



# CALIFORNIA RAISIN REPORT

## カリフォルニアレーズンレポート

### 2006 No.48

#### 45周年特集号



カリフォルニア・レーズン協会

#### CONTENTS

- カリフォルニア・レーズン協会駐日事務所開設45周年に寄せて。……………1P
- <カリフォルニア・レーズンの45年>  
より豊かで健康な生活をお届けするために! ……………2~3P
- コンテスト入賞作品が店頭に登場。/協会からのお知らせコーナー……………4P

## カリフォルニア・レーズン協会 駐日事務所開設45周年に寄せて。



カリフォルニア・レーズン協会

会長 **クリス ガンランド**  
Chris Gunlund

カリフォルニア・レーズン協会の4,000の生産者、及び20の加工業者を代表いたしまして、45年間という長きにわたり、輸入業者の方々をはじめとし、加工業者、そして消費者の方々に至るまで、日本の皆様がかリフォルニア・レーズン業界を支えてくださったことに、深く感謝いたします。また、カリフォルニア・レーズンが、このように皆様にご愛顧いただいていることを大変うれしく思います。

日本の皆様により安全でおいしいカリフォルニア・レーズンを提供するため、私どもは、いち早く日本の食品衛生法の改定に伴う残留農薬検査を行い、自信を持って皆様安心してお使いいただけるよう、情報提供を行ってまいりました。

今後とも皆様から信頼される業界として、最善の努力を続けてまいります。また、皆様とともに、日本事務所開設45周年を迎える事ができましたことを大変喜ばしく思います。これからも、多くの製品にカリフォルニア・レーズンを使っていたりするために、販売支援活動を積極的に行ってまいりますので、今後ともカリフォルニア・レーズンをよろしく願い申し上げます。



社団法人 日本パン工業会

会長 **飯島 延浩 氏**

カリフォルニア・レーズン協会が駐日事務所を開設して45周年を迎えられましたことは誠に慶ばしく、お祝い申し上げます。

カリフォルニアの明るい太陽のもとで育ち、自然乾燥で生産されるカリフォルニア・レーズンには太陽の恵みがいっぱい詰まっています。日本の消費者はこの良さをしっかりと

り知っており、カリフォルニア・レーズンを使用したパンは消費者に大変喜んで受け入れられています。

貴協会は厳しい品質管理により日本のレーズン輸入量の9割弱を占めている高品質なレーズンを安定的に供給され、また、レーズンを使用したパン製品コンテスト等を通じて製パン業界の技術向上、製品開発等にも積極的に取り組まれておられます。今後とも日本の消費者のため、私ども製パン業者のため高品質のレーズンを安定的に供給して下さるようお願い申し上げます。



日本乾果物輸入協会

会長 **加藤 恵一 氏**

カリフォルニア・レーズン協会駐日事務所開設45周年おめでとうございます。日本乾果物輸入協会会長としてご挨拶させていただきます。

当協会会員の取扱品目の中でもカリフォルニア・レーズンは重要な商品と位置付けられております。レーズンはパン・製菓原料、スナックとして欠かせないものですが、長年にわたり品質、価格、供給量ともに安定しており、今後更なる需要喚起に向けてカリフォルニア・レーズン協会の販促活動に期待しております。

最近の消費者の健康志向に伴い乾果物に注目が集まっておりますが、その中でも自然の恵みを受けて育ったカリフォルニア・レーズンは様々な栄養を含んだ食品であり、益々の販売拡大に向けて当協会会員とともに努力していく所存でございます。

# 〈特集〉カリフォルニア・レーズンの45年 より豊かで健康な食生活

## 日本市場へのデビュー

カリフォルニア・レーズン協会は1949年、米国におけるレーズン生産量や品質の管理などを目的に連邦政府の支援のもと、メンバー企業14社により設立されました。日本では戦後まもなく、飢えから解放されつつあった消費者ニーズに応えるため、レーズンへの期待が高まり、1956年からカリフォルニア・レーズンの輸入が始まりました。

戦後日本人の困窮した食生活を改善するため、米国から小麦が入るようになり、同時にアメリカから派遣された講師のレーズンパン作りの技術指導の結果、多くのレーズンパンが市場に出るようになりました。その結果、日本においてはレーズンの約70%がベーカリー業界で消費されるという世界でも例のない「レーズンパン大国」になっています。1962年、米国協会幹部が初めて日本を訪問し、日本乾果物輸入協会をはじめとする業界関係者と長期的視野に立った話し合いを行い、これ以降カリフォルニア・レーズンの対日輸出は輸入量、シェアともに順調に拡大しました。

## 輸入量、シェアともに飛躍的に拡大

1972年、初めて日本からの視察団が現地を訪問し、日本の食品産業界と協会との関係は一層強まりました。そして、日本の経済成長を背景としながら本格的なPR活動に取り組み、対日輸出は大きな飛躍を遂げました。

1992年には、ラリー D. ブラッグ氏（現、米国本部・シニアバイスプレジデント）が駐日代表に就任し、日本人スタッフとともに積極的に多くの関連団体や業界との関係を築き、その協力



今では毎年コンテスト受賞者を現地研修旅行にご招待

のもと啓発活動を推進し、数量、シェアを伸ばしました。2005年10月からは、現在のジェフリー N. マクニール駐日代表のもと、新たな時代の要請に応えるプロモーション活動を全力で推進しています。

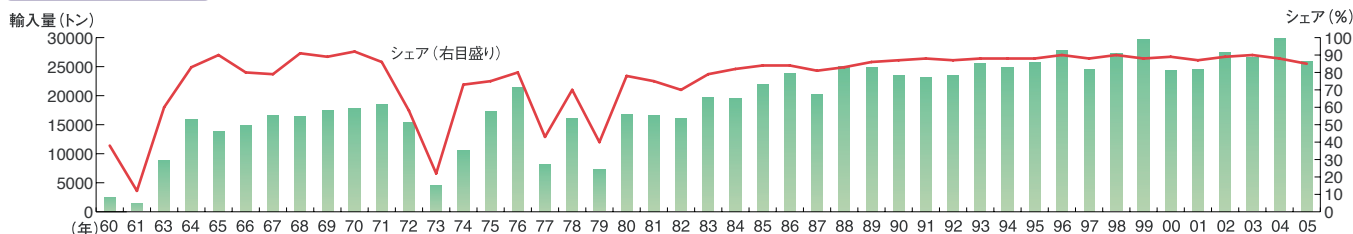
## パンとカリフォルニア・レーズン

戦後のパン業界とカリフォルニア・レーズンとの関係は輸入割当制度の中で、業界が政府に働きかけて輸入枠を獲得して輸入したカリフォルニア・レーズンを、各県のパン組合へ供給したことから始まりました。いわゆる「ぶどうパン」が学校給食にも取り入れられ、戦後の子供たちの旺盛な食欲を満たしました。

1960年以降、前段でも紹介したパンの講習会を一つのきっかけとして、米国式の本格的なレーズンパンが普及し始め、60年代後半に入る頃にはバラエティブレッドが広まりスイートロールやデニッシュとともに一層普及しました。70年代半ばには従来の食パンから味と香りにプラスアルファしたリッチなパンが主流となり、その材料としてカリフォルニア・レーズンの用途も広がりました。80年代後半に入ると、日本人の食傾向はヘルシーへと向かい、パンとしてはファイバー

ブレッドやドライフルーツ素材のパンが見直され、ヘルシー食材としてのカリフォルニア・レーズンにも大きな注目が集まりました。90年代にはレーズンの酵母を利用したレーズン天然酵母パンが多く見られるようになり、レーズンパンが消費者の間でブームとなり今も続いています。

## 輸入量、シェアの推移 財務省貿易統計より（62年は不明）



## 特別寄稿 「戦後の混乱期から、カリフォルニアに吹く風まで…」

### カリフォルニア・レーズンに感謝

共立食品株式会社 代表取締役社長 津村 周造 氏



レーズンと自社の歩み、カリフォルニアの思い出を語る津村社長

私どもの会社にとって最も縁の深い商品を一品挙げるとすればそれはカリフォルニア・レーズンであろう。

戦後の混乱期、上野アメ横周辺には小さな輸入品問屋がたくさん存在していました。そこではバンホーテンココアやハーシーのチョコレートと並び30ポンドのレーズンも貴重な甘味源として取引されていました。当時は全国から多くの同業者が胴巻に現金を忍ばせ買いに来たと聞いています。その後時代も変わり、この中からいくつかの会社が輸入食品商社として、また、総合食材商社として大成し流通産業の中核をなしています。

私どもの会社はこういった原材料卸より決別し、主に一般の消費者を対象にした小袋詰めに転進しました。昭和45年当時300g入りカリフォ

ルニア・レーズンを小売り価格150円くらいで販売していました。

当時はまだ甘味不足の世の中で、主にお菓子問屋さんが販売し、子供のお菓子として人気を博していました。今ある会社の原型はこのレーズンの袋詰めからスタートしました。その後レーズンの用途も広がり、最近では、家庭でもパンやケーキの材料として、また、サラダや料理の食材としての地位を確保しているように思います。

約40年前、初めての海外視察としてカリフォルニアを訪れた時、サンフランシスコのきれいな町並みに感動し、そしてフレスノにおいて地平線のかなたまで続くぶどう畑におどろき、こんなにうまいものがあるだろうかと思ったハンバーガーの味を忘れることはありません。レーズンを見るとき、私の心の中にはいつもさわやかなカリフォルニアの風が吹きます。

レーズンに感謝です。そしてカリフォルニア・レーズン産業のますますのご発展を祈っています。



## リパッカー企業

昨年、5月1日のカリフォルニア・レーズンデー制定を記念して「レーズンと私」と題したエッセイを全国から募集しました。多くの応募作品で取り上げられていたのは、戦後のまだ甘いものに飢えていた時代、親から子への心づくしのおやつとして、また、身近な人から健康を願う気持ちとともに与えられた、カリフォルニア・レーズンの思い出でした。そのような物語の多くはリパッカー企業と呼ばれる小袋詰め企業によりカリフォルニア・レーズンが街角の様々な店頭に並べられたことにより実現しました。



レーズンデー制定記念エッセイコンテスト、入賞者記念撮影

## ヒット商品

カリフォルニア・レーズンは製菓業界においても、大きな役割を担ってきました。その中でも1971年に発売された「レーズンサンド」(株式会社ブルボン)と1972年に発売された「オールレーズン」(株式会社東ハト)は、30年以上愛され続ける息の長いヒット商品です。「オールレーズン」はピーク時にはレーズンを月間約350トンも使用するほどで、「自然の素材をいかした製品」は、今でも多くのファンに支持されています。

最近では、乳製品の需要が急速に拡大し、その分野でもヒット商品の開発にカリフォルニア・レーズンは様々に活かされています。

## 様々なプロモーション・PR活動

これまで協会では、各業界からのご協力、ご支援により新製品開発コンテスト、セミナー、消費者向けキャンペーン、タイアップイベント、展示会への出展など販促活動に取り組んできました。

1992年には「第1回カリフォルニア・レーズン新製品開発コンテスト」を開催。ベーカリー部門と洋菓子部門に全国から180名の応募者を集め、入賞者をプレズノ研修旅行に招待したベーカリーコンテストも、今年で15回を迎えました。

「カリフォルニア・レーズン菓子新製品開発コンテスト」は、「第1回カリフォルニア・レーズン新製品開発コンテスト」の洋菓子部門としてスタート。2005年の第11回大会では、生洋菓子部門、ギフト菓子部門、和菓子部門の3部門に111作品が参加。幅広い菓子の分野でレーズン粒からレーズンペースト、レーズン果汁まで、新たな使い方をご提案しました。



「第1回カリフォルニア・レーズン新製品開発コンテスト」審査風景

料理の分野では、2000年にスタートした「カリフォルニア・レーズン料理&デザートコンテスト」が、洋食、中華、和食の各分野にカリフォルニア・レーズンを多彩に活かしたレシピとアイデアを供給し続けるとともに、「2006年カリフォルニア・レーズンメニューアイデアコンテスト」では、日々の食生活に活かされるカリフォルニア・レーズンレシピの開発と提供を目指しました。

これらのコンテスト参加者の中からは食の各業界をリードする多くの人材を輩出しています。

## 新たな歴史をつくる

カリフォルニア・レーズン協会45年間の歩みは、日本の皆様にエネルギーを与え、その食文化を豊かにし、その健康を願い続けてきた歴史です。これからも、各業界とともに、消費者の健康応援フーズとして、新しいカリフォルニア・レーズンの歴史をつくり続けます。

(参考資料)『パン産業の歩み』パン産業の歩み刊行会、『パン科学会誌』(財)日本パン科学会、『The Fruits of Their Labors...』By Clyde E. Nef、弊紙バックナンバー他



コンテスト入賞以来、10年以上にわたり看板商品であり続ける<スター★ファイブ>の成功の秘訣をお聞きました。

## 売れる商品を生み育てた"和菓子創人"

1994年・第3回「新製品開発コンテスト」和菓子部門特別審査委員長 坂 昭彦 氏(さか昭・東京都目黒区)

私がレーズン協会のコンテストで賞をいただいたのは、私が和菓子の世界に飛び込んで5年目のことでした。それまで業界団体の品評会などに出品したことはありませんでしたが本格的なコンテストは初めてで、力試しと同時にせっかくの機会なので「売れる商品」を目指しました。その名も思い切って个性的に「Hi Five」(受賞後「スター★ファイブ」とし、どなたにも受け入れやすいカステラ生地地に白あんに練りこみ、レーズンはラム酒でもどしたものにシナモンの香りを加えました。

受賞後はすぐに店頭販売を開始、入賞記念メダルと盾を商品とともに店頭へ並び、受賞作品を前面に打ち出した消費者アプローチを積極的に行いました。自分で開発した商品ですから思い入れも強く、お客様の声に耳を傾けながら、味の面でも少しずつ改良を加えました。今では売り上げ面でも店を支えるほどの看板商品に育ちました。

協会の支援にも感謝しています。受賞作品であることの証しとして協会のロゴマークを商品に表記できたこと、春の消費者キャンペーン



今でも店頭へ並び受賞盾を手にする坂氏と受賞作品をアピールしたパッケージ



に参加していることも売り上げに大きく貢献したと思います。和菓子で受賞者が出ると、私にとっても大きな励みになります。また、何かよいアイデアがあれば、第2、第3の「スター★ファイブ」に挑戦したいと思います。

# コンテスト入賞作品が店頭に登場。次の定番商品はどれだ!

「第15回カリフォルニア・レーズンペーカリー新製品開発コンテスト」の入賞作品を前面に打ち出したキャンペーンです。ここでご紹介できた受賞作以外にも、様々な形でコンテストの成果を売り上げ向上につなげる努力が行われています。



受賞キャンペーンの応援に駆けつけたマクニール駐日代表と茶山氏



レーズンの恵み

リーフレーズン



デリスレーズン

## カリフォルニア・レーズン大賞 インストア・リテール製品部門

●**リーフレーズン** (茶山寿人氏/ドンク上野松坂屋店/東京都台東区)  
全国のドンク115店舗にて9月の1ヶ月間の限定販売を実施。1個252円(税込み)。

## カリフォルニア・レーズン大賞 ホールセール・コンビニエンス製品部門

●**レーズンの恵み** (佐藤大輔氏/神戸屋/大阪府寝屋川市)  
11月1日から関西地区をメインとしたフレッシュペーカリー神戸屋の店舗で発売中。1個168円(税込み)。

## 鉄人大賞 鉄人・インストア・リテール製品部門

●**デリスレーズン** (横山暁之介氏/K. YOKOYAMA/埼玉県川口市)  
12月から、週末の土曜・日曜に、1日100個限定で発売予定。1個220円。

## 審査員特別賞 インストア・リテール製品部門

●**ブラリネレーズン** (大場史夫氏/ブーランジェリー・オーヴェルニュ/東京都葛飾区)  
10月2日から秋の新商品として、1日20個限定で発売中。1個300円。

## 審査員特別賞 インストア・リテール製品部門

●**干しぶどうのマカロン** (小林大悟氏/満寿屋商店/北海道帯広市)  
10月28日から年内まで、十勝管内の「ボヌール・マサヤ」、「マサヤパン音更店」で限定販売中。

## 消費者推薦優秀賞 インストア・リテール製品部門

●**レーズンのハーブ風味バビヨット仕立て** (齋藤豊氏/サンジェルマン/神奈川県川崎市)  
10月19日から11月12日までの期間限定のお薦め商品として、たまプラーザ東急百貨店(神奈川県横浜市)のサンジェルマン・タンドレスで発売。1個525円。

## 「2006カリフォルニア・レーズンメニューアイデアコンテスト」の受賞作品からも新たな動きが始まっています。

カリフォルニア・レーズン大賞を受賞した大阪リバーサイドホテルの松林直久氏の作品が、10月から11月までの土曜、日曜のみ2ヶ月間限定で、同ホテル10階のスカイレインボーのディナーメニューに登場。(1日10食限定、7,000円)レーズンの甘味や酸味をメインやデザートなどにアクセントとして活用、ワイン好きの女性を意識したメニューは、ゆったりと秋の一日を過ごすにはピッタリのディナーコースです。

(カリフォルニア・レーズンを使用した作品は以下)

- ◆5種類のアミューズ・プーシェの一つとして、カリフォルニア・レーズンとココナッツミルクの冷製スープレッパチーノ仕立て◆仔羊のルーレ、レーズンとナッツの香り りんごのリエット、新ゴボウのプレゼ添え ジュ・ダニョーのソース(写真左)◆カリフォルニア・レーズン入りパン・デビスのクルスティアン、ふわふわクレム・ダンジュ カルヴァドス風味(写真右)



## 協会からののお知らせコーナー

### クリスマス販促用ツール

「シュートレーンリーフレット クリスマスを待ちながら…」  
無料配布開始

近年日本でも、クリスマスが近づくと、レーズンがぎゅーしりと詰まったシュートレーンを食べることが定着してきました。「シュートレーンリーフレット」は、クリスマスの販売促進のツールとして、商品とともにお客さまに提供できる便利な情報が満載です。

6.5cm×6.5cmの正方形、観音折り、4色刷りで1梱包は100部。申し込みは同封のアンケート用紙でも受け付けます。詳細は協会(TEL:03-3221-6410)までお問い合わせください。



### 来春の消費者向けプレミアムキャンペーン

「アイ・ラブ・レーズン プレゼント」実施概要発表

春の恒例、カリフォルニア・レーズン消費者向けプレミアムキャンペーンは2007年(3月1日～5月末)で第11回を迎え、さらにパワーアップ。今回は5月1日にレーズンデーをはさんだイベントを実施し、キャンペーンとの相乗効果によるカリフォルニア・レーズンのイメージアップを図り、参加企業の販促活動を強力にバックアップします。今回のプレミアム商品はAコース「カリフォルニア・レーズンオリジナルロゴ入り、楽しいクッキングセット(カフェエプロンとミトン、Tシャツのセット)」、Bコース「カリフォルニア・レーズンオリジナルロゴ入り、おいしい朝食セット(マグカップ2個がセットになったコーヒーメーカーとプレート)」の2コースで各3,500名、合計7,000名にプレゼント。どちらも応募マーク1枚で簡単に応募できます。参加申込等詳細は協会(TEL:03-3221-6410)までお問い合わせください。



## 編集後記

今回は45周年特集号になりました。日本の多くの食品企業が戦後まもなく創業され、55～60年の歴史を重ねられる中で、カリフォルニア・レーズン協会日本事務所は約10年遅れのいわば皆様の弟分のような気分です。弟は周囲に助けられて育つものですが、ここまで続けてこられたのは皆様のご協力の賜物と感謝いたしております。この20年で日本人の食生活がずいぶん変わりましたが、最近「和」に回帰するような現象が見られます。これは和食=健康食というイメージが定着してきている証拠で、レーズンもパンや洋菓子だけでなく和食や和菓子などで需要拡大を目指したいと思えます。大きな節目の50年に向かって前進いたしますので、今後ともカリフォルニア・レーズンをよろしくお願い申し上げます。(編集長 佐竹 正)



### カリフォルニア・レーズン協会

〒102-0072 東京都千代田区飯田橋1-5-9 精文館ビル5F  
マーケット・メイカーズ・インク内  
TEL:03-3221-6410(代) FAX:03-3221-5960  
http://www.raisins-jp.org