～もっと旅を楽しもう～
各スポットの付属情報

F モンサンクレール
近隣のおすすめ宿泊地

東京都内のホテル

ぜひ立ち寄りたい観光スポット
- 東京タワー
- 浅草寺

G 神戸風月堂　神戸元町本店
近隣のおすすめ宿泊地

有馬温泉・新神戸

ぜひ立ち寄りたい観光スポット
- 北野異人館
- 淡路夢舞台

お勧めの宿（満喫プラン）
兵衛向陽閣(6435-001)

お勧めの宿（カジュアルプラン）
ANAクラウンプラザホテル神戸(6433-031)

H 北菓楼　砂川本店
近隣のおすすめ宿泊地

札幌市内のホテル

ぜひ立ち寄りたい観光スポット
- 札幌市時計台
- 大通公園

I 治一郎　大平台本店
近隣のおすすめ宿泊地

舘山寺温泉

ぜひ立ち寄りたい観光スポット
- 浜名湖ガーデンパーク
- 舘山寺ロープウェイ
- うなぎパイファクトリー

お勧めの宿（満喫プラン）
星野リゾート 花乃井(5403-005)

お勧めの宿（カジュアルプラン）
舘山寺サゴーロイヤルホテル(5403-004)

J 豊島屋　本店
近隣のおすすめ宿泊地

鎌倉

ぜひ立ち寄りたい観光スポット
- 高徳院
- 鶴岡八幡宮

お勧めの宿（満喫プラン）
鎌倉プリンスホテル(4242-007)

お勧めの宿（カジュアルプラン）
鎌倉パークホテル(4242-006)

場 場所　時 時間　休 お休み

※掲載情報は2012年11月現在のもので、変更の可能性があります。
必ず事前に各施設・店舗等へお問い合わせください。

源氏の由可里　各1個368円

ゴーフルでおなじみの名店が、源氏物語の世界を表現

「ゴーフル」で有名な神戸凮月堂の本店限定商品は、源氏物語の世界を生菓子で表現した「源氏の由可里」。総数約200種類の中から、毎月6種類ずつが提供されます。小さなお菓子の中に、作中の場面を表現するための"想像力"と"繊細な技術力"は見事の一言。

G 神戸凮月堂　神戸元町本店
場 神戸市中央区元町通3-3-10
時 10:00～19:00（レストランは18:30L.O.茶寮は10:30～18:30、18:00L.O.）
休 年中無休（レストランは第2・3木曜日、茶寮は毎週水曜日）

ウィークエンド 1本735円

物産展の常連店がおくる、週末限定ケーキ

生地にオレンジをたっぷり練り込んだパウンドケーキを糖衣でコーティング。「ウィークエンド」の名前通り、毎週末金曜日から、北菓楼砂川本店限定で発売されます。その日中に売り切れることもあるので、確実にゲットするなら金曜日がねらい目。

H 北菓楼　砂川本店
場 北海道砂川市西1条北19-2-1
時 9:00～19:00（喫茶フロアは17:00まで、16:30L.O. お食事は11:00～15:00）
休 元日

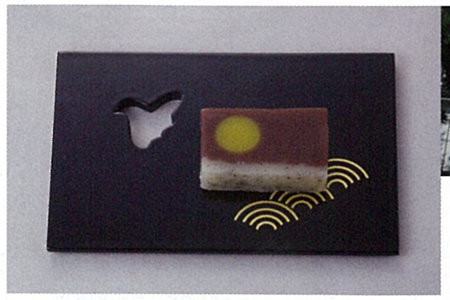
バウムクーヘン界の巨頭が放つ、絶品の限定プリン

バウムクーヘン好きの間で高い人気を誇る治一郎が、本店限定で提供するプリン。卵は卵黄だけを贅沢に使い、北海道産の原乳から作ったミルキーな生クリームをたっぷり混ぜ合わせることで、とろける濃厚な味わいを生み出しています。

治一郎のプリン 1個350円

I 治一郎　大平台本店
場 静岡県浜松市西区大平台3-1-1　時 9:00～19:00　休 年中無休

鎌倉の名所を和菓子で描いたのは、「鳩サブレー」の老舗


由比の濱 3個入840円

「鳩サブレー」でおなじみの豊島屋には和菓子も多く販売されています。中でもオススメは、本店がある鎌倉の名所・由比ガ浜をモチーフにした「由比の濱」。砂浜の夜景を見事に表現した一品は、目と舌の両方を楽しませてくれます。

J 豊島屋　本店
場 鎌倉市小町2-11-19　時 9:00～19:00　休 毎週水曜日

行かなきゃ出会えぬスイーツの悦び 第2弾 ②

あのお店の、あの本店だけ！ 本店限定のスイーツ

このページでは、地方発送対応していないスイーツの中でも、よりプレミアム感が高い商品をチョイス。「百貨店やメディアでおなじみのショップが、本店限定で販売しているスイーツ」を紹介します。

モンサンクレール 1個420円

「美味しそう!」と目利き人・里井さん

人気パティシエ辻口博啓シェフの、「原点」だけで味わえるケーキ

コンセプトの異なる12のブランドを展開する辻口博啓シェフの、「原点」という位置づけのショップ「モンサンクレール」。その店名を冠したコーヒー風味のケーキは、氏の思い出の地南仏モンサンクレールの丘をイメージした一品です。

F モンサンクレール
場 東京都目黒区自由が丘2-22-4　時 11:00～19:00（サロンは17:30L.O.）　休 毎週水曜日（臨時休業あり）

本店限定商品の源流にデパ地下スイーツが!?

〝限定〟と名のつくプレミアム系商品には、つい興味をそそられてしまうという目利き人・里井さん。「あるお店では、発売期間が1ヶ月弱しかない期間限定スイーツを買うため、朝8時から配られる整理券を求めてお店の前に並んだこともあります。そのときは、朝7時にお店に到着した時点で、すでに100人の行列ができていましたけど（笑）」。わざわざ現地まで足を延ばした上、さらに並んでまで購入した商品を味わう。そんな〝手に入れにくさ〟が逆に喜びとなる不思議な面が、プレミアム系商品にはあるのです。

「今の本店限定スイーツの源流には、伊勢丹の〝オンリー・アイ商品〟に代表されるデパート限定商品の存在や考え方の影響がある気がします。そもそも、スイーツの価値観がここまで引き上げられた背景には、デパ地下スイーツブームが大きく関わっています。ブームの始まりは、1998年頃から。実はこの頃から、〝数量限定〟〝季節限定〟というPRの仕方が増え始めました。また、〝スイーツ〟という言葉が一般化していったのも、この頃からなんです」と里井さん。

「ブームが熱狂的に盛り上がった2005年頃にかけては、百貨店同士の争いも熾烈でした。そんな中で、例えば〝伊勢丹にしか入っていない海外ブランドのチョコレート〟に大行列ができたものです。こうした〝百貨店だけで買えるスイーツ〟がステイタスを誇った時代がいったん落ち着き、今あらためて、逆に〝百貨店では買えないスイーツ〟が注目されるようになったと言えるかもしれませんね」。