

定番商品は、こうして生まれた **第42回**

80年前に完成された味を受け継ぐ クッキー

泉屋東京店

「クッキー」というのは一般名称である。しかし、ある一定の年代以上の人にとっては、クッキーといえば「泉屋のクッキー」を指す。それもそのはず、クッキーを日本で最初に発売したのが泉屋だからだ。

「泉屋はもともと、大阪の船場で鉄鋼などを扱う貿易商でした」と泉屋の歴史を教えてくれたのは、常務取締役経営企画室長の泉由紀子さんだ。クリスチャンだった泉伊助・園子夫妻は芦屋に住んでいたが、子供たちの健康のために温暖な気候の和歌山へ移住。そこの教会で宣教師をしていたロイド夫妻と出会い、欧米では滋養に満ちたクッキーをお母さんが子供たちにつくってあげるといふ話を聞いた。そこで園子夫人は子供たちのためにクッキーづくりを学び始め、ついにはロイド夫人に「も

う教えることはない」といわれるまでになった。さらに園子夫人は、アメリカからオープンを取り寄せ、日本の風土

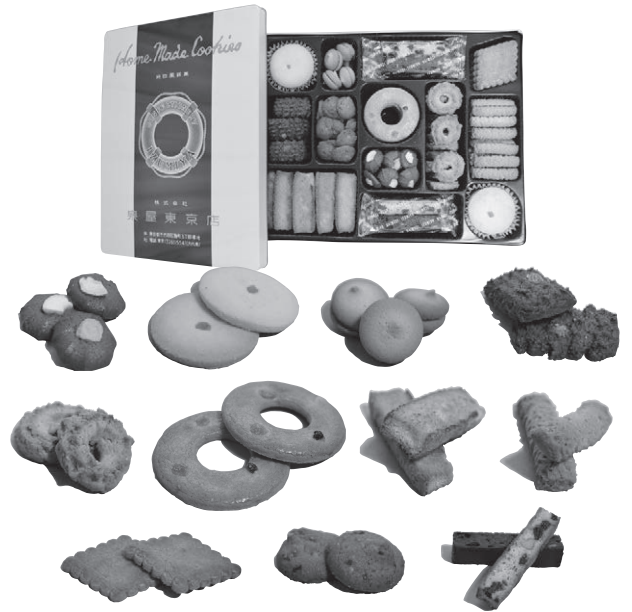
に合ったクッキーづくりを研究したという。「初めは近所の方に差し上げていたようですが、そのうち、売ってほしいという方が現れて、お店を始めることになったようです」と泉さん。

そうして昭和2年、京都に泉屋が誕生した。東京に店を出したのは昭和12年で、京都の店に対して「泉屋東京店」とした。

泉さんは「すごいと思うのは、現在売られているものとほとんど変わらないクッキーを、そのときすでにつくり上げたことです」と語る。「園子夫人は、バターたっぷりのソフトタイプのクッキーは、湿度の高い日本の気候風土に合わないと考え、しっかり焼き目のついたハードタイプのクッキーを誕生させたのです」。

現在クッキーの主流はソフトタイプだが、油脂やカロリーの摂取を気にする人が増えたこともあり、ハードタイプのクッキーは見直されつつある。

とはいうものの、やはり「お客様の中心は年配の方です」（泉さん）。しかし、あっさりとした泉屋のクッキーは、口の中でべたべたせずにい



上段左から「ココアフラワー」「ショートクッキー」「レヤーボール」「チョコレートクッキー」。中段左から「サプライズ」「リングダーツ」「サボイフィンガー」「クリームフィンガー」。下段左から「ウオルナツクッキー」「BSロック」「ブラウニーズとフルーツパー」

くつでも食べられる優れたものだ。

「リングダーツが浮き輪に似ていることから、浮き輪は弊社のシンボルとなりましたが、これには“人の和（輪）”という意味も込められています。浮き輪が人の命を救うように、クッキーを通して社会に役立ちたいという思いです。園子夫人は、子供たちの健康のためにクッキーを誕生させましたが、こうした思いはいつの時代でも同じだろうと思います」（泉さん）。

そう、いつも青と白のシンボルカラーに浮き輪のマークが描かれた缶に入っ、泉屋のクッキーはわが家にやってきた。缶の中身は、子供たちのお気に入りからなくなっていき、たいてい最後は喧嘩になる。だが、それは大人になったときの楽しい子供時代の思い出だ。だから泉屋のクッキーは、ずっと多くの人たちのそんな“思い出”であり続けてほしい。



「泉屋のクッキーが最もこだわっているのは焼き方です。他社の焼き釜より長い釜で、時間をかけてゆっくり焼きます。クッキーによっては二度焼きするものもあるんですよ。あの茶色の焼き色はこうしたこだわりの証です」（泉さん）。