

食とギフト
FOODS & GIFTS

食とギフト
FOODS & GIFTS



▲花束を思わせる先すばみのパッケージ



▲神戸フルワ。オレンジ2枚、キウイ、アップル、レモン、パイナップル各1枚のアソートセットは960円(税込)。各フレーバー5枚入りセットも展開

食は命をつくるもの
子どもたちへつなぐ菓子づくり

梅香堂の菓子づくりは、単に見た目のよい商品を作ることにとどまらない。田中氏は、同社の姿勢として「7代先の子孫」を考えるという言葉を掲げている。これは、地球は7世代先の子孫から借りているものだから、きれいにして次

代へ託していく、というネイティブアメリカンに伝わる考え方に由来する。

田中氏はこの言葉に共感し、自ら会社を経営するなら、次の世代へ責任を持つ会社でありたいと考えてきた。「自分のこどもに食べさせたい」と思えるような、安全・安心・健康素材からできた食を届けることを志向する。食は体をつくり、命を支えるものでもある。何を思い、どのように作るのかを大切にしたいという。

「子どもは本当に宝物、本来一番大事にされるべき存在だと感じています。だからこそ、食べものも次の世代へ命をつなぐものとして考えたいのです」。

田中氏はそう語る。現代の食は、価格や効率が優先されがちだ。菓子製造の現場に長く立ってきた田中氏は、強い問題意識を持ってきた。神戸フルワでは、できるだけ添加物に頼らず、素材を生かした菓子づくりを志向する。国産小麦、淡路の藻塩、兵庫県産牛乳、種子島産の砂糖など、その時々で可能な限り納得できる素材を取り入れている。

ただし、同社が目指すのは、「こだわり」そのものを前面に出す商品ではない。まず手に取りたくなる見た目があり、おいしいこと。

トは「フルーツで咲かせたお花」。一枚一枚が一輪の花を思わせ、花束を包むような先すばみの箱に収められている。華やかな見た目は、百貨店やこだわりの食品を扱うスーパーマーケット、上質な手土産を探す売り場にもなじみやすい。田中氏も、百貨店や地域の高質スーパー、目利きのバイヤーがいる売り場との出会いを期待する。法人ギフトやカフェなどでの展開も考えられる商品だ。

贈り物にふさわしい華やかさがあり、食べれば素材の味わいが素直に伝わる。見た目の良さと、菓子としてのおいしさ。その両方を備えた食ギフトとして注目したい商品が、株式会社梅香堂の「FRUIT WAFFLE KOBE FRUWA(神戸フルワ)」だ。

同社は1946年創業。神戸名産として知られる瓦せんべいを中心に、はさみ焼きの技術を生かした菓子づくりを続けてきた。創業当初は瓦せんべいと大手菓子メーカーのOEMを軸に事業を展開。現在も瓦せんべいの製造や小ロットOEMに対応している。

第83回・第84回東京インターナショナル・ギフト・ショー(2017年春・秋)、第98回ギフト・ショー/JIFE X DESIGNではストロップワッフル「神戸マルチイワ」をアクティブクリエイターズに出展。9月に開催される第40回グルメショー秋2026では、PARTY FOOD展に神戸フルワを出展する予定だ。

瓦せんべいの技術を生かしギフトに適した菓子を開発

神戸フルワは、梅香堂が長年培ってきたはさみ焼きの技術を生かして開発したワッフル菓子だ。開

はさみ焼きの技術と食への思いを込めた
フルーツで咲かせたお花「神戸フルワ」

株式会社梅香堂 <https://www.kobefruwa.com/>



出展社取材
The 40th GOURMET SHOW Autumn 2026



▲コーヒータイムやティータイムにもマッチする



▲梅香堂の商品群。グルメショーでは神戸フルワをメインに出展予定

その先に、素材や食への考え方が伝わる順番を大切にしている。

「まず誰かに贈りたい、自分で買って食べたいと思ってもらえる見た目があり、食べたらいよいよ。そのうえで、裏を見たら添加物に頼っていないことに気づく。そういう流れで、本物の素材を使った食べものはおいしいんだ、ということが広がっていかばと考えています」(田中氏)。

思想を先に語るのではなく、まずギフトとして美しく、菓子としておいしい。そこから、食や命への考え方が静かに伝わっていく。神戸フルワの強さは、その順番にある。なお、神戸フルワは自社ブランドとして育成していく方針で、OEMは受けていない。一方で、マルチイワについてはOEMにも対応している。

「まずは実物を見て、ご試食いただきたいです。ご自身の五感で感じていただければと思います」(田中氏)。

実際に口にしてみると、その言葉の意味はよく分かる。花束を思わせる見た目は目を引くが、それだけではない。生地や果実の味わいが素直に伝わる。けど少し複雑だ。菓子として奥行きがあり、きちんとおいしい。確かな技術で丁寧に、素材を大切に作った菓子は、驚くほどおいしい。そのことを自然に伝えてくれる商品だ。

食への思い、神戸のはさみ焼きの技術、ギフトとしての華やかさが一つにまとまっている。

特にこだわりのある食ギフトを探すバイヤーは、ぜひグルメショーの会場で確かめてほしい。驚くはずだ。

「瓦せんべいの需要も減少してきている。はさみ焼きの技術で何かできないかと考えたことが神戸フルワにつながりました」。

そう語るのは同社代表取締役の田中隆史氏だ。

神戸フルワは、もともとOEMで製造していた菓子を引き継ぎ、発展させた商品でもある。商品化までには三度のモデルチェンジを重ねた。2017年、神戸市の新商品開発プログラムをきっかけにセメントプロデューズデザインの新谷勉氏と出会い、現在の形へと磨き上げられた。

「ギフト需要にも応えられる商品だと自負していますし、自分たちはこんな商品を作りたい、という想いを込めた商品です。金谷様と出会い、神戸フルワを開発できていなかったら、今、会社として残っていないかたのではないかと感じていました」(田中氏)。

神戸フルワは、ワッフル生地に果実を合わせて焼き上げた菓子だ。オレンジ、キウイ、アップル、レモン、パイナップルなどを用い、果実の色や形を生かした華やかな見た目に仕上げている。コンセプト