

CURRENT

[カ レ ント ニ ュ ー ス]

No.

22

特集

消費退国はどの向かうのか？
**フードビジネスのターゲットは、
 やっぱり団塊の世代!?**

味覚逍遥・ふるさとの味探し
 〈宮崎の食探訪〉

圧巻!
グルメ王国の「食チカラ」
宮崎の“てげ、うめえ!” 食図鑑

Information
 タニコーの企業力紹介
 システム事業部5課

「キッチン・オブ・ザ・イヤー2008」グランプリ受賞!
 多方面から注目、期待を集める
 タニコーの家庭用システムキッチン

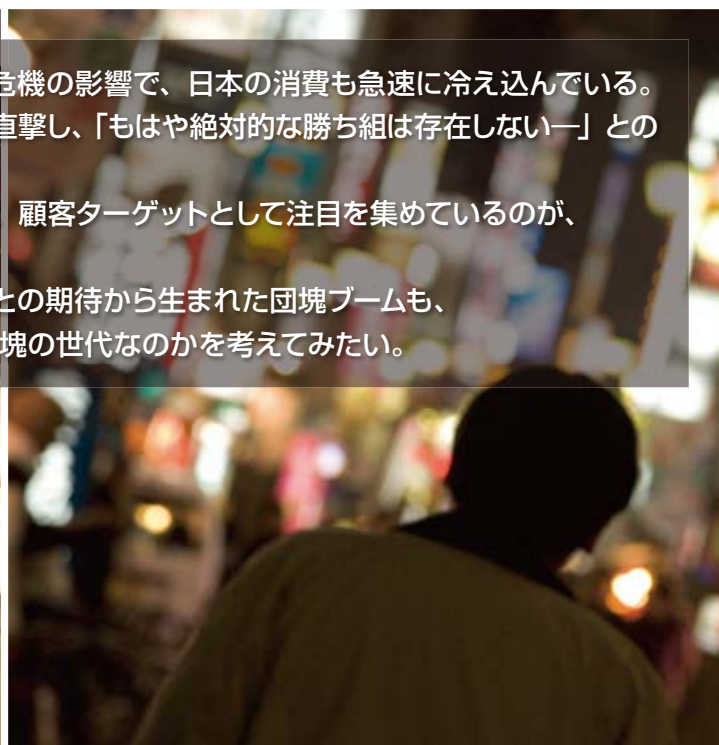
“消費退国”はどこへ向かうのか？

フードビジネスのター やっぱり**団塊の世**

100年に一度とも、未曾有とも言われる世界的な経済危機の影響で、日本の消費も急速に冷え込んでいる。その影響は景気に左右されやすいフードビジネス業界も直撃し、「もはや絶対的な勝ち組は存在しない」との声もあるほど、消費マインドは低下してしまっている。

そんな“消費退国”と化した現在のフードビジネス界で、顧客ターゲットとして注目を集めているのが、あの団塊の世代だという。

彼らが一斉退職した後、消費を押し上げてくれるだろうとの期待から生まれた団塊ブームも、結局期待はずれだったと言われる中、なぜ、やっぱり団塊の世代なのかを考えてみたい。



ゲットは、 代!?



団塊ブームは なぜしぼんでしまった？

2007年には消費の大きな波が訪れる！ 団塊の世代を狙え！

団塊の世代が大量に退職する2007年から、日本の消費は彼らが押し上げ、けん引するといった予測から、団塊ブームとも呼べる盛り上がりを見せていたのは、ほんの数年前のことだ。

しかし、2009年となった今年、あれほど過熱していた団塊の世代への期待は急速にしぼんでしまっているように見える。巷に溢れていた、「団塊向け商品」「団塊向けサービス」といったものはすっかり姿を潜め、落胆の空気が市場を支配している。

なぜ金も時間もあるはずの団塊の世代が、結果として予測通りの消費行動を起こしてくれなかったのか？

団塊マーケットに過度の期待をしてしまった人たちの最大の過ちは、実は、この“金も時間もある”という部分を過大評価してしまったことだ。

団塊向けのと銘打った商品やサービスは、例えば、豪華な世界一周クルージングや高額なグルメのコースなど、「道楽」が中心となっていた。まさに“金も時間もある”のだから…、という発想である。もちろん、そうした商品の中にはヒットしたものもあるが、それはごく一部の富裕層に対してであり、大半を占める普通の団塊サラリーマンにとっては、手の届かない…、というよりも、関心の湧かないものであったのだろう。

団塊の世代の消費の大きな誤算の一つは、今までのがむしゃらに企業戦士として働いてきた彼らが、退職をきっかけに「余生」を楽しもうという、「道楽」モードにはならなかったことだ。団塊の世代は、「余生」などというのは失礼なほど、まだまだ元気で現役な方が多いのだから、それもむべなるかな、である。



やっぱり、 団塊の世代が消費をけん引する

市場では、団塊ブームは幻であったかのように、次のターゲットを模索している。団塊の世代が金を使わないならば、やはり若者だとばかりに、若者向けの商品やサービスに注力する動きも一部出てきているようだ。しかし、忘れてはならないのは、全世代の中で、団塊の世代が最も人口が多いという事実は、何ら変わっていないということだ。

蛇足になるが、若者の消費に関して言えば、あらゆる調査が「金を使わない世代」と報告している。人気テレビコメンテーターのテリー伊藤氏が、あるインタビューで「今の若者は金を使わないって言うけど、若者っていうのはいつの時代もコンサバなもの。将来があるんだから、どうしたって保守的になる」という発言をしていたが、確かにその通りなのかもしれない。もっとも、車もいない、高い服にも高級レストランにも興味がない、趣味は貯金…。そんな若者が多くなっているのは、現在の先の見えない不安が渦巻く社会の影響もあるだろうから、少しばかり同情をしてしまうわけだが…。

話を団塊の世代の消費に戻そう。団塊ブームがしばんでしまっても、依然として彼らはもっとも大きな消費集団であり、団塊マーケットというものを無視することはできない。

景気の急失速により大きな痛手を負ったフードマーケットに関してもそれは同じで、現在、団塊の世代に向けた、「道楽」ではない、より現実的なアプローチを試みる店や企業が増え始めている。

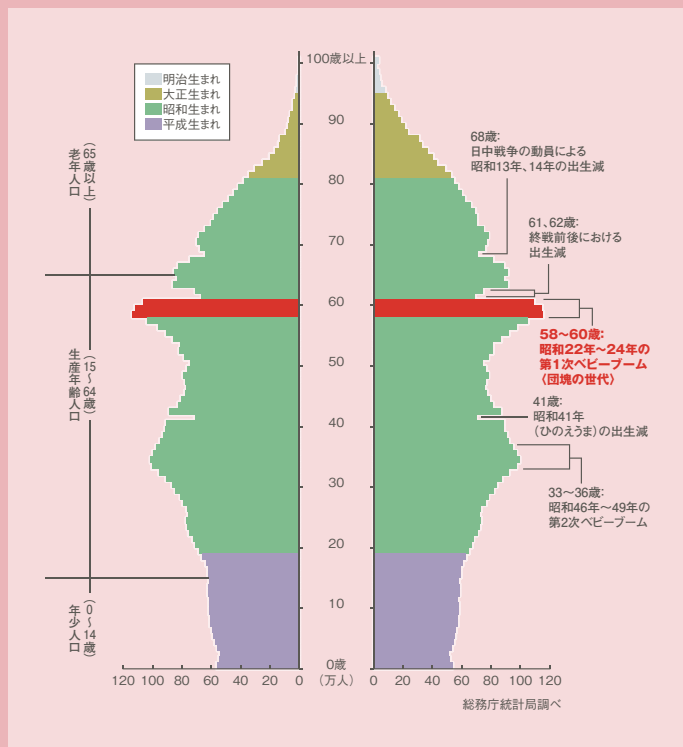
都内を中心に21店舗（うち1店舗は川崎）を展開する某居酒屋チェーンは、店員全てが「おかあさん世代」という新コンセプトの居酒屋。居酒屋離れが顕著と言われる団塊の世代からも、熱烈に支持されている稀有な店である。

団塊の世代が居酒屋に足を向けなくなってしまった理由は、大手居酒屋チェーンの躍進で、居酒屋と言えば威勢のいいアルバイト店員の声や、騒ぐ若者客という風景が定着してしまったため（郊外店では、子供連れで食事のできる場にもなっている）。その点この居酒屋チェーンは、昔の居酒屋の郷愁を感じさせる、団塊世代向けの和み空間を巧みに演出することに成功している。

団塊の世代の真実① 団塊の世代のルーツ

団塊の世代とは、一般的には戦後の復興初期、1947（昭和22）年から1949（昭和24）年の3年間に生まれた人々を指す。日本の人口分布のなかに、他の世代から突出する約800万人というボリュームを持つ。ただし、最近では1950（昭和25）年、51（昭和26）年生まれも含めた、約1,000万人を指すことも多い。名付け親は、作家、経済評論家として活躍する堺屋太一氏。1976（昭和51）年に発表した小説『団塊の世代』ではじめて使われ、社会的に定着した。

■世代別人口<平成19年10月1日現在>





食に対する興味、探究心が旺盛な団塊の世代

前述の居酒屋チェーンの成功は、普通の団塊サラリーマンを意識した店づくりが功を奏した典型だろう。つまり、「余生」ではなく、何からの形で仕事を続けている現役団塊の世代をターゲットにしているわけだ。

東京は神保町にある、老舗寿司店「金寿司」も、現役団塊の世代を意識する店の一つ。神保町は、学生の街と出版社を中心とするサラリーマンの街にはっきりと分かれているが、「金寿司」は、親子三代にわたり出版業界の人々に愛されてきた老舗だ。

自店の客層、ターゲットについて、三代目店主となる山田晴彦氏はこう語る。

「うちの店の特徴としては、一人で店に足を運ばれる方が多いということでしょう。昨年に店を移転して、カウンターと小上がりだけの店にしまったこともありますが、一人でふらりと寄れて、会話を楽しみながら寿司と酒を楽しんで帰られるお客様がとても多いです。そうした一人客には、団塊の世代の方たちも多いですね。私自身は、いわゆる団塊ジュニア世代ですから、息子感覚でのお話のお相手ということになるのですが、とても大切なお客様の層だと認識しています」

一方で山田氏は、世間的に言われている団塊の世代の分析には、時々違和感を覚えるのだという。

「よく言われるのが、年をとると重めのものがダメになるということですが、少なくともうちの店のお客様に関して言えばあまり当てはまらないのかなと思います。ウニやトロなど、ちょっとヘビーなネタも普通に頼まれますし、今まで様々ないいものを食べてきた経験もあるので、食に対する興味、探究心は若い人よりも旺盛。ただし、同時に健康に対する意識も高いのが特徴です。表示こそしていませんが、どのネタが何カロリーか、どんな栄養成分なのか、といった情報はきちんと押さえています。団塊の世代のお客様との会話の中で、健康は欠かせない話題ですからね」



店主の山田氏

団塊夫婦マーケティングの失敗

団塊ブームは、団塊の世代に対するさまざまな誤解によって急速にしぼんでしまったわけだが、金寿司店主の山田氏の話にもあったように、一人で飲食店を訪れるというのも特徴的なことだろう。これは、現役でも、リタイア後でもそうした傾向にあるようだ。団塊ブームの「道楽」型商品の多くが、対象として夫婦を想定していたのに対し、現実的には、個々の趣味を個々で楽しむことを選択する夫婦の姿が見え隠れする。リタイアしたのだから、これからは夫婦水入らずで一、と考える人たちは意外に少ないのかもしれない。

考えてみれば、ある意味では数十年も全く違った



Shop Data

金寿司

KINZUSHI

東京都千代田区神田神保町2-2-28

Tel / 03-3234-6696

営 / 18:00 ~ 26:00

休 / 日曜祝日

生活を送った男女が、急に同じフィールドで、同じ趣味を楽しもうとしても、そう簡単にいくわけではない。ましてや、ハレの日の食事という単発イベントならともかく、日常の行動パターンとしては、これまで通り別々になることの方が自然なのかもしれない。

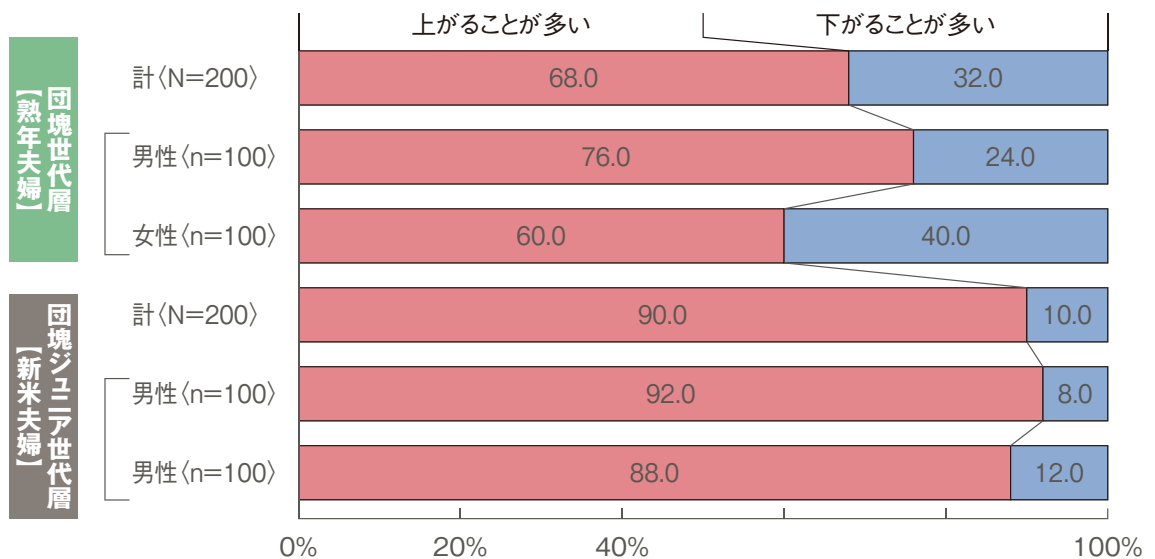
そんな団塊夫婦の実像を浮かび上がらせたアンケート調査も発表されている。大手エアコンメーカーのダイキン工業が行った、首都圏と関西圏に住む、54～62歳と26～33歳の既婚男女計400人に2人で過ごす時の「心理的な体感温度」を聞いたアンケートによると、結婚して20年以上経過した熟

年夫婦の場合は、一緒にいると約4割の妻が気分を害すなどして「体感温度が下がることが多い」と答えている。

その理由としては、「自分の自由時間が減る」「嫌な面が目につく」「ストレスがたまる」といったものだった。対する夫の方は、同じ質問への回答が約2割にとどまっていることから、妻の心夫知らず…、というKY（空気読めない）ぶりも浮き彫りになった格好だ。

熟年離婚は社会問題化しているが、実際にここ10年で、同居期間25年以上の離婚が2倍以上、同

■配偶者と一緒にいる時の体感温度



居30年以上では3倍以上に増えているというデータもある。となると、団塊の世代を夫婦でくくってしまうことはますますできなくなるだろう。

ポイントは、「健康」と「コミュニケーション」

最後に、これから本格的な高齢者となっていく団塊の世代のフードビジネスを考える際に、ポイントとなる事柄をいくつかあげてみよう。

まず、あらためて言うまでもないだろうが、最重要ポイントは「健康」である。ファミレスのメニューを見れば分かるが、カロリー表示はもはや当たり前。全世代的に健康意識が根付いたと言えるなかでも、団塊の世代の人々は最も敏感だ。ただし、若いころから食の欧米化の波をもろに受け、接待などでも高級と言われる食を体験した彼らは、食に対する要求が最も高い世代ゆえ、いくら健康的であっても、食べることで「喜び」を得られないものには見向きもしない。

そうした傾向を察知し、油と卵を使わず、米のでんぶんを主原料とすることでカロリーを8分の1に抑えたマヨネーズや、カロリーを10分の1に抑えたジャム、塩分77%カットのだしの素など、食品メーカーはヘルシー志向の食品を次々に開発している。団塊の世代をターゲットとするならば、美味しく健康的、これを強く意識しなくてはならないだろう。

「健康」に続いて、団塊の世代を取り込むためのもう一つのポイントが、「コミュニケーション」である。夫婦の旅行、食事が思った以上に盛り上がり、一人で行動することも多いことが分かった団塊の世代であるが、人とのコミュニケーションを嫌って、拒絶しているわけではもちろんない。それどころか、積極的に店の人間や、時には他の客ともコミュニケーションすることを楽しみにしている人たちが多いのだ。

その一番端的な例が、店員や客同士が一体となって懐かしい歌を歌う、現代版歌声喫茶といったスペース。この手の店は、定期不定期を含めれば、全国各地に点在し、確実にすそ野を広げているのだ。今後、こうしたアナログな参加型のコミュニケーションも、団塊の世代のフードビジネスを成功させるためのポイントとなりうるだろう。



団塊の世代の真実② 団塊の世代向け雑誌はなぜヒットしない？

団塊ブームを当てこんで、90年代半ばに、数多くの団塊の世代向けの雑誌（男性誌）が創刊した。だが、その結果としては、そのほとんどが姿を消すことになった。この雑誌たちも、ほとんどが「金も時間もある」団塊の世代に向けて、というスタンスで作られていた「道楽」情報提供型の雑誌だったのだ。

例えば、現在休刊となっているある雑誌では、気分を晴らすために「バリ6日間 1,740万円、非日常の旅」など…。

生き残った数少ない雑誌を見てみると、ターゲットを団塊の世代からさらに若い世代にシフトしたり、より専門的な情報に特化したり、「道楽」ではなく、団塊の世代が抱える現実的な問題も扱うなど、より団塊の世代の実像に近いアプローチに変えたことが功を奏しているようだ。

団塊の世代は子供のころから漫画雑誌、ファッション誌、経済誌と雑誌に慣れ親しんだ世代ではあるが、ネットなどに押され、雑誌の超氷河期といわれる現在では、爆発的に売れる団塊の世代向け雑誌を作ることは至難の業だろう。





宮崎の食図鑑

宮崎の食探訪

てげ、うめえ!!

スーパーバイザー



乾 純治さん
(宮崎営業所 営業課係長)



宮崎営業所に赴任して10年、本当にココはいいところだと思います。私は福井出身ですが、この10年ですっかり宮崎にハマってしまいました。温暖な気候、人情味の厚い人たち、そして、食いしん坊な私にとっては、なんと食べても食べものが美味しいことが最大の魅力なのです。

「宮崎のセールスマン」を自称する東国原知事のおかげで、いろんな料理・食材が全国に知られるようになりましたが、それはまだほんの一部。知られざる美味が、宮崎にはまだまだたくさんあります。例えば、「冷汁」。宮崎県民なら食べたことのない人はいないというポピュラーな料理ですが、最初に見た時は、麦飯に冷たいみそ汁をぶっかけるという発想にカルチャーショック(笑)。でも、恐る恐る食べてみると、こ

れが美味しい。

「チキン南蛮」もそう。揚げたチキンにたっぷりのタルタルソースをかけてしまうというアイデアに驚きつつ食してみると、これまた超美味! 宮崎人のあくなき食への探究心に脱帽です。もっとも、地元の人にとっては、子供のころからフツーに慣れ親しんだ味なので、「名物というほどのものでもないんだけど…」と言うのですが(笑)。

宮崎にお越しの際は、このカレントニュースを片手に、「てげ、うめえ」食の数々を存分に楽しんでください。ちなみに、今回紹介するお店は、いずれも私が味、雰囲気ともに保証する名店ばかりです。



宮崎の食図鑑

日本一の和牛をオリジナル鉄板で堪能

宮崎牛

宮崎牛は、松坂、神戸などのビックネームに比べると、全国的な知名度こそ今一つですが、07年の「和牛オリンピック（全国和牛能力共進会）」でもチャンピオンの栄冠に輝いた、日本一のブランド牛。宮崎は、もともと全国のブランド牛の種牛を供給してきた牛肉王国なのです。

芳醇でジューシー、それでいて脂はしつこく

なく、豊かな風味がある一、と評される宮崎牛。もちろん、東京や大阪などの高級ステーキレストランでは、日本一のブランド牛にふさわしい値（つまりすごく高



こだわりの店・つむぎオーナーの松尾さん

い！）が付けられています。「さすがに、地元ではいくら割安で食べられるワケですが、それでもそれなりの出費は覚悟しなければなりません」とは、この店の常連でもある、スーパーバイザーの乾さん。

AUBE.鉄板料理 つむぎは、「おいしい宮崎牛を、お持ちだけのものにしたい」という想いから、“宮崎牛を気軽に食べられる居酒屋”として2007年にオープンした人気店。メニューを見ると、リーズナブルな宮崎牛のコース（3,700円より）のほか、それ以外のメニューも充実。まさに居酒屋の気軽さで楽しめる店です。

この店オリジナルの、鉄板の上で焼かれた宮崎牛は、表面サクサク中はふんわりジューシー。その秘密は、鉄板に幾つもの穴があい



ており、その下には、赤々と燃える備長炭が仕込まれていること。「いい牛肉ほどレアで食べたいものですが、肉の冷たさや滴り落ちる血が苦手という人も多いので、炭の遠赤外線効果を使いました」と、松尾オーナー。

ちなみに、この鉄板は実用新案登録もされている、この店の完全オリジナル。日本一の宮崎牛を、ここでしか食べられない絶品のレアで是非！！



新メニュー「南の島豚の葱しゃぶセット」（3,000円）も大好評



宮崎牛のサーロインを使った「サーロインたっぷり餃子」（800円）も人気メニュー

SHOP DATA

AUBE.鉄板料理 つむぎ

住 宮崎県宮崎市中央通8-23 大丸ビル2F
 ☎ 0985-27-8839
 営 15:00～翌1:00
 休 月曜日

穴あき鉄板で調理された極上の宮崎牛は、遠赤外線効果で表面サクサク中はふんわりジューシー

宮崎の食図鑑

香ばしい炭の薫が絶妙なスパイス

炭火焼地鶏

宮崎グルメの代表格と言えば、炭火焼地鶏。東国原知事の似顔絵付きお土産（真空パック）で、一気に知名度を上げました。宮崎市内には、専門店のもとより、居酒屋メニューとしても炭火焼地鶏は定番中の定番。その人気の高さを物語ります。

炭火で炙った地鶏は、一見すると黒コゲ状態ですが、もちろんコゲているわけではなく、鶏の表面に炭の灰が付着し、黒くなっているのです。店によってもその黒さ加減は違いますが、この炭の香ばしい薫りが絶妙なスパイスとなって、地鶏の旨みを引き出しているのです。

ブイヤーとは違う、噛み応えのある食感、旨みで人気の宮崎の地鶏は、炭火焼のほかにも、モモ焼き、刺身などでも食される庶民の味です。



宮崎庶民の味！

暑い夏に、お酒の締め

冷汁

熱々の麦ご飯に、冷たい汁をぶっかけて食べる冷汁は、宮崎の暑い夏に欠かせない郷土料理。食欲の落ちる時季の夏バテ対策食であると同時に、宮崎では、一杯やった後の締めの一品としても人気です。

味のポイントは、汁のベースになる焼き味



夏だけじゃく、お酒の後の締めにも

噌。味噌(麦味噌)と焼いた魚(アジなど)の身、ゴマをすり鉢ですり合わせ、それを直火で焼いて作ります。さらに、この焼き味噌を出汁で溶いた汁に、豆腐、青シソ、キュウリなどの具材を加えて汁は完成。「冷汁って、要はネコまんまでしょ？」と考えていた人もいるかもしれませんが、意外や意外、実に手の込んだ料理なのです。

宮崎で冷汁をはじめて食べてハマる人も多いうしく、空港や駅などでは、生タイプ、レトルトパック、フリーズドライなど、お土産商品も充実しています。

宮崎発祥のオリジナル料理

チキン南蛮

宮崎人ので人気の鶏料理は、炭火焼地鶏だけではありません。宮崎県民が愛してやまない「チキン南蛮」は、県民食と言っても過言ではないほどポピュラーな料理。最近では、全国チェーンのコンビニでも、弁当として採用されたりしているので、全国的にもその認知度はかなり高いはず。

基本的な作り方は、衣をつけた鶏肉を油で揚げ、甘酢のタレにちょっと漬けこみ、タル



全国でも大ブレイク中の宮崎オリジナル料理

タルソースをかけて食べるという、シンプルなものです。ですが、鶏肉の部位、甘酢漬けこみ時間、タルタルソースの味(具)などが、店によって違うことから、かなり奥深い料理とも言えます。

ちなみに、そのルーツは県下に洋食チェーンを展開する「味のおくら」だと言われています。

讃岐とは違う、やわらかもちもちが旨い！

釜あげうどん

読売ジャイアンツのキャンプ地としても知られる宮崎。ジャイアンツのOBで、日本球界を代表する伝説のプレーヤーである長嶋さんや王さんが毎年キャンプ中に食べたという宮崎名物が釜あげうどんです。

釜揚げうどんとは、その名の通り、釜でゆであうどんをそのまま掬いあげて、熱いだし汁で食すうどんのこと。水で締めないので、コシの強い讃岐系のうどんにはない、やわらかな口当たりとももちもち感が楽しめます。

宮崎市内には釜あげうどんを看板とする専門店も多いですが、もっとも有名なのが、長嶋さんや王さん御用達という重乃井。毎晩2時間足踏みで粉を練り、一晩寝かせた生地から打つうどんは、独特のもちもちとした口あたり。カツオ節、サバ節、宮崎産の椎茸でダシをとった少し甘めのツユとの相性も絶品です。

■重乃井 宮崎市川原町8-19 TEL: 0985-24-7367



やわらかもちもちの釜あげうどん

《味覚逍遙スーパーバイザーの独り言》



宮崎に親類や友人が来た時に、必ず連れていく、とっておきのお店「五笑一杯 寓(GUU)」を紹介します。とっておきの理由は、この店がいわゆる取材一切お断りの店だから。今回は、私、乾の顔で(笑)、オーナーの大山さんに渋々OK!をもらいました。

宮崎には美味しい名物がたくさんありますが、この店では、原則として地産地消。さらに、その名物に一手間も二手間もかけて、オリジナル料理として提供してくれます。ですから、店は常連客でいつもいっぱい。取材一切お断りにしているのも、この地元のお客さんを大切にしたいという、オーナーのこだわりなのです。

さて、寓(GUU)のメニューで私がお勧めするのは、店のメニューにも“食べなきゃ損”とある、宮崎地鶏を使った「せせりの青ネギまみれ」(780円)。せせりの脂を青ネギが吸って、濃厚なのにさっぱり、見事なまみれっぷりなのです。地鶏ものでは、「朝じめ地鳥のたたき」(680円)も絶品。新鮮な鶏の持つ食感と旨みを、香ばしい自家製にんにくダレが一層引き立ててくれます。

宮崎人が大好きなチキン南蛮も、この店にかかる「インチキン南蛮」(680円)となり。南蛮ダレには、ゆ

グルメ王国・宮崎 を満喫する “とっておきの店”



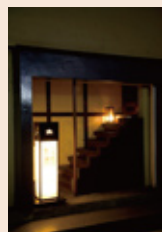
幻の焼酎に出会えるかも

ず・カボス、タルタルソースには、はちみつと、どちらも店特製。さらに、仕上げには温泉卵も加えるという完全オリジナルなチキン南蛮です。飲んだ後の締めの一品、冷汁にももちろんこだわりがあります。「黒木家の冷汁」(630円)は、店のスタッフである黒木さんのご実家で丹精込めて作られたお米と、300年伝承の味噌で作る究極の冷汁。胃にも優しく、二日酔い防止にも効果大です。

「五笑一杯 寓(GUU)」では、お客さんを見てアレンジしてくれるというコースもあるので、はじめての方はおまかせしてしまうのもいいかも。来店の際は、予約をお忘れなく！



ボリュームたっぷりのオリジナル料理「インチキン南蛮」



五笑一杯 寓(ごしょういっぱい ぐう)

宮崎市千草町1-1 2F

0985 (29) 0058

営業時間 平日 18:00～25:00 (LO 24:00)

週末 18:00～26:00 (LO 25:00)

休日 不定休



せせり(首)の脂を吸った青ネギが旨い!「せせりの青ネギまみれ」



五笑一杯 寓のみなさん。(中央が大山オーナー、黒いシャツが黒木さん)



「黒木家の冷汁」には、スタッフの黒木さんのご実家で作った米を使用



焦がしにんにくがきいている「朝じめ地鳥のたたき」



“旅歩き、食べある記”
旅の途中で見つけた美味しい食スポット

昔町散策で 伝統の味をいただく

九州の「小京都」・
飫肥（日南市）散策

書院通りの御殿・松尾の丸



飫肥の食事処・おび天茶屋



おび天茶屋のおび天

SHOP DATA	
おび天茶屋	
住 日南市飫肥4-2-15	
☎ 0987(25) 1918	
営 [月～金] 9:00～15:00	
[土・日・祝] 9:00～17:00	
休 不定休	



飫肥藩伊東家五万一千石の城下町・飫肥は、九州の小京都とも呼ばれる、歴史と伝統が息づく人気観光スポット。国の指定重要伝統的建造物群保存地区に指定された町には、古い石垣や蔵、武家屋敷通り、商人通りなどが残されていることから、昔町散策を楽しむ人たちがいつも賑わっています。

飫肥のランドマークとなるのは、大手門・飫肥城跡。伊東氏の居城であった飫肥城は、九州征伐で戦功のあった、祐兵（すけたか）が、天生15（1587）年に豊臣秀吉から賜ったという城で、難攻不落

の城として知られました。残念ながら、現在は城はなく、樹齢百年以上の飫肥杉を使って昭和50年代に復元された大手門と松尾の丸が残されています。

この大手門の近くにある、おび天茶屋は、飫肥の名物「おび天」の専門店。おび天とは、魚のすり身に、豆腐、黒砂糖、味噌を混ぜ、木の葉形にし、こんがりキツネ色に揚げたもの。いわゆる「さつま揚げ」に近いものですが、豆腐が入っているのでフワフワの食感が楽しめるのが特徴です。

おび天茶屋では、旅人のお腹をガッツ



美しい工芸品のような厚焼き卵



武家屋敷通り

SHOP DATA

間瀬田厚焼本家

住 日南市飢肥7-1-50

☎ 0987 (25) 1057

🕒 9:00~18:00

🏠 不定休



間瀬田厚焼本家

まだまだあります！

宮崎の

てげ、めえ！！

もん

ジャリパン



宮崎県民が、全国区商品だと信じて疑わなかったという(笑)、宮崎の大メジャーパン。その名の通り、グラニュー糖まじりのジャリジャリとしたクリームのはさんである、何の変哲もないパンですが、素朴なおいさが懐かしい。

日向夏



フルーツ王国としても有名な宮崎。日向夏は、一見普通の夏みかんのようですが、風味はゆずに近い柑橘系の果物。果肉の部分だけでなく、分厚くてふわふわとした白皮の部分も食べられます。地元では、この白皮にお醤油や塩をちょっとつけて、お酒の肴にするという人もいますとか。

あくまき



もともと南九州では、端午の節句に食べられていたという「あくまき(灰汁巻)」。竹の皮に包んだもち米を、木の灰汁で煮込んだシンプルなお菓子です。きなこ砂糖をまがしていただきます。

都農ワイン



鹿児島と並ぶ芋焼酎の国・宮崎ですが、実は、世界に注目されるワイナリーもあります。それが、都農ワイナリー。世界のワイン品評会で度々賞を受賞する実力派なのです。おススメは、「世界のワイン百選」にも選ばれたキャンベル・アーリー。爽やかな甘さで、つつい飲みすぎてしまいます…。

リと満たしてくれる、おび天定食・松(1,300円)が人気ですが、ちょっとだけ食べてみたい、という人には、向かいにある姉妹店のおび天蔵がオススメ。ここでは、目の前で揚げてくれたおび天を、1枚から買うことができるので、柚子、玉子、ごぼうなど、お好みをチョイスして散策のお供にすることも可。黒砂糖の素朴な甘みは、おやつ代わりにピッタリです。

おび天でお腹を満たした後は、再び飢肥の昔町散策へ。大手門横の旧飢肥藩主・伊東祐帰(すけより)の屋敷・豫章

館(よしょうかん)、そして、旧藩校振徳堂に通じる横馬場周辺など、武家町の風情を楽しんだら、白壁と格子、瓦屋根に代表される日本建築の美が楽しめる旧商人町にも足をのばしてみましょう。

間瀬田厚焼本家は、かつては殿様への献上品だったという、厚焼き卵を製造販売している老舗店。「飢肥の厚焼」は、おび天に負けず劣らずの飢肥名物なのです。

一子相伝、門外不出の製法によって代々受け継がれた伝統の味は、なめらかな舌触り、上品な甘さともに、いわゆる

厚焼き卵とはまったく別物。厚焼き卵というよりは、プリンのそれに近い舌触りです。材料は、地卵、砂糖、酒だけ。深さ5~6センチ、30センチ四方の赤銅鍋に卵を流し込み、炭火で焼くこと実に一時間以上。焼き上がった卵焼きは、工芸作品のような美しさ。お殿様が所望したのもうなずける逸品です。運が良ければ、十代目・間瀬田泰右衛門さんが卵を焼く姿を店で見られるかも。飢肥のお土産には是非!!

キッチン・オブ・ザ・イヤー2008 グランプリ受賞!

タニコーの企業力紹介・システム事業部5課

多方面から注目、期待を集める タニコーの家庭用システムキッチン



本誌前号(『Current News』No.22)でもお伝えした、タニコーの新事業・家庭用システムキッチンが本格始動し、「キッチン・オブ・ザ・イヤー2008」でグランプリを受賞するなど、早くも大きな反響を呼んでいます。

業務用厨房機器のリーディングカンパニーであるタニコーが、満を持して家庭用システムキッチンの分野に進出したインパクトは絶大。商品に関する問い合わせやカタログの請求が殺到し、あらためてタニコーの家庭用キッチンへの高い注目と期待が証明されました。

なぜこれほどまでにタニコーの家庭用キッチンが注目され、期待されているのか? 家庭用キッチンプロジェクトの核となる、システム事業部5課の岡崎次長にお聞きしました。



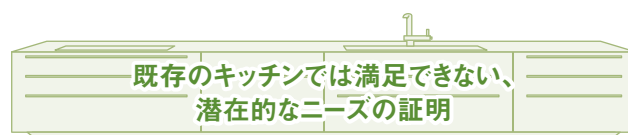
カタログ段階で、業界関係者から大反響

——スタートしたばかりの家庭用システムキッチン事業が、早くも大反響と聞いています。

おかげさまで、各方面から予想を超える問い合わせをいただいています。ニュースをリリースした直後から、業界誌や建築・インテリア関連の雑誌を中心に、製品写真貸出の依頼が多数あり、各方面でこの新規事業について記事にいただきました。問い合わせの多くは、そうした記事を見た方たちからです。

また、印象的だったのは、当初私たち事業部が一般のエンドユーザー以外で、営業ターゲットとして考えていた設計事務所、建築デザイナー、そして、不動産デベロッパーなど、いわゆる業界関係者から、「是非、実物を見てみたい」との声を多数いただきました。これには、「キッチン・オブ・ザ・イヤー2008」で最高評価をいただき、グランプリを獲得できたことも影響していると思います。

製品には絶対的な自信を持っていたので、実際に見て、触って、体験してもらえば、その良さ、魅力を実感していただけたと思っていましたが、カタログの段階でこれほど興味を持っていただけたのは、正直言って思ってもみませんでした。



既存のキッチンでは満足できない、
潜在的なニーズの証明

——なぜ、そのような大きな反響が起きたのだと思いますか?

個人的な見解を言わせていただくと、やはりユーザーに潜在的なニーズがあったということでしょう。今までのシステムキッチンでは物足りない、でも、本格的な業務用のキッチンを家庭に入れるというところまではできない。そうしたユーザーが非常に多かったのではないのでしょうか。また、そうした需要を敏感に感じ取っていた設計事務所、建築デザイナー、不動産デベロッパーなどは、タニコーの家庭用システムキッチンを、今後、ビジネスの大きな“武器”にできると考えていただけたようです。

実際に建築デザイナーからお聞きした話では、お金をかけて個性的な家を作られる方でも、キッチンだけは没個性なユニットキッチンから選ばなければならない、家が個性的であればある程、キッチンが浮いてしまう、家全体の満足度が下がる、という悩みがあったそうです。

ですから、今回タニコーがプロトタイプをあらかじめ用意し、それをベースとして、お客さまのご要望にお応えしていく、比較的安価な家庭用システムキッチンを商品化したことで、一気に潜在的なニーズが掘り起こせたのではないかと、私なりに考えています。



DATA

タニコー株式会社
システム事業部5課
品川区戸越1-7-20
03(5498)7112

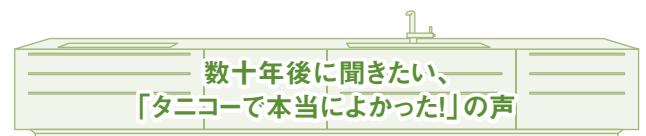


——業務用厨房機器のリーディングカンパニーであるタニコーが作る、家庭用システムキッチンってどんなものなのだろう？ という期待は感じますか？

それはひしひしと感じます。ニュースリリースとしては、当初、一枚の宣伝材料写真をマスコミの方々に提供させていただきましたが、その写真も、あえて従来の使用感を感じさせるお決まりの写真ではなく、工業美を際立たせたインテリア作品として撮影を行いました。あのタニコーが作るんだから、既存メーカーのものとは全く違ったものになるだろうと、特に業界関係者は期待していたわけですから、強いインパクトを与えたかったのです。

その写真の効果もあって、多くの方々から、もっと見たい、カタログが欲しい、詳細を聞きたい、という問い合わせをいただくことができました。現在は、そうした声に対応するために、カタログを増刷し、WEBでもシステムキッチン専用のサイトを立ち上げました(<http://www.tanico-kitchen.jp/>)。そのサイトでは、バリエーションやカラーなど、製品の詳細を見ることができますが、おかげさまで開設以来多くのアクセスをいただき、資料請求などの問い合わせもさらに増えています。

さらに、2月下旬には、家庭用システムキッチンを自由に見ていただける、本社ショールームもオープンしました。ショールームは、今まで実際に見てみたい、触ってみたいというお客様からの声に、なかなかお応えすることができなかった私たちシステム事業部としても、待ちに待ったものでした。



——最後に、今後の事業展開についてお聞かせください。

やはり、カタログやWEBで集まった関心を、今度はより多くの方に実感として感じていただきたいですね。そうした意味では、本社ショールームはとて重要なスペースになるでしょう。カタログやWEBでは感じることでない、厚板ステンレスの美しさ、高級感、存在感といったものを、より多くの方に肌で感じていただきたいと思います。

そして、製品への絶対的な自信とともに、お客様にあらためてお伝えしたいのは、タニコーが誇る全国80数カ所に及ぶ営業所(サービス網)がお約束する安心感です。タニコーが業務用厨房機器のリーディングカンパニーとして、プロの皆様から高い支持をいただいている大きな理由の一つは、売りっぱなしではない、万全のサービス体制にあります。もちろん、この家庭用システムキッチン事業も全国展開をいたしておりますので、業務用と同様の万全のサービスをお約束いたします。

リサイクルのきくステンレスは、今、最高のエコ素材として注目されていますが、私の夢は、家庭用のシステムキッチンを買っていただいたお客様から、10年、20年後に、磨きなおしの御注文を受けることです。タニコーのステンレスは、何十年後でも新品同様に磨き上げることができますから、新品同様になったキッチンを見て、もう一度お客様から「タニコーで本当によかった!」と言っていただく。そんな夢が実現するよう、これからも多くの方々におすすめしていきたいと考えています。



TANICO System Kitchen



DG-R/SBK

DG *Drip Guard*
SERIES



DG-S/SHL



DG-F/SPH



DG-F/WWA

TANICO

東京都品川区戸越1-7-20 www.tanico-kitchen.jp