

# CURRENT NEWS

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 ]

tanico

No.

20

特集

高級化（＝小さな贅沢）が消費行動を変える  
日常の中の非日常を演出するレストラン

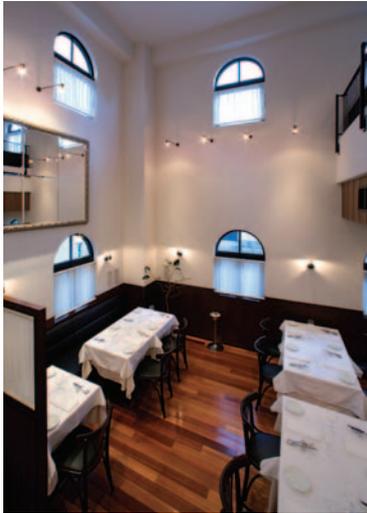
味覚逍遙・ふるさとの味探し  
〈旭川～富良野の食探訪〉

おいしい北海道を  
まるごといただく！

Information タニコーの企業力紹介・IBC部

唯一の一貫製造メーカー。  
だから、高品質！  
だから、ローコスト！

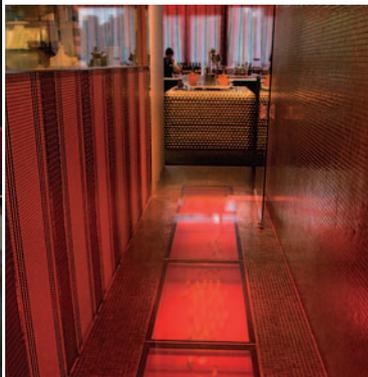
タニコー株式会社



高級化(=小さな贅沢)が消費行動を変える **日常**の中の  
**非日常**を演出する  
**レストラン**

平成の大不況を脱し、戦後最長の「いざなぎ景気」を超える好景気を続ける日本社会。大規模な商業施設が続々とオープンしている都市部では、豪華な超高級店も出現し、あのバブルの再来か？ との声も上がっている。

景気の動向に大きく左右される外食産業も、“どれだけ安くできるのか”を競ったのも今は昔、一転して「高級化」が顕著となってきたことは周知の事実。そうした流れの中で、日常ではないけれども、それほど特別というわけでもない、“日常の中の小さなハレ(晴れ)”を演出するレストランが、今、注目を集めている。



## 価格競争に明け暮れたのも今は昔、消費のキーワードは「高級化」へ——

マクドナルドのハンバーガーは59円、吉野家の牛丼は280円だった…。

外食産業が、“どれだけ安くできるか”にしのぎ削っていたのはわずか5年ほど前。時は流れて、(庶民的な実感は薄いながらも)好景気の続く中、時代のキーワードは、「高級化」に変わった。日々コンビニやスーパーなどで目にする食品を見ても、ビール、冷凍食品、菓子、インスタントラーメンなど、最近のヒット商品には必ず「高級化」の要素が絡んでいるように、質を疎かにした過度の低価格競争は終焉を迎えつつあると言っている。

もちろん、こうした波は外食産業にも訪れている。ファミリーレストランも、ファストフード店と同様に長年価格競争を繰り返してきたが、ここ数年は、高級化路線へとシフトする新業態を模索している。また、大規模な都市開発が続き、地価も上昇している東京では、超高級料理店が脚光を浴びるなどマスコミをにぎわしている。

こうした動きを見て、「すわ、バブルの再来か？」との声も上がるが、少なくとも今の外食産業には、バブル当時の浮かれたカンジは微塵も感じられない。たしかに、消費者の安いということへの関心は薄れてきた。ただし、そのことがすぐにバブル期のように“どれだけ豪華か”という価値基準にはなっていないのが現代の「高級化」なのである。

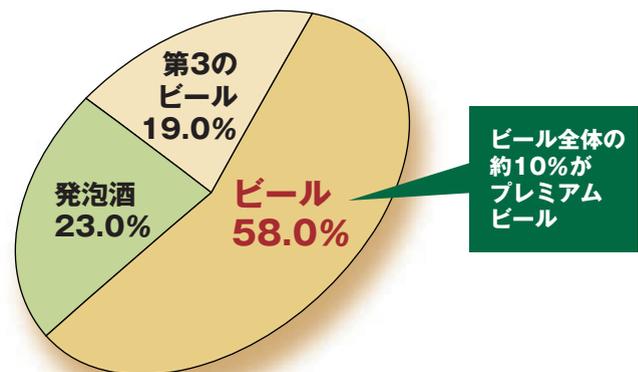
では、消費者はどんな「高級化」に魅力を感じているのか？ それは、日常の中で非日常を感じる、“小さな贅沢”を愉しむことなのではないか。

例えば、ここ数年人気になっているプレミアムビールだが、ビール市場(発泡酒、第3のビールを含む)全体を見ると、高価格のプレミアムビールと、低価格の発泡酒、第3のビールの売れ行きが好調で、二極化しているといわれる。二極化といえば、格差社会を連想してしまい、富裕層がプレミアムビールを常飲し、庶民が発泡酒を飲んでいる…、と考えがちだが、実際には、プレミアムビールも発泡酒も同じ消費者が購入しているという。つまり、日常的には、割安感のある発泡酒を飲んでいても、週末や休日には、頑張った自分へのご褒美として、ちょっと贅沢なプレミアムを飲む、という人が増えているのだ。

『プレミアムモルツ』の大ヒットで、プレミアムビールブームの先鞭となったサントリーが行った調査では、プレミアムビールを飲む場面として、「休日の食事中」「友人が来るとき」「家族の特別な日」との回答が多くを占めている。やはりここでも、消費のキーワードは、日常の中で非日常を感じる“小さな贅沢”であることが分かる。



### ■ビール系飲料全体に占める酒類別の構成比



### 非日常を味わう、高級なビストロ(食堂)

「うちの店は、お客さまに非日常を感じていただく店。でも、それは年に一度の非日常ではなく、3カ月に一度の非日常なのです」

こう語るのは、西麻布の一軒家レストラン「ヴィノブル」のオーナーソムリエ濱岡靖示氏だ。濱岡オーナーは、ワインの輸入販売で有名なエノテカが経営する「ブルディガラ」(大阪・梅田)のオープンを皮切りに、同社ブルディガラグループの総支配人を務め、延べ11店舗を管理運営してきたという経歴を持つ。その濱岡さんが、同じエノテカ系列のレストランでシェフを務めた金子氏と念願の独立を果たして作った店は、まさに“小さな贅沢”ができる店だった。

「ちゃんとフレンチを食べようとすれば、2〜3万円はかかります。これは、一般のお客さまにとって本当に特別な日にしか出せない金額でしょう。私たちがやりたかったのは、ちょっと特別な日に、仲間や家族、恋人とリラックスしてワインや食事を楽しめる店でした。カジュアルすぎず、かとい



ヴィノーブル

って超高級でもない、ニッチな部分にこそ、今の時代に生きる消費者にニーズがあると考えたのです。「ヴィノーブル」は、イタリアン、フレンチ、

いろんなカテゴリーをされますが、私自身は、『ヴィノーブル料理』を出す、高級なビストロ（食堂）といった意識を持って店を開いています。毎日でも通えるビストロではなく、非日常を感じるちょっと高級なビストロですね」（濱岡オーナー）

「ヴィノーブル」の客単価は、1万から1万5千円。それも、フレンチのようなコースではなく、もっと自由度の高いアラカルトを、仲間でシェアしながら愉しむことをすすめている。品格を感じさせる店の雰囲気、素材にもこだわった独創的な料理の数々、そして、価格。「ヴィノー

ブル」は、濱岡オーナーが目指した、まさに、ちょっと特別な日に選ぶレストランとして、連日人気を博している。

### 客単価を1万円に設定した、インド料理店の狙い

ここ数年、ラッシュと呼んでいいほど、大規模都市開発プロジェクトが続いている東京。その中核となる大規模商業施設には、国内外から高級飲食店をテナントとして迎えることはもはや常識となっている。施設の成否を決める集客、客層は、どのような飲食店を揃えるかで決まるとさえいわれているからだ。

ヒルズオープンの余韻が残る、六本



濱岡オーナー

#### SHOP DATA

ヴィノーブル  
VINOBLE

港区西麻布2-25-32  
TEL 03-6411-5051

営/月～金 18:00～27:00 (LO)  
土 12:00～15:00  
18:00～22:00 (LO)

休/日・祝

<http://vinoble.jp/>



西麻布の交差点からも程近い場所にある「ヴィノーブル」。表通りの喧騒から、一步入ったところにある隠れ家的なロケーションの一軒家レストランだ





ニルヴァーナ ニューヨーク

木の防衛庁跡地に突如出現した、東京ミッドタウン (TMT) も東京の今を象徴する大規模商業施設の一つ。広大な緑地帯と6つの建物からなるこの新しいスタイルの複合都市にも、世界から集められた魅力溢れるレストランが名を連ねている。

TMTの大きな特色である、緑を目前に望むガーデンテラス1Fに出店した「ニルヴァーナ ニューヨーク」は、ニューヨーク・マンハッタンで、多くのセレブに愛されつつも2002年に閉店していた、インド料理の名店・NIRVANAのリニューアル店。“伝説”となっていたこの店を、5年の歳月を経て東京ミッドタウンに復活させたのは、タイ料理、イタリアン、アメリカングリルなど、世界中から「本物の食」を日本に伝え、レストランシーンにインパクトを与え続けている、

マルハレレストランシステムズだ。

同社の手がけたレストランとして記憶に新しいところでは、丸ビルの「マンゴツリー東京」、カレッタ汐留の「オレゴン バー&グリル」などがあり、いずれも繁盛店として知られている。

「当社では、カジュアルな店からややアッパー層を意識した高級店まで、様々なスタイルのレストランを運営していますが、この「ニルヴァーナ ニューヨーク」は、どちらかといえば後者になります。価格帯でいえば、客単価が1万円。私は、1万円というのが飲食店としては一つのボーダーラインだと考えています。個人では、それを超えてしまうと普段使いにはなかなか使いづらくなるからです。「ニルヴァーナ ニューヨーク」は、ちょっと贅沢をしたい時に、何かの記念日に、何度



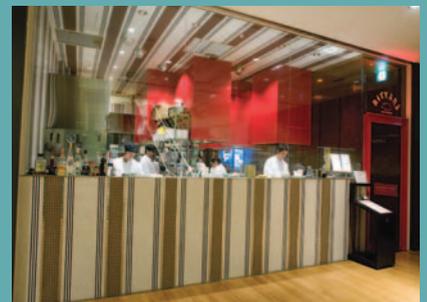
SHOP DATA

ニルヴァーナ ニューヨーク  
NIRVANA NEW YORK

港区赤坂9-7-4 D-0120 ガーデンテラス1F  
TEL 03-5647-8305

営/月~土 11:00~24:00 (LO22:00)  
日・祝 11:00~23:00 (LO22:00)  
(ランチ) 11:00~16:00 (LO15:00)  
(ディナー) 17:00~24:00 (LO22:00)  
休/無休

<http://www.nirvana-newyork.jp/>



開店前の予測をはるかに超える集客を達成した、「ニルヴァーナ ニューヨーク」

も足を運んでもらえる店を目指していますので、やはり客単価の設定はそれくらいが妥当だと考えました。また、多くの企業が入っているTMTという場所柄、当店を社用としても使われるケースがありますが、多くの企業が接待経費として認めているのは、やはり1万円なのです」

マルハレストランシステムズの広報担当・田中志保さんは、「ニルヴァーナ ニューヨーク」のコンセプト、客単価設定についてこう語る。

ただ、正直なところインド料理に1万円というのは、ちょっと厳しいのではないかと、と考えるのが一般的だろう。その疑問に、田中さんはこう答える。

「私たちが狙ったのは、まさにそこでした。日本では、インド料理といえば、カレー、ナン、タンドリーチキンくらいしかないと多くの人が思っています。でも、実際は、インド料理はバリエーションも豊かで、コースとしても十分に楽しめるのです。ですから、日本では今までほとんど提供されることのなかった本格的なコースを用意し、しかも、店の演出としても洗練された空間を提供できれば、新しいインド料理店ができると考えたわけです」

広々とした窓いっぱい広がる檜町公園の緑、イタリアのニットブランド・ミッソーニのファブリックを使用したポップな内装、真っ赤なフードパネルが印象的なオープンキッチン、そして、盛り付けにも凝った目にも美しい料理の数々。たしかに、「ニルヴァーナ ニューヨーク」は、日本に今まであったどのインド料理店とも違うオンリーワンの魅力を備えていた。



田中志保  
広報担当



全長約150mのメインショッピングエリア『ガレリア』、個性的なショップが揃う『プラザ』、緑あふれる『ガーデン』の3つのゾーンとオフィス&ホテルのタワーで構成される東京ミッドタウン

## 価格競争に明け暮れたのも今は昔、消費のキーワードは「高級化」へ——

日本語には、ハレ(晴れ)という言葉がある。「晴れの日」「晴れの舞台」などのハレである。辞書を引くと、ハレ(晴れ)には、儀礼や祭などの「非日常」という意味がある。その逆はケ(曇)、日常だ。

今回の特集取材でお話を聞いた、「ヴィノーブル」「ニルヴァーナ ニューヨーク」のコンセプトは、「ハレの食」、雰囲気を提供するという共通点があった。しかし、それは、年に一度、数年に一度、一生に一度といった、本格的なハレではなく、もう少し身近な小さなハレ。いつもとは違う“小さな贅沢”という意味でのハレである。もっと分かりやすく言えば、この2店は、日常(ケ)の中の非日常(ハレ)を狙い、顧客に圧倒的な支持を得ている店なのだ。

昭和の高度成長期、庶民にとって外食といえば、それはすなわち「ハレの食」を指す言葉であった。子供たち(大人も?)は、外食という言葉に胸をときめかせたのだ。しかし、日本も経済大国と呼ばれるようになり、生活が豊かになると、外食する機会も増え、今では、外食は「ハレの食」と同義語ではなくなった。その象徴がファミレスであり、ファストフードである。

でも、既述のように、そのファミレスやファストフード店でさえ、「高級化」を模索し、小さな贅沢、日常(ケ)の中の非日常(ハレ)を消費者に売り込もうと躍起になっているのだ。

「今のお客さまは、全て分かっています。価値のあるものと価値のないものを。価値のあるものには金を惜しまず、価値のないものには一円も出したくない。こうした賢明なお客さまを相手にしていることを我々は忘れてはいけません」

今回の取材中、「ヴィノーブル」の濱岡オーナーからこんな言葉を聞いた。「ヴィノーブル」のメニューを開くと、すぐに目に付くのが、栃木県産有機野菜、佐島産岩牡蠣、山形県産短角牛など、国産食材の産地表示だ。イタリア、フランス料理の高級店では、世界的に有名なブランド食材をメニューに並べるのが常だが、「ヴィノーブル」ではあえてそれをしていない。それはなぜか?

「本当に新鮮で、安全でおいしいものを集めたら国産が多くなった。ただそれだけのことです。うちの店に来ていただけるお客さまは、名前だけ

の世界ブランド食材の不味さをよく知っていますから (笑)」(濱岡オーナー)

政府がいくら好景気だと言っても、庶民レベルではそれがなかなか実感できないといわれる現代。たしかに、社会全体が好景気に酔いしれたあのバブルの頃とは、消費者の意識は全く関わり、“どれだけ豪華か”といった価値観を持つ消費者はもういない。しかし、一方で、外食産業のみならず、消費の場面で自ら価値があると認めたものへの出費はいとわかない、という人々が増えていることも確か。小さな贅沢、日常(ケ)の中の非日常(ハレ)を感じるレストランの成功は、こうした新たな価値観を持った現代の消費者に支えられているのだ。

## 一生に一度のハレの日?! 最新ウエディング&披露宴事情

ハレの日といえば、誰もが一番に思い浮かべるのがウエディングだろう。こちらも、景気に左右されやすい外食産業以上に、「ジミ婚」「ハデ婚」など、その時代時代の経済状況や世相が見事に反映する分野といえる。

さて、好景気下のウエディング、そして、披露宴の食事とはいかなるものなのか? 東京大学の同窓会組織として長い歴史を持ち、ウエディング(披露宴)の利用率も高い学士会館(東京都千代田区)へと足を運び話を伺った。

「やはりブライダルにかかる総費用は、こここの好景気を背景にして大きくなっています。た



工藤昌央ブライダル部長

### SHOP DATA

本格西洋料理 ラタン

Latin

千代田区神田錦町3-28

TEL 03-3292-0881

営/ランチ : 11:30~15:00 (LO14:00)

ディナー : 平日 17:30~22:00 (LO21:00)

土・日・祝日 17:30~21:00 (LO20:00)

休/月曜

<http://www.gakushikaikan.co.jp/>



現在、約8万人の会員を持つ、社団法人学士会の会員制倶楽部である学士会館。地上5階、地下1階のスペースには、レストラン、結婚式場のほか、ホテル、講演会場、会議室などの施設を持つ。

ゆったりとした時間、洗練された料理を楽しめる本格西洋料理ラタン。

だし、バブル期のいわゆる『ハデ婚』と違うのは、式に招いたお客さまにお金をかけていることでしょう。披露宴の料理に関しても同様に、やはりお客さまの満足を最優先される傾向にあります。予算は少々オーバーしても、より質の高い食事、ワイン等をオーダーされる方がとても増えています」

学士会館精養軒のブライダル部長の工藤昌央氏は、現代のブライダル事情についてこう語ります。

一生に一度のハレの日だから、素晴らしい日にしたいと願うのは、いつの時代も変わらない。しかし、その素晴らしさの価値基準は時代とともに大きく変わるものだ。そして、現代は、招いた客の満足(食事)を一番に考えるという現代らしい。ここでも、新郎新婦自らが豪華に着飾り、金をかけた派手な演出で輝くことが素晴らしかったバブル期とは対照的な、現代の消費行動が浮き彫りになった。



学士会館



旭川〜富良野の食探訪

# おいしい北海道を まるごといただく

増ページリニューアルを果たした味覚追送。その第一弾の舞台は、“憧れの大地”北海道です。“北海道のへそ”富良野と、札幌に次ぐ北海道第2の都市・旭川を訪ね、おいしい北海道の味探しを敢行しました。

## スーパーバイザー



竹本 英幸 さん  
(旭川営業所営業課係長)

・SUPER VISOR・SUPER VISOR・SUPER VISOR・

北海道旅行といえば、海の幸を楽しみにされている方も多いでしょう。でも、残念ながら、旭川は内陸なので、新鮮ピチピチの海の幸が食べられるという土地ではありません。全国的に有名な名物といえば、ラーメンがあるくらい。そこで、今回は、旭川だけでなく、旭川営業所の営業範囲である、富良野にも足を延ばして、選りすぐりのおいしいものをご紹介します。

まず、富良野の、ワイン、チーズ、富良野野菜を取り上げます。富良野には、名作ドラマ「北の国から」やバンダー畑といった大自然のイメージしか持たない方も多いのですが、実は、その大自然が育んだおいしいものがたくさんあります。新しい、おいしい富良野を感じてもらえればうれしいです。

また旭川は、人気の旭山動物園を抜きにして語ることはできません。もちろん、私の子供たちも動物園が大好き。年に何度かは家族で出かけます。でも、今まではちょっと不満もありました。それは、園内の飲

食施設が充実していなかったこと。ですから、旭山に行く時は、お弁当を持って行かなければならなかったのです。でも、昨年の春、新しくなった東門に入ってすぐの場所に、「MOGMOGテラス」というカフェレストランがオープンしました。

この店は、札幌の街角にあってもおかしくないほど洗練されたおしゃれな雰囲気。メニューもバリエーションが豊富で、動物園に新たな楽しみが加わりました。旭山動物園にいらした際は、是非「MOGMOGテラス」をご利用ください。ちなみに、厨房にはタニコー製品も納入させていただいております(笑)。





## ラベンダー畑に囲まれたワイナリー ワイン&チーズ 富良野

1960年代、「十勝ワイン」から始まった北海道のワイン造り。現在は、道内各地に大小さまざま約40ものワイナリーがあり、道産ご当地ワインを土産にする観光客も増えています。

寒暖の差が激しく、ぶどうの生育に適した富良野で育まれた「ふらのワイン」は、北海道でも数少ない、地元原料、醸造、販売という一貫体制を敷くワイナリー。特に、ミューラー・トゥルガウの選摘みを使った「シャトーふらの」の白は、通をも唸らせる逸品として知られています。

富良野のワイナリーらしく、ラベンダー畑に囲まれた小高い山の中腹にあるふらのワイン工場では、この「ふらのワイン」の製造工程、貯蔵室なども見学できる観光スポットとしても人気。もちろん、観るだけでなく様々なワインの試飲が楽しめる試飲スペースも用意されています。眼下に広がるふらの盆地、十勝連峰の山並みの眺望を楽しみながらのワインは格別。納得いくまで試飲して、お気に入りの一本を見つけたら、併設されている売店で購入することもできます。

「試飲やお持ち帰りだけでなく、もっとガッツリとワインと食事を愉しみたい!」という方には、ワイナリーからも近い、ふらのワインハウ

スがオススメ。実は、この店は「ふらのワイン」を愉しむために作られたレストランで、料理のメニューも、ワインとの相性を考えたものばかり。なかでも、自家製チーズを使った、チーズフォンデュは、わざわざコレを目当てに遠方からやってくる人もいるという看板メニューです。

チーズフォンデュといえば、鍋でチーズを溶かし、様々な食材をつけて食べる料理ですが、ふらのワインハウスでは、鍋の代わりに特製のパンを使うという、一風変わった趣向でチーズフォンデュが楽しめます。

「もともとは、冬のメニューとして鍋を使った普通のチーズフォンデュをお作りしていたのですが、夏にも気軽に楽しめるようにできないものか、と考へて、パンを鍋代わりにした新しいチーズフォンデュを作りました。ただ、チーズは温めていないと固まってしまうので、当店では、チーズにクリームソースを加えることによって冷めても柔らかなソースを作りました」(ふらのワインハウス料理長・古田孝俊さん)

「夏でも食べられるチーズフォンデュ」というコンセプトが当たって、瞬く間に店の看板メニューになった、ふらの風チーズフォンデュ。クリームソースを加えたチーズは、濃厚すぎずに食べやすく、子供にも人気ののだとか。さらに、今年からは、チーズの香ばしいコゲを楽しむ新料理「焼フォンデュ」も登場! 酪農王国北海道富良野で、どんどん進化を遂げるチーズフォンデュなのでした。



じっくりと試飲してお気に入りの1本を購入できるワインショップ

SHOP DATA	
<b>ふらのワイン工場</b>	
住	富良野市清水山
☎	0167 (22) 3242
営業	9:00～16:30 (6～8月は9:00～18:00)
休	無休
料	無料
<b>ふらのワインハウス</b> (自然体験村管理センター)	
住	富良野市清水山
☎	0167 (23) 4155
営業	11:00～20:00 (オーダーストップ19:30)
休	無休
<b>富良野チーズ工房</b>	
住	富良野市中五区
☎	0167 (23) 1156
営業	9:00～17:00 (11月～3月は16:00閉店)
休	無休



ふらの風チーズフォンデュの考案者・古田シェフ



ふらの風チーズフォンデュ(2～3人用)¥1,890。富良野チーズ工房のホワイトチーズと「ふらのワイン」の白を使い、まろやかな味に



工場のすぐ裏手にあるぶどう畑



モンドセレクション金賞受賞ワインを製造する実力派、本格志向のワイナリー



「ふらのワイン」によく合うチーズも豊富。チーズはすべて、富良野チーズ工房で作られたナチュラルチーズを使用



## ご当地ラーメンブームの火付け役 旭川ラーメン



旭川の名物といえば、誰もが一番に思い浮かべるのがラーメンでしょう。長らく続く、ご当地ラーメンブームの火付け役としても、全国にその名を馳せています。市内には、なんと200軒ものラーメン屋があるといわれますが、この数は、人口との比率で計算すると、味噌ラーメンで有名な札幌の2倍となる数。旭川のラーメン王国ぶりを物語っています。

ただし、一口に旭川ラーメンといっても、その味は店によってかなり個性があり、地元の方でも好みが分かれるのだとか。基本は、正油（旭川では、「醤油」でなく「正油」と書く場合が多い）で、豚ガラ、鶏ガラ、海産物などでダシをとった、脂こってり目のスープが特徴。旭川は、

冬には氷点下30℃にもなる極寒の土地柄ゆえ、冷めにくくて体を芯から温めるラーメンが好まれたのでしょう。

旭川市の郊外、永山地区にある複合型ショッピングセンター・旭川パワーズ内にあるあさひかわラーメン村は、旭川の個性豊かな人気ラーメン店を一堂に集めた、旭川ラーメンの聖地ともいえる場所。昼時や週末には、各店に行列が出来ることもしばしばという人気スポットです。

らーめんや天金は、旭川ラーメンを語る時には必ずその名が挙がる老舗の名店。ラーメン村でも一、二人気を誇ります。他店のように野菜や海産物を使わず、豚骨と鶏ガラだけを丸二日間とろ火でじっくり煮込んで作るスープは、癖のない昔ながらの正統派旭川ラーメン。正油、味噌、塩と、味のバリエーションも豊富ですが、オススメはやはり正油。中太のちぢれ麺によく絡む濃厚（でも、しつこくない）なスープは、一度味わったら病みつきになるおいしさです。



ラーメンや天金・旭川ラーメン村店



濃厚なスープがよく絡む中太ちぢれ麺



海産物を使わないスープは、癖のない旨さ

お土産用も、正油、味噌、塩の3種類



### SHOP DATA

#### らーめんや天金

旭川市永山11条4丁目  
あさひかわラーメン村  
☎0166(48)3918  
🕒11:00～21:00  
🗓️火曜

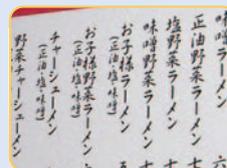
### 《味覚逍遥スーパーバイザーの独り言》

#### 旭川ラーメンの裏メニュー・ 野菜ラーメンもお忘れなく！

旭川のラーメンは、一説によれば札幌よりも古い歴史があるそうですが、その名が全国区になったのはここ10年くらいでしょうか。たしかに私もラーメンはよく食べますが、旭川で生まれて、旭川で育った人間にすれば、ラーメンはあまりに身近な食べ物。だから、名物がこんなものでいいのかな、って思ってしまうのです（笑）。

それに、地元民からすれば、旭川ラーメンという括りもちょっと無理があるような気がします。それは、札幌は味噌、函館は塩が有名ですが、旭川のラーメン屋さんには、味噌も塩も正油もあるのが普通で、味も店によって結構違うからです。一般的に旭川ラーメンといえば正油が有名かなと思いますが、私自身も気分ていんな味を食べますから、やっぱり、これぞ旭川ラーメンというものが浮かんでこない、というのが実感なんです。

でも、旭川のラーメン店には必ずある、という特徴あるメニューもあります。それが野菜ラーメン。白菜、タマネギ、モヤシ、人参、キクラゲなどを炒めたものが、大量にラーメンの上に載っているのが旭川流。いわゆる旭川ラーメンでは



ないかもしれませんが、栄養も満点ですので、個人的にはこの野菜ラーメンはオススメです。

今回、全国的にも有名なラーメン村の天金さんを紹介させていただきましたが、もちろんここにもおいしい野菜ラーメンがあります。ちなみに、一年中多くの観光客が訪れるあさひかわラーメン村の各店では、ラーメンの食べ比べをしたい、という旅行者のために、-halfサイズのミニラーメンも用意しているので、一度に2軒3軒のラーメン屋さんを試したい方は、ぜひお試しください。

竹本 英幸さん（旭川営業所営業課係長）

## 北の大地の厳しさが育む 富良野野菜

富良野

たまねぎ、じゃがいも、にんじん、トマト、かぼちゃ、とうもろこし…。

富良野は、野菜の一大産地として注目を集めています。それは、肥沃な大地と盆地が生み出す気候の寒暖差が、農作物作りに最適であるから。厳しい冬、富良野の大地は深度70cmまで凍結します。こうした厳しい自然環境の中で鍛えられた富良野野菜は、生命力に溢れ、糖度、栄養ともに満点と高く評価されているのです。

富良野の田園風景に抱かれた、小高い丘の上に建つ人気リゾートホテル「富良野リゾート オリカ」。ここには、富良野野菜を食べるためだけにやってくる客が、引きもきらないレストランがあります。それがホテルの最上階にあるスカイレ



スカイレストランREIRAは、富良野の人気ホテル「富良野リゾート オリカ」の最上階

ストランREIRA。

期間限定、一日限定8組のみに極上のキュービズを提供するこのレストランでは、富良野の野菜を中心とした旬の食材を、和洋折衷の調理法で愉しむことができます。

「REIRAでは、可能な限り富良野で採れる旬の食材だけで料理をお作りしています。心がけているのは、その素材の持つ旨みを損なわないこと。ですから、調理の方法も和洋折衷こだわらず、食材ごとに一番いい方法で調理してお出ししたいと考えています」

こう語るのは、REIRAの井濃内功料理長。実は、REIRAで使用される野菜のほとんどが、ホテルの敷地内で作られた、安心安全の自家製野菜。ゴルフコースなどもあるホテルの敷地約3万坪の一部を、地元の農家に無償で貸し出し、様々な野菜の提供を受けているのです。

REIRAの料理をいただいてすぐに分かるのは、野菜の甘み、旨みが強いこと。それは、まさに



ホテルの敷地内で栽培される新鮮野菜



旬の富良野野菜が楽しめるREIRAの料理

富良野野菜の生命力を感じる味です。もちろん、野菜本来の味を最大限に生かす、調理の巧みさも忘れてはいけなポイント。“富良野野菜を食べるためだけにやってくる”人々がいることにも納得です。

スカイレストランの冠があるように、天候に恵まれれば、雄大な十勝連峰の山並み、富良野盆地が一望できるREIRA。ここでは、目にも胃袋にも優しい、大地の恵みに癒される至福のひとつが待っています。



富良野の食材にこだわる井濃内シエフ

### SHOP DATA

#### スカイレストラン REIRA

空知郡中富良野町西2線北17号  
富良野リゾートオリカ10F

☎0167 (44) 3000

☎期間限定営業のため、営業日・時間をご確認ください。(予約制)

## 土産に迷わず買うべし！ 空スイーツ

旭川のお土産には何がいいか？ 帰りの空港で売店を眺めてみると、なぜか、北海道の他の地域の有名なお土産が並んでいたりします(笑)。つまり、これぞ旭川だ！ というお土産がとても少ないのです。でも、せっかく旭川に来たのですから、旭川メイドのお土産を買って帰りたいもの。そこで、探しに探して、選びに選んだ、旭川のお土産だ！ と、胸を張って買って帰れる空スイーツを3つご紹介しましょう。

まず、一つ目は、旭川のド定番菓子、その名も旭豆です。戦前、第7師団の兵士が里帰りの際に購入し、全国に広まったというこの菓子。(交通機関の発達していなかった当時、日持ちする豆菓子はとても貴重されたのだそう)大豆を煎り、テンサイ糖と抹茶でコーティングする製法は、まったく昔のままで、今もベテランの職人さんが伝統の味を守り続けています。

素朴な甘さと香ばしい豆の味。そして、飾り気のないごつごつとした無骨なルックス。旭豆は、なぜか日本人の故郷の味という気

がしてならない一品なのです。

旭豆が故郷の味ならば、壺屋の「き花」は、食品コンクールとして有名なモンドセレクションにおいて20年連続金賞に輝く、世界に認められた味です。北海道の叙情的な景色である「ダイヤモンドダスト」をイメージし、クリーミーなホワイトチョコレートをアーモンドガレットでそっと包み込むことで、甘さと香ばしさが共存した稀有な銘菓。お土産用に、と売店で試食して、思わず自分の分も買ってしまおう人も少なくないというおいしさなのです。

さて、旭川空スイーツのトリを飾るのは、旭川エチュード洋菓子店の「ひよこのお昼ねプリン」です。愛らしいひよこのマークが印象的なこのプリンですが、実は、池袋の「東京スイーツ共和国」と神戸の「神戸スイーツハーバー」(共にナムコ)で開催された、「プリンの

### 旭川番外編

殿堂2006」で、人気投票の第一位を獲得したプリンなのです。その日本一のプリンが、旭川空港で買えるのですから逃す手はありません。

そのお味は、コク、甘みともに濃厚でありながら、後味はスッキリ。さらに、ちょっぴりビターなカラメルを混ぜて味わうと、大人の味わいにガラリと変わるとい、一瓶で二度おいしい大満足のプリンなのでした。



大豆、テンサイ糖など、全ての材料を北海道産にこだわっている旭豆



モンドセレクション20年連続金賞受賞！旭川土産の一番人気「き花」



とろーりなめらかな食感に程よい甘さ。ひよこのお昼ねプリンは、日本一のプリン

「旅歩き、食べある記」  
旅の途中で見つけた美味しいお店

# 奇跡の動物園で愉しむ、 MOGMOG?



「MOGMOGテラス」金子浩康店長

## 動物たちの素晴らしさを再発見!

旭川空港から車で約20分。今、旭川でもっともホットな観光スポット・旭山動物園があります。あの上野動物園の来園者数を抜いて(月別)、まさに日本一となった動物園です。数年前まで、地元では「動物園つぶれちゃうかもね…」と噂されるほどさびれていた動物園が、園長をはじめ、動物園のスタッフの努力で見事に復活を果たした物語は、最北の小さな動物

園の奇跡としてマスコミに取り上げられました。多くの人々が旭山に惹きつけられる理由、それは、動物が持つ運動力や習性を引き出すという、“見せる(魅せる)”展示方法を導入したこと。雪上を列をなして散歩するペンギン、円筒形をした水槽から愛嬌をふりまくアザラシ、空中をダイナミックに闊歩するオランウータン、客めがけて水に飛び込むホッキョクグマ…。動物たちの習性を利用して、躍動感ある日常の行動を見せる工夫をすることで、来園者に動

物たちの素晴らしさを再発見させたのです。また、園内を回ってみてすぐに気が付くのが、飼育係の方が書いた手書きのポップ(説明書き)が多いこと。内容は、動物の生態についてといった学問的なものから、飼育している動物の個々の性格、癖、最近の調子などまでいろいろ。飼育係が動物たちに餌をあげる、大人気の「もぐもぐタイム」でも、係の方が動物についての楽しい話をたっぷりと聞かせてくれます。

来園者は、そうした従来の動物園では知ることができなかった、生きた情報を仕入れながら園内を回ること、グーンと動物たちを身近に感じることができ、その素晴らしさを再発見するのです。



カフェテリア形式で選べる豊富な料理

## 「地産地消」の おしゃれなカフェレストラン

人気絶頂の旭山に、新たな魅力が加わった、と評判となっているのが、カフェレストラン「MOGMOGテラス」です。テーマは、森の中のカジュアルレストラン。開かれた大きな窓からは、豊かな旭山の緑と、心地よい日差しがサンサンと降り注ぎ、まさに森の中を感じる居心

## ここに注目! 旭山動物園

### チンパンジーの森



■ 2006年8月にオープンした「チンパンジーの森」では、さまざまな遊具を使って遊ぶチンパンジーを観察することができます。チンパンジーの棲む森をイメージした屋外放飼場(冬期は閉鎖)では、鉄柱や遊具、ロープを巧みに使って遊ぶ、イキイキとしたチンパンジーの姿に拍手喝采!



### あざらし館



■ 旭山の行動展示の象徴・アザラン館では、水路でつながっている、大水槽とマリウエイ(円柱水槽)が作られ、ゴマフアザラシが楽しげに遊ぶ姿を見ることができます。好奇心旺盛なアザラシが、マリウエイを通るときに見せる愛くるしい仕草、表情はなんともいえないかわいらしさ。屋外放飼場では、飼育係の方から直接アザラシについての説明も行われます。





開店と同時に満員になってしまうほどの人気!



店内は明るく清潔。テラス席も広々と



地のいい空間を見事に演出。そのおしゃれて洗練された雰囲気は、動物園の飲食施設とは思えないほどです。

ランチメニューは、「伊達鶏のチキンスープカレー」「骨付き粗挽きフランクフルト」「青梗菜入りハンバーグ和風ソース」「ビーフシチューのパイ包み焼」「帆立とサーモンと茄子の冷製ハーブソース」などの中から、好きな料理を3品～5品選び、それにライス又はパンが選べる「MOGMOGプレート」(スープ・サラダ付)が人気。実際に料理を見ながら、カフェテリア形式で選ぶ楽しさもウケています。また、オリジナルのスイーツなども選べる。ケーキセットは、ケーキとドリンクで550円とリーズナブル。混み合うランチタイムをはずして、ゆっくりとお茶したい人にオススメです。

『MOGMOGテラス』は、森のカジュアルレストランをテーマにしていますが、料理の面では、地産地消を大きなテーマにしています。ランチやディナーのバリエーション豊富な料理はもちろん、デザート、ドリンクに至るまで、できる限り旭川や北海道の食材を使うことを心がけています。例えば、トマトジュースは園のすぐ近くに農園を持っている谷口農場さん、牛乳も神居町のクリーマリー農夢さんから仕

入れています) (「MOGMOGテラス」金子康店長)

地産地消とは、地元で生産された食材を地元で消費するという考え方。多くの観光客が訪れる旭山動物園だからこそ、できる限り地域の食材を使った料理でもてなしたいという、金子店長の熱い思いが伝わってきます。

動物の行動展示で全国の動物園・水族館に

も影響を与えた旭山ですが、今まで高からうますかろうが当たり前だった動物園の食にも、この「MOGMOGテラス」の登場が与えたインパクトは大きかったでしょう。



MOGMOGプレートは1200円～、ケーキセットは550円

動物園で一番の歓声上がるのが、このほっきよくぐま館。身長2m超、体重数百キロのホッキョクグマが、館内の巨大プールに飛び込むさまは迫力満点! 水中を泳いでいる時には、手や足の裏の肉球や、ゆらゆらと黄金に揺れる美しい毛並みも見るすることができます。



ほっきよくぐま館

ペンギん館



キングペンギン、ジェンツーペンギン、フンボルトペンギン、イワトビペンギンの4種類のペンギンを飼育するペンギん館。冬の雪上散歩は、旭川の風物詩にもなっています。360度見渡せる水中トンネルを泳ぐペンギンは、まるで空を飛んでいるかのよう。目前を猛スピードで横切るペンギンたちの迫力は驚愕ものです。また、もぐもぐタイムでは、水中に潜り直接ペンギンにエサを与える、珍しい飼育の姿も見るすることができます。



SHOP DATA

旭川市立旭山動物園

住 旭川市東旭川町倉沼

☎ 0166 (36) 1104

営 夏期19:30～17:15、冬期10:30～15:30

※夏期4月28日～10月21日、冬期11月3日～4月7日

休 10月22日～11月2日、12月30日～1月1日

# 唯一の一貫製造メーカー。 だから、高品質！ だから、ローコスト！

厨房機器のリーディングカンパニーとして、長年、ステンレス製品をお客さまに提供してきたタニコー。そのステンレス加工に関する、確かな技術と経験を生かした新事業として、注目されているのがIBCです。タニコーのIBC部は、7年前に“ステンレスの総合メーカーを目指す”という全社的な目標を実現するための、新たな旗艦部門として誕生。以来、その実績を着実に積み重ね、今、大きな飛躍の時を迎えています。

タニコーの企業力紹介・IBC部

## ■ 時代が求めた、環境にやさしいIBC

全世界的に環境保全への意識が高まる中、IBCの市場が急拡大を続けています。IBCとは、Intermediate Bulk Containerの略称で、液体、粉体、粒体など様々なものを収納し、輸送・運搬するための中型容器(容量3000ℓ以下)のこと。以前は、使い捨てが基本であった様々なIBC(主に樹脂性)が、ここ数年でリユース可能なステンレス素材の容器へと転換されているのです。

「現代の企業は、環境問題にとても神経を使っています。これは、ISOの基準との関連もありますが、『自社が出したゴミは自社で処分する』という原則があるため、使い捨てを嫌うわけです。IBCも、もともとは樹脂などの素材を使ったワンウェイ、つまり使い捨てがとても多かった。でも、今は、一度使って捨ててしまうという、環境にやさしくないIBCは敬遠されているのです」

IBCの市場が急拡大している要因について、タニコーIBC部の道上正美部長はこう語ります。

ゴミを出さない、環境を守ることは、現代企業にとって、欠かすことのできない大きな使命になっていますが、耐食性に優れ、リユース(＆リサイクル)できることから“環境にやさしい素材”といわれるステンレスを用いたIBC容器は、まさに、「通い箱」。時代のニーズに合致したエコロジカルな製品なのです。



▲ツムラ茨城工場

## ■ 食品以外にも、広がるIBC市場

とはいうものの、IBCという言葉聞いても、いまひとつその利用シーンが思い浮かばない方も少なくないでしょう。そこで、道上部長(タニコーIBC部)に、どんな分野でIBCが利用されているのかを聞きました。

「確かに、厨房関係者でもIBCという言葉にピンと来ない方もいらっしゃるでしょう。例えば、大規模な飲食施設、給食施設などでは、サラダ油など大量の食油を使いますが、その食油の運搬にはステンレス容器が使われています。食油といえば、いわゆる一斗缶(いっとかん)が長らく主流でしたが、ワンウェイで環境にやさしくないことや、作業効率が悪いことなどから、今は、タンクローリー車で食油を運び、各施設の据え置きタイプのステンスタックに補充。そこから厨房に油を供給するというシステムが主流になっています」

また、厨房関連、食品以外にも視野を広げれば、IBCはさらに広範囲に活用されています。それは、液体、粉体、粒体など、様々なものを安全にクリーンに収納・運搬でき、適用範囲の広いステンレスIBCの特性ゆえ。タニコーIBC部の市場・顧客は、従来の食品業界のみならず、薬、化学など、新たな業界の占める割合も拡大しているのです。

## IBC部の市場・顧客

### 食品業界

- 食油、醤油、あめ、米、酒、マヨネーズ、ケチャップ、コーヒーなどの原料の運搬・貯蔵

### 薬・化粧品業界

- 薬の原料の運搬・貯蔵(液体、粉体など)
- 化粧品(シャンプーなどのトイレタリー製品を含む)の原料の運搬・貯蔵

### 化学業界

- 危険物運搬に対応した、国連の基準、UN認定容器の製作



毎月、ツムラ茨城・静岡両工場には、粉・粒体容器を定期的にご納入させていただいています。その他、大手化粧品、製薬メーカー様からの受注も年々増えています。



▲ツムラ静岡工場

## ■他社ではマネのできない、タニコーだけの一貫製造

IBC市場の拡大、需要の増大を受けて、現在70社ほどの製造メーカーがしのぎを削っていますが、実は、その中で一貫製造ができるのは、タニコーただ一社です。

タニコーは、全国に11カ所の生産工場を持ち、ステンレスの加工を行っています。福島鹿島第二工場、福島小高工場、タニコーテック大野第二工場（福井県）の3工場には、コイル（トイレーパー状に巻き上げたステンレスの塊）を伸ばすレバーを所有しています。

タニコー以外のIBC製造メーカーは、あらかじめレバーで板状にされたステンレスから製品を作っているのに対し、ステンレス加工を長年行ってきたタニコーでは、このレバーを使うことで、まさに元から自社で加工を始めることができるのです。

さらに、道上部長は、コイルから扱えるタニコーの一貫製造のメリットに関してこう語ります。

「コイルから製造できるということは、仕入れ値を抑えることができるということで、結果的に製品の価格を抑えることができます。また、製品によって必要な分（長さ）だけ延ばして切り取ることができるので、ステンレスの板をつないで使う必要もありません。これは、製造メーカーとして歩留まりがよいというメリットだけでなく、高品質の製品を製造するための必須条件でもあります」

また、タニコーは加工の技術に関しても、他社では外注となる鏡板（ステンレス容器の上下の丸くなっている接続部分）を自社の金型工場内で内作できることや、最新の自動溶接機を活用することで、他社ではマネのできない一貫製造を実現しています。

「一貫製造のメリットは、ローコストで高品質な商品を生産できることだけではなく、IBC市場の場合、同じ品質のIBCを大量に、しかも安定的に供給するというニーズも高い。それに対応できるのは、自社一貫製造のできるタニコーだけだと自負しております。そして、もちろん、全国100を超える事業拠点を有するタニコーのネットワークが、万全のサポート体制を敷いていることもタニコーの強みと言えるでしょう」（道上部長）



▶ラベラー機械

## ■レンタル商品誕生で、 加速拡大するステンレスIBC市場

厨房機器市場のみならず、IBCの分野でも、高品質、ローコストを実現する、唯一の一貫製造メーカーとして高い評価を得ているタニコーですが、今年新たな商品を開発し、早くも注目を集めています。それは、ステンレスIBCのレンタル業務。レンタル大手の（株）ワキタ、レンタルのニッケン、ナラサキ産業（株）と提携を結び、「ステンレスコンテナ」、「ステンレสดラム缶」のレンタルを他社に先駆けて実現しています。

IBCをレンタルにすることのメリットは、初期費用が大幅に軽減できる、破損時には即交換できるなどに加え、商法の改正を受けて、会計処理上もレンタルが経費と計上できるようになるなど、企業経営上のコスト削減効果も高いこと。今後は、企業の環境への配慮が進むことに加えて、こうしたローコストのメリットが浸透することで、現在非ステンレスIBCが主流の分野でも、ステンレスIBCへの切り替え需要がさらに加速していくと予測されています。

### タニコーIBCの新商品

ステンレス  
コンテナ

レンタル  
のメリット

ステンレス  
ドラム缶

- 機械・設備の調達に必要な **資金が不要**
- 減価償却・固定資産税の申告・納付、保険の契約・支払いなどの **事務処理及び費用不要**
- 会計処理の際、資産計上などの手間がなく **経費として計上可能**
- 商品は破損時に **即交換可能**

▶写真左：  
ステンレスコンテナ  
写真右：  
ステンレสดラム缶



TC-CS1000



TC-S200R4-BA



### ブルーレンジリーカフェ・バンブー

住所：東京都国立市中1-8-13

TEL:042-577-5168

営業時間：10:00～19:00 / 月曜定休

店内にはカフェスペースがあり、焼き立てのパンをその場で食べることができる。マンションとの共有スペースにはパテオやパーティースペースも。

# タニコーベーカリーオーブン機器 Vesta が選ばれる理由

interview

「パンは生き物。Vestaは細かな調整ができる、本当に使いやすい製品だと思います」

南仏を思わせるマンションの1階にあるブルーレンジリーカフェ・バンブー。パンの香りが漂う店内は、ランチタイム以外でも地元国立の人々で賑わい、人気の高さがうかがえる。

——“今日食べるパンは今日焼く”という焼き立てパンにこだわるカフェバンブーのオーナーシェフ、どうしてVestaを選んだのでしょうか？

「もともとタニコーの営業の方とは、10年前からお付き合いがあり、バンブーの立ち上げの時にVestaを紹介してもらったのが購入のきっかけです。その場で細かくチェックしましたが、自分がオープンに求める基準はすべてクリアしていましたね。特に気に入ったのはスチーム。蒸気がしっかりと出るところや、使用直後の機械の立ち上がりが優れていると思いました」

——実際に使ってみていかがでしたか？

「気密性も高く、使い勝手がいいですよ。扉部分も熱くなりにくいので安全性も高いと思います。また、パンは生き物ですから、その日の気温や湿度、室温などでまったく違うもの。それに合わせて、水分の飛ばし具合、焼き色の付け方など、毎回多くの調整が必要になってきますが、このVestaは細かな調整もできる、本当に使いやすい製品だと思っています」



オーナーシェフの竹内勉さん。西荻窪のムッシュソレイユをオープンし、現在カフェバンブーを含め3店舗のオーナーシェフをつとめる。

**ステンレス素材の標準素材**  
外装にステンレス素材を使用し、高い耐食性・耐久性・清潔性を保持。

選ばれる理由

独自の技術!

**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。簡単なメンテナンスならその場でも可能。

選ばれる理由

独自の技術!

**排気効率のよいワンウェイ**  
**排気ダンパー採用**

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等の乾燥と焼き上げの微調整を可能に。

選ばれる理由

**加熱しにくい扉**

熱くなりにくい炉内構造を採用。ヤケドやケガを軽減し、また、厨房温度の上昇を抑えてより快適な作業環境を実現。

選ばれる理由

独自の技術! 業界初!

**スチームジェネレーター**  
炉内の四方からスチームを発生させ、ミクロの多湿スチームを生成。きめ細かい質の高い蒸気が作れる。

選ばれる理由

独自の技術!

**10段階温度コントローラー**  
既存の製品にはないアイテムに合わせて微調整できる。10段階温度調節機能付き。パンから洋菓子までの細かな加熱の対応が可能に。

選ばれる理由

独自の技術! 業界初!



タニコーベーキングオープン  
ヴェスタ

Vesta

**完全ユニット式**

必要な段数だけ追加できるユニットのため、搬入口など店舗レイアウト事情にも柔軟に対応。用途に合わせて仕様のセレクトができる。

選ばれる理由