

タニコー

ベーカリー オーブン Line up



本格的なオールスクラッチ方式からベイクオフ方式まで。
タニコーは、お客さまのお店やご要望に沿ったベーカリーオーブンとともに、
効率的で働きやすい厨房づくりをご提案します。

tanico



Vesta

お店に合わせて
組み合わせ自由に

デッキオープン機能のほか、
天板の枚数、炉床板の材
質や段数、本体カラーやロゴ
の変更など、オリジナルな一
台を追求できます。



WACHTEL
tanico

中心部から火を通す
ICTシステムを標準装備

ドイツ・バハテル社独自のICT（赤外線
セラミックテクノロジー）システムを搭載。
中心部から火が通り、焼成時間は
従来の2/3に短縮できます。

Kyuhan
tanico

「石窯焼き」を再現する
輻射窯ガスオープン

伝統的な「石窯焼き」の特徴であ
る輻射熱による「遠火の強火」
を遠赤外線技術で再現した、涼
厨仕様のガスオープンです。



※商標「涼厨」は大阪ガス株式会社登録商標です。



CURRENT NEWS

[カレントニュース]

Vol. 39

タニコーとお客さまを結ぶ最新情報通信

CURRENT NEWS

Vol. 39

[カレントニュース]
タニコーとお客さまを結ぶ
最新情報通信

特集

繁盛店に学ぶ 集客のツボ

～多店舗展開の成功戦略～

世界に一つだけのキッチン

[フレンチレストラン編]
Fine bouche(広島県広島市)



話題の製品 CLOSE UP

ベーカリーオープン
バハテル「PICCOLO」シリーズ
うちのぱん(福岡県北九州市)
バハテル テストキッチンがオープン

厨房設計ワンポイント講座
知ってトクするコラム

タニコーニュース

キュウーハン株式会社と業務提携



▼詳しくはこちらまで

タニコー 検索 <http://www.tanico.co.jp>

タニコー株式会社 本社 〒142-0041 東京都品川区戸越1-7-20
TEL: 03-5498-7111 (代)

2018年2月15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 (代)
編集: KWC/デザイン: ライラック

タニコー株式会社

特集

繁盛店に学ぶ 集客のツボ

～多店舗展開の成功戦略～

オープンした店の業績が順調に伸びれば、さらなる事業の拡大=2店目、3店目の出店を考えたいもの。しかし、多店舗化にはメリットだけでなくリスクやデメリットもつきものです。多店舗展開を成功させている繁盛店の戦略を探るべく、集客のツボについて取材しました。

撮影:能谷わかな、小笠原圭彦、牛嶋一精 / イラスト:安田俊博

株式会社ワン・ダイニング
(大阪府大阪市)



味と空間と
接客サービスで
リピーターを獲得

国産牛焼肉食べ放題
あぶりや



とり焼・とり鍋 食べ放題
いちばん地鶏

有限会社草野企画
(熊本県熊本市)



安くてうまい
定番食メニューに
行列ができる



HOW TO GET MORE CUSTOMERS

確実にお客さまの心をつかむための戦略とは

最初にオープンした店の業績が好調に推移していけば、さらなる事業拡大を考えたいのは自然の成り行きといえます。「この調子でいけば、2店目も繁盛して夢の実現に向けて大きく踏み出せるのではないかと。確かに店舗数が増えれば売上をさらに伸ばせるチャンスが拡大し、またリスク分散の効果も期待できます。

しかし、多店舗展開をスタートさせることは、店長から経営者になることだともいわれます。最初の店を成功に導いた方法論も、2店目からは通用しなくなる部分が増えてきます。人材をいかに確保し育成するか、複数店舗のマネジメントをいかに行うか……など、そ

れまでとは違った戦略を練ることが必要になってきます。

店舗数が増えると、例えば各店舗で同じ材料を購入し、同じ調理を行うことが無駄に感じられるようになるかもしれません。その場合はセントラルキッチンへの導入も検討の対象になってきます。材料をまとめて仕入れれば単価が下がり、一括調理を行えばスタッフの数も減らせそうです。各店舗に必要なスペースや厨房機器の数も少なくすることができます。

しかし、セントラルキッチンを導入したことで調理法や材料がそれまでと変わると、味が落ちたと感じさせてしまい、それまでのリピーター客が去ってしまう

可能性があります。集客に失敗して売上が伸び悩むと、多店舗化で増大した経費が経営を圧迫する危険性も拡大。また、人材の確保が思うようにできず、店が回らなくなり、接客サービスの質が落ちることも考えられます。

こうしたさまざまなリスクを防ぎ、確実にお客さまの心をつかむために、多店舗展開を成功させている繁盛店はどのような戦略で集客を行っているのでしょうか。大阪を拠点に2府5県に焼肉チェーンを展開する株式会社ワン・ダイニングと、九州地区の3県で地域に密着した餃子チェーンを展開する有限会社草野企画。2つの繁盛店を取材し、成功の戦略を伺いました。



成功事例
01

株式会社ワン・ダイニング
(大阪府大阪市)

店舗価値を極限まで高める 味・空間・接客



あぶりや 四条河原町駅前店 (京都府京都市)



1「あぶりや」を代表する国産牛メニュー。「国産牛カイノミ」「国産牛コウネ」は希少部位。「国産牛カルビ」「国産牛赤身焼肉」「国産牛焼ぎしゃぶ上カルビ」も人気を誇る。
2 厨房からお客さまの姿が見えるように、また、お客さまからも働いている調理人が見えるように、オープンな厨房とした。
3 肉の味は鮮度と切り方によって大きく左右される。そのため、プロの技術を持つ社員スタッフが必ず店内で丁寧に肉をカット。おいしさと柔らかさを引き出す。



従来の食べ放題イメージを覆す 国産牛焼肉のテーブルオーダーバイキング

「あぶりや」は、株式会社ワン・ダイニングが展開する都心型の国産牛焼肉テーブルオーダーバイキング業態です。店内で肉を手切りするのが、こだわりのポイント。味に加えて接客や居心地も含め、従来の「食べ放題」のイメージを覆すクオリティで人気です。
「肉はすべて自信を持っておすすめできる品質ですが、中でもおすすめは、屋号のついた『あぶりやカルビ』。あばら近くの旨味たっぷりの肉を柔らかく召し上がっていただけます。すべての肉は、ワン・ダイニングのプロの包丁

技術でおいしさや柔らかさを引き出しており、『この値段でこの肉が食べ放題!?』と喜んでいただけるはずだ」
「あぶりや」の店舗デザインは、各店舗でオリジナリティが出るよう工夫が施されています。四条河原町駅前店は、京都らしく和のイメージで統一され、随所に瓦があしらわれています。
「アルバイトスタッフの気づきやアイデアを共有して店を活性化することで、お客さまにとって居心地のいい空間を演出。価値を感じていただける最高の味とサービスを提供しています」



「京都のお客さまは、味を求める方が多い印象です」と、「あぶりや」四条河原町駅前店の店長・峯島貴之さん。



DATA
あぶりや 四条河原町駅前店
京都府京都市下京区河原町通四条下ル順風町
305番地 四条河原町ビル7階
TEL 075-344-4929
HP <http://www.1dining.co.jp/aburiya/>

いちばん地鶏 八幡店 (京都府八幡市)



4 阿波尾鶏の産地である徳島にちなみ、鳴門の渦潮と阿波の藍染をモチーフに取り入れた和モダンで統一された店内。
5 鶏肉を扱う「いちばん地鶏」は、牛肉や豚肉を取り扱う他業態に比べ、肉のピースが小さいために仕込みの手間がかかるそう。
6 自然の中の広い鶏舎で育てられる阿波尾鶏は、甘みとコクが特徴。適度な歯ごたえもあるうえに、低脂肪でヘルシーです。

銘柄地鶏「阿波尾鶏」のとり焼き・とり鍋を 存分に味わえるコース仕立ての新業態

2017年11月に1号店の八幡店がオープンした「いちばん地鶏」。とり焼き・とり鍋・一品料理がコース仕立てで楽しめる、株式会社ワン・ダイニングの新しい食べ放題業態です。とり焼き・とり鍋は、すべて徳島産の銘柄地鶏「阿波尾鶏」。全9種の部位が味わえます。
「特に阿波尾鶏のもも肉は、私が今までに出合った鶏もも肉の中でも一番おいしく、カットの規格や厚みにこだわって、よりおいしさを引き出しています。一番人気のメニューは『名物 阿波尾

鶏手羽先の甘辛和え』。想像以上のサイズに皆さんびっくりされます」
オープンから1カ月の間に、お客さまと現場スタッフの意見も取り入れてレシピのブラッシュアップを重ねた結果、リピーターのお客さまから「前よりおいしくなったね」との言葉もありました。
「お客さまに喜んでいただくためには何ができるか、課題改善を常に行っていることも、ワン・ダイニングが業績を伸ばしている要因だと思います。おかげさまで日々、行列ができるほど順調。手応えを感じています!」



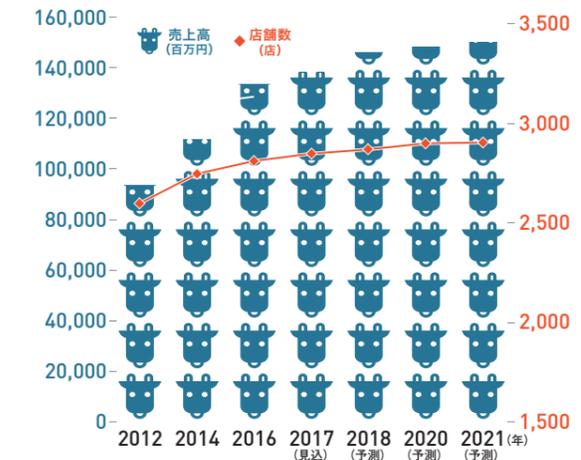
「いちばん地鶏」八幡店の店長・山下裕也さん。「スタッフの頑張りに応えていきたい」と語ります。



DATA
いちばん地鶏 八幡店
京都府八幡市美濃山宮ノ背98-1
TEL 075-971-1129
HP <http://www.1dining.co.jp/ichiban-jidori/>



◆焼肉テーブルオーダーバイキング 市場規模の推移



出典:「外食産業マーケティング便覧 2017 No.2」
※焼肉テーブルオーダーバイキング(富士経済)

株式会社ワン・ダイニング
代表取締役 **高橋 淳** 社長

店舗価値に直結する 「人財力」こそ、 “2時間の幸せ”を生み出す基盤

接客サービスの主戦力は アルバイトスタッフ

大阪を拠点に関西と九州で6業態約120店舗を展開する株式会社ワン・ダイニング。2018年は関東への出店も実現。快進撃の背景には、どのような戦略があるのでしょうか。

「お客さまが求めるものは、おいしい料理、気配り心配りのできる接客サービス、居心地のいい空間の3つです。前身が食肉小売事業であるメリットを活かし、店内手切りへのこだわりによって肉のクオリティを確保。店舗設計は、デザイン性と機能性の両面から居心地のよさを追求しています。そして、アルバイトスタッフの成長が質の高い行き届いた接客サービスに、ひいては店舗価値の向上につながっています」

各店舗は、3名の社員+50~70名ほどのアルバイトスタッフによる構成を基本として運営。「リピーターが8割」という集客において、アルバイトスタッフが非常に重要な戦力となっています。

自主性と能力を 最大限に引き出す独自の仕掛け

「新店をオープンするときには1カ月の研修期間を設け、当社の理念、店舗のビジョン、アルバイトスタッフのミッションはこうですと、理念教育にもとづいた人財教育を行い、さらにオペレーション研修を行います。オペレーション研修はかなり高度なものを行いますが、前提の価値観が共有されているので、オープン初日から既存店と変わらないハイレベルな接客サービスが可能になります」

アルバイト採用は年間約3000人に上ります。アルバイトスタッフは業務の中で気づいたことを「気づきメモ」にまとめ、それを店舗だけでなく会社レベルで共有します。

「全店合わせて月間約2万枚の気づきメモを集約することで、アルバイトスタッフの気づきや成長が店舗価値の向上へとつながるシステムです」

こうした取り組みが、現場で活躍するアルバイトスタッフの自主性と能力を最大限に引き出します。人という財産による“人財力”がお客さまへのサービスへと昇華され、“2時間の幸せ”を実感したお客さまがリピーターとなっているのです。



たかはし・じゅん
成蹊大学経済学部卒業後、三井物産入社。繊維部門で活躍後、義父が経営する食肉小売チェーン・ダイリキ入社。2008年、同社から分離した外食部門のワン・ダイニング社長に就任。現在の120店舗、売上200億円以上に成長させた。2013年に外食事業で初の日本経営品質賞(大規模部門)を受賞。



接客サービスの一翼を担うアルバイトスタッフ。その自主性と能力を最大限に引き出すことが、店舗価値の向上につながる。

《営業'S VOICE》



大阪営業所
次藤代 誌雄

ワン・ダイニングさまは、現場の声を非常に重要視され、店舗の問題点などスタッフの意見を共有し、それが厨房をはじめ店舗の設計にしっかりと活かされています。現場の声を活かした店舗設計がスムーズな作業の流れを生み出し、オーダーから提供までの時間短縮を実現しているのです。

成功事例

02

有限会社草野企画
(熊本県熊本市)

地域のお客さまに愛される 定番食を極める

餃子屋 式ノ式 中央店 (熊本県熊本市)



1 看板メニューの「焼餃子」は一口サイズ。パリパリと香ばしくビールとの相性は抜群。ほかにも「水餃子」や「四川麻婆豆腐」など、お酒が進むメニューが盛りたくさん。
2 中央店の店内はコンクリート打ちっばなしの壁とテーブルの朱色が相まって、スタイリッシュでありながら中華らしさも感じさせる。
3 お客さまが料理を口にしているところ、その瞬間の「うー!」という表情を、料理を作る人はちゃんと見なければダメと語る草野社長。



「どこにでもあるメニューだけど、昨日よりも今日は明日はもっとおいしく」と、「定番料理の最強化」を目指す草野耕平社長。

台所代わりに普段着感覚で通える餃子屋 中央店はそのスタイリッシュ版

熊本県を拠点に「餃子屋 式ノ式」を中心とする7業態17店舗を運営する有限会社草野企画。熊本市中心部に2017年10月にオープンした「餃子屋 式ノ式 中央店」は、従来の「式ノ式」とちょっと違う新機軸店です。

「『式ノ式』は、老若男女を問わず近隣の方たちに日常的に利用していただける安くておいしい餃子屋を目指しています。古民家を改装したレトロな雰囲気の店舗が多いのですが、中央店では広くてスタイリッシュな店舗に挑戦し、女性のお客さまにもご好評を

いただいています」
「式ノ式」の人気の秘密は、焼き餃子と生ビールが半額になる17:00~18:30のハッピーアワー。夕方になると各店舗の前には、これを目当てに来店するお客さまの行列ができます。

「うちのメニューは焼餃子に水餃子、唐揚げ、チャーハン、麻婆豆腐と、定番の中華・アジア屋台料理です。安くて早く、ボリュームがあっておいしくてという定番食を、普段着感覚で月に1回といわず週に1回来て楽しんでいただきたいという店です」



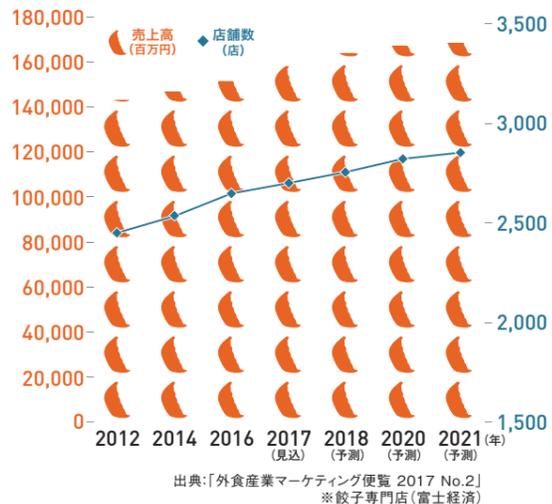
DATA
餃子屋 式ノ式 中央店
熊本県熊本市中央区下通1-3-1
TEL 096-328-3122
HP <http://www.ninoni.jp/map.html#map10>

餃子屋 式ノ式 清水工場(熊本県熊本市)



4 門司と鹿児島を結ぶ幹線道路の国道3号線を車で走れば、この看板が目に見え込んでくる。駐車場完備のセントラルキッチン兼直売所。
5 テイクアウト販売をしている直売所には、イートインコーナーもある。「餃子は野菜料理」は草野社長の信条だそう。
6 生の「焼餃子」を購入して家で焼くもよし、焼いてもらってその場で食べるもよし。ほかにも「グリーンカレー」「ルーローハン」「台湾まぜそば」「豆腐サラダ」「ココナッツマンゴープリン」など、10種類以上のメニューが揃う。

◆餃子専門店 市場規模の推移



セントラルキッチンの一角の直売所で、新たな挑戦の芽が育っている

熊本市内を走る国道3号線沿いに、2017年5月にオープンしたのが「式ノ式 清水工場」です。ここでは、熊本県・福岡県・沖縄県に多店舗展開する「餃子屋 式ノ式」のセントラルキッチン。次々と餃子が作られては、各店舗へ発送されていきます。
「まだ発展途上の工場ですが、ここで平日は約1.5万個、週末は約3万個の餃子を製造しています。酢醤油などの調味料も手作りでこだわって調合をしています。ここができるまでは30坪の事務所を工場にしていたのですが、ス

ペースが3倍になって仕事がしやすく、効率よく製造できるようになりました」
工場一角には直売所が併設され、餃子や各種料理のテイクアウト販売を実施。平日のお昼時、駐車場はほぼ満車。ひっきりなしにお客さまがやってきては餃子を買っていきます。
「この直売所は中食業態のテスト店舗でもあります。これからは中食が伸びるといわれていますので」
日々、清水工場で餃子を製造しつつ、草野社長の目は「式ノ式」の次のステップを見定めています。



DATA
餃子屋 式ノ式 清水工場
熊本県熊本市北区室園2-16
TEL 096-345-5922
HP <http://www.ninoni.jp/map.html#map11>

INTERVIEW

有限会社草野企画
代表取締役 草野耕平 社長

モットーは
半径500mのお客さまに
愛される店づくり

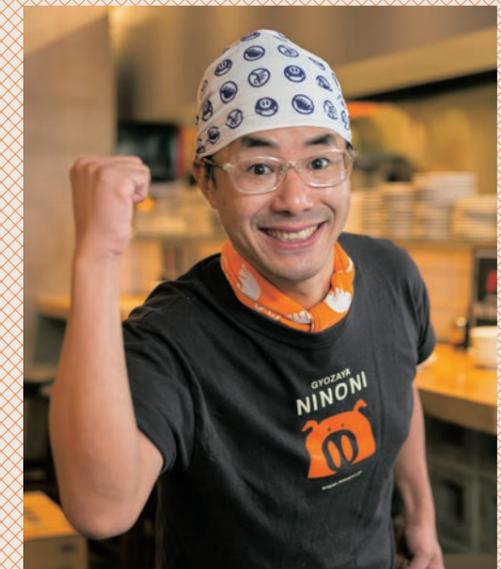
エリア内に集中的に出店することで
各店舗の回転率を平準化

有限会社草野企画の草野耕平社長は、両親が経営していたラーメン・餃子店を2000年に引き継ぎ、以来、多店舗展開を図ってきました。今や「餃子屋 式ノ式」は、地域に密着した餃子チェーンとして支持されています。

「行列がよくできるので、いわゆるドミナント戦略というか、新しい店舗を出すときは近い場所を選んでいきます。福岡は300mほどの距離の間に4店舗があり、1km圏にもう1店舗があります。熊本も徒歩圏内に店舗を集中させていますし、那覇では国際通りの両側に2店舗があるという具合です。満席でお待たせするよりは近くの店へご案内して早く召し上がっていただき、複数の店舗で回転率をならせば、スタッフの負荷の偏りも改善できます」
成功戦略について聞くと草野社長は「秘密も必殺技も何もない」と謙遜しますが、誠実さを決して忘れることなく、持ち前の明るいキャラクターと熱量の高さ、研ぎ澄まされたバランス感覚と直感で地域密着型チェーンを維持し、拡大しています。

お客さま・スタッフ・業者・自社の
四者が喜ぶ正のスパイラル

「お客さまに美味しいものを安く提供したい。安かろう悪かろうではいけない。ニコニコハキハキテキパキと動いて、気持ちよく楽しんでいただきたい。売上が上がればスタッフの給料を増やせるし、人数を増やして休みも増やせる。タニコーさんをはじめとする業者さんにもきちんとお支払いをし、そして自分の会社にも利益が残る。四者それぞれWin-Win-Win-Winの関係になるよう、いろいろなバランスを取ることが大事にしています。例えば、スタッフ募集の反応が悪ければ福利厚生を改善して社内環境を整備するなど調整をして、正のスパイラルが回るようにしています」
チェーンのほとんどの店舗では、各店長に店をリースする“社内フランチャイズ”の仕組み(運営委託制度)によって、独立体験道場として育成しながらの運営を推進しています。
「忙しくても一人ひとりのお客さまに本気で取り組んで、ちゃんと喜んでいただいて、スタッフにも喜んでもらって、その結果として会社も儲かって店舗が増える。そして、近所の方に『こんな店があってよかったね』と言っていただけならうれしいですね」



くさの・こうへい
福岡県の高校を経て成蹊大学経済学部卒業後、辻調理師専門学校で中国料理を学び、聘珍樓にて修行した後、2000年に両親の経営してきたラーメン・餃子店を引き継ぐ。現在、別業態の姉妹店を含めて、地域の皆さんに喜ばれる17店舗を展開している。



他店と違うことをするのが、草野企画の基本的な考え。社員や家族、そして社長も自ら出演した広告を制作し、お客さまを楽しませている。

《営業'S VOICE》



熊本営業所 所長
安達 禎弘

お店にうかがうと、一業者という感じではなく「あ、安達さん!」と声をかけていただけ、とてもうれしいです。チェーンの厨房は同じレイアウトにする場合が多いですが、草野企画さまは動線をよくしようと考えておられ、毎回レイアウトが違うので、よい提案ができるよう日々レベルアップを心がけています。

FIND YOUR DREAM KITCHEN!

★★★★★

こだわりを結集させた 世界に一つだけの キッチン

フレンチ
レストラン
編

広島県広島市 Fine bouche

厨房のメインステージとなる
デシャップ台は、丸みをもたせて

カウンター席の目の前に設置されたデシャップ台は、お客さまに柔らかな印象を与える丸みのあるデザインに。ステンレス加工が得意なタニコーだからこそ実現できた曲線ラインです。



1



嫩夷鹿ロースのロティ
ソースボワヴレード

煙や匂いなどの臨場感を楽しめるよう
客席寄りに設置した炭焼き台

フレンチでは珍しい炭焼は、シェフが昔からあたためていたアイデア。あえてカウンター席の近くに設置し、香ばしい匂いや煙の出る瞬間など、調理のライブ感が味わえる工夫を。



4

キッチンへの
6つの
こだわり

火入れから盛りつけまでの作業を
一体化したつくりで、理想の料理が実現!

シェフがもっともこだわったのが、コンロやフランスレンジ、炭焼、デシャップ台、サラマンダーの配置。一連の設備を集約し、火入れたものを瞬時に盛りつけ、熱いものをより熱いまま提供できる調理場を完成させました。

5



2

あえて設けたすき間は
作業効率をアップする収納スペース

デシャップ台の下には、料理の盛りつけに使うスパイスや素材などをしまうスペースを確保。火入れた料理の仕上げを、戸棚などを開けずにできるので、作業スピードが格段にアップ。



大型シンクの導入で
魚の下処理も効率的に

日本料理店や寿司屋に設置されることの多い舟型シンクを、あえて設置。クエなど地元産の大型な魚をおろす際に重宝します。シンクにはふたができるので、作業台としても使用可能。



3



カリフラワーの軽いムース



2017年10月に広島市内にオープンしたばかりのフランス料理店「フィヌ ブッシュ」。フランス語で「食通」を意味する店名は、舌から涎が滴る様子をイメージした、店のロゴマークに表されています。オーナーシェフである山田崇さんが「ビストロのような気軽さで、ガストロノミーの料理を楽しんでもらいたい」と、地元広島産を主とした和の食材を、フランス料

理の技術で創造性あふれる料理に昇華させ、日々お客さまに提供しています。店内に一步、足を踏み入れるとまぎ目に飛び込んでくるのは、カウンター越しのオープンキッチン。「調理中の自分の姿も含めて、料理をエンターテインメントとして楽しんでもらいたい」というシェフの願いが込められた厨房は、「魅せるキッチン」として、来店するお客さ

まに隔々まで配慮したつくりになっています。山田シェフがタニコーを知ったきっかけはタニコーテックのホームページ。特注品のフランスレンジを見て「こんなのが自分の厨房にあったらカッコいいだろう」と思い、相談したのが始まりでした。その後、営業所で毎週のように担当営業、設計とミーティングを重ね、イメージを共有。シェフ自ら福井県の工場まで足を運び、つくり上げたキッチンは理想そのもの。ストレスなく調理に集中できる環境を手に入れたことで、「よりよい料理を提供したい」という想いはさらに揺るぎないものとなりました。



Fine bouche
広島県広島市中区小町8-5
TEL 082-259-3996
ランチ 11:30~15:00
ディナー 18:00~23:00
定休日 水曜
HP <https://www.facebook.com/Fine-bouche-271920056546062/>

株式会社タニコーテック
HP <http://www.tanico.com>

営業'S VOICE



広島営業所 所長
南宏行

毎週ミーティングを重ねる中で、少しずつ山田シェフのご要望が理解できるようになりました。最終的に完成したとき、「厨房は言うことない」とのお言葉をいただき、「お客さま目線」を実現できたのかなと思ひ、非常に感慨深いものがありました。

「魅せる厨房をつくりたい——そんな願いをタニコーさんが具現化してくれました。自分だけのオリジナルなキッチンは、満足度100%です」



念願だったバゲット作りを追求できるのは、バハテルのオーブンに出会えたからこそ

2016年にバハテルの〈PICCOLO〉シリーズを導入した「うちのぱん」。オーナーの佐藤愛子さんにバハテルオーブンの魅力について聞きました。

北九州・門司駅のすぐ近くに付む「うちのぱん」。オーナー・佐藤愛子さんの実家である米穀店の一角で販売していたあんぱんが話題となり、2009年にパン屋として、「うちのぱん」をオープン。2016年のお店のリニューアル時に、バハテルのオーブンと出会いました。「実は、あんぱんよりもバゲット作りを追求したかったんです。悶々としている中、お店の改装をお願いしたのがきっかけでタニコーさんに出会い、バハテルのオーブンを紹介してもらいました。もちろん、安い買い物ではないので迷いましたが、それでも購入を決めたのは、「バゲットが一番おいしく焼けるのはバハテル」と思ったからです」

実際の使用感を聞くと、「ICT（遠赤外線）の力で生地の中から火が通り、外はパリッ

と、中は水分を保ちながらもふっくらとした食感に焼き上がります。スチームのかけ方で変化するクープ（切れ目）も、加減が難しいのですが、その試行錯誤も楽しんでいきます。また、通常のオーブンだと、オープン内では生地がしぼんでしまいがち。しかし、バハテルは窯伸び（生地が伸びてボリュームが出る）が全く違うのだとか。バゲットのタネ作りには3日かけ、じわじわと生地を発酵させるのがこだわり。そうすることで、深みのある味わいを出せるのだそうです。

「バハテルのオーブンに出会えたからこそ、私の理想のバゲット作りを追求できています」と話す佐藤さん。今後は、バゲットに合う料理やワインなどを、地元のレストランやお客さまに紹介していきたいと語ってくれました。



うちのぱん
佐藤愛子さん
(福岡県北九州市)



うちのぱん
福岡県北九州市門司区高田1-10-7
TEL 093-381-0884
HP http://uchinopan.jp/

試して
実感!

バハテルならではの焼き上がりを
テストキッチンで体験してみませんか

WACHTEL
tanico

ドイツの名門、バハテル社のベーカリーオーブン。そのオーブンを実際にご自身で体験していただけるテストキッチンが2017年11月にオープンいたしました。

世界初! ICTシステムをベーカリーオーブンに搭載



バハテル本社
デュッセルドルフ/ヒルデン
Düsseldorf / Hilden

ドイツ
Germany

ドイツ・バハテル社
ベーカリーオーブンの伝統的な企業。日本には1968年から輸出を開始して約半世紀。すでに1000台以上の納入実績があります。世界初のICTという画期的な遠赤外線をオーブンに搭載。焼成物の中から焼き上げることができます。

ICT（遠赤外線）システムによる焼き上がりの違いや、コントロールパネルによる扱いやすさなど、バハテルオーブンの魅力を体験できるテストキッチンが品川区大崎にオープンしました。実際にこちらでパンを焼いているプロの職人に、オーブンについての疑問や使い方などを聞くことも可能。また、ショーケースを含めすべての内装をタニコーで手がけており、ショールームとして店づくりの参考にもしていただ

ます。さらに、オーブンだけではなく、メニューや食材の仕入先などのご相談も受け付けており、タニコーの社員がさまざまな面からお客さまをサポートします。テストキッチンは予約制となっているため、ご利用の際は、営業時間内にお問い合わせください。

ベーカリーオーブンに興味のある方は、機能性や焼き上がりの違いをぜひ一度体験してみませんか?

店内ではバハテルで焼いたパンを販売しています!



タニコー
ブーランジェ
小林高志

高温設定可能なのが魅力
ハード系パンと好相性です

一般のオーブンの焼成温度は250℃程度ですが、バハテルは最高400℃という高い温度帯を設定できるのが魅力です。ICT（遠赤外線）の効果で中心から火が通り、つややかでふっくらしたパンに仕上げることができます。ハード系のパンとの相性が抜群なので、そういう生地を焼きたい方に特におすすめですね。導入の際は、タッチパネルの位置や段数など、使い勝手に応じたフルオーダーが可能です。



ターニーベーカリーカフェ
東京都品川区大崎1-2-2
アートヴィレッジ大崎 2F
TEL 03-6417-0360
営業時間 10:00~16:00
定休日 土・日・祝日
HP http://tarny-cafe.com/
※テストキッチンは完全予約制

Lesson
02

ハラール対応に必要なのは“専用”

監修：石川貴彦
(設計室 室長)
武末将彰
(本社営業部設計課 係長)

ハラールとハラームを混在させないことが必要

タニコー設計室の監修による厨房設計のワンポイント講座。第2回目は、「厨房におけるハラールへの対応」についてお話しします。

ハラールとは、イスラーム教において「神より許されているもの」のこと(逆がハラーム)をいい、食・労働・服装などの生活すべてに関わるものです。そのため、厨房を設計する際のポイントはすべてをハラール“専用”にすること。ハラールの食材を専用の冷蔵庫で保管し、専用の厨房や道具で調理を行い、専用の食器で提供するなど、ハラールとハラームを混在しないように動線を計画することが絶対条件です。それに加えて、安全・安心の確保や、衛生面への配慮も当然必要となります。

ハラールに対応した店舗づくりに取り組むには、専門チームを新設し、原材料・流通・調理・販路に至るまで、細かな情報の把握と徹底が必要となります。また、イ

スラーム教の考え方に沿ったものにする必要があるため、ハラールを認証している団体による指導の下、店舗計画を行わなければなりません。

訪日観光客が増えている昨今、ハラールに対応した店舗をお考えの方も多くなっています。その際には、日本と文化が大きく違うことを理解して計画することが大切です。ハラール対応の厨房設計をご検討の際は、タニコーの担当者までお気軽にご相談ください。



そもそも「ハラール」って何?

イスラームの教えで「許されている」という意味のアラビア語がハラール(Halal)です。反対に「禁じられている」という意味の言葉が「ハラーム」。ハラーム食の代表的なものに、豚、犬、死んだ動物の肉、イスラームの教えに則った方法で畜・加工処理されなかった動物の肉やその派生物、酒などが挙げられます。しかし、ハラール食でもハラーム食に混ざったり接触したりするだけで、ハラームとみなされてしまうことも。また、食品加工技術や流通が発達していくなか、ハラールを判断しやすいよう、専門家が保証するのが「ハラール認証」という制度です。

参考：一般社団法人ハラール・ジャパン協会
<http://www.halal.or.jp/halal/>

タニコーのホームページでは厨房設計や機材など幅広い相談に応じる「無料設計相談室」を開設しています。お気軽にお問い合わせください。
HP <http://www.tanico.co.jp/consult/>

知って
トクする
コラム

未来の料理人をサポート アカデミック・ディスカウント

製品割引や無料厨房設計など さまざまなサービスを提供

料理学校卒業生応援制度「アカデミック・ディスカウント」制度をご存じですか? タニコーが長年培った厨房に関する知識やノウハウで、将来、飲食業界に携わる学校の卒業生を多様な面からサポートする制度です。本制度にご参画いただくと、卒業生の開業支援や独立支援の一つにもなるほか、卒業生だけではなく、登録校の教育機関関係者もサービスを受けられます。

「アカデミック・ディスカウント」には、以下のようなメリットがあります。

アカデミック・ ディスカウントのメリット

- タニコー製品が割引!
- 無料で厨房設計!
- 他社製品もまとめて厨房メンテナンス!
- 厨房に関する資料、ノウハウの提供!
(学校向け)

卒業生へ提供しているサービスには、厨房機器導入時、タニコー製品が割引価格で購入できるほか、厨房室の空調や衛生設備など、厨房の無料設計を受けられます。さらに、タニコー製品だけでなく他社製品を含むすべ

ての業務用厨房機器のメンテナンスサービス付き。

また、登録校へは厨房に関する資料やノウハウを提供し、教育プログラムへの協力も行っています。

学生だけでなく、学校にもメリットがある「アカデミック・ディスカウント」。ぜひ導入してみませんか?

▼ 詳しくは最寄りの営業所まで

タニコーネットワーク 検索
HP <http://www.tanico.co.jp/company/network/>



tanico NEWS

キューーハン株式会社と業務提携

2017年10月10日、「キューーハン株式会社」との業務提携が締結されました。タニコー本社にて執り行われた調印式には、キューーハン株式会社 代表取締役の小川敬司社長



左・キューーハン 小川社長、右・タニコー 谷口社長

とタニコーの谷口秀一社長が出席しました。

今後マーケットの拡大が予想されるベーカリーオープン。ガス式のオープンを探していたところ、大阪ガス株式会社より、「涼厨」® 認証のオープンを取り扱っているキューーハン株式会社をご紹介いただいたことが、業務提携のきっかけです。

今回の業務提携により、「低放射型シリーズ」が製品ラインアップに仲間入り。この製品は、伝統の石窯焼きの特徴である「熱せられた石壁からの放射熱(遠赤外線熱線によって直接伝わる熱のこと)」と「高温蒸気

による熱作用」をデジタル化して開発されたガスオープンです。遠赤外線・近赤外線の放射(放射)のWパワーで、パンや菓子生地が風味豊かに、中はふんわりと焼き上がります。また、熱くなりにくい構造を実現した、業界初「涼厨」® 認証の業務用オープンです。

今後も、タニコーではお客さまのご要望にお応えできるよう、製品ラインアップの充実を図ってまいります。



キューーハン株式会社について



1959年創業の業務用オープンメーカー。1961年、遠赤外線燃焼技術を応用した遠赤外線オープンに成功し、製菓製パン業務用オープンとしては日本初の自動温調・遠赤外線ガスオープン(後の放射熱)を販売開始しました。また、2012年には東京ガス株式会社との共同で、業界初の「涼厨」® オープンの開発にも成功。キューーハンの製品は安全性・精度・耐久性を重視し、全オープン国内の自社工場にて製造しています。



会社概要や製品紹介、オープン体験、開業サポートに関するご案内をしています。
キューーハン株式会社の公式ホームページ HP <http://www.kyuhan.co.jp/>

※商標「涼厨」®は大阪ガス株式会社登録商標です。



編集後記

飲食業界では人手不足の問題が大きく取り上げられており、弊社でも取り組むべき課題は多くあると思っています。この先、料理人を目指す若者がいなくなってしまうのではないかと、という危機感を現場から聞くことができました。私も飲食店で働いていたことがあり、決して楽な仕事

ではないことは理解していますが、業界全体で日本の食文化を守り、そして企業で支えていくことも必要ではないでしょうか。料理人は、どこの国でもどの時代でも廃れることのない、すばらしい仕事であることを伝えるため、今後も発信していきたいと思っています。(Y.H.)