

菓業食品新聞

The Journal of confectionery



URL: http://okashi.info e-mail: okashi@nespe.com

発行所 〒553-0003 大阪市福島区福島1-2-12-605
TEL 06(6458)2045 FAX06(6458)6520

株式会社 菓業食品新聞社

支社・京都

発行人 狩野 智子 一ヵ年 8,400円

バラエティ豊かなラインナップ

チョコエッグ

本物のおいしさ

セコイヤチョコレート

フルタ製菓株式会社

〒544-0023 大阪市生野区林寺6-7-22

全国縦断お土産まつり

全菓連などで構成する菓子類販売促進コンソーシアム
土産物菓子事業者を支援

三越恵比寿で42日間開催



3カ所に分かれた催事会場

全国縦断お土産まつり 成した菓子類販売促進コンソーシアムが11月11日(水)〜12月22日(火)までの42日間、農林水産省の菓子類販売促進緊急対策事業の補助を受けて実施した。お土産が一度に購入できることが出来るし、時

ばれるイベントが開催できなかった。HPへ掲載をした味期限など管理面の問題商品が、当初から人気があるもの、冷蔵商品であったが、掲載商品についても新鮮味が出て、来て購入したいという顧客の要望にも応えていくことになった。

支援しようとして全菓連菓子工業組、食品フロアの離れたあり、毎週、商品の入替道、3位「妖怪きびだ合連合会、全3カ所で開催。そのため、は大幅に行い、飽きに対する「山方永寿堂(岡山)国和菓子協連動するのが困難なこととしての対策は打ったが、4位「うなぎパイ」春華会、(一社)が当初から予想されていた。全体的には前半の方が賑わいが高かった。陣太鼓「お菓子の香梅(熊日本洋菓子協たが、地域を3分割してわいは高かった。振り返りとしては、賞本。HPへ掲載をした味期限など管理面の問題商品が、当初から人気があるもの、冷蔵商品であったが、掲載商品についても新鮮味が出て、来て購入したいという顧客の要望にも応えていくことになった。

商工連、近菓卸、大菓工、菓子会館

恒例の菓祖神祭斎行

コロナ収束、業界繁栄を祈願

大阪府菓子商工協同組合連合会、近畿菓子卸商復を共に祈願したい」と業組合、大阪府菓子工業挨拶し神事に進んだ。体組合、(株)大阪菓子会館合感温度が氷点下という寒同主催による恒例の菓祖さの中、修祓、献饌、祝神祭は、1月8日(金)詞奉上、玉串奉奠、撤饌午前10時より大阪西區まで厳肅裡に執り行われ



恒例の神事

の大阪菓子会館橋本神社。玉串奉奠では大菓工社殿前において15人出席より代表で井上源造副理事長の下、橋本神社前山和範理事長、大菓工太会館より宮司により斎行、丑年の代表で古田鶴彦氏、近菓業界繁栄を祈願した。卸商組より上村繁典理事司会の大菓工・中野幹長、続いて大阪府生菓子副理事長が「昨年は、新型コロナで常識を覆される年だった。緊急事態宣言の発令など、たいへんな年明けとなったが、こんな時こそ神の力に頼りな時こそ神の力に頼りたい。疫病退散、景気回復を共に祈願したい」と業組合、大阪府菓子工業挨拶し神事に進んだ。体組合、(株)大阪菓子会館合感温度が氷点下という寒同主催による恒例の菓祖さの中、修祓、献饌、祝神祭は、1月8日(金)詞奉上、玉串奉奠、撤饌午前10時より大阪西區まで厳肅裡に執り行われ

の代表者らが行った。支援を賜りたい。コロナ直会では、大菓工・井が鎮まり発展されること上副理事長が挨拶で参集を願う」と述べた。近菓への謝辞を述べ、前山宮卸商組・上村理事長が乾杯挨拶で「初めて参加し命が亡くなって1955年を辛丑。辛は辛いと0年の祭りを予定していたが、新型コロナウイルスの影響という意味だが、ワクチンで延期となり、今年10月の開催も進み今年終わりに予定しているの参集にはよくなると思いただきたい。また、社じたい。神事は大殿修復に向け5月より本変な寒さだった殿の屋根の葺き替え工事清々しい気持ちに控えており、皆様のごなつた」と述べた。

新年特集号

- 3面 イオン、吉田社長会見
- 3面 日本製パン、新春講演会
- 7面 京都で全国お土産まつり

きたことは本当に良かった(広報談)としている。

この催しはYahoo! Japanブランドパネル、新聞半5段広告(朝日・読売・日経・産経)、交通広告(銀座線・日比谷線中吊り、首都圏JR全線窓上ポスター)で告知。売上げ上位の菓子は1位「軽井沢マドレーヌ チーズバーガー」ペリー(長野)、2位「北海道ミルックッキー 札幌農学校」きのとや製菓(北海道)、3位「妖怪きびだ合連合会、全3カ所で開催。そのため、は大幅に行い、飽きに対する「山方永寿堂(岡山)国和菓子協連動するのが困難なこととしての対策は打ったが、4位「うなぎパイ」春華会、(一社)が当初から予想されていた。全体的には前半の方が賑わいが高かった。陣太鼓「お菓子の香梅(熊日本洋菓子協たが、地域を3分割してわいは高かった。振り返りとしては、賞本。HPへ掲載をした味期限など管理面の問題商品が、当初から人気があるもの、冷蔵商品であったが、掲載商品についても新鮮味が出て、来て購入したいという顧客の要望にも応えていくことになった。

ブルボン



息を抜かなきゃ、呼吸はできない。

青を味方に。

AITORI
Ailfort
×
ブルーピリオド



©山口つばさ/講談社
※画像はイメージです。