

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1045号(令和8年4月)

全菓連(正)会員は、全菓連団体PL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。

令和7年の菓子推定生産数量

生産金額および小売金額

全日本菓子協会は令和7年の菓子推定生産数量、生産金額および小売金額を公表した。全体としてみると、生産数量は2年連続のマイナス、生産金額や小売金額は5年連続のプラスとなっている。

令和7(2025)年

が影響したが、菓子類もは、原材料費、物流費、人件費などの上昇あるいは高止まりの中で、企業物価指数は前年比で3.2%上昇して126.7(2020年平均110.0)となり5年連続のプラスになるとともに、消費者物価指数(生鮮品を除く)も同3.1%上がって111.2となり、4年連続のプラスとなった。消費者物価では、コメなど食料品価格の上昇

が影響したが、菓子類も全体で8.9%、チョコレートで35.7%の上昇であった。一方、実質賃金は、12月まで12カ月連続のマイナスとなり、今年でも1.3%減となった。4年連続のマイナスであった。こうした全体的な動向の中で、菓子業界においても、製造コスト等の価格転嫁に努め、25年も多くの商品で価格改定が進展したが、実質賃金がマイナスの中で、消費者による節約志向が強まったことなどから、消費の2極化も見られた。大袋商品などが選ばれた一方、ライフスタイルなどに合わせた商品や健康・機能性を訴求した商品など付

アフター菓子博あさひかわ2026

SMILE SWEETS ASAHIKAWA開催



(関連記事6面)

加価値の高い商品も購入された。特にチョコレートについては、カカオ豆価格の影響を受け大幅な価格改定が行われたが、これは、チョコレートだけでなく他の商品ジャンルの購買行動にも影響を与えたほか、引き続きカカオ豆を減らした商品開発、植物油への代替などへの対応を促した。海外需要については、円安傾向などもあって、菓子の輸出は、米国の関税措置の影響が見られたものの、全体としては前年比6.0%増の505億円(注1)と過去最高を更新した。また、訪日外国人数も約4,268万人と過去最多となり、これに菓子の購入単価の上昇も加わって、菓子購入額が約4,700億円(注2)と過去最高になったと推計される。こうした情勢などを背景とし、令和7(2025)年の菓子業界は、商品ジャンルや業態形態などによって差はみられるものの、全体としてみると、生産数量は減少したが、生産金額や小売金額はともに前年を上回った。この結果、生産数量は2年連続のマイナス、生産金額や小売金額は5年連続のプラスとなっている。また、ジャンル別にみると「飴菓子」、「ビスケット」、「せんべい」、「油菓」、「その他」は生産数量、生産金額、小売金額ともに前年を上回った。一方、「チョコレート」、「チューリングガム」、「米菓」、「和生菓子」、「洋生菓子」、「スナック菓子」は、生産数量は前年を下回ったものの、生産金額、小売金額は前年を上回った。菓子需要に及ぼす影響などについてしっかり注視していく必要がある。(注1)このデータは、全日本菓子協会によるものであるが(2面参照)、農林水産省公表資料でも、令和7(2025)年の菓子類の輸出額は前年比5.9%増の433億円と令和6(2024)年の409億円を上回り過去最高となっている。(注2)国土交通省観光庁「訪日外客数(2025年12月及び年間推計値)(2026年1月21日)と同「インバウンド消費動向調査」(2026年1月21日等)から試算したもの。(以下に続く)



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



令和7年の菓子推定生産数量

「ジャンル別動向」

(1) 飴菓子

グミ市場は、グミブームを背景に生産ラインを増設する企業があるなど好調に推移した。また、のど飴を中心としたハードキャンデー類も、健康志向を受け比較的堅調に推移した。一方、円安による原材料価格の高止まり、人件費や物流費の高騰によりコストが上昇したため、飴菓子業界においても、その影響が懸念されたものの価格転嫁

(2) チョコレート

前年に引き続き、カカオ豆、カカオバターなどの原材料価格の著しい高騰、包材費やエネルギー価格、物流費などの上昇を受け、各社において価格改定が行われた。全体としては、生産数量はカカオ原料の調達不足による生産調整の影響を受け

(3) チョコインガム

原材料価格の高騰に伴い、ガム業界においても価格改定が実施される一方、生活者の健康意識（セルフメディケーション）の高まりを背景にガムが持つ「機能的価値（口腔ケア、エチケット）」が生活者に再認識された一年であり、全体として、数量は前年比で減少したが、生産金額や小売金額は微増となった。

(4) せんべい（小麦粉）

全体としては生産数量、生産金額、小売金額ともに順調に伸びた。原材料価格、エネルギー費、物流費、人件費の高騰の影響を受け、価格改定が継続中である。この中で、ハードビスケット

(5) ビスケット

生産・販売は、原材料価格、物流費の高騰の影響が高まる中でも、ビスケットの販売は比較的堅調に推移した。ベーシックなロングセラー商品への回帰が継続するとともに、全般にコストパフォーマンスの向上が図られている。

(6) 米菓

令和7年の米菓生産において、主要原料となる令和6年産米も前年産に続いて特定米穀が大幅に減少し、加えて主食用米の供給不足の下での価格高騰が加工原料米にも及び、さらに、国産もち米は主食用うるち米への作付転換による減産も生じた。こうした状況の中で、エネルギー費、資材費、物流費、人件費などのコスト増も重なったことから、主要メーカーでは価格改定や規格変更、もち米商品からうるち米商品への販売構成の変更、もち米商品の終売などの対策を講じた。また、各社において新商品開発、OEM商品やPB商品の更新など工夫した販売戦略が展開された。

(7) 和生菓子

生産数量については、中元・歳暮に代表される贈答品需要及び法人の進物需要は減少傾向に歯止めがかからず低調である一方、手土産需要が順調に推移しているほか、家庭内消費も底堅い需要を維持しているものの、全体としては弱い状況が続いており、前年比で減少している。生産金額は、原材料費、エネルギー費、人件費の増加などにより上昇しているが、製品値上げについては、価格引き上げが出来る小規模事業者が散見され、生産金額の上昇に

(8) 洋生菓子

前年に引き続き、洋菓子の製造に欠かせない卵、チョコレート、バター、油脂類、乳製品などあらゆる原材料の価格が上昇した。さらに、包材費、物流費、光熱費といったコストも軒並み上がり、こうした負担増は、生産数量、生産金額、さらには小売金額にまで広く影響を及ぼした。多くの企業では、原材料価格高騰への対応として、商品

(9) スナック菓子

店舗や企業において顕著な効果は確認されなかった。実質賃金の前年比マイナスが続く中、スナック菓子についても、消費者の購買力低下の影響は甚大であった。金額的には、各商品の価格改定もあって、このところ伸び率は鈍化しているものの、前年比で5%近い伸びを確保した。これに対し、数量的には、新型コロナ禍以降、長期にわたり横這いが続いた。このような頭打ち傾向は、秋以降のインバウンド需要の低下も影響しているものと思われる。

(10) 油菓子

原材料費、エネルギー費、人件費、物流費などの高止まりあるいは上昇が続く中、関係先の理解を得つつ、価格改定や規格変更が行われたことから、小売金額は増加した。一方、実質賃金のマイナスが続き消費者の生活防衛意識が高まり、節約志向や低単価志向が強くなる中で、一部製品

令和7年 菓子の生産数量・生産金額及び小売金額（推定）

	生産数量		生産金額		小売金額	
	トン	億円	億円	億円	億円	億円
飴菓子	179,702	2,417	3,309	101.9	104.5	105.3
前年比	9.1	8.2	8.1	210,736	4,867	7,105
構成比	91	82	81	91.0	113.0	112.6
チョコレート	210,736	4,867	7,105	10.7	16.6	17.3
前年比	96.9	100.8	100.6	1.0	1.8	1.9
構成比	1.0	1.8	1.9	58,783	612	893
チューインガム	18,700	534	790	107.7	109.3	110.0
前年比	99.9	101.3	101.3	3.0	2.1	2.2
構成比	1.0	1.8	1.9	247,100	3,170	4,730
せんべい	58,783	612	893	100.0	106.0	107.3
前年比	12.6	10.8	11.5	219,982	3,147	4,220
構成比	11.2	10.7	10.3	99.4	101.3	101.3
ビスケット	247,100	3,170	4,730	11.2	10.7	10.3
前年比	282,000	4,357	5,356	98.3	105.0	104.0
構成比	14.3	14.8	13.1	185,080	3,210	4,394
米菓	185,080	3,210	4,394	99.8	100.0	101.4
前年比	9.4	10.9	10.7	9.4	10.9	10.7
構成比	14.7	14.5	14.7	289,359	4,272	6,042
和生菓子	289,359	4,272	6,042	99.9	104.8	103.9
前年比	14.7	14.5	14.7	14.7	14.5	14.7
構成比	58,383	357	663	102.7	102.6	109.6
洋生菓子	58,383	357	663	3.0	1.2	1.6
前年比	218,275	2,460	3,494	101.2	107.3	107.3
構成比	11.1	8.4	8.5	1,968,100	29,403	40,996
スナック菓子	218,275	2,460	3,494	99.2	105.4	105.7
前年比	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
構成比	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
合計	1,968,100	29,403	40,996	99.2	105.4	105.7
前年比	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
構成比	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

【参考】半生菓子の状況(推定) (全国半生菓子協会調べ)

	生産数量		生産金額		小売金額	
	トン	億円	億円	億円	億円	億円
半生菓子	31,224	365	603	103.0	104.0	103.4
前年比	103.0	104.0	103.4			

また、インバウンドのアイテム数や生産量の削減を余儀なくされた。加えて、人手不足による生産能力の低下、夏の猛暑による焼き菓子の売れ行き不振に伴う生産調整、さらには価格改定による需要減退など、様々な要因が重なり、生産数量は減少傾向となった。一方で、原材料の工夫による新製品の投入や、機械化・省力化による人手不足対応を行い、生産数量を増加させた企業もみられた。こうした動きが相殺し合った結果、全体としての生産数量は前年比でわずかな減少にとどまったものと考えられる。生産金額については、

他社に支援を仰ぐ加工費が増えたのが特徴的であった。大阪・関西万博の開催で特に大阪での販売の伸びが大きかった。また、能登半島の復興はあまり進んでいないが、北陸全体での販売は順調に伸びてきており、その他の地区も同じく順調に推移した。生産金額、小売金額は、価格改定等により伸長した。食品全般の価格が上昇し、消費者の節約志向が高まる中でも、ビスケットの販売は比較的堅調に推移した。ベーシックなロングセラー商品への回帰が継続するとともに、全般にコストパフォーマンスの向上が図られている。

スナック菓子の過半を占めるポテトチップスについては、2024年及び2025年産はれいしよが不作であったことや、生産を取り止めたメーカーもあったことから、金額的にはやや増加したものの、生産数量は前年並みにとどまった。一方、これを補うかのようには、原料となる輸入ポテトフレックの高騰に關わらず、成型ポテトが生産数量・金額ともに大きく伸長した。また、ポテトチップスに次ぐジャンルであるコーン系は、円安による原料とるもこの価格高騰に悩まされ、他と同様に商品価格

たこと、インバウンドによる土産需要は貢献したものの度重なる価格改定による販売数量の伸び悩みもあつたことから、前年を大きく下回った。一方、生産金額や小売金額は、価格改定もあり、前年を大きく超える結果となった。生産数量、生産金額、小売金額ともに、例年になく大きな対前年増減率であった。

チョコレート製品(I)、チョコレート生地100%、板チョコ、粒チョコなどは、価格上昇を抑えるため、チョコレート製品(II)、同60〜100%未満、ナッツチョコなど)に移行する動きが見られた。そのため、分類上、チョコレート製品(I)は生産数量が落ち込んだが、価格改定の影響もあり、販売金額は前年を上回った。チョコレート製品(II)からチョコレート製品(I)への移行もあり、生産数量は前年を維持し、販売金額は前年を上回った。なお、こうした状況の中で、原料チョコレートは、原料高騰による大幅な価格改定などにより、出荷数量は減少したが、出荷金額は上昇した。

去・清涼感を目的としたエチケットニーズが再び高まり、当該カテゴリーが好調な推移を見せた。また、輸出は数量・金額ともに大きかったアラブ首長国連邦、中国等での減少が影響し、全体として前年より減少した。

の引上げを余儀なくされたことや、大型商材の一部販路変更等があり、やはり数量的には横這い、金額的には大きな伸びを示す結果となった。

エネルギー費、人件費の増加などにより上昇しているが、製品値上げについては、価格引き上げが出来ない小規模事業者が散見され、生産金額の上昇に

去・清涼感を目的としたエチケットニーズが再び高まり、当該カテゴリーが好調な推移を見せた。また、輸出は数量・金額ともに大きかったアラブ首長国連邦、中国等での減少が影響し、全体として前年より減少した。

の引上げを余儀なくされたことや、大型商材の一部販路変更等があり、やはり数量的には横這い、金額的には大きな伸びを示す結果となった。

の引上げを余儀なくされたことや、大型商材の一部販路変更等があり、やはり数量的には横這い、金額的には大きな伸びを示す結果となった。

このような状況から、生産数量は前年比微増となり、生産金額や小売金額は、価格改定もあつて伸長する結果となった。

去・清涼感を目的としたエチケットニーズが再び高まり、当該カテゴリーが好調な推移を見せた。また、輸出は数量・金額ともに大きかったアラブ首長国連邦、中国等での減少が影響し、全体として前年より減少した。

の引上げを余儀なくされたことや、大型商材の一部販路変更等があり、やはり数量的には横這い、金額的には大きな伸びを示す結果となった。

の引上げを余儀なくされたことや、大型商材の一部販路変更等があり、やはり数量的には横這い、金額的には大きな伸びを示す結果となった。

このような状況から、生産数量は前年比微増となり、生産金額や小売金額は、価格改定もあつて伸長する結果となった。

去・清涼感を目的としたエチケットニーズが再び高まり、当該カテゴリーが好調な推移を見せた。また、輸出は数量・金額ともに大きかったアラブ首長国連邦、中国等での減少が影響し、全体として前年より減少した。

の引上げを余儀なくされたことや、大型商材の一部販路変更等があり、やはり数量的には横這い、金額的には大きな伸びを示す結果となった。

の引上げを余儀なくされたことや、大型商材の一部販路変更等があり、やはり数量的には横這い、金額的には大きな伸びを示す結果となった。

2面の続き。
の販売数量の減少も見られたものの、全体的にみると、数量的には前年よりわずかに増加する結果となった。

今後については、引き続き原材料費、エネルギー費、物流費などの上昇、円相場の状況などを見つ、売上や利益の回復を図っていききたい。

(1)その他菓子
豆菓子は、生産数量は前年並みにとどまったが、生産金額や小売金額は、価格改定もあって前年より伸びた。また、ここ数年伸びている玩具菓子は、原材料費など製造コスト等の上昇が継続している中で、参入各社においてカード系やシール系への注力が維持され

るとともに、売上上位企業では、複数購入やリピーター購入を促す玩具や雑貨を添付する商品展開によって、販売量の底上げが図られた。

以上から、全体として、生産数量、生産金額、小売金額ともに前年を上回った。

**令和7年家計調査
報告の結果**

令和7(2025)年の全国・1世帯当り(2人以上の世帯)の菓子支出金額(名目)は、チョコレートやようかんを除く全ての商品ジャンルで前年を上回った。全体では前年比5.9%増(アイスクリームを除く菓子類で同5.8%増)となった。なお、菓子支出金額(実質)は、菓子全体(アイスクリームを含む)で2.8%減と前年に続きマイナスとなった。買上げが不十分な中で食品全体の値上げが進み、消費者の節約志向が高まったことなどから、嗜好性のある菓子の購入数量が影響を受けている

ことが伺えた。いずれにしても、「生産数量・生産金額及び小売金額(推定)」とは調査方法に違いがあること等に留意することが必要である。

目を除き多くの品目で減少したが、全体としてみるとプラスであった。「キャンディー類」の134億円(前年比7.7%増)、一部の「チョコレート菓子」で108億円(同23.9%増)、「その他砂糖菓子」で61億円(同8.6%増)の順であった。米国の関税措置については、令和7年における米国への輸出額は前年比6.3%増と、令和5年の15.8%増、令和6年の26.1%増などと比べ、その伸び率が鈍化しており、影響を受けていることが見てとれる。

一方、輸入は、前年比11.6%増の1,105億円で、これも過去最高を更新した。一部の品目を除き、多くの品目で増加した。一部の「チョコレート菓子」で299億円(前年比8.5%増)、「ビスケット、クッキー及びクラッカー(砂糖を加えたもの)」で188億円(同2.3%増)、「キャンディー類」で174億円(同15.4%増)の順であった。なお、この輸出入のデータは、これまで通り全日本菓子協会が独自にタリフラインベースで品目を選定して集計しているものであることから、別途農林水産省が公表しているデータと一致しないことに留意する必要がある。

強い組合活動を目指しさらなる発展を願って一本締めを結びました。出席者全員に40周年以降の活動が綴られた記念誌『菓子ひとすじ』が配付されました。

理事長受賞者(敬称略・順不同)
杉山鋼三(風月堂)、鈴木康元(又一庵)、稲葉彰紀(大國家)、伊藤公夫(三ヶ日製菓)、長澤光真(清光堂)、山本浩道(寿堂)、鍋島圭司(甘清堂)、杉本静夫(光太郎)、花崎幸夫(エルドル美崎屋)、瀬戸高志(梅月園)、山田照敏(やまだいち)、馬場豊秀(駒屋)、村上

強い組合活動を
目指しさら
なる発展を
願って一本
締めを結び
ました。出
席者全
員に40周
年以降
の活動が
綴られた
記念誌
『菓子ひと
すじ』が配
付されま
した。

理事長受
賞者(敬称
略・順不
同)
杉山鋼三
(風月堂)、
鈴木康元(又
一庵)、稲葉
彰紀(大國
家)、伊藤公
夫(三ヶ日
製菓)、長澤
光真(清光
堂)、山本浩
道(寿堂)、
鍋島圭司(甘
清堂)、杉本
静夫(光太
郎)、花崎幸
夫(エルド
ル美崎屋)、
瀬戸高志(梅
月園)、山田
照敏(やま
だいち)、馬
場豊秀(駒
屋)、村上

強い組合活動を
目指しさら
なる発展を
願って一本
締めを結び
ました。出
席者全
員に40周
年以降
の活動が
綴られた
記念誌
『菓子ひと
すじ』が配
付されま
した。

理事長受
賞者(敬称
略・順不
同)
杉山鋼三
(風月堂)、
鈴木康元(又
一庵)、稲葉
彰紀(大國
家)、伊藤公
夫(三ヶ日
製菓)、長澤
光真(清光
堂)、山本浩
道(寿堂)、
鍋島圭司(甘
清堂)、杉本
静夫(光太
郎)、花崎幸
夫(エルド
ル美崎屋)、
瀬戸高志(梅
月園)、山田
照敏(やま
だいち)、馬
場豊秀(駒
屋)、村上

強い組合活動を
目指しさら
なる発展を
願って一本
締めを結び
ました。出
席者全
員に40周
年以降
の活動が
綴られた
記念誌
『菓子ひと
すじ』が配
付されま
した。

理事長受
賞者(敬称
略・順不
同)
杉山鋼三
(風月堂)、
鈴木康元(又
一庵)、稲葉
彰紀(大國
家)、伊藤公
夫(三ヶ日
製菓)、長澤
光真(清光
堂)、山本浩
道(寿堂)、
鍋島圭司(甘
清堂)、杉本
静夫(光太
郎)、花崎幸
夫(エルド
ル美崎屋)、
瀬戸高志(梅
月園)、山田
照敏(やま
だいち)、馬
場豊秀(駒
屋)、村上

講演会講師 畑 主税様



**岡 次なる時代への道標！
創立60周年記念式典を挙**

全国菓子工業組合連合会60周年記念式典に引き続き、当静岡県菓子工業組合でも2月25日、JR静岡駅前グランディエールプラトールカイに於いて、創立60周年記念式典が全菓連からは理事長長沼昭夫様、副理事長小谷治郎平様、中部ブロック幹事長平山伸治様、関係



長沼昭夫全菓連理事長祝辞



土井宣博理事長あいさつ

続けていくと力強く述べられ、表彰式では全菓連表彰者(2月号参照)の伝達と永年の組合活動功労者への理事長表彰があり18名の受賞者に理事長より一人ひとり丁寧に賞状が贈呈されました。菓子博支援や施設見学などでご尽力いただいている『うなぎパイ』でご存知の『有春華堂様』と工藝菓子や上生菓子の技術伝承と人材育成にご尽力された『樹かじはる商品開発室長・横山力様』に理事長より特別表彰が贈られました。

引き続き府川充宏様(株追分羊羹)より受賞者代表謝辞が述べられ、ご来賓のご挨拶では長沼理事長様、静岡県経済産業部商工局長、中小企業団体中央会総務部長、顧問である杉山盛雄県議会議員から、それぞれお祝いの言葉をいただきました。

式典終了後は高島屋和菓子バイヤーとして活躍の畑主税様をお招きし『お菓子の未来に向けて』と題して記念講演会が行われました。これにはネット上で募集した一般の方々や関連業者の方も聴講者として参加されるなど関心の高さを感じました。経験豊富なお話しに映像も駆使して分かりやすく予定の90分間がアツと言っ

間に過ぎたように心に響く内容であり、参加者からは熱心な質問も出て記念式典に相応しい講演会となりました。

祝賀会は平山中部ブロック幹事長の乾杯のご発声から始まりジャズのミニコンサートも行われ、ゴージャスな雰囲気での祝賀会となりました。宴会は前理事長の時代からコンパニオン接待や、カラオケ大会を廃止して組合員に役立つ会にしたいと取り組んできました。今回も講師や取引業者の皆さんにもご出席いただき和やかな中にも熱心な意見交換など行われ、コ

強い組合活動を
目指しさら
なる発展を
願って一本
締めを結び
ました。出
席者全
員に40周
年以降
の活動が
綴られた
記念誌
『菓子ひと
すじ』が配
付されま
した。

理事長受
賞者(敬称
略・順不
同)
杉山鋼三
(風月堂)、
鈴木康元(又
一庵)、稲葉
彰紀(大國
家)、伊藤公
夫(三ヶ日
製菓)、長澤
光真(清光
堂)、山本浩
道(寿堂)、
鍋島圭司(甘
清堂)、杉本
静夫(光太
郎)、花崎幸
夫(エルド
ル美崎屋)、
瀬戸高志(梅
月園)、山田
照敏(やま
だいち)、馬
場豊秀(駒
屋)、村上

強い組合活動を
目指しさら
なる発展を
願って一本
締めを結び
ました。出
席者全
員に40周
年以降
の活動が
綴られた
記念誌
『菓子ひと
すじ』が配
付されま
した。

理事長受
賞者(敬称
略・順不
同)
杉山鋼三
(風月堂)、
鈴木康元(又
一庵)、稲葉
彰紀(大國
家)、伊藤公
夫(三ヶ日
製菓)、長澤
光真(清光
堂)、山本浩
道(寿堂)、
鍋島圭司(甘
清堂)、杉本
静夫(光太
郎)、花崎幸
夫(エルド
ル美崎屋)、
瀬戸高志(梅
月園)、山田
照敏(やま
だいち)、馬
場豊秀(駒
屋)、村上

強い組合活動を
目指しさら
なる発展を
願って一本
締めを結び
ました。出
席者全
員に40周
年以降
の活動が
綴られた
記念誌
『菓子ひと
すじ』が配
付されま
した。

理事長受
賞者(敬称
略・順不
同)
杉山鋼三
(風月堂)、
鈴木康元(又
一庵)、稲葉
彰紀(大國
家)、伊藤公
夫(三ヶ日
製菓)、長澤
光真(清光
堂)、山本浩
道(寿堂)、
鍋島圭司(甘
清堂)、杉本
静夫(光太
郎)、花崎幸
夫(エルド
ル美崎屋)、
瀬戸高志(梅
月園)、山田
照敏(やま
だいち)、馬
場豊秀(駒
屋)、村上

行事予定

福岡 5月17日、くるめ菓子祭りうまかつ祭(福岡県菓子工業組合久留米支部主催)、久留米シティプラザ六角広場、久留米市
5月20日、第36回
愛媛 5月19日、中嶋神社春の大祭、中嶋神社、松山市

公彦(村上屋)、村松光夫(旬菓亭)、海野和弘(煎餅本家)、山本勝美(山本屋)、石田金雄(石田屋)、長谷理吉(コマツ菓子店)
静岡県菓子工業組合顧問理事・(有)光来堂、森田紀

和歌山

つりがね饅頭 御坊市

つりがね本舗

和歌山県紀中一御坊・日高地方で多くの店が作る和菓子に、つりがね饅頭がある。つりがね饅頭はあんこをカステラ生地

で包んで、「鐘」の形に焼きあげた菓子で、現在10軒の和菓子屋が作り、この地方の名物菓子になっている。

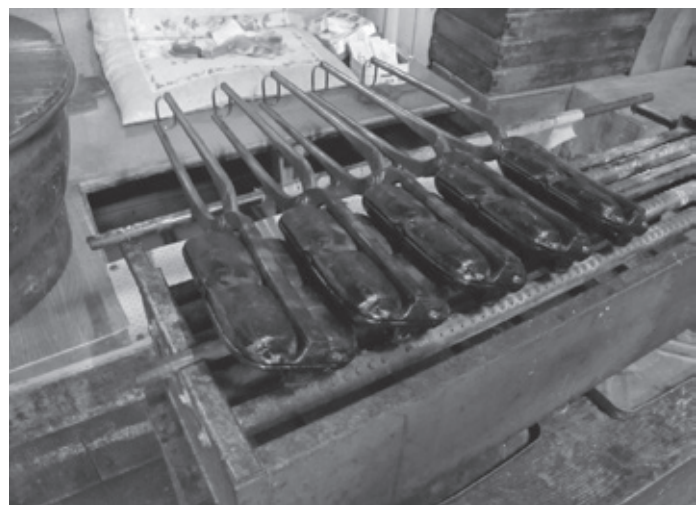
2025年に全国的な話題を呼んだ、2人の青年が歌舞伎の女形役者をめざす映画「国宝」、劇中のクライマックスで演じられたのが、2人が大



道成寺釣鐘まんじゅう

きな鐘に巻きつく「二人道成寺」。奈良時代建立のその道成寺に伝承されてきた「鐘」にまつわる物語に着眼して生まれたのが「つりがね饅頭」で

ある。その元祖と言われるのが、御坊市の中心街中町商店街にある明治時代創業の100年以上の歴史を刻むつりがね本舗で、2代目福原友治郎さんの時代に「道成寺釣鐘まんじゅう」(商標登録)の名で売り出す。昔ながらの



製造器具

鐘まんじゅうは小豆餡と白餡の2種類。「一日に売れる分だけ作り、売れ残りを出さない。美味しいときに、出

来るだけ早く食べてほしいから、「旬」への強いこだわりがある。栗茶色に濃い目に焼き上げられた饅頭は、「一に鶏卵」

の言葉が語るように内側の黄色い生地が美しく、ふっくらしたなかにも、もっちりした食感がある。少し甘めのあんこは先代の味を引き継ぐ。引菓子全盛の時代の終焉、コロナ禍の時代を経て生産量は減少したが、それでも毎日1000個程度を目安に製造販売し、注文に応じてその数は増える。小豆餡と白餡、そして大型の「釣鐘煎餅」もこの店の名物である。女性当主は饅頭を焼き包装を終えると、店頭に立ち、午後6時まで営業する。自ら客と言葉を交わす。山田さんの笑顔とやさしい物言いが加わって「つ



2種類の餡

たたずまいの店を守る4代目は山田裕子さん(72歳)。大阪の短大を卒業したあと帰郷、結婚した山田さんは平成4年、39歳の時に父親とともに仕事をしていた職人が辞めることになり「このままでは閉店してしまう」と危機感を抱き、和菓子の世界に入った。和歌山県内の和菓子屋で現在女性の主人は山田さん一人だけだ。

饅頭作りは重労働である。饅頭の皮、あんこ炊き。山田さんは日曜日を除く毎日、朝7時には作業場に入り、原材料の鶏卵を割り、砂糖、小麦粉を混ぜ生地作りに取り掛かる。これをタテ7センチ、ヨコ5センチの鉄製の鐘型に流し込み、そこに長方形に成形した餡をのせ、上蓋で閉じ回転させながら焼く。1個の重さは60グラムで、餡は「銅釜で、へっついさんで薪で炊いている」。

つりがね饅頭はつりがね本舗という、市民の根強い信頼を得ている。ところで、歌舞伎の演目として知られる「道成寺物」の元ネタは、再会約束を裏切った熊野詣の旅の青年僧安珍を慕う

熊野真砂の庄司の娘清が、数十キロに及ぶ道を追いかけて、ついには蛇になり道成寺に逃げ込み釣鐘のなかに隠れた僧を焼き殺す「安珍清姫物語」である。紀州女性の当主は、清姫の恋をどう思っているのだろうか。「蛇になるだけ人を思える一途さ、執念はすごいですね」。紀州女性のひたむきさが作る「道成寺釣鐘まんじゅう」。道成寺に今日、釣鐘はないが、饅頭が釣鐘の物語を伝える。これも、和菓子の力だ。重労働、足腰の衰えと闘いながら、今日も仕事場に座る。「設備が老朽化、動く間は頑張りた



山田さん

明

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。軽く強い不織布として知られるスパンボンドを使用し、使いやすい、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	660x660	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	750x750	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

山 春を届けるいちご大福と 広がる和の輪

北陸・富山にようやく春の兆しが見え始める頃、地元百貨店「富山福フェア」が暮を開けま



商品

す。10年以上前に数軒の地元菓子店から始まったこの催しも、回を重ねるごとに少しずつ輪が広がり、今では県内外から約20店が参加するまでになりました。そして今年は10日間で24,000個もの大福をお客様へお届けすることができ、一過性のイベントを超え、地域に根付いた「富山に春の訪れを告げる風物詩」のような存在になっていきます。一人の作り手として、この場所に寄せる想いをつづらせていただきます。



フェア店内

この催しの原点は、かつて百貨店の担当の方からいただいた「一緒に春を届けませんか」という一言でした。その一通のお誘いから、すべてが始まりました。昨年からは会場を拡大し、県外から新しい感性を持つ店舗も加わったことで、お客様が「どの大福にしよう」と楽しそうに選んでくださる姿をより多く見かけられるようになりました。原材料の高騰など、菓子業界を取り巻く環境は年々厳しさを増しています。が、こうした発表の場を整え、大切に守り続けてくださる富山大和さんの存在は、私たち職人にとって何よりの支えです。当店にとって「いちご大福」は、格別の思い入れがある菓子です。1997年の新店舗開店当時、思うように客足が伸びず苦慮していた私たちに、あるお客様が「いちご大福を作ってほしい」と声をかけてくださいました。当初は「大福にいちごを入れるだけ」と安易に考えていたものの、餅・餡のバランスは難しく、何度も試作を重ねようやく満足のいくものに仕上がりました。販売から数日でお客様から次々とお問い合わせの電話をいただいたときの高揚感は、今でも忘れられません。

その後、いちご大福は当店を代表する季節商品へと成長しました。そして2024年「棋王戦」富山対局において、藤井聡太棋王と伊藤匠七段(いずれも当時)の勝負おやつに選ばれるという、身に余る光栄に浴したのです。かつて店を救ってくれた小さな「いちご大福」が、富山大和さんの催事を通じて多くの方に届き、ついには盤上の天才たちの手に渡ったことは、深い感慨を覚えた出来事でした。

富山大和さんが時いてくださった種は、長い年月をかけて街に穏やかな笑顔を広げてくれました。一軒一軒の菓子店に寄り添い、共に歩んでくださる皆様への感謝は尽きません。そして今年、私たち富山県菓子工業組合では、「和菓子の日」の普及を目的とした新たな挑戦を予定しています。各店舗が趣向を凝らした「創作まんじゅう」を開発し、自店のみならず、富山大和さんの会場に一堂に会して販売するという試みです。百貨店との温かいご縁が、初夏の新しい和菓子文化づくりへと力強く繋がっています。

「これからも、この場所です。皆さんと一緒に春を届けていきたい。そんな願いを込めて、また来年も美味しい一品をお届けできるよう、そして初夏の創作まんじゅうが多くの方に届くよう、一つひとつ丁寧に手を動かしてまいります。この温かな交流の場が、これからも末永く続いていくことを心より願っております。富山県菓子工業組合副理事長・大崎隆司

和さんの会場に一堂に会して販売するという試みです。百貨店との温かいご縁が、初夏の新しい和菓子文化づくりへと力強く繋がっています。富山県菓子工業組合副理事長・大崎隆司

木 さのまるもなか 誕生と展開

栃木県南西部に位置する佐野市を訪れる観光客は、年間800万人を超えると言われております。観光の中心は、「佐野プレミアムアウトレツト」・「唐沢山城跡」・「佐野厄除け大師」・「名水百選出流原弁財天」・B級グルメとしての「佐野ラーメン」・「いもフライ」

光資源として期待されております。平成29年11月25・26日に私が実行委員長をさせていただき、第24回全国山城サミットin佐野が盛大に開催され、約2万人の参加をいただき、大成功に終了させていただきました。

2013年11月24日開催のゆるキャラグランプリで、さのまるが日本一と「ゆるキャラさみっ」とin羽生」において79体の頂点に輝きました。得票数1,204,255票を獲得し、過去最多得票数での優勝でした。

2012年の4位からランクアップして、悲願の日本一に輝きました。「さのまる」は佐野ラーメンのおわんの笠をかぶり、いもフライの剣を腰に差した侍キャラクターです。さのまるは、2011年20位、2012年4位と着実に順位を上げ、初の栄冠に輝きました。

その輝かしいさのまるにあやかり、2015年3月19日に「さのまるもなか」が発売になりました。これは、栃木県菓子工業組合佐野支部で、観光資源を有効利用した活動を進めており、その一つが、さのまるにちなんだ統一銘菓「さのスイーツもなか」の開発です。さのまるもなかの皮は、中身は小豆餡・白餡等を詰めて販売するもので、佐野市のPRにて、菓子業界の活性化を図る目的で開発したものです。市内約10店舗の他、佐野市観光物産会館、道の駅どまんなかたぬま等で販売しております。

さのまるの人気は長年続いており、それにあやかり、さのまるもなかの積極的展開を図っていかねばならない現状であります。各個店においては、店頭販売の他、販路拡大のため、販売拠点を設置していくことも必要であります。商業施設に委託販売しているところも数店あります。人気上昇させるためのさのまるもなかの中心についても重要であります。メインである小豆餡、白餡の質と味の向上は、常に取り組んでいかなければならないと

考えております。また、小豆餡、白餡に限らずバラエティに富んだ魅力あるものへの研究も大事であります。今後におけるさのまるもなかの積極的展開は、誕生から15周年を迎えた「佐野ブランドキャラクター」さのまる」と相乗効果をもたらし、さのまる人気継続と共にさのまるもなかの人氣高止まりに推移する事を期待しているところでもあります。

栃木県菓子工業組合佐野支部・支部長・藤波一博

今年「お菓子の恐竜展」をテーマに、練り切

お菓子の恐竜展 第80回全国銘菓展を開催

全国銘菓菓子工業協同組合(理事長久保田陽彦氏)では3月18日〜23日、東京・日本橋三越で第80回全国銘菓展を開催した。会場では、全国にその名の知れ渡っている名店が販売した。

今年「お菓子の恐竜展」をテーマに、練り切

今年「お菓子の恐竜展」をテーマに、練り切

「黒唐揚げ」等、平成26年3月に「唐沢山城跡」が国指定史跡に指定されたことにより、更なる観

平成29年11月25・26日に私が実行委員長をさせていただき、第24回全国山城サミットin佐野が盛大に開催され、約2万人の参加をいただき、大成功に終了させていただきました。

2013年11月24日開催のゆるキャラグランプリで、さのまるが日本一と「ゆるキャラさみっ」とin羽生」において79体の頂点に輝きました。得票数1,204,255票を獲得し、過去最多得票数での優勝でした。

2012年の4位からランクアップして、悲願の日本一に輝きました。「さのまる」は佐野ラーメンのおわんの笠をかぶり、いもフライの剣を腰に差した侍キャラクターです。さのまるは、2011年20位、2012年4位と着実に順位を上げ、初の栄冠に輝きました。

その輝かしいさのまるにあやかり、2015年3月19日に「さのまるもなか」が発売になりました。これは、栃木県菓子工業組合佐野支部で、観光資源を有効利用した活動を進めており、その一つが、さのまるにちなんだ統一銘菓「さのスイーツもなか」の開発です。さのまるもなかの皮は、中身は小豆餡・白餡等を詰めて販売するもので、佐野市のPRにて、菓子業界の活性化を図る目的で開発したものです。市内約10店舗の他、佐野市観光物産会館、道の駅どまんなかたぬま等で販売しております。

さのまるの人気は長年続いており、それにあやかり、さのまるもなかの積極的展開を図っていかねばならない現状であります。各個店においては、店頭販売の他、販路拡大のため、販売拠点を設置していくことも必要であります。商業施設に委託販売しているところも数店あります。人気上昇させるためのさのまるもなかの中心についても重要であります。メインである小豆餡、白餡の質と味の向上は、常に取り組んでいかなければならないと

考えております。また、小豆餡、白餡に限らずバラエティに富んだ魅力あるものへの研究も大事であります。今後におけるさのまるもなかの積極的展開は、誕生から15周年を迎えた「佐野ブランドキャラクター」さのまる」と相乗効果をもたらし、さのまる人気継続と共にさのまるもなかの人氣高止まりに推移する事を期待しているところでもあります。

栃木県菓子工業組合佐野支部・支部長・藤波一博

今年「お菓子の恐竜展」をテーマに、練り切



ジュラの大地

埼玉 彩果の宝石の紹介

彩果の宝石は1993年誕生の世界中から厳選したフルーツの果汁や果肉をふんだんに使い、ひとつひとつ丁寧に作り上げたフルーツゼリーです。



彩果の宝石

まるで本物のフルーツを食べているかのような味や見た目が特徴ですが、大事にしているのは「天然のものを使う」ことで、安心して食べられるよう自然由来の原材料を使い、人工甘味料は一切使用しておりません。

ゼリーの基になっていく砂糖にもこだわり、甘味は一般的な上白糖の二分の一ほど、血糖値が上がりにくい糖類なので身体への負担も軽減されます。

また、ゼリーは湿度や天候に左右されやすいこともあり、季節によって製造方法や素材の配合にも変化を持たせており、

時期によって微妙に味を変えています。今日では全国で愛されている「彩果の宝石」ですが、地元さいたま市でも様々な取り組みが行

ております。例えば地元のプロサッカークラブ・浦和レッズとのコラボレーションにて浦和レッズ仕様パッケージでの商品の製造。毎

年さいたま市で開催の「さいたまマラソン」ではランナーへの給食用としてもフルーツゼリーを提供しています。これからも皆さまに

「愛される」より良い商品づくりを進めてまいります。株式会社トミゼンファーズ・営業部・井戸甲士郎

青森 『弘前桜物語』初開催



今回は、昨年4月5月にかけて開催された、弘前菓子組合(青森県菓子工業組合 中弘支部)の創立130周年のイベント【お菓子で魅せる弘前桜物語】をご紹介します。

弘前市は今や言わずと知れた桜で有名な弘前城(公園)のお膝元で、春には毎年多くの市民や観光客を魅了する日本を代表する桜の名所でありま

す。しかし、昔はメイソンのソメイヨシノの開花時期がゴールデンウィークに合致していたのが、温暖化の影響で4月中旬にはすでにソメイヨシノが満開となり、頼みのゴールデンウィークには散ってしまい、祭りの後半の観光客減が頭を悩ませていました。

そこで弘前市がソメイヨシノの終盤に代わってゴールデンウィークにかけて咲き誇る、遅咲きの品種の中で厳選7種類「弘前七桜」と、弘前公園で桜守がおススメする七つの風景「弘前七景」と題し、弘前公園の隠れた桜の魅力を全国に発信するキャンペーン「弘前桜物語」を数年前より始めました。

弘前菓子組合でも、お菓子という面でキャンペーンに協力出来ないかと、弘前さくらまつりを盛り上げました。今回は、購入特典として、各店舗それぞれデザインの違いや商品由来の桜風景と商品を実際印刷したポストカードをプレゼントし、さらには昨今のSNS時代なの

多彩な10つの商品

ら抽選で参加店の商品の詰め合せ(5千円相当)が当たる「ハッシュタグキャンペーン」でお客様にイベント盛り上げに一役買ってもらいました。事前に参加会員と共に、イベント開催の報告を兼ねて弘前市長を表敬訪問し、地元マスメディアの多大な取材協力も得て、イベントが徐々に浸透していき沢山の市民や観光客の皆様、弘前の桜のまだまだ知られていない魅力と共に、弘前市とその周辺を周遊していただき、弘前菓子組合加盟店のお菓子の魅力を知っていただくことも良い機会となりました。

反省点は多々あるものの、2026年度は弘前菓子組合130周年の節目の年という事で、さらに参加店を増やし、加盟店以外にも市内の洋菓子店にも声をかけ、18店舗での新たな弘前桜物語イベントの開催に向けて、更なる盛り上げを期待しています。

青森県菓子工業組合副理事長(中弘支部支部長)・川嶋将晃

アフター菓子博あさひかわ2026 SMILE SWEETS ASAHIKAWA開催

2025年開催された第28回全国菓子大博覧会・北海道(あさひかわ菓子博2025)に続き、2026年5月8日〜10日までの3日間、菓子博メイン会場であった道北アークス大雪アリーナを会場に、アフター菓子博を開催します。

アフター菓子博では、3日間の入場者数は2万人を推定。会場では日本各地の銘菓およそ300点を北海道スイーツを集めた全国もへもへまーケ

ットをはじめ、ケーキ・焼菓子・大福・だんごなどのスイーツの食べ放題スイーツビュッフェを実施します。さらに、「熱血!旭川スイーツ甲子園」と題し、旭川市内の高校生と菓子店がチームを組み、商品開発をして完成したスイーツを販売

します。販売数量や公式LINEによる投票など、審査基準を設けて総合点で競い合います。他に、菓子職人たちによる子供を対象にしたお

菓子づくり体験を指導します。他、菓子博において大きな感動を呼んだ和菓子・洋菓子の工芸菓子展示や屋外でのステージイベント、飲食ブースを設置して会場を盛り上げます。

実行委員長に村本暁宣(むらもとあきのり)(北海道菓子工業組合理事・旭川支部支部長)、大会長には水上(みずかみ)崇(たかし)(北海道菓子工業組合副理事長・第28回全国菓子大博覧会実

行委員長)が就任し、多くの笑顔を育んできた歩みをこれからも未来へ繋いでいこうと旭川支部のメンバーが中心となって活動しています。こうした取り組みを通して地域におけるお菓子文化の継承と発展に寄与することを目指し、菓子及び菓子関連産業の振興と地域の活性化を図っていききたいと思

います。▽入場・無料 推定来場者3日間2万人 北海道菓子工業組合理事・アフター菓子博あさひかわ2026 SMILE SWEETS ASAHIKAWA実行委員長・村本暁宣

会場イメージ図(昨年の会場)

会場イメージ図(昨年の会場)

会場イメージ図(昨年の会場)

会場イメージ図(昨年の会場)

会場イメージ図(昨年の会場)

会場イメージ図(昨年の会場)

会場イメージ図(昨年の会場)

会場イメージ図(昨年の会場)

会場イメージ図(昨年の会場)

会場イメージ図(昨年の会場)

会場イメージ図(昨年の会場)

会場イメージ図(昨年の会場)

青年部 ブロック長がゆく

「和菓子は我が師」の精神で 郷土の味を次世代へ

愛媛県新居浜市「菓舗蛭子堂」

愛媛県新居浜市。かつて別子銅山で繁栄を極め、今なお「住友の城下町」としての誇りを漂わせるこの街で、昭和六年に産声を上げた「菓舗蛭子堂（以下、エビス堂）」は、間もなく創業百周年を迎えようとしている。

伯父から受け継ぎ、現在は三代目店主・高橋英幸さんがその暖簾を毅然と守り続けている。同店の顔といえ、創業当時から変わらぬ製法を貫く「瀬戸の源氏巻」である。源義経の屋島の戦いにちなんだこの菓子は、かつて新居浜市内の多くの菓子店で作られていた地元の味だが、時代の変遷とともに一軒、また一軒と姿を消し、今で



お勧め源氏巻

はエビス堂一軒のみがその伝統を継承する存在となった。この看板菓子への深い愛着から、店主は周囲より「源ちゃん」の愛称で親しまれ、その人柄とともに地域の風景に溶け込んでいる。店主の職人としての歩みは、学びと実践の積み重ねであった。日本菓子専門学校を卒業後、そのまま同校にて二年間助手を務め、教育の現場で基礎を徹底的に固めた。その間も、お盆や年末、節句といった繁忙期には講師の店へ短期で入り、現

新居浜にちなんだお菓子



新居浜にちなんだお菓子

場の生きた技術を吸収し「たという。その後、さらなる研鑽を積むべく横濱市保土ヶ谷区の「菓匠栗山」の門を叩き、一年間にわたる修業を完了。確かな技術と経験を携えて、故郷である新居浜へと戻ったのである。エビス堂の菓子作りを語る上で欠かせないのが、郷土・新居浜への深い情愛だ。特に、新居浜市の離島・大島でしか収穫できない希少な「白いも（サツマイモ）」を用いた取り組みは、地域の食文化を守る活動そのものである。この白いもは、大島の特殊な土壌が生む強い粘りと高い糖度が特徴で、かつては「幻の芋」とも称された素材。店主はその特性を最大限に活かし、郷土の恵みを上質な甘みへと昇華させている。



店内

福岡 博多弁から生まれた チロリアン

今から64年前の1962年、当時福岡市中央区天神にあった千鳥屋本店



チロリアン

でチロリアンは誕生しました。1949年に筑豊の飯塚から天神に拠点を移した千鳥屋は、実は佐賀の久保田村が発祥の菓子屋です。飯塚時代から「三品主義」といって、佐賀の郷土菓子の丸ポーロ、オリジナルの菓子である千鳥饅頭、そしてカステラの

みを販売し順調に売り上げを伸ばしていました。が、同業他社の新商品群に押されじわじわと売りが下がっていき、当時の現状に、社長だった原田つゆが「何とかせんばならん！」と右腕だった長男の良康と話し合ったそうです。欲しかったお菓子の条件は、かっぱえびせんのように日持ちのする、当時流行り出した洋風のお菓子。この2つの条件を

クリアするお菓子の開発時期に、ちょうど私の父で次男の光博が、北海道のトラピスト修道院で発酵バターを修業した後、神戸のユーハイムにて洋菓子を作っていました。光博から「こちらではロール状のクッキーが流行ってきているよ」と、また本人もその頃はロールケーキを作っていたので、発酵バターでロールクッキーを焼いて中にクリームを入れてはどうかという提案があり、ロールクッキーを細長く焼いてクリームを詰めてみたところ、香りがよくサクサクのお菓子に仕上がったそうです。さて、商品は完成したけどネーミングはどうす



チロリアン丸餅

る？ つゆと良康が悩んだ結果、良康が博多の人は「千鳥屋」を博多弁で「ちろりや」「ちろりや」と呼んでるよね、そう！博多の名店、角のうどんを「かろのうどん」と呼ぶように。そこで思いついたのが、ちろりに饅頭のあんをつなげてちろりあん「チロリアン」。これがチロリアンというネーミングが生まれた嘘みたい



店舗外観

な本当の話です。母つゆと二人の息子が知恵を出し合って生まれたお菓子なのです。もし、千鳥屋が福岡市に進出しなければチロリアンの誕生は無かったでしょうし、チロリアンというネーミングでなかったら現在のよう

に、オーストリア・チロル州と千鳥屋のご縁をつないでくれたお菓子になるのは、当時はまだ誰も知る由もなく、この先の物語はまた次号にて。福岡県菓子工業組合理事・原田浩司（千鳥饅頭総本舗）

全菓連青年部中四国ブロック長・三宅弘祐

全菓連青年部では、岡本伸治氏(全菓連青年部前部長、(有)夢菓子工房ことよ代表取締役社長)を講師に迎え「和菓子を世界に伝える」海外での実演・講師経験から見たこと」の経営勉強会を行いました。

先月号より続く。

古田 フィリピンにはどういう集まりで行ったのですか。

岡本 2つあり、1つはセブ島です。これは近畿ブロックがブロック単位で海外に展開していま

す。ワークショップや実演をして、日本のお菓子の紹介をしていました。もう1つは、フィリピンのダバオに、第11期の青年部部長である松田さんからお誘いいただき一緒に

で行きました。古田 青年部のメンバーを中心に、海外で経験されることは大きいですが、

岡本 やはり単独では続かないですね。行って楽しかったくらいなら、問題ないですが、海外事業は相手との信頼関係が大事になるので、リスクを回避しようと思えばブロック単位で行くことが良いと思います。



韓国

古田 皆さん海外でお菓子を作ったり、販売したりワークショップをしたと思うのでしょけれど、店を空けられるかがありますよね。どうやって

社員に任せられる経営体質

古田 皆さん海外でお菓子を作ったり、販売したりワークショップをしたと思うのでしょけれど、店を空けられるかがありますよね。どうやって

重県です。三重県は5年前に、タイの工業省と一緒にフードインベシヨンをしました。この5周年のイベントで、工業大臣の前で作ってほしいという話でした。

古田 三重県が海外で企画をしようという時は、

古田 皆さん海外でお菓子を作ったり、販売したりワークショップをしたと思うのでしょけれど、店を空けられるかがありますよね。どうやって

社員に任せられる経営体質

古田 皆さん海外でお菓子を作ったり、販売したりワークショップをしたと思うのでしょけれど、店を空けられるかがありますよね。どうやって

重県です。三重県は5年前に、タイの工業省と一緒にフードインベシヨンをしました。この5周年のイベントで、工業大臣の前で作ってほしいという話でした。

古田 三重県が海外で企画をしようという時は、

和菓子を世界に伝える
~海外での実演・講師経験から見たこと~

その②

岡本伸治氏(全菓連青年部前部長、(有)夢菓子工房ことよ代表取締役社長) 聞き手 古田敦資氏(全菓連青年部中部ブロック長、有限会社虎屋)

古田 皆さん海外でお菓子を作ったり、販売したりワークショップをしたと思うのでしょけれど、店を空けられるかがありますよね。どうやって

社員に任せられる経営体質

古田 皆さん海外でお菓子を作ったり、販売したりワークショップをしたと思うのでしょけれど、店を空けられるかがありますよね。どうやって

重県です。三重県は5年前に、タイの工業省と一緒にフードインベシヨンをしました。この5周年のイベントで、工業大臣の前で作ってほしいという話でした。

古田 三重県が海外で企画をしようという時は、

古田 リニューアルすること夢ノートに書いてあったんですね。

社員に任せられる経営体質

古田 リニューアルすること夢ノートに書いてあったんですね。

重県です。三重県は5年前に、タイの工業省と一緒にフードインベシヨンをしました。この5周年のイベントで、工業大臣の前で作ってほしいという話でした。

古田 三重県が海外で企画をしようという時は、



タイ

古田 今でも出にくいですが、これだけ繰り返しているとおんなじあきらめていきます。

社員に任せられる経営体質

古田 今でも出にくいですが、これだけ繰り返しているとおんなじあきらめていきます。

重県です。三重県は5年前に、タイの工業省と一緒にフードインベシヨンをしました。この5周年のイベントで、工業大臣の前で作ってほしいという話でした。

古田 三重県が海外で企画をしようという時は、

古田 今でも出にくいですが、これだけ繰り返しているとおんなじあきらめていきます。

社員に任せられる経営体質

古田 今でも出にくいですが、これだけ繰り返しているとおんなじあきらめていきます。

重県です。三重県は5年前に、タイの工業省と一緒にフードインベシヨンをしました。この5周年のイベントで、工業大臣の前で作ってほしいという話でした。

古田 三重県が海外で企画をしようという時は、



フィリピン

古田 今でも出にくいですが、これだけ繰り返しているとおんなじあきらめていきます。

社員に任せられる経営体質

古田 今でも出にくいですが、これだけ繰り返しているとおんなじあきらめていきます。

重県です。三重県は5年前に、タイの工業省と一緒にフードインベシヨンをしました。この5周年のイベントで、工業大臣の前で作ってほしいという話でした。

古田 三重県が海外で企画をしようという時は、



台湾

古田 今でも出にくいですが、これだけ繰り返しているとおんなじあきらめていきます。

社員に任せられる経営体質

古田 今でも出にくいですが、これだけ繰り返しているとおんなじあきらめていきます。

重県です。三重県は5年前に、タイの工業省と一緒にフードインベシヨンをしました。この5周年のイベントで、工業大臣の前で作ってほしいという話でした。

古田 三重県が海外で企画をしようという時は、

全菓連では、全国組合幹部研修会で平岩理緒氏(スイーツジャーナリスト)を講師に迎え「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」をテーマに講演を行いました。

スイーツ×地域活性化の考え方

私はお菓子好きが高じて、スイーツジャーナリストの仕事をしている。歴史学を専攻し、マーケティングの会社に就職したが、趣味で食べ歩きして「幸せのケーキ共和国」というサイトを運営していた。それがきっかけで、『TVチャンピオン』という番組に出て優勝し、スイーツの仕事をしていただくようになった。20年以上この仕事をし、自治体や商工会議所などからスイーツでの地域活性化を相談されることが増えた。大きく分けると2つのターゲットを考える必要がある。まず地元の住民の方に受け入れてもらうこと。地元の方は、デイリーに利用すると共に、贈り物を含めて自分たちの手土産にするニーズがある。一方、他の地域から訪れた場合は、食べたり、お土産に買って帰ったり、最近では食体験もあり、その場で一緒に作ることもある。大事なのは、地元の生産

次の挑戦で北海道ならはの土産やお菓子を作りたいと酪農をされている。自社の放牧酪農した牛乳と平飼いの鶏の卵を使ったお菓子である。定番のものと3カ月くらいで入れ替わる季節限定フレーバー2種類を通販で回しているが、なかなか買えない。販売する曜日と開始時刻が決まられていて、ファンは待ち構えて買う。売り方が上手である。



クルミツ子

うヒット商品がある。鎌倉を中心とした神奈川県エリアに出ているが、東京の伊勢丹新宿店や東京大丸店(※2026年2月未閉店、3月4日に日本橋三越本店にオープン)にも支店があり、買うために毎朝、行列ができています。40年前に誕生

したお菓子だが、いろいろコラボしているところが多い。令和4年に出た鎌倉デザインは、この年の大河ドラマ『鎌倉殿の13人』で鎌倉の注目度が上がっていたことに合わせて、鎌倉をテーマにデザインされた。「ピエール・エルメ・パリ」という有名なフランス人パティシエのブランドがあるが、代表商品である「イスパハン」とコラボした商品も2024年に出て、ヒットした。また、「ジェイアール名古屋タカシマヤ」では、毎年1

月に開催されている「アムールデュショコラ」というバレンタインのイベントがある。2024年に41億円、2025年に49億円を売上げた桁違いの催事だが、鎌倉を盛り上げる「CALVA」とのコラボ限定で、「栗きんとんショコラクルミツ子」を販売した。「CALVA」はフランス菓子店だが、北鎌倉にあるショコラトリーは、円覚寺の門前にあることから和風のチョコレート商品も販売している。その「栗

きんとんショコラ」をクルミツ子にした。これも大ヒットした。昨年は復刻版も出て、鎌倉でも発売された。ファンの方が名古屋まで行けなかったから鎌倉で買おうと押し寄せた。

静岡県富士市の「キャトルエビス」は、日本のブランドだが、フランスで毎年秋に開催される「サロンデュショコラパリ」に何度も出店している。静岡のブランドなので、静岡茶を使ったチョコレートに力を入れて

いる。ヨーロッパでは今、抹茶が人気で、お茶はコンテンツとして引き寄せられる魅力がある。タブレットと言われる板チョコレートには、玄米茶やほうじ茶、ゆずと合わせたお茶などバリエーションもある。新作のボンボンショコラは、静岡県の野菜を使ったチョコレートで、黄色い点々は県産のトウモロコシを使ったもの。ごぼうや春菊を使ったものもある。毎年出店を続けていると、ファンがつくようになり、こうした面白い取組にも興味

を持ってくれる。ヨーロッパでは「最中(もなか)」も注目されている。抹茶やマロンの最中もあり、値段は1個7ユーロだったがユーロを約180円で換算すると、日本での販売価格と比べて凄く値段だ。最中1個でその値段かと思うが、このイベントでは売れてしまう。

この店では焼津の鯉節を使ったクッキーなど、スタッフが自分のオリジナル菓子を販売できる棚を作っている。ブランドの中で、スタッフが考えたお菓子を販売することに驚くかもしれないが、オーナーは、ものを作る難しさや作る力を育てて欲しいという。今は若手の育成や、モチベーションをどう維持できるか悩んでいる経営者も多いが、このような事例もある。次号に続く。

最中(もなか)

その①
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

平岩 理緒氏(スイーツジャーナリスト)

還元できるというし、社員やアルバイトも含め、地元にも雇用を生み出して活性化させる。また、地元の子供たちにも夢を与えられる。将来、自分もこういうお菓子を作ってみよう。」「農家をしてみたい」などにつながるので、地域を活性化させられる。実際、地方に行くとも人口が流出し、シャッター商店街になっていたり、農家が高齢化して耕作放棄地が増えたり、いろいろな問題が生じている。また、顧客も高齢化して若いお客さんが減り、このままだと先細りとい

う危機感を持っている方が多い。ただ、いい兆しもある。例えばコロナ禍で地方への移住が目立って、補助金も含め、Uターン、Iターンを支援する自治体の動きがある。就農や起業を支援する制度も出てくる。ふるさと納税も注目されており、今後の1つのキーワードだと思っし、お取り寄せも広がっている。

地方発の注目ブランド

〇札幌市 「SNOWS」は北海道の牛乳を使っており、冬しか販売しない。牛乳は1年中同じではなくて、冬と夏では食べている餌が違う。冬は脂肪分が高くなり、濃い味になる。その牛乳を使って作った、特別な限定のブランドだ。消費者の購買意欲の高まるクリスマスやバレンタイン、ホワイトデーに合わせて出てく

るため、注目されている。「スノーサンド」はカリッと焼き上げたラングドシャに、チョコレートのガナッシュが入っており、ホワイトとブラックの2種類ある。「スノーボール」は要冷蔵で、配送は冷凍になっている。こうした生菓子仕様のものがある一方で、常温のギフト品があることも重要だ。「スノーチップス」はポテトチップスにチョコ

コがけしたように見えるが、実はチョコレートと小麦粉を練ったものを薄くスライスし、チップス状に揚げ焼きし、チョコレートのスプレーを吹き付けている。チョコレート感も結構ある。この冬

は「どんとんばらばら」が新商品で、パイ生地とクッキー生地を交互に重ね、中に「スノーサンド」の生地を砕いたものが散りばめられている。食べると森を歩いている音がきくと折れるような音がする。

このオノマトペの音の表現によるネーミングも楽しい。北海道の美味しい乳製品を使っているとうたう商品は山ほどあるが、その中で牛乳に季節感があることを提案し、差別化している。同じグループの「札幌千秋庵」では「生ノースマン」がヒットした。もともとノースマンというパイ饅頭が看板商品だったが、2022年に北海道コンフェクトグループになり、北海道産生クリームを入れた。ちょっとクッキー生地を交互に重ねたことで、今まで買わなかった若い人たちに目を付けられた。パッケージもリニューアルして、新しい挑戦で始められたそう。チーズタルトの「ベイク」は、ブランドとしては他に売却されたが、



生ノースマン

〇北海道

北海道コンフェクトグループには、「チーズワンド」のようなブランドがある。このブランドはリアル店舗がなく、オンライン、または催事に出るくらいだ。「ユートピアアグリカルチャー」という別会社が作られていて、お菓子を作って販売するだけでなく、自社の放牧酪農をしている。新しい挑戦で始められたそう。チーズタルトの「ベイク」は、ブランドとしては他に売却されたが、

全菓連では、全菓連研修会で野崎洋光氏(和食料理人)を講師に迎え「いま見直したい和食の真髄と和菓子の魅力とは」をテーマに講演を行いました。

先月号より続く。
 尾関会長がローストビーフを選んできています。

野崎 今、和食の中に低温調理がすごく入ってきていて、実は和食は低温調理なんです。茶わん蒸しは80度、温泉卵は65度でやるのか、だし巻き卵に完全に火が入ったら伊達巻きのようになってしましますから半熟のうちにも重なることによって食感がやわらかいんです。それはほとんど日本にあったけれど気がつかない。

和菓子も器とのコラボをうまくされたらいいと思います。要するに日本を学ぼうというテーマができると思います。ミルフィーユという重なるお菓子がありませんが、和食でいうと「博多」といいます。博多帯は重ね織です。市松や、なるなど、和食を遊ぼうという子供に教えていく。女性なら、ルイヴィトンやシャネルがありますが、あれは家紋ですから。ヤマサやキッコーマンと一



里芋の煮っころがし

僕は修業時代に時間がなかったんです。人の倍の時間を働かなければいけない。僕は途中で1つだけ考えたことがあります。毎日辞めたいと思っっていました。倍覚えようと意識を交えました。1日3個覚えようと思っ

ました。どうして3個かという1年間1000個覚えられるからです。それも忘れていくから書かないと駄目です。常に書きまします。昨日、僕はあるところで御飯を食べながらふと思いました。アツを酢締

めにしたときに寿司屋さんはツメを塗ってきまします。これよりも締めたアツの上にとろろと醤油の味をつけたトマトのゼリーをのせたほうが絶対に美味しいと考えました。ツメと同じことを違うスタイルでやろうと。

和菓子もそうです。今までの手法はこうだけれど、様式が正座からテーブルになっていきます。茶わんの形態もそうです。和食は手で持って食べる文化だから、この所作や形であればもっともっとな強めることができます。若い人がこれから

担い手になっていくときに、自分たちにはない発想を引き出すべきだと思っます。そのかわりコミュニケーションとしまたりを教えないといけません。ただ、和服からズボンを着るようになってい

ももっと根本にあるのは何なのだろうか。陰陽五行説に花鳥風月という言葉があります。どの地方にもあります。京都は真っ黒い醤油の文化だと御存じですか。芋棒やニシンは真っ黒い醤油です。会津、飛騨高山と一緒の料理です。いち早く時代のビジネスに転化したんです。それでクオリティの高いものをつくってきたから残ってきたんです。ただし、そこはお客様が理解してくれたからです。だから、これから皆さんたちが大事なのは、お客さんをどう教育する

いま見直したい和食の真髄と和菓子の魅力とは

その④

野崎洋光氏(和食料理人)
 尾関武男氏(ANZEN・PAX 取締役会長)
 尾関勇氏(ANZEN・PAX 代表取締役・司会)

いてあるのは、献上品のごです。皆さんのお菓子もそうやって使えば献上品という感じになります。司会 尾関会長は里芋の煮っころがしの写真も選んでいます。野崎 実は一番難しいんです。薄味で炊く。京都の人たちはうまみとよくおっしやいます。うまみではなく「たんみ」です。甘い味です。西洋料理や中

華料理のほうがうまみは絶対に強いんです。日本は淡い味です。里芋は生理食塩水で炊きます。0.8%前後の塩分濃度です。皆さんは里芋を真っ黒に炊きませんか。これも時代で、もともとは御飯のおかずを希釈する料理です。お弁当や折詰のときに汁気がなかったら、どうやって食べるかというと、汁気があると



ローストビーフ

お吸い物で里芋が食べられます。これがいいから、皆さんが幕の内弁当を食べるときにお刺身、焼き物、揚げ物、卵焼き、和え物があるでしょう。そのときの御飯が季節の炊き込み御飯だったりしますが、あれは白い御飯じやなければいけないの御存じですか。でも、誰も白い御飯だと買わないんです。おかずは白い御飯と希釈する文化です。お刺身をチャーハンで食べて美味しいですか、ということですか。

と、お菓子だけを食べるんだからということですか。お茶やコーヒーと一緒にはお菓子だけを食べるんだからということですか。お茶やコーヒーと一緒に食



「分とく山」野崎洋光がおくる
 極めつきの「美味しい」方程式「H₂O」

かです。若い子が独立するとき何人動かせるか聞きまします。板前は50人動かせるんです。それでは商売になりません。僕は200人といえます。1日10人来て、食事に来るとき1人ではなく2人で来ますから、ひとつき400〜500人動かすことになりまします。そうしないとビジネスになりません。このときにもっと大事なこと、どうしてその人数を動かさなければいけないかということ、お客さんが来なければお金をいただけません。どうすればいいか。納入業者さんや、知り合いのおぼさんには朝早くから元気に挨拶をしなさい。謙虚さで物事を教わっていったら、あなたが店をやったら必ず行ってあげるからねと言ってくれます。それは職人だからといって裏で何をしてもいいのではないんです。僕らがいるときは1000人以上集めないと利益が生まれない時代です。和食は僕らの時代に「よかつたら」と頭を下げるんですが、フレンチの方は胸を張ってお客さんと平気で握手をします。うまいものつくりますから来てくださいよと。フランス

駄目なんです。今日のテーマとして職場環境ということがありますが、僕は働かせていいと思います。君たち、大谷君にならないかと言えはいいんです。和菓子はこれから全世界を席巻できますよ。例えば2013年に和食が文化遺産になったときに起きたこととは、シューマイ、餃子、カレー、ラーメンは和食です。グローバル化しています。だからといって、外国のカレーとは違いますが、外国の餃子とは違いますが。日本特有の中でのをとりえています。時代はその時々流行があります。そこから、そこにどういう原点を持っていけるか。

第26回全菓連青年部・第70回菓業青年会九州ブロック長崎大会では、梶山浩司氏（東京製菓学校校長）を講師に迎え「教育指導における産業、職業、地域との連携などの現場を学習させるための工夫」をテーマに講演を行いました。

私は長崎県・佐世保市で和菓子屋の次男として生まれ、当然の事ながらお菓子は身近にあり、常に製造現場を歩き来して育ちました。当時は当たり前前の事でしたが小さい時から簡単な手伝いをし



梶山浩司氏

師となりました。元々、教師という職業にはあまり興味がなかったのですが、学校の生徒を指導する他に地方の講師として出かけることもあり、その折にお菓子の創作は基礎知識と基本技術が大前提であることを再認識して、教育の大事さを痛感し、現在40年余りが経過しています。現在は学校長として勤務し、教室で指導する機会が少なくなりましたが今も機会があるごとに特別授業と教壇に立つこともあります。傍ら日本菓子協会・東和会会長、全国菓子研究団体連合会の会長を仰せつかり和菓子協会を担う若手技術者の育成・和菓子の普

す。日本語を学び、日本人と仲良く技術の習得を目指す姿は素晴らしい光景です。卒業後は希望する学生のすべてが実社会で活躍する事になります。就職率は毎年100%を維持しています。

人手不足が深刻な問題の一つとなつていますが、お菓子・パンの業界で夢

お菓子の値段を上げる努力を

日本はお菓子が安すぎないでしょうか。今日は、早めに着いたので駅中のお菓子屋さんを見学しましたが、価格転嫁が図られていると感じるお店はあります。都会だから高く売れるという概念も、そろそろ払拭していかなくてはならない問題ではないかと思えます。事実、原材料価格は少なくとも

2〜3割は高くなっており、原料価格は都会も地方もほぼ同じで、むしろ地方は高い原料を使っている事もあると考えます。地方だから、田舎だからという理屈は元々おかしい事に気付いて、改革していかなくては、お店の存続自体が難しくなっていくと思えます。今は何とか原料高騰を吸収出来ていても、元々経営者が吸収する問題で

を掛ける構造改革が、早急に求められているように感じます。

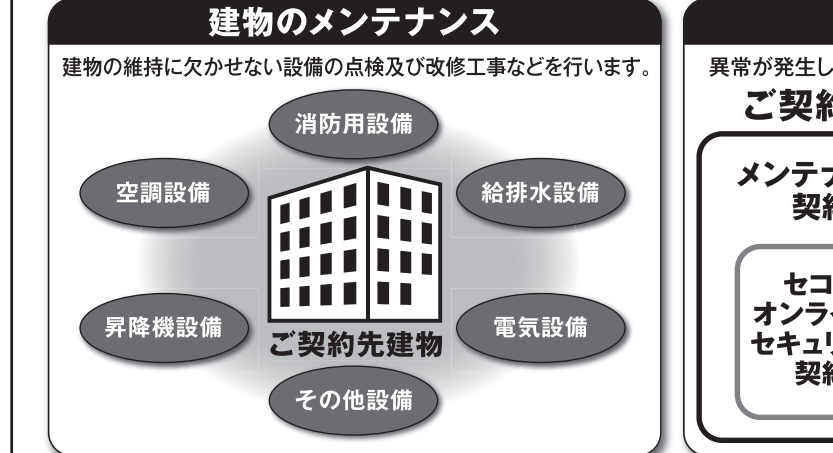
はなないように感じます。原材料価格はそのうち元に戻ると考えるのは、非常に危険で、おそらく暫くは戻らず、むしろこの価格が普通になっていくと考えます。出来るだけ早く価格転嫁し、しっかりと利益を取り、従業員の待遇を改善していくことが必須ではないかと思

います。事実、日本の専門学校の学生数は減少しており、入学対象の18歳人口が減少しているからというだけでは、解決できる問題ではありません。今、菓子業界に就くとしても、菓子業界において様々な問

題があると思えますが、まずは経営者が覚悟を持ち、しっかりと価格を見直し自社で働く方々の労働環境を整えていくことが、何より大事な事ではないかと感じる次第です。

製菓・製パンに従事するプロフェッショナルな育成方法

東京製菓学校は和菓子、洋菓子、パンを専門教育する学校として、入学時に選択した学科を2年間集中して学びます。もちろん将来必要な学科（製菓衛生師学科・原材料・機械・経営・会計等の学科はしっかりと学び、卒業時には食品衛生責任者の資格を持って卒業します。



その① 教育指導における産業、職業、地域との連携などの現場を学習させるための工夫

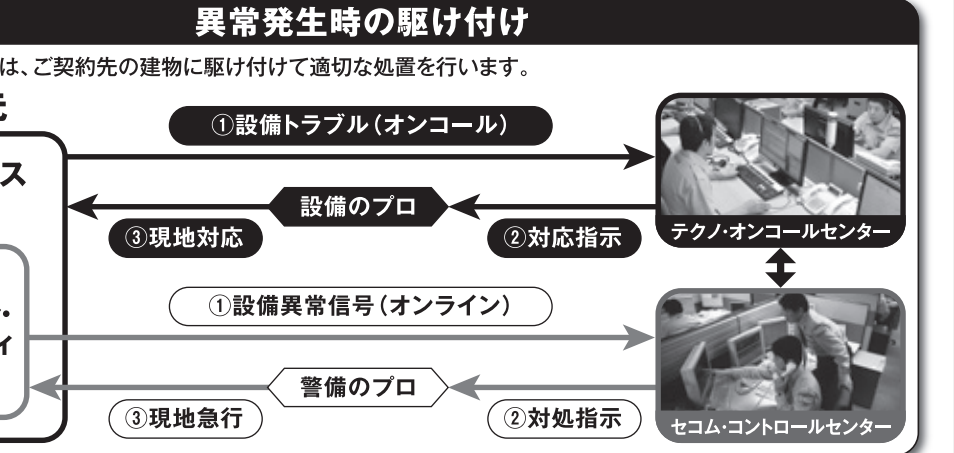
梶山 浩司氏（東京製菓学校校長）

さて、本題に入りたいのですが、最初に東京製菓学校について少し触れさせていただきます。現在創立72年を迎える学校ですが、お菓子に特化した専門学校としては日本では1・2位の歴史を持つ学校で、2年間、和菓子、洋菓子、パンそれぞれの専門教育をする学校であります。また実習が全授業時間の85%余りを占めており、2年間で学ぶお菓子の種類は和菓子科（580品目）・洋菓子科（600品目）・パン科（620品目）に及び、技術を学ぶ事に特化した教育方針でお菓子・パン業界に直結した学校です。当校の教育理念は「菓

子は人なり」です。これは本校創立者である山本剛一氏が掲げたものですが、高い技術を持つていても人間的な成長が未熟であれば、全く意味のないものになります。高い技術の習得を志し、技術に磨きをかけることは勿論、自らも人間性を高めることが人々に喜びを与える菓子作りに繋がると考えています。

以来72年目を迎えるに至っていますが、高い技術の習得の為に2年間で500種類を超えるお菓子・パンの授業を行っています。作るお菓子・パンも毎日大量になります。が、たくさん作ることで技術は培われると考えています。

当初は日本人の学生（お菓子やパン屋さんのご子息・ご息女）が中心でありましたが、現在は海外からの留学生も沢山学校へと推移してきました。



和菓子講習

【基礎編】

日本菓子専門学校 菅野 泉氏

いちご大福

約40個

【生地】

- 羽二重粉……………400g
- 水……………約600g
- グラニュー糖……………400g
- トレハ……………80g
- 卵白……………40g

【中餡 小豆(し)並餡】

- 小豆(し)生餡……………500g
- グラニュー糖……………300g
- 水……………300g
- ※生地……………30g
- 中餡……………30g
- (苺(し)サイソー粒込み)

【生地工程】

- 1 羽二重粉に水を加えてよく混ぜる。
- 2 濡れ布巾を敷き込んだ蒸し枠をセイロに置いて、①を流し込む。
- 3 強めの蒸気で約20分蒸す。
- 4 蒸れあがった餅をサワリに移し、なめらかな状態になるまで地練りをする。
- 5 グラニュー糖とトレハを数回に分けて加え、そ



いちご大福

- 6 熱がすっかり入ったの都度熱を入れる。
- 7 練り上がったら片栗粉の上にあけて軽く粗熱を抜く。
- 8 30gに種切りし、苺のさらし練る。

※苺は中に包まず、後から上にのせてもよい。

【小豆(し)並餡工程】

- 1、サワリに水、グラニュー糖を入れて加熱沸騰させる。
- 2、小豆(し)生餡を加えて焦がさないようにヘラを入れながら、なるべく強火で練る。
- 3、しっかりと丸められるくらいの硬さに練り上げたら、取板などに小さく取って冷ます。

◆同割求肥に卵白を加えることにより、生地に白さを出す。

※卵白を泡立てる時にグラニュー糖の一部(30g位)を加えると気泡が潰れにくい。

馬群 和菓子の伝統と新しい風

◆羽二重粉の代わりに白玉粉、餅粉でもよい。羽二重粉はやわらかくて滑らかな舌触りの餅生地になる。白玉粉を使用した場合は弾力のある餅生地、餅粉を使用した場合は米の風味を感じやすい餅生地になる。

◆苺は傷みやすいので洗わずに使用する。ヘタはナイフなどで切り取る

◆羽二重粉の代わりに白玉粉、餅粉でもよい。羽二重粉はやわらかくて滑らかな舌触りの餅生地になる。白玉粉を使用した場合は弾力のある餅生地、餅粉を使用した場合は米の風味を感じやすい餅生地になる。

◆苺は傷みやすいので洗わずに使用する。ヘタはナイフなどで切り取る

ることができました。和菓子の魂ともいえる「あんこ」に個性をさらす水戸屋という個性をさらすに出していくことができないのではないかと考えています。あずきの産地にこだわりの、製餡過程での細かい調整をすることで、それぞれの菓子に合わせた配合したあんこを作っています。

また、和菓子を作る際に使用する小麦粉や卵などは群馬県産のものを使用しています。地産地消を意識して、和菓子で地域を元気にできたらいいなと思います。

新しい取り組みとして、群馬県内の学生さん

とコラボをしました。若年層の和スイーツに対する考え方を知るきっかけになり、消費者目線の率直な感想や斬新なアイデアは、新商品開発にとっても参考になりました。

これまでの伝統を守りつつ、新しい和菓子の開発に取り組むことで、お客様にもフレッシュな印象を持っていただけるのではないかと考えています。

夏季に大人気のくずぱーや、群馬県初のフルーツパフェ大福、家族や友人と盛り上がるBBQ串だんごなど、和菓子と新しい要素を組み合わせたお菓子作りにも力を入れていきます。今までのように、節目節目に和菓子を買っていただけるお客様だけでなく、あまり和菓子に触れてこなかった方の選択肢の一つになれば嬉しいですね。

今後はターゲット層を広げ、老若男女問わず楽しんでいただけるよう、様々なシーンに寄り添う和菓子を作りたいと思います。



北海道産小豆100%「くずぱー」

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



かわいいをコンセプトにした生菓子

群馬県菓子工業組合・飯塚雄咲(有限会社水戸屋本店)