

第40回グルメショーでも主力となる商品の一つが、ポニー製菓のバウムクーヘンだ。同社工場はバウムクーヘン製造を得意としており、通常のやわらかいタイプからハードタイプ、丸型、富士山型のような形状の商品まで、多彩な製造に対応できる。

大規模工場のようなフルオートメーションによる大量生産ではなく、小回りを利かせた対応が同社の持ち味だ。バウムクーヘンでは、ホールサイズで350×400個程度からオリジナル商品の相談に応じることができるという。



▲球体型メロンバームなども、地場産品やOEM受注先の持つ原料を使用して製造可能



▲1月に発売した新商品「ポルボロン」3種アソート。ほろほろとほろける食感が特長の大人気焼き菓子



▲きくやの主力商品であるガトーショコラのキューブショコラ。和洋菓子の幅を生かした提案も強みだ

社が狙っていた法人ギフトの領域ともつながることができました」（芳賀氏）。

ギフト・ショーとの同時開催もプラスに働いている。ギフト・ショーを目当てに来場したバイヤーからも、同社の商品力やOEM対応力は高い関心を集めた。

ブライダルギフトで培った商品企画力、カタログ制作力、見せ方へのこだわりは、現在のOEM提案や土産売店向けの商品づくりにも生かされている。

バウムクーヘンときくや商品を軸に小ロットOEMにも柔軟対応

の強みです。小ロット、多品種に対応できる点を評価いただいています」（芳賀氏）。

もう一つの柱が、2024年にグループ入りした新潟の老舗菓子メーカー、(株)きくやだ。ポニー製菓とは異なる商品領域を担い、主力商品の一つが、スティック状にカットしたガトーショコラだ。ほろほろとほろけるような食感が特長の焼き菓子「ポルボロン」も新商品として人気を集めている。

きくやでも、ガトーショコラであれば粒数ベースで1400粒程度、4個入り換算で375個程度から別注の相談が可能だという。バウムクーヘンに限らず、和洋の菓子を組み合わせながら、案件ごとにポニー製菓、きくやの製造機能を使い分けられることは、三英

商会グループならではの強みと言える。

原材料価格が高騰する中、ギフト菓子では価格と品質のバランスも一段と重要になっている。従来の長方形の商品をハーフサイズやキューブ型にするなど、売り場や贈答シーンに合うサイズ、価格、仕様の提案も進めている。

品質を保ちながら、売り場や贈答シーンに合うサイズ、価格、仕様に調整できる点は、OEM先にとっても心強い。

干し芋を使ったフィナンシェや米粉を使ったハードバウムなど、地場産品と菓子製造のノウハウを掛け合わせた事例も生まれている。道の駅やサービスエリア、アンテナショップなど、地域性を打ち出した商品を求める売り場との親和

性も高い。

「ギフトとして商品を探されている企業様にも、オリジナル商品を作りたいお客様にも、ニーズに合わせた提案を心がけています。オリジナル品は小ロットで提案可能ですし、オリジナルまでの規模感を求めているお客様には、既製品を出荷単位からご提案することもできます」（芳賀氏）。

ブライダルで培ったギフトの知見、ポニー製菓のバウムクーヘン製造、きくやの和洋菓子の幅、そして小ロットOEMへの柔軟な対応力。三英商会グループは、菓子ギフトを探すバイヤーにとって、仕入れ先としても、商品開発の相談先としても注目すべき存在だ。第40回グルメショーでも、ぜひブライ



▲オーソドックスなものからハードタイプや球体型など様々なバウムクーヘン製造を得意とする



出展社取材
The 40th GOURMET SHOW Autumn 2026
ブライダルで培った企画力と柔軟な対応力で多様な要望に対応

株式会社三英商会 <https://www.sanei-firm.co.jp/>

食のギフトでは、おいしさだけでなく、贈る場面、売り場、価格帯、地域性、ロット、パッケージまで含め、用途に合わせて柔軟に提案できる力が重要になっている。

第39回グルメショー春2026に初出展し、9月に開催される第40回グルメショー秋2026にも出展する株式会社三英商会は、そうしたニーズに応える菓子ギフトの注目企業だ。

同社は1929年創業。もともとは旅館向けのアメニティを扱う企業としてスタートし、その後、ホテル・旅館での婚礼需要の広がりとともにブライダル関連商材を中心に事業を拡大してきた。箸袋や芳名帳、結婚証明書といった備品から、カタログギフトやタオルなどの現物ギフト、さらに引き菓子まで、結婚式にまつわる幅広い商品を扱ってきた歴史を持つ。

そんな同社の転機となったのが、2015年の(株)ポニー製菓のグループ化だ。バウムクーヘンなどの菓子製造に強みを持つ同社を迎え、三英商会はメーカー機能を持つ企業グループとなった。

「これまで他の展示会にも出展してきましたが、過去一番と言ってよいほど引きが良かったと感じています。企業の周年記念など、当

ばらくは有名ブランドの製造委託と三英商会のブライダル向け菓子製造を中心に事業を展開していた。しかし、コロナ禍により結婚式市場が大きな影響を受ける中で、同社グループはブライダルだけに依存しない事業展開を本格化させた。

「メーカー機能を自社内で持っている中で、ブライダル市場以外の分野にも売り先を広げていこうと考えました。そこから食の展示会などにも出展するようになり、ブライダルの会社から、お菓子会社へのシフトチェンジが起きました」。

そう語るのは三英商会営業部の芳賀和也氏だ。

現在は菓子ブランドの製造委託に加え、道の駅やサービスエリア、土産売店などに向けたオリジナル菓子製造も主軸となっている。自社ブランド「コータ・コート」も展開するが、展示会出展では既製品の販売だけでなく、OEMや別注品の提案にも重きを置いている。

第39回グルメショーへの初出展でも手応えは大きかった。大手の多店舗展開企業、EC事業者、法人ギフトを探す企業など、幅広い来場者との接点が生まれたという。