

current news

tanico

タニコーとお客さまを結ぶ最新情報通信

特集

食ビジネスのエコロジー最前線

「地球にやさしい」
循環型社会を目指して

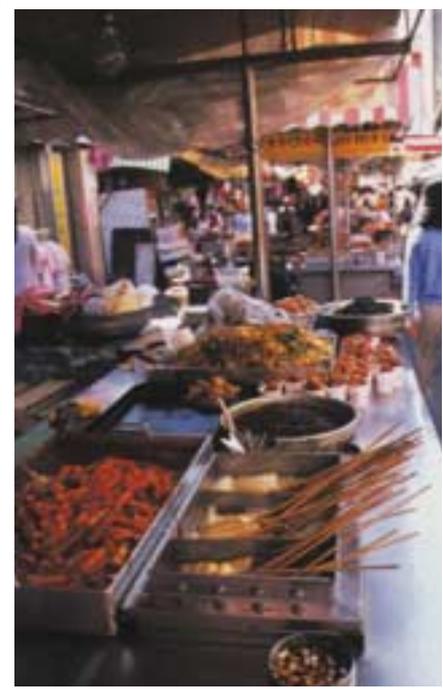
味覚道遙 ふるまいの味探し

食い倒れ大阪のソウルフード

好っきゃねん、「粉もん」

地球の食べ歩き方

似て非なる韓国料理



no.11

特集



「地球にやさしい」 循環型社会を 目指して

食ビジネスのエコロジー最前線

「地球にやさしい」。そんなキャッチフレーズが語られるようになって、随分長い時が経ちました。資源のリサイクル、ゴミの軽減などに力を入れる、大手スーパーや外食レストランチェーンなどの例をみるまでもなく、今や、環境に対するアプローチの有無は、消費者にとって重要な価値基準となっているのです。「環境の世紀」といわれる21世紀。食ビジネスのエコロジー環境をじっくりと考えてみましょう。

20世紀は、『大量生産・大量消費・大量廃棄』社会 Eco

「人間さえいなくなれば、地球の環境問題なんてすぐにでも解決する。」

これは、とある著名な科学者の言葉です。なんて乱暴なことを...、と思う反面、この星を汚してきた張本人が私たち人間であることを考えれば、まさに正論。その通りなのです。さらにその科学者によれば、地球という大きなシステムには、もともと強力な自浄作用があるのだとか。人間にも、軽いケガや病気程度ならば、自然に治してしまう自己治癒力がありませんが、同じような力は地球規模でも備わっているというのです。しかし、私たちが20世紀に作り上げてきた社会は、地球の自浄能力をはるかに凌ぐ規模とスピードでこの星を痛めつけ、深刻な被害をもたらしてしまいました。

「地球にやさしい」という言葉が盛んに使われた80年代。日本ではあのバブル景気に湧き、この世の春を謳歌していました。「飽食の時代」などと言われたのもちょうどこの頃。右肩上がりの経済を背景に、『大量生産・大量消費・大量廃棄』という社会システムが頂点を極めた瞬間でした。

故に、「地球にやさしい」というフレーズは、そうした時代へのアンチテーゼとして人々にインパクトを与え、注目を集めました。実際に、こうしたエコロジカルなメッセージ、情報発信が溢れはじめると、エコブームとも呼べる社会現象にまで発展していったのです。ただ、割り箸論争に象徴されるように、一般的には、エコロジーがある種の流行、ファッションとし

て受け入れられ、何かリアリティがないものといった部分も否めなかったのです。

割り箸論争...割り箸という、一度使ったら棄ててしまうもののために、貴重な森が失われている！ との問題提起から、割り箸が消費社会、環境破壊の象徴とされ、遂には「マイ箸」を持ち歩く人々も出現。割り箸使用を自粛する飲食店もあった。

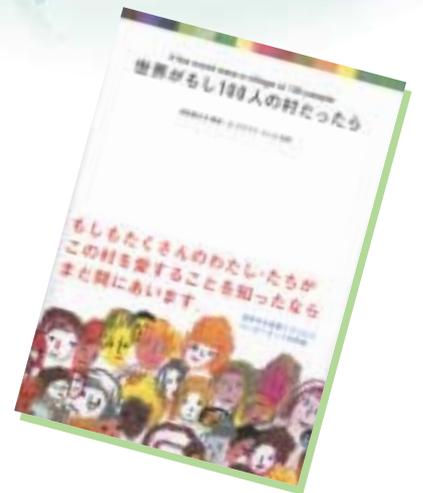
今ここにある危機、 としての環境問題

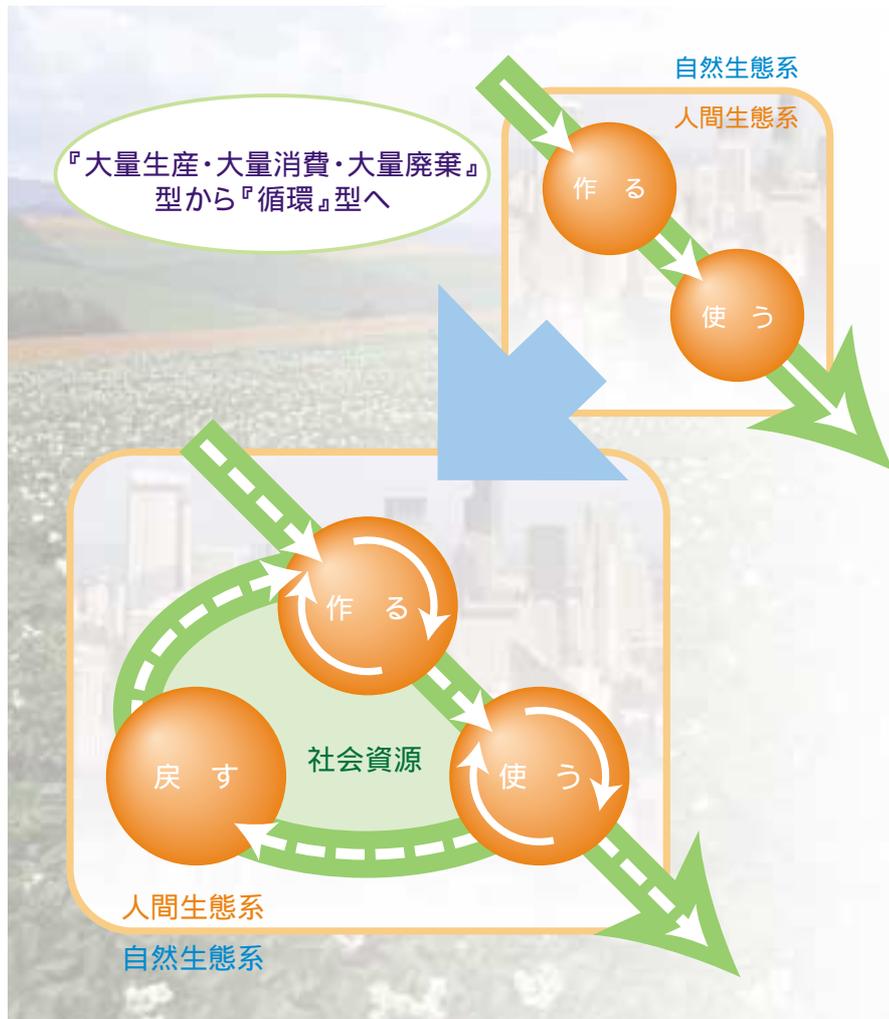
Eco

『もし世界が100人の村だったら』という、ベストセラー本をご存知でしょうか。世界の人口を百人の村に縮めたら、男女、人種、言語、宗教などがどのような割合になるかを数値ではじき出し、貧富の差、教育の差などの実態を実感することができるという、なかなか考えさせられる本です。先のニューヨークの同時多発テロ事件と時期が重なったこともあり、今、

一層注目を集めることになっています。もともとこの本は、インターネット上において、いわゆるチェーンメーリング的に広まっていた話をもとに書かれたわけですが、新聞やTVニュースからはなかなか実感できなかった実際の世界を、この例え話によって、グーンと身近にさせた功績は大きいでしょう。

実は、エコロジーにおいても、今、社会に同じようなことが起きはじめています。それは、今までは潜在的に「このままではダメになっちゃうよね、地球」と考えていても、自分自身の問題として切実にとらえにくかった環境問題が、社会のルールがどん





どんと変わることによって、否が応にも自身の問題として捉えなくてはならない段階になっているからです。

例えば、ゴミの分別・有料化(事業者)、家電のリサイクル法、食品リサイクル法などは、切迫した事態を実感するに余りある変化でしょう。「いつかはゴミを棄てる場所がなくなってしまうかも」という話と、「あと3年で満杯になる」という話では、もちろんその危機感は全く違ってきます。『もし世界が』では、世界のあらゆるバランスをそのままに、規模を圧縮することでより身近に実感させるという方法が使われていますが、環境問題はそうした手法を用いる必要がないほど、身近な問題として私たちの社会、生活に直接関わってくる段階になったのです。



イメージ先行だった80年代のエコロジーブームから20年、時代はまさに切実な「環境の世紀」へと移っています。大手スーパーマーケットが積極的にリサイクルに取り組み、外食チェーンがゴミの軽減化を試みる。これは環境に対する取り組み、姿勢が消費者の購買心理に影響することをよく知っているからにほかなりません。そして、その流れは、事業の規模を問わず商業倫理の一つとして認

知られてきています。

「環境の世紀」のキーワード、核となる指針は、『循環』です。『大量生産・大量消費・大量廃棄』という社会システムが招いた今日の危機的状況を省みた時、『循環』という選択はごく当たり前のことでしょう。

食品リサイクル法(『食品循環資源の再生利用等の促進に関する法律』)は、食品メーカーや外食産業などから出る調理くずや食べ残しなどを減らし、さらには、飼料や肥料への再利用を促すことを目的としたもので、年間排出量を基準に目標を定め、食品ゴミの減量を通じた環境対策と資源の有効利用の一石二鳥を目指したものです。

食に関する環境問題は切実で、年間で約2,000万トンに上る食品廃棄物のうち、製造過程での「産業廃棄物」の約5割が再利用されていますが、一般廃棄物扱いになる流通業者や外食産業、家庭などから出るごみのリサイクル率は0.3%程度で、大半が埋め立てや焼却処分されているのです。行政は、この法律が施行されたことによって、各事業者には、指導・助言を通じて減量化や再利用を促すことができ、取り組もうとしない大手企業などには勧告や企業名公表、罰金も科す方針を打ち出しています。

外食産業の業界団体では、分別収集した生ゴミをたい肥化するリサイ



クルを推進するなど、具体的な取り組みを始めていますが、その先には、行政だけでなく消費者の厳しい目があることは間違いありません。

エコ技術の革新、可能性にも期待!

Eco

様々な技術革新が私たちの生活を豊かにし、そして、同時に大量消費社会を作ってきたのであれば、その技術力を、今度は『循環』型社会の実現にも生かしていけるはず。こうした考えのもと、エコ関連の技術開発も急ピッチで進められています。

食品廃棄物の発生の抑制 再生利用 減量、というのが食品リサイクル法に謳われた優先順位であり、理念です。そして、待ったなしのゴミ軽減目標を突きつけられているのが、食ビジネスの分野なのです。では、具体的にどのような取り組みが行われているのでしょうか。

現在、もっとも現実的な効果が期待でき、生ゴミ減量の切り札といわれているのが「乾燥式生ゴミ処理機」でしょう。日に300キロの処理能力を持ち、24時間以内に生ゴミを1/5程度にまで減容する能力を持つ、タニコ



乾燥式業務用生ゴミ処理機 TDK30

ーのスーパードライキング【TDK300】は、全国の給食センターや地方自治体などで導入されています。

「当社が長年培ってきた技術力を生かして、TDK30など、今後需要増が見込まれる、事業規模の比較的小さな飲食店様用の商品開発も進めています」(タニコ株式会社・環境部)。

また、同社の環境事業部IBC部では、ステンレスのエコ性についても、今後さらなる追求をしていきます。

「錆びにくく、劣化しにくいステンレスは、最高のエコ素材の一つとして注目を浴びています。今まで消耗品、使い捨てとされてきたものの中には、素材をステンレスに変えることで飛躍的にその耐久性を向上させることができるものが多くあります。又、食用油などには、廃ペール缶などのゴミが出るのが常でしたが、油の

納品から回収まで、ステンレス貯蔵タンクを使った当社のシステムをご利用いただければ、ゴミゼロでのオペレーションが可能になります。そして、もちろんステンレスは再利用も可能なのです(タニコ株式会社・環境事業部IBC部)

長年積み上げてきた負の遺産を一気に返済することは容易ではありま



ステンレス製冷蔵用保冷タンク 100リットル



ステンレス製食用油タンク 500リットル

せん。しかし、行政、企業、市民が環境に対する高い意識を共有し、また、新たなエコ技術の開発などによって、何とか循環型の「環境の世紀」を実現させていきたいものです。

IBC... Intermeditate Bulk Containersの略。液体、粉体、粒体等を収納して、機械フォークリフト等で作業したり、車輛、貨車、船舶等で運搬や移動する中型容器です。

当社のステンレスコンテナは、長年のステンレス製造販売、特に業務用の厨房機器、環境機器などステンレス素材の高度加工技術によって生まれました。



学校給食センターに納品される大型生ゴミ処理機(多層タイプ)スーパードライキング



OSAKA

食い倒れ大阪のソウルフード

好っきやねん、「粉もん」

食い倒れの街・大阪。この地を訪れたことのある方ならば、その看板に偽りが無いことはよ〜く存知のはず。そして、もちろんそこに暮らす人たちの食へのこだわりも、ごっつい！ その厳しい目、舌が、食都・大阪を作り上げたといっても過言ではないのです。そんなグルメな浪速っ子に、「大阪でおいしいモノは？」と問えば、必ずあがるのが、お好み焼き、たこ焼きといった、いわゆる「粉もん」。早くて安くて旨い「粉もん」は、まさに大阪のソウルフードなのです。

スーパーバイザー



小原雅仁さん(大阪営業所営業一課)

「お好み焼き、たこ焼きは、こっちの人間は、子供の時から本当によく食べるんですよ。観光客のみなさんはお店で食べることになるんですけど、大阪では、各家庭でもよく作ります。お好み焼き用の鉄板はもちろん、たこ焼きを作る例のくぼみのある鉄板を常備してる家庭も少なくない(笑)。それぞれの家庭で、微妙に味や作り方が違ったりして、やっぱり粉もんには、みんなものすごくこだわってますね。学生たちのデート定番スポットといえば、街のお好み焼き屋。お好み一枚かっこよく焼けないようでは、まずモテませんからね(笑)。それくらいポピュラーな食べ物だし、おじいちゃんおばあちゃんから、小さい子まで、大阪の人はみんな粉もんのが大好きなんです。全国的にはマイナーなんですけど、イカゲソと卵とメリケン粉を溶いたものを専用の機械でギュッとプレスした、イカ焼きもオススメです！」



SOUL FOODS“お好み焼き” お好み焼き定食って アリですか？

お好み焼きは、日本全国どこでも食べられますが、浪速っ子たちは、やっぱり大阪のものが一番と言って譲りません。実際に、老舗のお好み焼き屋では、「お好み焼きと呼べるのは、大阪のものだけ。東京のは洋食焼きでしょ？」と、お好み焼きと名乗ることさえ許さないプライドの高さなのです。

さて、その唯一無二のお好み焼きの特徴はといえば、何と言っても、甘口のどろりとしたソース。そして、さらに濃厚なマヨネーズです。ある調査によれば、大阪ではお好み焼きにマヨネーズをつけない若者は、1割にも満たないのだとか。大阪発のこの2点セットは、今や全国のお好み焼き(もどき?)のスタンダードとな

りつつあります。

さて、突然ですが、ここでお好み焼きクイズです！ 次の ~ のうち、お好み焼きの食し方で正しいのはどれでしょう？

東京の人がそばを肴に酒を飲むように、大阪ではお好み焼きをアテに酒を飲む。

大阪のお好み焼き屋さんには、お好み焼きにライス、味噌汁をつけた、その名も「お好み焼き定食」がある。

大阪の人は、お好み焼きを食べる時に箸は使わず、コブヘラを直接口に運んで、ハフハフしながら食す。

さあ、どうでしょうか？ きっと、非関西圏方には、どれも「なんでやねん」と、上方ツッコミの一つも入れてみたくなるでしょうが、実は、~ 全てが大阪では正解なのです。恐るべし、お好み焼き大阪スタイル！ みなさんの街のお好み焼き屋には、お好み焼き定食ありますか？



お好み焼き

たこ焼き



エンタテインメントする、たこ焼き機『スーパーたこまるこ』

たこ焼きには、熟練の技とカンが必要とされてきました。でも、タニコーのヒット商品、ぶるぶる震える自動たこ焼き機『スーパーたこまるこ』なら、油をひいて生地を入れるだけで、誰でも簡単に美味しいたこ焼きをつくるのが可能。さらに、サービス精神旺盛な大阪気質を彷彿とさせる、噂のくるくるパフォーマンスは、店頭でお客様の目を楽しませてくれます。食べて美味しい、見て楽しい、『スーパーたこまるこ』は、エンタテインメントする自動たこ焼き機なのです。



SOUL FOODS® たこ焼き

たこ焼きはたこ焼きにあらず!

チェーン店のブレイクなどもあり、日本全国津々浦々にまで広まりつつあるのが、たこ焼き。その手軽さから、本格的な店舗ではないにしても、屋台やスーパーのフードコートなどには必ずあるという、今や日本を代表するファーストフードと言ってもいいでしょう。

そのルーツはといえば、やはりここ大阪。昭和初期に、「ラジオ焼き(ラジオの真空管に似た丸い形だったからとか)という名で親しまれていたものが、たこ焼きの原型とされています。お好み焼き同様、たこ焼きには、ソース、マヨネーズ、花かつおといったスタイルが主流。全国的にもそれがグローバルスタンダードとなっているのではないのでしょうか。でも、本場大阪では、たこ焼きほどバリエーション豊富な食べ物はないのです。

若者のメッカ・アメリカ村(ミナミ)を歩いていると、個性的なたこ焼き店があるわあるわ。チーズ、キムチ、明太、わさびなんてバリエーションは序の口で、遂にはエビ入りなんて無茶してるたこ焼きも発見する始末(笑)。

また、そうした過激なアレンジとは正反対に、ラジオ焼きを発明した老舗会津屋のたこ焼きには、ソースそのものがないのです。メリケン粉を溶いたダシにキチンと味付けをしてあるので、何もかけないで召し上がれというわけ。ソースまみれ、マヨネーズまみれのたこ焼きを食べなれていると、裸のたこ焼きは何となく心細

くて物足りない感じがします。しかし、一粒口に放り込んでみると、なるほど、素朴な中にも粉の焼けた香ばしさとたこの旨みが凝縮されていて、これぞ、まさにたこ焼きという感動の旨さなのです。

つまり、ここ大阪では「たこ焼きはたこ焼きにあらず」。一つの名前ではどうてもい括りきれない、実に奥深き食べ物なのです。

SOUL FOODS® ねぎ焼き

大阪の裏粉もんキング「ねぎ焼き」

お好み焼き、たこ焼きに較べると、その知名度はグ〜んと低くなるのですが、浪速っ子が愛して止まない、裏粉もんキングが「ねぎ焼き」です。

見たことも、食べたこともない人のために簡単にどんなものを説明しますと、まず、薄く敷いたメリケン粉(小麦粉)の生地に、小口の青ねぎをたっぷりとのせ、お好みで牛スジ煮込み、ブタバラ、イカなどをあわせませ。さらにその上からもう一度生地をかけてサンドして、お好み焼きの要領で両面を香ばしく焼くのです。

ただ、この説明では「なんだお好み焼



きのキャベツがねぎになっただけか...」と、ちょっと誤解されてしまいそうなので、ねぎ焼きの名誉(?)のためにさらに話を続けると、ねぎ焼きとは、キャベツ入りの生地を食べるといった感覚のお好み焼きとは全く違い、ねぎを生地と一緒に食べるという感覚の食べ物。その名の通り、まさにねぎが主役なのです。

それだけに、調味料もいたってシンプル。ソース文化の大阪にしては珍しく、醤油とさわやかなレモン汁をサッとかけてやるのです。そして、その味は、筆舌に尽くしがたいほど美味。食べた瞬間に口いっぱい広がる豊かなねぎの香りと、ちょっとこげた醤油のマッチングが何とも最高! 日本人の心の琴線に触れる味とでも言えればいいのか、たとえ初めて食べたとしても、なんだか懐かしい気持ち

ちがするはず。ちなみに、この「ねぎ焼き」というネーミングは、元祖であるやまもと(場所:十三)という店の登録商標ですが、もちろん、他の店のメニューにもあります(笑)。

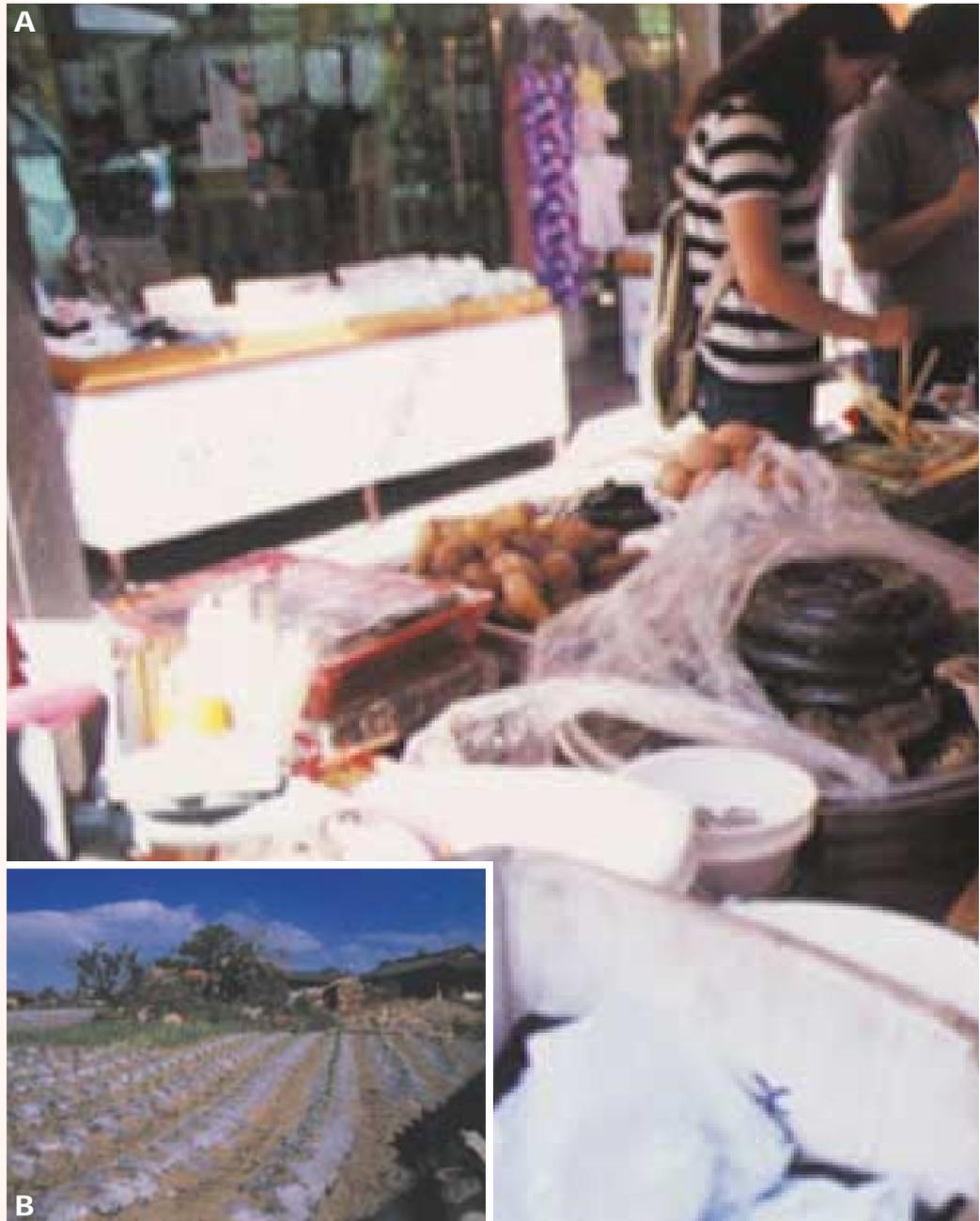


ねぎ焼き



似て非なる 韓国料理

写真・文 秋本和彦
Kazuhiko Akimoto



A トッポッキ、スンデ(ソーセージ)、おでんなど軽食を売る露店。唐辛子入りの漬け汁もおかかっていた B 唐辛子とにんにくの植えられた畑 C 味噌汁のテンジャンチゲは具も多様だ D 韓定食。少量多種はどこか懐石料理に似ている E 韓国料理には欠かせない唐辛子 F キムパブは当地でも駅弁などに使われている G 持帰り用惣菜。やはりキムチが多いようだ H ホチェサバブは安東の名物料理。ご飯は具の入った食器にあげて、混ぜて食べる I 山菜を多く使うのも韓国料理の特色の一つとか。タラの芽やわらびなども売られていた

Korea



カルビ、ピピムパブ、プルコギ、パジョン…。韓国料理は最近日本でも人気が急上昇中のようです。それだけにちょっとだけの体験で語ることは、おこがましい気もしますが、一旅行者の体験記と、ご了承下さい。

まず印象を述べますと、日本料理とは“似て非なるもの”ということです。主食は白い米飯で、醤油や味噌が使われ、味噌汁もポピュラー等、日本と同じ点もあります。他方キムパブのように、見掛けは日本の海苔巻きそっくりでも、海苔にはゴマ油が塗られていたり、酢飯ではなく普通の御飯が使われる等、微妙な違いが見られます。唐辛子も、日本では主に薬味的に使われますが、当地では初めから料理に加えられることが多いようです。

予想外のこともありました。韓国料理と聞けばまず肉料理を連想しますが、山菜や野菜を使った料理も実に豊かなことです。更に出される料理の品数の多いこと…。大衆食堂の韓定食でさえ、10品ほども出ましたが、高級な韓定食ともなれば、20品種ほどにもなるそうです。ちなみに、メニューに書かれている料理名は主料理だけで、実際にはこのように、複数の惣菜がセットされているのが普通ようです。健康上、一日に30種以上の食物を摂るのが望まし

いとされていますが、韓国では楽にクリアできそうです。しかも野菜類が多いとなれば、まさに健康食といえます。

食堂で緑茶が出ないのも新しい発見でした。この国にも中国から9世紀頃にお茶が伝えられ僧侶を中心に愛飲されました。現在も生産されていますが、日本ほど一般的でないのは、朝鮮時代に仏教排除政策でお茶の文化が衰退したことが、尾を引いているのかもしれませんが。

惣菜の中でも、特に目につくのはやはりキムチです。麺を注文しても、必ずキムチが一皿はついてくるほどです。素材となる食材の数は100余種にのぼるそうで、それだけキムチの種類も多彩といえます。しかも地域や作り手により味も様ざまとか。確かに白菜キムチ一つをとっても、店により味が少しずつ違っていました。キムチと山菜料理に的を絞って、韓国各地を食べ歩く旅も面白そうです。

文化交流の歴史も長く、地理的にも近似している日韓の食材や料理法が似ていても、不思議ではありません。それでも、同じ外来の食材である唐辛子が、一方では主役、他方では脇役的存在に分かれたように、ちがいも存在し、それが韓国料理に異国情緒を添える隠し味になっているように思われます。



in focus

6月1日全国一斉発売!!

SUS430からSUS304へ

3月12日～15日開催の国際ホテル・レストラン・ショーで、
タニコーは規格製品の変更を発表します

「ホスピタリティ新世紀 転換期のCS(顧客満足)経営を探る」をテーマに、国際ホテル・レストラン・ショーHOTERES JAPAN2002が3月12日から15日まで、東京ビッグサイトで開催されます。ホスピタリティとはもてなしの心。「もてなしの心を持つ。顧客満足経営を探る」。タニコーはSUS430からSUS304へ、製品規格を変更し、新しい厨房機器の未来を創ります。

タニコーの考える製品基準は、
世界標準へ

率直なお客さまの声と、タニコー独自のマーケティングリサーチにより、より快適で、より使いやすい厨房環境を提供していきます。

素材をSUS430から
SUS304へ進化させます

このように周囲の環境も快適にする技術も、
タニコーの社会的使命だと考えています。

今や世界の厨房業界でSUS304はポピュラーな素材です。タニコーもグローバルスタンダードに合わせて、SUS304素材を使った製品開発に携わってきました。タニコーは日本の厨房業界のパイオニアとして、他社メーカーに先駆け、規格品としてのSUS304製品を発表します。

機器の高さは現代日本人に
合わせた850mmに設定

ライフスタイルや食生活の欧米化に伴って、日本人体型も大きく変化しています。そのためこれまでの厨房機器の高さ・使いやすさに不満を持つ方も少なくありません。そんなお客さまの声にいち早くお応えして、タニコー全商品の機器の高さを従来の800mmから850mmに統一しました。

NSFが定める公衆衛生基準も
クリアしています

タニコーSUS304製品は、環境科学と公衆衛生科学に対して特に厳しい基準と規格を設ける国際審査団体NSFに適合しています。

新規格製品は機器と機器をならべて設置する時に生じるすき間をなくし、ゴミや害

地球環境・リサイクルを
考慮した単一素材を使用

ナットのような細かい部品をはじめ、タニコーが製造する機器の素材はほぼSUS304です。その主な素材であるステンレス鋼は、耐食性・耐久性などの面でSUS430より優れています。またメンテナンスが容易、しかも100%リサイクル可能という特徴があります。



304

虫の侵入を防ぎます。また拭き掃除がしやすいように各コーナーのRを大きくデザインし、しぼり抜き加工を施したスノコ棚については、耐荷重性能を格段にアップさせました。デザイン、構造、性能だけでなく、公衆衛生面でもタニコーは世界標準といえます。

NSF

National Sanitation Foundation, U.S.A. の略で、アメリカの食品、飲料関係機器、衛生関連機器標準化機構のこと。基準開発、教育などの提供により、公衆衛生安全と環境保存に貢献している団体。正式名称はNSFインターナショナル。



業界随一の生産システムで 従来製品と同価格を保証

従来品よりもコストがかかるため、今までSUS304素材製品はオーダー品のみの生産でした。厨房メーカーでステンレス使用量ナンバー1のタニコーは、コイル材などの原材料を大量仕入れで一括購入し、原材料加工、そして部品レベルからの設計製造、仕上げ、検査までを全国13カ所の最新鋭工場で行っています。製品の品質保証システムであるISO9001を取

得したことにより、製品の信頼性、安全性が今まで以上に高まりました。

タニコー独自の一貫生産システムとスケールバリューによって、従来製品と同価格、しかも高品質の製品をお客さまに提供できるようになりました。



new product

業務用冷蔵保冷タンクを 環境事業部IBC部から

ステンレスコンテナを中心に製造・販売しているタニコー環境事業部IBC部が、業務用冷蔵保冷タンクを開発しました。材質は全てSUS304素材。従来の素材よりも、耐食性、耐久性に優れ、メンテナンスも簡単という特長があります。

見てお分かりのように、形・デザインがとても個性的なタンクですから、飲料

ステンレス製冷蔵保冷タンク 100リットル



ステンレス製冷蔵保冷タンク 20リットル

のは間違いなし。特にこのタンクに最適なのが日本酒で、品質保持の点で今まで難しかった蔵元直送や量り売りも、可能になります。

あなたのお店の販売促進に、タニコー環境事業部IBC部業務用冷蔵保冷タンクをぜひお役立てください。

topics

より分かりやすく、より使いやすく、 より役立つホームページに リニューアル!

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

タニコーのホームページは、とにかく情報満載なのが魅力。製品情報、価格情報、会社案内はもちろんのこと、厨房のレイアウト参考図と見積等を掲載する“無料設計相談室”やタニコーの厨房機器新古品を格安でお探しいただける“アウトレットモール”は好評をいただいているコンテンツです。

そんなタニコーホームページが2月14日リニューアルしました。好評のコンテンツはより分かりやすく、ユーザーエクスペリエンス(タニコー側だけの視点だけでなく、お客さまの視点を加味してデザインする意)でデザインしています。

さらにおもしろコンテンツをたくさん紹介する“まかないご飯”というページも増設しました。今まで以上に充実した内容をお届けします。

アドレスは今までと同じ
<http://www.tanico.co.jp/>
です。たくさんのアクセスお待ちしております。

