



慶應義塾大学ビジネス・スクール

カステラ産業に関するノート

5

日本の銘菓として、全国的に有名な長崎カステラは16世紀にポルトガル人により、日本へ伝えられたといわれる。長崎カステラの語源については諸説があるが、次に紹介するのが最も一般的である。「元来カステラという言葉はポルトガル語で今のスペインの北部および中央部を占めたカスチラ王国がその語源である。

カステラはスペイン語ではビスコチョーといわれ、スペインで古くから伝わった菓子で、同国 10 各地で作られたが、特に僧院や修道院の名物となっていた。このような事情を考え合わせると、日本にカステラを初めて伝えたのは天文年間に平戸へ渡來したフランシスコ教会の神父であり、同時に菓子名もその由来するカスチラ王国の国名をそのまま用いてカステラとなったものと思われる。なお、フランシスコ・ザビエルが平戸へ渡來したのは天文 19 年（1550 年）のことであった。このようにして日本に伝承されたカステラの製造技術は開港場である平戸が長崎に移ると、それに伴なって長崎へ伝えられ、ここにおいて歴代の製造業者へ継承され、次第に日本独得のカステラへと進化していった。 15

現在、長崎には創業寛永元年（1624 年）、あるいは天和元年（1681 年）という老舗が幾つもある。」

20

カステラの市場

カステラは高級菓子としての長崎カステラとスポンジ・ケーキに近い低価格カステラの 2 種類に大きく分類される。後者は最寄品として、自家消費を目的として購買されるのに対し、前者は主に贈答用として購買されると考えられる。市場規模については、前者と後者の比率は明らかでないが、全国におけるカステラ消費については推定できる。 25

総理府統計局による家計調査年報によれば昭和 50 年における 1 世帯当たりのカステラ年間消費は 1,470 円であり、これには贈答品として受取ったカステラの消費も含まれている。1 世帯当たりの菓子消費は年間 45,779 円であるから、菓子消費に占めるカステラの割合は 3.2 % に相当する（附表 1 参照）。同年における全国の世帯数は 32,268,000 とすれば、昭和 50 年における家庭でのカステラ消費は約 470 億円と推定できる。 30

本ノートは中小企業振興事業団の資金に基づき慶應義塾大学ビジネス・スクール助教授柳原一夫により作成された。慶應義塾大学ビジネス・スクールは当事業団の好意ある許可を得て、これを教育に使用するため再製した。