

次の文章を読み、設問に答えなさい。

ドイツ生まれ日本育ちのパウムクーヘンが100年越しに「帰郷」を果たした。販売するのは、戦禍に巻き込まれた職人をルーツに持つ洋菓子のユーハイム(神戸市)。本場ドイツでは東西分断や厳しい規制などを背景に知名度は低い。日本で1世紀をかけて育った技術が祖国の味を復活させる。

2日、独西部マインツの屋台でユーハイムがパウムクーヘンを切り売りした。フリージャーナリストのトーマス・デイル・ホルターさんは「しつとりしておいしい。絶対ドイツで人気になるよ」とうなずく。ドイツ菓子だと伝えると「え? 日本の名物だと思った」と驚いた。

年輪のような見た目からドイツ語で「木のケーキ」という意味のパウムクーヘンだが、実はドイツでの知名度は高くない。一部地域のクリスマス贈答用や観光地で販売しているだけで、名前は聞いたことがあっても、食べたことがない若者は多い。

独北部ザルツペーデル、東部ドレスデン、コトブスで伝統的に作られ、19世紀後半には全国に広まっていた。しかし1949年に東西分断し、3都市はいずれも東ドイツに属した。経済格差から腕のいい菓子職人は西ドイツに流出し、技能伝承が難しくなった。

専用オープンで焼き具合を見つつ一層ずつ回転させながら作るため、職人の高い手焼き技術が欠かせない。生地も粘り気や厚みを出す乳化剤・膨張剤などを混ぜれば機械で自動的に均一積層でき、量産が可能になるが添加物を少しでも使うとパウムクーヘンと名乗れず「工業菓子」と明記しないとけない法律がある。

専門の職人が必要なら、厳しい規定で量産が難しく、パウムクーヘンは次第に廃れていった。数年前には専用のオープンを作っていた最後の独機械メーカーも生産中止を決めた。

日本のパウムクーヘンの歴史は1919年に遡る。第1次世界大戦で日本軍の捕虜となったドイツ菓子職人のカール・ユーハイムさんが後の「原爆ドーム」となる広島県物産陳列館で提供し、好評を博した。22年に横浜でユーハイムを創業。関東大震災で被災したため神戸に移転した。

全国に人気広がったのは80年代、年輪が「繁栄」を象徴するとして結婚式の引き出物の定番となったことがきっかけ。2000年代に入ると「治一郎」などの専門ブランドが登場、百貨店で「パウムクーヘン博覧会」が開かれ、300種類以上が集まるなど日常の菓子として定着した。

ユーハイム4代目社長の河本英雄さんは「20近い積層が生む絶妙な口当たりがパウムクーヘンの持ち味。創業者の思いに応え、発祥の地で広げていきたい」とドイツ展開の意欲を語る。なぜ今になって改めてドイツ販売を始めるのか。

ひとつは先に触れたドイツの添加物規制だ。ユーハイムは2020年に「純正自然宣言」を発表し、以降販売するパウムクーヘンにはチョコレートコーティングを含め一切の添加物を使っていない。これでドイツでも嗜れてパウムクーヘンを名乗れるようになった。

別の理由が、20年に完成した人口知能(AI)搭載の専用オープン「THEO(テオ)」だ。画像センサーでレンジや焼き上がりを機械学習し、職人の手焼きをリモートや無人で再現できるようにした。

ユーハイムは発祥の町のひとつ、コトブスからパウムクーヘンづくりの指導も請われた。1世紀分の年輪を刻み、大樹に育った日本のパウムクーヘンが「逆輸入」で祖国の味復活に乗り出す。

〔パウムクーヘン 100年越し帰郷 ユーハイム、独で「逆輸入」 祖国の味救えるか〕日本経済新聞 2025年8月9日 夕刊

設問一 パウムクーヘンについて、発祥地ドイツで知名度が低く、日本で知名度が高い理由を500字以内で述べなさい。

設問二 日本企業ユーハイムが、ドイツでパウムクーヘン作りを展開することが可能となった理由について300字以内で述べなさい。

注意事項

- 一 各設問の解答の文字数が少ない場合は、大幅に減点する。
- 二 解答は縦書きとする。横書きしたものは無効とする。