

## CURRENT

[ カレントニュース ]

No.

21



特集

進化を続ける食べ放題ビジネスの今

「満腹」「オトク」から「楽しく」「ヘルシー」へ。

味覚逍遥・ふるさとの味探し  
〈秋田の食探訪〉

名物にうまいもんあり!  
味覚の宝庫、  
食都・秋田の食いしん坊旅

Information  
タニコーの企業力紹介  
システム事業部5課

業務用厨房の  
タニコーが手がける、  
家庭用システムキッチンの実力

「満腹」「オトク」から「楽しく」「ヘルシー」へ。

# 進化を続ける 食べ放題ビジネス



「食べ放題」が今、再び脚光を浴びている。かつてのブームでは、(味はさておき) 満腹感やオトク感、そして、何よりも切り口の新しさが大衆の心を掴んだ。

しかし、今回「食べ放題」というスタイルが再び人気となっている背景には、そうした以前の価値とは異なる、大きく進化した魅力があると言われる。

満腹やオトクに変わって浮上するキーワードは、楽しさ、ヘルシー。

百花繚乱とも形容され、大きな進化を遂げつつある食べ放題ビジネスの今をレポートしてみたい。





# の今

## 逆境の中、 ひとり気を吐く食べ放題ビジネス

天井知らずの高騰を続ける原油価格を背景に、気が付けば何もかもが値上がりが続いている日本。特に、小麦を中心とする食品の急激な値上がりは、家計を直撃している。もちろん、その影響はそのまま外食産業にも当てはまるもので、食材の高騰による利益率の悪化のみならず、外食を控える人が増えたことによる、売り上げの低下が深刻なものになっている。

しかし、こんな逆境の中であって、ひとり気を吐きブームとも呼べる盛況を誇っているのが、食べ放題ビジネスである。その象徴が、複合型商業施設（ショッピングモール）の飲食店街や集合型飲食施設における、食べ放題実施店舗の比率であり、集客力だ。

神奈川県内最大級を売りものに、昨年3月にオープンした、ららぽーと横浜（三井不動産）を例にとってみると、飲食店23店舗（独立店舗のみ）中、3店舗が食べ放題の実施店。どの店舗もランチ限定といったパートタイムの実施ではなく、終日食べ放題のみを行なっていることが特徴だ。

今やどんな飲食テナントを入れられるかが、複合型商業施設の成否を分けるとまで言われる中、完全食べ放題スタイルの店舗を3店舗も構成する訳はたった一つ、高い集客力が見込めるからに他ならない。

ららぽーと横浜きっての繁盛店で、和食、洋食から中華まで、バリエーション豊富な料理で人気の食べ放題店、BUFFET EX BLUEに足を運んでみた。



入店したのは、平日の午後3時。昼食と夕食の中間の時間帯であるにも関わらず、少なくない客が店にいたことにまず驚かされる。客層

は、ファミリー、カップル、中年女性のグループ、そして、スーツのビジネスマンまで幅広い。店に入るとすぐに目に飛び込んできたのは、目に鮮やかな色とりどりのフルーツやデザート類。そして、ライブ感のあるオープンキッチンの前には、洋食、中華のメニューがズラリと並び、独立したコーナーでは、和食が提供されていた。

まず感じるのは、料理の豊富さとディスプレイの巧みさだ。ぐるりと一周料理を見て回るだけで楽しく、自然と食欲が沸きあがってくる。もちろん、熱いものは熱く、冷たいものは冷たくといった、料理の基本が徹底して管理されているのもさすが繁盛店といった印象だ。

さらに、個々の料理を見てみると、話題の健康食材ムラサキ芋を使った「ムラサキ芋のサラダ」や青パパイヤをはじめ、色とりどりの野菜をシェイクした「コールスローレインボー」、そして、低カロリーで栄養価の高い和惣菜を充実させるなど、ヘルシーさを求める現代人にアピールするメニュー構成が目についた。

ららぽーと横浜の他の店舗では、同じ時間帯にほとんど客が入っていない店もあるなか、BUFFET EX BLUEには客足が途絶えない。この事実こそが、進化した食べ放題の実力なのだろう

## Shop Data



## BUFFET EX BLUE

buffet エクスブルー

横浜市都筑区池辺町4035-1 ららぽーと横浜2F

TEL / 045-929-2635

営 / ランチ 11:00 ~ 17:00

ディナー 17:30 ~ 23:00

休 / 無休

料 / ランチ 大人 1,575円 小学生1,050円

ディナー 大人 2,100円 小学生1,280円

<http://www.buffet.jp/exblue>

## The Interview

BUFFET EX BLUE 高橋靖行マネージャー



BUFFET EX BLUEの顧客ターゲットは？

「平日と週末・休日やランチとディナーでも、来店されるお客さまの層は多少異なりますが、店のコンセプトとしては、お子様からお年寄りまで、全世代のファミリー層にご利用いただける店を目指しています」

バラエティに富んだ料理構成も、広い層にアピールするため？

「そのとおりです。例えば、三世代のファミリーで食事に行かれる場合、どうしても食べたいものが異なります。例えば、お子さんはハンバーグが食べたいけれども、おじいさんおばあさんは和食にしたい、といったことです。そうした場合には、誰かが我慢しなければならないわけですが、当店では、すべての要望にお応えできる料理のラインナップを揃えることでファミリーにアピールしています」

食べ放題の店を維持していくために、もっとも気を遣う部分はどこでしょう？

「ポイントの一つは、お客さまを飽きさせないことでしょう。当店では大きなメニューの改定を年に4回、マイナーチェンジを含めると年に8回メニューを変えて、お客さまに常に新鮮な楽しさをご提供できるように努めています。また、こうした充実した料理を提供することに加えて、当店では、「楽しさ」を演出することにも意識をおいています」

楽しさとは具体的にどのようなことでしょうか？

「やはりbuffetスタイルのレストランは、単に食事をするだけでなく、その前の料理を選ぶところにも大きな楽しみがあるわけです。そのワクワク感をキッチンと提供することも大切なことだと思います。当店では、オープンキッチンでライブ感を出したり、調理人が直接お客さまにサーブしてお料理を提供するといったことを行なっていますが、こうした趣向も楽しさ、ワクワク感を盛り上げるための演出です」



## 食べ放題のルーツは、あの超一流ホテルのレストラン

そもそも食べ放題はいつからはじまったのか？日本における食べ放題のルーツを探ると、意外にも、あの超一流ホテルである帝国ホテルにある、一軒のレストランにたどり着いた。

その名は「インペリアルバイキング」。カンのいい言い方なら、食べ放題=バイキングという関係性にすぐに気が付かれるだろう。日本では、(近頃では、buffetと名乗る店もふえているものの)長い間食べ放題を「バイキング」と呼んでいたが、それは、帝国ホテルのこの店からきていたのだ。



1957年、帝国ホテル支配人だった犬丸

氏が旅先の北欧デンマークで出会ったのが、魚介料理などを自由に好きなだけ食べられる食べ放題であったという。犬丸氏は帰国後、後に帝国ホテルコック長となる村上信夫氏にこの食べ放題のアイデアを伝え、帝国ホテルでも実施せよとの指令を出した。ちなみに、なぜ店がバイキングという名称になったのかには諸説あるが、その一つが、当時、北欧のイメージといえばバイキングだったから、というなんとも頼りないもの。それでも、1958年にオープンした日本発の食べ放題レストランは大変好評を博し、バイキングは食べ放題の代名詞となったわけだ。

その後、食べ放題(バイキング)は、時代と共に盛衰を繰り返しながら、確実に一つの飲食店の営業スタイルとして日本に根付いてきたことは周知のとおりだ。

ただし、発祥こそ超一流ホテルのレストランであった食べ放題だが、広く一般に広まったのは、昭和40年代後半から50年代にかけて起きたブーム。そのときは、味やサービスはさておき、お腹いっぱい食べられるといった満腹感や、その割にリーズナブルといったオトク感、そして、好きなものを好きなだけ食べられるといった新しさが大衆の心を掴んだ。その後も、食べ放題=安かろう悪かろう的な負のイメージは、少なからず消費者の共通認識としてあったはずだ。

でも、現在飛躍的な進化、多様化を遂げ、脚光を浴

びている食べ放題店には、以前のような負のイメージは全く感じられない。それどころか、一流ホテルがこぞって食べ放題を採用し、シーンを牽引してきたことなどから、高級路線の食べ放題という新たなジャンルすら生まれているのだ。まさに、食べ放題は新時代に突入したと言っていいだろう。

## 非日常を味わう、 高級なビストロ(食堂)

好きなものを、好きなだけ食べることができる。もしくは、たくさんの種類の料理を少量ずつ楽しむこともでき、エンターテインメント性も楽しめる。消費者における食べ放題のメリットがこうしたものならば、店側のメリットはいったい何なのか？ 食べ放題とは縁の深い、焼肉店のオーナー斎藤晋氏を訪ねた。

斎藤氏がオーナーを務める千山閣(新横浜店)は、横浜の老舗焼肉店。低価格路線で大衆化を図るチェーン焼肉店とは一線を画す、高級路線の焼肉店である。しかし、この店も、数年前の一時期に、食べ放題を導入した経験を持っていた。

「経営者から見て、食べ放題には幾つかのメリットがありますが、いちばん大きいのは、人件費の削減効果でしょう。食べ放題の店の多くは、料理を置くコーナーを作り、セルフサービスでお客さまに料理を取ってもらいますし、基本的にオーダーを聞く必要もないわけですから、ホールに配置する人員を大幅に減らすことができます」

斎藤氏はさらに、調理場の人員についても同様に、多くのメニューに細かに対応するといった必要がなくなるため、人員を絞ることは可能と、続ける。人件費をいかに抑えるかは、経営者にとってもっとも頭を悩ませる部分であることから、食べ放題という営業スタイルは店にとっても“うまみ”のある商売というわけだ。

さらに、斎藤氏は続ける。

「食べ放題のもう一つ大きなメリットは、高い集客力です。これは、私自身、一時期食べ放題を導入した経験から実感していることですが、食べ放題という言葉は、お客さまにとってはやはり魅力的。食べ放題をはじめると、驚くほど来店客数は増えます」

人件費は減らせる、客数は伸びる。店にとって大きなメリットをもたらす食べ放題であるにも関わらず、千山閣はわずかの期間で食べ放題から撤退してしまう。それはなぜか？ 斎藤氏は、こうしたメリット以上のデメリット、リスクがあったことを語ってくれた。



「千山閣が食べ放題から徹底した理由は、先程挙げたメリットをほとんど享受できなかったからです。と言うのも、当店の食べ放題は、通常メニューを残したまま、実施したために、ホールの人員は全く減らすことはできず。さらに、調理場に関しても、通常メニューと食べ放題メニューの2つの料理を作る作業をこなさなければならないため、混乱が生じてしまいました。また、そんな中で店にとって一番堪えたのは、長年通ってくれていた常連さんの足を遠のけてしまったことでした。大切なお客さまに、食べ放題をやるような店なのか、と失望させてしまったのです」

現在、千山閣新横浜店は、従来の通りの銘柄牛にこだわった高級化路線で再び人気の店となっているが、斎藤氏はこうした「失敗」を踏まえて、食べ放題ビジネスにもリスクが潜むことを教えてくれた。



オーナーの斎藤氏



### Shop Data

#### 千山閣

SENZANKAKU

横浜市港北区新横浜3-7-7  
新横浜ポビル

TEL / 045-477-1129

営 / 月～金 11:30～24:00、  
(14:30～17:00 colse)

土・日祝 17:00～24:00

休 / 無休

<http://www.shinyoko-prime.jp/>

## 進化を続ける食べ放題は、 どこへ向かうのか？

さて、進化し続ける食べ放題ビジネスはこれからどこに向かうのか？ その一つの答えが外食チェーンを手がける大手外食産業企業の動きから垣間見えてくる。

まず、今回の取材でご協力いただいたBUFFET EX BLUE（ららぽーと横浜内）を運営するニラックス株式会社は、すでに様々なスタイルの食べ放題店舗を全国に展開しているが、今年に入ってもその勢いはとまらず、横浜、堺（大阪）、入間（埼玉）などに相次いで新機出店を果たしている。

各店のメニューを見ると、基本はやはりヘルシー志向。今年3月にオープンした「buffet garden plants」（横浜）は、よりそうした傾向が強く、野菜や豆・雑穀などを使ったヘルシーメニューをたっぷり提供している。

昨年10月、赤羽、昭島に続き、3店舗目のイトーヨーカドー内buffet店「pastalante buffet」船橋店をオープンさせたのは、セブン&アイフードシステムズ。ゆでたてパスタ、焼きたてパンが売り物で、ドリア、ピザ、煮込み料理など、南欧風料理を中心にするこの店は、料金も大人1,280円（2時間）とリーズナブルに抑え、スーパーの買い物客の

取り込みを視野に入れた、低価格路線を打ち出しているのが特徴だ。

“パリの街角のブラスエリー”をコンセプトに、「ブラスエリー アンブラッセ」を出店したのは、100店100業態を中期目標に掲げるダイヤモンドダイニング。「ブラスエリー アンブラッセ」は49店目の新業態となるフレンチbuffetで、「たまプラーザテラス ゲートプラザ I」（横浜市）に、昨年10月にオープンした。

変わっているのは、最初に週替わりメニューの南仏伝統料理の煮込みや魚・チキンのグリル、ガレットといった肉・魚料理からメインの一皿を選択させること。それ以外のオードブルやサラダ、パン、スイーツといった料理はbuffet形式で選択。食べ放題の店だが目玉を作ることで、料理でメニューで飽きさせない工夫をしている。

永谷園の100%子会社、サンフレックス永谷園は、buffet形態の自然食レストランチェーン「自然食食堂 自然食バイキング」（東京、横浜など5店舗）において、健康素材を使ったお料理教室（「健康という結果の出る食生活」）の開催や、有機・特別栽培の野菜を朝市として店頭を用意するなど、自然食、健康にさらに踏み込んだ展開をみせている。

「ザ シティ ビュッフェ」を運営するクリエイト・レストランツ（三菱商事系）も、野菜を中心とした自然食メニューを提供する自然食バ



イキング「はーべすと」(35店舗)を積極展開中。08年2月期の上半期だけでも、「はーべすと」系10店舗を新規出店したほか、既存不振店7店舗のうち3店舗をbuffeに業態変更している。

同社は、洋食buffe「カントリーキッチン」、和洋中総合バイキング「太陽のごちそう」「大地の食卓」「みりの杜」、デザートバイキング「デザート王国」、イタリアンbuffe「ポルトフィーノ」、中華・飲茶バイキング「香港蒸籠」といったbuffeスタイルの多業態を展開する。

東京ディズニーリゾートを運営するオリエンタルランドの子会社、アールシー・ジャパンも、今年3月に南柏(千葉)に、「ヘルシー」「安心」「自然」をキーワードにした和食buffeレストラン「自然派バイキング わらべ」を出店。3号店となる同店は、150席を擁する初の独立路面店として力を入れる。

高級化を打ち出しているのは、昨年10月、福岡天神の商業ビル「ソラリアプラザ」にオープンしたバイキングレストラン「ザ・ワールドグルメ アレッタ プレミアム」(「アレッタ」は、(株)ジャスマックがプロデュースするバイキング形式のレストラン)。“ワンランク上のプレミアムな大人のバイキング”をキャッチコピーに、豪華な内装が話題を呼んでいる高級路線の食べ放題店だ。

料金はランチが大人1,980円(平日1,780円)、ディナー2,480円(2,280円)など。同じ天神にある商業ビル天神イムズには、健康家族応援レストラン「野の葡萄」

(153席)も出店している。

食べ放題という言葉一つではくくりきれない、まさに百花繚乱、多種多様な食べ放題店が全国に展開されている今、「安心・安全」はもとより、「楽しさ」や「ヘルシー」といった新しい魅力が、食べ放題にも求められていることは間違いないところだ。それをアピールできている店は、売り上げをのぼし、ここに挙げたように、確実に来客数を増やしている。

ただ一つ気になるのは、冒頭で述べた食品価格の高騰。消費者からすれば、定額で存分に食べられる食べ放題店はとてもありがたい存在であろうが、経営視点で考えれば、このままさらに厳しい状況が続くようならば、果たして現在の価格、料理のクオリティを維持できるのか。また、あらゆる価格の値上がりで、家計も節約ムードがさらに高まることは必至。今回の食べ放題ブームは、この原油高という難敵とどう向き合うのか。店側、消費者側共に、今後の動向から目が離せない。



## 時にはこんな“変り種”食べ放題!



### ●KFCフライドチキン

KFC(ケンタッキーフライドチキン)の店舗に、フライドチキンやバスタ、ごはんなどが食べ放題の店舗「カーネルbuffe」があることは意外に知られていない。もっとも、実施店舗は大阪府箕面市の小野原店のみ。全国に展開する可能性は低そうだが、興味をそられる食べ放題であることは確か。ちなみに、料金は大人840円、子供525円。チキン4ピースで元が取れる計算だ。微妙。



### ●駄菓子

うまい棒が、よっちゃんイカが、クッピーラムネだって食べ放題。チャージ(500円)で、昔懐かしい駄菓子が食べ放題になるのは、その名も駄菓子バー(有限会社サービスマート)。えびす、人形町、六本木、池袋など、現在都内に7店舗(六本木はダーツバーで駄菓子食べ放題)を構え、夜な夜な駄菓子を食らう大人たちで人気なのだとか。もちろん、通常メニューもある昭和レトロ風バーなので、客単価は3,000円程度になるそうだ。



# 名物にうまいもんあり！ 味覚の宝庫、 食都・秋田の食いしん坊旅

山海からの豊富な食材を、独特の調味料と多彩な調理法でいただく！

秋田は、日本を代表する食文化が根付く「食都」と呼ぶにふさわしい土地です。豊富な味覚を求めて市場に出かけ、土地の名物を心ゆくまで食べまくる。何とも贅沢な食いしん坊旅に出かけてみました！

秋田の食探訪

## スーパーバイザー



五十嵐 寛光さん  
(秋田営業所サービス係)

・SUPERVISOR・SUPERVISOR・SUPERVISOR

サービス課という仕事柄、日頃から様々な店に顔を出していますので、秋田の食と美味しい店にはかなり詳しいほうだと自負しています。今回は、カレントニュース編集部より、「秋田名物をメインに取材をしたい」とのリクエストがありましたので、私にとっておきの店をご紹介させていただきます。

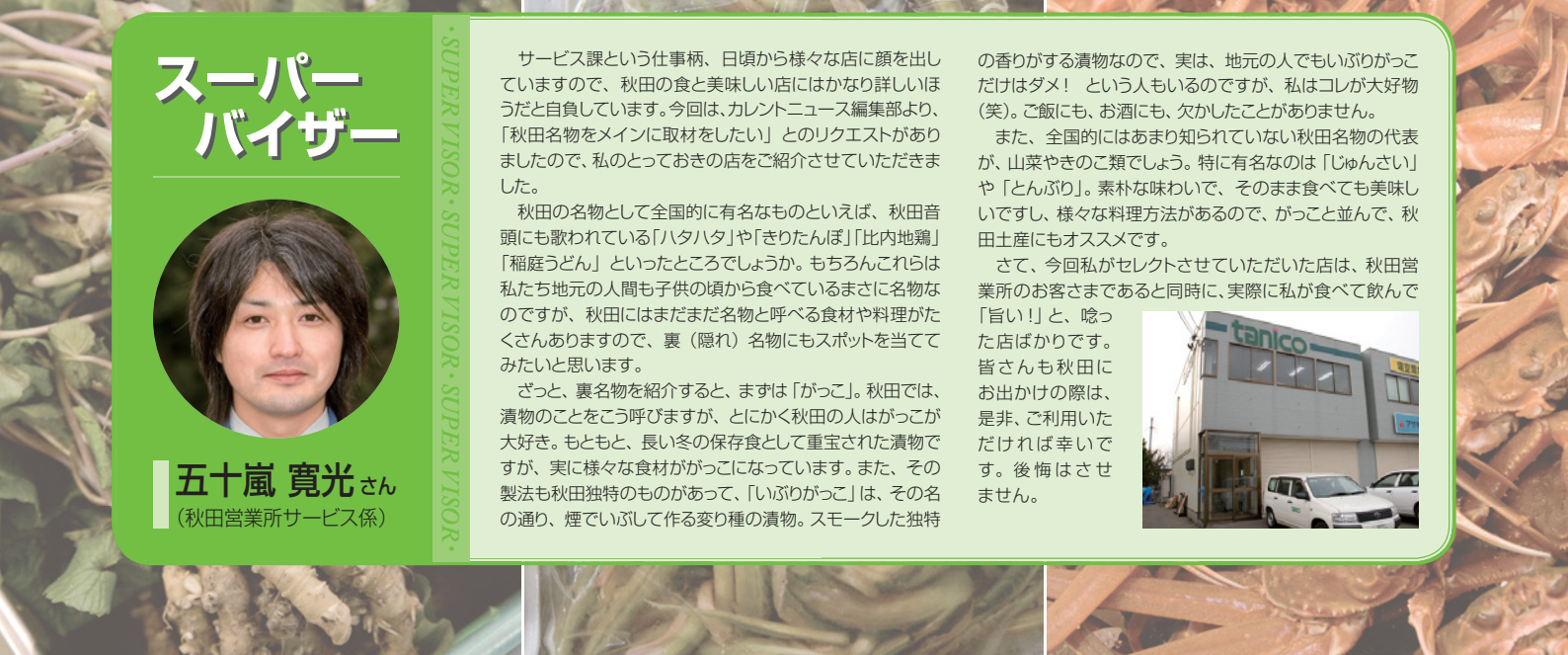
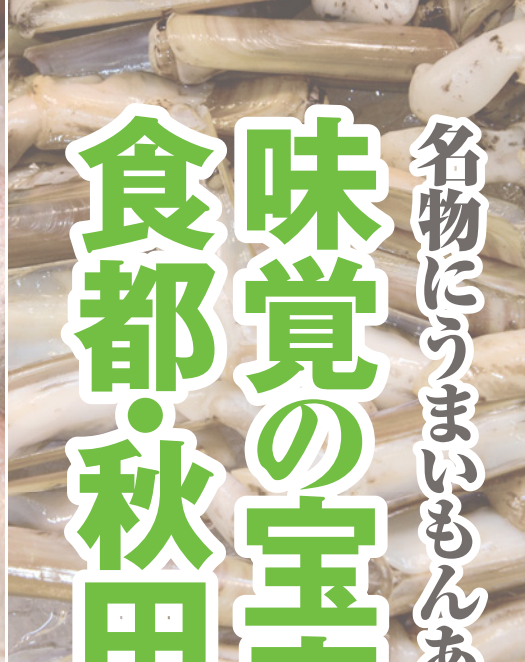
秋田の名物として全国的に有名なものといえば、秋田音頭にも歌われている「ハタハタ」や「きりたんぼ」「比内地鶏」「稲庭うどん」といったところでしょうか。もちろんこれらは私たち地元の間も子供の頃から食べているまさに名物なのですが、秋田にはまだまだ名物と呼べる食材や料理がたくさんありますので、裏（隠れ）名物にもスポットを当ててみたいと思います。

ざっと、裏名物を紹介すると、まずは「がっこ」。秋田では、漬物のことをこう呼びますが、とにかく秋田の人はがっこが大好き。もともと、長い冬の保存食として重宝された漬物ですが、実に様々な食材ががっこになっています。また、その製法も秋田独特のものがあり、「いぶりがっこ」は、その名の通り、煙でいぶりて作る変り種の漬物。スモークした独特

の香りがする漬物なので、実は、地元の人でもいぶりがかっこだけはダメ！という人もいるのですが、私はコレが大好き（笑）。ご飯にも、お酒にも、欠かしたことがありません。

また、全国的にはあまり知られていない秋田名物の代表が、山菜やきのこ類でしょう。特に有名なのは「じゅんさい」や「とんぶり」。素朴な味わいで、そのまま食べても美味しいですし、様々な料理方法があるので、がっこと並んで、秋田土産にもオススメです。

さて、今回私がセレクトさせていただいた店は、秋田営業所のお客さまであると同時に、実際に私が食べて飲んで「旨い！」と、唸った店ばかりです。皆さんも秋田にお出かけの際は、是非、ご利用いただければ幸いです。後悔はさせません。







総料理長が世界一と言い切る！

## 名物 比内地鶏

名古屋コーチン、薩摩地鶏と並ぶ、日本三大美味鶏として知られる比内地鶏。天然記念物の比内鶏を親に持つ、純正一代種の由緒正しきこの地鶏の特徴は、キジやヤマドリのような風味と香味、そして、噛めば噛む程に際立つ味とコクです。

「比内地鶏は、世界一美味しい鶏です！」と、語るのは、秋田比内や 大館本店の総料理長を務める伊勢良子さん。長年をかけて、あらゆる鶏と鶏料理を食してきたという伊勢さんだけに、その言葉にも説得力があります。

比内やは、養鶏から生産、加工までを自社で一貫して行う、日本初の比内地鶏専門店として人気の名店。定番の串焼きをはじめ、秋田の郷土料理として有名なきりたんぼ鍋、店の看板メニューである親子丼など、バリエーション豊富な料理の数々で、比内地鶏を存分に堪能できます。

串焼きは、肉の部分だけでなく、レバー（数量限定）、ハツ、砂肝、ぼんちりなど、比内地鶏の美味しさをまるごと堪能できる定番メニュー。お好みで、国産大豆の再仕込醤油を使ったタレと、ミネラル分をたっぷり含んだ天日塩が選べますが、どちらも比内地鶏肉の持つ“旨み”を引き出してくれます。

そして、秋田を訪れたならば、食べずには帰れない郷土料理が「きりたんぼ鍋」です。比内やでは、有機栽培米の「あきたこまち」を自家精米し、備長炭で香ばしく焼き上げた手作りのきりたんぼに加え、もちろん比内地鶏もたっぷり

りと使用。比内地鶏でダシをとった自慢のスープ、そして、そのスープがしっかりとしみ込んだきりたんぼと地物の野菜。美味しい秋田を凝縮したような絶品鍋です。

さて、比内地鶏料理のトリを務めるのは、店の一番人気である親子丼。肉はもちろん、タマゴも比内地鶏という真正銘の親子丼は、コレを食べるために、県外からも大挙して客が集まってくるという、比内やの看板料理です。濃厚なとろとろタマゴに、しっかりと噛みごたえのある肉の相性が抜群。さらに、食欲をそそるのは、ほのかに漂う香ばしい炭の薫りです。聞けば、肉をタマゴでとじる直前に、炭火で軽く炙ることでこの独特の薫りを出しているのだとか。

「最近、作り方をマネする店も増えてきていますが、肉を炭火で炙る親子丼は、私が考案したものです。全国的美味しいと言われる親子丼を食べ歩いて、その中には日本一と評される店もありましたが、正直いってうちの親子丼を凌ぐ店には、未だかつて出会っていませんね」（伊勢さん）。

総料理長の自信みなぎる、絶品！比内地鶏の親子丼。大館を訪れた際には、是非一度ご賞味あれ。



秋田比内や大館本店



比内地鶏のきりかん（卵巣）も入る、比内地鶏きりたんぼ鍋



濃厚な比内地鶏のタマゴと噛み応えのある地鶏の相性が抜群！ 比内地鶏親子丼



自らの足で全国を食べ歩き、やはり比内地鶏が世界一だと確信したという、総料理長・伊勢良子さん



専門店らしく、比内地鶏のあらゆる部位を楽しむことができる串焼き



店内の一部には、旧秋田銀行の蔵（金庫室）を利用したスペースも

### SHOP DATA

#### 秋田比内や 大館本店

- 📍 大館市大町21
- ☎ 0186 (49) 7766  
フリーダイヤル: 0120-701-718
- 🕒 昼の部 11:00 ~ 14:00  
夜の部 17:00 ~ 22:00
- 📅 休 第2・4日曜日、盆、年末年始

名物 **今ではすっかり高級魚**  
**ハタハタ鮨**

日本海に面した秋田は、四季を通じて新鮮な海の幸が揚がることで有名ですが、なかでも一番メジャーなのがハタハタではないでしょうか？

♪秋田名物八森ハタハタ、男鹿で男鹿ブリコ（ハタハタの卵）～、とあの秋田首頭にも謳われたハタハタは、江戸時代以前から、この地方で食されてきたといういわば伝統食材。きりたんぼ鍋と並び秋田の郷土鍋であるしよつ鍋は、このハタハタがなければはじまらない料理です（しよつ鍋自体もハタハタを主な原料にして作られています）。

かつては「獲れすぎて捨てていた」といわれたハタハタですが、近年は海洋環境の変化と乱獲によってその数は激減。禁漁期間を設けたり、漁獲量を割り当てるなどして、その数を守っているため、今では、地元民でさえもなかなか食べられない高級魚に。

したがって、旬のハタハタをしよつ鍋で食べたいければ、やはり冬に秋田を訪れなければダメ。ですが、その他の季節でも、やはり名物は食べてみたいというのが旅人の心情という

ものです。そんな人には、しよつ鍋にまさるとも劣らないハタハタ料理、ハタハタ鮨がオススメです。

このハタハタ鮨を求めて訪れたのは、2008年3月にオープンした海鮮問屋 北前船。新鮮な魚介をはじめ、秋田県内の特産品、銘菓、地酒などを一同に集めた、秋田まるごと市場の中の一隅にあるこの店は、海鮮問屋と名乗るように、日本海の海の幸と地酒を存分に堪能できる繁盛店。店の入口には、北前船を模した船首部分が張り出し、店内には、その船体の部分がど〜んと鎮座するといった、ダイナミックな店作りでも話題となっています。

メニューは、旬の魚の刺身などを中心に、きりたんぼ、ハタハタ、稲庭うどんなど、秋田の名物がずらりと並びますが、まずは、お目当てのハタハタ鮨を、植村総料理長に出していただきます。

「ハタハタ鮨は、塩、米飯、麴で漬け込み、発酵させた『なれずし』の一種で、秋田では、冬の保存食、正月の料理として欠かすことのできないものでした。師走になると、各家庭でハ

タハタ鮨作りに取りかかるのが習わしで、もともとは家庭で作る料理だったのですが、今はハタハタ自体が高級魚になっていることもあって、家で作る人も少なくなってしまいましたね」（植村総料理長）

秋田の食文化の結晶とも言えるハタハタ鮨。早速いただいてみると、その味は、麴や米飯で引きだされた甘味と、昆布の旨味、柚子の風味なども混じって得も言われぬ旨みをかもし出す、実に奥深い味なのでした。まさに珍味！

北前船を模したダイナミックな店内装飾



海鮮問屋 北前船の植村総料理長。「当店のハタハタ鮨は、手間ひまを惜しまず、一匹一匹丹精を込めて仕込み、自慢の一品です。」



秋田の食文化を感じる奥深い味。ハタハター一寿司

裏名物 **男鹿名物! 緑色のスゴイヤツ**  
**エゴの酢味噌和え**



さわやかヘルシーなエゴの酢味噌和え

北前船のメニューを拝見すると、「味噌・しよつ鍋料理」「発酵料理」「塩・ぬか料理」「漁師料理」「燻り料理」「本返し料理」の6つにカテゴリーが分かれています。通常の店のメニューは、魚、肉といった食材ごとに分かれているのが普通ですが、あえてそれをやめて、こだわりの調味料、味付け、調理方法などで料理を括っているのです。

「調味料や調理方法というものこそが郷土の味を作るものであり、食文化だと思うのでこうしたメニューの分け方にしています」と、植村総料理長。

海山からの豊富な食材に恵まれた秋田。でも、同時に厳しい自然条件の中で、先人たちが様々な調味料、調理方法を駆使して、秋田独特の食文化を育んできたことへの敬意を感じます。

そんな尊敬すべき先人たちが残してくれた

料理の一つが、男鹿の海岸で採れる海草の一種エゴ草を寒天状に固めたエゴです。北前船では、エゴの酢味噌和えとして、「味噌・しよつ鍋料理」にカテゴリー化されている人気メニュー。

見た目は緑色の寒天といった感じですが、その作り方は、エゴ草を丁寧に洗い、時間をかけて鍋で煮込む、意外に手間ひまのかかるものだそうで、現在では、この伝統食もハタハタ鮨同様に、家庭ではもう作られなくなっているのだとか。

その味は、さわやかな海草の香りと、さっぱりとした酢味噌が絶妙にマッチして、左党ならずとも思わず一献傾けたくなる美味。うまい地酒には困らない、米どころ秋田だけに、好みの酒を見つけて共に食するのが、正しいいただき方なのかも。



秋田の地酒も豊富な北前船

名物

稲庭うどん屋さんの稲庭うどん

## 稲庭うどん



無限堂の稲庭うどんざるは、つやつやと輝く麺がまぶしい

酒宴の締め一品といえば、全国的にはラーメンが王道。でも、ここ秋田では、やはり名物のうどんて締めるのが正しい作法というもの。

「うちはずどんも絶品ですよ！是非とも締めに食べてください」。

今回の取材ですっかりお世話になった北前船の植村総料理長の勧めでいただいたのは、つやつやと輝くような美しさを放つ稲庭うどんでした。

旧稲庭町を発祥とするこのうどん作りは、約400年の歴史を持つ、秋田の誇る伝統産業でもあります。その製法は、各製造元ごとに、門外不出、一子相伝で守られているのだとか。実は、北前船は、稲庭うどんの製造販売で有名な無限堂の飲食部門が経営する店。その店の稲庭うどんがまずい筈はありません。

手造りによる手廻製法を固く守り、昔ながらの入念な技術で今なお生産されているという無限堂の稲庭うどん。強いコシ、と芳醇な旨み、そして滑らかなど越しは、正統派稲庭うどんだけが持つ、本物の味というわけです。

北前船では、温かい汁物と冷たいざるが選べますが、稲庭うどん初対面の方には、是非とも独特の美しいつやが楽しめるざるをおススメいたします。

## SHOP DATA

## 海鮮問屋 北前船

住 秋田市卸町2-2-7 (秋田まるごと市場内)

☎ 018 (862) 2133

営業 11:00 ~ 14:00

夜 17:30 ~ 22:00

休 無休

## 《味覚逍遙スーパーバイザーの独り言》……………

### 地元の食材にこだわり、 地元の人に愛されている2店



秋田を旅したならば、数多ある名物を食べ歩くのは王道一。でも、時にはひとひねりして、地元民が集い、語らう、地元密着の個性派店に足を伸ばしてみるのもお勧めです。居酒屋カフェ・アンサナは、秋田駅から3分という抜群のロケーションもあって、仕事帰りの勤め人たちで連夜盛り上がるまさに地元民のオアシス的な店。私事で恐縮なのですが、実は、私もこの店の常連で、結婚式の二次会でもお世話になっています(笑)。

料理のベースは、いわゆる洋食系ですが、使われる食材は旬の地のものが基本。その日市場に揚がった旬の魚介を使った「本日のカルパッチョ」や「甘海老のから揚げ」「ポタン海老の塩焼き」といった海の幸のメニューはもちろん、スパゲッティカルボナーラにも比内地鶏とそのタマゴを使うなど、渡邊シェフの地元志向は強いので、洋食アレンジといえども「秋田の味」を十分に楽しめるお店なのです。

完全な地元目線でもう一軒ご紹介したいのが、レストラン&バー ラジオです。県庁からも程近い繁華街山王地区にあ

るこの店は、一言で言えば洗練されたお洒落な店。もちろんこの店も地元率が極めて高い店です。落ち着いたバーカウンターにゆったりとくつろげるテーブル席。店内には、ジャズと共にシェーカーを振る音が心地よく響いている。都会の方にも、「秋田にも、こんなお洒落で洗練された店があるんだなあー」って感じてもらえるはずですよ。

私がこの店を気に入っているのは、こうしたお洒落な雰囲気もさることながら、その時々でいろんな楽しみ方ができることです。ディナータイムに仲間と本格的な料理を食べながら語らうもよし、深夜のパーティタイムにカウンターでゆっくりと飲むもよしと、時間帯によっていろんなニーズに応えてくれる店なのです。

観光客が集まる郷土料理の有名店に飽きたら、アンサナやラジオのような、地元民たちに愛されている店に足ををはこんでみてはいかがでしょうか？



## ANGSANA アンサナ

秋田市中通2-4-8

018 (852) 2008

営業時間 11:30 ~ 24:00 (祭日22:00まで)

休 日 無休



## レストラン&amp;バー ラジオ

秋田市高陽青柳町1-50山王スクエアビル1F

018 (896) 7210

営業時間 ランチタイム 11:30 ~ 15:00

ディナータイム 17:30 ~ 21:30

パーティタイム 21:30 ~ 2:00

休 日 日曜

秋田市民市場レポート

ワンダーランド

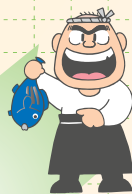
# 食材の宝庫・秋田の実力を思い知る



秋田市民に長年愛され続けている、秋田市民市場。山海からの豊かな食材が集まる秋田にあって、この市場に来れば手に入らないものはないと言われるほど、市民から信頼されているまさに台所です。

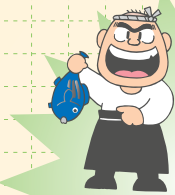
集う店は、地元の象潟、男鹿などから水揚げされたばかりの新鮮魚介を揃えた「水産部門」、筋子やたらこなどを量り売りで販売する「塩干・乾物部門」、県内産を中心に、旬の味覚が並ぶ「青果部門」など、約90軒。これらの店々を眺めて歩いているだけで、何だかウキウキとしてくる楽しさがあります。

さて、今回の「旅歩き、食べある記」は、この食のワンダーランドである市民市場を闊歩しながら、秋田ならではの食材をピックアップしてみたいと思います。有名な海の幸はもちろん、意外にも山の幸が充実していることにも注目！ 食の宝庫秋田の実力を存分に感じてください。



## しどけ

たら芽と並んで、山菜の王様とも称される「しどけ」は、秋田でも高級品として知られる山菜。その味、香りは独特で、好き嫌いがはっきり分かれるのだそう。独特の強い香りと歯ざわり、そして、ほろ苦い味にはまると病み付きになるのだとか。おひたし、酢の物、バター炒め、てんぷらなど、様々な調理方法がありますが、本来の野趣を味わうならおひたし、苦味を消すならてんぷらが最適。



## 三五八漬け

ハタハタを、塩3、麴5、米8の割合の漬床に漬け込むことからその名のついた「三五八漬け」。秋田を代表する魚・ハタハタは、古くから、丸干し、塩漬け、ぬか漬けなど、様々な方法で保存食とされてきましたが、この「三五八漬け」も、秋田人が愛してやまない郷土の味です。麴をキレイに取り除いて、焼いて食べます。



## ワカサギ (公魚)

かつて、琵琶湖に次ぐ日本第2位の広さを誇った八郎潟は、海水と淡水がほどよく混ざり合った魚たちの宝庫でした。その豊かさは「水1升到魚4合」と例えられたほど。現在は、干拓によりその面積は激減してしまいましたが、残存湖などでは、「ワカサギ」などの魚がまだまだ多く生息していて、名産の佃煮などの原料として人気を集めています。

協同組合秋田市民市場

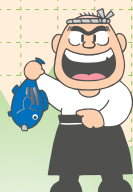
SHOP INFORMATION

秋田市中通4-7-35 営業：5:00～18:00 休業：毎週日曜日



ヒコヒコ

春を告げる山菜として知られる「ヒコヒコ」。秋田ではこんなユーモラスな名前（「スカンボ」とも）で呼ばれますが、他の地方では、「ギシギシ」「丘じゅんさい」と呼ばれることもあります。表面はヌルヌルとしていて、味は酸味が強いのが特徴。水洗いをして湯がいた後、酢味噌和えや鍋物に入れて食べます。少し赤身がかかっているのは、雪解けしたばかりの地面から採った新鮮さの証。



のど黒

幻の魚、高級魚として知られるのど黒。その色から赤ムツと呼ばれることもあります。秋田では、口の奥が黒いことから、のど黒の名称で知られています。塩焼きで食するのが最もポピュラーですが、白身魚でありながら身に脂を多く含むので、芳醇な薫りと旨みが口一杯にとろけるように広がり、白身のトロとも呼ばれています。市場での価格が2000円ということは、お店に出たら幾らになるのやら…。さすが、幻。

秋田市民市場で選んだ!



な、お土産 5 選

ワカサギの佃煮

八郎潟産のワカサギを原料にした佃煮。八郎潟のワカサギは、佃煮にしても色が黒くなりすぎないことから、最高級品と評されています。

しよつる

「しよつる」は、秋田県北部の男鹿地区を中心に発達した魚醤。魚醤とは、その名のとおり、魚を原料とした醤油で、秋田では原料にハタハタを用います。しよつるは銅や、郷土料理の調味料として頻繁に使われ、郷土の味を支える一品です。

いぶりがっこ

漬物が大好きな秋田人。なかでも、このいぶりがっこには、代表的な漬物といえるでしょう。一度口に含まれば、樫の木や、桜の木でいぶりあげた独特の香ばしい木の香りが鼻を突き抜けます。こうしたクセものだけに、秋田人でも苦手だという人がいるほど。個性的なお土産には、最適な一本では?

とんぶり

「畑のキャビア」の別名をもつ「とんぶり」。ほうき草を加工した直径1～2mmの小さな緑色の実の、魚の卵に似たプリプリした歯触りは、まさにキャビア。ただし、味は全く違いますが…。納豆や酢のもの、サラダなどに入れて食感を楽しみます。

じゅんさい

寒天のようなヌルヌルしたゼリー状物質に覆われた、独特のヌメリとツルリとしたのどごしが特徴のじゅんさいは、スイレン科の多年草の若芽。緑の中に浮かぶ小舟で、「じゅんさい探り」をする姿は、初夏の秋田の風物詩でもあります。大きなものが見栄えしますが、実は小さな芽ほど高級食材とされています。



# 業務用厨房の タニコーが手がける、 家庭用システムキッチンの実力

タニコーの企業力紹介・システム事業部5課

プロの料理人たちを満足させる、業務用厨房を作り続けてきたタニコーが、ついに、家庭用システムキッチンの分野に進出。長年、プロの厳しい現場で培ってきた厨房作りのノウハウと、高い技術力は、自他共に認めるところですが、今なぜ家庭用に進出するのか？そして、一般のユーザーに、何を武器にアピールしていくつもりなのか？この新規事業を、核となって牽引するシステム事業部5課の岡崎次長にお話を聞きました。

## なぜ、今、家庭用システムキッチンなのか？

——家庭用システムキッチンという、新分野にあえて今進出する意図を教えてください。

タニコーは、おかげさまで業務用厨房のトップメーカーとして長年、プロの料理人の皆さんから厚い信頼を頂いてまいりました。その間には、様々な技術革新やノウハウの蓄積といったものがあり、社内的なインフラ整備を含めて、お客さまのあらゆるニーズに応えられるだけの力を培ってこられたと自負しています。

そこで、今、タニコーが持っている企業としての資産、ポテンシャルを活かして新たなチャレンジをしていこうと考えたときに、家庭用システムキッチンという、当社にとって今までほとんど縁のなかった分野が浮かんできたのです。

——調理をするという同じ用途のスペースとはいえ、業務用と家庭用は全く仕様が異なるわけですが…。

そのとおりです。使用者も、使い方も、使用頻度、求められる耐久性など、業務用と家庭用では全く違います。でも、私たちは、既存の家庭用キッチンのメーカーさんがお作りになっているシステムキッチンと同じものを作って対抗しようとしているわけではありません。仮にそれをやろうとしてもできない。それは、タニコーと家庭用メーカーさんでは、今まで培ってきた技術、ノウハウが全く違うからです。



具体的に言えば、家庭用のメーカーさんが得意なのは、ステンレスなら薄板のプレス加工であり、それを大量生産する生産力です。対するタニコーは、厚板の溶接加工が得意で、細かなオーダーメイドに対応することができる。タニコーが家庭用の分野に進出することは大きなチャレンジですが、それは、今持っている技術やインフラを最大限に活かして、という基本があるのです。

## 4つのプロトタイプを用意することで、価格を抑える

——既存の家庭用システムキッチンメーカーとは、全く異なる商品を提供するということですね。

そうです。また、そうでなければ、タニコーがこの分野にチャレンジする必要はないでしょう。今までにない、これまでのキッチンでは物足りないと考えているこだわりのあるエンドユーザーはもちろん、新しい商品を求めている設計事務所様、住宅のデザイナー様、デベロッパー様、ハウスメーカー様なども、当社の顧客になっていただける対象であると考えています。

そして、実際にそうした需要があることは間違いありません。といいますのも、タニコーは今までも、家庭用の厨房をフルオーダーという形で受注してきたからです。発注者は、例えば、料理店のオーナーで、店で使っているタニコーの厨房環境に近いものを自宅でも作りたいという方、また、住宅デザイナーで、クライアントが今までにない洗練されたキッチンを求めているので、作ってもらえないか、というような要望にもお応えしてきました。

——フルオーダーは、価格的に広いユーザー層にアピールするものではありませんね。

おっしゃるとおり、フルオーダーの厨房は、価格的にも安くはないものですから、需要も限られています。また、設計、生産するタニコーの体制的にも限界があり、今まで一部の方にはしか提供することはできませんでした。

ですから、今回私たちシステム事業部5課が目指すのは、今までのような、求められてゼロから作るフルオーダーではなくて、タニコーとし



## DATA

タニコー株式会社  
システム事業部5課  
品川区戸越1-7-20  
03(5498)7900

て4つのプロトタイプをあらかじめ用意して、それをベースとして、お客さまのご要望にお応えしていくスタイルです。こうすることによって、フルオーダーに比べて価格も抑えることができますし、お客さまの層もぐっと広がると考えています。

——— 需要があれば対応できますよ、という待ちのビジネスから、魅力的な商品を揃えて、積極的にお客さまにアピールする、攻めのビジネスに転じようというわけですね。

そのとおりです。



### 質の高いステンレスの使用による高級感と、 自分の好みを追求できる自由度

——— タニコーが作る家庭用システムキッチンには、具体的にどんな特徴がありますか？

一言で言えば、質の高いステンレスを用いた、高級感のある、洗練されたキッチンということが出来ます。さらに、先程もお話しましたが、既存の家庭用メーカーさんが不得意なこと、例えば、シンクの幅を自由にレイアウトすることなどもできます。

今までのシンクは、薄板ステンレスのプレスで作っている規格品なので、サイズが決められていて、ユーザーはその中から選ぶしかなかったわけですが、タニコーでは、厚板を使って溶接して作りますので、ミリ単位の要望にも応えられます。

シンクはほんの一例ですが、私たちが提供するキッチンの強みは、お客さまの好みに応じて、いろいろと注文をすることができるということです。自分だけのオンリーワンなキッチンを作ることができるのです。

これは蛇足ですが、ステンレスの薄板と厚板では、見た目も使用感も全く違ってきます。薄くても厚くても見た目は同じだろうと思われる方が多いようですが、実際に見ていただくと皆さん驚かれます。高級感がまるで違うのです。

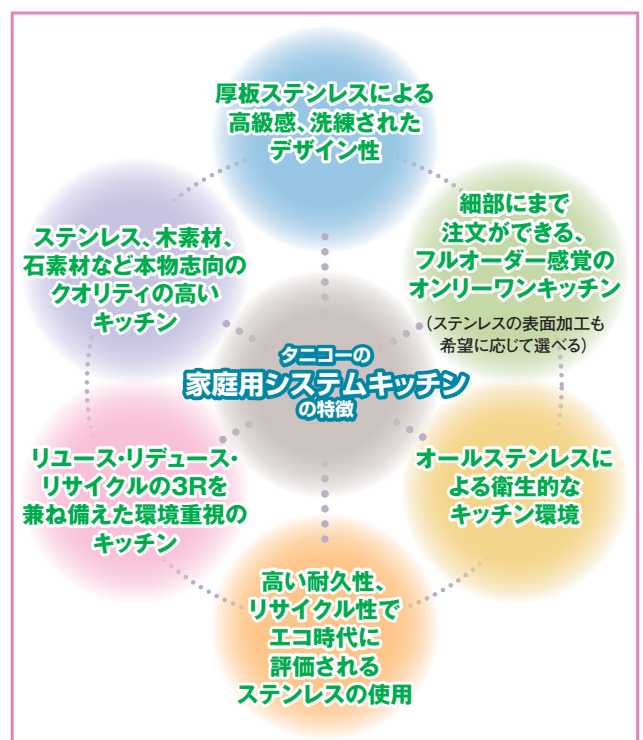
また、使ってみればさらにその差を体感できます。例えば、シンクにシャワーで水を流すと、薄板ではバラバラと騒がしい音がしてしましますが、厚板のシンクでは、そうした耳障りな音はほとんどしないのです。

——— 最後に今後のビジネス展開をお聞かせください。

コアターゲットになるのは、やはり既存のキッチンでは物足りない、もっと個人的なものを作りたいと考えている方々、言い換えれば、ライフスタイルにこだわりを持っている方々です。ただし、実際にはそうしたエンドユーザーとタニコーが直接接点を持つことは多くないはずですから、そうした方々と接点を持つ、設計事務所様、住宅デザイナー様、デベロッパー様、ハウスメーカー様などに、積極的にアピールしていきたいと考えています。

現在、WEB、カタログ、ショールーム（2008年9月オープン予定）を使って、全国80カ所の営業所一斉展開していますが、今後も製品開発に関しては、一部デザイン会社に業務提携を申し入れるなどして、より個人的でクオリティの高い製品を提供できるよう万全の体制を整えていきます。

業務用厨房のタニコーが作る家庭用システムキッチンってどんなものなの？ と、興味のある方は、是非とも、ショールームでタニコーの品質、厚板ステンレスの美しさ、高級感を実感していただきたいと思います。



「ステンレスの  
美しさに魅せられた。  
世界で一つだけの  
キッチンに大満足！」

熊八さんが  
選んだ

## tanicoの 家庭用システムキッチン



森野熊八さん

大学卒業後、フレンチ、イタリアンを修業。97年に、東京・渋谷に創作料理店「熊八食堂」を開業（～00年）する。その後、「料理の作り方を歌詞にして、歌いながら料理を作る」というまったく新しいタイプのクッキングショーを考案し一躍人気に一。



タニコーさんから、家庭用のシステムキッチンをはじめというお話を最初にいただいた時は、正直いって「やっとか」という思いでした。実は、僕はこの日をずっと待っていたんです（笑）。

タニコーさんとの付き合いは、僕が渋谷で熊八食堂をはじめた時に、店の厨房をお願いして以来です。11年にもなります。その時に感じた、製品の確さ、アフターサービスのきめ細かさから、僕はタニコーさんに大きな信頼を寄せるようになりました。ですから、次に厨房を作る機会があれば、またタニコーさんで、という想いがずっとあったわけです。

でも、店を閉めて、今の仕事をするようになってからは、業務用の厨房はもう必要なくなっていました。テレビにしても、本や雑誌にしても、家庭用の設備、キッチンで作れるレシピが前提になるからです。ですから、今回、僕が自宅に料理スタジオも兼ねたキッチンを作るようになった時も、タニコーさんをお願いすることは考えていませんでした。でも、ちょうどそんな時に、家庭用のシステムキッチンをはじめという話をいただいたので、「間に合った、やっとかしてくれるのか」と（笑）。

今回お願いしたのは、撮影にも使える見映え

のする家庭用のキッチン。今、キッチンに限らず、ステンレスは、高級感を演出するマテリアルとして人気ですが、加えて、リサイクル、リユースが可能なエコ素材としても、各方面で注目されています。その点では、オールステンレスのキッチンは、見映えも環境面も申し分ありませんでした。

キッチンスタジオとして撮影にも使うから、この吊戸棚はダメだとか、シンクはコレだけの広さがほしいとか、ずいぶんワガママを言わせてもらいましたが、どんな注文でもなんとかしちゃうのが、タニコーという会社なので（笑）、仕上がりには大満足しています。

一番は、何といてもその美しさですよ。ステンレスの質感がとにかく素晴らしい。そこに立つと自然にテンションが上がりますし、ステイタスすら感じます。

専門的なことは分かりませんが、一言で言えば「質感」でしょうか。その違いは、誰でも一目でわかるはずですよ。

タニコーさんに対する信頼感は、コックをしていた時も、今回の仕事でも全く変わりませんでした。業務用も家庭用も、こだわるならやっぱりタニコーですね（笑）。