

# 名古屋営業所 Test Kitchen Showroom CRAFT

使って、感じて!



最新機器がラインアップ  
展示・実演機器 (一部)

- ▶ スチームコンベクション  
オープン
- ▶ ベーカリーデッキオープン
- ▶ 低周波電磁グリドル
- ▶ ガスコンベクションレンジ
- ▶ IH コンロ

DATA 所 〒462-0011 愛知県名古屋市北区五反田町 1-1  
☎ 052-325-4811

## 4/15 OPEN

名古屋  
営業所  
4月15日  
オープン

カレントニュース読者様へのプレゼント企画

# 厨房ドック



年2回の厨房出張点検を致します

カレントニュースをご覧になって、簡単な質問にお答えいただいた方から  
抽選で30名様に年2回の厨房出張点検をプレゼントいたします。  
半年ごとの厨房の点検で故障や事故を未然に防止できます!

応募はこちら

URL  
<http://www.tanico.co.jp/entry.html>



応募期間

2016年2月16日～3月31日  
●当選のお客様には4月18日  
～22日の間にお電話にてご連絡致します。

CURRENT NEWS

2016年2月16日発行  
発行：タニコー株式会社 〒142-0041 東京都品川区戸越1-7-20 TEL: 03 (5498) 7111  
編集：株式会社メディア・ミル



タニコーとお客さまを結ぶ最新情報通信 [カレントニュース]

# CURRENT NEWS

NO. 3

特集 繁盛店のめざす先!

## 多店舗展開 へとつなげる 成功のカギ

味覚選

- 活魚廻転寿司 いわ栄 中庄本店(岡山・倉敷)
- WINE CAFE BULLS(群馬・太田)

好評連載

- 繁盛する理由厨房でも見つけた  
ペーパーウォールカフェEnonowa 国立店(東京・国立)

INFORMATION

- 菊乃井本店 村田吉弘様 スペシャルインタビュー  
「和食」の素晴らしさを世界に発信するための、  
世界基準厨房

タニコー株式会社

繁盛店の  
めざす先!

# 成功のカギ

多店舗展開へとつなげる

近年、外食産業の市場規模は、ほぼ横ばい状態。  
 今後は景気の減退だけでなく、人口の減少によってさらに厳しい状況になっていくだろう。  
 2020年の東京オリンピック・パラリンピックによる好景気も、東京を中心とした首都圏に恩恵を与えるのに留まりそうだ。  
 こうした厳しい状況下、個人経営の飲食店は体力のある大手チェーンに押されていくことが予想される。  
 しかし、食の最前線には、地元に着目しながら、これまでになかった「食の付加価値」を提供し続けて、多店舗展開している飲食店がある。  
 地元のお客様の笑顔を求めて突き進み、結果的に大手チェーンをしのご繁盛店となった、お店を取材した。



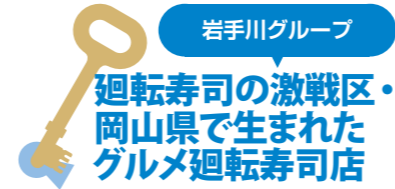
## 飲食業界も大手チェーンが席卷

外食産業の市場規模は、1997年の29兆円をピークに減少傾向にある。近年は横ばいではあるものの、今後の人口減少によって、ますます市場は縮小していくことだろう。  
 統計を見ると、1996年には83万

6千店あった飲食店が、2012年には57万54店と、約3割が閉店していることがわかる(右図)。とくに「酒場・ビヤホール」「バー・キャバレー・ナイトクラブ」の減少が目立つほか、2012年には「食堂、レストラン」もマイナスに落ち込んでいる。  
 飲食店は、日本中どこに行っても大手ファストフードやファミリーレストランチェーンの店舗が目立つ反面、個人店が消えていく、という現象が見られる。



ここで、寿司店の動向を見てみよう。2006年から6年間で寿司店の減少率は25%で飲食店の中でも、大きな減少率となっている。しかし、大手廻転寿司チェーンの店は増加していることを考えると、個人店が淘汰されている、と言えるだろう。



一方、大手廻転寿司チェーンではないにもかかわらず、連日満員となっている廻転寿司店がある。岡山県の「活魚廻転寿司 いわ栄 中庄本店」だ。この店は、11時の開店と同時に多くの客が詰めかけ、14時を過ぎても客足が途絶えないという繁盛店だ。手がけているのは、1982年創業の「割烹 岩手川」を中心に6店舗を運営する「岩手川

グループ」である。

実は岡山県は、全国で二番目に廻転寿司店が多く、「100円寿司天国」とされる激戦区。しかし岩手川グループの石田常務によると、この店の売りは安さではないという。

「廻転寿司ではあるものの、一般的な寿司店に引けを取らないクオリティを目指しています。オープン当初から貫いているのは、その日さばいたネタを、一つひとつ職人が手握りするスタイル。ですから、それなりの料金を頂戴しているのですが、立ち寿司よりもリーズナブルということで、口コミでお客様が増えていきました」

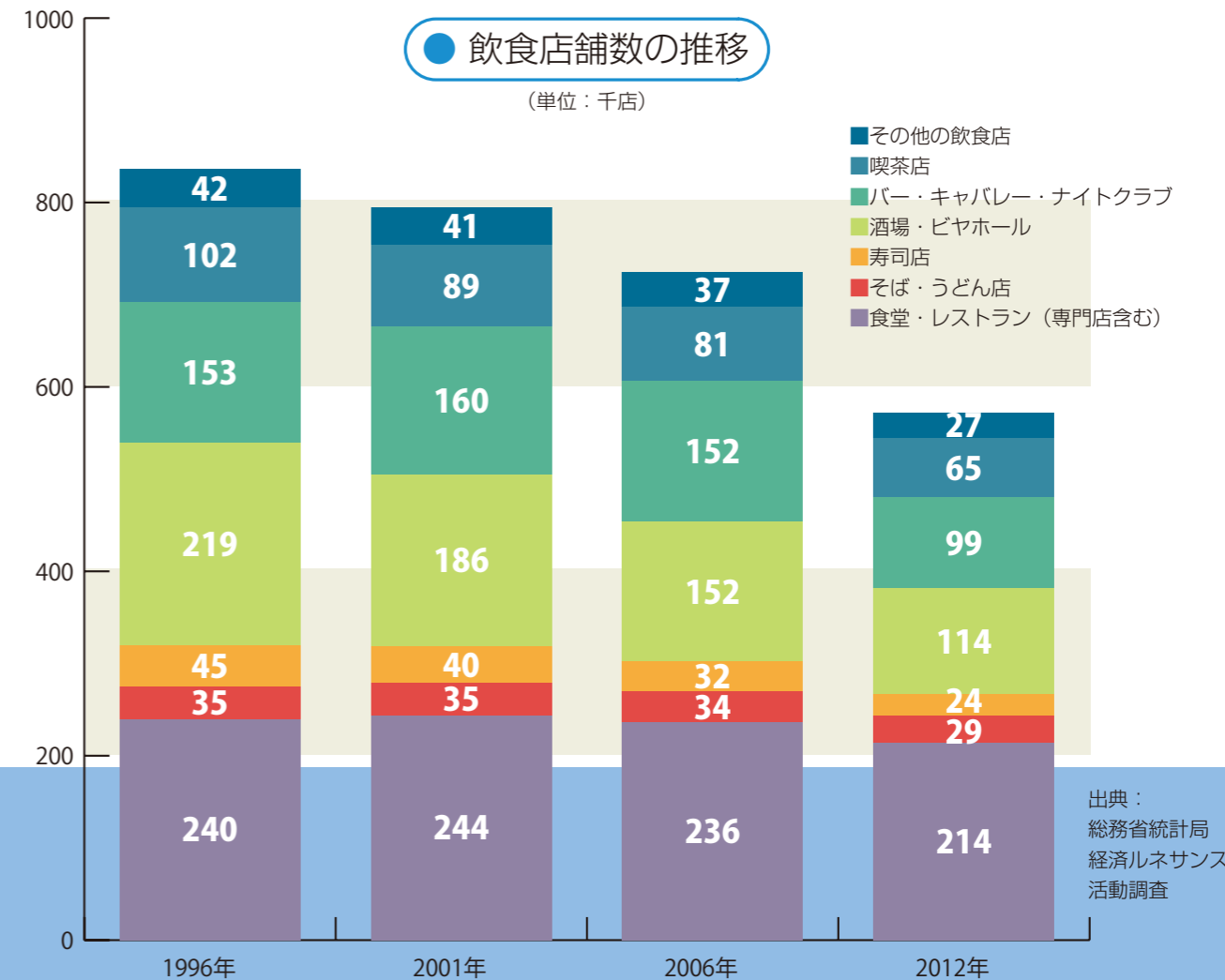
クオリティの高さ、職人の腕の確かさを大切にしているのは、同グループのDNA。ルーツが割烹店であることが、大いに関係している。そもそも出店企画段階では、廻転寿司ではなく、一般的な寿司店を作る予定だったそうだ。「岩手川グループのルーツは割烹とい

うこともあり、魚の目利きや魚をさばく技術はあったものの、握りの知識がない職人が多かった。そこで広島の廻転寿司店に、職人たちを研修に行かせました。その後、現在「いわ栄 中庄本店」になっている物件と出会ったのです。元が大衆食堂だったため非常に広い。これなら普通の寿司店ではなく、廻転寿司のほうに向いているのではないか、ということになったのです」

とはいえ、職人たちが「廻転寿司」のカウンターに立つことに抵抗感を覚えるのではないかと、という危惧もあった。「会議で提案したところ、みんな非常にやる気になってくれた。実は研修先の廻転寿司店も、冷凍のネタをあまり使わずに、活魚をさばいて提供していたのです。そこで勉強したことで、職人たちが『こういう廻転寿司もあるんだ』と非常に刺激を受けて、当時岡山には珍しかった『グルメ廻転寿司』に挑戦しよう、ということになったのです」

## 飲食店舗数の推移

(単位: 千店)



出典: 総務省統計局 経済ルネサンス 活動調査



岩手川グループ株式会社 石田 竜也 常務



▲持帰り寿司専門店 いわ栄 タカシマヤフードメゾン岡山店



## 活魚廻転寿司 いわ栄 (中庄本店/岡山県・倉敷市)

そして2008年4月に「活魚廻転寿司 いわ栄 中庄本店」がオープンしたものの、「美味しいけれども高い」というイメージがつき、当初苦戦したという。「何も宣伝などはしていなかったのですが、7月に岡山県内の廻転寿司特集のテレビロケが入ったんです。そして、『いっさい冷凍魚を使わないでその場でさばいている』というスタイルが紹介された。その日から問い合わせの電話が鳴り止まなくなり、さらなるTV取材が相次ぎました。この時わざわざ県外から足を運ばれる方も多かったです。冷凍の魚を使用している廻転寿司が多い中、本当にいいものを出せば商圏は広い」ということを、実感しました」

**これまで培ってきたノウハウがそのまま活かしている**

同店が繁盛店となった理由は、その日に仕入れた活魚を職人がさばいて出すという点。それを可能にするノウハウは、割烹料理店から受け継いだものだ。「1985年に『割烹岩手川中山下店』をオープンしたのですが、この頃に4トンと11トンの水槽車を2台購入しました。北は青森、南は九州まで、美味し

い魚を自ら買い付けて提供できるようにしたのです。当時は物流が今ほど発達していなかったため、サンマの刺身やフジツボ、ノドグロ、イカの活き作りなどを岡山県で食べられるのは非常に珍しかったですね」

こうした経験を経て、同グループの職人たちは美味しい魚を吟味するスキルと同時に、まだ見たことのない食材で挑戦する向上心を磨いたという。「岡山で見たことのない魚でも、市場で見かけたらとりあえず買ってみよう。地元の人から情報収集したり、自分たちで試行錯誤を繰り返したりして『この魚は刺身がイケる』『煮付けると美味しい』といった知識を増やしてきました。こうして新鮮な食材を扱うことによって、料理人も初心に戻り、モチベーションを保つことにもつながりました。もちろんそのころから培ってきた知識は、今とても活かしています」

**目指しているのは、入店前と退店後に話題になる店**

岩手川グループの大きな強みは、こうした向上心にあふれた「人」にある。「食材だけでなく、お客さまへのおもてなしの心も非常に重要です。廻転寿司

では珍しいと思うのですが、常連のお客様に『マイ箸』サービスもスタートしていました』と自分の箸を渡されると、大変喜んでいただけます。スタッフは大変かもしれません、お客様の喜ばれる姿にはかえられません。また、私たちが大切にしているのは、店に入る3分前と、出た後の3分間に話題のぼる店作り。入る前は『今日は何を食べようか、あのネタは絶対食べたい』とワクワクしていただき、出た後は『今日初めて食べた〇〇っていう魚、美味しかったね』と余韻に浸っていただく。常に、そうした店でありたいと思っています」

**多店舗展開によりもたらされた相乗効果とは…**

こうした姿勢を貫くことで、現在は旗艦店「創味魚菜 岩手川」、同じく料亭である「創味魚菜 いわ倉」、廻転寿司「活魚廻転寿司 いわ栄 中庄本店」、「活魚廻転寿司 いわ栄 津高店」、「鮎 いわ栄 イオンモール岡山店」、そして持ち帰り寿司の専門店である「いわ栄 タカシマヤフードメゾン岡山店」を展開している同グループ。多店舗展開する

ことで、さまざまなメリットがあるという。

「割烹のノウハウが寿司店に活かされるだけでなく、割烹の店でも本格的な寿司を出すことができている。それぞれの店が、互いに磨き合ってレベルアップしていけるのです。その他スケールメリットの一つとして、マグロ一頭買いがあります。100kg・150kgほどあるマグロを解体ショーとしてイベント化することで、集客ができるだけでなく、さばいたマグロを各店舗でも提供できます」

各店舗が相乗効果でレベルアップするということは、そのまま職人たちのレベルアップに直結している。「和食の職人がお客様の目の前で魚をさばく楽しさや喜びを知れたのも、廻転寿司を始めたおかげ。もちろん他の寿司店では真似できないような、本格的な煮物や焼き物を提供することもできる。また職人やスタッフを入れ替えることで、それぞれのお店を活性化することも可能なのです」

多店舗展開ありきではなく、いいものを最高の状態でお客様に真心を込めて提供することで、店舗数が自然と増えていった同グループですが、今後はテイクアウトに力を入れると同時に、廻転寿司店を県外に出店することも視野に入れているとか。また、かつて計画していた寿司店もオープンさせたい

という。同社の多店舗展開は、今後も発展していくことだろう。

**ミヤシタグループ 群馬県太田市の行列が絶えない人気店の仕掛け人**

群馬県太田市にある人口約9千人の町で、多くの繁盛店を生み出している「ミヤシタグループ」。その特長は、グループ内すべての店が店名もコンセプトもすべて違っているという点だ。原点である「Ajikura's Dining」は、イタリアンをベースにした創作料理レストラン。2002年にオープンした「Dining Cafe 橙」は、豊富なメニュー数とシックな雰囲気のカフェ。「ONE ROOM CAFE+BAKERY」は、陽光が差し込む明るい店内で、焼きたてパンやパスタが楽しめる万能カフェ。そして4号店の「CAFE DIVERGE<Sweets Factory>」は、スイーツキッチン併設した複合カフェ。2013年オープンの「DIVERGE SIDE CAFE」は倉庫を改装したカジュアルカフェ。そして2015年、網焼きステーキとワインを楽しめる「WINE CAFE BULLS」がオープンした。

ついに6号店を構えることとなった同グループだが、宮下輝正代表取締役によると、「数を増やすことには、重点を置いていない、むしろ、小回りが利く

ようになるべくコンパクトでありたいと思っています。そのために今回の6号店からは、別の会社を立ち上げ、ゼロから出発の気持ちでスタートしました」と言う。

**多店舗展開の成功の秘訣は「任せきる」こと**

グループのルーツは、宮下代表取締役が25歳のときに始めた「Ajikura's dining」である。当初は和風レストランだったが、社長が最も得意とする洋風メニューを充実させることによって、女性を中心に多くのファンを獲得した。その後ほぼ4年に1店のペースで店舗数を増やし、どの店舗も毎日大盛況で、特にランチタイムには、平日週末を問わずそれぞれの店に大行列ができています。「同じ店を作らないのは、この規模の町に同じ店はいらない、という単純な理由から。それに、同じ店を違う地域に出すという展開は、当たり前すぎてつまらない。そもそも、会社を大きくすることに魅力を感じないんです。それよりも、会社を強くしていきたい。いつも新しい業態を出すということは、常にチャレンジをしているということでもあります。その分、会社は強くなってい



有限会社ミヤシタ 宮下 輝正 代表取締役



ワインカフェブルズの名物料理「上赤身肉の網焼きステーキ(300g)」



## WINE CAFE BULLS (群馬県・太田市)

くと思うのです。とはいえやはり、新店がオープンする時は、実はいつも怖いんですよ(笑)」

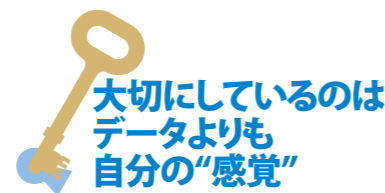
グループが目指しているのは、「強い個人店の集まり」だという。「会社を強くしていくためには、人や料理、サービスといった提供する中身を充実させる必要がある。お客様の満足を追いかけていくと、売上げもついてきて、次の店舗を作る体力もついていくのです。こうしてお店は増えていきましたが、3店舗目くらいで『これ以上は、もう目が届かなくなる』と気付いた。そこで、信頼できるスタッフにまかすことにしたのです。信頼されると、人は頑張りますよね。自分なりにみんなが頑張ることで、『強い個人店の集まり』ができてくると思っています」



しかし、グループとして譲れないDNAは確かに存在する。それは、お客様の満足をとことん追求することだ。「そのためには、メニューのバリエーションと味のクオリティは絶対に譲れません。厨房は大変になりますが、いろいろ選べて何でも美味しい、という状態をキープしていきたいんです。また、

回転率をよくすることにも興味はありません。得に女性にとって、食事とおしゃべりはセットですよ。ですから、食事だけでなく、心おきなくおしゃべりができる空間も提供しないといけません。回転率などどうでもいい。それよりも、お客様の居心地がいいかどうかを重視しているのです」

店舗ごとに切磋琢磨することでスタッフのモチベーションが上がっていくことも、多店舗展開の強みだ。「その店のスペシャリストになってもらいたいので、店舗間の移動は頻繁にはしていません。多店舗展開のもう一つのメリットは、それぞれの店の強みを、他の店舗にも提供できること。全店のパンは『ONE ROOM CAFE+BAKERY』、スイーツは『CAFE DIVERGE<Sweets Factory>』でそれぞれ作っているんです」と各店舗がグループのセントラルキッチン役割も果たしていることも強みと教えてくれた。



多店舗展開をするための戦略というと、マーケティングやこれまでのデータなど、数字的な分析が大切だと思われるが。けれども宮下代表取締役が一

番大切にしているのは、自らの“感覚”である。

「データはそもそも、終わったことを分析するものでしょう。もちろんそこから得ることはあると思いますが、過去を気にしていても仕方がない。それよりも、雑貨屋や洋服屋に入ったときの『こういう雰囲気、いいな』といった感覚や、気になるレストランに出会ったときの『これもアリだな』という感覚を大切にしたいのです」

それぞれの店舗は、幹線道路に面しているわけではなく、むしろ住宅地や農地など、いわゆる「立地の悪い場所」に位置している。

「一人一台車を持っている地域なので、立地に神経質になる必要はないと思っています。いい店ならば、ちゃんとお客様は来てくださる。店舗を作るときに重視するのは、そこが『気持ちのいい場所であるか』どうかです。太田市内で既に6店舗となりましたが、まだここでできることがある、と感じています。相手のことを知らないと勝負にならないのと一緒で、知っている場所だからこそ戦える。自分が生まれ育ったこの場所が、単純に好きだという事もあります」

店舗を構える立地にも、自分の感覚を大切にしている宮下代表取締役。店舗づくりにおいても、流行は追わないけれど、時流は大切にしているという。

「目指しているのは、『時代のちょっと先に行く』ようなお店。とはいえ実際はスタッフが運営するわけですから、私はスタッフたちが快適に楽しく働ける環境を整えるだけ。飲食店である以上、料理が一番大切ですよ。だから、厨房を作る際には、妥協せずに取り組みます。けれどもどんなに美味しい料理でも、それを活かす人がいなければ意味がない。我がグループの一番の財産は、やはり人。メニューや店作りは真似できますが、人は真似できません。

うちのスタッフには、どんなに手が足りなくて忙しくてもみんな乗り越えていく明るさと底力があるのです。人材を採用する際に重要視するのも、その人の学歴や社歴ではなく、『この人は信用できるかどうか』という自分の直感。仕事ができるかどうかよりも、人としての信頼度を重視しています。こうしてお互いに信頼しあえる人材が集まって、一生懸命にいいものを提供し続けていけば、自ずとお客様が入る店ができ上がっていくのです」



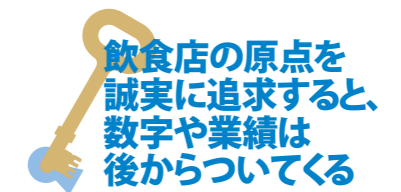
ゼロからの出発と位置づけた「WINE CAFE BULLS」では、驚くことに宮下代

表取締役自らが厨房に入っている。「調理だけでなく、下ごしらえから洗い物まで、何でもやっています。18年ぶりの厨房なのですが、やっぱり楽しいですね。この店を出した目的のひとつに、自分を含む社員全体のレベルをもう一段上げたかった、というのがあるんです。私が厨房に入って背中を見せることで、既存店のスタッフたちも何か学んでくれるでしょう。いちいち私が各店舗に足を運んで口を出すのではなく、それぞれの店のスタッフが、自分で感じたことを実践していったらいい」

普段から「教育という教育はしていない」と宮下代表取締役は言う。「お店のよしあしは、人、雰囲気、味の三つで決まります。とはいえ、あまり上から『こうなさい、あしなさい』と言いたくないんです。そもそも繁盛している店にいれば、動かざるを得ない。実際に現場で働きながら、より効率のよい方法を覚えていくものです。そして任されながら頑張ることでお店への愛着も生まれ、やりがいや楽しみも大きくなっていく。そんなふうにしそに働いているスタッフがいたら、自然とお客様も集まってくるんですよ」

6号店で自分も社員もレベルアップしたと思えたときこそ、次の店舗を出すタイミングだという。「お店を増やすのも、やはりスタッフ次第なんですよ。任せられるスタッフが

なければ、お店だけつくっても仕方がない。増やすたびに既存店の評判が落ちては、元も子もないわけですね。これまでの5店舗を大切にしながら、『WINE CAFE BULLS』から始まる5店舗を見据えていきたいと思っています。まだまだ実現するかどうかはわかりませんが、いずれはハワイにカフェを出してみたい。うちのスタイルのお店が通用するのか、ぜひチャレンジしたいです」



今回の特集では、岡山県と群馬県で多店舗展開を行っている、2つの企業を取材。当初の狙いは、「多店舗展開を成功させる秘訣」を知ることだった。

けれども実際に話を伺ってみると、どちらのグループも多店舗展開を目的として、戦略的に店を増やしていったわけではなかった。あくまでもお客様目線で、美味しい物を心地よい空間やサービスとともに提供することに注力。そうすると、自ずと店舗が増えていく、という好循環を体現していたのだ。

まさに、急がば回れである。当たり前前のことを確実に、誠実にやっていくこと。その強さを、あらためて感じさせられる取材であった。

# 日々行列ができる 「グルメ廻転寿司」にみる 繁盛店の厨房

活魚廻転寿司 いわ栄 さか  
中庄本店 (岡山県・倉敷市)

DATA

所 岡山県倉敷市中庄 46 - 1  
☎ 086-435-7005  
HP <http://www.iwategawa-group.co.jp/shop/shop03.html>



▲常連のお客様のマイ箸

みになっています。  
「おふくろの味などもそうですが、知っている人が自分のために作る料理はやはり美味しい。『いつものあの人が握ってくれるあの寿司』を食べたいというお客様は多いのです。お客様の前で魚をさばき、そのまま目の前のお客様に提供することは、安心・安全につながるだけでなく、お客様と店の絆を深めることにも役立っているのです」

## 厨房作りも「人対人」の関係が大切

「活魚廻転寿司 いわ栄 中庄本店」は、席数の多い和食店だった店舗を改装したお店で、広いスペースを十分に活用した厨房を取り入れている。  
「和食を経験してきた職人が多いので、寿司だけでなくコースも提供できるのもうちの長所。だし巻き卵はもちろん、ご要望次第では煮魚、串揚げや天ぷらなどもご提供しています。今後、より幅広いメニューに対応するため、サラマダーを入れるなど、お客様の要望を聞きながら、カスタマイズしていきたいです」(汐田店長) タニコー佐藤とは、初めてモールに出店した「鮨 いわ栄 イオンモール岡山店」からの付き合い。「モールに出店するのは初めてだったので、計画の段階から東京の展示会に行ったり、いろいろと相談したり……。料理と同じで、厨房も作り手と使い手のコミュニケーションが大きいものと思うのです。佐藤さんは厨房について色々教えてください、困ったらすぐに駆けつけてくれ、顔を見ながらコミュニケーションが取れる。とてもありがたいです」(石田常務)

## 美味しい店は 厨房がキレイ

和食の厨房を預かってきた、本物の職人たちが握る寿司が食べられる「活魚廻転寿司 いわ栄」。吟味された旬のネタが楽しめる本格寿司を、リーズナブルな価格で堪能できると、多くのファンを獲得しています。

店長の汐田充薫様によると、「物流が発達している今では、どのお店でも新鮮で旬な魚が仕入れられる」とのこと

と。けれども同じ魚でも、切り方一つで、口に入れたときの舌触りや味わいが変わってくるというのです。こうした技術は、同グループの大きな財産であると言えるでしょう。

その結果、同店は地元では知らない人のいない「グルメ廻転寿司」店へと成長を遂げました。11時の開店とともに、舌の肥えた年配客が店に詰めかけ、12時台のランチタイムには周辺のビジネスマンで満席に。14時を過ぎても、客足が途絶えることはありません。夜や週末にはファミリー層も加わり、常に賑わいをみせています。

そんな人気の様子は厨房からも見てとれるとタニコーの佐藤健治はいう。「これまで様々な飲食店を見てきて判った法則の一つに『美味しい店は厨房がキレイ』というのがあります。塩を多く使いサビが出やすい寿司店の「いわ栄」さんの厨房は、掃除が行き届いてい

隅々まで綺麗です。「いわ栄」さんは法則を体現しているお店だと言えます」

## お店が育つ原動力は お客様との 揺るぎない信頼関係

味の良さに加えて、他の廻転寿司とは一線を画すサービスも、同店の大きな長所です。汐田店長はこう語ります。「常連のお客様の“マイ箸”は、喜んでいただくだけでなく、スタッフが一人で

も多くのお客様の名前と顔を覚えるという目的もあります。日曜日には一日に500人ほどのお客様が来店しますが、どんなに忙しくても、なるべく多くの人の顔と名前を覚えていきたいのです。また、お客様の顔をしっかり見るのも非常に重要。来店時には、カウンター内の職人もかならず目を見て、「いらっしゃいませ」と声をかけるよう徹底しています」(汐田店長、以下同)

その味とサービスのクオリティにより、同店は「レールが回っている高級寿

司店」と言ってもいい存在になっています。実際、主流なのは、お客様の顔を見ながら握るスタイルで、常連客が座ると、注文する前に好みによってシャリの大きさが加減された「いつものやつ」が出てきます。これは、通常の廻転寿司では考えられないサービスです。「こうしたおもてなしの心は、やはり割烹料理である『岩手川』の流れを汲んでいるからこそ。タッチパネルで注文する廻転寿司店が多くなってきましたが、うちはあくまで『人対人』というアナログにこだわっています。お客様との信頼関係ができていますので、回っている寿司もまた信頼されている。通常の廻転寿司店では回りっぱなしの寿司も多いですが、うちのお客様は回っている寿司にもどンドン手を出しますよ」握ってくれる寿司だけでなく、回っている寿司へも信頼を寄せる。こうした店とお客との関係も、同店の大きな強

何事も「信頼」が大切という活魚廻転寿司 いわ栄 中庄本店 店長の汐田充薫様



「信頼」たるビジネスパートナーとなるべく協力を続ける、タニコー岡山営業所 佐藤健治



▲活魚廻転寿司 いわ栄 中庄本店



▲鮨 いわ栄 イオンモール岡山店

# 人気グループの 新店の厨房は 超高温グリラーが中心

## WINE CAFE BULLS (群馬県・太田市)

DATA

所 群馬県太田市亀岡町 96-1  
 ☎ 0276-30-7055  
 HP <http://mgrou.jp/>

### 地元の人々の 絆を大切に 系列店初の「肉バル」

群馬県太田市で数々の人気店を手掛けるミヤシタグループ。2015年の11月に、グループの第6号店となる「WINE CAFE BULLS」がオープンしました。系列で初めてのバルスタイルのお店で、コンセプトは「肉バル」。超高温グリラーを使った網焼きステーキと共に、豊富に取りそろえられたワインが



味わえるお店です。

大きな特長は、豊富なメニュー数。同グループが得意とするパスタなどの洋食のほか、生米からオープンで炊きあげる鉄鍋ご飯、ステーキをはじめとするグリルなど、多彩な料理が揃っています。

「お子さまから年配の方まで、どなたでも楽しめるメニュー構成です。家族でのお食事のほか、ビジネスマンの会合や女子会まで、いろいろな用途でお使いいただいているんですよ」とは、ベテランスタッフの矢野仁美様。これまでグループ内のすべての店舗を経験してきました。

「客席数が少なくコンパクトなので、お店とお客様の距離がとて近のが特徴です。ドリンクバーの内容やメニューなど、お客様の要望を取り入れ、すぐに内容を変えたところなど、グループ店でありながら個人店のような柔軟な



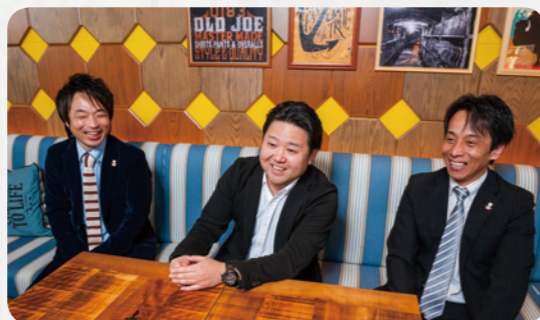
▲タニコー北関東事業部 石田孝一

対応をします。お客様から『久しぶりにグループ店の橙に行ってきたけど、やっぱり美味しいね』などと、報告を受けることもあるんですよ(笑)。このお店が開店するときも、地元で『肉バルができるらしい』と、大きな話題になりました。」

ミヤシタグループが手掛けるお店なら、素敵なお店に違いない。そうした安心感や信頼感が、しっかりと地元

根付いているというのです。

「これまでさまざまな飲食店で働いてきましたが、当グループのお店ほどお客様に『ありがとう、美味しかったわ』と感謝されるお店はありませんでした。その秘訣はやはり、スタッフ全員の意識の高さ。アルバイトスタッフでもお客様目線の提案ができたりと、全員が店長として活躍できるほどのレベルなんです」



▼高崎営業所テストキッチンAVENIR



### タニコーの ショールームテスト キッチンで何度もテスト

宮下輝正代表取締役自らが厨房に入っているこの店は、厨房づくりも、とても気合いが入ったものだったそう。「厨房は、店の心臓部。プロの料理人だけだったら、それこそ鍋一つでいろいろな料理が作れると思います。けれどもアルバイトスタッフでも、安全にハイクオリティの料理が作れるようにするためには、フルスペックの厨房が必要になってくるのです。この店の厨房は、コンパクトさが特徴。余計な動きをせずに、効率よく調理ができるように意識して設計しました」(宮下代表取締役)

こちらの厨房は、L型の半オープンキッチン。お店に入ると、ガラス窓越しにグリルでお肉を焼いている様子が見られます。宮下代表取締役と厨房を作

り上げていったのは、タニコーの酒井淳です。

「お店のこだわりは、グリル料理です。そのため、様々なタイプのグリラーを提案したのですが、なかなか宮下様のお眼鏡に合うものがなくて。高崎営業所テストキッチンAVENIR(アヴェニール)で、いくつかの実機で実際に焼いてもらったんです。結果ブロック肉の表面をバリッと焼き上げることができ、火力の強いグリラーを入れることにしました」(タニコー酒井)

スケジュールが厳しい中、お店への搬入日の3日前に、ガステーブルを急速ガスレンジに入れ代える、という緊急事態にも対応しました。

「当初はスチコンとミストオープンの2台を入れる予定でしたが、実際にメニューを見てみると、『もう一つ、オープンが必要だ』という要望が出てきました。そこで、ガステーブルをガス



▲タニコー高崎営業所 酒井淳

レンジ(レンジとオープンが一体になったもの)にしました」(タニコー酒井)「オープンメニューが多いので、やはり、2台では厳しかったと思いますね。一つオープンが増えたことによって、あいたスチコンをローストビーフの仕込みなどに回すことができている。スタッフの気持ちの余裕も、だいぶ違っていったと思います」(宮下代表取締役)

### 良い厨房が 店を強くする

グループ3号店のベーカリーカフェに併設されているオープンで焼き上げられたパンは、現在全店で提供されている。同じように今後は、「WINE CAFE BULLS」自慢のグリルで焼いたステーキを、他店舗のパーティなどにも使っていきたいと宮下代表取締役は語ってくれました。良い厨房ができることで、系列店の進化も同時に果たしていく。ミヤシタグループの強さの秘訣は、こうしたところにもあるようです。



ベテランスタッフの矢野仁美様。出産・育児と両立しながら働いている

繁盛する理由  
厨房でも  
見つけました

# 2人3脚で作りあげた、 実力派ブック・カフェの オープン後

新しい飲食業態として、すっかり定着した「ブック・カフェ」。コーヒーを飲みながら店内に並ぶ本をじっくり読むことができるとあって、幅広い年齢層の人々に人気となっています。

昨年4月にオープンした「ペーパーウォールカフェ nonowa 国立店」は、地元で長年愛されているオリオン書房（万田商事株式会社）によるお店。その人気の秘訣は、ブック・カフェらしからぬ、地元食材を取り入れた本格的なフードメニューでした。

前回 35 号ではこの本格的なフードメニューを具現化させた厨房の完成まで取材しました。店長の今井秀和様とタニコの堤博人との出会い、急遽の設計変更等…完成までは様々な道のりがあり、2人3脚で作り上げた厨房でした。

今回の35号では、その後も繁盛店であり続ける立役者2人に、お話を伺いました。



ペーパーウォールカフェ 国立店店長 今井 秀和様  
タニコ 堤博人



▼レタスやトマト、キュウリ、ほうれん草など、地元産の野菜を使用した「kunitachiサンド」と自家製のケチャップを使用した、看板メニューのナポリタン。



▶限られたスペースだが、効率的な動きができる本格厨房。



## scene 1 「ペーパーウォールカフェ 国立店」オープン

“国立の新たな顔”として  
多くのファンを獲得

今井店長 ▶厨房づくりのコンセプトは、「本格的なお料理が提供できる」こと。何度も堤さんとやりとりして、パスタボイラー、グリドル、スチコンなど、本格的な厨房機器を入れることができました。

堤 ▶こちらのお店の厨房は、タテ型になっていますよね。その中に動線を考えながらどう厨房をおさめていくか、というのが課題でした。

今井店長 ▶2015年4月のオープン以来、おかげさまで満席の日が続いています。その秘訣は、やはり厨房でちゃんと料理を作っていること。オープン後に「あれが足りない、これが足りない」なんてことになっても、堤さんがすぐに対応してくれて。冷凍ストックの増設を提案してくれたおかげで、ケーキの在庫が足りなくなる事態を防げました。使っていくうちに発生しそうな問題にも、予想して提案してくれるので助かっています。



ペーパーウォール  
カフェ  
nonowa 国立店  
(東京・国立市)

DATA

〒 東京都国立市北 1-14-1  
☎ 042-843-0261  
営業 [月～金] 7:00～22:00  
[土・日・祝] 7:00～21:00  
(無休)

## scene 2 ブック・カフェならではの イベントを開催

おいしい食事付きの  
イベントが毎回大盛況



堤 ▶イベントでは、さまざまなお料理を提供されていますね。

今井店長 ▶偶数月に開催している「国立ゼミナールカフェ」12月は、美大の教授を招いてお食事を楽しみながら講義を聴いていただくイベント。これまで、ブラジルの煮込み「フェジョアーダ」や本格的なカレーなどをご提供しました。立食形式でピザをお出した出版記念イベントも開催しましたが、一枚一枚焼いたピザが大好評で、20枚あつという間に完食でした。

堤 ▶レストラン並みの機器を入れていますから、いろいろな挑戦ができますよね。

今井店長 ▶本格的な料理が作れるシェフがいて、厨房機器があるので、活かさなければもったいないですよ。国立って、舌の肥えたお客さまが多いんですよ。そんなお客様を満足させるため、充実した厨房を武器に今後もさまざまな挑戦を続けて集客に結びつけたいですね。



▼三鷹から立川（中央線沿線）の個性なお店を紹介したフリーペーパーを1冊にまとめた『日常を旅する』の出版記念イベント



## scene 3 「ららぽーと立川立飛」に 新店オープン

本格ドリップコーヒーを讀書と  
ともに楽しめるセルフカフェ



堤 ▶そして2015年12月に、「ららぽーと立川立飛」内に「本棚珈琲」がオープンしましたね。こちらは「ペーパーウォールカフェ」とはがらっと変わって、火を使わない厨房がコンセプトでした。

今井店長 ▶電化厨房で、調理経験が乏しくても

作れるものを提供していきたい。最初はワッフルをメインで設計を進めていたのですが、急速、ホットドックをメインに据えることになりました。開店まで限られた時間しかなかったので、タニコさんの本社にお邪魔して、その場で設計を考え直したんですね。当初は1口のIHコンロと湯せん器でいいかな、と思っていたのですが、堤さんが「IHコンロは1口ではなくて2口にしておくと、あとあと便利です」と提案してくださいました。そのおかげで、今、とても助かっています。

堤 ▶開業直前に、冷凍庫も追加で入れましたね。  
今井店長 ▶「もしあれがなかったら」と、考えるだけで恐ろしい(笑)!



◀食べごたえのある、大ぶり国産ソーセージをフランスパンで挟んだBook store's Dogと氷温で熟成した珈琲豆のドリップコーヒーは、まるやかな味わいと甘い香りが特徴の看板メニュー



本棚珈琲  
ららぽーと  
立川立飛店  
(東京・立川市)

DATA

〒 東京都立川市泉町 935-1  
☎ 042-512-5581  
営業 10:00～21:00

▲「ナチュラル&スタンダード」のテーマにした落ち着いた雰囲気の店は、早くもモール内の人気店。カフェ内にある書籍は自由に読む事もできます。

前回 34 号は  
こちらから

▶ホームページで  
ご覧ください

[http://www.tanico.co.jp/action/current\\_news/](http://www.tanico.co.jp/action/current_news/)

HOME

とくみ・活動

カレントニュース



▶QRコード

## INTERVIEW

「菊乃井」  
村田吉弘様

# 「和食」の素晴らしさを 世界に発信するための、 世界基準厨房



▲写真左からタニコー大阪営業所 橋口拓司、  
菊乃井 村田様、タニコー関西事業部 荒木憲一、  
タニコー大阪営業所 洲上直史

京都祇園の老舗料亭「菊乃井」。ミシュランで3つ星をはじめ、国内外から賛辞を受ける「和食」の名店です。多くの料理関連著書、マスメディアへの出演でも知られる、主人の村田吉弘様は、2013年にユネスコ無形文化遺産となった「和食」の登録活動の発起人であり、最大の功労者。料理人のライフワークとして「和食を世界に」と掲げ、様々な活動を精力的に続けています。

2015年3月、こうした村田様の活動の新たな情報発信の場として、料亭菊乃井敷地内に作られたのが「キッチンスタジオ (シェフズキッチンプロ)」。テレビや書籍のための料理撮影現場として、また、様々な実験的な試みを含む「和食」の創造空間として大きな注目を集めています。

今回のタニコーインフォメーションは、この「キッチンスタジオ」の施工を担当させていただいたご縁で、村田様にスペシャルインタビューを掲載させていただくことが実現！ 村田様の厨房へのこだわり、そして、「和食」への熱い思いをお聞きしました。



### 日本の厨房は世界から 20年遅れている

——「キッチンスタジオ」をタニコーに依頼した理由は？

この厨房を作るにあたって、私が一番意識したのは、世界基準の厨房を作ることでした。世界基準、つまり、衛生面にしても、デザイン、材質、使いやすさ、料理人の働く環境などなど、すべてにおいて、世界基準であることです。業界の間人も含めて、日本人で知っている人は少ないのですが、日本の業務用厨房は、世界でも遅れています。例えば、衛生面でもこれほど緩い、甘い基準で営業させている国はありません。私は、世界の厨房をみているから、日本の現状をみると20年は遅れているな、と愕然とするほどです。

日本の厨房では調理台と調理台の隙間を樹脂で埋めているのはよくあります。

ヨーロッパでは、一枚のステンレスか、繋いでもしっかりと溶接をして研磨して、ゴミが入り込まないようにしなければ営業できません。日本人は、もともと清潔な民族ですから、そうしたリスクの潜む厨房でも、何とかやってこられたのですが、世界から見たら信じられない衛生管理ということになりますよ。

だから、世界基準が大切なんです。タニコーさんに頼んだのは、モノづくりに関しても、意識に関しても、日本でそれをきちんとできる唯一の企業だったからです。

### 和食の苗木を 大木に育てていきたい

——文化遺産登録もあり、和食は今、世界からヘルシーな料理として大きな注目を集めています、その魅力とは？

菊乃井には、絶えず数名の料理人が世



村田様  
菊乃井の主人・村田様は、「和食」のユネスコ無形文化遺産登録の発起人となり、尽力されました。

界からやってきています。星を獲得している世界的に有名なシェフも、夏のバカンスなどを利用してうちの厨房で学んでいくのです。彼らが和食の現場に足を踏み入れて一様に驚くのは、素材の多さです。フレンチは23品目なのに対して、和食は65品目です。それをきちんと適切に管理して料理を作らなければならない。フレンチは23品目で2500キロカロリー、対する和食は、デザートを除けば、65品目でわずか1000キロカロリーですよ。ちなみにカルボナーラは一皿1200キロカロリー(笑)。世界は、今、間違いなく、ノンクリーム、ノンバター、ノンオイルという、ヘルシー志向に動いているわけですから、和食が注目されるのは当たり前のことでもあるのです。

では、なぜ和食が65品目も使ってわずか1000キロカロリーなのか、ということですが、それは、和食が世界で唯一「旨

み」を柱に料理が作られているからなのです。世界の料理は、油脂が柱となっているので、どうしても高カロリーになります。でも、和食だけは、「旨み」によって脳の快感中枢を刺激して、ドーパミンを放出させ、また、食べたいと思わせることに成功した料理なんです。

世界の最優秀レストランに何度も選ばれている、デンマークのノーマ (Noma) のシェフも、「将来、旨みをコントロールすることが、料理をつくることになるだろう」と言っているように、和食はいずれ世界の料理になることは間違いありません。ですから、この世界基準の「キッチンスタジオ」で科学的・学術的アプローチも含め世界に発信していくことが重要になるのです。

和食を単なる極東のエスニックにしないためにも、しっかりと世界に和食を広めていきたいですね。



### 菊乃井 本店 (京都市・東山区)

DATA  
所 京都市東山区下河原通八坂鳥居前  
下河原町 459  
営業 昼 ▶ 時雨めし弁当をご注文の場合  
11:30~12:30 までのご来店  
▶ 懐石をご注文の場合  
12:00~13:00 までのご来店  
夜 ▶ 午後5時~8時までのご来店  
☎ 075-561-0015

## タニコーが 提案した 衛生厨房

1

### ステンレスフロアシステム

ステンレス製のため耐食・耐熱・耐久・抗菌・耐衝撃性に富んだ床材。凸部分が丸い形状をしているため、清掃製が良く、排水・乾燥性に優れており、足への負担を軽減します。



2

### センターテーブル

センターテーブルはつなぎ目をなくした、一枚天板で仕上げました。



3

### 引き出し・吊戸

ゴミ溜りを防ぐため、取手の入隅はつけず面材を斜めにカットして、手かけにしました。また、デザイン性を考え、手をかける部分はブラックステンレスを使用しました。

