

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…団子と団結を表す
全形…橘の花、中心の金色の円とCは
雄しへ雌しへ、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)



第5回実行委員会総会

第28回全国菓子大博覧会・北海道 実行委員会
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。

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

イア露出が入場券の販売促進に貢献した。菓子博開催に当たっては、339社から協賛を頂いた旨紹介があり、感謝が述べられた。また、今回は寄付金集めにクラウドファンディングも利

用された。
決算見込報告

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、協賛収入の増収も予定以上の収入をもたらした。

支出面では、事業費が3千4百万円余の増加となつており、内訳は広報宣伝費が1千230万円程の増加、会場設営費が施工内容の見直し等によ

り1千360万円程の減少、会場運営費が警備範囲見直しや菓子関係者の無償出役の増により670万円程の減少、計画推進費が入場券の販売手数

の別会場で開催された全国スイーツマーケットへの試みとしてメイン会場6人となつた。

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。

入場者数はメイン会場で15万2千980人、隣

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にあった。

事業報告

決算見込報告

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、協賛収入の増収も予定以上の収入をもたらした。

支出面では、事業費が3千4百万円余の増加となつており、内訳は広報宣伝費が1千230万円程の増加、会場設営費が施工内容の見直し等によ

り1千360万円程の減少、会場運営費が警備範囲見直しや菓子関係者の無償出役の増により670万円程の減少、計画推進費が入場券の販売手数

の別会場で開催された全国スイーツマーケットへの試みとしてメイン会場6人となつた。

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。

入場者数はメイン会場で15万2千980人、隣

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にあった。

事業報告

決算見込報告

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、協賛収入の増収も予定以上の収入をもたらした。

支出面では、事業費が3千4百万円余の増加となつており、内訳は広報宣伝費が1千230万円程の増加、会場設営費が施工内容の見直し等によ

り1千360万円程の減少、会場運営費が警備範囲見直しや菓子関係者の無償出役の増により670万円程の減少、計画推進費が入場券の販売手数

の別会場で開催された全国スイーツマーケットへの試みとしてメイン会場6人となつた。

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。

入場者数はメイン会場で15万2千980人、隣

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にあった。

事業報告

決算見込報告

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、協賛収入の増収も予定以上の収入をもたらした。

支出面では、事業費が3千4百万円余の増加となつており、内訳は広報宣伝費が1千230万円程の増加、会場設営費が施工内容の見直し等によ

り1千360万円程の減少、会場運営費が警備範囲見直しや菓子関係者の無償出役の増により670万円程の減少、計画推進費が入場券の販売手数

の別会場で開催された全国スイーツマーケットへの試みとしてメイン会場6人となつた。

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。

入場者数はメイン会場で15万2千980人、隣

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にあった。

事業報告

決算見込報告

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、協賛収入の増収も予定以上の収入をもたらした。

支出面では、事業費が3千4百万円余の増加となつており、内訳は広報宣伝費が1千230万円程の増加、会場設営費が施工内容の見直し等によ

り1千360万円程の減少、会場運営費が警備範囲見直しや菓子関係者の無償出役の増により670万円程の減少、計画推進費が入場券の販売手数

の別会場で開催された全国スイーツマーケットへの試みとしてメイン会場6人となつた。

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。

入場者数はメイン会場で15万2千980人、隣

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にあった。

事業報告

決算見込報告

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、協賛収入の増収も予定以上の収入をもたらした。

支出面では、事業費が3千4百万円余の増加となつており、内訳は広報宣伝費が1千230万円程の増加、会場設営費が施工内容の見直し等によ

り1千360万円程の減少、会場運営費が警備範囲見直しや菓子関係者の無償出役の増により670万円程の減少、計画推進費が入場券の販売手数

の別会場で開催された全国スイーツマーケットへの試みとしてメイン会場6人となつた。

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。

入場者数はメイン会場で15万2千980人、隣

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にあった。

事業報告

決算見込報告

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、協賛収入の増収も予定以上の収入をもたらした。

支出面では、事業費が3千4百万円余の増加となつており、内訳は広報宣伝費が1千230万円程の増加、会場設営費が施工内容の見直し等によ

り1千360万円程の減少、会場運営費が警備範囲見直しや菓子関係者の無償出役の増により670万円程の減少、計画推進費が入場券の販売手数

の別会場で開催された全国スイーツマーケットへの試みとしてメイン会場6人となつた。

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。

入場者数はメイン会場で15万2千980人、隣

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にあった。

事業報告

決算見込報告

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、協賛収入の増収も予定以上の収入をもたらした。

支出面では、事業費が3千4百万円余の増加となつており、内訳は広報宣伝費が1千230万円程の増加、会場設営費が施工内容の見直し等によ

り1千360万円程の減少、会場運営費が警備範囲見直しや菓子関係者の無償出役の増により670万円程の減少、計画推進費が入場券の販売手数

の別会場で開催された全国スイーツマーケットへの試みとしてメイン会場6人となつた。

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。

入場者数はメイン会場で15万2千980人、隣

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にあった。

事業報告

決算見込報告

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、協賛収入の増収も予定以上の収入をもたらした。

支出面では、事業費が3千4百万円余の増加となつており、内訳は広報宣伝費が1千230万円程の増加、会場設営費が施工内容の見直し等によ

り1千360万円程の減少、会場運営費が警備範囲見直しや菓子関係者の無償出役の増により670万円程の減少、計画推進費が入場券の販売手数

の別会場で開催された全国スイーツマーケットへの試みとしてメイン会場6人となつた。

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。

入場者数はメイン会場で15万2千980人、隣

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にあった。

事業報告

決算見込報告

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、協賛収入の増収も予定以上の収入をもたらした。

支出面では、事業費が3千4百万円余の増加となつており、内訳は広報宣伝費が1千230万円程の増加、会場設営費が施工内容の見直し等によ

り1千360万円程の減少、会場運営費が警備範囲見直しや菓子関係者の無償出役の増により670万円程の減少、計画推進費が入場券の販売手数

の別会場で開催された全国スイーツマーケットへの試みとしてメイン会場6人となつた。

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。

入場者数はメイン会場で15万2千980人、隣

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にあった。

事業報告

決算見込報告

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、協賛収入の増収も予定以上の収入をもたらした。

支出面では、事業費が3千4百万円余の増加となつており、内訳は広報宣伝費が1千230万円程の増加、会場設営費が施工内容の見直し等によ

り1千360万円程の減少、会場運営費が警備範囲見直しや菓子関係者の無償出役の増

愛媛

和菓子講習会

ミッションは次世代に繋げること

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、今期に入つて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。組合員の割合は、老舗の和菓子店をはじめと

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努めています。

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した。(中略) 私たちはこ

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努めています。

今年大好評で終えた技術講習会の東京製菓学校の和菓子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、リンゴを使った饅頭、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評議は、まさに、ライブ感のある実演をしていただけたことは大きいです。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たいだければ、小さな一步、ミッションクリアしました。

このことは間違いないでしょう。そして、組合は、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

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きいに参考になったことだと思います。

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たいだければ、小さな一步、ミッションクリアしました。

この機会に是非お試しください。

和菓子店にとつ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

福岡

目指せ！未来の匠

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。

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



小林紀夫氏

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。最後には受講者に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した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。

玄米白酒を作り、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」と店頭に立つて試食を配り、味を知つていただくことから地道に販売活動を続けた。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

押しのおかげで、玄米甘酒事業は一定の大きさまで成長できた。その当時からのお客様に恵まれて今がある。

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。

また、ヤマト・㈱バーク
内に新設したケーク屋を
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
ているので、次の時代の

ためには設備の更新が必要だ。また、いざれ商品やサービスは陳腐化していく。

「ヤマトさんは減少する。
大きな社会変動に対応できる会社にするため、皆さんの意見をうるうるするだろうか。
私たちのチャレンジはシンブルで、お客様と一緒に発酵食文化

を楽しみ、未来につなげていくこと。発酵食文化は、木桶醸造の醤油・味噌の味わいや香り、金沢は海が近く海産物の宝庫大野でつくったお醤油で食べるお寿司、イワシのつみれ汁・ローカルの食文化を繋ぎたい。食の仕事は地域の文化インフラだ。作るのも続けるのも手間暇かかるが持続可能な形で続いていくことが大切だ。発酵食文化に価値を見い出すお客様と、温かなコミュニケーションを作るのが私の挑戦だ。

製造小売の生産性

A black and white portrait of Yamamoto Kōhei, a man with dark hair and glasses, wearing a dark jacket over a white shirt. The jacket has Japanese text on the collar: '株式会社ヤマト運輸' (Kabushiki Kaisha Yamato運輸) and 'NO. 0'. He is smiling at the camera.

山本耕平氏

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、北日本の木材を運び、北日本の木材を運んでいた。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います。

運び、北日本の木材を
築材として北陸に運ん
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

卷之三

その
①

大牛街

おな耳に絵の本 田一はその本話を

金沢文時

四

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

山本 耕平 氏（株式会社ヤマト醤油味噌）

ヤマト醤油味噌

の商売なので、五感で体験して、味わいの違いを知つていただくことを大切にしている。醤油・味噌をつくる工場敷地を「ヤマト・糀パーク」として一般開放して、今年2025年でオープンから11年目を迎える。ここでは、全社を挙げて発酵食品の良さを伝えたい。ヤマト・糀パークに来場するど、糀の職人の肌がすべすべしているのを追体験できる「糀の手湯」、発酵文化を歴史から知ることができる「糀パークツアーや、味噌汁から糀を活用したお料理まで学べる料理教室「糀部」や、醸造所併設のレストラン

「会沢 大輔」「藤澤 達也」「研究所」と「発酵食美人会堂®」、純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。

弊社には製造部と直販事業部がある。私が皆さんは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と思う。製造と販売をする時に対する業態で、今どうチャレンジをしているのかをお話ししたい。

私はいつか家業に戻ることを考えていたが、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いと思っていた



卷之三

恒例の製菓講習会

静岡

『チョココー!と洋風な和菓子』

「あ!これは美味しい」「これも美味しいよ!」
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(株)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

藤様が詳しく紹介され

ている通りすでに皆様がご存知の方であります。

今回のテーマは『チョココー!と洋風な和菓子』です。作品は「こんな和菓子があつたら良いな」

をコンセプトに①「大阪ええY.O.K.A.N知らんけど。かん」②「ふわふわ生じら焼」③「ムース大福、ベルガモット」④「世界一優しいナツツのチョコ浮島」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」の新校舎の最新設備も離壇でどこからも手元が見える。その上にモニタ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

の質問も気軽に応答するなど「アミリー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ご感想を頂きましたので要点のみご紹介いたします。

「和菓子講習で洋菓子の原材料取り入れや参加者用のオーブンチャットが開設され質疑応答や材料の

興味深く有意義な内容で

あたと思います。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トマッチングを実施するなど将来のファンづくりに

うございました。

この企画は

アミリーリー

の企画で

アミリーリー

<8面の続き。

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。龜甲という屋号をつけています。父親は小谷寛といい名前を襲名しています。うさぎとかめの

逸話もあり、龜のよう逸話もあり、龜のよう江戸の最後の年、1868年・慶應4年に分家していよいよ、代々、治郎甲最中は、龜の甲羅の形をしており、最初は茶色業最中から作っていましたが、お祝い用の赤と白のものを作ったり、一口

紅白最中や2倍のサイズのものを作ったり、一口で、今年で103年になりますが、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。

橋 伊藤ブロック長お願いします。

橋 ホームページを拝見したら、どら焼きが可愛く美味しそうで、ここに大盛堂さんとの繋がりや、お菓子と繋がる

伊藤 うちのこだわりは自家製で豆から炊いて、ルーツに繋がりそうだと思いました。

伊藤 キャラをつけて、こんな癖のあるお菓子屋さんがいるというイメージでしています。インスタグラマーとも交流し、情報交換して、熊本を盛り上げていく活動をして

橋 人との繋がり、人のぬぐ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

橋 人との繋がり、人とのぬぐもりを大切にしており、御自分が金髪になれるなど、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実感いたしました。参加した者は、刺激となり、パワーとなったりました。参加した者は、刺激となりました。このようないい素晴らしいツアーや催できましたこと、心から感謝いたします。ありがとうございました。

橋 壁を無くしたウエルカムな雰囲気をルーツにしているんですね。ありがとうございました。

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。

伊藤 キャラをつけて、こんな癖のあるお菓子屋さんがいるというイメージでしています。インス

タグラマーとも交流し、情報交換して、熊本を盛り上げていく活動をして

猪熊 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。

伊藤 うちは、大盛堂というお店をつくれました。今の社長は京都で修行し、お父さん

さんの後を継いでいました。昔の写真を見ていたたら、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。

猪熊 し、大盛堂というお店をつくれました。今の社長は京都で修行し、お父

さんと、東京赤坂店を見学させていただきました。

そこで、お菓子屋で働いて独立しておりませ

ん」と、東京赤坂店を見学させていただきました。

そこで、お菓子屋で働いて独立して

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

お菓子屋で働いて独立して

ました。社長のお父さんが昔、熊本で一番だった

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

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・シユ

7・5×4タルト型10個分

A. パーティアゼ	牛乳.....600g グラニュー糖.....130g
B. プラリネピスター	バニラ.....10g クレームブーラン.....30g クレームドピスター.....38% クリーム.....20g
C. クレームドピスター	バター.....200g 卵黄.....70g 塩.....4g 水.....190g 薄力粉.....360g グラニュー糖.....190g
【製法】	C. クレームドピスター プロセッサーに入れひと
	グリューストーブル ピスター.....100g グリューストーブル ピスター.....100g



フランピースターシュ

1℃まで煮詰め、ピスチオを入れキャラメリシし、ロボクーピでペー
ト状にする。

スターシュを加え高級感
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
エーショ
来ますの
ださい。

群馬が誇るソウルフード
の新しい形を発信

ルネで絞り、クレームドピスター・シュ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。表面にナバージュと粉糖を振り、ピスタチオを飾ります。

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。

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年内でもトップクラスの衛

生産管理と生産数を誇り、県内に限らず多方面に御売・小売販売を展開している。



焼まんじゅう

に合った商品価値の提供
ができるか。ここではつ
きりと申し上げるが、安
ければいいという考えは

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いる。

初代より伝わる技術を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

に合った商品価値の提供をできるか。ここではっきりと申し上げるが、安ければいいという考えはひと昔前の話だ。時代に合った価格のバランスは重要であり、それ以上の商品価値の提供、この2つをしっかりとブランディングしていくことが企業価値をあげていくことが企業のなかでされている。

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。

株式会社ほたかや本舗
・代表取締役・阿部学



「う」とじちらのを選ばる。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、食べづらいというものが第一印象なのだ。

「う」とじちらのを選ばる。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、食べづらいというものが第一印象なのだ。

A close-up photograph of a soft-serve ice cream swirl, likely vanilla, topped with a drizzle of caramel sauce. To the right, a piece of breaded and fried chicken is partially visible.

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くたい。

そこで、これまでの業績をあげていくと考
えている。

そのような背景の中で、
ひと昔前の話だ。時代に
合った価格のバランスは
重要であり、それ以上の
商品価値の提供、この2
つをしっかりと「ブランデ
ィングしていくことが企
業価値をあげていくと考
えている。