

特集

相鉄ローゼン
創業60周年記念

食卓を彩る
定番食品のヒミツ



特集 相鉄ローゼン創業60周年記念 食卓を彩る定番食品のヒミツ

- 4 「カゴメトマトケチャップ」の歴史
カゴメ株式会社 マーケティング本部 田口雄一郎
- 10 「サントリー天然水」の自然
サントリー食品インターナショナル株式会社 ブランド開発事業部 平岡雅文
- 16 「赤いきつねうどん」と「緑のためき天そば」の色
東洋水産株式会社 加工食品部 即席企画課 隅田道太
- 22 「キリン一番搾り生ビール」の顔
キリンビール株式会社 横浜工場 総務広報担当 山本武司
- 28 「タカナシ低温殺菌牛乳」の謎
タカナシ乳業株式会社 商品本部 商品部 第3グループ 石田光洋
- 34 相鉄ローゼンのあゆみ

連載

- 36 そうてつインフォメーション
●ひと、まち、未来のために
●ニュース
- 42 相鉄沿線 名店プロジェクト
- 44 沿線オススメ店
●まちの和菓子屋さん
- 47 時短でカンタン 地産地消レシピ
- 50 こども自然公園
いきもの便り
- 51 沿線トピックス
●ズーラシア
- 52 おうちで楽しむ
ハンドクラフト
- 53 道ばた野遊び隊
- 54 相鉄・直通線 御朱印さんぽ
- 55 相鉄線 かわりゆく店

表紙イラスト／サタケシュンスケ

本誌で掲載された情報は一部を除き
2022年12月12日現在のものです。
情報内容に変更される場合がありますので、
ご了承ください。
本誌に記載の価格は全て消費税込みです。

- 次号（第283号・2023年4月1日発行予定）は、「始まり」について特集します。
なお、新型コロナウイルス感染症の影響により、発行時期、または一部休載など
掲載内容が変更となる場合があります。



※新型コロナウイルス感染予防対策などにより、本誌掲載内容が今後中止・変更となる場合があります。
詳しくは各店舗および主催者などにお問い合わせください。
※お出掛けの際は、新型コロナウイルス感染予防にご留意ください。

相鉄ローゼン創業60周年記念

特集

食卓を彩る

定番食品の

ヒミツ



2022年8月に創業60周年を迎えた、相鉄ローゼン。これを記念し、今号ではそうてつローゼンの売り場でおなじみの、私たちの食卓を長く支えている「定番食品」を特集。それぞれの食品が定番になるまでの歴史的変遷、パッケージからはうかがい知れない製造工程などを紹介します。

食卓を彩る

定番食品の

ヒミツ

「カゴメ

トマトケチャップ」の歴史

カゴメ株式会社
マーケティング本部
田口雄一郎

1908年に誕生し、今や日本の食卓に欠かせない存在となった「カゴメ トマトケチャップ」。日本の洋食とともに広まった100年超の歴史について、カゴメ株式会社の田口雄一郎さんにレクチャーしていただきました。

115年前から変わらないもの

カゴメの創業は1899年。これは、創業者である蟹江一太郎かにえいちたろうが初めてト

マトの発芽を見た年です。もともと農家を営んでいた一太郎は、兵役を終える際に上官から「これからの時代に向け、西洋野菜をつくってはどうか」とアドバイスを受けます。そこで、当時はまだ珍しかったキャベツやパセリ、レタスやハクサイ、トマトなどの栽培を始めました。収穫した西洋野菜は青

果市場や町の八百屋、西洋料理店に卸す青物問屋などに販売したのですが、売れ行きが芳しくなかったのがトマトです。当時のトマトは青臭く、日本人にはなじみのない味でした。西洋でもトマトは生食よりは、料理の調味料として使うのが一般的だったようです。

とはいえ、代表的な西洋野菜であるトマトを諦めきれず、一太郎は西洋に倣って独自のトマトソースの開発に着手します。製法や道具に工夫を凝らし、1903年にトマトソースを完成させました。これは今でいうトマトピューレなのですが、レストランなどの料理人に好評を博します。3年後の1906年には工場を建設し、トマトソースの製造を本格化させました。

トマトソースで成功した一太郎は、続いて西洋ですでに普及していたトマトケチャップとウスターソースに着目します。日本人の好み合った味にするため、原料、調味料、香辛料の配合を変え、試作を繰り返しました。1908年、ついにトマトケチャップとウスターソースが完成し、瓶に詰めて販売開始しました。ウスターソースはさらさらとしているので瓶詰めでも

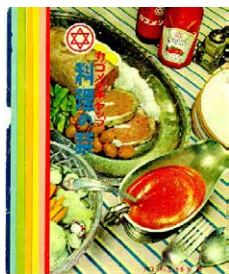
問題ありませんでしたが、トマトケチャップは粘り気が強くて出しづらいものでした。何より、まだ日本ではトマトケチャップを使う料理が普及していません。売れ行きはいまひとつでした。

そんなトマトケチャップの生産量が伸びたのは昭和初期、1930年ごろです。諸説ありますが、オムライスは1900年代から、ナポリタンは1920年代から、日本でつくられるようになったといわれています。当初は飲食店でしか口にできませんでしたが、徐々に食の欧米化が家庭に広がり、トマトケチャップを使った料理が日本の食卓にも登場するようになったのです。当社でも、トマトケチャップの普及を図るため、婦人向け雑誌に広告を出したり、レシピ集を配布したりといったPR活動に力を注ぎました。

第二次世界大戦後、トマトケチャップの消費量はさらに伸びます。そこで大きな役割を果たしたのが、容器です。まず、1957年に広口瓶のトマトケチャップを発売します。従来の王冠ではなく、開けやすく閉めやすいスクリューキャップを採用したことで、消費者の反応はとて良かったそうで



発売から間もない時期のトマトケチャップのラベル



トマトケチャップの普及のため、昭和初期に名古屋市の高等女学校卒業生に配布されたレシピ集「料理の菜」

す。1958年には、最後まで絞り出せるアルミチューブ入りのトマトケチャップを発売します。1963年前後からは、軽く、簡単に製造でき、破損の心配がないプラスチック容器の開発を進



(写真右) 1957年に発売されたスクリューキャップの広口瓶
(写真中央) 1958年に登場したアルミチューブ
(写真左) 1966年発売の世界初となるプラスチックチューブ入りケチャップ

めます。そして1966年、世界初のプラスチックチューブ容器入りのトマトケチャップが発売されると、その使い勝手の良さが評判を呼び、想像以上の売れ行きとなりました。1960年代には、日本各地で次々とスーパーマーケットが誕生しました。そうした時代背景とも相まって、この画期的なプラスチックチューブ容器入りのトマトケチャップが日本の家庭に浸透していったと考えられます。

おかげさまで現在、当社のトマトケチャップは国内シェア1位、約6割のシェア(※)を誇っています。2022年からは、いつものトマトケチャップを使ったメニューが、ちょっとした調理のコツでおいしくなる「焼きケチャップ」の提案を始めました。初めにトマトケチャップの水分を飛ばすように焼いてから具材を炒め合わせると、トマトケチャップの酸味が和らぐ一方でコクがアップします。ぜひ一度、お試しください。

よく「トマトケチャップの赤い色は着色しているの？」という質問を受けます。でも、赤い色はトマトに含まれる赤い色素で、強い抗酸化作用を持

(※) 出典：インテージ SRI + トマトメニュー調味料カテゴリ (ケチャップ)
/ 2021年1月1日～2021年12月31日 (積上) / 金額シェア

リコピンによるものです。着色料は一切使用していません。当社では「畑は第一の工場」という考えの下、トマトの種子から関わり、苗の段階からのトレイサビリティを厳重に管理しています。トマトケチャップの糖類、醸造酢、食塩、タマネギ、香辛料という原材料も、全て自然由来のものです。香辛料は風味を生かすため、以前はホールごと調達して自社工場で粉にしていました。

「カゴメトマトケチャップ」は、時代と共に少しずつ変わる日本人の嗜好に合わせ、改良を重ねてきました。蟹江一太郎の時代から100年以上たちましたが、今後も変わらず「おいしい」と感じていただける努力を続けていきます。(談)



- 「カゴメトマトケチャップ」の商品情報などについては、下記サイトをご覧ください。

<https://www.kagome.co.jp/products/brand/ketchup/>



- 日本一食べたくなるオムライスを決める「カゴメ オムライスタジアム 2023」を開催します。詳しくは、下記サイトをご覧ください。

<https://www.kagome.co.jp/products/brand/ketchup/omusta2023/>

食卓を彩る

定番食品の

ヒミツ

「サントリー 天然水」の自然

サントリー食品
インターナショナル
株式会社
ブランド開発事業部
平岡雅文

まだ「水を買う」ことが珍しかった1991年に発売された「サントリー天然水」（以下「天然水」）。2018年以降は、国内清涼飲料市場において年間販売数量1位となっています。「天然水」はどんな場所で育まれ、どのように成長を遂げたのか、サントリー食品インターナショナル株式会社の平岡雅文さんに伺いました。

森を守ることとおいしい水の関係

サントリーと水の歴史は、創業時の明治時代にまでさかのぼります。本格的な国産ウイスキーづくりのためには、良質な水が不可欠だったからです。当社のミネラルウォーターは1970年代に飲食店用として発売したものが

最初で、主に水割りに使うためのものでした。1980年代前半には家庭用として「名水シリーズ」を発売しますが、多くの人が手に取るには至りません。まだ「水と空気はただ」と考えられていたからです。それが1980年代後半、海外ブランドのミネラルウォーターが日本に登場すると状況が変化します。若者を中心に「あえてお金を出して水を買うのがかっこいい」と、自己表現のアイテムとしてミネラルウォーターが広まったのです。1990年代には、水道水関連の事故が相次いで起こるなどし、「安全な水」という価値基準が重視されるようになります。そうしたことから、国産のミネラルウォーターが徐々に求められるようになっていきました。

1985年に当時の環境庁が、全国の河川や湧き水などを対象に「名水百選」を選定しました。一方、当社のミネラルウォーターは、地下水をくんだものです。名水という言葉からイメージされるもの



1991年の発売当時の「天然水」

とはズレることなどから、1991年、当社はミネラルウォーターの商品名を「天然水」に改め、発売します。「天然水」は私たちの造語のため、当時は違和感を覚える人も多かったです。

2000年代になると、健康志向の高まりとともに、意識的にミネラルウォーターを摂取する方が増えます。猛暑の影響などもあり、「水を買う」ことが一般的になりました。2010年以降はさまざまな自然災害が起き、水は常備すべきライフラインとしても認知されるようになりました。

「天然水」の採水地は山梨県の「南アルプス」、熊本県の「阿蘇」、鳥取県の「奥大山おくだいせん」、長野県の「北アルプス」の4カ所。雨が降ると森の土にしみ込んで、幾重もの地層にゆっくりと浸透し、浄



サントリー天然水 北アルプス信濃の森工場（2点とも）

化されていきます。地層の下にある岩盤を通過する際にミネラル分が溶け込みます。そうした地下水をくみ上げ、外気に触れることなく、ろ過、沈殿、加熱殺菌し、ボトル詰めします。雨が降って、「天然水」になるまで20年もかかるのです。

「天然水」がつくられるのは工場ではなく、水源のある森や山です。20年かかって出来る「天然水」を今後もつくり続けるためには、100年後、200年後を見据え、水源の環境を維持しなければなりません。そこで、2003年から地下水を育む森全体を保全・再生する「天然水の森」活動に取り組んでいます。科学的な調査をし、それぞれの土地に合った森の整備などを行うものです。現在は「天然水」の採水地も含め、15都道



水源涵養活動(左)と、次世代環境教育「水育^{みずいく}『森と水の学校』(右)の様子

府県、約1万2000ヘクタールの森を保全しています。地表の水をゆつくりと地下に浸透させることを「涵養かんよう」といいます。当社では、「天然水」の工場でくみ上げる地下水量の2倍以上の水の涵養を達成しています。2004年からは、親子で自然体験を行う「森と水の学校」など、子どもたちに水の大切さを伝える「水育みずいく」にも力を入れています。

ここ数年、持続可能な社会の実現を目指す動きが各所であります。当社の水源涵養活動などは、そうした時流に合わせて始めたわけではありません。あくまでも自分たちの事業の根幹に関わることだから、真剣に、切実に水源涵養活動を行ってきたのです。もちろん、その結果としてサステナブルな社会の実現に寄与できるなら、こんなうれしいことはありません。

「天然水」を飲んだ感想として、「私の体に合う」とおっしゃる方がいます。意識的にしろ無意識にしろ、「天然水」を口にする際に清らかな水源の風景を思い浮かべる人が多いのではないのでしょうか。その水源の心地良いイメージが「体に合う」という感想につながっているのかもしれませんが、ミ

ネラルウォーターに対して、ともすると真面目な優等生のような印象を抱く方もいます。そこで、もっと「天然水」に親しみを感じてもらうため、炭酸水や果汁入り商品のラインナップも増やしています。

おかげさまで「天然水」の売り上げは、発売からの30年ほどで40倍に成長しました。でも、売り上げが急激に伸びた年もないし、私たちが何か特別なことをしたわけでもありません。「水と向き合う」という当たり前のことを、当たり前前に続けてきただけです。これからも、水とそれを育む森のためにできることに、愚直に真摯しんしに取り組んでいきたいと思っています。(談)



- 「サントリー天然水」の商品情報などについては、下記サイトをご覧ください。

<https://www.suntory.co.jp/water/tennensui/>

- 「サントリー天然水 北アルプス信濃の森工場」(長野県大町市)では、工場見学ツアーを受け付けています。詳しくは、下記サイトをご覧ください。

<https://www.suntory.co.jp/factory/kitaalps/>

食卓を彩る

定番食品の

ヒミツ

「赤いきつねうどん」と
「緑のたぬき天そば」の色

東洋水産株式会社
加工食品部
席企画課
隅田道太

ともに発売から40年以上親しまれている「赤いきつねうどん」（以下「赤いきつね」と）と「緑のたぬき天そば」（以下「緑のたぬき」）。なぜ商品名に色の名前を冠しているのか、といった素朴な疑問について、東洋水産株式会社の隅田道太さんにご解答いただきました。

始まりは「熱い」から「赤い」への変更

当社が即席麺の生産を始めたのは、1961年。水産会社がなぜ即席麺を手がけるようになったのか、疑問に感じる方もいるかもしれませんが。当社は「横須賀水産」という名で、1953年に創業しました。1956年に魚肉ハム・ソーセージの製造を開始し、社名を「東洋水産」に改めます。その当時、

加工食品事業の中心だった魚肉ハム・ソーセージは、夏場が需要期でした。そこで、冬場向けの商品として着目したのが即席麺だったのです。当社初の即席麺「^{マルト}と印ラーメン 味付け」が誕生した背景には、そうした事情がありました。ちなみに、「と」というのは当時の屋号で、これをもとに1962年には「マルちゃんマーク」が考案されました。

1963年には、業界初となる和風の袋麺「たぬきそば」を発売しました。その後、1970年代になると、即席麺は袋入りからカップ麺の時代に入ります。当社は和風カップ麺に注目し、1975年に「カップきつねうどん」と「カップうどんきつね」を発売します。これらは業界初



(写真右)1963年発売の袋麺「たぬきそば」

(写真左・中央)1975年発売の「カップきつねうどん」(関西向け)・「カップうどんきつね」(関東向け)

のカップ入り即席きつねうどんとして登場し、ブームのきつかけとなりました。他社からも続々と競合商品が発売され、当社としても新たな商品の開発が求められました。そこで、カップ麺に合う最高のだしの研究に取り組みます。そして、カツオ節を煮出すのではなく、粉碎したカツオ節そのものを入れただしを完成させました。

もう一つ、新商品を発売するにあたって熟慮したのがパッケージデザインです。当時は、他社からも商品が発売され、より店頭でのインパクトが求められました。また、カップの形状が関東では丼型、関西は縦型で、ブランドの統一感もありませんでした。そこでカップを丼型に統一し、テーマカラーを「赤」に設定しました。実は当初、



(写真中央・右)開発段階の「熱いきつねうどん」

(写真左)1978年の発売当時の「赤いきつねうどん」

商品名は「熱いきつねうどん」の予定でした。それを、パッケージに合わせて商品名に「赤」を取り入れ、1978年に「赤いきつねうどん」が発売となります。CMには、武田鉄矢さんを起用し、「戦車が恐くて、赤いきつねが食えるか!」というインパクトあるセリフも相まって、大ヒット商品となりました。

その後、1980年に「緑のためき天そば」を発売します。こちらのパッケージも「赤いきつね」を踏襲。赤の補色であり、ルーツとなる袋麺の「ためきそば」でも使用していた緑をテーマカラーに設定しました。そして、CMの「赤いきつねと緑のためき」というフレーズも浸透し、赤と緑のコンビとして認知されるようになりました。

ところで、「赤いきつね」と「緑のためき」、神奈川県ではどちらが人気か、ご存じでしょうか。答えは「赤いきつね」です。なお、私は「緑のためき」



1980年の発売当時の「緑のためき天そば」

が子どものころから好きでした。よくいわれるように、うどんやそばは地域性が強く出る食べ物です。「赤いきつね」と「緑のためき」は、発売当初から東日本向けと西日本向けとで、だしの原料や配合を変えていました。現在は4つのエリアごとに異なる味のものを販売しています。東日本向けは、カツオ節をベースに濃い口しょうゆを合わせたもの。西日本向けは、コンブだしとカツオ節ベースに煮干しなどを加え、淡口しょうゆですっきりとした味わいに仕上げています。北海道向けは利尻コンブを使用し、関西向けは関西地方のうどんやおでんのだしによく使われるウルメイワシを加えています。日本各地で育まれてきただしの文化を大切に行っていることが、「赤いきつね」と「緑のためき」が長く愛され続けている理由の一つだと思えます。

また、どちらも発売から40年以上になりますが、これまでに何度も味をリニューアルしています。当社では、自社グループの工場でカツオ節を粉碎する工程から行っています。例えば、カツオ節をどの程度の大きさに削るかで、最終的なだしの風味が変わってきます。「赤いきつね」も「緑のためき」も、

そうした微妙な味の改良を重ねているのです。「赤いきつね」や「緑のたぬき」を口にして「ああ、この味」とホッと、それでいて何度食べても飽きない。そんな「いつもの変わらない味」をつくるには、矛盾するようですが、さまざまな試行錯誤や刷新が求められます。定番商品であり続けることのハードルは高く、大きな責任が伴うと日々痛感しています。それでも、私自身は子どものころから親しんできた商品に携われていることに、大きなやりがいを感じています。(談)



- 「赤いきつねうどん」と「緑のたぬき天そば」の商品情報などについては、下記サイトをご覧ください。

<https://www.akamidori.jp/>

食卓を彩る

定番食品の

ヒミツ

「キリン一番搾り 生ビール」の顔

キリンビール
株式会社
横浜工場
総務広報担当
山本武司

1990年に誕生した「キリン一番搾り生ビール」(以下「一番搾り」)。そのラベルやパッケージのデザインは、現在までに10回以上リニューアルされています。商品の「顔」を何度も変更する理由などについて、キリンビール株式会社の山本武司さんに伺いました。

より良いものを追求し、重ねる改良

一般的なビールは、麦汁ろ過の工程で自然に流れ出る一番麦汁と、搾った後のもろみをもとに抽出した二番麦汁をブレンドしてつくられます。当社の「一番搾り」は、二番麦汁を使用せず、渋みの少ない一番麦汁のみを使用して、いるのが最大の特長です。

「一番搾り」の開発は、当社の主力商品である「キリンラガービール」に次ぐ新たな看板商品を生み出そうということでスタートしました。ビール醸造のお手本は長い歴史を持つドイツビールなのですが、その方向性は「芳醇」ほうじゅん「爽快感」などに大別されます。「芳醇」は「ラガービール」が該当しますし、「爽快感」のあるビールもたくさんあります。そうした既存のものにはない方向性のビール開発に取り組もうと考えました。そこで、一番麦汁だけを使うビールの開発がスタートしたのです。

一番麦汁のみを使用するビールの商品化には、大きな課題がありました。二番麦汁を使用しないため、コストアップが避けられなかったのです。社内では、通常のビール価格より高くすべきだという意見もありましたが、それでは毎日飲んでいただけの定番商品にはなり得ません。当社の創業以来の理念は「お客さま本位」と「品質本位」です。良い品質の商品で、お客さまに満足していただく。そうした考えに基づき、「一番搾り」も通常のビールと同じ価格で発売することとなりました。その結果、1990年に発売した「一

「一番搾り」は、おかげさまで大ヒットとなりました。

発売時のパッケージは、本格的なビールであることを表現するためオフホワイトをベースとしたザインとなっています。そして、キリンビールのシンボルである「聖獣麒麟^{せいじゅうきりん}」を配しています。ちなみに、当社の社内ではよく知られているのですが、「麒麟」の図柄には「キ」「リ」「ン」の3文字が隠されています。この隠し文字は1933年のラベルから確認でき、偽造防止のため、あるいはデザイナーの遊び心で入れられたと伝わっています。

1990年の発売以降、「一番搾り」は味を何度もリニューアルしています。それに伴い、パッケージデザインも10回以上刷新しています。工場見学にいらしたお客さまに「一番搾り」のパッケージの変遷を説明する機会があるのですが、何度も刷新していることを



「麒麟」の図柄の中の「キ」の隠し文字（小写真）。実際に商品を手に取って、「リ」「ン」も探してみてください



2007年～



1990年～



2009年～



1996年～

ご存じの方はあまりいません。実際、「生」という文字の位置やデザインが変わったり、金色の帯が入ったりなくなったりといった細かな変化なので、よほど注意して見ないと気付きにくいのもかもしれません。ただ、お客さまの嗜好しこうの変化や時代の流れに伴って、例えばそうてつローゼンのお酒の陳列棚も様相が変わっていきます。そうした中で、お客さまに「一番搾り」を手を取っていたりするためには、わずかずつでもパッケージデザインを刷新し続けていく必要があると考えています。

「一番搾り」が最も大きく変わったのは2009年です。それまでは米などの副原料を使用していました。麦芽100%のビールとして生まれ変わりました。ラベルには、一番麦汁をアイコン化した「しずくマーク」が入りました。その「しずくマーク」は、現在では光が入り、より輝いているデザインとなっています。麦芽100%としたことで、2010年には日本国内のビールブランドとしては初めて、ドイツでも製造できるようになりました。ドイツには現存する世界最古の食品に関する法律とされる「ビール純粋令」

が存在し、「ビールは、大麦・ホップ・水のみを原料とする」というルールが厳格に守られています。ビール醸造の長い歴史があるドイツで「一番搾り」が製造できるようになったことをとても誇らしく思っています。

近年の健康ブームを受け、2020年に「一番搾り 糖質ゼロ」^(※)を発売しました。ローストした麦芽の香ばしい風味が楽しめる「一番搾り〈黒生〉」などもあり、私自身はこれが好みです。「一番搾り」自体、2009年以降もさらなる改良を重ねています。これからもお客さまに選ばれるために、「一番搾り」という商品を磨き続けていきたいと思っています。(談)



- 「キリン一番搾り生ビール」の商品情報などについては、下記サイトをご覧ください。

<https://www.kirin.co.jp/alcohol/beer/ichiban/>

- キリンビール横浜工場では、「キリン一番搾り生ビール」のラベルの変遷を展示している他、工場見学ツアーを受け付けています。詳しくは、下記サイトをご覧ください。

<https://www.kirin.co.jp/experience/factory/yokohama/>

(※) 食品表示基準による

食卓を彩る

定番食品の

ヒミツ

「タカナシ

低温殺菌牛乳」の謎

タカナシ乳業
株式会社
商品本部 商品部
第3グループ
石田光洋

1991年の発売以来、30年を超えるロングセラーとなっている「タカナシ低温殺菌牛乳」（以下「低温殺菌牛乳」）。低温殺菌とはどのような方法なのか、一般的な牛乳とは何が違うのか、タカナシ乳業株式会社の石田光洋さんにお話を伺いました。

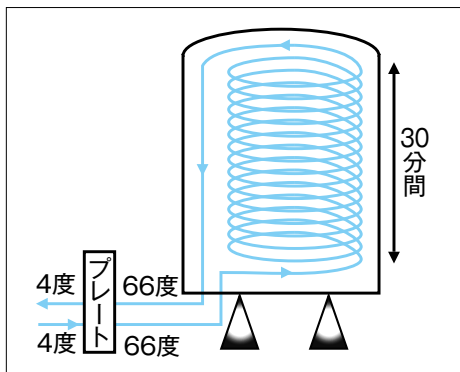
生乳のおいしさを届ける方法

牛乳の殺菌方法は、「超高温殺菌」「高温殺菌」「低温殺菌」という3種類に大別されます。日本国内で販売が多い牛乳は、「超高温殺菌」タイプです。「超高温殺菌」は120～150度で1～3秒間、殺菌されています。それに對し、「低温殺菌」の「連続式低温殺菌」は65～68度で30分間かけてゆっくり

殺菌します。

当社の「低温殺菌牛乳」は、「連続式パスチャライゼーションシステム」と呼ばれる方法で殺菌を行っています。このシステムは1991年に、当社が日本で初めて採用しました。下図にあるように、プレートで66度に加熱された生乳は、タンク内のコイル状に巻かれたステンレスチューブに入り、66度に保持されたまま30分かけてチューブの中を流れ、再びプレートで冷却されます。生乳は完全に密閉、断熱されたパイプの中を流ることで、外気に触れずに衛生的な状態で殺菌温度・時間を一定に保てるのです。

「超高温殺菌」を行うと、栄養成分は変わりませんが、牛乳のタンパク質が変性して風味が変化します。一方、「低温殺菌」



連続式パスチャライゼーションシステム (略図)

による牛乳は、タンパク質の変性が少なく、生乳そのままの自然の甘みが味わえます。「さっぱりしている」「すっきりしている」といった感想が多く、牛乳が苦手な方でも「ゴクゴク飲める」と好評です。

「低温殺菌牛乳」を製造する上で不可欠の

生乳は、岩手県北部の葛巻町くずまきまちで搾乳された

ものだけを使用しています。葛巻町では、

当社の岩手工場が1991年から操業して

います。葛巻町では120年以上の酪農の

歴史があり、現在では牛の頭数、生乳生産

量ともに東北一の酪農郷となっています。こ

の地の酪農家の皆さんの手腕には定評があ

ります。雄大な自然の中に広がる標高



タカナシ乳業 岩手工場

1200メートルの袖山高原では、夏季になると搾乳前の育成期間中の牛が放牧され、足腰が丈夫な乳牛に育ちます。何より葛巻町の酪農家の皆さんは愛情をもって牛を育てており、それが牛乳のおいしさにつながっていると考えています。こうした葛巻町の生乳のおいしさをそのままお客さまに届けるにはどうすればよいだろうかと考え、「低温殺菌」を行うという結論に至ったのです。

葛巻町の各牧場で搾乳された生乳は、毎

日タンクローリーで当社の岩手工場に集められ、殺菌・パック詰めされた後、翌日には首都圏へ届きます。「低温殺菌牛乳」は消費期限が短く、とてもデリケートです。パッケージは、店舗の照明の光による風味の変化を抑えるため、遮光加工を施したものを採用しています。先述したように「低温殺菌」の製



岩手県葛巻町の袖山高原では、夏季に育成期間中の牛を放牧

造は「超高温殺菌」より、手間やコストもかかります。それでも「低温殺菌牛乳」をつくり続ける理由は、「この牛乳でないと」というお客さまがいらつしやるからに他なりません。

「低温殺菌牛乳」は、パティシエやバリスタといった方々からも選ばれています。その理由は、合わせた素材の風味を感じやすくなること、口溶けがなめらかに仕上がることなどが挙げられます。例えば、カスタードクリームに「低温殺菌牛乳」を使うと、卵のおいしさを引き立てて軽やかに仕上がります。また、カフェラテやミルクティーに使用すると、コーヒーや紅茶の風味をより感じられるようになるとの声をいただいています。

タカナシ乳業の本社があるのは横浜市旭区で、相鉄線の線路のすぐそばです。電車の窓から見えるのでご存じの方も多いかもしれませんが、本社の敷地内にはバラ園があります。創業者がバラが好きだったことから、今もバラ園が受け継がれています。バラは愛情をかけ、努力を惜しまず育てることで、美しい花を咲かせます。同様に、手間暇を惜しまず製品をつくるという考え

から、当社では1982年にバラをコーポレートアイデンティティー（CI）に採用しました。パッケージにバラのマークをデザインした商品も多数あり、横浜市の学校給食に採用されている牛乳もその一つです。「低温殺菌牛乳」は、多くの方々の愛情に支えられ、発売から30年を超えるロングセラー商品へと育ちました。これからも当社のシンボルであるバラを愛する心で、皆さまに笑顔になっていただける商品をお届けしてまいります。（談）



- 「タカナシ低温殺菌牛乳」の商品情報などについては、下記サイトをご覧ください。

<https://www.takanashi-milk.co.jp/products/detail/61>

- 「低温殺菌牛乳」を使った料理やスイーツのレシピを下記サイトで紹介しています。

<https://www.fresh-cream.jp/milkteion/>



①相鉄ストア三ツ境
店の開店時の様子



相鉄ローゼンのあゆみ

1962年に誕生し、現在は52店舗^(※)を展開する
相鉄ローゼン。その60年間の歴史を振り返ります。

(※)2022年11月末現在

相鉄ローゼンの前身

1955年に設立した相鉄不動産^(セ)は、横浜駅西口を開発して横浜駅
名品街や映画劇場、食堂などを開業。その物品販売・飲食店・映画
館業などを引き継いだのが現在の相鉄ローゼンだった。

(*)現在の相鉄不動産とは別会社

1962年8月

相鉄興業設立、相鉄不動産の事業を継承

1963年11月

相鉄沿線で初のスーパーマーケット、
「相鉄ストア三ツ境店」開店〔写真①〕

1979年

「相鉄ストア」30店舗に

1982年9月

相鉄興業と相高が合併、ストア55店舗に。

社名が相鉄ローゼン、ストア名称が
「そうてつローゼン」となる

相鉄ローゼンのもう1つのルーツ

1959年に設立された相高は、食料・日用品を扱う「相高ストア」19店などを県内を中心に展開した。相鉄ストアと違い、当初は昔ながらの対面販売の店だった。





②



相鉄ストア和田町店



1983年1月
1990年3月
1992年6月
2000年1月
2009年6月
2021年4月
2022年1月

… 8月 3月

私鉄系スーパー八社の共同開発商品を販売開始（現「八社会」ブランド）

スーパーマーケットイメージソング「人あざやかに」完成

スーパーマーケットシンボルマーク登場【写真②】

そうてつローゼンウエルカムカード導入

「ローゼン市」スタート

ネイビーブルーの店舗新制服を導入（順次変更中）【写真③】

移動スーパー

「ローゼンGO」開始

そうてつローゼン

アプリ開始

相鉄ローゼン60周年



③店舗新制服

相鉄ローゼンの事業展開

スーパーマーケット以外に、婦人服専門店（「そうてつリリオ」など）・飲食店・映画館などを運営したが、2008年からはスーパーマーケット業に専念。



～相鉄グループの取り組み～

未来のために
 ひと、まち、



ローゼンGO

このコーナーでは、相鉄グループが行っているさまざまな取り組みを紹介します。今回は、2022年1月にスタートした「ローゼンGO」など、スーパーマーケット「そうてつローゼン」の新たなサービスについて、相鉄ローゼンの内崎佐知子さんにお話を伺いました。

お話を伺ったのは



相鉄ローゼン(株)
 店舗開発部 マネージャー
 内崎佐知子

Q 移動スーパー「ローゼンGO」の概要について教えてください。

A 生鮮品や総菜、日用品や生活必需品など約400品目を、冷蔵機能を装備した軽トラックに積み込んで巡回販売するものです。現在は海老名市、綾瀬市、座間市内の公園・介護施設など計23カ所で、週間スケジュールに則して販売を行っています。なお、2022年10月から海老名市と海老名商工会議所による「高齢者支援プロジェクトチーム」が、「買い物支援事業」をスタートしました。「ローゼンGO」も、この事業に参画しています。

Q 「ローゼンGO」に対するお客さまの反響はいかがですか？

A 「ローゼンGO」が巡回販売しているエリアは、近隣に買い物ができる店舗が少ない地域が中心です。特に高

齢のお客さまからは「来てくれて、とても助かる」という声を多数いただきます。何度も足を運んでくださる常連のお客さまも多

く、「ローゼンGO」のドライバーと言葉を交わしながら買い物することが楽しいとおっしゃってくださいる方もいます。

Q 「ローゼンGO」以外の新たなサービスや今後の展望は？

A 2022年7月から、フードデリバリーサービスの「menu」に参画しています。1店舗あたり約4000品目の商品を扱っており、「menu」の



さまざまな商品がそろう「ローゼンGO」

そうてつローゼン
ここがポイント!

- ✓ 地域の利便性の向上
- ✓ 多様化する買い物の形に対応
- ✓ 「買い物をする楽しさ」の提供

アプリから注文を受けて配送しています。現在は横浜・川崎エリアの3店舗で実施していますが、今後は店舗数を増やしていきたいと思っています。

おかげさまで、2022年8月に相鉄ローゼンは創業60周年を迎えました。時代とともにお客さまの買い物の形が多様化していますが、当社としてもしっかりと対応していきたいと考えています。そして、お客さまに「そうてつローゼンにまた行きたい」と思っていただけできるよう、さまざまな形で「買い物をするこの楽しさ」を提供していきたいと思えます。

- 「menu」アプリダウンロードについて
対応OS：iOS/Android



- 「ローゼンGO」について



相鉄瓦版 282



読者アンケートのお願い

相鉄瓦版1月号のご感想や今後載せてほしいことなど、みなさまのご意見をぜひお聞かせください。いただいたご意見は今後の企画・編集の参考にさせていただきます。

アンケート期間：1月8日～1月23日

瓦版アンケートフォーム

<https://e3007.secure.jp/~e3007025/enquete/>



3月18日開業予定、相鉄・東急直通線の
運行ダイヤの概要が決まりました

相鉄では、3月18日開業予定の相鉄・東急直通線（西谷駅～羽沢横浜国大駅～新横浜駅～日吉駅）の運行ダイヤ概要について、次のように決定しました。（本線・いずみ野線の変更内容も含む）

○相鉄・東急直通線を運行する列車は、基本的に「相鉄本線と東急目黒線方面」「相鉄いずみ野線と東急東横線方面」を結ぶ運行を設定。（一部時間帯は例外の設定もあり）

○西谷駅の平日朝ラッシュ時^(※)における東急線方面の列車は、1時間あたり11本を設定。行き先の内訳は、東横線方面が4本、目黒線方面が7本。

（※）7時20分発～8時20分発

○相鉄新横浜線の西谷駅～新横浜駅間は上下合計で約200本を設定。（ほか、新横浜駅を始発・終着とする列車の運行もあり）

○相鉄本線では、都心方面に直通する列車との接続利便性を向上するため、西谷駅発横浜駅行き、横浜駅発西谷駅行きを設定。

○相鉄いずみ野線では、都心方面に直通する列車において、特急の種別を復活。

なお、各駅ごとの詳しい運行ダイヤは、内容が決まりましたらお知らせします。



最短所要時間・運賃

横浜駅西口～軽井沢駅：
3時間35分 片道4,000円

横浜駅西口～草津温泉：
5時間10分 片道4,500円

座席予約・乗車券購入は

WEB予約：「発車オーライネット」
<https://secure.j-bus.co.jp/hon>
電話予約：東急高速バス座席センター
03-6413-8109

営業時間：9:00～18:00
※この路線は、相鉄バス・東急バス・
上田バスの共同運行です。

横浜から草津温泉まで、湯ったりバス旅
高速乗合バス新路線 好評運行中

相鉄では、高速乗合バス「横浜駅西口・新横浜・たまプラーザ・軽井沢・草津温泉」線の運行を、昨年11月から開始しました。高原リゾート地「軽井沢」・日本三名泉のひとつ「草津温泉」まで、横浜から乗り換えなし・トイレ付き観光バスタイプ車両でらくらく・安心アクセス。どうぞご利用ください。

そうじやんの
マナーの
お願い

**飲食は家まで
我慢にゃん!**

車内での
飲食や会話は
控えましょう
※水分補給は除きます

相模鉄道キャラクター
そうじやん

「KNOCKS星川」が開業

相鉄の賃貸マンション「KNOCKS」が、相鉄線星川駅前新たに登場しました。駅からダイレクトにつながる6階建て・92戸。1K～1LDKの間取りに充実の設備仕様。初めての一人暮らしも、二人暮らしにも快適な住まいです。



南向きの明るい室内（1Kタイプ）

充実の設備仕様

スマートロック、24時間セキュリティ、インターネット無料、宅配ロッカー、オール浄水システム、全室エアコン付き、全戸WIC付き、24時間ゴミ出し可能、居住者専用スタディコーナー（Wi-Fi完備）
※限定4戸家電付きプランもございます

お問い合わせは

相鉄不動産販売 賃貸センター
045-319-8966
定休日：水・日・祝日
受付時間：10:00～17:00

いずみ寄席

～新春！鯉昇・市馬 豪華競演～

日時：2023年1月28日（土） 開演14:00（開場13:30）
出演：瀧川鯉昇 柳亭市馬 他

チケット好評販売中 ☎045-805-4000 詳細はこちら



横浜市泉区民文化センター テアトルフォンテ（指定管理者：相鉄企業株式会社）

ちよっとリッチな 冬ディナー



》旬の食材をとっておきの空間で味わう

弥生台駅

レストラン ペタル ドゥ サクラ



生産者との長年の信頼関係があるからこそ手に入る貴重な旬の食材が、確かな技術でとびきりのひと皿に。“弥生台フレンチ”の魔法をぜひ確かめて。

旬の食材にとことんこだわられる難波シエフがこの冬に腕を振るうメニューは、北海道上川郡新得町から届いたエゾ鹿肉のローストと、地元横浜野菜のマリアージュ。新春のハレの日に、シックな個室で上質なディナーはいかがですか？

TEL.045 (443) 5876

◎11:30～15:00 (LO14:00) 18:00～22:00 (LO21:00)

◎休曜(要確認)

相鉄沿線名店プロジェクトでは、地域に根差した「こだわり」の名店をご紹介します。詳しくは、右記QRコードからアクセスしてください。



<https://www.sotetsu.co.jp/fan/meiten/>



友だち追加



LINE公式アカウントを友だち登録していただくと、名店の最新情報やお得情報をLINEでお届けします。登録は左記QRコードからどうぞ。

※新型コロナウイルス感染症の影響で、営業時間や定休日、メニューなどが変更になる場合があります。詳細は各店の電話番号にお問い合わせください。

南万騎が原駅

ツェンロン
真龍～ZHENRON～



採れたて野菜や鮮魚を使ったヘルシー中国料理が評判の上野シエフが、この冬自信を持って提供するのには牡蠣カキの四川甘辛トウガラシ炒め。サクサクの牡蠣のフリッターを、辛味・酸味・甘味が絶妙なバランスのソースと絡めました。すっきりモダンな店内で、ひと味違う中国料理をご賞味ください。

うま味たっぷりのとろける牡蠣はまさに冬の味覚の王道!自家製紹興酒サングリアとともにどうぞ。

TEL.045 (744) 8080

☎11:30～14:00 (LO13:30)

17:30～21:30 (LO21:00)

Ⓜ月曜、火曜不定休

「SOTETSUあしたをつくるPROJECT」

SOTETSU
あしたをつくる
PROJECT

相鉄グループ公式Twitter
「相鉄 公式」@sotetsu_group



「相鉄グループとともにある暮らし」をテーマに、相鉄グループの最新情報やトピックス、沿線の情報などをご紹介します。ぜひ、チェックしてみてください。

https://twitter.com/sotetsu_group/



すずきやかしほ 寿々喜家菓子舗

TEL.045(321)4375

昔ながらの和洋折衷のお菓子

1900年創業で、現在は4代目が店主を務めるお店。70年ほど前から洋菓子もつくるようになったそうで、あんこをパイ生地で包んだ「平沼そだち」(写真①、1個160円)、マドレーヌの「平沼の鈴」(写真②、1個150円)など、和洋折衷のお菓子がショーケースを彩っています。季節の「上生菓子」(写真③、1個250円)や「おだんご」(1本100円)をはじめ、和菓子も充実。



「お客さまのために昔ながらの味を守ってきたいです」と語る、3代目の奥さまの鈴木木恵子さん(左)と、4代目店主の鈴木昌次さん



沿線オススメ店

今号のテーマ

まちの 和菓子屋さん

オススメ!

「平沼そだち」は、こしあんや白あんとハチミツ入りパイ生地の相性が抜群。アーモンドなど3種類の味がある「平沼の鈴」ともども、お土産に最適。



● 横浜市西区平沼1-6-20

☎ 9:30~19:30 (休) 日曜

※ 営業時間や定休日は予告なく変更になることもあります。

特典

本誌をご提示の上、1,000円以上お買い上げの方には、「一口もなか」を1個プレゼント(2023年1月末まで・本誌1冊につき1名さまのみ有効)。



「100年近く続けられているのは、お客さまのおかげ。お客さまからの『おいしい』という言葉が一番の原動力です」と、3代目店主の小澤豊さん

菓子司 増田屋

TEL.046(261)0113

100年近く親しまれている大和の銘菓

こちらは、大和市で一番古いという1927年創業の老舗。市の花である菊をかたどった皮が特徴の「神奈川やまと最中」(写真①、1個150円)は、「大和市推奨品」に選定されているもの。この他、大和市イベントキャラクター「ヤマトン」の焼印がついた「ヤマトンまんじゅう」(写真②、1個130円)、銘酒の酒かすを使った「酒まん」(1個130円)なども評判です。

※新型コロナウイルス感染症の影響で、営業時間や定休日などが変更になる場合があります。詳細は各店の電話番号にお問い合わせください。

オススメ!

北海道産の小豆を使っているというあんこは、上品な甘さ。「やまと最中」はつぶあんと栗あん、「ヤマトンまんじゅう」は黒糖、抹茶、つぶあんが楽しめます。



●大和市大和南1-14-2
 ☎8:00~17:00 (休)日曜



特典

本誌をご提示の上1,100円以上お買い上げの方には、「神奈川やまと最中」を1個プレゼント(2023年1月末まで・本誌1冊につき1名さまのみ有効)。

オススメ!

「小判最中」には北海道産小豆や白ざら糖が使われており、品の良い甘さが特徴。千両箱入り(10個2,630円)もあり、贈答用として人気です。



●横浜市泉区和泉中央北3-1-11

◎10:00～18:00

㊿水・木曜



特典

本誌をご提示の上1,000円以上お買い上げの方には、和菓子を1個プレゼント(2023年1月末まで・本誌1冊につき1名さまのみ有効)。



「常連の方との何げない会話が大きな活力になっています。お客さまの期待に応えられる店であり続けたいですね」と、初代店主の奥さまの浦川陽子さん



和菓子処 泉風月

TEL.045(805)4775

この道一筋の職人が手がける逸品

こちらの和菓子は、この道約60年の初代とキャリア約30年の2代目が手がけたもの。「どら焼き うまいじゃん」(写真①、1個150円)の皮には、泉区の養鶏場の卵が使われています。この他、全国菓子大博覧会で金賞を受賞した「小判最中」(写真②、1個230円)など、和菓子は常時10種類以上。「上生菓子」(1個230円)も、季節ごとに5種類ほど登場します。

※新型コロナウイルス感染症の影響で、営業時間や定休日などが変更になる場合があります。詳細は各店の電話番号にお問い合わせください。

時短で
カンタン

地産地消 レシピ

— 食材編 —



ダイコン

鍋や煮物に欠かせない野菜の一つ「ダイコン」。今の時期、JA横浜「ハマッ子」直売所には採れたての立派な品が並んでいます。太く、真っすぐに育てるには、畑の耕うん具合が重要です。土が堅いと変形してしまうため、農家は農業用機械などを使ってき

め細かくて柔らかな土づくりに励んでいます。

ダイコンは根の白い部分だけでなく、葉も栄養満点。根は、でんぷんの消化を助けるジアスターゼ、葉はβカロテンや鉄分が豊富です。皮にはビタミンPを含み、脳卒中の予防も期待できます。



ダイコンの根は、部位によって食味が異なります。葉に近い部分は甘みがあるので、サラダなどの生食がおすすめ。辛みのある先端は、薬味に適しています。葉は刻んで、みそ汁の具やふりかけにしてもおいしいですよ。

ダイコン生産農家 大川裕司さん

●JA横浜「ハマッ子」直売所 メルカートつおか店

当店ではダイコンをはじめ、豊富な冬野菜を取りそろえています。根菜や葉物は今が旬。新鮮で栄養豊富な横浜の野菜を食べて、寒い冬を乗り切りましょう。

横浜市旭区今宿西町289 TEL.045(953)9558

◎ 8:30～17:00 ㊟ 毎月第1火曜、年末年始 他



※新型コロナウイルス感染症の影響で、営業時間や定休日に変更になる場合があります。詳細は、上記電話番号にお問い合わせください。

協力/JA横浜

「食材編」にあるように、今が旬のダイコンは味も栄養価も抜群。そんなダイコンを使った、家庭でも手軽につくれるレシピをご紹介します。ぜひ、お試しください！

材料

ダイコン	5cm(約150g)
ベーコン	2枚
片栗粉	大さじ1
粉チーズ	大さじ2
塩	ひとつまみ
こしょう	少々
オリーブオイル	大さじ1
パセリ	適量

作り方

- ① ダイコンとベーコンは細切り、パセリは粗みじん切りにする。
- ② ボウルにダイコンとベーコンを入れ、①を加えてよく混ぜる。
- ③ フライパンにオリーブオイルを入れて熱し、②を入れて平らに広げる。
- ④ ③の両面に焼き色が付くまで焼く。
- ⑤ ④を皿に盛り、パセリを散らす。

ポイント

表面がカリッとなるまでしっかり焼けば香ばしくなり、ダイコンのジューシーさが際立ちます。ダイコンの皮は食物繊維やビタミンCも豊富です。むかずに丸ごと召し上がってください。

時短で
カンタン

地産地消

レシピ

＝ レシピ編 ＝

カリッとジューシー ハツシユド大根





料理研究家
鈴木佳世子

企業や自治体の料理教室や食育・防災セミナーなどの講演活動、企業のレシピ開発、防災マニュアル開発も行う。JA横浜「クッキングサロン ハマッツ子」料理講師、野菜ソムリエ、料理教室「ks-cafe」主宰、(一社)危機管理教育研究所防災クッキングアドバイザー他

冬鳥たちの特徴的な模様

こども自然公園の池の周辺で鳥たちを見ていると、特徴的な模様の鳥の存在に気付くことがあります。代表的なものは、首から頭が緑色をしている「マガモ」のオスです。マガモのメスは一見カルガモに似ていますが、くちばしを見れば違いが分かります。カルガモのくちばしが先端のみはっきりと黄色なのに対し、マガモのメスはくちばしの基部や先端がだいたい色で黒色部分との境界が曖昧なことなどから見分けが可能です。マガモは冬鳥として毎年日本に飛来していますが、こども自然公園ではあまり見られません。

次に、くちばしの付け根や目の周りが白く、くちばしに白いリングがある「クビワキンクロ」のメスです。クビワキンクロは北アメリカ北部で繁殖し、冬に北アメリカ南部やメキシコなどに移動しますが、日

本ではまれに迷鳥として確認されることがあり、国内においては珍しい種といえます。



マガモのオス



クビワキンクロのメス

※今回紹介した2種の鳥は、こども自然公園内で2022年11月時点で確認できたものです。移動などにより、2023年1月以降に確認できない可能性もあります。ご了承ください。

こども自然公園

(横浜市環境創造局
北部公園緑地事務所)

横浜市旭区大池町65-1 TEL.045 (353) 1166
二俣川駅から徒歩15分、南万騎が原駅から徒歩7分

ズーラシアの動物たち 〈トウホクノウサギ〉

トウホクノウサギはニホンノウサギの亜種の1つで東北地方から本州の日本海側に生息しています。主に夜に活動し、野生では昼間はやぶの中などで過ごし、ズーラシアで生活している個体も日中は隅の方でじっとしていることが多いです。これは、野生だと天敵である大型の鳥類やキツネなどに襲われても抵抗するすべを持たないノウサギにとって、隠れるという最大の天敵対策でもあります。この対策の効果をより高めるため、トウホクノウサギの体毛は耳の先を除き、夏になるにつれて褐色に、冬になるにつれて白色に変化します。地面の土の色と積もった雪の色に紛れることでじっと動かないノウサギを周囲の景色に溶け込ませ、より見つかりにくくするのに一役買っています。



地面の土と同じ褐色の体毛



積もった雪と同じ白色の体毛

イベント情報

ズラッとウサギ展
～かわいいだけじゃない！ウサギのヒミツ～

期間 ～2月27日(月)

場所 アマゾンセンター

内容 今年の干支であるウサギにちなみ、ウサギのことをもっと知ることのできるパネルを展示します。

お土産紹介



1400円
もちもちうさぎ



よこはま動物園

ズーラシア

横浜市旭区上白根町1175-1 TEL.045 (959) 1000

開園時間／9:30～16:30(入園は16:00まで)

休園日／火曜(祝日の場合は開園し、翌日休園)

▶ 鶴ヶ峰駅または三ツ境駅からバスで約15分

最新の情報は、ズーラシアのウェブサイトをご覧ください。
<https://www.hama-midorinokyokai.or.jp/zoo/zoorasia/>

※本誌掲載のイベントなどが今後中止・変更となる場合があります。詳しくは、上記ズーラシアのウェブサイトまたは問い合わせ先にてご確認ください。

用意するもの

フェルト

花弁5cm×18cm、花裏直径2.5cm、
花芯1.5cm×15cm、葉（好みの色で、
好きな形にピンキングばさみで切る）

マグネット直径1.5cm程度1個、
手芸用ボンド、ミシン、ミシン糸



- 1 花弁のフェルトを半分に折り、端5mmをミシンで縫う。輪の方に5mm間隔で切り込み。
花芯は端を少し残して3mm間隔で切り込み。

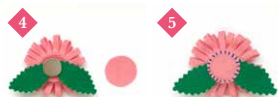
- 2 花芯を丸め、花弁の端を縫い合わせ、巻きつける。

- 3 花弁の巻き終わりを糸でとめる。



- 4 花の裏側に、葉とマグネットをボンドで付ける。

- 5 花裏のフェルトでふたをするように、周囲をかがる。



あうちで楽しむ

ハンドクラフト

Vol.

4

フェルトフラワー のマグネット



ユサワヤ芸術学院 大和校

ニット・ソーイング・和裁・手芸・工芸・
絵画・書道・フラワーアレンジなど、
いろいろな手づくりを楽しむカル
チャースクールです。1回講習なども
お気軽に受講できます。詳しくはウエ
ブサイトをご覧ください。



道ばた

野遊び隊

冬

生きものの冬支度



相川健志

NPO法人Dream eggs
ゆめたま代表 (<https://www.facebook.com/NPO.Dream.eggs.Yumetama/>)。環境コンサルタント、ビオトープ管理士。横浜市泉区・戸塚区を拠点に生態調査や里山保全活動を行っている。

●植木に巻かれた「こも」の中には……

冬に、マツなどの植木にむしろが巻かれている様子を目にしたことがある人も多いと思います。あのむしろはイナワラなどで編んだ「こも」で、漢字では「菰」とも書きます。こもをマツに巻くのは、江戸時代から続く害虫駆除法です。マツの害虫であるケムシは越冬のため、11月ごろにこもの中に入り込みます。そこで、春になるとこもを焼き払い、ケムシを駆除するのです。ただし、こもの中には害虫のケムシよりも、その天敵のカメムシ類やクモ類の方が多いという研究結果があります。そのため、現在では植木にこもを巻くことや、春にこもを焼くことをやめてしまうところも増えています。

そうした中、相鉄線沿線の公園などでは、別の形でこもを利用しているところもあります。春先にこもを外し、そこに集まった生きものを観察するのです。そうした観察会に足を運ぶと多くの生きものを目にする事ができ、冬の風物詩であるこもの中に豊かな世界が広がっていることを実感できます。



寺社参拝の証しに押印される「御朱印」。相鉄線と直通先であるJR線や東急線の沿線に点在する神社やお寺を巡り、「御朱印」をご案内します。

其の十四

春ノ木神明社

希望ヶ丘駅から歩くこと、およそ12分。海拔90m超の高台に「春ノ木神明社」が鎮座しています。社伝によると、創建は室町時代の1570年ごろ。伊勢講の先人が祠やしろを造営し、伊勢神宮から持ち帰った神符しんぷを納めて祀まつったのが始まりとされ、伊弉諾尊いさなぎのみこと、伊弉冉尊いさなみのみこと、天照大神が御祭神となっています。なお、社名は当地の昔の地名である「武蔵国都筑郡二俣川村字春ノ木」に由来します。

相鉄線沿線にある神社で最も高い場所に建っているという「春ノ木神明社」。天気の良い日には、境内から富士山を一望することができます。また、境内には御神木であり、横浜市の名木古木指定を受けている樹高12m超のタブノキがあります。

初穂料300円

※御朱印は毎月1日・15日の9:00～12:00のみの受け付けて、書き置きとなります。



春ノ木神明社
横浜市旭区東希望が丘169
(希望ヶ丘駅から徒歩12分)
お問い合わせは、下記メールまで
info@harunoki.yokohama
<https://harunoki.yokohama/>



相
鉄
線

か
わ
り
ゆ
く
店



そ
う
て
つ
ろ
ー
ゼ
ン

SOTETSU ROSEN

1969年

相鉄ストア和町店。レジでは専用
スタッフが商品の袋詰めを行った



1985年

ローゼン六ツ川店のサッカー台で、
商品をバッグに入れるお客さま

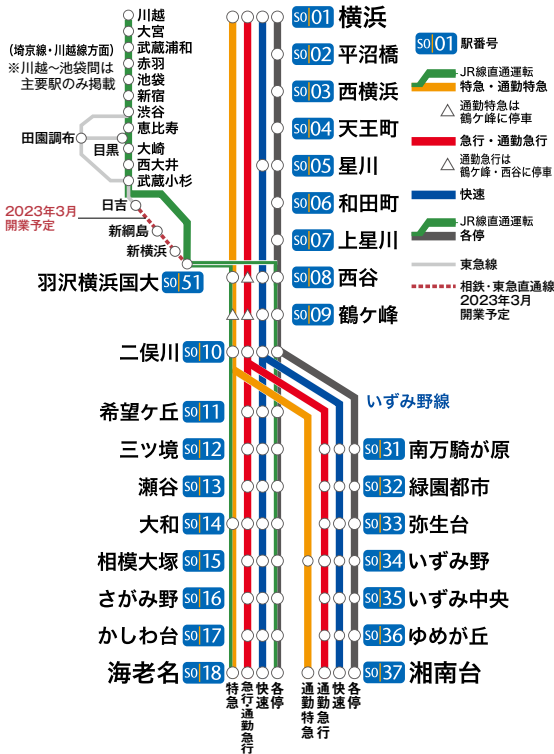


2019年

そうてつローゼン三ツ境店のセ
ミセルレジ



路線図



個人情報の取り扱いについて

- ①お客様の個人情報は、相鉄瓦版の制作に関する使用目的以外に使用することはありません。
- ②お客様の個人情報は厳正に管理し、個人情報保護法に定める個人情報取扱事業者として適正に取り扱います。
- ③お客様の個人情報の取り扱いについては下記URLをご参照ください。
<https://www.sotetsu.co.jp/privacy-policy/>

相鉄瓦版は、相鉄グループのウェブサイトでもご覧いただけます。
<https://www.sotetsu.co.jp/kawaraban/default.htm>

2023年1月8日

発行：相鉄ホールディングス(株)
横浜市西区北幸二丁目9番14号

相鉄お客様センター TEL.045 (319) 2111
[平日9:00～19:00 土日9:00～17:00]

※平常営業（新型コロナウイルス感染拡大防止の観点で、営業時間を変更する場合があります）