菓連青年部 第24回中・四国ブロック大会では、保田一賢氏(株式会社大丸松坂屋百貨店・大丸下関店 営業部食品・レストラングループ コンテンツ開発担当)を講師に迎え、「地方百貨店と地域のものづくり」をテーマに講演会を行いました。

地方百貨店が町から消え、丁寧につくられた高品質・高価格の商品は売場を失い、「コスパが悪い」商品は消費者に選ばれなくなり、後継者が見つからないまま事業が静かに幕を下ろす。そして、街にはファストフードやファストファッション、ナショナルブランドやグローバルブランドだけが残る。地方百貨店や地域のものづくりは、このまま衰退し、滅びて行くしかないのだろうか？もし、その後に続く社会があるなら、私はこの仕

売から昨年までで販売個数15万個を突破した。現在も福岡空港、博多駅や高速道路のサービスエリア等で販売されている。人気スパイスカレー店クボカリーの土産商品の開発もお手伝いした。福岡県・みやま市商工会の依頼で、商品のリブランディングを支援した事例では、コンセプトもターゲットも不明確だった高菜のドレッシングをお土産に特化して再構築し、パッケージデザインを変更した結果、展示会での反応が向上して注文が入るようになり、マツコさんのTV番組にも取り上げられた。山口県の下松サービスエリアで売

地方百貨店と地域のものづくり

保田 一賢氏(株式会社大丸松坂屋百貨店・大丸下関店 営業部食品・レストラングループ コンテンツ開発担当)

その①

事に固執せず、新しい道を探そうと思う。しかし、私にはそうは思えない。だからこそ私たちは今立ち止まり、もう一度「地域の未来」を見つめ直す必要があると思うのである。では、地方百貨店と地域のものづくりが持続可能な存在、「サステナブル」な存在として生き残るためにはどうすればいいのか。私は、この問いへの一つの答えを今から話す「地域百貨店モデル」に見い出している。自身の立場から、私自身の言葉で皆さんにお話しし

山口県・岡山県の6次化プランナーや福岡県商工会連合会の登録専門家としても活動しており、そうした肩書では、新商品開発や既存商品のリブランディングのサポートのほか、催事や展示会でのプレゼンテーションの講師を務めることが多い。都心型百貨店と地方百貨店の二極化 地方百貨店を取り巻く環境は厳しさを増すばかりだ。「〇〇県の〇〇百貨店が惜しまれつつ閉店」というニュースが聞かれないうちはない。中国では昨年、一畑百貨店が閉店した。私の母の実家が出雲にあり、子ども

都心型百貨店と地方百貨店 大丸松坂屋百貨店グループは、北は札幌、南は福岡まで全国をカバーしている。グループ内には下関店、須磨店、芦屋店のような地方百貨店も含まれている。 地方百貨店には、「市の人口が100万人未満」「年間入店客数が1000万人未満」「免税売上構成比が極めて低い(「観光客やインバウンドより、地元生活者の割合が高い)」などの特徴



ごぼ天うどん

のころは祖父母に連れて行ってもらった思い出がある。閉店の報を聞いた。 き、寂しさを感じると同時に他人事とは思えず、複雑な気持ちになった。

がある。同様に、商品の売上構成比にも地方店の特徴が表れる。館の売上に占めるハイブランド(インポートブランド等)、美術・呉服・宝飾(高級時計含む)と食品の売上と構成比、客単価などの数値を見ると、都心型百貨店では、ハイブランドや美術・呉服・宝飾力、テグリの構成比が非常に高く、これらが業績を牽引している。一方で、地方百貨店ではこうしたカテゴリーの構成比が著しく低い。その理由は単純で、そもそも地方百貨店にはハイブランドがほとんど

全国の百貨店店舗数は1999年の311店舗をピークに減少の一途をたどり、2024年12月現在で179店舗になった。市場規模も最盛期の12兆円から現在のは5兆8000億円弱へと半減している。そうした中、昨年は「百貨店各社過去最高益」「売上高がコロナ前を上回る」「免税売上、過去最高」など、明るい話題も聞かれた。(2025年に入り、その好調に早くも陰りが見え始めているのは、報道等で目にされていると思うが)どちらにしても、そうした話題は都心の百貨店の話で、地方の百貨店はコロナ以降、ずっと厳しい状況が続いている。インバウンド需要や富裕層の旺盛な消費に支えられる都市圏の百貨店に対し、地方百貨店は人口減少や郊外型SCとの競合に直面し、コロナからの回復のスピードも鈍い。売上や集客の減少がテナントの撤退を招き、テナントの撤退によって館の魅力が低下し、さらに売上が落ち込むという悪循環に陥り、買い手としての交渉力も弱まり、新たなテナントの誘致もままならない。こうした「負のスパイラル」から抜け出せないまま、私たち地方百貨店は非常に厳しい局面に立たされている。

は、大丸だけの問題ではなく、下関という地域が魅力ある商圏と見られていないからにほかならない。受け入れがたいが、現実をしっかりと認識し、地域として対策を講じる必要がある。 百貨店業に携わり30年近い現場での経験を通じて、地方百貨店が持続可能な存在ためには「地域との密着」と「地域への貢献」が何よりも重要だと考えるに至った。ハイブランド、ナショナルブ

地域のものづくりも問題含み

本日のテーマのもう片方である「地域のものづくり」はどうだろうか。皆さんは、その担い手だが、この分野もまた楽観視できる状況ではないといえる。担い手不足・後継者の不在「高齢化による技術継承の断絶」「人口減少に伴う市場の縮小・販路の喪失」「原材料やエネルギーコストの上昇」「デジタル化・DX対応の遅れ」などの複合的な問題により、地域のものづくりの持続可能性も危機を迎えていることを、皆さんも感じているのではないだろうか。

地域の中でお金を回し、外貨を稼ぎ、経済を活性化し、地域に元気をもたらすこと。 この地域貢献の考え方と、先ほど触れた「集客・売上の減少」「ハイブランドやナショナルブランドの撤退」さらなる「売上減」という「負のスパイラル」を組み合わせたときに浮かび上がってくるのが、都心型百貨店とは異なる方向性——今日皆さんに提案したい「地方百貨店の新しいカタチ」である「地域百貨店モデル」である。 次号に続く。

洋菓子講習【基礎編】

日本菓子専門学校 中川 昌幸 教師

フランピスターシュ

7・5×4タルト型10個分

【配合】

A. パータプリゼ	シユ
薄力粉……………360g	牛乳……………600g
グラニュー糖……190g	グラニュー糖……130g
塩……………4g	卵黄……………120g
水……………70g	バニラ……………0・3g
バター……………200g	クリームフード……30g
B. プラリネピスターシユ	クリームドピスターシユ……………60g
ユ……………20g	クリーム38%……………20g
グラニュー糖……100g	【製法】
ピスターシユ……100g	A. 全ての材料をフード
C. クレームドピスター	プロセッサーに入れひと



フランピスターシュ

1℃まで煮詰め、ピスターチオを入れキャラメリゼし、ロボクーブでペースト状にする。

C. パティシエールを仕込む要領で仕込みを行う。

【組み立て・仕上げ】

空焼きしたタルトにプラリネピスターシユをコルネで絞り、クリームドピスターシユをタルトの高さまで流し込み、170℃のオーブンで14分焼成する。表面にナパージュと粉糖を振り、ピスターチオを飾ります。

【総評】

フランス菓子のフランを現代風にアレンジしたお菓子になります。触感を柔らかくし、ピ

スターシユを加え高級感漂うお菓子に変更しています。ペーストを変更したり、柑橘類、和素材を

取り入れると多様なバリエーションのフランが出来ますので試してみてください。

群馬

群馬が誇るソウルフードの新しい形を発信

群馬を代表する名物として、昔から群馬県民にこよなく愛されている「焼まんじゅう」。群馬県民ならば知らない人はいない、まさに群馬が誇るソウルフードだ。

現在も創業から変わらない焼まんじゅうを作り続けている一方、現代に沿った新しい形の焼まんじゅうを開発・展開している。

弊社は、昭和55年に焼まんじゅう専門の製造元として創業。2022年に新工場を設立し、業界内でもトップクラスの衛

生管理と生産数を誇り、県内に限らず多方面に卸売・小売販売を展開している。

焼まんじゅうといえ

ば、昔ながらの「大きく



焼まんじゅう

生まれた商品の1つが、今ではほかや名物になっている「焼まんじゅうパフェ」だ。ミニサイズの焼まんじゅうに、群馬の牧場から直送しているソフトクリームをのせた、ほかやオリジナルの「進化系焼まんじゅうスイーツ」。この商品は年代性別問わず人気で、今では来店客の2人に1人は焼まんじゅうパフェを注文するほど進化系の焼まんじゅうが浸透してきている。

初代より伝わる技術そのまま継承している「伝統」、進化系スイーツをはじめとする二代目が織りなす「革新」。この「伝統×革新」をテーマに掲げ、今後も新しいことへチャレンジし、群馬の魅力、焼まんじゅうの魅力を全国へ発信していきたい。

株式会社ほかや本舗
代表取締役・阿部学

そのような背景の中で

て安い」が群馬県民の常識。そんな常識を覆す「小さくて食べやすいミニサイズ」を商品化したところ、焼まんじゅうを知らない県外の方や女性お子さまにヒット。大きくするよりも小さくするほうが製造コストはかかり、一般的な焼まんじゅうよりも価格を割高に設定しているが、それでも「小さいほうが食べやすいから」とこちらを選ぶ。また、焼まんじゅうを知らない人からすると、焼まんじゅうは見た目のインパクトが強く、大きくて食べられない、食べづらいというのが第一印象なのだ。

今の時代、低価格も魅力の一つではあるが、安から売れるというわけではない。いかにニーズ



焼まんじゅうパフェ

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