

Concept Range

TX-0

調理人のこだわりや夢、
使命や喜び、果ては哲学。
決して終わる事のない
厨房への熱い思いにお応えしたい。
そこには、料理に賭ける思いと
製品に賭ける私共の思いがシンクロした、
誰も想像出来ない新しい未来が存在します。



未来創造

〜タニコーのチャレンジスピリットから
生まれた未来への形〜

カスタムメイドモデル例

羨望のブラックステンレス面材を使用
ultimo Custom Model



パスタボイラー ガスレンジ サイドテーブル フライヤー



CURRENT

[カレント ニュース]

No. 29



特集
なぜこんな時代に人が集まる？
話題の施設の集客術！
満員御礼！

厨房施工担当者が独占レポート!
あの繁盛店の「こだわり厨房」お見せします!!

- ・フラワーズコモン
- ・江戸味楽茶屋 そらまち亭
- ・コンフィチュール アッシュ
- ・マリアージュドゥ ファリーヌ
- ・サーラ ピアンキ アル・ケッチャーノ
- ・奥田食堂 (和食) 露庵温味 (割烹)

匠's INTERVIEW
辻口 博啓シェフ / 奥田 政行シェフ

カレントニュース編集部インタビュー
ココにもtanico
学校法人 国際ビジネス学院
大聖寺谷 敏理事長

Side Story
スーパースイーツ製菓専門学校
辻口 博啓校長

満員御礼！

なぜこんな時代に人が集まる？

話題の施設の集客術！

昨年末の政権交代後、円安を背景にした景気回復に期待が膨らんでいる。もっとも、将来に対する不安が広がる社会では、一気に消費マインドも回復とはいかないようだ。しぼむ消費の中で、唯一拡大し続けているのはインターネット通販くらいで、いわゆるリアル店舗の経営は厳しさを増すばかりとなっている。

ただ、一方で2012年は、大型商業施設のオープンラッシュとなり、予想を超える集客、売り上げを達成している新しい施設が注目を集めている。今回のカレント特集は、オープン以来大盛況となっている、渋谷ヒカリエ（渋谷）／東京ソラマチ（東京スカイツリータウン）／片岡温泉アクアイグニス（三重県）といったタイプの異なる新商業施設のデベロッパーに取材を行い、しぼむ消費の中でいかにして人を集めているのか、その集客術、キーワードを探りたい。



右肩上がり社会の終焉と 外食産業の現状

景気さえ良くなれば、消費は戻る。リーマンショック以降、冷え込んだ外食産業を回復させるためには、景気を再び良くすることが大前提であると考えられてきた。しかし、ここ数年は、景気が劇的に良くなることはない、消費も以前のように旺盛には戻らない、とする経済アナリストは多い。

つまり、右肩上がりの経済成長を続ける社会モデルはとっくに終焉を迎えていて、今現在も「景気が悪く、消費が伸びない」のではなく、これが平時だと言うわけだ。

外食産業に限って言えば、その売り上げは、一昨年（平成23年）23兆475億円（前年比-1.7%）となり、平成年間では最低を記録してしまった。

昨年は、不景気下における勝ち組と言われてきた、大手ハンバーガーチェーンの売上高が既存店ベースで8か月連続前年割れ、牛丼チェーン店も大幅減益となるなど、不景気に強いとされたナショナルチェーンにまで低迷が及び、いよいよ外食の低迷は深刻化している。総務省の調査によれば、外食を控えて家で食事をする傾向は顕著で、月に外食で使う金額はおおよそ1万1千円に落ち込んでいる。

以前のように「景気が良くなれば…」と、一発逆転を多くの外食関係者が期待しているうちに、消費者は巣ごもり傾向を増し、デフレの進行も手伝って、ズルズルと市場規模が縮小してしまっていたのだ。

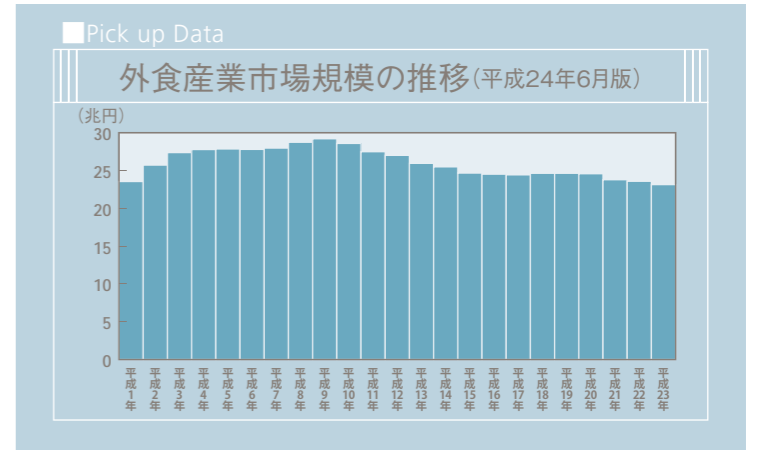
一方、好調なのは、食品の宅配である。ここ数年のネット通販の拡大はあらゆる業界、品目に及んでいるが、なかでも食品の伸び率には、目を見張るものがある。

資料「食品宅配の総市場規模推移」は、食品という

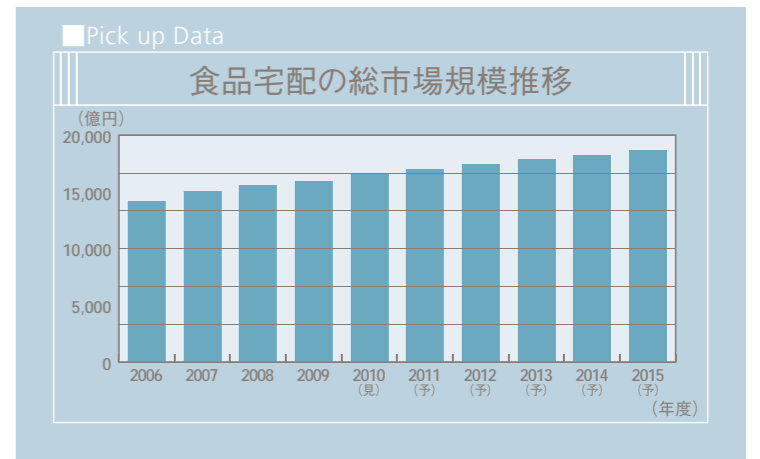
大きな括りでの統計なので、外食で減った分、こちらが増えていると単純には言えないものの、在宅配食、惣菜宅配、宅配料理など、外食の脅威となる中食（※1）の拡大が好調の原因と分析されていることから、その関連性は強いとみて間違いはない。

さて、外食にとってはこうした厳しい状況が

（※1）中食…家庭外で調理された食品を購入して持ち帰ったり、届けてもらうなどして家庭内で食べる食事の形態。



外食産業市場規模の推移（平成24年6月版）
資料提供：（財）食の安全・安心財団（付属機関 外食産業総合調査研究センター）



矢野経済研究所推計

続く中、昨年は、新規商業施設のオープンラッシュとなった。もちろん、そこには飲食施設が付帯されているわけだが、特徴的であったのは、飲食テナントミックス（大規模商業施設に入店する賃借店舗）にそれぞれの施設の個性が見え始めていることだ。

以前であれば、商業施設の飲食テナントは、大規模ショッピングセンターやモールにあるように、デベロッパーが幅広い客層にアピールできる無難な飲食テナントを揃えたため、日本全国どこでもほぼ同じ系統の店が並ぶというものになってしまっていた。しかし、ここ数年は飲食も含めて、施設がオンリーワンの個性を追求する傾向が顕著となってきている。

また、飲食パートの個性化、差別化が商業施設全体の価値創造に大きく貢献し、集客の強力なマグネットとなっている事例も増えてきているのだ。

渋谷ヒカリエ

渋谷ならではの文化・情報発信を目指して

近年、再開発という街の大激変期を迎えている渋谷。そのリーダー的な存在といえば、渋谷を本拠地とする東急グループだ。

昨年4月に華々しくオープンした『渋谷ヒカリエ』は、グループのみならず、生まれ変わりつつある渋谷の新しいランドマークとなっている。

東急グループの推進する渋谷再開発のコンセプトは、「日本一訪れたい街渋谷を目指して」。東急グループが総力を上げて渋谷の顔に育てていきたいという意気込みも伝わってくる。



渋谷ヒカリエ



東京急行電鉄株式会社都市開発事業本部
渋谷開発事業部 渋谷ヒカリエ運営部
北沢 博成 課長補佐

渋谷ヒカリエは、フード・ビューティー・ファッションなど、およそ200の店舗で構成され、東急百貨店が運営する「ShinQs(シンクス)」、世界最大級のミュージカル劇場「東急シアターオーブ」、また、新しいスタイルのクリエイティブスペース「8/(はち)」

などからなる、駅直結の高層複合施設だ。飲食フロアにフォーカスすると、やはりそのコンセプトの獨創性は際立っている。

レストランフロアのメインとなる6階(dining 6)は、世界各国の話題のレストランや老舗の名店で構成し、『“食べる”を楽しむ』フロア、7階(TABLE 7)は、個性豊かな13人のオーナーにより新しいエネルギーが生まれる“場”を提供する『“時間”を楽しむ』フロアというコンセプトを掲げバラエティ豊かな店をラインナップしている。特に、7階(TABLE 7)は多くの店が共用部と店舗を区切る壁を極力排除し、開放感、一体感を演出した、これまでの渋谷にない独創的な飲食フロアとして人気を集めている。

「飲食である以上、安心安全で美味しい食事を楽しむことは言うまでもありませんが、渋谷ヒカリエで追求したのは、食を通じて人々が交流して、新しい楽しみを見つけていただくことでした。店舗とお客様、お客様同士、また、店舗同士が食を通じて深く交流することで、渋谷ならではの新しい文化、魅力を発信していきたい、そんな想い持っています」渋谷ヒカリエ運営部の北沢 博成氏（東京急行電鉄株式会社都市開発事業本部課長補佐）は、渋谷ヒカリエの飲食フロアに込めたデベロッパーとしての想いをこう語る。

北沢氏の話にあったように、渋谷ヒカリエにおける東急電鉄のデベロッパーとしての仕事は、それ自体が非常に獨創的で、デベロッパーとして役割が新しい時代に入ったことを感じさせるものだった。渋谷ヒカリエでは、いわゆる大家と店子という関係、店子同士がライバルというステレオタイプの図式は全く当てはまらない。それを如実に物語るエピソードが、開店前に幾度となく行われたというオーナーミーティングの内容だ。

「開業前にTABLE 7のオーナー様にお集まりいただいてお伝えしたことは、このフロア全体を飲食を中心とした一つの交流の場、文化発信の場としてみんなで育てていきましょう、ということでした。ですから、ミーティングには各店の完成予想パースやメニューなども持ち寄って、忌憚なく意見交換をするということを繰り返し行いました」

オープンすれば、必然的にライバルとなる店舗同士が、極秘であるはずの新店パースを見せ合って意見交換し、一つの飲食フロアを作り上げる！ こんなデベロッパーが今まであったのだろうか。また、オーナー側からの反発はなかったのだろうか。

北沢氏はこう続ける。「もちろん、各店が切磋琢磨して、お客様満足を追求することは当然ですが、当社はデベロッパーとしてそれ以上のモノを求めています。そのため、もともとそうしたコンセプトに共感して出店を決めていただいたオーナー様たちでしたから、もちろん反発なく、この出店をきっかけに、各店のオーナー様同士で情報交換をしているとうかがってます。ミーティングは、毎回とてもクリエイティブなもので、立ち会った当社も大いに勉強させていただきましたね」

東急文化会館、SHIBUYA109、Bunkamura、渋谷マークシティなど、渋谷の文化創造、情報発信に力を注いできた東急グループ。渋谷ヒカリエの開発においてもそのDNAはしっかりと息づき、今後も感度の高いオーナー、店舗とのコラボレーションによって、食を通じたさらなる獨創的な文化情報発信が期待できそうだ。

東京ソラマチ

世界的な観光スポットが挑む、地域密着の食

昨年オープンした新商業施設と言えば、すぐに頭に浮かぶのは、日本を代表する世界的なランドマークにもなった東京スカイツリータウンだろう。

タワーのダイナミックな展望もさることながら、東京スカイツリータウンに来場する人々を驚かせ、魅了したのは、バラエティ豊かな312店舗が集う商業施設『東京ソラマチ』。オープン当初は、連日連夜テレビの露出が続いたので、下町のにぎわいや文化を色濃く反映させた、個性的な装いの店舗を記憶している方も多かったろう。

ソラマチを含む、東京スカイツリータウンは、首都圏で言えば、お台場や横浜みなとみらいのような、都市型観光スポットに含まれると考えられている複合型商業施設。言い方は悪いが観光客相手の商売、というものが以前は成り立っていたはずなのだが…。

「ソラマチの飲食テナント様に関しては、いわゆる観光地商売、価格というものは極力排除していただいています。実際に、オープンにあたっては、メニューの内容、価格にまで意見をさせていただきました」そう語るのは、東京ソラマチの畠田 実氏（東武タウンソラマチ株式会社商業運営本部課長）。

実は、ソラマチがそこまで観光地ナイズされた飲食店を嫌った訳は、徹底した地域重視の長期戦略がある。お台場にいても、横浜みなとみらいにいても、大都市にありながらも、もともと何もない土地に一大商業施設をゼロから作り上げたという経緯があった。しかし、ソラマチは訪れてみればわかるが、多くの人々が暮らす下町に突如として現れた商業施設なのだ。

「ソラマチを建設するにあたっては、まず、東武線沿線の皆さんに利用してもらえ、愛してもらえ施設にすることが大きなテーマでした。ですから、飲食



東武タウンソラマチ株式会社商業運営本部
畠田 実 課長



© TOKYO-SKYTREE

に関して、常に念頭に置いているのは、地元住民の方に愛され、地域に貢献することなんです」と、畠田氏。

ソラマチイーストヤード7階にある、和食処「そらまち亭」は、下町情緒を感じさせる店内で、連日無料で落語のライブが楽しめることで人気の店。地元林家一門とのコラボで、一級の噺家さんが出演して、落語文化の裾野を広げ、地域文化の振興に貢献したいという想いが込められている、ソラマチを象徴する店の一つだ。

また、ソラマチには、全国の名店と呼ばれる店もあるが、それも地元の方々が居ながらにして、全国のおいしいものが食べられる、という地元民を意識したテナントミックスなのだという。

「おかげさまで開業以来、盛況ではあるのですが、これからも、より多くの地元の方々にお越しいただけるようにと考えています。フードエリアごとのスタンプを集めて、プレゼントがもらえるスタンプラリーなど、何度も足を運ぶことが可能な地元の方々に親しみでもらいやすい企画なども用意して、来店をお待ちしている状況です」(畠田氏)

地元重視、地域密着を目指して、開業以来の大盛りでうれしい悲鳴をあげているソラマチ。それでも、当初のコンセプトをブレることなく、長期目線で愚直に進めている姿には、「電車道」を感じる。

片岡温泉・アクアイグニス 辻口シェフ、奥田シェフの 奇跡のコラボを湯の里で

「もし、私が古い温泉旅館の跡取りだったら、きっとこんな施設は作れなかったでしょうね」

こう言って豪快に笑うのは、株式会社アクアイグニスの立花 哲也氏 (代表取締役社長)。

全国的な知名度では、渋谷ヒカリエ、東京ソラマチには及ばないが、昨年、三重県「湯の山温泉 (菰野町)」にオープンした、温泉リゾート型商業施設「片岡温泉・アクアイグニス」は、中部地区最大のヒット商品とも称される、大繁盛施設としてその名を轟かせている。

施設の基本構成は、温泉、宿泊、飲食、自家農園などで構成された新しいタイプのリゾートを提案。訪れて見てまず驚かされるのは、その洗練されたデザイン性だ。

まずは、なぜこの地にこうした先進的なコンセプト

やデザイン性を備え、洗練された施設を作るに至ったのか、そのアイデアの源泉を立花氏に伺った。

「よくこんな田舎にこんなモノ作ったね、と言われるんですが、私にはある確信があったのです。アクアイグニスを作る前は、日本のどこにでもある温泉地だった片岡温泉ですが、それでも年間24万人の来客がありました。私はもともと建設業を生業としていたものでしたから、良質の温泉という宝だけでそれだけの人が来ているのであれば、加えてここにしかない武器を持たせてあげれば、その3倍の集客ができるはずだと考えました。そして、コンセプトとして掲げたのが、『癒しと食』でした」

立花氏の読みはズバリと当たり、アクアイグニスは開業から予想を超える集客を達成している。そして、その成功には、『癒しと食』というコンセプトを強力にバックアップする最強パートナーの存在があってこそだったことを立花氏は否定しない。

「言ってみれば、一つの奇跡です。世界的に有名な辻口シェフ、奥田シェフが、ここで一緒に仕事をしていただけたからこそ、これだけ多くのお客さまに連日来場していただいている。特に、辻口シェフには、世界的なブレンがたくさんいらっしゃいまして、ランドデザインにも深く関わっていただきました。辻口シェフ、奥田シェフの参加がなければ、アクアイグニスはまた別のものになっていたでしょう。私も、成功させる確信はありましたが、両者のご参加がなければここまで大きな投資には踏み切れなかったでしょう(笑)」

今さら解説は不要かもしれないが、辻口 博啓シェフは、その名を世界に知られた天才パティシエ。奥田政行シェフは、山形県鶴岡市で、地元食材にこだわったイタリアンレストラン「アル・ケッチャーノ」を大繁盛させたカリスマである。

アクアイグニスにおいて、辻口シェフは、パティシエ「コンフィチュール アッシュ」、石窯パン工房「マリアージュ ドゥ ファリーヌ」などを、奥田シェフは、イタリアンレストラン「サーラビアンキ アル・ケッチャーノ」、「奥田食堂」などを運営している。

いわば、この世



株式会社アクアイグニス
立花 哲也代表取締役社長

界的な2枚看板が新生片岡温泉・アクアイグニスの目玉というわけだ。しかし、話を伺えば何うほど立花氏がいう奇跡は、必然、起こるべくして起きたという感を抱く。これは、立花氏のデベロッパーとしての天賦の才と言ってもいいかもしれないが、氏のこの地を愛する心、地元を振興したいという心根の強さが、辻口・奥田という奇跡のコラボレーションを生んだと思えるからだ。

そもそも立花氏が辻口シェフを口説き落とすことができたのは、一粒のいちごだったという。菰野町は温泉熱を利用したいちごの産地でもあり、立花氏は、出店の要請だけでなく、施設内に計画したいちご農園のプロデュースを依頼し、それが辻口シェフの琴線に触れ、東京にあった店舗を、ここアクアイグニスに移すにまで至ったという。

辻口シェフの紹介で出会った奥田シェフも同様に、自然豊かで特産物の多いこの地をアピールし、奥田シェフの哲学である地域振興という部分でも、心を通わせたことは想像に難くない。

食において確かな価値を追求し、 店がそこにある理由を明確にする

今回、しばむ消費時代に逆行するように、リアル店舗である大型商業施設に多くの集客を達成している3つの施設。デベロッパーに話を伺ってみると、それぞれ、駅直結型高層複合施設「渋谷ヒカリエ」、都市観光型大規模商業施設スポット「東京ソラマチ」、温泉リゾート型商業施設「片岡温泉・アクアイグニス」と、異なるコンセプトを持つ商業施設でありながら、共通した集客のキーワードというものがあつたことに気がつく。

まずは、飲食というものを、単なる食の提供と捉えていないということだ。うまいものを出していれば、客はおのずとついてくる。当然のことながら、飽食の現代においては、舌を刺激するだけ、胃袋を満たすだけの食では、消費者は魅力を感じない。この3施設のデベロッパーは、それぞれに、方法やアプローチは違えど、何かしらの『今までと違う驚き、感動、心が震える体験』を追求しているのだ

そして、もう一つのキーワードは、『地域振興、地元貢献』だろう。ソラマチでは、地元浅草の方々、沿線にお住まいの方こそがコアターゲットだと言い切り、アクアイグニスにおいては、地域おこしとも言える振興が今まに行われている。また、一見地域とは関係な



アクアイグニス

いように感じる渋谷ヒカリエでさえも、実は、渋谷ヒカリエや周辺で働く方々のための楽しい食提供という使命を持ち、そこから情報発信基地としての渋谷をアピールするという地域特性を強く意識しているのだ。

言い換えれば、これらの施設、店は、それぞれに確かな価値創造を追求し、その場所に出店し、食を提供する理由と、使命をきちんと持っていると言える。

余談になるが、アクアイグニスには、新しく生まれ変わった素晴らしい温泉施設がある。そして、そこには奥田シェフがプロデュースする食堂がある。その洗練された新しい施設で、いきいきと輝きながら働いている従業員は、旧施設で働いていた方々だ。食堂のメニューも、昔のままの気取らないものばかり (奥田シェフのレシピによる)。

巨額な投資をしたにも関わらず、「地元の方に今までどおり温泉を使ってもらいたい」と、新施設になっても入浴料を断固として値上げしなかったという立花氏。そして、この奥田食堂における奥田シェフのエピソードからも、地域を想い、従業員を家族のように大切に、「地域振興、地元貢献」という心が表れている。



CAFE
LOUNGE
DINING
BAR
Asian Latino

FLOWERS
Common

FLOWERS
Common

Laughing People
Beautiful World,
like a FLOWERS
on this Planet 3rd

味覚 厨房施工担当者が独占レポート！
逍遙 あの繁盛店の「こだわり厨房」お見せします！！



雲の上寄席

味覚 厨房施工担当者が独占レポート！
逍遙 あの繁盛店の「こだわり厨房」お見せします！！



シズル感、ライブ感にこだわった、 ラテン・アジアンキッチン

FLOWERS Common フラワーズコモン

東京都渋谷区渋谷2-21-1 渋谷ヒカリエ7F「TABLE 7」 03-3486-2363
営) 11:00-23:00 (金・土・祝前日は11:00~28:00) ランチ 11:00~16:00



城北営業所 光塚主任

個性的な店舗が軒を連ねる、渋谷ヒカリエ7F「TABLE 7」でも、一際目を引く、核テナントが、フラワーズコモン（カフェ・カンパニー株式会社／本社・渋谷）。店のメインコンセプトは、アジアン・ラティーノ。

カフェ・カンパニーのデザイナー・登坂貴之氏は、「アジアの美味しさとラテンの楽しさを融合させた店がフラワーズコモン。何度来ても楽しんでもらえるよう、渋谷ヒカリエでも最大の135坪の店内を4つの異なるゾーンに分けてデザインしました。日常のランチやティータイム

ム、大勢が集まったディナー、大切な記念日など、同じ店内でもそれぞれのシーンで使い分けてもらえたら」と、店のコンセプト語ってくれました。

タニコーが担当させていただいた厨房も、そうしたコンセプトに欠かすことのできない重要な意味を持つパート。通常であれば、料理人が快適に料理を作ることができる環境を整えるのが当社の仕事ですが、フラワーズコモン様の場合は、その基本にプラスして、厨房と働く料理人、スタッフをどうお客さまに見せるかも大きなテーマとなっています。

「アジアには独特のシズル感やライブ感がありますよね。レストランもちろんですが、街場の屋台にも。その活気を東京のカフェで再現し、お客さまに提案できたら、と考えました。オープンキッチンはもちろんですが、店の外から、厨房に吊るしてある食材が見えたり、店内に入ると食欲

をそそる湯気が感じられたり、見せるということにここまでこだわったのは、当社のカフェでも初めてでした。そのため、オープン間際まで試行錯誤の連続で、タニコーさんには、たびん30回ぐらい図面を訂正していただいたはずですが。おかげで、大変満足のいく厨房、店にいただけました」（カフェ・カンパニーフードデザイン部長 福島 千豊氏）

連日大盛況のお店は、こうしたカフェ・カンパニーさんの熱意と情熱の賜物。アジアのシズル感、ライブ感の再現という、当社にとっても未知の仕事で、大きなチャレンジでしたが、そこから学ばせていただいたことも多く、心から感謝しています。



カフェ・カンパニーデザイン部 登坂氏、フードデザイン部 福島氏



江戸情緒を味わうエンターテインメント 和食のフレキシブル厨房

江戸味楽茶屋 さらまち亭

東京都墨田区押上1-1-2 東京スカイツリータウン ソラマチ7F 03-5809-7047
営) 11:00-16:30 / 17:00-23:00



本社第一営業部 第一グループ 砂原主任

2012年の重大ニュースにも数えられた、東京スカイツリーの開業。そのまさにお隣で、ツリー同様に人気を集めているのが、複合商業施設の東京ソラマチの飲食店ゾーンです。

タニコーが厨房を担当させていただいた、7Fのさらまち亭様は、江戸味楽茶屋と名乗るように、江戸情緒たっぷりの和食処として人気のお店です。

「粋と活き」を誇りに逞しく華咲いた江戸文化を楽しんでいただく総合和食がさらまち亭のコンセプト。「ねぎし三平堂（林家）」プロデュースによる落語や色物などの寄席芸が観られるのが最大の特徴です」（さらまち亭マネージャー）

食に関しても、江戸のこだわりが…。

さらまち亭のメニューに多く使われている「江戸甘味噌」は、米麹をたっぷり使用し、独特の風味を醸し出すとろりとした甘味が特徴の味噌。目でも舌でも江戸を感じる事ができるのが、このさらまち

亭なのです。

厨房に関しては、当初、今とは異なった計画で話をすすめていましたが、途中、オペレーションの問題でお料理の内容に大きな変更があったため、厨房計画を変更することになりました。

「結果として、開店以来非常に多くのお客さまに来店いただいておりますので、今のスタイルにしてよかったと思います。最終的にタニコーさんをお願いしたのは、多品種、大人数のお客さまに対応できる使いやすい厨房ということでしたが、要望どおりの厨房にさせていただき、非常に満足しています」（さらまち亭香川 篤志調理長）

さらまち亭さんは、呼び物の落語や演芸が行われている間は、ほとんどオーダーがなく、始まる前と終わった直後に一気に厨房が忙しくなるという特殊な環境にあります。その際でも、混乱しないように、あらゆるメニューを想定して、フレキシブルに使えるよう、徹底的に動線をシミュレーションしました。さらに、厨房機器もスチームコンベクションオープンを入れるなど大量の調理に対応できるようにして、その結果使いやすいとお褒めいただきとても嬉しく思っています。



さらまち亭 香川調理長



厨房施工担当者が独占レポート！
あの繁盛店の「こだわり厨房」お見せします！！



カリスマパティシエが挑む、 新しいスイーツ店のカタチ

Confiture H コンフィチュール アッシュ

三重県三重郡菟野町菟野4800-1 059-394-7727 営) 11:00 ~ 18:00 休) 不定休

カリスマパティシエ・辻口 博啓シェフの店として大繁盛している「コンフィチュール アッシュ」。2012年に複合型の温泉施設として生まれ変わった片岡温泉「アクアイグニス」(三重県菟野町)。その目玉店舗として出店以来、平日休日を問わず、一日中行列が途絶えない、売り切れ必至のスイーツ店として人気を博しています。

「本当は、お店に足を運んできていただいた全てのお客さまに当店のスイーツを味わっていただきたいのですが、今は本当にただただ申し訳ないという気持ちでいっぱいです」



保坂シェフ

こう恐縮するのは、コンフィチュール アッシュ統括責任者の保坂シゲルシェフ。世界を股にかけて飛び回る辻口シェフが全幅の信頼を寄せている店の責任者です。

実際に、厨房を作らせていただく際にも、辻口シェフの命を受けて、当社と折衝していただいたのが、この保坂シェフでした。

まず、今回の厨房を作るにあたって、コンセプトとして提示されたのが、オープンキッチンでした。それも小窓からスイーツを作っている作業風景が見えるといった、ありがちなものではなくて、売場と厨房の間に壁が全くない、いわばフルオープンのキッチンだったのです。

「安心安全の問題もあって、現代のお客さまは自分の口に入る食が、どのように作られているのかに高い関心をお持ちです。正直に言えば、開店当初は、これ



ほどすべての作業がお客さまにみられている厨房で働くのは緊張する、というスタッフの声が多かったです。でも、その緊張感も、いい仕事につながっていくことが私自身感できました。常にお客さまの視線を意識して働く中で、クリネスはもちろん、無駄のない動きや立ち振舞、すべてが磨かれていく。辻口がフルオープンのキッチンにこだわった理由の一つはココにあったのだらうと思いました(保坂シェフ)

私にとっても、フルオープンキッチンの大規模なスイーツ店を手がけるのは初めてでしたから、まず最初に始めたのは、見せたい場所と見せたくない場所の取捨選択でした。そして、働いているパティシエやスタッフの皆さんの動きが、お客様からどう見えるのか、オープンキッチンならではの躍動感をどう見せるかなどを考慮して、レイアウトをご提案させて



名古屋営業所 野崎所長

頂きました。

長さ3mにも及ぶショーケースがズラリと並び、その中には色とりどりのスイーツ。そして、そのすぐ後ろでは、魔

法のように次々とスイーツを作り出すパティシエ…。

コンフィチュール アッシュさんは、間違いなく、今までにない全く新しいカ

タチのスイーツ店。当社にとっても、その新しい歴史に参加させていただけたことは、かけがえのない財産だと考えています。



地元の食材をふんだんに使った、 大盛況石窯パンの店

Mariage de farine
マリアージュ ドゥ ファリーヌ

三重県三重郡菟野町菟野4800-1 059-394-7729 営) 7:00-18:30 休) 不定休



昨年11月に、アクアイグニス内にオープンしたマリアージュ ドゥ ファリーヌは、世田谷にある辻口博啓シェフの人気ベーカリー店「マリアージュ ドゥ ファリーヌ」を移して新装オープンしたお店。スペイン産の石窯を新たに導入して、小麦をはじめ食材もできる限り地産産の物を使うというこだわりでも注目を集めています。

オープンから連日の大盛況で、店を辻

口シェフから預かる統括責任者の中西智彦さんは、「とにかく開業から連日、たくさんのお客さまに来ていただいて、うれしい悲鳴を上げています。パンの質に関しても、品数に関しても、さらなる上を目指し、もっともっとお客さまに喜んでいただけるように精進していきます！」と語ります。

アクアイグニス自体は、観光スポットとして人気ですが、「マリアージュ ドゥ

ファリーヌ」が目指すところは、地元の方が毎日のように通ってくれる店だと言います。



匠's INTERVIEW 辻口シェフ



東京にあったコンフィチュール アッシュをクローズして、ここ菟野に店を移したわけは、実は、一粒のイチゴがきっかけでした。アクアイグニスの社長、立花さんが、アクアイグニスを造る際のパートナーに私を選ん

世田谷から三重県菟野町へ【一粒のイチゴがもたらした奇跡】

で、話をしに来てくれた時の、いわゆる口説き文句が、「辻口さんにお任せしたいのは、お店だけではなく、目の前にあるイチゴファームもお願いしたい」と言われたのです。

私たち料理人は、常に最高の食材、新鮮な食材を求めています。例えば、菓子作りに欠かせないイチゴですが、まだ青いイチゴを摘んで、3日後に手元に届くときに真っ赤な状態になるように生産出荷されています。でも、イチゴは摘まずに完熟させたほうが美味しいにきまっているんです。ただ、今の流通事情では不可能だと誰もが諦めて妥協している。しかし、立花社長の提案ならば、完熟イチゴを存分に使えるということでしたから、私はその環境でスイーツを作りたいという衝動を抑えきれなくなってしま

ました。そこで、世田谷からここに店を移してしまったというわけです。

イチゴ以外にも、ここには、菟野町特産のマコモダケというイネ科の植物があり、スイーツに欠かせないフルーツ作りにも素晴らしい生産者がたくさんいらっしゃいます。

やはり、ここでお店をやらせていただく以上、この土地のモノを使って、ここでしかないスイーツを味わっていただきたい。

アクアイグニスには、私のプロデュースするもう一つの店「マリアージュ ドゥ ファリーヌ」もあります。こちらでもやはり、マコモダケをはじめ、地域の食材を使って、地域の方に喜んでもらえるパンを作ることをコンセプトにしています。(辻口 博啓シェフ)



厨房施工担当者が独占レポート！
あの繁盛店の「こだわり厨房」お見せします！！



スタッフの働きやすさ、 クレンリネスも追求した気配り厨房

Sa-la bianchi Al-cciano サーラビアンキアル・ケッチャーノ

三重県三重郡菟野町菟野4800-1 059-394-7734 (営) 11:00~15:00/18:00~22:00 (休) 不定休

辻口スイーツと並び、アクアイグニス
の2枚看板の一つが、イタリアンレスト
ラン「サーラビアンキアル・ケッチャー
ノ」。このお店は、2000年のオープン以
来、庄内の食材にこだわった、イタリア
ンレストラン「アル・ケッチャーノ」(山
形県鶴岡市)を大繁盛させた、あの奥田
政行シェフがプロデュースする店です。
奥田シェフといえば、世界のシェフ
1000人に選ばれるなど、世界的にも注
目されているカリスマシェフ。地産地
消をさらに地産訪消へと昇華させ、地域
の生産者、生活者ともに、食を通じた地
域振興を果たすなど、その影響力は計り

知れない。もちろん、このアクアイグニ
スの新店を目指しているのも、地域の生
産者を巻き込んだ、地産地消、地産訪消
の実現です。

サーラビアンキアル・ケッチャーノ
で料理長を務める、奥田シェフの愛弟子・
深井良祐シェフは、店のコンセプトにつ
いてこう語ります。

「基本は、奥田シェフが庄内の食材、生
産者にこだわって、庄内イタリアンとど
も呼べる料理を確立したように、私もこ
の菟野町、三重県の生産者の方々と一緒
に、私なりのここでしか食べることので
きないイタリアンを作っていくつもりで
す。ただ、現在は、まだまだ地域の食材
だけでメニューが作れるまでには至って
いないので、これから、少しずつ地域の
生産者の方々とお話をし確立してい
きたいです」

イタリアや東京などの有名イタリアン

料理店を経て、2009年から奥田シェフの
下で腕ふるっている深井シェフ。厨房作
りにも独自のこだわりがあり、料理長を任
せられたこの店では、厨房の設計も深井
シェフが中心となって行われました。

「この店の厨房は、今までいろんな店、
いろんな厨房を経験してきて学んだこと
を生かして、その集大成としてタニコー
さんをお願いしましたから、一切妥協は
ナシ！ 野崎さんには、時に厳しいこと
も言いましたが(笑)、本当にことん手
を抜かずにやっていただき感謝していま
す」(深井シェフ)

深井シェフからのオーダーは、基本的
にはベーシックなイタリアン厨房なので
すが、細かな部分では、いろいろと感心
させられました。例えば、通常は調理台
の足元は開いているものですが、それを
すべて閉じて欲しいというオーダーを頂
きました。これは、厨房をクレンリネス



深井シェフ



名古屋営業所 野崎所長

(衛生的な環境の継続的維持)にするた
めに、食材が台の下に転がって腐敗して
そのまま清掃ができない、という事態を

未然に防ぐ工夫です。
また、調理台の高さにしても、深井シェ
フはかなり長身の方なので、ご自身に合

わせてしまうとスタッフの方が使いにく
いからという理由で、あえて低めにする
など、シェフの本当に細かな気遣いが随
所に詰まった厨房となっています。

もう一つ私が感激したのは、深井シェ
フが生産者の方たちと定期的にされる
ミーティングの場に、私も呼んでいただ
いて、みなさんと意見交換ができたこと
です。これが、地域を自然に巻き込んで
いき、店を、地域を盛り上げていく、奥
田イズムなのだ、ととても感激しました。



奥田シェフのレシピでいただく『和』

奥田食堂(和食) 露庵温味(割烹)

三重県三重郡菟野町菟野4800-1 059-394-7655
(営) 11:00~23:00 (奥田食堂) (営) 18:00~22:00 (露庵温味)

ターで、割烹スタイルの和食が楽しめる
という趣向です。

両店とも、地の物を中心に、食材の素
朴な味を楽しむ、奥田流のレシピで作ら
れた、肩肘張らない料理が大人気。料理
人、スタッフも旧片岡温泉の方々をその
まま雇用しているといえます。

サーラビアンキアル・ケッチャーノ
とは一味違った、奥田シェフの地域愛を
感じる奥田食堂と露庵温味なのです。



匠's INTERVIEW 奥田シェフ

新店計画も続々！【地域に根ざし、愛される施設に一】

アクアイグニスに店を出すというお話は、
最初は辻口シェフから頂きました。ただ、昨
年は、スカイツリーの店を開店したことを
はじめ、時間的な余裕がなかったので、最初
はお断りするつもりでいたのです。ところが、
アクアイグニスの立花社長とお会いし
てみると、とても強い郷土愛を持って、私に
期待してくれていることがひしひしと伝
わってきました。

話題づくりだけで話を持ってきた経営者
ではなく、郷土を愛する一人の男の姿をそ
こにみってしまったのです。それで、つい、OK
してしまった(笑)。

よく調べてみると、菟野町にも三重県に
も非常に優秀な生産物があり、ゆくゆくは

庄内と同様に、生産者の方々と地域を盛り
上げていけるのでは、という確信も持てま
した。

アクアイグニスは、まだスタートしたば
かりで、これからもっともっと地域の方が
足を運んでくれる環境を整えなければなら
ないと考えています。店ももっとバリエー
ションが必要で、実際に私も「やくケッ
チャーノ」など幾つかの店のプランを進め
ていますが、アクアイグニスの中を周遊で
できるようにして、地域の方も日常的に楽し
んでいただける、満足度の高い場所にもっ
ととしていきたいと思っています。

(奥田 政行シェフ)





タニコーの意外なお仕事、お客様を紹介しす

お客様インタビュー



今回のお客様は、学校法人国際ビジネス学院様です。学校法人国際ビジネス学院様は
国際ペット専門学校
スーパースイーツ製菓専門学校
専門学校金沢美専
金沢オフィス・医療事務専門学校
など、北陸を本拠地に、各種専門学校を展開されています。

学校法人 国際ビジネス学院
大聖寺谷 敏 理事長

学校法人 国際ビジネス学院
石川県金沢市南町6-12
<http://www.kbg.ac.jp>

ペット用シンクも作ります！

タニコーさんは、郷土の誇る“モノづくり企業”

——国際ビジネス学院様がタニコーにご用命くださったきっかけをお聞かせください。
大聖寺谷 理事長 当学院のスタートは、福井に創立した「国際ペット専門学校福井」でした。その福井キャンパスを作る際に、トリミング実習室の設備について、タニコーさんに相談させていただいたのです。私は、もともと福井で繊維関係の会社を経営していたのですが、タニコーさんは福井に大きな工場もあって、郷土の誇る大企業でとても有名でした。それ

で、きっと相談にのっていただけるだろうと思って、タニコーさんを訪ねたのが最初でした。
——最初は“同郷のよしみ”だったというわけですね。具体的にはどのような設備を要望されたのでしょうか。
大聖寺谷 理事長 トリミング実習室に設置するシンクです。そこでペットにシャンプーをするのですが、ペットも小型犬から大型犬まで大きさも様々です。しかも、シンクを使う生徒は経験がなかったり、力の弱い女性であったりするので、既成のもの

のでは納得いきませんでした。であれば、使いやすいものを自分たちで作ってしまおう！という発想になりました。そして、工場を持っていてモノづくりをされているタニコーさんであれば、こちらの要望にも応えていただけるのでは？ と思い依頼しました。

製作にあたってタニコーさんには、犬を入れやすいシンク形状にさせていただいたり、犬の毛が詰まらない仕様にしていただいたりと、いろいろと細かな要望を出しました。その一つ一つの要望に、きちんと応えてくれました。

——国際ビジネス学院様は、現在、ペットのみならず、美容、ビジネス、製菓などの専門学校を展開し急成長を遂げていますが、それらの学校開校時にもタニコーは様々なご用命をいただいております。その一番の理由は何でしょうか？

大聖寺谷 理事長 最初の福井の仕事で、お願いすれば何でもできることが分かりましたから(笑)、まず相談して、あとは任せておけるという安心感が大きいですね。タニコーさんは、厨房機器のトップメーカーとして知られていますが、飲食ビジネスではない私からすれば優れたモノづくりの会社です。

ペットシンクの福井校の後も、同校の学食や併設しているカフェを作っていただきました。そして、世界的パティシエであり地元石川県出身の辻口博啓氏を校長に迎え昨年開校したスーパースイーツ製菓専門学校では、本業の厨房機器の部分で遺憾なく力を発揮してもらいました。

また、技術力もさることながら、私がずっとタニコーさんとお付き合いをさせていただいているのは、やはり、人なんです。福井営業所の伊藤所長の誠実な仕事ぶりはもちろんですが、人柄も大変気に入っているんです

よ。ちょっとしたことで、電話をすればすぐに飛んできてもらえる。私は、タニコーさんも伊藤所長も、信頼できるパートナーだと思っています。

——同郷のご縁、そして、その後の人とのつながりで、タニコーを大切な事業のパートナーにさせていただけたのです。ありがとうございます。

最後になりますが、理事長の今後の国際ビジネス学院への思いをお聞かせください。

大聖寺谷 理事長 昨今、ペット業界は急速に成長しており、即戦力になるトリマーや動物看護師の育成が急務になっています。

実は、私が国際ペット専門学校を創立したのは、ある苦い経験があったからです。繊維会社から業種転換して、ペット専門店を多店舗展開するビジネスを始めたものの、肝心のトリマーが確保できずに計画が進みませんでした。そこで、トリマーが圧倒的に足りないのであれば、トリマーを育成するための学校を作ろう。そして、それはビジネスになると思い、その時、当校が目指す目標はただ一つ、社会に出て即戦力となる人材育成であると、確証しました。



国際ペット専門学校金沢 ペット用シンク



福井営業所 伊藤所長

その結果として昨年、ペット業界最大手のイオンペット(本社・千葉県市川市)と産学協同のプロジェクトとして、イオンペット社員養成学科を立ちあげました。この学科は、イオンペットの社員登用試験に合格するための、いわば就職直結型の画期的な学科なのですが、これも当校の目標に賛同・協力していただ

いた結果であると思っています。私は、国際ビジネス学院で展開している各専門学校を通じて、この北陸から日本全国、世界へと羽ばたく職業人を育成していきたいと夢見ています。郷土の友であり、大切なビジネスパートナーとして、伊藤所長をはじめとするタニコーさんに

は、これからも当学院にお力添えをお願いしたいと思っています。
——ご期待に添えるよう、モノづくり企業として、一層の精進をいたしますので、これからもよろしくお願いたします。今日は、お忙しい中、インタビューにご協力くださり誠にありがとうございました。



Side Story

学校法人 国際ビジネス学院 スーパースイーツ製菓専門学校 世界的パティシエ辻口博啓シェフが校長に就任——。



辻口校長

岡嶋エリア長

清川理事

大聖寺谷理事長

石川から世界を獲る!!

2012年、金沢に開校した「スーパースイーツ製菓専門学校」は、世界的パティシエ・辻口博啓シェフを校長に迎えた、学校法人国際ビジネス学院の新しい学校。タニコーは、この学校でも辻口シェフのご指導のもと、全面的に実習用厨房設備を担当させていただきました。

「辻口校長が目指すのは、世界を獲ることができるパティシエを、故郷である石川県から輩出することです」と、同校理事の清川裕氏が語るように、スーパースイーツ製菓専門学校の志は高く、もちろん、実習用厨房設備に対する要望も非常に高いものでした。

「世界の今、を生徒たちには意

識させたい。ですから設備も最新のものでなければダメ。本当に今のスイーツが作り出せるものでない」と。スイーツ界は、まさに日進月歩で進化しています。このままだと、最先端の現場と、旧態依然として時代遅れの技術や考え方を教えている教育の現場はどんどん乖離してまいります」と、辻口校長。

また、生徒には最新技術の習得と同時に、一社会人としての人間形成にも力を注いでいるのが同校、そして、国際ビジネス学院の教育理念。

「やはり一人の人間として礼節をわきまえ、魅力的な人間でなければ一流のパティシエにはなれない。だから、この学校で

も人間育成に関して、力を注いでいます。

今後タニコーさんには、進化に遅れないで、さらに先を行くアイデアと提案、そして、世界を視野に入れた機器の開発といったものを期待しています」と語る辻口校長の言葉に、“故郷である石川県から世界を獲る人材を！”という強い意気込み、そして、タニコーへの大きな期待を感じました。

第2、第3の辻口シェフが誕生する日を夢見て、タニコーは、精一杯サポートさせていただきます。(タニコー金沢営業所・岡嶋誠 エリア長)

