

# current news

**tanico**

タニコーとお客さまを結ぶ最新情報通信

**特集**

お米の国の最新パン事情

『安全・おいしい・オシャレ』を満たす、  
**新・パン食カルチャー**

味覚道遙 ふるさとの味探し

ツヤとコシが断然違う！

うどん王国・讃岐の実力

地球の食べ歩き方

北アフリカの味、モロッコ料理



no.13

特集

# 『安全・おいしい・オシャレ』 を満たす、 新・パン食カルチャー



みなさんは、1週間に何度パンを食べますか？ トースト、菓子パン、ハンバーガーにサンドウィッチ…。パンを広義でとらえてしまうと、口にしない日はない、という方も少なくないかもしれません。文明開化と共に、お米の国・日本にもたらされたパンは、食の欧米化とともに、今や私たちの生活になくてはならない食材となりました。そして、日本にすっかり根付いたパン食という文化は、様々な変遷を経て、今、『安全・おいしい・オシャレ』という食のトレンドとリンクするかたちでその成熟の度合いを高めているのです。





LINA'S SANDWICHES CAFE  
リナス・サンドウィッチ・カフェ



benugo  
ベヌーゴ



は、オーダーを受けてから一時間かけて出す、人気のホットサンドウィッチが美しくディスプレイされているなど、さすがは、ロンドンで一番の人気店らしく、オシャレ度でもアピールしていました。そして、「サンドウィッチはイギリスだけの文化じゃない!」とばかりに、美食大国フランスからも、焼き立てパンと上質で洗練された味を武器に、「LINA'S SANDWICHES CAFE(リナス・サンドウィッチ・カフェ)(本社パリ)」が日本に出店を果たし、口コミでじわじわと評判を得ています。

いずれ劣らぬ実績と実力を持った、外資サンドウィッチチェーン店。いずれの店の商品も、一品600円前後と決して安くはないですが、味や雰囲気だけで独自の個性をアピールして、激しい競争を繰り広げているのです。ただ、実は、すべての店が共通して消費者に訴えているキーワードもあります。それが“安全な食の提供”。有機野菜の使用、厳しい基準での食材選びなど、どの店もショップポリシーにこの「安全」というキーワードを織り込んでいるのです。

外資サンドウィッチチェーンが、盛んに大都会への出店を目指す裏には、今後の多店舗化を睨んだ旗艦店として、注目を集めるといった目的の他にも、食に対する安全意識が特に高いといわれる、都市生活者をターゲットにすることで、日本標準(安全意識レベル)をつかもうという、したたかな戦略が感じられます。つまり、こうした外資サンドウィッチチェーン店は、『安全・おいしい・オシャレ』という、当代のパン食のキーワードをすべて満たした、一つのプレゼンテーションとも言えるのです。

コンビニのおにぎりと肩を並べて置かれているという、イマイチ主役になりきれない、いわば日陰の身でした。でも、今回日本上陸を果たしたサンドウィッチチェーン店は、そんな日本での不当に低いサンドウィッチのポジションを覆して、オシャレで新しいファーストフードとして、日本再デビューをさせることに成功したのです。

昨年秋に日本進出を果たし、すでに都内に5店舗を展開する『PRET A MANGER(プレタマンジェ)(本社ロンドン)』は、日本マクドナルドが資本参加していることでも知られた、外資サンドウィッチチェーン店の先駆的な店。店の壁一面の冷蔵シェルフに、二十種類以上の箱入りサンドウィッチ

を並べ、客が自由にそれを選びながらレジへ持ち込むというスタイルは、今まで日本のファーストフード店にはなかった業態です。そのメニューも、ザリガニをシュリンプ感覚でサンドしたものなど、日本オリジナル商品も投入。本場のサンドウィッチを漫然と提供するだけでなく、新たな食提案を積極的に行っていくという意欲がみられます。同じく、昨年末日本初出店した、『benugo(ベヌーゴ)(本店ロンドン)』赤坂店は、ブティックを思わせる、明るく清潔な店内が印象的な店。店内の冷蔵シェルフに、箱入りサンドウィッチやドリンク類が並べられているのは『PRET A MANGER』と同様。ただし、レジ横のショーケースに



PRET A MANGER  
プレタマンジエ



ていけない時代になったのです」

同店の店頭に並ぶパンの多くには、天然酵母という表示がつけられています。数年前に実験的に作り始めた天然酵母によるパンが、今では、消費者の要望に合わせて、店に並ぶパンのほとんどになってしまったのだと言います。また、同店に並ぶ全てのパンは、化学合成添加物を使用していませんが、添加物についての質問や、粉の由来(外国産・国産など)についての説明を求めのお客さんも増えてきているのだとか。消費者の食に対する、安全志向、自然志向は、今後ますます高まっていきそうなのです。

## 本場の サンドウィッチチェーンが 続々日本上陸!



や「安全性」にも、消費者はとても敏感になっています。つまり、パンという食材に現代人が求めているのは、単においしさだけではなくてい

るのです。  
ベーカリーのパンは今、こうした消費者の要望を受けて、大きな転換を迫られているといえます。日本のパン発祥地である横浜で、ベーカリー・MUGIYA(横浜市洋光台)を営む神田さんはこう語ります。

「焼きたてという価値は、誰もが認めるもので、これからもそれは変わらないでしょう。でも、それだけではもう消費者の心はつかめないことは明らかです。特に、小規模なベーカリーでは、より健康・安全という部分で訴求して、付加価値を高めていなくてはならないでしょう。今は、“おいしいパン屋”だけでは生き残っ

昨年から今年にかけて、パン周辺のビジネスでもっとも話題を集め、今後、さらに大きなトレンドになりそうなのが、外資の高級サンドウィッチチェーン店の相次ぐ日本進出です。

今まで、日本におけるサンドウィッチの地位は、ベーカリーの片隅や、コ

## パンの周辺 WHAT'S 天然酵母

現在、市販されているパンの多くは、発酵のための酵母として、純粋化学培養された「工業イースト」を使用しています。短時間に大量のパンを一定の品質でつくるのができる「工業イースト」は、とても便利ですが、パン作りに適した酵母菌だけ取り出して化学肥料で純粋培養するため、せっかくの自然の味を失ってしまいます。パンは、酵母の培養基(酵母に与えるエサ)の善し悪しにより味が大きく左右される生き物。ですが



ら、自家培養した天然酵母を使い、ゆっくりと時間をかけて発酵させるのは手間のかかる仕事ですが、できあがったパンの“旨みの違いは歴然”なのです。一般のパンには、小麦粉改良剤、乳化剤、酸化防止剤、膨張剤、保存料など、二十種類もの化学物質の添加を許されていますが、天然酵母を使ったパンづくりでは、こうした添加物を使用する必要もないため安全なのです。

(MUGIYA・神田店主)

MUGIYA(むぎや)  
横浜市磯子区洋光台4-1-1 045(833)6645 営/8:00~20:00 休/無休

## 百花繚乱の様相を呈する、日本のパン事情



日本初のベーカリーが横浜にできたのは、文久3(1863)年。ですが、パンはしばらくの間、居留地の外国人と一部の裕福な人々だけが味わうことができる、「高嶺の花」だったといえます。明治に入り、文明開化と共に一気に大衆化していくパンですが、日本人は米を主食とする国民ゆえ、長い間パンは度々不足した米の代用的な地位に甘んじてきたという歴史がありました。

しかし、現代日本のパン事情はどうでしょう？ それは、一言でいえば百花繚乱。140年前に撒かれたパンの種が、今や一つの食文化として日本人に定着しただけでなく、実に様々な色、形の花を咲かせているのです。

新しい食のトレンドが生まれる場所として、すっかりおなじみとなったデパ地下からは、一斤900円もする究極の食パン「MIYABI」(関西みやび販売有限会社)に象徴される、グルメ志向のパンが続々と生まれ、人気を博したのも記憶に新しいところ。焼きたてパンに行列を作って並ぶことも、もはや日常的な光景になっています。

最近も、KIHACHIやミクニとい



ったフレンチの名店が、次々にデパ地下にパン専門店をオープンし、一大ブームを巻き起こしています。KIHACHI(店名「フライドブレッド」)は、店名のとおり、「揚げパン」をメインにした店。和洋中の食材を使った、オリジナル揚げパンが人気。一方、ミクニ(店名「メゾンミクニ」)は、「フォアグラときのこのデニッシュ」「海の幸のサフランリゾット」など、ミクニならではの独創的なパンで、新風を巻き起こしているのです。また、両店はデパ地下であるにも関わらず、イトインも可。揚げたて、焼きたてをその場で食べるというライブ感もウケているのです。

デパ地下と並んで、現代の食トレンド発信基地となっているコンビニでも、パンは断然元気です。大手コンビニ・ローソンでは、昨年ヒットさせた高級おにぎりに続く新企画として、話題のサンドウィッチに目を付け、インターネットのコミュニティサ

イト(謎のローソン部)で集めた、消費者の声から新商品を開発。また、今まで専門店ではしか手に入れることのできなかった、エスニック系のパンなども大胆に商品化し、パン部門の大幅な売上げ増を達成しています。デパ地下やコンビニの現象を見ると、もう、「パンは単なるパンにあらず」の感を強く持ちます。パンを米の代用としてとらえたのも、今は昔。日本人に根付いたパン食という文化は、グルメであり、お菓子であり、デザートでありと、まさに多種多様な価値を持つ、無限の可能性を持つ食材となっているのです。

## 町のベーカリーが生き残りをかけて大変身中!



昭和40年代、東京・青山に開店した、『ドンク』と『アンデルセン』という2店のベーカリーは、パン作りの工程をみせるオープン・ベーカリーや、セルフサービスでパンをトレーにのせて買いまわるといった、斬新なスタイルを日本に持ち込みました。さらに、その後、全国チェーンの『ヴィ・ド・フランス』が、店内にイトインスペースを設けるといった、新しいベーカリーの形を提案・定着させ、“焼きたて”というパンの絶対的な価値を創造してきたのです。

私たちがパンを選ぶ際、まず、大きな関心事となるのは、どれだけ鮮度のいい(=焼きたて)パンを食べられるか、ということ。さらに近年は、健康に対する意識の高まりや、BSE(狂牛病)・食品の偽装表示に端を発した、食の安全に対する危機感が広がってきているため、「ヘルシーさ」





# TAKAMATSU

## ツヤとコシが断然違う！

# うどん王国・讃岐の実力

昨年、東京を中心に関東で大ブレイクを果たしたさぬきうどん。「うまい・安い・早い」との評判が瞬く間に広がり、人気のチェーン店では、長い行列ができるのも当り前の光景になってしまったほどです。今年は一気に全国制覇か?! とまさやかに飛びましたが、その実力を確かめるべく、早速、本場讃岐(香川県)へと飛びました!

### 空前のうどんブームで、本場の味が東京でも食べられる?!

「関東のさぬきうどんは、さぬきうどんじゃない!」

こう言ってはばからない香川県人がいます。ツヤもコシも値段も全てが、本場のものとは違うと言うのです。たしかに、関東は醤油が濃く、関西は薄味といわれ、好みの味が違うため、自慢のうどんを携えて讃岐から東へやってきた先人たちも、その味を関東風にアレンジせざるを得なかった、という歴史があったのです。

しかし、今回のさぬきうどんブームの特徴は、そうした関東風アレンジをほと

んどすることなく、本場の味そのまま勝負! という店が作り出しているところ。価格の面でも、大手チェーン店では、本場のセルフ形式(後でじっくり解説します)を導入することで、地価の高い東京でも讃岐価格を実現しているので、もう、「関東のさぬきうどんは、さぬきうどんじゃない!」とは言えないレベルに達しているようです。ただ、このブームでホンモノのさぬきうどんが東京でも食べられるようになったのか? と言えば、厳密にはそう簡単ではないようで、実は、さぬきうどんと名乗るためには、以下のような法的な定義をキチンと満たしていなければならないのです。



### さぬきうどんとは?

- 香川県内で製造されたもの
- 手打、手打式(風)のもの
- 加水量:小麦粉重量に対して40%以上
- 食塩:小麦粉重量に対して、3%以上
- 熟成時間:2時間以上
- ゆでる場合:ゆで時間約15分間で十分にアルファー化されていること
- (全国生めん類構成取引協議会)

老舗有名店から、畑の中の民家まで、700店が凌ぎを削る、うどん王国  
本場の実力とはどんなものか? と意気込んで訪れた讃岐の国。“百聞は一見



金毘羅宮近くの街道沿いには、民家風の店も...

### スーパーバイザー

美馬裕輔さん(高松営業所営業課)

香川の人のうどん好きは本当にハンパじゃないですね。私は、出身が徳島なので、転勤ではじめて高松に来た時は、その「うどん文化」にカルチャーショックを受けました。麺やダシ、食べ方などにそれぞれの好みがあって、鼎屋の店も違うんです。そして、うまいうどんを食べるためなら、どんなに遠くても車を走らせて行きますし、休日を潰してうどん屋のはしごっていうのも、こちらではポピュラーなレジャー(笑)。とにかく、うまいうどんを食べるためなら、とことん貪欲。畑の真ん中だろうが、山奥の秘境だろうが行列ができちゃう。それが香川というところなんです。もっとも、私も今ではすっかりうどんにはまっています。ほぼ毎日うどんを食べますが...(笑)。その魅力は、普通の温かいゆのうどんだけじゃなくて、「ぶっかけ」「生醤油」など、食べ方のバリエーションが豊富なこと、そして、天ぷらなどのトッピングも多彩なので、毎日食べても全然飽きないんです。あとは、セルフの店なら100円、150円から食べられるという安さ! ホントはこれが一番嬉しいかも(笑)。

さぬきうどんの特徴は、美しいツヤと強いコシ



(一食?)にしかず”の言葉どおりに、そこはまさに“うどんの王国”でした。その数なんと700店以上! しかも、老舗の有名店から、多店舗展開するチェーン店、畑の納屋で営まれる店名すらない店まで、バラエティに富んだ店があるところが本場の懐の深さでしょう。

さぬきうどんの店は、大きく分けると「一般店」,「セルフ店」,「製麺所付属店」の3タイプに分けられます。「一般店」は、席に着いて注文するテーブルサービスの普通の飲食店形式で、地元の方は、セルフと区別してフルサービス店と呼ぶこともあります。次に「セルフ店」は、自由に惣菜などをチョイスして好みのうどんを作る、カフェテリア形式の店。そして、最後は、これぞ本場! と言いたくなる、地元ならではの「製麺所付属店」です。この店の基本はあくまでも、うどんの玉売りなのですが、お客さんの要望にこたえて、その場で食べさせるスペースも作ってしまったというわけです。それだけに、畑の真ん中にあるごく普通の民家で、看板も出ていない、営業時間も早朝からうどんの売り切れる昼過ぎまで、といった商売っ気のない店がほとんど。でも、逆にそれが希少性を呼んで、全国から人が押し寄せる有名店もあるのです。

## 深い! 深いぞ!! さぬきうどん! 「あつひやのぶっかけ」って何だ~!

自他共に認める「うどん喰い」である、美馬裕輔さん(高松営業所)を指南役に、早速、馴染みのセルフ店の暖簾をくぐることにしました。東京でのブームを牽引している店も、このセルフ店が多いため、今では、さぬきうどん店の代名詞のようになりつつありますが、どのように注文するのかをまだ知らない人も多いはず。そ

こで、最初に簡単にセルフ店の流れを紹介しておきましょう。

実際にセルフでうどんを作ってみると、単に自分好みでアレンジできるということだけでなく、惣菜選びにアレコレと迷うなど、その工程もまた楽しいという、ことを新発見。実

際には、たいした作業ではないのですが、できあがったうどんを手にする、自分で作ったんだというオリジナル感も得られるのです(笑)。もちろん、一度その美しいツヤを放つうどんを口に運べば、強烈なコシと、サッパリとしたイリコの風味の絶妙なマッチングにしばし絶句。その美味しさには、さすが本場! を感じてしまいます。

今回美馬さんに紹介していただいたのは、オーソドックスな「かけ」をベースにしたアツアツのうどんですが、実は、讃岐には、それ以外にも多くの「うどん喰い」スタイルがあります。例えば、うどん玉に濃い目のだしをかけて、大根おろし



冷たいうどんも充実。手前から時計回りに、ざる、生醤油、冷やしうどん

などと食べる「ぶっかけ」や、少量の生醤油をサッとかけてすすする「生醤油」といったさぬきうどん独特のスタイルは、うどんの食感やノド越しをより深く味わうための、うどん王国ならではのオリジナル文化。同じ店のうどんでも、食べ方によってこんなに食感が変わるものなのか、と感心させられてしまいます。

さらに、その個性的なスタイルにも、うどん玉の温かい・冷たい、つゆやダシの温かい・冷たいなどが選べるというのですから、もう素人には理解不可能。地元の方は、店に入るなり、「あつひやのぶっかけ、大で(麺が熱くてダシが冷たい大盛りのぶっかけうどんの意)みたいなカンジでスマートにオーダーをして、これがまたカッコイイのです。

実に奥深きは、さぬきうどんの世界! それだけに、地元民のうどんへのこだわりはハンパではないわけです。



基本のかけに、薬味、天ぷらを好みでトッピング



コシの強いさぬきうどんは、たっぷり15分程度ゆでる

## これが讃岐のセルフ店だ!

1 店に入りトレーを取り、メニュー・うどんの大きさを告げ、うどん玉のみ入った丼を受け取る。

2 うどんを自分で数秒ゆがき(温め)、再び丼の中へ入れる。(ツウは、この時釜の湯で丼も温める)



あらかじめ茹でて冷水でしめてあるうどんを、自分でゆがく



かき揚げ、ちくわ、野菜など、天ぷらのバリエーションも豊富

うどん屋には必ずあるおでん。うどんとは別に食べる

4 会計を済ませ、最後につゆを丼に注ぎ、出来上がり。



数種類のダシも自分好みで!

3 うどんの上(別皿も可)に、薬味、好みの天ぷらなどを乗せる。

## 取材協力店

### 田舎人(かっぺ)うどん

高松市下田井町359-1  
087(847)9993  
営/9:00~17:00(売り切れ御免)  
休/無休

美馬さんオススメの「田舎人うどん」は、高松、松山などで4店舗を展開する、代表的なセルフ店。店長のイチオシは、うどんの旨さが分かる「ぶっかけうどん」,「うまい・安い・早い」の3拍子が揃った、地元民に人気の一店です。



あつひやぶっかけうどん(大)...300円

# 北アフリカの味、モロッコ料理



Morocco



土地の子にとってカフェは社交場。ただし女性の姿は見えない。一杯の飲み物で長いお喋りを楽しむ。

イカのフライ。フライも一般的な調理法



多様な香辛料がモロッコ料理の味を特徴づけている



各地で定期的に関われる青空市は、いつも人々で賑わっている



乾燥イチジクとナツメヤシは手軽なおやつにもなる

**北**アフリカのモロッコは、砂漠の国というイメージが強いようですが、農産物も海産物も、思った以上に豊かです。地中海に面した地方では、ブドウ、オレンジ、イチジク、オリーブ等が、内陸部でもアーモンドやナツメヤシ等、幾種類もの果実がとれます。南瓜、人参、玉葱、カリフラワー等の野菜や穀物類、鯛や鰹、牡蠣等の魚介類、羊肉、鶏肉、牛肉なども、市場には豊富に見られます。

さて、モロッコで一番よく利用したタジンには、全国的に見られる料理で、この国の代表料理に挙げて良いでしょう。肉或いは魚と野菜を煮込んだ、シチューですが、使用する土鍋が三角錐の蓋付きという特異な形状なので、その店で扱っているかどうか、容易に



写真・文  
**秋本和彦**  
Kazuhiko Akimoto

1938年千葉県生まれ。会社勤務の後、72年からフリーランスの写真家として活動を始める。主に海外の観光地や街の様子、人々の生活をテーマに取材・撮影を続け、旅行雑誌などに発表している。著書に『アルプス・プロバンスの小さな旅』(東京書籍)ほか、共著に『ライン紀行1300キロ』(新潮社)、『小さいまち紀行・イタリア編』、『同スペイン編』(グラフィック)などがある。日本写真家協会会員。



漁業も盛んだ。魚種は多いが、この国から輸入されているタコはついぞ見かけなかった



高級ホテルでのタジン。通常は三角錐のフタを被せたまま出されることが多い



パン焼き専門店。生地は各家庭で作り、持ち込む



公設市場の野菜売場。砂漠の国のイメージを覆すほど豊かだが、季節のせいかな葉野菜は少なかった



焼き上がったパンは、注文主ごとに分類され、引き取りを待つ



庶民的な食堂。カバブやケフタは注文してから焼くが、別に作り置き

分かるのも取り柄です。小麦粉を蒸して作った粟粒状のクスクスも有名で、こちらも別に作った肉や野菜等のシチューを混ぜ合わせて食べます。どちらの煮込み料理もシンプルですが、使用する食材の種類やスパイスの組み合わせ等により、味には変化があります。

肉、タマネギ、エジプト豆等を煮込んだスープ、ハリラも庶民的な一品です。どろりとして、濁っていますので、見た目はあまり良くありませんが、栄養もあり、作り置きの店が多いので、長距離バスの休憩停車の時など、時間の無いときにも良く利用したものです。

カバブとケフタもポピュラーです。前者は肉の、後者は挽肉の串焼きで、共に羊肉が多いようです。これらは軽食

として単品で買う他に、食堂ではサラダやフライドポテト、オリーブ、オクラ等も付け合わせて、昼食や夕食にも利用されています。

変わったところでは、ラクダの肉料理もあります。一度試みましたが言葉が通じず、出てきたのはひどい脂身で食べられず、以降やめました。ですからこれは未体験といえますが、肉はなかなか美味と聞きます。何時か再度試してみたいものです。

概してモロッコ料理には、中華料理程の多様性はありませんが、その代りこの国らしい“土着性”が感じられるのが魅力と言えましょう。香辛料を多く使い、煮込む事が多いのも、特徴といえます。他方では、フランス統治時代の名残でし

ようか、エスカルゴが売られていたり、イスラムの国ながらワインも作られている等、その影響も感じられます。

印象に残ったのは主食の丸いパン、ホブスの味です。細長いフランスパンもありますが、ホブスの方が幾分柔らかく、香ばしい酵母の香りと共に、噛むほどに味がでてきます。特に、どんな塩を使っているのか、塩味が絶妙でした。但し、冷めると風味は落ちてしまいますので、食堂などでは、客が来てから店員がパン屋に買いに行く所もありました。ご飯同様に、パンも出来たてが食べ頃と言えます。パンを料理と言えるかどうか分かりませんが、どの料理にも添えられる物ですので、敢えて料理に加えた程気に入った一品でした。

タニコー・ベーカリー事業部誕生！

## 自社開発の本格的ユニット式オープン 「Vesta」シリーズで 市場ニーズに対応

タニコーは、かねてから研究開発を続けてまいりました、ベーカリー用機器の製品化に伴い、ベーカリー事業部を発足させました。市場が急激に変化する今日、本格的なベーカリーショップはもとより、「省スペース、省労力で“焼きたてパン”をー」との要望に応える、高性能ベーカリーユニット式オープン「Vesta」を中心に、その周辺機器を提供することで、多様化するベーカリーマーケットへの参入を積極的に行っていきます。

ベーカリー事業部は、自社開発の本格的ユニット式オープンベスタシリーズ(1段・2段・3段・4段タイプ)、2室独立型ドゥーコンディショナー、キャビネット型ホイロ、リターダーの新製品をラインナップし、ユーザーのあらゆるニーズに対応いたします。

従来、ベーカリーの仕事は、「町の農民」といわれるほど、朝早くから夜遅くまでの重労働とされてきました。それは、酵母という生き物を扱う性格上、パンを焼き上げるまでには、一時間たりとも気の抜けない、長い時間が必要とされてきたからです。一方で、飛躍的にその生産量を増やしている「冷凍生地」を導入することで、省労力、



省スペースで手軽に焼きたてのパンを楽しめるベークオフの伸長は目を見張る物があります。

冷凍生地技術が日々進歩する現在では、冷凍生地の種類も多彩なメニューで対応しています。

実際に、レストランやカフェといった飲食店では、自店でパンを焼くことをセールスポイントとして人気を博す店も増え、スーパーマーケットでは、「冷凍生地」を使ったミニベーカリーをいち早くオープンさせ、大きな集客力アップを達成している事例もあります。

このような動きを加速させているのは、冷凍生地の技術そのものが向上したことに加え、それを管理する設備機器の革新も大きな理由の一つです。タニコーの新シリーズ、2室独立型ドゥーコンディショナー、キャビネット型ホイロは、温度・湿度・時間の工程コントロールを正確に実現する製品です。また、本格的なベーカリー、そして洋菓子店にも対応するオープン

New Section



ユニット式オープンベスタシリーズ  
(2段タイプ)



キャビネット型ホイロ



2室独立型  
ドゥーコンディショナー

「Vesta」は、より細かな温度管理機能を搭載した自信作で、他の厨房機器同様、ステンレスには、耐久、耐食に優れたSUS304を使用しています。

もちろん、タニコーベーカリー事業部の大きなメリットとしては、全国に100を超える国内営業拠点が万全のフォロー体制を持っていることで、従来のベーカリーメーカーにはなかった、迅速なメンテナンスをお約束します。

ステンレス総合加工メーカーを目指す



New Factories

## 2003年春 福島小高第二工場 操業開始

今春、福島県小高町に敷地面積/196,202m<sup>2</sup>、建物面積/9,900m<sup>2</sup>(第一期工事)を擁するタニコーの全国で9番目の新工場が操業を開始します。ステンレス総合加工メーカーを目指す、タニコーの新工場にもどうぞご期待ください。

ブランド紅茶「ニナス」のセルフ店赤坂見附にオープン

## クイックサービスに対応した、 高速オープン『BITURBO(ビトルボ)』を採用！

OCS(オフィス・コーヒー・サービス)の最大手、ユニマットオフィスコが手がける、セルフサービスの紅茶専門喫茶店「テ ニナス 赤坂見附」が、東京・赤坂見附にオープンして話題を集めています。

本格的な紅茶をスピーディーに提供するこの店には、紅茶によく合う料理として、ホットサンドウィッチやシチュー、グラタンなどのフードメニュー



「テ ニナス 赤坂見附」に採用された、高速オープン『BITURBO(ビトルボ)』

も充実。その多彩なフード作りの大きな戦力となっているのが、タニコーの高速オープン『BITURBO(ビトルボ)』です。

「『テ ニナス』は、テイクアウトもできるセルフスタイルの店なので、紅茶

もフードもスピーディーにお客さまに提供できなければなりません。タニコーの『BITURBO(ビトルボ)』は、シチューやグラタンといった、従来比較的時間のかかるとされていたメニューにも、短時間で対応できることから、この店で採用することにしました。また、店はオープンキッチン形式のために、調理機器も店のインテリアの一つ。その点でも、『BITURBO(ビトルボ)』は合格点だったのです。(株)ユニマットオフィスコ・ニナス事業部マネージャー・古屋雅三氏)

ユニマットオフィスコは、シェア50%を誇るOCS事業以外にも、カフェやレストランなどの分野に積極展開していますが、フランスの紅茶「ニナス」のブランドビジネスは、同社が新時代の基幹事業に位置付けているものです。すでに、「ニナス」ブランドの紅茶は、OCSルートでの販売、カフェ・レストラン「ル・サロン・ド・ニナス(銀座など8店舗)」などで提供を開始し、好評を得ていましたが、セルフサービスの店舗は、「テ ニナス 赤坂見附」が初めて。今後は、フランチャイ

From Customers



自然の奥深い香りが特徴の「ニナス」紅茶。フレッシュモツァレラチーズとプロシュートのサンドイッチ、パンチェッタとシーザーサラダのサンドイッチ、ビーフのまるやかしチューなど、フードとの相性もいい。

ズ展開も視野に入れて、多店舗化していく事業計画が発表されています。

多彩な料理を短時間で調理する、高速オープン『BITURBO(ビトルボ)』も、その活躍の場をさらに広げていくことでしょう。

テ ニナス

赤坂見附港区赤坂3-2-2

赤坂アマンドビル1F

03(6230)2382

営 / 7:00 ~ 23:00(平日)

7:00 ~ 19:00(土曜)

9:00 ~ 19:00(日祝)



フランス重輸入の天然フレグランスを使用したフレイバーテイ  
ンが気軽に楽しめる、テニナス  
赤坂見附

電磁式串揚げテーブルと電磁<sup>いろり</sup>囲炉裏がタニコーにラインナップ

## “ 囲んで楽しく ” つくる楽しさも提供

おいしい料理と楽しい会話、この二つを食事のテーブルに求めるのは当然ですが、この二つにつくる楽しさを加えてくれるのが、今回紹介する電磁式串揚げテーブルと電磁式囲炉裏。

串揚げテーブルは、お客様のお好みに串カツ、天ぷら、唐揚げと揚げたての料理をつくる楽しさを加えてめし上がって頂けます。しかも電磁なので油煙が出ない、油がはねないは当たり

前、間違って油槽に飲み物をこぼしても独自の技術で火傷などの事故の心配がありません。

一方の電磁囲炉裏は、いままでの面倒な炭起こしの手間を解消！網焼きやいろり焼き、寄せ鍋などに活用できます。また、加熱板を縦型にすることによって、食材からでる油分や煮汁による発煙を抑えることができるようになりました。さまざまな演出や展開が

期待できる電磁式串揚げテーブルと電磁囲炉裏をぜひご利用ください。



# 業務用厨房機器No.1メーカーが送り出す 羨望のベーキングオープン!!

tanico

current news

2003年3月11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 TEL03(5498)7111  
編集：株式会社メディア・ミル

1

## SUS304素材の 使用で耐久性・ 保温性がアップ

外装にSUS304ステンレスを使用しています。これにより今までにない耐久性・耐食性・清潔性・保温性が実現されます。

2

## ワンウェイ排気で 排気効率をアップ

タニコー独自のワンウェイ方式による炉体構造で排気機能のアップをはかり、フランスパンやシュークリームなどの乾燥焼き上げに威力を発揮します。

3

## 完全ユニット式 オープンを採用

オープンを完全ユニット化。搬入口などの店舗の事情にも柔軟に対応。店舗の拡張や、商品アイテムの変更など事業の現状に合わせて仕様の選択が可能です。

より快適に使える、  
多彩で便利な機能が自慢です

タニコーベーキングオープン  
ヴェスタ

# Vesta

## 03.3 デビュー!!

4

## 過熱しにくい 扉構造を採用

熱くならない構造を採用し作業者の火傷やケガを軽減します。同時に厨房温度の上昇を抑えて快適な作業環境を実現します。

5

## 温度の微調整が可能な 10段階温度 コントローラーを搭載

既存のベーキングオープンにはない、アイテムに合わせて微調整ができる10段階温度調節機能! 細かな焼き色の調整や洋菓子などにも対応が可能です。

6

## メンテナンスが容易な 本体構造

扉のガラス部分の取り外しを可能にするなど、各所を清掃・交換しやすい構造にしました。万一修理が必要になっても、その場で修理可能。高メンテナンス性が実現します。

R100

PRINTED WITH  
SOY INK

古紙配合率100%再生紙を使用し、大豆油を利用したソインキを使用しています。