vinetur

Di Stefano、ピスタチオ加工残渣を使った皿とパネットーネのクリスマス限定セットを発表

シチリアの菓子メーカーDi Stefanoが創業40周年を記念し、パネットーネ・マグナムと加工残渣から3Dプリントした限定プレートを組み合わせる

2026年11月16日（月）



イタリアの菓子メーカーDi Stefano Dolciariaは10月12日、2026年のクリスマスシーズンを、家族経営の同社にとって二つの節目を軸に展開すると発表した。創業40周年と、同社がクリスマス・カプセルコレクションの10周年と位置づける節目だ。このホリデー企画では、パネットーネ・マグナムに限定デザインのオブジェを組み合わせている。

アグリジェント県ラッファダーリに本社を置く同社は、1986年に家族経営の菓子工房として創業し

た。同社の資料によると、パオロ・ディ・ステファノが息子のエンツォ、ベンヴェヌート、セッティミオとともに立ち上げた。創業から40年を迎えた同社は、記念の年にシチリアのルーツを打ち出すとともに、新たなフレーバーの組み合わせ、食事制限のある消費者向けの商品、現代デザイナーとのコラボレーションを含む幅広い商品戦略を強調している。

2026年のラインアップの中心となるのは、新作パネットーネ「Panettone Fichi e Zenzero」だ。シチリア産イチジクの砂糖漬けとショウガを組み合わせ、エクアドル産チョコレートを使ったダークチョコレートでコーティング。コーヒーパウダーとトンカ豆を加えて仕上げている。同社はこの商品を、ホリデー商品群の主力食品として紹介した。

Di Stefanoは、「フリー・フロム」と呼ぶ特定成分不使用のシリーズにも新たに力を入れている。グルテンフリー商品には、グルテンフリーのサワードウ種、イタリア産バター、新鮮な卵を使ったパネットーネがある。同社が挙げた商品は、Panettone al Pistacchio da Farcire、Panettone al Cioccolato Siciliano in Gocce、Panettone Mandorlato Siciliano、Dolce Carrubo, Arancia & Cioccolato Sicilianoなど。

同社によると、乳糖不使用シリーズの主力商品は、乳脂肪の代わりにエキストラバージンオリーブオイルを使ったホリデーケーキ、Dolce Carrubo, Arancia & Cioccolato Sicilianoだ。Di Stefanoは、この商品が2026年に、乳糖不耐症に取り組むイタリアの団体AILI（Associazione Italiana Latto-Intolleranti）から評価を受けたと発表した。同社は、季節の菓子をより幅広い消費者に届ける取り組みの一環として商品を拡充しており、製造における自社のアイデンティティーは維持するとしている。

エンツォ・ディ・ステファノは声明で、二つの周年は節目であると同時に、シチリアのアイデンティティーを事業の中心に据えながら成長への投資を続ける機会だと述べた。同社は研究、新たなフレーバーの組み合わせ、さまざまな消費者ニーズへの配慮に注力してきたとし、カプセルコレクションは菓子づくりとアート、デザインを結びつける取り組みだと説明した。

デザイン企画の中心となるのは、2026年のホリデーシーズン向けに、バルセロナを拠点とするStudio Luca Hugo Brucculeriのルカ・ウーゴとイリス・ブルックレーリが制作した限定プレート「Traccia di vento」だ。Di Stefanoによると、このプレートはパネットーネ・マグナムに添えられる。同社が2015年から続けている形式だという。2026年版のオブジェは、3Dプリントと素材研究を専門とするマドリードの企業LOWPOLYと共同で開発した。

同社によると、LOWPOLYはピスタチオ加工で生じる廃棄物を原料とした新しい複合バイオマテリアルを使ってプレートを制作した。LOWPOLYによれば、同社のLOWIMPACTプロセスでは、ピスタチオ生産で生じる有機残渣をデジタル製造の資源へと転換する。このコラボレーションにより、Di Stefanoを代表する原材料の一つが、食品ではなくデザイン向けの第二の素材として活用される。

この作品は、アグリジェント沿岸の風景に着想を得た「風」の表現として紹介された。同社の説明によると、重なり合う曲線的な形状で動きや変化を表現している。こうした芸術的な表現はブランドのホリデー向け演出の一部だが、製造面の特徴も商業的に同じほど重要となる可能性がある。この企画によってDi Stefanoは、高級食品と生産廃棄物の再利用や循環型デザインをめぐる議論を結びつけることができる。

今回の発表からは、同社が複数の方向性を同時に打ち出してクリスマス商品群を展開していることがうかがえる。一つは伝統だ。1986年にシチリア西部で始まり、現在もイタリアのホリデー菓子を中心に据える事業の歩みがそれを支える。二つ目は商品多角化で、特にグルテンフリーや乳糖不使用の商品を通じ、個別の食事ニーズに応えている。三つ目はコレクター向けデザインによるブランドの拡張だ。パネットーネを季節の焼き菓子としてだけでなく、限定オブジェの一部として販売する。

Di Stefanoの会社概要によると、商品は現在もラッファダーリで製造されており、パネットーネ、スプレッド、イースターケーキ、ジャムなどを扱う。同社は乳化剤と保存料を使わず、原材料の混合から包装まで、製造の全工程を社内で行っているとしている。2026年のクリスマスキャンペーンでは、こうした職人的な姿勢と並んで、デザイン分野との連携や素材研究を通じ、創業の基盤となったシチリアのアイデンティティーを守りながら事業の幅を広げられるというメッセージも打ち出している。