

厨 *Chu bou* 房

2015
No.555

9

SEP



平成27年度 厨房設備士資格
認定試験・合格者番号発表

官庁関係 平成27年下半年の
安全衛生対策推進について

映画の見どころ・台所 『天国と地獄』

これからのフードサービスマネジメント
「良い店」であることと「良い店」を維持すること

いま、躍進するチェーン店で活躍中の先進厨房機器！

お店の繁盛を支える独創製品のかずかず

エコンバスター搭載の食洗機ついに登場

エコンバスター燃焼加熱のしくみと特長

涼 涼しい厨房を実現します

70L 大容量のガス式 スーブウォーマー



- 93kWの高効率加熱、デジタル高精度温度制御。
- スーブ残量が少なくなると自動加熱切断。
- スーブを回収するバルブと、掃除用バルブ装備。
- 2段スライド蓋は熱放散を防ぐ省エネ式、スーブ容量スケールつき。

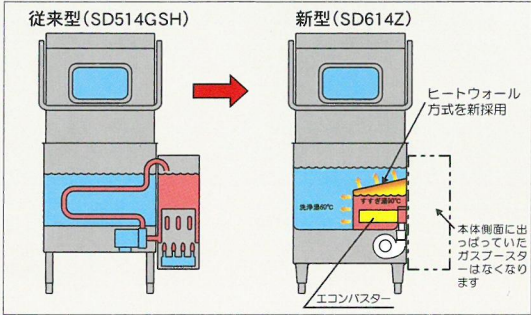


SWD503G

- エコンバスターとは新たに開発されたガスバーナーと熱交換器を一体化した高効率燃焼ヒーターです。
- エコンバスター本体は1本の筒状で、出力を無段階に調節することができます。
- 高効率のエコンバスターの排気温度は低く排気量も少ないため排気筒は従来の1/2以下のサイズで済みます。
- 高温のすすぎタンクの壁面と上面から洗浄湯槽に伝熱させることで電気ヒーター等を使わずに洗浄湯を保温する「ヒートウォール方式」を開発しました。〈特許出願中〉

※「涼厨」は大阪ガス株式会社、「エコンバスター」は細山熱器株式会社の登録商標です。

※本製品は東京ガス株式会社、細山熱器株式会社との共同開発品です。



SD614Z

取付場所を移動できる操作部
洗浄中噴射状態を確認できるガラス窓

無沸騰噴流

卓上型冷凍麺解凍調理機
4リフト式/2リフト式

- 角かごに冷凍麺を投入しスタートボタンを押すと96℃熱湯槽にリフトダウン、同時に下から熱湯噴流を噴き上げ25秒(ラーメン・パスタ)または40秒(うどん)で解凍調理後リフトアップ。
- スチーム式に比べ軟水器など不要、熱湯式と比べ湯気が上がりなく電気代半減の自動給水式。



UM241

4食
25秒

無沸騰噴流 ゆで麺機

沸騰寸前の熱湯噴流技術で
ガス代と水道費を半減

1984年に特許を取得した無沸騰方式の機構を搭載。沸騰式では水量の3分の1が蒸発によって失われるが、無沸騰方式では湯を98℃に保つことで、水の使用量を35%削減、湯槽の底部にはモータ式噴流発生装置を設置。テポに向かって噴流を噴き上げ、麺をほぐしながら茹であげます。



UM721G

熱湯循環式 だしつゆ抽出機

だしつゆ18Lを30分で
作る『だし職人』その秘伝
は熱湯循環抽出、注ぎ出し
まで風味と温度をキープ

本機は18Lの熱湯タンクを内蔵し、必要とするだしつゆ量(6L,12L,18L)のボタンを押すと自動的に所定量の熱湯をポンプアップし、タンク内にセットされただしパックを熱湯が循環しながら「だし」を抽出し、タイマ時間後に停止する。これを「白だし」として使用するか、かえしを加えて混合攪拌し、別タンクに落として保温しておき注ぎ出しボタンを押してどんぶりに注ぎ出します。



SMD24

省エネ・節水サニジェット食器洗浄機フルライン完成！

左開き形、正面形、右開き形を用意
3タイプのバリエーション

左右連動ドアを装備し
ドアタイプを凌ぐ高性能機

1ローター/3アームノズル
洗浄の標準機

11の独創技術を全搭載
したハイレベル機

2ラック同時洗浄と超省エネを両立



SD64EA

SD74EA

SD113GSA

SD114EA

SDW218GSH

自動化フードサービス機器の専門メーカー
日本洗浄機株式会社

本社ショールームで試用テストをお引受けしております。
お気軽にお申しつけください。

www.n-sen.com

本 社 東京都大田区鶴の木2-43-14 ☎03(3750)4451
大 阪 市 城 東 区 永 田 4-2-7 ☎06(6965)9600
名 古 屋 市 名 東 区 猪 高 台 1-1324 ☎052(772)7255
仙 台 市 太 白 区 泉 崎 1-19-1 ☎022(243)4660
新 潟 市 東 区 牡 丹 山 4-8-3 ☎025(273)2331
福 岡 県 大 野 城 市 大 城 5-21-24 ☎092(513)9622

「食べることは、
すべての人を
うれしくできる。」

お子さまも、お年寄りも、学生も、

ビジネスマンも、お母さんも。

「食べることは、誰もを幸せにすることができます。」

そんな素晴らしい毎日の出来事を、

私たちフクシマは、

温度技術でもっと豊かなものにできないかと考えています。

「美味しい」を「もっと美味しく」する温度は何だろう。

「新鮮」を「もっと新鮮」にする温度は何だろう。

「安心」を「もっと安心」にする温度は何だろう。

「うれしい」を「もっとうれしい」にする温度は何だろう。

フクシマがこだわる温度は、ただの数字ではありません。

誰かをしあわせにする温度です。

守る温度、育む温度、思いやる温度。

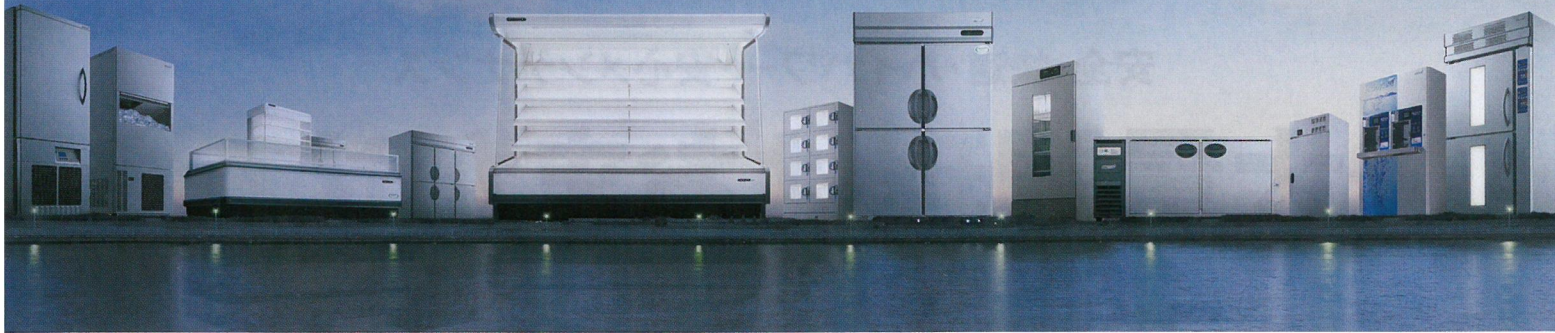
微妙な温度の中にたくさんの気持ちを込めています。

スーパーマーケットや百貨店のショーケース、

厨房の冷凍冷蔵庫や冷却調理システムをつくり続けて60年。

これからも、しあわせの温度をお届けすると決意して、

新しい一歩を踏み出します。



しあわせの温度をつくる。福島工業

Fukushima 

福島工業株式会社 www.fukushima.co.jp 本社:大阪市西淀川区御幣島3丁目16番11号 06-6477-2011(代)

【工場】滋賀・岡山【支社】東日本(東京)・中部(名古屋)・関西(大阪)・西日本(福岡)【支店】札幌・東北(仙台)・信越(新潟)・関東(さいたま)・横浜・西関東(立川)・北陸(富山)・京都・阪和・神戸・岡山・広島・四国(高松)・西九州(長崎)・南九州(熊本)・沖縄
【営業所】旭川・青森・盛岡・秋田・郡山・山形・長野・松本・宇都宮・高崎・水戸・千葉・小田原・相模原・甲府・静岡・沼津・浜松・豊橋・金沢・福井・岐阜・高山・三重・滋賀・奈良・和歌山・難波・南大阪・北大阪・姫路・北近畿・鳥取・松江・福山・山口・徳島・松山・高知・北九州・大分・佐賀・佐世保・宮崎・鹿児島・石垣

Cool Clean Controllable Productivity

節電に効果的な分割加熱方式

15%の電力デマンドを抑える節電

釜の出力調節をERK-80/100/150は上下に2分割、ERK-200/300/400は上中下に3分割し、少量調理時は下側のヒーターのみで加熱ができ、省エネに貢献。(ERK-50以外)

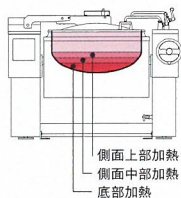


出力調節
1系統(分割): ERK-50
2系統(分割): ERK-80/100/150
3系統(分割): ERK-200/300/400

2系統(分割)回路



3系統(分割)回路



「3C+P」*の厨房環境に貢献します。

- 現在温度と設定温度を分かりやすいデジタルで表示。
- 出力調節は調理に合わせた無段階コントロールが出来ます。
- 釜底は半球形状のため攪拌作業が楽に出来ます。
- フタの開閉は中折れ式を採用し、清掃が楽になりました。(ERK-50を除く)
- 炎を使わないため、燃焼排熱なく厨房室を快適に保てます。

*3C(クール・クリーン・コントローラブル)、P(プロダクティビティ=生産性)

充実のオプション装備

標準装備

- アジャスト脚
- 清掃用水栓
- 給水・給湯カラン
- 中折れ式フタ
- 出力調節
(機種により異なる)

オプション装備

- P/2P 注ぎ口
- H 両側ハンドル
- C 電源電線 (アース含む)
- A 煮こぼれ防止エプロン
- D 排水ドローロック
- E 横型水栓
- FC 横型水栓カバー付
- M 攪拌機

オプション装備する場合は、標準タイプのモデル名の後に上記の記号が付きます。
※注ぎ口と煮こぼれ防止エプロンは同時に装備できません。
※攪拌機を装備する場合は、給水、給湯、清掃用水栓は取付られません。



電気回転釜 ERK-100P

1350×907×850 釜容量100ℓ
3φ200V 14.3kW



釜回転ハンドルで釜を前後に90度傾けることができます。



清掃性が良い中折れ式フタを採用(ERK-50を除く)

安全・快適・ハイパワー・安心メンテナンス

大量調理はおまかせ 電化厨房施設に最適

省エネ
電気厨房機で
節電!

ELECTRIC ROTATING COOKING KETTLE [モデル] ERK-50/80/100/150/200/300/400



HACCP&新調理法の厨房システムメーカー

ニチワ電機株式会社

URL <http://www.nichiwadenki.co.jp/>

本社 / 〒669-1339 兵庫県三田市テクノパーク12-5 ☎(079)568-0581(代)
大阪支店 / 〒532-0025 大阪府大阪市淀川区新北野1-14-2 ☎(06)6838-5001(代)

東京支店 / 〒103-0024 東京都中央区日本橋小舟町10-2 ☎(03)5645-2691(代)
名古屋支店 / 〒465-0054 愛知県名古屋市中東区高針台1-701 ☎(052)701-9851(代)

札幌営業所 ☎(011)856-7091(代) 盛岡営業所 ☎(019)646-9851(代) 仙台営業所 ☎(022)717-3191(代) 埼玉営業所 ☎(049)248-7811(代)
千葉営業所 ☎(043)290-1231(代) 横浜営業所 ☎(045)861-0141(代) 新潟営業所 ☎(025)281-6181(代) 金沢営業所 ☎(076)249-7521(代)
長野営業所 ☎(0263)48-2891(代) 静岡営業所 ☎(054)254-0801(代) 三重営業所 ☎(059)229-8501(代) 京都営業所 ☎(075)605-4811(代)
岡山営業所 ☎(086)246-3151(代) 広島営業所 ☎(082)229-3391(代) 山口営業所 ☎(083)973-4771(代) 高松営業所 ☎(087)861-2531(代)
松山営業所 ☎(089)935-7341(代) 福岡営業所 ☎(092)621-9001(代) 熊本営業所 ☎(096)378-8661(代) 鹿児島営業所 ☎(099)258-4721(代)

■ テストキッチン&ショールーム完備 ■ 東京支店・大阪支店・名古屋支店・札幌営業所・盛岡営業所・仙台営業所・千葉営業所・金沢営業所・広島営業所・福岡営業所・鹿児島営業所

仕様は品質向上のため予告なしに変更することがあります。

子供たちと地球の未来のために。

ナカニシは安心・安全でおいしい食事の提供をサポートしながら

“人にも環境にもやさしい製品づくり”を目指しています。

お使い頂く際はもちろん、製造工程においても最大限の省エネ化を実現しながら
どうすれば地球温暖化に歯止めをかける事が出来るのか真剣に考えています。

「人にも地球にもやさしい製品」これがわたしたちナカニシのテーマです。



過熱水蒸気オープン
小型SVロースター HOT MAX
SVMT-1WL



過熱水蒸気オープン
SVロースター HOT MAX
SVM-1W



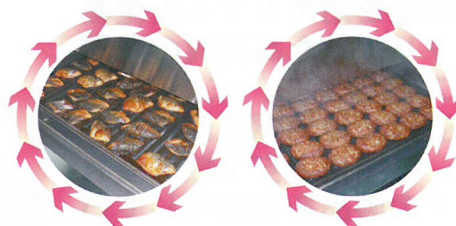
美味しさとecoを両立

過熱水蒸気でおいしくヘルシー



水蒸気に更に熱を加えたのが過熱水蒸気です。過熱水蒸気の細かい粒子が食材繊維をやさしく包み込みながら、うまみ成分やビタミンCなどを逃がさず、素材のおいしさを活かします。

過熱水蒸気で省エネ短時間調理



熱風に比べて熱容量が大きく、食材の芯まですばやく熱が伝わるため、短時間で調理することができます。当然ランニングコスト軽減も図られます。



株式
會社

中西製作所

■東京本社：東京都中央区新川一丁目26番2号新川NSビル 〒104-0033

T E L : 大代表(03)5541-6333 F A X : (03)5541-0155

■大阪本社：大阪市生野区巽南五丁目4番14号 〒544-0015

T E L : 大代表(06)6791-1111 F A X : (06)6793-5151

中西製作所

検索

click
click



安全も万全



LPガス機器用



都市ガス機器用

コンロのタチバナだから。

TSマークのガスコンロは、JIA認証を始めとする安全基準をクリアした高品質の業務用ガス機器です。またPS認定を受け、地球環境にもやさしく、機能性・安全性に優れた数々の製品をお届けしています。これからも「技術のタチバナ」をご利用ください。



TSマークのガスコンロ、ガス器具製造販売

株式会社 **タチバナ製作所**

〒511-0212 三重県いなべ市員弁町平古262

TEL(0594)74-5080(代)FAX(0594)74-5078

URL:<http://www.e-tachibana.co.jp>
E-mail:info@e-tachibana.co.jp

カタログご希望の方
お気軽にご請求ください。

いここ ちれが ばん

時代のこと 環境のこと
社会のこと 経営のこと
なにより働くあなたのこと
考えて 考え抜いて
今 いちばん大事なことを
カタチにしています。
だから いちばん選ばれている。
電気回転釜で販売実績
ナンバーワンの
SANWAです。

やさしさ
が違う

おいしさ
が違う



煮物からゆで麺までマルチに使える

電気クッキングケトル CSK シリーズ

*. 当社調べによる、ステンレス製電気回転釜における実績です



電気ブレイジングパン
BSK-12



電気万能煮炊き釜
USK-850S



電気スープケトル
SSK-75

災害時にこの一台

移動式電気回転釜

災害時の「食対策」なら SEK シリーズ

New



たとえば、非常時の備えが問われる時代に応えた「移動式電気回転釜」のように... 日本の社会が、調理の現場が、「いま」何を求めているのかを追求し、タイムリーな厨房機器を提供し続ける SANWA。納入実績 No.1*の電気クッキングケトルをはじめ、高い人気をほこる商品が生まれる理由がそこにあります。SANWA の大型加熱機器シリーズ。あなたの望む一台もきっとあります。

大量調理の電化厨房向 大型加熱機器シリーズ



電化厨房の未来をクリエイトする
三和厨理工業株式会社

本社工場 〒424-0037 静岡市清水区袖師町 737 番地
Phone : 054-364-7178 (代) Facsimile : 054-364-3140
www.sanwachuri.co.jp



ホシザキに できること。

理想の
厨房づくり
を応援

10000

たとえば、厨房をお手伝いするさまざまな製品。
ホシザキは、現場の声を聞きながらモノづくりを重ね、
ひとつずつカタチにしてきました。
現在、製品のラインナップは1,000種類以上。
冷蔵・冷凍による「保存」から熱機器での「調理」、
衛生機器による「衛生管理」まで
あなたの厨房にぴったりの製品をお届けできます。
あなたのために、ホシザキにできること…
これからもあなたにいちばん近い場所で考え続けていきます。



HOSHIZAKI

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

ホシザキ電機株式会社

本社 / 〒470-1194 愛知県豊明市栄町南路 3-16 (0562) 97-2111
東京 / 〒108-0074 東京都港区高輪 2-20-32 (03) 5791-8021
大阪 / 〒540-0026 大阪府中央区本町 2-2-12 (06) 4792-5501

CALL ME!
HOSHIZAKI

436カ所のサービスステーションで全国をくまなくネットするホシザキグループ (2015年6月末現在)
お問い合わせ、ご用命は、最寄りの各販社、営業所へお気軽にどうぞ。

ホシザキ北海道株式会社 (011) 841-4433 ホシザキ東京株式会社 (03) 5791-8001 ホシザキ京都株式会社 (06) 6762-5351 ホシザキ北九株式会社 (092) 471-7396
ホシザキ東北株式会社 (022) 728-9511 ホシザキ湘南株式会社 (045) 650-6121 ホシザキ阪神株式会社 (06) 6886-5691 ホシザキ南九株式会社 (099) 813-0007
ホシザキ北関東株式会社 (048) 660-2311 ホシザキ北信越株式会社 (076) 240-2266 ホシザキ中国株式会社 (082) 293-9451 ホシザキ沖縄株式会社 (098) 861-1240
ホシザキ関東株式会社 (03) 3943-6201 ホシザキ東海株式会社 (052) 563-5581 ホシザキ四国株式会社 (087) 811-5610

※カタログをご希望の方は、住所・氏名・業種と必ず電話番号をご記入の上、ホシザキ電機(株)本社営業部 広告宣伝課 宛にご請求ください。

日本食の美味しさを世界へ

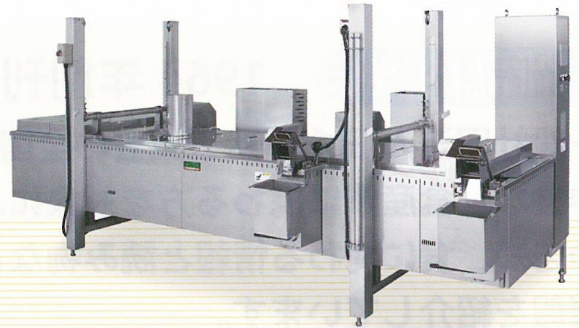
食べる人に安心を、使う人に安全を、
周りの人に安穩を。



優れた熱効率

DBC-B型

HI-COOK FRYER DBC



ブラスト燃焼方式フライヤー

- 省エネルギー & CO₂削減
- 油の品質向上・廃油量削減
- 簡単に操作できるデジタル式タッチパネル
- コンベヤー内部の洗浄・点検補修も簡単
- 作業環境の改善

ASAHI 装設株式会社
www.hicook.com

カタログや価格・機能などのお問い合わせは

本社・工場 076-275-8159
東京営業所 03-3482-2245
大阪営業所 06-7662-8159
福岡営業所 092-574-1802

HI-COOK is
GOOD-1 Partner
— 美味しさ開発創造集団 —

OZAKI

オザキガス厨房機器365機種●業務用



ガスの火は生きている
生き生きとした
ガスの火だから料理がうまい

W オザキ ガスレンジ
ワイドレンジ
OZL-1500EC

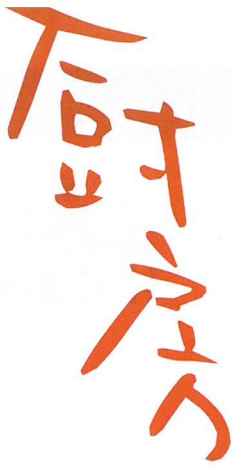
東京ガス株式会社指定

オザキ株式会社

業務用ガスレンジ・ガス機器・厨房機器・厨房設備 — 各種製造販売 創業1929

本 社 〒130-0025 東京都墨田区千歳1-3-7 ☎(03)3633-1291(代表) FAX(03)3632-1291
名古屋営業所 〒468-0011 名古屋市天白区平針2-804 ☎(052)802-8861(代表) FAX(052)802-8883
大阪営業所 〒533-0013 大阪市東淀川区豊里4-15-9 ☎(06)6321-1205(代表) FAX(06)6321-0699
福岡営業所 〒812-0014 福岡市博多区比恵町3-23 ☎(092)474-0801(代表) FAX(092)474-0805
(スタジオYビル)

- ガスレンジ
- コンパクトスチームオープン
- コンパクトオープン
- 炊飯レンジ
- オープン
- グリル
- ホットプレート
- フライトップ
- ヒートトップ
- 台付コンロ
- 低輻射型ガス台付コンロ
- キャビネット付
- ローレンジ
- テーブルコンロ
- 中華レンジ
- めんゆで機
- そばかまど
- 急速解凍めんあげ釜
- 排熱利用給湯システム
- 湯煎機
- はがまレンジ
- チャープロイラー
- ハースグリラー
- 豆腐フライヤー
- フライヤー
- コーヒーサイフォンテーブル
- コーヒードリップテーブル
- ハンバーガーレンジ
- ピザオープン
- サラマングー
- パキンダックプロイラー
- 災害対策用スーパーかまど
- レジャー用スーパーかまど
- 特別ご注文品



で、
貴社をアピール
してみませんか。

月刊
(毎月5日発行)
A4判平綴じ
定価 432円 (税込)

雑誌内容

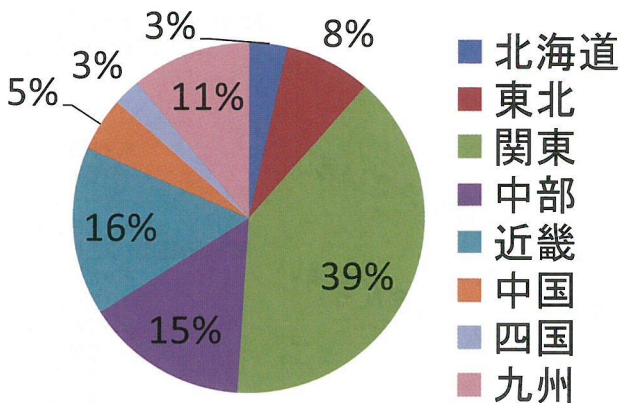
1964年創刊の、業務用厨房業界唯一の専門誌

一般社団法人日本厨房工業会の全国の会員企業および厨房設備士、官公庁、外食・中食など食産業に携わる方を対象に、工業会の活動、設備士試験・教育・セミナーの告知、食に関わる情報と読み物などを掲載。業務用厨房機器と食に関連する最新情報を紹介しています。

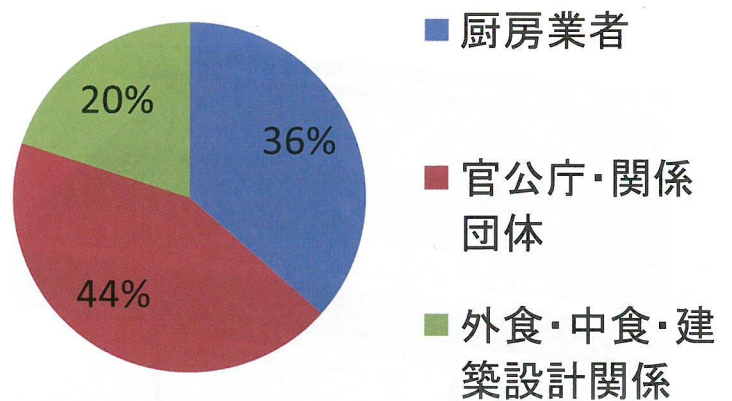
セールスポイント

- 業務用厨房機器関連企業の全国的団体である日本厨房工業会の最新情報
- 業務用厨房機器メーカー、厨房設備設計・施工業者など会員企業の情報
- 厨房設計のエキスパート・厨房設備士の情報
- 全国の会員企業、官公庁、外食・中食・給食業者など食産業関係者が読者

地域別読者比率



業種別読者比率



広告掲載料金 (会員企業・税込価格)

	毎月	隔月・3カ月	単発	原稿サイズ
普通1頁 (A4/4色刷)	¥80,300	¥84,400	¥87,500	210×297mm
普通1頁 (A4/1色刷)	¥59,700	¥63,800	¥66,900	210×297mm
普通1/2頁 (A4/4色刷)	¥41,700	¥47,900	¥54,000	190×132mm
普通1/2頁 (A4/1色刷)	¥30,900	¥36,000	¥41,200	190×132mm



広告のお申込・
お問い合わせは

一般社団法人 日本厨房工業会
〒106-0044 東京都港区東麻布1-27-8 厨房機器会館
TEL 03-3585-7251 FAX 03-3585-0170

工業会の女性社員本音トーク👩🏫が炸裂



厨房業界と現在の会社に入ったきっかけについて教えてください。

内田 私は元々、プラント向け産業用装置の構想から詳細設計と、それに関連する付随業務の仕事をしていました。大型装置の設計はやりがいもあり楽しかったのですが、立場上の制約による技術向上の限界を感じ、また生活に身近な装置の設計をしたいという思いもあったので、転職活動を始めました。そんな中、燃焼技術を軸にさまざまな装置を製造している弊社に出会い、業界は違えども、今までの経験を生かしながら設計業務に携わることができ、さらなる技術力の習得や新しいことにも挑戦して行けると思い、入社に至りました。



お仕事の内容は？ やりがいは？

内田 実は入社してようやく3ヵ月経った所です。研修等でガス機器に関する知識を習得しつつありますが、まだまだ製品の構造や仕組み等、学ぶべきこ



作業着で機器設計に取り組む内田さん



とがたくさんあり、実務を通して理解を深めて行きたいと思っております。実務では、少し前に装置の一部設計を任せられて、ガスを扱う機器設計での不安はありましたが、上司のアドバイスをいただきながら無事完成し、稼動確認までできました。また設計だけではなく、装置製造に関わるさまざまな業務も少しずつ経験しております。さらに、業務効率向上、改善のため、3次元CAD導入に向けての検討作業をしている所です。



今後のあなたの夢を教えてください。

内田 直近の目標は、現在進めている3次元CADの運用を実施、安定させ、それによる付加価値を生かして、設計から製造までの工程を効率的に無駄なく業務が進められるような環境整備をすることです。その上で、新たな製品や技術の開発に携われるよう、経験を積み、常に目標を持って業務を遂行して行くことで、会社に貢献できる結果を残したいです。また職种的に男性が多い中、女性ならではの視点からいろいろなアイデア等を発信して行けたらと思っています。とはいえ仕事中心になり過ぎないように、うまくバランスをとりながら、プライベートも充実した生活を送れるよう心掛けて行きたいです。

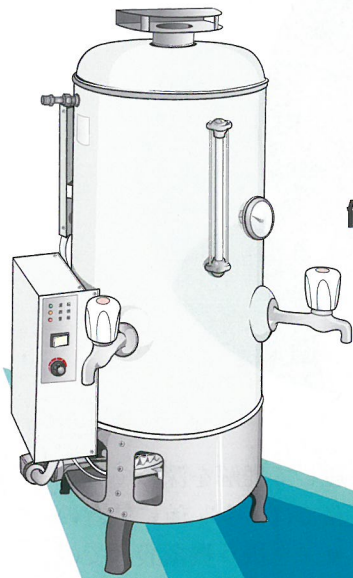
職場の方からエール

内田さんには、技術職としてガス燃焼機器の、主に工場製作図面を作成していただくことに期待しています。前職で経験がある3次元CADの導入に向けての社内プレゼンも中心になって動いてくれており、企画力もあるなど感じています。いつか夢のある製品の開発ができればいいですね。

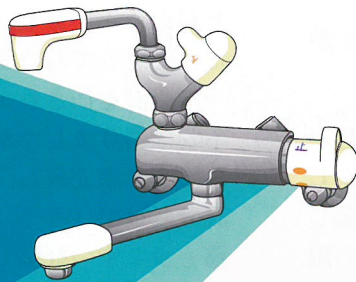
(技術部 奥田豊司)

給湯 質

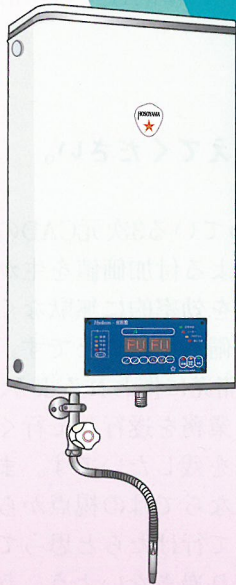
HOSOYAMA



伝統と信頼のガス湯沸器
貯蔵式ガス湯沸器
DN (HDN) シリーズ



これは便利！水と熱湯をスムーズミキシング
専用混合栓 YK シリーズ



高性能スタンダード
貯蔵式電気湯沸器
HDEN-20K Type

GAS

ガス貯蔵式湯沸器
ガス温水ボイラ
高温水ボイラ
ガス炊飯器
かがり火
メタルニットバーナー
浸管ヒーター
聖火台
その他特殊燃焼機器

ELECTRIC

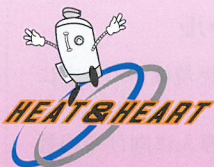
電気貯蔵湯沸器
電気小型温水器
電気密閉式給湯器
電気開放式湯沸器
電気自動温水器

STEAM

蒸気貯蔵湯沸器
蒸気瞬間湯沸器



WE are the Frontier!!



細山熱器株式会社

〒103-0025

東京都中央区日本橋茅場町2-8-7
TEL 03(3249)0331 FAX 03(3249)0329

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

札幌営業所	〒001-0019	札幌市北区北十九条西5-20 TEL 011(736)0371 FAX 011(758)0739
大阪営業所	〒535-0031	大阪市旭区高殿2-7-19 TEL 06(6922)5581 FAX 06(6921)2040
福岡営業所	〒815-0033	福岡市南区大橋3-25-1 真方ビルD号室 TEL 092(403)0255 FAX 092(403)0257
新潟営業所	〒950-0916	新潟市米山1-5-5 TEL 025(246)0166 FAX 025(241)3833
仙台出張所	〒981-0916	仙台市青葉区青葉町5-3 TEL 022(272)0909 FAX 022(275)9473

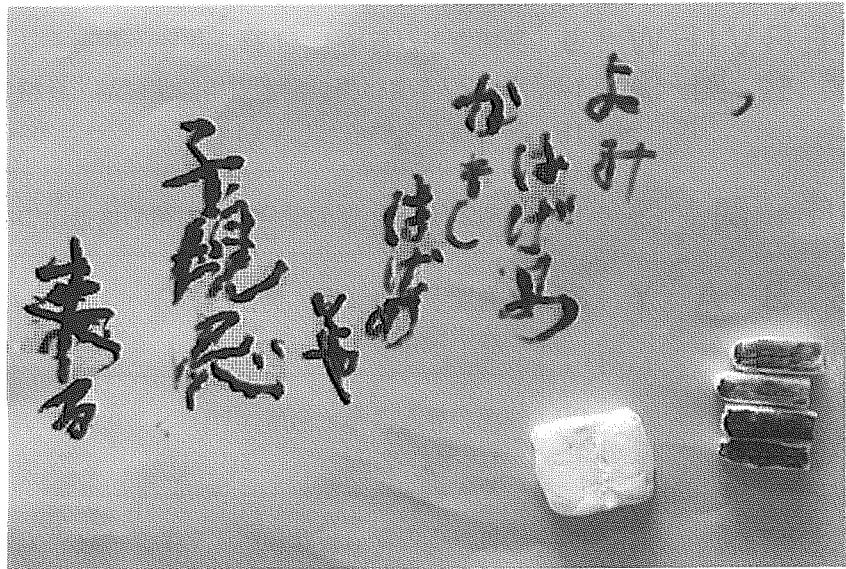
CONTENTS

INTERVIEW	9	厨房女子が行く！（13）	細山熱器(株)
工業会関係	14	平成27年度厨房設備士資格認定試験・合格者番号	
	16	新会員さんいらっしゃい！	(株)TOSEI
官庁関係	17	平成27年下半年期の安全衛生対策の推進について（取組依頼）	厚生労働省労働基準局
ESSAY	20	小倉朋子の食・心・美（27） 食中毒と五感	(株)トータルフード 小倉 朋子
	22	映画の見どころ・台所（15） 『天国と地獄』	齊田 育秀
誌上講義	24	これからのフードサービスマネジメント（3） 「良い店」であることと「良い店」を維持すること	亜細亜大学経営学部 茂木信太郎
厨房業界	29	フードビジネスコンサルタント魂（12） 「厨房設計のプロとしての知識を磨く」（3） ～飲食店のテーブルサービスの基礎知識と理論を理解する	(一社)日本フードビジネスコンサルタント協会 竹谷 稔宏
企業訪問	34	会員企業が語る！（91）	ホシザキ電機(株)
厨房業界関連情報	36	最新外食トレンド2015（9） 外食・中食の将来推計	宮城大学食産業学部 堀田 宗徳
	12	陶俳画 [子規忌]	
	13	巻頭によせて [そらぷちキッズキャンプ]	(株)白石製作所 吉田義一
	15	工業会だより	
	38	INFORMATION [ガス石油機器PLセンターの情報]	
	40	JFEA業務用厨房設備機器基準登録制度・登録一覧	
	42	工業会認定グリスフィルター、エクストラクター、セパレーター基準適合ラベル	
	44	会員一覧	
一般社団法人 日本厨房工業会	46	奥付 [広告掲載企業名]	

陶俳画

春
兆

【子規忌】



よみはげめかきはげめとや子規忌来る

俳人・歌人として、国語学研究者として足跡を残した正岡子規は、晩年の3年間は病の悪化のために寝たきりだったということで、温和な文人の印象が強いが、本人は野球をするのが大好きで、学生の頃は学校の管理体制に異を唱え、寄宿舎の食堂で大暴れした反骨の人だったという。それだけに健啖家というか食欲は旺盛で、夕食後に友人とそばを食べまくったとか、身体を壊すぐらい大食だった逸話も残っている。病床で綴った日記『仰臥漫録』では己の食を延々と書き残し、当時スマホがあったら、すべての食事をブログに残していたのではないだろうか。病床では栄養をつけようと鰻をよく食べていたようだが、子規が好きだったのは、やはり鐘が鳴るなり法隆寺^で有名な柿だったという。その柿が熟し始める1902年9月19日に、子規は亡くなっている。

『仰臥漫録』は、子規の文章だけでなく、漫画風の絵も描かれている。今回の陶俳画、開いている本は和綴じ本のつもり。

そらぶちキッズキャンプ

㈱白石製作所 吉田 義一

8月8日、毎日新聞に「スマートムンストーン サマーキャンプ2015」（公益財団法人がんの子どもを守る会）が7月25～27日、山梨県北杜市の清里高原にある「キープ自然学校」であった。悩みを相談し合ったり、太陽の下で一緒に汗を流したり、子どもたちは友情を深め、元気と勇気を蓄えたとありました。

この記事を見て、当社の取引銀行で北門信用金庫のパンフレットに出ている「そらぶちキッズキャンプ」と同じ活動をしていると思い、確認した所、趣旨がまったく一致していました。「そらぶちキッズキャンプ」は、北海道滝川市丸加高原に、公益財団法人として設立された施設です。この施設は「病氣と闘う子どもたちに、夢のキャンプ場を造ろう」との思いを持った二つの流れが同時に進行した結果、完成しました。

一つは、医療からの取り組み。故・横山清七医師（元東海大学医学部小児外科教授）が、1999年、米国難病児キャンプに参加した際に、小児がんを告知された子どもたちが、生きる実感を得て輝いている様子を見て、是非日本でも実施したいと思い、現代表理事・細谷亮太医師らが実施していた「スマートムンストーンキャンプ」に参加するようになり、日本各地にある施設を活用し、活動していました。これを発展させ、キャンプ地を固定し常設の設備がある施設をと、日本各地を回り適地を探していました。

もう一つは、公園作りの専門家たちの取り組みです。松本守氏（元国土交通省審議官）、浅野房世氏（東京農業大学園芸療法学教授）らが、バリアフリーの公園を超えて、病氣の子どもの幸せをサポートする公園を目指し、2002年米国難病児キャンプを視察後、滝川市の協力もあり、日本で初めて病氣と闘う子どもたちに、特別に配慮された常設のキャンプ場が出来上がりました。

この法人は、自然体験を通じて、病氣と闘う子どもたちとその家族の「QOL（生活の質）の向上」や「心のケア」に寄与することを目的にしています。自然の中で、安心して安全に楽しく過ごしてもらうために、地元滝川市立病院の協力の下、特別に配慮されたキャンプ施設や自然体験プログラムを提供しています。「楽しい思い出」「素晴らしい仲間」「生きる力」「希望」を得ることを目指しています。

私も一度拝見させていただきましたが、素晴らしい環境です。機会があれば、ぜひ訪れて欲しいと思います。

この施設は、さまざまな寄付やボランティアで支えられています。これを「寄付文化」「ボランティア文化」にまで発展させたいと願っているようです。これをお読みになった皆さんには、今後の活動に期待をしていただき、ご理解、ご助力、ご支援を賜りますようお願い申し上げます。当然、北海道厨房設備工業会も支援しています。

1級34名、2級185名が合格

平成27年度厨房設備士資格認定試験・合格者受験番号

〔厨房設備士資格認定試験 合格者受験番号〕

1級	仙 台	1201	1202	1205	1206	1207			
	東 京	1303	1304	1308	1310	1313	1314	1315	1316
		1319	1321	1329	1330	1333			
		名古屋	1407						
	大 阪	1501	1503	1505	1506	1507	1509	1510	1511
		1514							
	広 島	1601	1603						
	高 松	1701							
福 岡	1803	1810	1811						
2級	札 幌	2101	2104						
	仙 台	2201	2202	2203	2204	2205	2206	2207	2208
		2210	2213	2214	2215	2216	2218	2219	2220
		2221	2222	2223	2224	2225			
	東 京	23002	23004	23007	23008	23011	23012	23013	23014
		23015	23016	23018	23019	23020	23021	23022	23024
		23025	23027	23028	23029	23030	23031	23034	23036
		23037	23038	23041	23042	23043	23044	23046	23047
		23048	23049	23050	23051	23052	23053	23054	23059
		23060	23061	23063	23065	23066	23067	23068	23069
		23071	23072	23073	23074	23075	23076	23077	23078
		23081	23083	23084	23085	23086	23087	23088	23089
		23090	23092	23094	23096	23098	23099	23101	23103
		23104	23105	23106					
	名古屋	2401	2403	2405	2406	2407	2408	2409	2412
		2413	2414	2421	2423				
	大 阪	2501	2502	2505	2506	2507	2509	2511	2512
		2514	2516	2520	2521	2522	2523	2524	2525
		2526	2527	2530	2531	2533	2534	2535	2536
		2539	2544	2545	2547	2548	2549	2551	2552
		2553	2555	2556	2558	2559	2560		
広 島	2601	2602	2604	2606	2609	2612	2615	2616	
	2618								
高 松	2701	2702	2703	2706	2707	2709	2710	2711	
	2715	2716	2717	2718	2720	2721	2722	2723	

福 岡	2802	2804	2809	2810	2811	2812	2817	2819
	2820	2821	2822	2825				

〔 厨房設備士資格認定試験 学科合格者受験番号 〕

(厨房設備士資格認定試験合格ではありませんが、来年度試験の学科が免除されます)

1級 学科 合格	仙 台	1203	1204				
	東 京	1301	1307	1309	1323	1324	
	名古屋	1401	1403	1404	1406		
	大 阪	1504	1513				
	福 岡	1802	1804	1805	1806		

〔 厨房設備士資格認定試験 設計実技合格者受験番号 〕

(厨房設備士資格認定試験合格ではありませんが、来年度試験の設計実技が免除されます)

1級 設計 実技 合格	大 阪	1512					
	東 京	23064					
2級 設計 実技 合格	大 阪	2515	2528				
	広 島	2603					

工業会だより

7月21日～8月20日

7. 24 ガス機器設置基準検討専門部会。由利事務局次長。(一財)農林水産奨励会2階A会議室)
7. 29 電気用品調査委員会。由利事務局次長。(電気協会会議室)
7. 29 第3回設備士資格委員会。中西委員長、小泉、中橋、松田、水上、大山、宇田川、石川各委員、若杉専務理事、水野課長、太田職員。(厨房機器会館6階会議室)
7. 30 平成27年度第1回教材検討委員会。尾崎副会長、柴田委員長、飯田、白井、大山各委員、庄本オブザーバー、若杉専務理事、寺内事務局長、水野課長。(厨房機器会館6階会議室)
8. 4 ISO/TC291 WG1 (調理機器SWG)。由利事務局次長。(ガス石油機器会館7F会議室)
8. 6 平成27年度厨房設備士運営委員会
渡辺委員長、小富士、平、山本、千田、木下、田村、石田、中西各委員、江原代理(千葉委員)、関澤、藤本、石川各オブザーバー、若杉専務理事、寺内事務局長、水野課長、太田職員。(メルパルク東京5階 華厳)

Rookie☆Debut

新会員さん いらっしゃい!

(株)TOSEI



代表取締役社長 神谷 洋二

弊社について

当社は昭和60（1985）年より製茶、食肉を対象に真空包装機の販売を開始しました。厨房での活用は当時、新しい調理法真空調理によりホテル、レストランで採用いただけるようになり、平成12（2000）年に業界初のクリアドーム型真空包装機の販売を開始。今までにないデザインで市場において絶賛されました。平成13（2001）年にはバッチ式真空包装機国内トップシェアとしての地位を確立。また、真空調理にいち早く着目し、真空調理トレーニングスクールを開設、さらには“真空調理レシピ”を発行致しました。平成24（2012）年には、お客さまのニーズに応え、“温かいままパック”ができる“トスパックホット”を液晶タッチパネル搭載で発売開始。厨房の作業の効率化を実現しました。



本社全景

わが社のアピール×3つのポイント

- 1 国内生産
- 2 国内初卓上型真空包装機ホットパック製造販売
- 3 真空調理サポート

昨今、病院、福祉施設で話題の“凍結含浸調理”のマイスターを取得、網羅活動を開始。多くのお客さまにご支持をいただいております。

当社は真空包装機発売以来30年、今後もお客さま一人一人のお役に立ちたいと考えております。



同社の卓上型トスパックホット「HVP-382N」

- 設立
1955年6月
- 代表者
神谷洋二
- 資本金
2億3,000万円
- 従業員
275人
- 業種
真空包装機製造販売
- 主要取引先
ホテル、レストラン、飲食店、食肉、製茶、病院、福祉施設、他
- 本社所在地
〒410-2325 静岡県伊豆の国市中島244
TEL0558-76-2383 FAX0558-76-0934
- 支社、営業所
東京支社・中部支店・関西支店・九州支店・広島営業所・東北営業所・静岡営業所・鹿児島営業所
- URL
<http://www.tosei-corporation.co.jp>

平成27年下半期の安全衛生対策の 推進について（取組依頼）

貴会におかれましては、日頃より安全衛生行政へのご理解、ご尽力を賜り、厚く御礼申し上げます。

さて、製造業における労働災害の発生状況につきましては、昨年は上半期に被災者数が前年比で大幅に増加し、8月の労働災害のない職場づくりに向けた緊急対策をはじめとする関係各位の精力的な取組の結果、下半期においては災害は減少しましたが、残念ながら通年では、休業4日以上の死傷災害が前年を上回る結果となりました。平成27年上半年期においても引き続き減少傾向にはあるものの、第12次労働災害防止計画（平成25年から平成29年までの5か年計画）の目標達成に向けて、更なる取組が必要です。

業務上疾病の被災状況を見ると、長期的には減少していますが、平成26年は前年と比較して業務上疾病による死傷者数が増加しており、とりわけ製造業では腰痛が760件発生し、前年から約1割増加している状況です。また、平成26年度の精神障害の労災支給決定件数が497件と過去最多となり、製造業はこのうち81件を占めるなど、職場におけるメンタルヘルス対策や過重労働対策も重要な課題となっています。加えて、化学物質による眼等の薬傷・やけどなど、保護眼鏡等の基本的な保護具の着用があれば予防できる重篤な災害も依然として発生しています。

このため、厚生労働省においては、平成27年度「全国労働衛生週間」（準備期間：9月1日～9月30日、本週間：10月1日～7日）、過労死等防止啓発月間（11月）等の機会をとらえ、平成27年下半期を通して職場の健康と安全の取組を促進していくこととしております。

貴協会におかれましては、会報、ホームページ、会合等関係事業者が参集する機会などにおいて、傘下の会員事業場に対し、平成26年の業務上疾病や転倒災害等の発生状況、平成27年下半期の重点的な取組をご周知いただくとともに、業界一体となって、特に下記重点事項に取り組んでいただきますよう、特段のご配慮をお願いいたします。

記

1. 腰痛予防対策

- ア 重量物取扱い作業、立ち作業、座り作業での腰痛のリスクアセスメント及びリスク低減対策の実施
- イ 作業標準の策定及び腰痛予防に関する労働衛生教育（雇入れ時教育を含む）の実施

2. 化学物質対策

- ア 化学物質のリスクアセスメントの義務化に向けた環境整備として化学メーカーなどにおけるSDS交付状況の点検及びユーザー企業におけるSDS入手状況等の点検の実施
- イ 化学物質による薬傷・やけど対策の周知等

3. メンタルヘルス対策

- ア 平成27年12月1日に施行される改正労働安全衛生法に基づくストレスチェック制度に係る取組への準備
- イ 「労働者の心の健康の保持増進のための指針」等に基づくメンタルヘルス対策の推進

4. 転倒災害防止対策

転倒災害の防止を重点とした安全活動、安全衛生教育の実施（4S活動、KY活動、危険の「見える化」の推進、雇入れ時教育の徹底）

5. 機械災害防止対策

機械の本質安全化を図るためのリーフレットを活用した周知

6. 熱中症予防対策

暑さ指数（WBGT値）が基準値を超えると予想される場合、作業時間の見直し及び単独作業の回避

7. 安全衛生優良企業公表制度の推進

安全衛生優良企業公表制度を周知し認定申請を勧奨していただきたいこと。

まずは各事業場で厚生労働省ホームページの安全衛生優良企業の自己診断サイトにアクセスして、自社の安全衛生に係る取組状況を確認していただきたいこと。

（本年9月～11月の3か月間は「安全衛生優良企業重点周知啓発キャンペーン」期間として行政において重点的な周知を行います。）

（参考）

以下のURLにて、関連情報をご覧いただけます。併せてご紹介くださいますようお願い申し上げます。

○労働災害発生状況

<http://www.mhlw.go.jp/bunya/roudoukijun/anzeneisei11/rousai-hassei/index.html>

<http://anzeninfo.mhlw.go.jp/information/sokuhou.html>

○平成26年 業務上疾病発生状況等

<http://www.mhlw.go.jp/bunya/roudoukijun/anzeneisei11/h26.html>

○労働安全衛生法の改正について

<http://www.mhlw.go.jp/file/06-Seisakujouhou-11200000-Roudoukijunkyouku/0000050905.pdf>

○職場のあんぜんサイト

<http://anzeninfo.mhlw.go.jp/>

○平成27年度「全国労働衛生週間」実施要綱

<http://www.mhlw.go.jp/stf/houdou/0000091153.html>

○腰痛予防対策

- 職場における腰痛予防の取組を！

<http://www.mhlw.go.jp/stf/houdou/youtsuushishin.html>

- 腰痛予防対策

http://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/koyou_roudou/roudoukijun/anzen/anzeneisei02.html

○化学物質による葉傷・やけど対策

<http://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/yakushouyakedo.html>

○メンタルヘルス対策

- ・働く人のメンタルヘルス・ポータルサイト「こころの耳」

<http://kokoro.mhlw.go.jp/>

- ・職場におけるメンタルヘルス対策・過重労働対策・心身両面にわたる健康づくり（THP）

<http://www.mhlw.go.jp/bunya/roudoukijun/anzeneisei12/>

○転倒災害防止対策

<http://anzeninfo.mhlw.go.jp/information/tentou1501.html>

○機械災害防止対策

<http://www.mhlw.go.jp/new-info/kobetu/roudou/gyousei/enzen/dl/150722-1.pdf>

○熱中症予防対策

http://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/koyou_roudou/roudoukijun/enzen/anzeneisei02.html

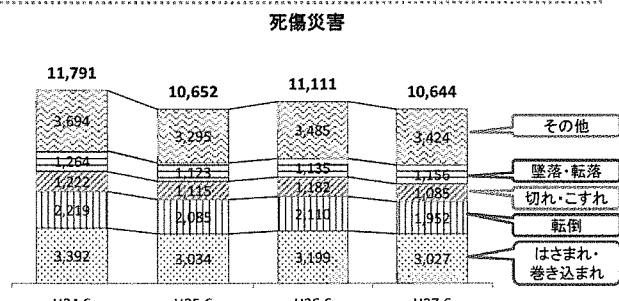
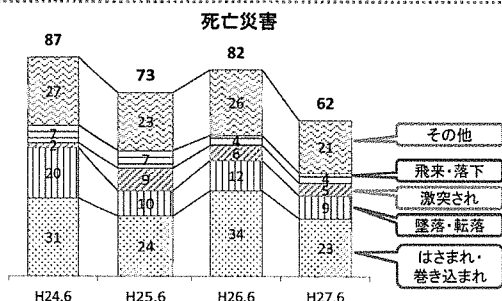
○安全衛生優良企業公表制度

http://anzeninfo.mhlw.go.jp/shindan/shindan_index.html

重点業種対策 製造業

労働災害発生状況

- 死亡災害、死傷災害ともに、最も件数が多い「はさまれ・巻き込まれ」は増減を繰り返している。
- 死亡災害の「墜落・転落」や、死傷災害の「転倒」は、いずれも大きく減少している。



	1月	2月	3月	4月	5月	6月
当月増減	▲1	▲12	▲1	▲7	+5	▲4
累計	▲1	▲13	▲14	▲21	▲16	▲20

	1月	2月	3月	4月	5月	6月
当月増減	▲59	▲342	+73	▲39	▲104	+4
累計	▲59	▲401	▲328	▲367	▲471	▲467

下半期における重点対策

- 重篤な災害に陥りやすい機械災害の防止（機械の本質安全化など）に引き続き力点を置く。
- 来年6月の化学物質のリスクアセスメント義務化に向けた環境整備として、化学や鉄鋼などのメーカー等（川上産業）におけるSDS交付状況の点検等を行う。
- 重量物取扱い作業、立ち作業、座り作業での腰痛の予防

Essay 小倉朋子の



食

心

美

第27回 食中毒と五感

(株)トータルフード 代表取締役

小倉 朋子

数値で考えるのではなく、 五感で感じてみましょう

厚生労働省の食中毒統計調査によると、平成26年の食中毒発件数は976件で、そのうち飲食店が590件、家庭が79件、旅館48軒で、断トツに飲食店の件数が多い。これは過去5年間不動です。

食中毒は夏に起こりやすいイメージがありますが、毎年冬が最も件数が多く、次に夏、春先と続きます。ただ、冬の食中毒と夏の食中毒ではその原因は異なり、冬は断トツにノロウイルスに代表されるウイルス性が要因ですが、夏は一転、やはり暑さにより発生する細菌性が大半を占めます。また、夏といっても真夏よりも夏の終わりの時期から秋口が食中毒件数が増えるとされていて、食べる側の夏の疲れが溜まり、免疫が下がっているためとされています。

以前、とても疲れていて、普段から食べているサンマの缶詰を食べようとした際、「あ、これ食べると今日はアタリそうだな」という勘がしました。それでもその自分の勘が当たるかどうか試してみたくなって（皆さまは絶対真似されないでくださいね、言われなくてもしらないと思いますが）半分食べてみました。半分が大事に至らずにいられた最大量だと

いう勘もしたので。勘は当たり、想像した通りお腹が痛くなりました。もちろん賞味期限前ですし、普段から慣れ親しんでいた缶詰で、いつもおいしく食べていました。その時は疲れて免疫が下がっているの、対応できなかったのでしょうか。それが分かるので、その後も同じ缶詰を食べています。

こんなこともありました。まだ生肉のユッケに規制がなかった数年前。肉料理専門店のオープニングパーティーで松坂牛のユッケを食べようと思ったところ、目の前に運ばれたお皿を見た瞬間、「食べたら腹痛になりそうだ」と、また勘がして。それでも松坂牛のユッケを食べたことがなかったので、試したくなり、今度は3分の1の量を食べました。とろけるようにおいしく、一皿食べてしまいたい衝動にかられたのですが、必死に我慢（笑）。やはりその晩、体調がおかしくなりました。生肉はあたると大変なので、3分の1の“勘”を信じて誘惑に負けなくて良かったです。あ、本来はそんな「勘」がしたら一口だって食べるべきではないのですよね、もちろん。

しかし、この「勘」こそが、本来は大切なのだと思っています。食べ手側は、食べる時は何も疑いもなく、おいしく楽しく食べていることがほとんど。その後体調を崩すことは想定していません。自分がその眼

前の料理に対して対応できるのか、適しているのか、考えて食べる人は案外に少ないものです。事前に感じられれば、未然に防げる場合もあります。

「五感で食べる」という言葉がありますが、人間も動物ですから、本来は自分の五感を信頼して良いはずで、野生の動物は、自分の必要なものを嗅ぎ分け、必要な時に必要な量を食べているので、食中毒にはなりません。食べるものが「食べない方が良いかどうか」は、見た目の色艶、匂いを嗅ぎ、見分けることができるはずですが、現代人は日々退化してしまっていて、今ではすっかり企業依存になってしまっています。

例えば、以前、某大手食品企業の商品から中毒者が出てメディアをにぎわしたことがありました。「異臭がした」「変な味がした」と、食べた消費者は後から証言しているのですが、それでもその人は11個食べています。賞味期限が過ぎていなければ、異臭がしても食べ続けてしまう現代。消費者が少しでも動物的な勘を戻せると、提供する企業や飲食店側としても良いに越したことはありませんね。では、どうしたら？

私は普段から、毎食朝昼晩、15種類の野菜と果物を生のまま食べています。大根、キャベツ、レタス、キュウリ、セロリ、小松菜あたりは定番で、果物は季節の果物が4～5種類ほど。すべて、まず何も味付けをしないで、ただそのまま食べます。空腹で行うことが大切で、食べる手順は決まっています、最初に水(または炭酸水)を飲み、その後野菜、次に果物へ。切り方もその日の自分の体調やココロに合わせて、毎回変えます。切り方によって食感はもちろん、ジューシーになるまでの時間や唾液の出具合、噛む回数や甘味も変わります。その後、塩をかけたり、味噌をかけたり、手作りドレッシングを作ったり、市販の調味料を合わせたりしながら、何段階にも分けて、野菜を堪能します。

毎食、かれこれ10年以上続けています。かなり「オタク」だと思うので、多忙な現代人には無理と言われそうですが、15種類とは言わないまでも、1種類でも良いのです。この方法を始めてから、体調はもちろん、肌質やホルモンバランスなどで私は体に変化を感じるだけでなく、五感が磨かれていることを実感しています。

そもそも、野菜に調味をしないと食べないのは、現代ならでは。縄文時代には人間も素の味を食べていたとされています。調味料がなくても素材には素材の「味」がしっかりあって、その味に触れて認識することも、五感の訓練になります。その後、他のたくさんの料理や商品を食べますので、時間がある

時は、朝から50品目くらいの料理を食べることに(笑)。

野菜と果物だけでなく、鉛玉1個に至っても、その1個が自分が求めている1個なのか、今の自分にフィットしたのかどうか、吟味してから口にするのも長年実践しています。ただ、何となく食べるということが、まず一度もありません。

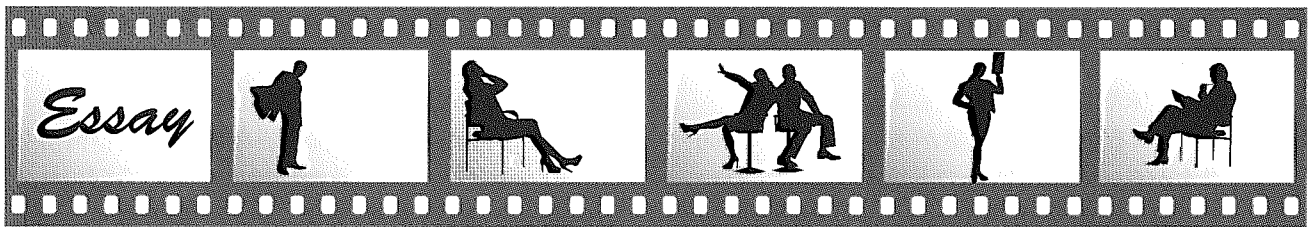
それは、普段の「無意識」を「意識化」する行為でもあります。食べ物によって、私たちは生命維持をしています。その自分の命に直結する元気の素を、本当に元気の素にさせているのかどうか。させていなければもったいないのです。慣れて来ると、いったん意識化したものが、再び無意識にできるようになって来ました。

例えば、仕事上、欲してなくても食べなくてはいけないこともしばしばですが、あえて、とても楽しみにしっかり認識して食べると、悩も体も受け止めて消化するというデータもあります。実際、無意識に食べるよりも、はるかに不要に体に溜まる感じが減少します。

この方法が良いのかどうか、自分の勘を頼りにやっているだけなのですが、お陰さまで、メニュー開発をご協力する際も、頭の中で、「この食材とこの食材とこの香味と調味料を合わせたら、おいくなるはず」といった新メニューの想像が、しっかりとできるようになりました。まずは、「素」を感じられるようになれば、その後はプラスして行く作業なので、勘が働くのです。

また、クライアントさまの試食会などで、「後2g塩を入れましょう」「卵の炒め時間を30秒短くしたいですね」など、微妙なことがほんの少量を試食しただけでもご提案できるようになりました。食以外の生活でも、勘が働くことが多い気がします。

腹痛を起こした前述のサンマ缶詰ですが、今でもおいしくいただいています。体調が良くなかったのでたまたま適応力がなかったことが分かっているので、怖くないのです。でも、一般消費者はその認識に至れないため、一度食べて不具合を経験してしまうと、怖くてその後も口にできなくなってしまいます。機会損失なのです。子どもの食物アレルギーも、大人になって体力が付くと治ったり、スポーツをすると大人になって改善できることも珍しくありません。企業努力も果てしなく大変になっている現代。賞味期限や数字や情報ありきではなく、自分の体感で食べ物を選択しておいしく味わえるようになりたいものです。



映画の見どころ・台所



半世紀前の国鉄の食堂車で 繰り広げられる誘拐犯との駆け引き

黒澤明監督が『用心棒』（1961年）『椿三十郎』（1962年）に続き撮った作品で、日本ミステリー映画史上の一つの頂点に達した傑作と言える。原作はエド・マクベインの『キングの身代金』（87分署シリーズ）で、基本のアイデアをそのままに、これを4人がかりで脚本化したものである。「誘拐事件」が物語の骨子だが、緻密な構成と意表を突く展開に加え、他の追従を許さないサスペンスの盛り上げ方で観客を圧倒する。「何しろ面白い！」。

横浜の港を見渡せる高台に一際目立つ豪邸があり、その主・権藤（三船敏郎）は靴メーカーの常務で、妻（香川京子）と幼い一人息子がいる。ある日「あなたの子供をさらった。3,000万円用意しろ」という脅迫電話が入る。しかし誘拐されたのは、お抱え運転手の息子だった。たまたま権藤は手元に5,000万円の小切手を持っていたが、自分の子供なら即座に出せても、他人の子供だとそうは行かない。折りしも会社では社長追い出しの計画があり、この金は対抗上筆頭株主を目論む彼が、全財産を投じて工面した株の買い取り資金であった。

警察への連絡で戸倉警部（仲代達矢）を中心とした捜査班がやって来る。誘拐犯とのやり取りが続く中で、権藤は結局身代金を出すことにする。映画はこの邸内の描写に約1時間をかけ（全編2時間23分）、スリリングな事件の進行と迷える権藤の苦悩を描き

出す。そして一転！ 特急こだま号での身代金の受け渡し場面になる。同時進行によるサスペンスの高まり、緊張の極に達して行く権藤と戸倉警部のやり取り、酒匂川の鉄橋を轟音で疾走する特急、車窓から垣間見られる犯人と子ども。未だかつて観たことのないスリルとサスペンスに満ちた光景が展開され、異様な興奮が全身を巡り、観客はその緊迫感溢れる映像に魅了される。権藤が車内電話を取ってからの4分間は、黒澤監督の指揮下スタッフと俳優たちの“必死さ”が、持てる以上の力を生み出した瞬間である。そして子どもは無事保護され前半が終了する。

後半は捜査陣の反撃が開始され、犯人が徐々に追い詰められて行く過程が、次々と畳みかける映像として堪能できる。綿密に計算された脚本と高度な編集技術の賜物で、黒澤監督が『野良犬』（1949年）で参考にしたと思える、ジュールス・ダッシン監督の『裸の町』（1948年：セミ・ドキュメンタリータッチの刑事映画の秀作）を凌駕する出来映えであった。捜査会議で次々に発表される報告は多彩・濃密・リアルで、現在の安直TVドラマは参考にして欲しい所だ。極め付けは身代金のカバンの焼却で出た「桃色の煙」で、当時のピンク映画の専売特許「パートカラー」によるワンショットは、常人では思い付かない手法であった。

さて一般に黒澤の映画は、『生きる』のような“人間ドラマ”と『用心棒』に代表される“娯楽作品”が混在するが、この作品は両者を併せ持つ。基本的には新たな映像表現による高度なサスペンスを追求

した娯楽映画だが、“貧富・薬物”などの社会的テーマが伏線に見える。権藤を突然襲った理不尽な苦しみは、犯人のインターン・竹内（山崎努）の一方的論理による^{ひが}憎み・憎しみから生まれたもので、その狂気性・異常性には“現代人の病”を感じる。そして一方的な恨みは、死刑囚・竹内と面会した権藤の「なぜ俺を憎むのか？」という問いに対する、「冬は寒く夏は暑くて寝られない3畳の部屋から見上げると、あなたの家は天国に見え、毎日見上げているうちに憎しみが増し、憎悪が生き甲斐になった」という趣旨の返答で明瞭となる。権藤と竹内の人間性の対比など重層構造を持つ作品だが、重いテーマをサラリと組み入れ、厚みと膨らみを持たせた黒澤監督の力量に改めて感服せざるを得ない。

ではここで、厨房から映画を観てみよう。豪邸がメインとなる映画なのでさぞかし立派なキッチンが見られると期待をしたが、残念ながら権藤邸では一切出て来ない。しかし思わぬ所で厨房に出くわす。それは特急列車のビュッフェの厨房であった。軽食・ビール・コーヒー・ジュースなど簡単な飲食物を出す場所なので、装備品も冷蔵庫・アイスストッカー・シンク・電子レンジ？など簡単なものである。背面にビールや酒が並び、厨房を囲むように細長いカウンターがあり、客は立食である。反対側は窓に沿って狭いカウンターがあり、車窓からの景色が楽しめる。原作では身代金受け渡しへの指示は自動車電話からだが、当時の日本にはなかったので、特急列車の電話が使われた。窓が開かない特急列車で、一ヵ所開閉できる洗面所の窓（幅7cm）から身代金を投げかける話は、綿密な事前調査から出た抜群のアイデアだが、犯人の指示はこの厨房（ビュッフェ）横の電話からだった。ビュッフェ（大半が厨房）の存在は、事件のことを知らずひと息入れている乗客たちの間をせわしなく刑事たちが行き交う場所として、緊張で張り詰めた車内と映画の流れに“変化とリズム”を与えていた。

スリルとサスペンスの点では極上の映画だが、少々気になる所もある。犯人がヤクを入手するくだりは、踊りの場面を含め少々くどくて長い。また、ヤクの中毒者が徘徊する黄金町の場面は“芝居がかり”過ぎて、これも辟易とする。一番不可思議なのは、誘拐犯・竹内である。彼は医者の子で、世の中のステイタスとしては極めて高い位置にある。このような人物が単に金のためなら分かるが、「自己の環境が惨め過ぎる！」と“個人に対する憎悪”を持ち、

誘拐・殺人までするのだろうか？ いささか不自然である。“知能犯”を際立たせたいのだろうが、少々無理を感じる。最大のミスは、事件が夏なのに（捜査本部では扇風機が回り、事件を報道する新聞は昭和37年9月6日付）、映し出される富士山が雪で覆われ、誘拐された子どもが描いた絵も山の上は白い雪で覆われていた。もっとも気になるのは私のような者だけなので、海外向けにはこれで良いと思う。雪のない富士山は外国人には「ただの禿山だ！」。

黒澤はジョン・フォードの熱烈なファンで、『七人の侍』や本作のダイナミズムにはその影響が認められる。そして彼の映画はスピルバーグ、ルーカス、 Coppola など大監督のファンを生み、“憧れの歴史”が繰り返されている訳だ。一方うがった見方だが、選曲は海外市場を意識した可能性がある。『罎』はベルリン、『オー・ソレ・ミオ』はヴェネチアの映画祭だ。

あきれほどの名優たちのオンパレードだが、権藤の息子の江木俊夫（フォーリーブス）や台詞なしの大滝秀治、麻薬中毒者の菅井きん等が楽しめる。焼却場の親父を本物以上に演じた藤原釜足は必見である。ちなみに犯人役の山崎努は後に『マルサの女』で“権藤”というラブホテルの経営者を演ずるが、これは監督・伊丹十三の洒落であろう。

『87分署』は、日本でもTVは『わが町』（渡辺謙・有森也美）や刑事コロンボ『初夜に消えた花嫁』『死を呼ぶジグソー』、映画では『幸福』（1981年：市川崑監督、『クレアが死んでいる』より）などがある。特にシリーズの最高傑作『殺人の楔』は、『恐怖の時間』（1964年：岩内克己監督）として映画化。これは隠れた佳作である。それにしても伊藤雄之助・山茶花究・西村晃等に「ごんどう（もんどう）無用！」と切り捨てられた「権藤さん」は、実に可哀想過ぎた。



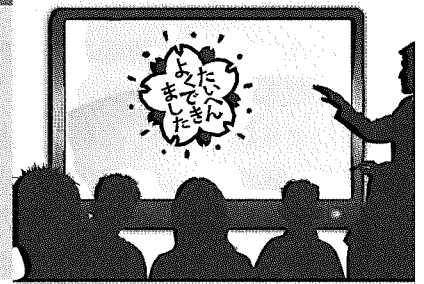
【天国と地獄】
【東宝DVD名作セレクション】

監督・脚本：黒澤明
原作：エド・マクベイン
脚本：菊島隆三、久板栄二郎、
小国英雄
撮影：中井朝一、斎藤孝雄
音楽：佐藤勝
出演：三船敏郎、仲代達矢、
香川京子、山崎努
DVD：2,500円（税別）
発売・販売元：東宝
(C) TOHO CO.,LTD.

これからの フードサービスマネジメント

第3回

「良い店」であることと 「良い店」を維持すること



亜細亜大学経営学部
ホスピタリティ・マネジメント学科教授
茂木 信太郎

「良い店」の共通項は何でしょうか

レストランビジネスにとって「良い店」とは、どんな店のことでしょうか。具体的なお店体験を思い浮かべて、あの店は良かったなとか、あの店はいま一つ足りなかったなとか、個々のお店を思い浮かべてみることはできるでしょうが、では「良い店」の共通項は何でしょうかと問うと、意外にうまく説明できないようです。

大学の授業で学生に問いかけると、もちろん料理がおいしい店という答えは皆が挙げるのですが、同時に、安い店、騒げる店、長居できる店などという答えが返って来たりします。では、「意中の人と初めてのデートで行ってみようという店」はどんな店かと尋ねると、しばし沈黙の時間が流れます。シチュエーション（その時の局面）によって、選ばれるべき「良い店」は異なるようだ気が付きます。

「溜まり場」という言葉がありますね。学生の「溜まり場」になるようなお店は、学生にとっては居心地の「良い店」なのでしょうが、大人や成熟した年齢の方々にとっては、かえって居心地の「悪い店」です。

という次第で、今回は「良い店」の構造（組み立て）を説明してみましょう。

レストランビジネスの提供商品

本連載の第1回で、「料理の方程式」について解説しました。今回は「良い店の方程式」の解説です。

初めに、レストランが顧客に提供する商品について確認しておきます。「料理」という答えがすぐに思い浮かぶかもしれませんが、たしかに「料理」は、顧客へ提供する商品の第1番目に挙げられるべき必

須要素の一つです。でも、それだけではありません。

“外食”ビジネスは“フードサービス”ビジネスとも言い換えられております。これは、「“フード（食品＝料理）”の提供とサービスの提供が一体化している」ということを意味しております。「サービス」とは、サービスを担う人（スタッフ）によって体現されている人的サービスのことです。レストランは、顧客にこの「サービス」という商品も提供しております。

そして、「料理」「サービス」と並んでもう一つ、「雰囲気」という要素も、レストランが顧客に提供する商品の一部です。上で「溜まり場」という言葉を使いましたが、「溜まり場」になるかならないかは、まさにそのお店の「雰囲気」こそが決定的な要素となっていると言えるでしょう。このようなお店の場合は、「料理」そのものは二の次であるかもしれません。

それはともかくとして、以上の三つ、「料理」「サービス」「雰囲気」が、レストランが顧客に提供している商品の具体的な中身です。およそレストランである以上、いかなるお店もこの商品の3要素、「料理」「サービス」「雰囲気」を顧客に提供しております（Column1）。

さて、ここから初めて「良い店とはどんな店か」という問いに迫っていくことができます。

「料理」「サービス」「雰囲気」の 三位一体性

解答を初めに述べておきましょう。

「良い店」とは、その店で提供される商品としての「料理」と「サービス」と「雰囲気」とがそれぞれに統一感、一体感によって紡がれている店だということです。

その店の「料理」は、その「料理」にふさわしい人的な「サービス」によって顧客に提供され、その店全体の「雰囲気」も、その「料理」の種類や内容とマッチし、そこでの「サービス」のスタイルにふさわしいものでなければならないということです。

例えば、一日の仕事を終えて帰宅前のサラリーマン同士が集おうという「居酒屋」では、スタッフが元気の良い掛け声と共に料理を運んで来たりします(サービス)。料理の盛り付けも上品さを優先させるというよりは豪快な印象を与えるものがあり(料理)、店内もそれなりの賑わいで結構ざわついたりします(雰囲気)。

これが、奮発したデートや接待などにも使われる高級感のある「専門料理店」では、ゆったりとした時間を過ごすことのできるようなコース料理が中心で(料理)、サービススタッフは客の動静を窺いながら控え目に出しゃばらずにかつ気の効いたタイミングで料理を運んだり飲み物のお代わりをしてくれたりします(サービス)。照明や壁に掲げられた絵画やテーブルに添えられた花なども気持ちを落ち着かせる雰囲気を醸し出しています(雰囲気)。

例えば、「ファストフード」店では、料理種類が絞り込まれていて、注文に時間を要することがありません(料理)。また客からの注文にもスピーディな料理提供が信条とされ、サービスも過剰なものではなく、必要最小限のやりとりで済むようになっていきます(サービス)。店舗の外観も店装も重厚というよりは軽装カジュアルな雰囲気で、気軽に出入りできるように明るく保たれています(雰囲気)。

あるいは、「ファミリーレストラン」を見てみましょう。家族連れ誰でもが何かしら注文できるように馴染みの料理がラインアップされていて、メニューバラエティに富み、ドリンクメニューなども豊富ですね(料理)。家族が自家用車で来店することを想定しておりますから、分かりやすい駐車案内と停めやすい駐車場の用意も必要です。そして店装もゆったりしていて、広々とした空間で客席もくつろげるようになっていて、1時間前後を落ち着いて過

ごせるようにできています(雰囲気)。サービスも過剰でない分、客の気遣いは不要ですが、追加注文など必要な際には、呼べばすぐに客席に駆けつけるというように、“そつなく” 仕組みられています(サービス)。

以上のように、長年実績のあるレストラン業態では、「料理」「サービス」「雰囲気」が、いわば三位一体として相互に適切なあり方を構成しているということが理解できるでしょう。また、そうであるが故にこそ、顧客の支持を長年にわたり獲得しているのだということになります。つまり、顧客から見ての「良い店」の本質がこの「料理」「サービス」「雰囲気」の三位一体性という原理なのです(Column2)。

では、そもそもここで言う「サービス」とはどのような内容を言うのでしょうか。これについては、何しろフードサービスビジネスの根幹を成す概念ですから、しばらく後の回で丁寧に説明したいと思っています。今回は、上述程度の理解で次の議論を進めて参ります。

■「業態」という約束

ひとまず「良い店」とは、おいしい「料理」と、その提供にふさわしい適切な「サービス」と、そしてその「料理」および「サービス」に見合ったバランスのとれた店装などが醸し出す「雰囲気」という各要素が一体となって機能し、顧客のレストラン体験を満足させて顧客をして「良い店」と感じさせ、かつ再度の来店を誘引し、友人や周囲の人たちにその印象を伝えたくくなるような店だと規定することができます。

このように規定しますと、あと二つのことについて確認しておかなければならないことがあります。その一つは、「業態」という考え方です。もう一つは、その店の「客層」についてです。

上で、「居酒屋」とか高級「専門料理店」とか「ファストフード」とか「ファミリーレストラン」といった例を述べました。これらのレストランの呼称は、

● Column 1

公的統計の世界では、「小売業」(リテールビジネス)と「飲食業」(フードサービス)とは、歴然と区別されています。客席部を設けなくて「料理」をテイクアウトするだけの店は、「飲食業」ではなく「小売業」と格付けられます。「小売業」のなかの「飲食料点小売業」の

なかの「料理料点小売業」という言い方になります。店舗内で製造している場合でも「製造小売業」です。「中食」産業は、統計的にはほとんどがこの「料理料点小売業」とされています。客席部があって、テイクアウトの売上割合が少なければ「飲食業」(フードサービス)となります。

それぞれ顧客の利用動機をあらかじめ受け止めた店作りをしております。このような顧客の利用動機に対応したレストランのあり方を「業態」と言います。

例えば、「ファストフード」店は、消費者の「ファスト」で（素早い）手頃な腹満たし需要に対応した店という、共通した認識が世間一般にあります。これは消費者と店側（供給者側＝ビジネスの経営者側）とで共通認識されていますので、店の外見にもそのような心安さ感やカジュアル感を訴える設計や色使いを施し、一目でそのような「業態」であると視認できるように造作しています。

その意味で、「業態」を企ててより明瞭なものとするのは、消費者と店側とで相互に取り交わした約束ごとの履行であり、いわば契約書を守るということであると比喻すれば分かりやすいでしょうか。

ですから店側は、「業態」すなわち消費者の予期する「料理」「サービス」「雰囲気」の一体性を維持することに腐心しなければならないのです。店側が、この消費者との目に見えない契約書を反故にすることは許されません。仮に知らず知らずに契約書の中身（「業態」のイメージ）と店舗の現場とに齟齬が生じるようなことになると、すなわち「料理」と「サービス」と「雰囲気」との一体性が乖離するようになると、たちまちのうちにその店は消費者から見放されてしまうという末路を辿ることとなります。

ちなみに、これまで商品の対価すなわち「価格」のことについて述べてきませんでした。

消費者がレストランを利用しようと心構える時には当然のことですが、その利用動機に対応した利用

「価格」を想定します。そのレストランの「業態」に対応した「価格」です。いわゆる相場という「価格」感です。ですから、店側は、「業態」すなわちその店の「料理」と「サービス」と「雰囲気」を構想する時には、あらかじめその相場感に適合する「価格」設定をしなければなりません。「価格」はメニューにしか付されていませんが、そのメニュー「価格」は、提供商品全体の「価格」です。そして顧客が実際に利用「価格」を支払う段になった時に、想定「価格」よりも安く済めば、その店への好感度はいや増しすることでしょう。逆に、その想定「価格」より大幅に高額な場合には、その店の利用体験そのものが一挙に興覚めしてしまいます。

「業態」が、比喩的ですが消費者との「契約書」だと言うからには、当然のことながらその「業態」には消費者の支払い「価格」が裏書きされているということになります。要するに「業態」にはその「業態」に適合する「価格」帯があり、その幅を超えてはならないということが、事前「契約書」として明示されているということも確認しておきましょう。

顧客参加型ビジネス

その店に来店する顧客の大半は、その店があらかじめそのような「業態」の店であると認識し、そのような「業態」店の利用意向を持った顧客です。そして、そうした「業態」の利用意向を有さない消費者はその店の利用を避けることであろうから、必然的にその店には、同質の需要を有した消費者が集う

Column 2

高級な「料理」を、「立ち食い」という環境（サービス、雰囲気）で提供する「業態」が賑わっています。「俺のイタリアン銀座」「俺のフレンチ銀座」（2012年開店）など、「俺の株」が展開する「俺の」シリーズ店舗とか、「ベッパーフードサービス」の「いきなり！ステーキ」（2013年、銀座）は、マスコミでも注目され大賑わいのようです。これらは本文の「料理」「サービス」「雰囲気」の一体感、統一性を確保した「良い店」の原理とどのよう折り合うのでしょうか。

実は、これらのお店は、これまでのような高級な専門店ではなく、高級な「料理」と簡素な「サービス」と喧騒の「雰囲気」という要素で組み合わせた、そのような「業態」であると認識することができます。実際、消費者は慇懃な「サービス」を期待しているわけでも、ゆったりとした会話を楽しむような「雰囲気」を期待しているわ

けでもありません。ビジネスモデルとしたらむしろファストフードに近似です。一般の「ファストフード」としてみると「料理」のボリュームが大きいことと「価格」が突出して高いということに相違があるだけです。

そうであるならば、これらは実は昔から存在している「業態」であるとも言えます。江戸末期の屋台でのウナギのかば焼きとか、あるいは明治の中期以降に台頭した“一品西洋料理”を掲げた立ち食い屋台とかと相似形であるとも言えます。当時西洋料理店は庶民にとって高嶺の花でしたが、その廉価版であるこの西洋料理の屋台店は、各所にあったと記録されています。もちろん「客層」は両者では歴然と分かれておりました（茂木信太郎『外食産業テキストブック』（1996、日経BP社）33～34ページなどを参照ください）。

ということに結果します。これがその店の「客層」と言われる存在です。

つまり、ある「業態」の店は、その「業態」の利用意向を有した人たちにとっては居心地が良く、そうでない人たちにはあまり居心地が良くないということになります。うっかり異質な人たちや異なった動機を有した人がその店に入ってしまうと、「場違い」という印象を、その客も、そしてその店にすでに居る客たちも覚えます。その意味で、店側が「業態」を維持しようと腐心することは、このような「場違い」な利用客を呼び込まないようにする、あるいは来店を拒むような策や仕掛けをするということも必要なことなのです。「良い店」は、「良い店」であり続けるために、顧客をそれとなく選んでいるという裏側のストーリーもあると見るべきでしょう (Column3)。

それはともかくとして、「良い店」としては、「料理」と「サービス」と「雰囲気」との一体性を顧客に保

証するために、同質の「客層」がその店の客として参加しているということが欠かせない要素なのです。

そこで、あなたが利用したその店が「良い店」だという印象を持ったとすると、あなたはその店の「料理」「サービス」「雰囲気」の統一感に浸った体験をしたということなのですが、その場合、その店はその店に好ましい「客層」で席が埋まっていて、あなた自身もその「客層」となることに満足感を覚えたということなのです。あなたがその店にふさわしい客として参加することで、初めてその店は「良い店」であるという格付けを得ることができるわけです。要するに、あなたのその店での顧客としての振る舞いが、その店を「良い店」たらしめているのです。別の言い方をすると、その店があなたを顧客として選ぶことで「良い店」たらしめているという次第です。その意味では、レストランビジネスとは、顧客参加型のビジネスであるという見方ができますね。

Column 3

「料亭」という業態があります。「一見さんお断り」と言って、紹介のない客は利用することができません。あるいは馴染みの客に連れて行ってもらって初めて「料亭」を利用したとします。この時は「料亭」の女将のいわば“面接”を受けているような状態です。馴染み客の連れだからといって、無条件にその「料亭」の客となることはできません。お愛想良くどうぞ次からは馴染み客と一緒になくてもおいでくださいと言われても、もしかして“面接”に落ちたりしていると、電話で予約を入れても「あいにくその日は満席で」と言われて、結局いつまでも利用できないということもあります。

高級なお店では、ドレスコードがある場合もあります

ね。

これらは、みな「良い店」=「業態」を維持する上で客を選ぶという、最も基本的でシンプルな営業政策を実践しているに過ぎません。

これはある女性から聞いた話ですが、観光でパリに行った時に、いわゆる星付きレストラン（ミシュランガイドに掲載されている高級レストラン）にそれなりにお洒落な格好をして入ろうとしたら、店内はガラガラなのに、全席予約で埋まっていると入店を断られたそうです。そこで、いったんホテルに帰り、持参した和服に着替えて再度その店に出かけたら、大歓迎されたということでした。分かりやすい例ですね。

A.D.1992 第1版登場

A.D.1998 第2版

A.D.2001 第3版

A.D.2008 第4版

A.D.2011 第5版

and NOW...!!

厨房設備工学入門 第6版

発売中！

厨房工学監修委員会 監修

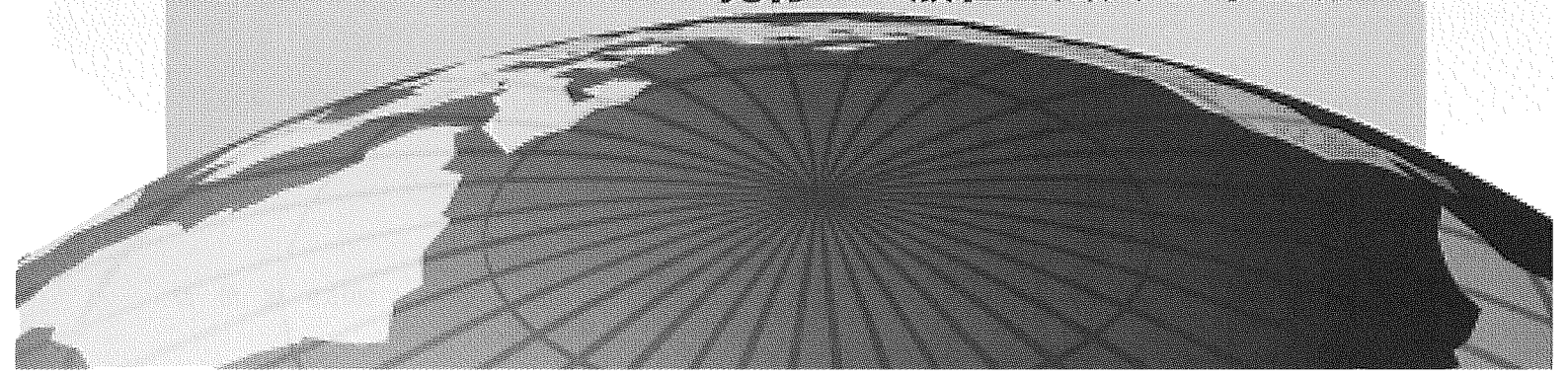
厨房設備工学入門 第6版

— 厨房設計 —

[厨房機器と厨房計画・設計・施工]

一般価格：8,640円 / 会員価格：6,480円 (いずれも送料・税込)

発行：一般社団法人 日本厨房工業会



魂

第12回

「厨房設計のプロとしての知識を磨く」(3) ～飲食店のテーブルサービスの基礎知識と理論を理解する

(一社)日本フードビジネスコンサルタント協会 竹谷 稔宏

飲食店にとって厨房とは何かを再認識する/ 「革故鼎新」の姿勢を持つことこそ 設計改革の扉を開く鍵である

1. 飲食店にとって厨房は心臓部である

厨房という存在は飲食店にとって何かと問うと、ことのほか曖昧で明確な解答が得られないことが多く、飲食店の厨房設計を担う専門家としては、しっかりとした自覚や意識を持っておきたいところだろう。

一般的に飲食店の店作りに際しては、デザイナーやクライアント側の興味は、内装デザインや客席数の確保に視点が集まることが多く、とかく厨房という存在は店の片隅に追いやられることが常である。

しかし本来の飲食店のオペレーションを配慮すれば、まず繁忙時に料理はスムーズに遅延なくサービスされることが理想的であるはずが(客席に客を詰め込むだけ詰め込むために)、厨房が狭くあるいは厨房機能や能力が客席数に対して十分でないため繁忙時の注文に厨房側のオペレーションが対応できないという問題は多く発生していることが多々ある(客席数と厨房機能のバランスがとれていない原因)。

この理由は、クライアント側の意見とし売上を確保するためには、一定の客席数を確保しなければ、売上を上げることはできないことはもっともな理由であるものの、客席数と厨房機能やスペースを狭くして繁忙時に注文を提供できないのであれば(それは同様のことであり)、来店して来る客に迷惑や不満を残すことになり、リピートは望めないばかりか

むしろ逆効果になることを自覚しておかなければならない。

本来であれば、その間違った店作りの計画に苦言を呈するのも、厨房設計者の役割であるはずが、なかなかクライアントやデザイナーに対して意見を言えないということが現実であり、もっとその店作り平面計画に「待った!」をかけるぐらいの理論武装や説得力ある厨房計画を提案することが求められるところであろう。

客席数確保やデザイン優先の平面計画に厨房側の意見として図面調整を提案できない理由は、まさに厨房計画そのものに、理論的かつ説得力ある厨房内容になっていないことあるいはメニューと厨房の関係の情報が欠落していることが現実であることに他ならない。

つまり飲食店の店作りとは、いかに客席数と厨房のスペースや機能のバランス調整が大切であり、特に厨房設計の役割は、繁忙時に料理が遅延なくスムーズに提供できることを想定し、全体計画に臨むことが大切であることを理解しておかなければならない。

何故ならば、現実的に店作りの計画段階でいくらか多くの客席数を確保しても、繁忙時に料理を遅延なくサービスできなければ、客に不満を残すだけでなく、客席回転が上がらないため、売上は低下して来ることなど、厨房のスペース確保や機能の必要性をクライアントやデザイナーに理解してもらうための理論的内容と説明が必要になることを忘れてはならない。

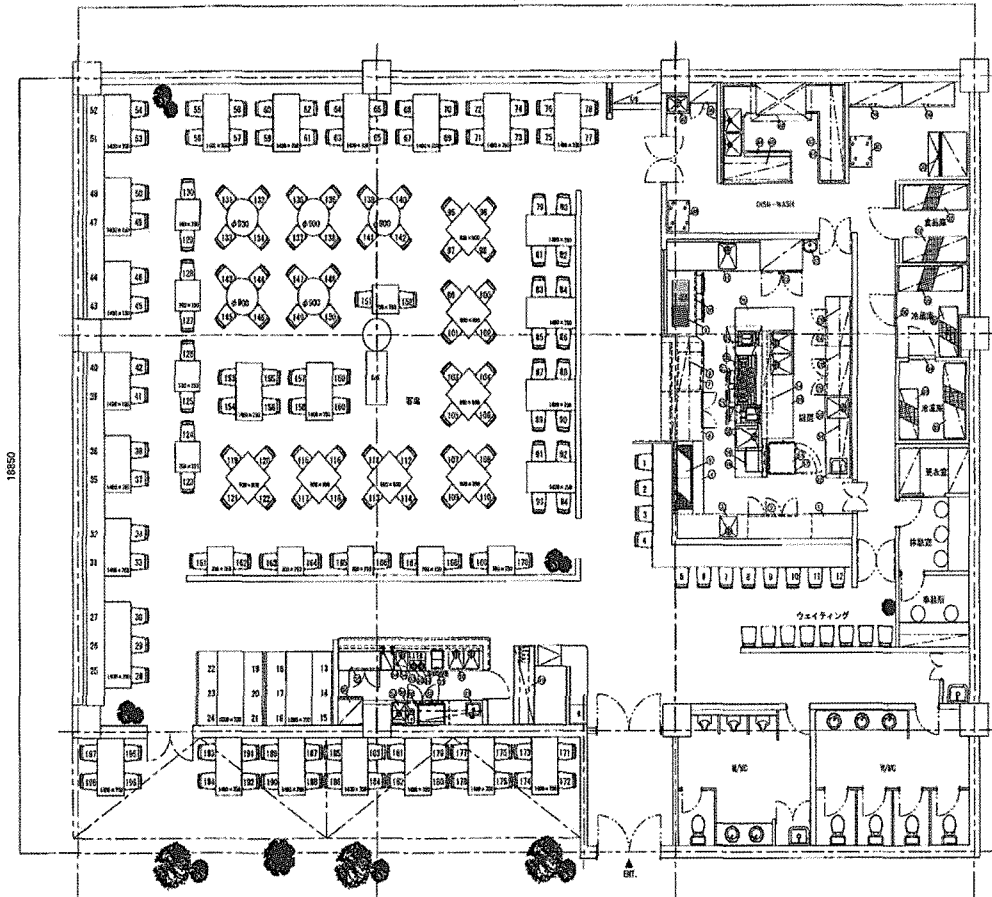


図1 イタリアンレストラン事例

ただ単に厨房計画上で厨房スペースは全体面積のこのスペースが欲しいという広さの根拠や客席と厨房スペースのバランス調整が必要であり、また事業計画上も客席数は確保できているということの前提条件がなければ、いくら良い意見や厨房計画を提案しても、その厨房設計側の意見はなかなか通らないことが常であろう。

しかし飲食店の店作りの際には、ただ単に売上確保のために客席数を多く確保しても、厨房の効率性や機能が整っていないければ、スムーズに料理を提供することができないことを説得できる知識と説得内容を持っていないと行かない。

この厨房設計に際しての基本理論は、いかなる業種・業態によっても変わるものではなく（テーブルサービスレストラン、ファストフードなど）店作りの企画においては厨房の機能や役割や具体的な厨房計画のストーリーを十分に認識しておくことが大切である。生きた厨房計画の提案こそ、クライアントやデザイナーを説得するための武器であることを理解しておくことである。いわば飲食店の企画に際しては、厨房は「飲食店にとって心臓部の役割」を担っていることを自覚しておかなければならない。

2. 厨房計画とメニュー内容の関係/厨房計画はメニュー情報を反映すること

厨房計画の基本は繁忙時のメニュー出数の多い料理の調理機器を中心に厨房機器の配置構成や計画が進められることが理想的であり、これまでの慣習のように、ただ単に厨房機器を空いた厨房スペースに配置すればよいということではないことを理解しておかなければならない。

この厨房計画の進め方から脱却できない理由は、飲食店の料理の調理工程やメニュー情報、主軸メニューはどのように厨房計画に関わって来るものかなど、真剣に図面と向き合うことがないことが大きな原因の一つであろう。

また厨房設計のプロとして厨房計画をする際には、白い図面に厨房機器を配置することが優先されて、その企画する飲食店の情報収集が起点になっていない所に大きな問題があることを忘れてはならない。

しかし生きた厨房図面とは、企画する飲食店の主軸メニューやその他メニュー内容や調理オペレーションに合わせて厨房計画を進めて行くことが理想的な進め方であることを自覚しなければならない。

特にメニュー情報を収集する、あるいは飲食店の企画に合わせて想定する際には、メニューの主軸メニューやメニューのABC分析のメニュー構成比率や出数構成と調理機器の関係を想定できることが理想的であり（例えば、参考図のABC分析は売上構成比率別売上順位であり、その調理機器の種類を左側に記載したもの）、厨房計画そのものが何の根拠も資料もなく進められることを配慮すれば、メニュー情報や調理オペレーションなど現実との差異を埋める大きな進歩であろうし、後々動線が交錯して「動きづらい」あるいは主軸メニューを効率的に

ABC分析データ (2015年2月度)

	順位	メニュー	合計	比率	ABC
	1	お通し	124410	17.55%	A
C	2	魚肉ソーセージ	16299	2.30%	A
F/Fc	3	かきフライ	12529	1.77%	A
F/C	4	若鶏の唐あげ	11968	1.69%	A
F/Fc	5	ポテトフライ	11534	1.63%	A
舟	6	オニオンスライス	11528	1.63%	A
G/C	7	樺太いしゃも (4尾)	11452	1.62%	A
舟	8	ゆでキャベツピリ辛温サラダ	11424	1.61%	A
F/Fc	9	串揚げでっせ	11272	1.59%	A
	10	豆腐チゲ鍋	11230	1.58%	A
舟/F	11	いか山盛り天ぷら	10896	1.54%	A
舟	12	にぎり寿司8貫	9869	1.39%	A
舟	13	お刺身5点盛り	9792	1.38%	A
C	14	らっきよ	9500	1.34%	A
舟	15	おすすり2	9274	1.31%	A
舟	16	おすすり4	9019	1.27%	A
G/Fc	17	鹿児島産豚餃子	8905	1.26%	A
舟	18	おすすり1	8816	1.24%	A
舟/G	19	いか丸ごと焼き	8809	1.24%	A
F/Fc	20	鶏軟骨唐揚げ	8512	1.20%	A
	21	ごはんセット	8405	1.19%	A
B/C	22	もつ煮込み	8130	1.15%	A
C	23	枝豆	8064	1.14%	A
G	24	厚揚げ焼き	8002	1.13%	A
舟	25	おすすり3	7901	1.11%	A
G	26	エイヒレ	7880	1.11%	A
舟/B	27	まぐろあら煮	7489	1.06%	A
G/C	28	ほっけ一夜干し	7426	1.05%	A
G/C	29	特大さば一夜干し	7311	1.03%	A
C	30	たこわさび	7265	1.02%	A
舟	31	シーザーサラダ	7199	1.02%	A
舟	32	にぎり寿司5貫	7141	1.01%	A
C	33	塩こんぶキャベツ	7063	1.00%	A
C	34	きゅうり浅漬け	7054	0.99%	A
G/C	35	明太ポテトチーズ焼き	7040	0.99%	A
B/C	36	湯豆腐	7036	0.99%	A
G/Fc	37	焼きおにぎり	6875	0.97%	A
舟	38	まぐろ中どろ	6828	0.96%	A
G/Fc	39	マルゲリータピザ	6635	0.94%	A
舟	40	おすすり5	6575	0.93%	A
舟	41	おすすり6	6523	0.92%	A
G	42	厚焼きたまご	6505	0.92%	A
	43	かき鍋	6401	0.90%	A
舟	44	おすすり7	6388	0.90%	A
G	45	焼うどん	6288	0.89%	A
舟	46	しめさば	6284	0.89%	A
C	47	冷奴(中)	6153	0.87%	A
C	48	しらすおろし	6019	0.85%	A
舟	49	おすすり8	5963	0.84%	A
F/Fc	50	たこの唐あげ	5796	0.82%	A
舟	51	おすすり9	5789	0.82%	A
舟/C	52	あげだし豆腐	5651	0.80%	A
舟	53	まぐろ	5547	0.78%	A
舟	54	サーモン	5530	0.78%	A
舟	55	おすすり10	5479	0.77%	A
	56	さくらコース	5353	0.75%	B
	57	海鮮寄せ鍋	5325	0.75%	B
F/C	58	ざつぽ揚げ	5310	0.75%	B
舟/G	59	小あじ南蛮漬け	5153	0.73%	B
F/Fc	60	クリーミーかにコロケ	5122	0.72%	B
C	61	冷奴(大)	4996	0.70%	B
F	62	にんにく揚げ	4901	0.69%	B
S/Fc	63	ピリ辛ホルモン炒め	4842	0.68%	B
C	64	漬け物盛り合わせ	4831	0.68%	B
Fc	65	黒みつきなごアイス	4540	0.64%	B
S/C	66	つぶ貝ガーリックバター	4444	0.63%	B
C	67	めざし(3尾)	4336	0.61%	B
C	68	あん肝ボン酢	4321	0.61%	B
	69	鍋友ごはん	3904	0.55%	B
C	70	こはだ酢	3611	0.51%	B
舟	71	おすすり11	3596	0.51%	C
舟	72	びんとろ	3430	0.48%	C
C	73	冷やしトマト	3395	0.48%	C
舟	74	おすすり12	3377	0.48%	C
	75	特製お茶漬け	3359	0.47%	C
B/C	76	まぐろラーメン	3333	0.47%	C
舟	77	うに	3278	0.46%	C
B/C	78	鍋友うどん	3164	0.45%	C
舟	79	ツナグリーンサラダ	3120	0.44%	C
	80	バケット	3057	0.43%	C
B/Fc	81	真だことつぶ貝のエスカルゴ風	2950	0.42%	C
舟	82	さくら海鮮サラダ	2855	0.40%	C
G/Fc	83	シーフードピザ	2775	0.39%	C
B/C	84	鍋友ラーメン	2718	0.38%	C
Fc	85	シューアイス	2514	0.35%	C
	86	お刺身定食	2499	0.35%	C
S/C	87	海老といかとセロリの塩炒め	2075	0.29%	C
舟	88	おすすり13	1997	0.28%	C
B	89	牛筋煮込みとおこげ	1997	0.28%	C
舟	90	おすすり14	1865	0.26%	C
B/C	91	海老ときのこのアヒージョ	1753	0.25%	C
St/C	92	海鮮野菜せいろ蒸し	1719	0.24%	C
	93	ふじコース	1330	0.19%	C
舟	94	おすすり16	1273	0.18%	C
B/C	95	さば味噌煮定食	1248	0.18%	C
	96	その他フード	1125	0.16%	C
舟	97	おすすり15	1043	0.15%	C
St/C	98	鍋野菜	882	0.12%	C
St/C	99	鍋とうふ	875	0.12%	C
C	100	アクアパッツァ	824	0.12%	C
	101	イベント1	803	0.11%	C
G/C	102	白身魚とキャベツのねぎソース	778	0.11%	C
舟	103	おすすり6	765	0.11%	C
C	104	ラーメン替え玉	630	0.09%	C
舟	105	おすすり17	345	0.05%	C
舟	106	おすすり18	305	0.04%	C
	107	女子会コース	202	0.03%	C
	108	うめコース	71	0.01%	C
	109	イベント2	30	0.00%	C
	110	昼会コース	23	0.00%	C

- 舟 … 舟形コールド
- C … 冷蔵機器
- Fc … 冷凍機器
- G … 焼く
- F … 揚げる
- B … 茹でる、煮る
- S … 炒める
- St … 蒸す

表1 メニュー売上構成別ABC分析例

提供できるシステムになっていないというクレームから抜け出す一歩につながることを理解しておくことである。

何故にメニュー情報や企画する飲食店の事業計画や情報なしに厨房計画が進められてしまうかは不可思議なことであり、現実的に飲食店の企画と適合していない「絵に描いた餅」手法による厨房計画をしているならば、その設計手法から理想的な生きた図面計画の設計手法へと厨房設計の手順や進め方を変えていく必要があるだろう。

また厨房計画や厨房スタイル(厨房配置とオペレーション)は、業種・業態によって変化して来る

ことが多く、企画する業種・業態に合わせて厨房スタイルを決定し、具体的に機器配置を計画して行くことになる。

つまりその厨房計画や厨房機器配置を具体化していく基準は、あくまでそこで提供されるメニューの売上構成や繁忙時の出数によって主軸になる調理機器を中心に厨房計画を進めて行くことが理想的であることを忘れてはならない。

もちろん、企画段階でもその店の主軸メニューや料理内容(焼く、煮る、茹でる、その他)は決定して行くことであり、そのメニューに合わせて厨房計画を進めなければ、繁忙時に効率的かつ機能的なオ

業種・業態	席数	メニュー数		備考
		料理	ドリンク	
居酒屋	129	60-80	80-90	
ファミリーレストラン	110	80-110	25-30	
イタリアンレストラン	62	50-60	60-70	
フレンチレストラン	62	50-60	90-120	
ピッツェリア	52	40-50	30-40	
ステーキレストラン	107	70-80	40-50	
ハンバーグレストラン	115	80-90	30-40	
焼肉レストラン	73	80-100	60-70	
中華料理店	95	90-100	50-60	
ラーメン店	22	30-50	10-15	
お好み焼き店	56	90-110	50-60	
カフェテリア	112	40-60	20-30	
ビアレストラン	61	60-80	60-80	
ハンバーガーショップ	94	30-40	10-25	
和定食屋	88	80-120	30-40	
牛丼店	26	50-60	10-15	
寿司店	37	80-90	30-40	
天ぷら専門店	55	80-90	50-60	
とんかつ専門店	67	50-60	10-20	
そば/うどん店	52	50-60	20-30	
カレー専門店	37	30-50	10-20	

表2 業種・業態別客席数とメニュー数の関係（参考指標）

ペレージョンにつながって行かないことを自覚しておかなければならない。

また企画する飲食店の客席数とメニュー数の関係も、厨房計画を進める上で重要な情報になることであり、メニュー数がやたらに多いとか、調理手法の幅が多様な調理機器を利用する内容になっているとか、基本的な飲食店の業種業態の客席数とメニュー数の関係を知識として理解しておくことも、理想的な厨房計画に近付けるための情報であろう。

現実的には、メニュー計画の段階でクライアント側から想定出数のABC分析や主軸メニュー内容の情報を聞き出すことは理想的であるものの、そうであるからと言って、ただ単に何となく調理機器を配置しているという厨房計画は理想的な厨房計画とは言えないことを理解しなければならない。さらに厨房内で働くスタッフがプロの職人であるか、あるいはアルバイト、パートを主軸でオペレーションを行うことを想定しているかによっても、その厨房機器選定や調理方法を配慮した計画にしなければならないことを自覚しておかなければならない。

つまり客席に対するメニュー計画（主軸メニュー内容・出数・種類）は調理内容や厨房計画と非常に密接な関係にあり、メニュー計画資料なしに厨房計画を進めることができないことを忘れてはならない。

業種・業態によってもメニュー数は異なって来るものの、メニュー数が多ければ多いほど料理遅延を発生することが多くなることを理解しておかなければならない。

また厨房設計に必要なメニュー情報や事業計画のデータは、入手できなければ飲食店の企画に合わせて想定できるぐらいの知識集積と経験を積み上げて行くことがプロとしてのプライドであると肝に銘じておくことであろう。

いわば、「革故鼎新」^{かいこていしん}（古い習慣や制度などを新しいものに改正すること）の姿勢を持って、これまでの古臭い慣習から抜け出し、生きた設計手法へと改めて行くことこそ、新しい設計改革の扉を開く鍵になることを忘れてはならない。

「工業会会員による点検・買い換え促進キャンペーン」ポスター配布のご案内

一般社団法人日本厨房工業会
広報編集委員会

一般社団法人日本厨房工業会では、「工業会会員による点検・買い換え促進キャンペーン」のポスターを作成致しました。これは、

- 工業会会員さまと工業会の知名度の向上
- 定期メンテナンスの実施による買い換え需要の掘り起こしまたは買い換え計画の提案
- クライアント/ユーザーさまが提供する商品の品質の安定・生産性の向上・機器の安全と安心・清掃することによる事故防止

を目的とし、工業会会員のクライアント並びにユーザーさまに厨房機器の定期点検を促進し、食の安全・安心の意識を高めていただくことを旨としており、今後官公庁等へPRして行く予定です。

会員の皆さまには現在厨房機器を使用されているクライアント/ユーザーさまにこのポスターを頒布していただき、是非今後のビジネスにお役立ていただければと存じます。

ポスターのデータはPDF形式です。工業会のホームページ (<http://www.jfea.or.jp/>) からダウンロードし、印刷してお使いください。A4判・カラーでの印刷を推奨しておりますが、モノクロ印刷でも利用できるデザインとなっております。



安全が
第一だぜ
俺は
昔から
言っ
て
きたはずだ

業務用厨房機器を御購入後の2年目以降は
1年ごとの点検をお勧めします。

メンテナンスの際は当社にご相談ください。

JFE 一般社団法人
日本厨房工業会

※使用例

- 印刷したポスターをクライアント/ユーザー様にお渡しし、厨房機器や従業員室等に貼るようにお勧めしてください。
- 応接室等、外部の方に見える所に貼ってください。
- チラシとして、商品カタログやマニュアル等に折り込んでください。

その他ご不明な点は、事務局まで、お問い合わせください。

本ポスターの著作権並びにキャラクター肖像権は、一般社団法人日本厨房工業会に属します。使用・配布形態に関しては、特に制限はございません。ただしポスター右下の「会員名記入・刻印欄」に貴社名を入れる以外の改変を行っての配布、有償での配布や商品化等の二次使用についてはご遠慮くださるようお願い申し上げます。

一般社団法人 日本厨房工業会
東京都港区東麻布1-27-8 厨房機器会館
TEL 03-3585-7251 FAX 03-3585-0170

ホシザキ電機株式会社

支 部	会員No.
東海北陸	331

「オリジナル製品を持たない企業に飛躍はない」をモットーに、
世界に羽ばたく総合フードサービス機器メーカー。



代表取締役会長兼社長
坂本 精志

——貴社設立のきっかけについてお教えください。

当社は1947（昭和22）年、フロンティア・スピリット（開拓者精神）旺盛なエンジニア・坂本薫俊によって設立されました。戦後の混乱期、成長期であった創業当初は計算尺の製造販売、ミシン面板の製造などを中心に、さまざまな事業を試行錯誤して来ました。転機が訪れたのは1957（昭和32）年に日本初のジュース自動販売機を自社開発した頃で、噴水

型のジュース自動販売機は“街のオアシス”として一世を風靡。その後数々の危機を経験するも、「オリジナル製品を持たない企業に飛躍はない」をモットーに、今のホシザキの礎となる日本初の全自動製氷機を開発、製造販売を始めたのが1965（昭和40）年でした。

エンジニアであった創業者のスピリットを受け継ぎ、その後生ビールディスペンサー、業務用冷凍冷蔵庫、食器洗浄機、スチームコンベクションオープンや衛生管理に役立つ電解水生成装置を製造販売し、働きやすい厨房環境を整えるお手伝いをさせていただいております。

——提供している製品・サービスについてお願い致します。

ホシザキグループの主力製品は、全自動製氷機、業務用冷凍冷蔵庫、業務用食器洗浄機、生ビールディスペンサーをはじめとする各種業務用フードサービス機器です。お客さまのニーズに合わせてトータルで厨房をサポートするため、冷機器に留まらず、スチームコンベクションオープンなど、多岐にわたるフードサービス機器の開発・製造を行っています。

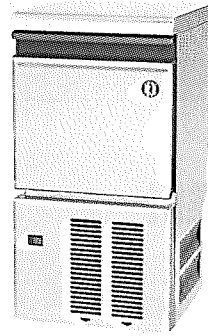
また、お客さまへ総合厨房をご提案をする中で、当社グループの製品だけでなく、厨房関連商品を他



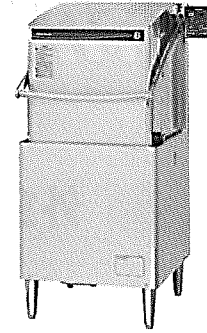
本館全景



業務用冷凍冷蔵庫 [HRF-120ZT]



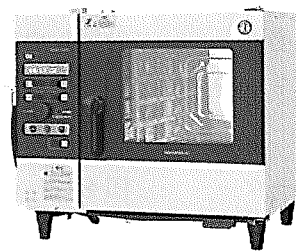
全自動製氷機 [IM-25M-1]



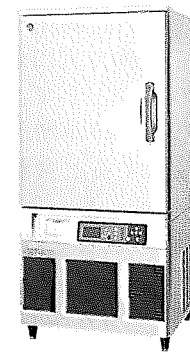
業務用食器洗浄機 [JWE-680UB]



真空包装機 [HPS-300A]



スチームコンベクションオーブン [MIC-5TB3]



ブラストチラー&ショックフリーザー [HBC-12A3]

社から仕入れて販売しております。「より快適で効率的な食環境へ向けて、新たな提案と迅速かつ高品質なサービスを提供する」という企業理念の下、お客さまの効率的な厨房作りをサポート致します。

さらに、保守・修理サービスにも力を入れ、修理だけでなく、製品をより長くお使いいただけるように定期点検を行う「保守契約制度」などのサービスも提供しています。

——貴社のセールスポイントについてお願い致します。

ホシザキ電機は総合フードサービス機器メーカーです。「オリジナル製品を持たない企業に飛躍はない」「極限への挑戦」をモットーに、技術と創造力によるものづくりに挑戦し続けています。

北海道から沖縄まで全国各地に430カ所以上の営業所を設置し、きめ細かな地域密着型のサービス&サポート体制を構築しています。万一のトラブル時には、ただちにサービスマンが駆け付け、「即日対応」を心がけています。営業・サービス担当がお客さまからお声がけした生の声を開発者へ届け、製品開発に生かすよう工夫をしています。

——工業会、厨房業界についてのご意見や今後の抱負をお願い致します。

グローバル化が進んでいる中で、海外進出されるお客さまも多くなって参りました。欧米、アジアに製造・営業拠点を持つホシザキグループでお客さま

の海外進出を日本国内同様にバックアップし、サポートできるようグループ発展をして参りたいと存じます。

- 設立
1947年2月
- 代表者
坂本 精志
- 資本金
79億81百万円
- 従業員数
連結12,504名、単体1,193名
- 業種
全自動製氷機、業務用冷凍冷蔵庫、業務用食器洗浄機をはじめとする各種フードサービス機器の研究開発および製造販売
- 主要取引先
外食産業、ホテル、レストラン、病院、福祉施設、学校、官公庁、スーパーマーケット、コンビニエンスストア、他
- 本社
〒470-1194 愛知県豊明市栄町南館3-16
TEL0562-96-1111 FAX0562-97-7427
- 関連会社、工場
国内販売15社、(株)ネスター、ホシザキ・アメリカ、ホシザキ・ヨーロッパ、星崎冷熱機械（上海）有限公司、星崎電機（蘇州）有限公司、ランサーコーポレーション、グラムコマーシャル、ウェスタンレフリジレーションなど連結子会社国内17社、海外38社、計55社
- ホームページ
<http://www.hoshizaki.co.jp>
※各データは2015年6月30日現在

最新外食トレンド2015

No.9 外食・中食の将来推計

宮城大学食産業学部
堀田 宗徳

1. はじめに

現在、少子高齢化が急速に進展しており、それに伴って全体の人口が減少している。食を規定する要因の一つとして、人口の増減が挙げられる。すなわち、人口が増加すると食料の増産が必要となり、減少すると食料も減少するということである。

わが国は人口減少の方向に向かっており、食料が減少することになり、そのことは、食マーケットの縮小につながることになる。

一方、外食は、景気に影響されることが分かっている。外食のマーケットは、一般経済の動向より半年から1年後に表れて来る景気動向指数の遅行指数と相関が強い。

これにより、外食は景気が良くなればマーケットは拡大する要素が増し、景気が悪くなれば縮小する要素が出て来ることになる。

中食は、景気動向との関係は判明しないが、異常事態での食として大きく寄与する面があり、また、高齢化対応としても有望な市場と考えられている。

このような状況の中、本稿ではこれからの食、外食、中食はどのようになって行くのか、数少ないデータであるが、それを基に考察を試みるものである。

2. 食マーケットの現状

外食産業は、以前本連載でも述べた通り、3年連続の増加となっており、マーケットは拡大している。

しかし、内閣府経済社会総合研究所の「国民経済計算」や（公財）食の安全・安心財団の「外食産業市場規模推計値」等から推計した内食、中食、外食のマーケットの合計を食全体マーケットと考えた時、食全体のマーケットは平成10年の77兆8,575億円をピークに、毎年縮小傾向となっている。

特に外食産業のマーケットの減少が食全体マーケットに影響を与えていることがうかがえる。平成25年の食全体のマーケット、68兆1,130億円をピーク時と比較すると、ここ2年間は全体的に前年実績を上回ったとはいえ、9兆7,445億円の減少となっている。この減少したマーケットは、ほぼコンビニエンスストアの年間販売額に相当する金額である。減少している要因としては、景気の低迷、それと関連してデフレ経済下であったこと、高齢者世帯の増加、食の多様化などが考えられる。

景気の低迷やデフレ経済は、前述したように外食産業にとってマイナス要因となる。また、高齢化世帯の増加については、食の量の減少により、購入金額が減少するということになる。また、食の多様化なども挙げられ、これは内食にも中食にも外食にも該当しない食が存在していることを意味している。また、この時点での人口減少は加味されていないの

実数

(単位：億円)

	平成元年	平成10年	平成15年	平成16年	平成17年	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年	平成23年	平成24年	平成25年
内食	382,767	449,657	422,355	421,764	400,898	402,591	410,968	409,865	367,426	369,168	354,643	369,457	381,264
中食	18,785	43,957	52,576	53,196	55,158	56,047	56,581	55,313	55,682	56,893	57,783	59,461	59,746
外食	234,714	284,961	245,684	244,825	243,903	245,523	245,908	245,068	236,599	234,887	228,282	232,217	240,120
食全体	636,266	778,575	720,615	719,785	699,959	704,161	713,466	710,165	659,707	660,948	640,708	661,135	681,130

増減率

(単位：%)

	H10年/H11年	H15年/H10年	平成16年	平成17年	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年	平成23年	平成24年	平成25年
内食	17.5	▲6.1	▲0.1	▲4.9	0.4	2.1	▲0.3	▲10.4	0.5	▲3.9	4.2	3.2
中食	134.0	19.6	1.2	3.7	1.6	1.0	▲2.2	0.7	2.2	1.6	2.9	0.5
外食	21.4	▲13.8	▲0.3	▲0.4	0.7	0.2	▲0.3	▲3.5	▲0.7	▲2.8	1.7	3.4
食全体	22.4	▲7.4	▲0.1	▲2.8	0.6	1.3	▲0.5	▲7.1	0.2	▲3.1	3.2	3.0

図1 食マーケットの推移

資料：内閣府「国民経済計算」、外食総研「外食産業市場規模推計値」などにより推計

で、今後、人口減少が顕著に表れて来ると、ますます食全体のマーケットは減少することが考えられる。一方、今後、景気が良くなると外食マーケットが拡大する可能性があり、食全体のマーケットの減少を抑制することも考えられる。

3. 将来の外食・中食

平成25年の外食率は35.3%、食の外部化率は44.0%となっている。

外食率とは食費に占める外食費の割合、食の外部化率とは食費に占める食を外部に依存している費用の割合、すなわち食費に占める外食費と中食費の合計の割合を指す。

ある統計によると、この食の外部化率は2040年には70%になると予想しているものもある。食の外部化率が70%になると、大部分、家庭内で調理をしなくなる可能性がある。

食の外部化率上昇の要因の一つが、中食の拡大である。現在、中食マーケットは約8兆円から9兆円と推計されているが、さらにマーケットが拡大する傾向にある。

一方、昨年、農林水産政策研究所から、興味深い推計値が「人口減少局面における食料消費の将来推計」として公表された。

それによると、二人以上世帯と単身世帯の合計である全世帯において、食費に占める割合は外食が微減、生鮮食品が大きく減少、加工食品が大きく拡大する推計値が公表された。

一概に、外食と加工食品を加えたものが食の外部化率とは言えないが、食の外部化が将来にわたって拡大することを物語っている。

加工食品を品目ごとに見ると、最も拡大するの

は調理食品（調理済み食品＝中食）であり、油脂・調味料、飲料、菓子類なども拡大が予想されている。減少が予想されている生鮮食品では、肉類、魚介類が減少する傾向と推計され、その他にも野菜・海藻なども漸次、減少する方向にある。

4. まとめ

将来の食全体のマーケットは、人口が減少して行くことにより、マクロ的には縮小する方向にあるが、外食産業は人口以外の規定要因として、景気動向にも左右される。そのことから外食産業だけを見ると、今後、人口減少と景気動向との間で増減を繰り返して行くのではないかと考えられる。

また、消費者の食費に占める加工食品の割合が年々拡大して行き、その中でも調理食品が顕著であることから中食の拡大が今後も見込まれる。そのような状況の中、外食企業をはじめとして他産業からの中食への参入が活発化し、競争が激化する可能性もある。

中食産業も将来は、付加価値を伴った商品が差別化の一つになることも考えられる。

一方で、生鮮食品の割合が縮小しており、極端な言い方をすれば、将来、家庭で調理をして喫食する場面がほとんど見られなくなることも考えられる。

そのような形になって行くと、産地としても現在行われている消費者向けの栽培や、出荷から食品メーカーや外食・中食などの業務用対応の生産にシフトすることが必要となって来る。

産地サイドも大きな転換が将来待ち受けていることになり、もうそろそろ将来を見据えた生産体制を考える時期に来ているのではないだろうか。

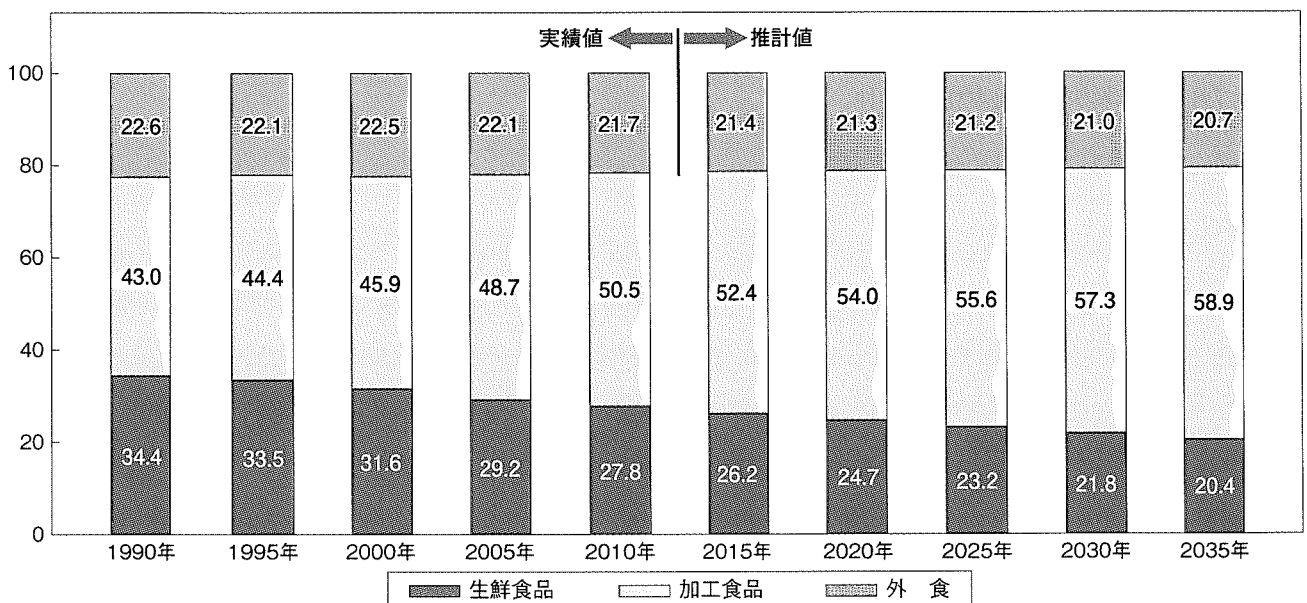


図2 食費に占める生鮮・加工・外食の割合の推移

資料：農林水産政策研究所「人口減少局面における食料消費の将来推計」（平成26年6月）

【1】7月の相談受付の概要

(1) 受付件数

受付件数は9件で前年同月の24件に対して37.5%。

(2) 特徴

- ◇ 事故クレームは、0件。
- ◇ 品質クレームは、0件。
- ◇ 一般相談は、13年使用のガス給湯器の電源（リモコンスイッチ）が勝手に入り、浴槽から湯が溢れ出していた。メーカーは経年劣化による故障だと言うが欠陥品ではないか等1件。
- ◇ 問合せは、未使用でまだガスが入っている20年ほど前のカセットこんろ用容器を処分したいのだが、どうしたらよいか等8件。

【2】受付実績

(単位：件数)

相談者／内容	事故クレーム	品質クレーム	一般相談	問い合わせ	合計（構成比）
消費者	0	0	1	3	4(44.5)
事業者	0	0	0	2	2(22.2)
司法・行政	0	0	0	3	3(33.3)
その他	0	0	0	0	0(0.0)
合計（構成比）	0(0.0)	0(0.0)	1(11.1)	8(88.9)	9(100.0)

注) 前年同月の受付件数は24件、事故クレーム件数は3件

【3】主な関係行事

- (1) 消費生活センター訪問：富山県消費生活センター・富山市消費生活センター（7/7）
石川県消費生活支援センター・金沢市近江町消費生活センター（7/8）
- (2) 理事会：一般社団法人 日本ガス石油機器工業会 理事会（7/17 工業会会議室）

【4】事故クレーム

7月度の事故クレーム件数は0件。

【5】未解決の案件処理状況（インフォメーションで掲載した事故案件）

7月度の未解決案件処理件数は0件。

■図書料金表

図 書 名	定 価 (税込)	送 料	合 計
月刊「厨房」 (半年)	2,592円	共	2,592円
〃 (年間)	5,184円	共	5,184円
〃 (厨房設備士価格、年間のみ)	3,240円	共	3,240円
厨房設備工学入門 第6版	8,640円	共	8,640円
〃 (会員企業価格)	6,480円	共	6,480円
業務用厨房関係法令集 2015年版	5,000円	共	5,000円
〃 (会員企業価格)	4,000円	共	4,000円
業務用厨房設計事例集	12,000円	460円	12,460円
〃 (会員企業価格)	9,600円	460円	10,060円
会員名簿(平成26年度版)	2,400円	共	2,400円

■図書申込書 (FAXにてお申し込みください)

月刊「厨房」

年 月号から半年間	各 冊	業務用厨房関係法令集 2015年版	冊
年 月号から1年間	各 冊	業務用厨房設計事例集	冊
厨房設備工学入門 第6版	冊	会員名簿(平成26年度版)	冊
合計金額			円

申込書 (記入もれのないようご注意ください)

購入目的: 厨房設備士資格受験 厨房設備施工技能士資格受験 その他

会社名: _____ 電話: _____ FAX: _____

送付先: 〒 _____

氏名: _____ 部課名: _____

厨房設備士登録番号: _____

銀行口座 みずほ銀行芝支店 普通口座 No.2319216

(最寄の金融機関にて直接お振り込みください)

郵便振替 00180-8-175280 (郵便局備え付けの青い用紙をお使いください)

書 留 〒106-0044 東京都港区東麻布1-27-8

いずれも名義は(社)日本厨房工業会

注意事項

- * 発送は入金確認後になります。
- * 請求書は発行いたしません。領収書は書留の場合のみ発行します。
- * 振り込み料は各自ご負担ください。
- * 3ヵ月経過してもご入金を確認できない場合は、お申し込み取り消しとして処理させていただきます。
- * 複数冊ご購入される場合、沖縄県・離島・海外等へ発送する場合の送料はお問い合わせください。
- * 定期購読での途中解約による返金はありません。ご了承ください。

一般社団法人日本厨房工業会 〒106-0044 東京都港区東麻布1-27-8
TEL03-3585-7251 FAX03-3585-0170

JFEA業務用厨房設備機器基準登録制度・登録一覧

JFEA業務用厨房設備機器基準は、食品設備機器の材料、構造、強度、性能、取り扱いおよび表示に関する最小限の要求事項を定めることにより、食品衛生、使用者の安全および環境保全に寄与することを目的とし、制定しました。技術基準は、業務用厨房設備機器共通基準とそれを補う6つの個別基準（業務用厨房板金製品基準、業務用厨房熱機器基準、業務用冷蔵庫・冷凍庫基準、業務用厨房食品加工機器基準、業務用厨房サービス機器基準、業務用食器洗浄機基準）により構成されています。

前記の技術基準に製品が適合しているか否かを自主検査員により確認し、適合した機器を一般社団法人日本厨房工業会に登録する制度です。

※JFEA業務用厨房設備機器基準は日本厨房工業会HPにて公開されています。



会社名	分類	親型式 (シリーズ)
株式会社コメットカトウ	レンジ	DX2-1575FJ
	テーブルレンジ	CI-157-□□□T
		DX2-1575T
	ローレンジ	CI-157-□□□L
		DX2-1275L
	立体炊飯器	CRA2-150NJ
	フライヤ	CF2-GA18
CF2-GA23W		
CF2-GD27		
タニコー株式会社	レンジ	THI-3NN
		TSGR-1532A-J
	テーブルレンジ	TIH-S555N
		TSGT-1532-SP
		TSGT-1843A
	煮炊釜	TE-100TP
	炊飯器	TGRC-2CDT
	フライヤ	D-TGFL-C130W-J
		TIFL-105WN-J
	麺ゆで器	TU-90AWN-J
	ドアタイプ洗浄機	TDWD-6G (R,L)
	台	D-MT-180B-J
		TTS-WCT-180ANB-J
		TTS-WCT-180DNB-J
		TTS-WT-180ADNB-J
		TTS-WT-180ANB-J
		TX-MT-120-J
		TX-WCT-180ADNB-J
		TX-WCT-180ANB-J
		TX-WT-180ADNB-J
	TX-WT-180ANB-J	
	シンク	D2-3S-300BW-J
		TTS-1S-150ANB-J
TX-1S-150ANB-J		
水切り台	TTS-CL-90A-J	
	TX-CL-90A-J	
戸棚	TX-CB-180A-J	
吊戸棚	TX-HCB-180-J	
パイプ棚	TX-P-180L-J	

会 社 名	分 類	親型式 (シリーズ)
タニコー株式会社	平棚	TX-H-180L-J
	上棚	TX-W-180-J
	パンラック	N-TES-19-6118S
TX-PR-180A-J		
日本調理機株式会社	立体炊飯器	ARCX-2GT
株式会社フジマック	レンジ	FIC304525
	テーブルレンジ	FIC906006TF
		FGTNS157532
	フライヤ	FGF2723R
FGF25NB		
株式会社マルゼン	レンジ	MIHX-JS05C
	テーブルレンジ	MIT-127
		MITX-S55C
		SMT-097
		SSCX-06HNU
	スチームコンベクションオープン	SSCX-P20NU
		MRC-X2C
	立体炊飯器	MRC-X2C
	フライヤ	MXF-046FB
	麺ゆで器	MREK-044
		MRLN-03C
	ドアタイプ洗浄機	MDDTB7E
	台	BH-157
		BWD-157
		DBW-159W
		MH-157X
		MWD-157X
	シンク	BSM2-156R
		DBS2-159W
MM2-156RX		
水切り台	BSW-126	
	MSW-127X	
戸棚	BDS-157	
株式会社ネオンス	テーブルレンジ	NGTNS1575
	フライヤ	NGF18NB
ニチワ電機株式会社	テーブルレンジ	MIR-1055SA-N-1
		MIR-5TA-N-J

工業会認定グリスフィルター、エクストラクター、セパレーターに基準適合ラベルを貼付



ラベル見本

工業会では、業務用厨房設備に付属するグリス除去装置（グリスフィルター、エクストラクター、セパレーター）については、「業務用厨房設備に付属するグリス除去装置の技術基準」（日本厨房工業会の自主基準）に基づく試験を実施しております。基準適合品には工業会認定のラベルを貼付し、市町村条例等で定められるグリス除去装置に関する規程等に適合したものとして取り扱われております。

●グリスフィルター技術基準適合品

認定日	技術基準適合品	認定製品コード	会社名	電話番号
12. 10. 24	ダブルチェック	12-002-0201	(株) クラコ	06-6222-6711
15. 7. 1	ダブルチェックLL	15-002-0202	(株) クラコ	06-6222-6711
15. 7. 1	ダブルチェックM型	15-002-0203	(株) クラコ	06-6222-6711
14. 9. 25	グリースダンパー	14-002-0204	(株) クラコ	06-6222-6711
10. 11. 22	パップレッシュII	10-002-1302	(株) アクシー	06-6682-2251
10. 2. 18	ファイヤーグリスフィルター	10-002-1404	(株) 深川製作所	048-257-3111
10. 6. 23	ファイヤーブルーF III型	10-002-1502	新成工業(株)	03-3403-2216
14. 8. 26	グリーサー	14-002-1701	ホーコス(株)	084-922-2855
14. 6. 24	Vフィルター	14-002-1704	ホーコス(株)	084-922-2855
11. 1. 27	円筒形グリスフィルター	11-002-1706	ホーコス(株)	084-922-2855
10. 9. 1	JGZグリスフィルター	10-002-2004	日本設備企画(株)	06-6266-2895
14. 2. 28	エースフィルター	14-002-2601	エース工機(株)	03-3843-4851
14. 2. 28	ニックフィルター	14-002-2604	エース工機(株)	03-3843-4851
13. 7. 4	チャコフィルター	13-002-2605	エース工機(株)	03-3843-4851
14. 6. 24	クリーンテックフィルター	14-002-2701	クリーンテック(株)	042-939-1635
13. 7. 4	ニューオンリーワン	13-002-2803	(株) 安達工業	0766-28-8100
11. 3. 23	EXグリスフィルター	11-002-2902	(株) エルク	03-5379-1522
11. 3. 23	EXグリスフィルターPタイプ	11-002-2903	(株) エルク	03-5379-1522
14. 10. 31	ランズテックフィルター	14-002-3002	(株) ランズ	03-5845-5817
14. 9. 30	エイエルフィルター	14-002-3501	(株) エイエル工業	044-555-1185
11. 6. 30	スーパークリーンフィルターII	11-002-3902	津守興業(株)	048-222-6187
11. 6. 30	スーパークリーンフィルターIII	11-002-3903	津守興業(株)	048-222-6187
11. 2. 14	カルミックグリスフィルターGF-F	11-002-4001	日本カルミック(株)	03-3402-1581
11. 2. 14	カルミックグリスフィルターGF-L	11-002-4005	日本カルミック(株)	03-3402-1581
11. 7. 5	グリスフィルターL8型	11-002-4201	(株) ダスキン	06-6821-5186
11. 7. 5	グリスフィルターL3-III型	11-002-4204	(株) ダスキン	06-6821-5186
10. 11. 26	グリスフィルターN型	10-002-4203	(株) ダスキン	06-6821-5186
14. 1. 6	グリスフィルターH型	14-002-4205	(株) ダスキン	06-6821-5186
12. 5. 17	コーワ・クリーンポート	12-002-4801	(株) アクアエアー	045-410-6208
12. 6. 28	ソーレII型	12-002-4904	日之出(株)	0532-31-2237
11. 12. 28	セルテックフィルターL型	11-002-5001	(株) セルテック	047-491-6654
13. 2. 26	セルテックフィルターB型	13-002-5002	(株) セルテック	047-491-6654
11. 12. 28	セルテックフィルターK型	11-002-5003	(株) セルテック	047-491-6654
13. 11. 1	セルテックフィルターM型	13-002-5004	(株) セルテック	047-491-6654
15. 1. 14	セルテックフィルターMK型	15-002-5005	(株) セルテック	047-491-6654
12. 12. 14	SKグリスフィルターII	12-002-5103	(株) サニクリーン	03-3453-2231
13. 7. 4	ユニフィルター	13-002-5301	(株) ユニマットライフ	03-5770-2050
11. 12. 28	ジョンソンJフィルター	11-002-5401	シーバイエス(株)	045-640-2240
13. 2. 26	JフィルターB型	13-002-5402	シーバイエス(株)	045-640-2240
14. 6. 24	F C '09	14-002-5501	(株) HALTON	03-6804-7297

認定日	技術基準適合品	認定製品コード	会社名	電話番号
15. 7. 1	チャントルフィルターⅢ	15-002-5803	山岡金属工業(株)	06-6996-2351
11. 12. 20	チャントルフィルター	11-002-5801	山岡金属工業(株)	06-6996-2351
11. 12. 28	E C O ウ ェ ー ブ	11-002-5901	オピニオン(株)	03-5545-1691
10. 6. 23	E C O ウ ェ ー ブ α	10-002-5902	オピニオン(株)	03-5545-1691
11. 6. 30	プ ラ ス ワ ン	11-002-4401	JFE商事住宅資材(株)	03-5203-6162
12. 8. 21	プ ラ ス ワ ン ・ ス ー パ ー	12-002-6001	JFE商事住宅資材(株)	03-5203-6162
12. 10. 24	D F フ ィ ル タ ー	12-002-6201	(株)ダイフィル	06-6746-3773
14. 10. 31	D V フ ィ ル タ ー	14-002-6202	(株)ダイフィル	06-6746-3773
14. 6. 24	D V S フ ィ ル タ ー	14-002-6203	(株)ダイフィル	06-6746-3773
14. 3. 7	S C フ ィ ル タ ー	14-002-6401	三喜ゴム(株)	06-6763-4841
10. 7. 8	アルファフィルターⅡ	10-002-6502	セコムアルファ(株)	03-3351-5338
10. 7. 8	アルファフィルターⅢ	10-002-6503	セコムアルファ(株)	03-3351-5338
12. 5. 17	C E R S U P E R	12-002-6901	(株)シー・イー・アール	0466-83-4411
14. 9. 30	フ ラ ン ケ フ ィ ル タ ー	14-002-7001	(株)上野製作所	03-3652-5211
11. 7. 22	H I フ ィ ル タ ー	11-002-7101	(株)アルテック九州	0968-68-1455
11. 12. 28	グ リ ス カ ッ ト	11-002-7201	(株)クラコ	053-428-0551
13. 8. 22	アルミ製グリスフィルター	13-002-7301	東洋アルミエコープロダクツ(株)	06-6110-1308
14. 2. 28	X G S グ リ ス フ ィ ル タ ー	14-002-7401	(株)村幸	03-5777-0011
15. 7. 1	ウオッシュフィルター	15-002-7501	サンタ(株)	076-268-2941

※フィルター単体での使用に限り有効

●グリスエクストラクター技術基準適合品

13. 4. 24	ゲイロードベンチレーターCG3-BDL	13-001-0102	(株)村幸	03-5777-0011
14. 9. 25	エアロ・ギミック	14-001-0501	(株)クラコ	06-6222-6711
11. 3. 29	グリスサレンダー	11-001-0701	東新産業(株)	03-3790-2601

●グリスセパレーター技術基準適合品

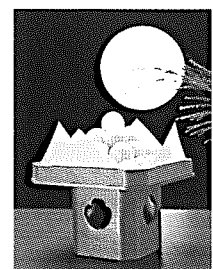
12. 10. 24	エアロ・ウェイ	12-003-0201	(株)クラコ	06-6222-6711
14. 9. 16	S O I L S C R U B B E R	14-003-0801	(株)加藤厨房設備	03-3745-3141
10. 12. 21	アクアクリンシステム	10-003-0901	日本エスシー(株)	03-3221-7911
10. 12. 22	ぶくぶくジェット	10-003-1004	トーショー機材(株)	03-3615-6011
14. 5. 1	ぶくぶくジェットサイクロン	14-003-1005	トーショー機材(株)	03-3615-6011
12. 12. 14	エアーワンダーⅡ	12-003-1402	(株)シー・エス・エンジニアリング	048-478-7411
13. 7. 4	M S 3 型 セ パ レ ー タ ー	13-003-1603	ホーコス(株)	084-922-2855

平成26年度 交付ラベル 220,050枚

一般社団法人日本厨房工業会

◆ 9月(長月) ◆

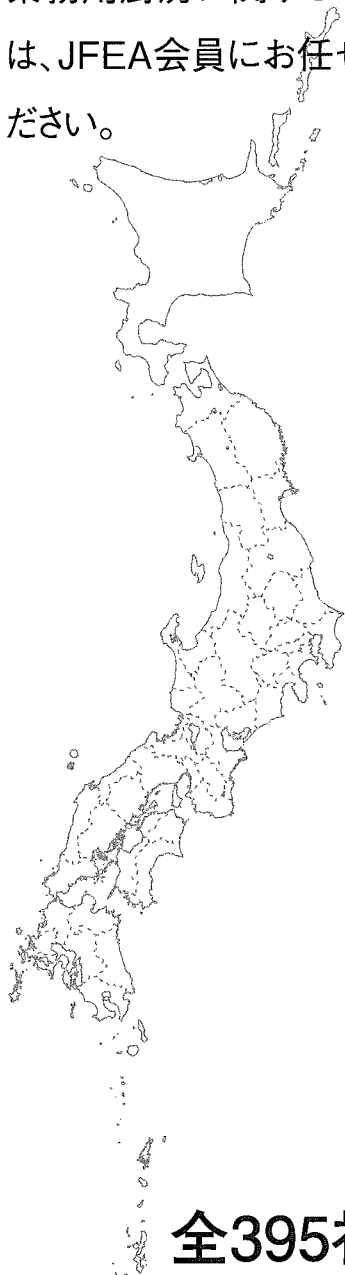
1日(火)	防災の日、霞ヶ浦の日、キウイの日	20日(日)	彼岸入り、空の日
5日(土)	クリーン・コール・デー(石炭の日)	21日(月)	敬老の日
6日(日)	鹿児島黒牛・黒豚の日、黒豆の日、 世界老人給食の日、妹の日	22日(火)	国民の休日
7日(月)	クリーナーの日	23日(水)	秋分の日
9日(水)	重陽の節句、菊の節句、カーネلزデー	24日(木)	曇の日、清掃の日
10日(木)	下水道の日	26日(土)	彼岸明け
14日(月)	コスモスの日、 セブテンパーバレンタイン	27日(日)	十五夜
15日(火)	老人の日、ひじきの日	29日(火)	招き猫の日、 日中国交正常化の日、 クリーニングの日、 ふぐの日
16日(水)	マッチの日		
18日(金)	かいわれ大根の日	30日(水)	くるみの日



一般社団法人日本厨房工業会会員一覧

北海道から九州まで、
全国をフォローする会員
ネットワーク!

最新厨房設備機器の納
入から、飲食店・給食施
設の設備設計・施工まで、
業務用厨房に関すること
は、JFEA会員にお任せく
ださい。



全395社

(2015年8月31日現在)

●北海道支部

(株)AIHO 札幌支店
北沢産業(株) 札幌支店
(有)北見厨房
(株)コメットカトウ 札幌営業所
サンズチール工業(株)
(株)白石製作所
タニコー(株) 北海道事業部
厨房サービス(株)
(株)中西製作所 北海道支店
ニチワ電機(株) 札幌営業所
日本調理機(株) 北海道支店
パナソニック産機システムズ(株) 北海道支店
福島工業(株) 札幌支店
(株)フジマック 札幌営業部
(株)ホワイトスチール工業
(株)マルゼン 札幌営業所
三浦工業(株) 食機札幌営業課

●東北支部

●岩手県

(株)AIHO 盛岡営業所
三機商事(株)

●宮城県

(株)エフ・エム・アイ 仙台営業所
エレクトア(株) 仙台営業所
(株)大穂製作所 仙台営業所
北沢産業(株) 仙台支店
(株)コメットカトウ 仙台営業所
タニコー(株) 東北事業部
東北アイホー調理機(株)
(株)中西製作所 東北支店
ニチワ電機(株) 仙台営業所
日本洗浄機(株) 仙台営業所
日本調理機(株) 東北支店
パナソニック産機システムズ(株) 東北支店
福島工業(株) 東北支店
(株)フジマック 東北事業部
(株)北拓機工
ホシザキ東北(株)
細山熱器(株) 仙台下張所
(株)マルゼン 東北営業所
三浦工業(株) 食機仙台営業課

●秋田県

(有)ケーエムイー
新日産業(株)
(株)ピンテック
(株)フルタ

●山形県

(株)三陽製作所
せんじん商事(株)

●福島県

(有)浅川製作所

●関東支部

●茨城県

三英物産(株)
東邦厨房(株)

●群馬県

伊東電機関東販売(株)
(株)大道産業
パナソニック(株)アプライアンス社
(有)坂東厨房

●栃木県

ロバートショウ・ジャパン(株)

●埼玉県

(有)イー・ジャパン・フード・サービス
(株)ウエテック研究所
エース工業(株)
(株)エム・アイ・ケー
(株)小倉厨房工業所
桐山工業(株)
クリーンテック(株)
(有)敬和
(株)河野製作所
(株)伸和商会
仲産業(株)
(株)中西製作所 北関東支店
(株)ネオシス 本社工場
(株)深川製作所
(株)扶洋 関東支店
(株)本庄厨房機器製作所
(株)モリチュウ

●千葉県

(株)MBM
(株)関東三黄
(株)セルテック
(株)千葉工業所
(株)野田ハッピー

●東京都

(株)AIHO 東京支店
秋元ステンレス工業(株)
アサヒ装設(株) 東京営業所
東産業(株)
(株)泉設備
(株)ISEKIトータルライフサービス
イトヤ(株)
(株)ウィンターハルター・ジャパン
(株)上野製作所
エース工機(株)
(株)エフ・エム・アイ 東京本社
エレクトア(株)
エレクトロラックス・ジャパン(株)
(株)エレミック
(株)オーディオテクニカ
(株)大穂製作所 東京営業所
オザキ(株)
オピニオン(株)
オルガノ(株)
(株)カジワラキッチンサプライ
(株)加藤厨房設備
(株)キン・トレーディング
北沢産業(株)
(株)キャニオン
国立厨房サービス(株)
クマノ厨房工業(株)
クリナップ(株)
コニカミノルタテクノプロダクト(株)
(株)コメットカトウ 東京支店
(有)サカモト
三幸(株)
(株)サンテックコーポレーション
サンデン(株)
(株)シー・エス・シー
JFE商事住宅資材(株)
(株)正和
新成工業(株)
新日本厨機(株)
シンプロメンテ(株)
セコムアルファ(株)
大成工業(株)

大和厨設(株)

タニコー(株)
(株)椿厨房具製作所
(株)照姫
(株)戸井田製作所
東英商事(株)
東京管材(株)
東京超音波技研(株)
東京板金工業(株)
東都ビル整備工業(株)
東宝工機(株)
トーエイ工業(株)
トーション機材(株)
トランスゲイト(株)
(株)中西製作所 東京支店
ニチワ電機(株) 東京支店
日産設備工業(株)
(株)ニット技研
日本エスシー(株)
日本給食設備(株)
日本洗浄機(株)
日本厨房サービス(株)
日本調理機(株)
(株)ハッピージャパン
パナソニック産機システムズ(株)
パナソニック産機システムズ(株) 首都圏支店
(株)HALTON
ヒゴグリラー(株) 東京営業所
福島工業(株) 東日本支社
(株)富士工業所
(株)フジマック
(有)藤村製作所
ホシザキ東京(株)
細山熱器(株)
ロバート・ジャパン(株)
(株)マグナ
マッハ機器(株)
(株)マルゼン
三浦工業(株)
(有)美濃製作所
(株)村幸
(株)ラショナル・ジャパン
理研機器開発(株)
菱電エレベータ施設(株)
ワシオ調理工業(株)
(株)和田製作所

●神奈川県

(株)エイエル工業
エイシン電機(株)
(株)三栄コーポレーションリミテッド
タイジ(株)
(有)大洋
タマ設備工業(株)
(株)両津工業

●新潟県

サカタ調理機(株)
スギコ産業(株)
(株)ハイサーブウエノ
(株)ハシモト

●山梨県

石川調理機(株)

●長野県

(株)伊東電機工作所
テクノ・フードシステム(株)

●東海北陸支部

●富山県

(株)安達工業
(株)富士厨機
ヤマヤ物産(有)

●石川県

アサヒ装設(株)
サンタ(株)
ホシザキ北信越(株)
(株)マコト

●福井県

畑中厨房(株)
(株)ラポー

●岐阜県

共栄産業(株)
(株)シンコー製作所
(株)セイコー

●静岡県

泉工業(株)
(株)クリエ
三和調理工業(株)
(株)TOSEI
東洋厨機工業(株)
(株)中松
(株)早川製作所
(株)原川商店
マルゼン厨機(株)
山田冷機工業(株)

●愛知県

(有)愛知厨房製作所
(株)AIHO
イシダ厨機(株)
(株)エムラ販売
オザキ(株)名古屋営業所
押切電機(株)
兼八産業(株)
北沢産業(株)名古屋支店
(株)国益社
(株)コメットカトウ
(株)CEK
シーケークリーンアド(株)
シンポ(株)
大有設備工業(株)
タニコー(株)中部事業部
中日厨房設備(株)
(株)厨林堂
(株)豊田エイタツ
(株)中西製作所 名古屋支店
ニチワ電機(株)名古屋支店
日本洗浄機(株)名古屋営業所
(株)日本厨房工業
日本調理機(株)中部支店
服部工業(株)
パナソニック産機システムズ(株)中部支店
(株)パロマ
福島工業(株)中部支社
(株)フジマック 名古屋事業部
ホシザキ電機(株)
ホシザキ東海(株)
(株)マルゼン 名古屋支店
(株)メイトー
(株)ライチ
リンナイ(株)
(株)渡辺事務所

●三重県

(有)アイジィエー
(株)ウサミ

スズカン(株)
(株)タチバナ製作所
(株)中部コーポレーション
(株)三重特機

●関西支部

●滋賀県

大洋厨房(株)

●京都府

FKK(株)
シェルパ(株)
(株)八木厨房機器製作所

●大阪府

(株)AIHO 大阪支店
(株)アクシー
アサヒ装設(株) 大阪営業所
旭調理機(株)
ACE厨設(株)
(株)エフ・エム・アイ 大阪本社
エレクトロラックス・ジャパン(株) 大阪支店
王子テック(株) 大阪営業所
(株)大穂製作所 大阪営業所
オザキ(株) 大阪営業所
(株)尾高厨房器製作所
(株)川泰
関西スチールネット(株)
北沢産業(株) 大阪支店
(株)クラコ
晃洋厨機(株)
(株)コメットカトウ 大阪営業所
(有)コヤマ
(株)サミー
三喜ゴム(株)
三宝ステンレス工業(株)
三和厨房(株)
(株)シルクインダストリー
(株)千田
(株)ぞう屋
(株)ダイフィル
大和冷機工業(株)
タニコー(株) 関西事業部
(株)土谷金属
常盤ステンレス工業(株)
直本工業(株)
(株)中西製作所
ニチワ電機(株) 大阪支店
日本洗浄機(株) 大阪営業所
日本調理機(株) 関西支店
パナソニック産機システムズ(株) 近畿支店
ヒゴグリラー(株)
(株)ヒロ・インターキッチン
福島工業(株)
(株)フジマック 近畿事業部
(株)扶洋
(株)逢光エンジニアリング
細田工業(株)
細山熱器(株) 大阪営業所
ホバート・ジャパン(株) 大阪支店
(株)増井厨房製作所
丸一(株)
(株)マルゼン 大阪支店
(株)明和製作所
山岡金属工業(株)

●兵庫県

関西興業(株)
後藤ステンレス産業
(株)ショウワ
ニチワ電機(株)
(株)明城製作所

●奈良県

シンコー(株)

●中四国支部

●鳥取県

(有)エフエスエーシステムズ

●島根県

ホクサン厨機(株)

●岡山県

(株)AIHO 岡山営業所
岡山厨房サービス
(有)オリエンタル物産
(株)創研厨房
総合厨器(株)
タカラ産業(株)
(株)中西製作所 岡山営業所
(株)BSS
ビナン厨器(株)
(株)福井厨房
福島工業(株) 岡山支店
(株)マルゼン 岡山営業所
山県化学(株)
(株)山中

●広島県

北沢産業(株) 広島支店
(株)ケーツエス
タニコー(株) 中国四国事業部
(株)中西製作所 中四国支店
ニチワ電機(株) 広島営業所
日本調理機(株) 中四国支店
パナソニック産機システムズ(株) 中四国支店
広島アイホー調理機(株)
福島工業(株) 広島支店
(株)フジマック 中四国事業部
(株)フロムシステムダイレクト
ホーコス(株)
ホシザキ中国(株)
(株)丸八

●徳島県

(有)東四国厨房設備

●香川県

(株)サムソン
四国厨房器製造(株)
(株)中西製作所 高松営業所
ニチワ電機(株) 高松営業所
福島工業(株) 四国支店
ホシザキ四国(株)

●愛媛県

北沢産業(株) 松山支店
(有)厨房のウエマツ
(株)マクロキッチンキグ フジ

●高知県

(株)丸三

●九州支部

●福岡県

(株)AIHO 九州支店
アサヒ装設(株) 福岡営業所
伊藤産業(株)
エムケー厨設(株)
王子テック(株)
(株)大穂製作所
オザキ(株) 福岡営業所
押切電機(株) 福岡営業所
北沢産業(株) 福岡支店
(株)コメットカトウ 九州営業所

タニコー(株) 九州事業部
(株)中西製作所 九州支店
西日本ステンレス工業(株)
ニチワ電機(株) 福岡営業所
(株)日本エコテック
日本洗浄機(株) 福岡営業所
日本調理機(株) 九州支店
パナソニック産機システムズ(株) 九州支店
福島工業(株) 西日本支社
(株)フジマック 福岡営業部
ホシザキ北九(株)
細山熱器(株) 福岡営業所
(有)丸枝
(株)マルゼン 福岡支店

●長崎県

(株)長崎日調

●大分県

(株)中栄工業

●宮崎県

(有)丸一厨房

●鹿児島県

(株)第一食器
ホシザキ南九(株)
メイワ冷熱工業(株)

賛助

あいおいニッセイ同和損害保険(株)
ADEKAクリーンエイド(株)
S・TEC(株)
大阪ガス(株)
岡山ガス(株)
関西電力(株)
キッチン・バス工業会
西部ガス(株)
シーバイエス(株)
四国電力(株)
商工サービス(株)
仙台市ガス局
中央職業能力開発協会
中国電力(株)
中部ガス(株)
中部電力(株)
東京ガス(株)
東京サラヤ(株)
東京電力(株)
東邦ガス(株)
東北電力(株)
一般財団法人日本ガス機器検査協会
一般社団法人日本ガス協会
一般社団法人日本能率協会
広島ガス(株)
北海道ガス(株)

<http://www.jfea.or.jp>

■本号掲載広告企業名

(株)AIHO	後6
(株)アクシー	後2
アサヒ装設(株)	前7
(株)上野製作所	後4
(株)大道産業	後4
オザキ(株)	前7
三和厨理工業(株)	前5
スギコ産業(株)	後2
(株)タチバナ製作所	前4
東京ガス(株)	表4
(株)中西製作所	前3
ニチワ電機(株)	前2
日本洗浄機(株)	表2
日本調理機(株)	表3
(一社)日本能率協会	後1
福島工業(株)	前1
(株)フジマック	後3
ホシザキ電機(株)	前6
細山熱器(株)	前10

(50音順)

■広告掲載のお願い

月刊「厨房」誌の頒布先は、会員企業をはじめ、関係諸官庁、関連団体並びにユーザー企業となっており、専門誌として強い支持と信頼を得ております。製品とともに、企業イメージアップにも大きく繋がるものと確信します。ぜひご検討ください。

広告掲載料金(会員企業・税込み)

	毎月	隔月・3ヵ月	単発
普通1頁(A4/4色刷)	80,300	84,400	87,500
普通1頁(A4/1色刷)	59,700	63,800	66,900
普通1/2頁(A4/4色刷)	41,700	47,900	54,000
普通1/2頁(A4/1色刷)	30,900	36,000	41,200

※非会員企業についてはお問い合わせください。

◆お問い合わせ：広報編集 TEL 03-3585-7251



●敗戦70年目の夏は色々あったが、元首相の郷に入って郷に従った礼に即した敬意の込められた挨拶や、天皇陛下の例年になく踏み込んで具体的な「さきの大戦に対する深い反省」のお言葉で、欧米のメディアの論調では何とか対外的な信頼をいくらかでも回復できたようだ。●その節目にあやかってか、玉石混濁の歴史本が書店に並んでいたが、特に興味深かったのは『憎悪の広告』(能川元一・早川タダノリ著、合同出版)だろうか。再録された俗悪な広告のレッテル貼りと罵倒の惹句の嵐は、滑稽ながら暗澹たる気持ちにさせられる。●愛を語るのに誰かを貶め罵らないと語れない貧困な精神というのはいつの時代でもあるが、逆に言えばそれは普遍的で効率的な騙しのテクニック、ということだろう。●右手に注意を惹き付けて左手でタネを展開するというのは手品師の基本だが、ふんだくられる入場料やお布施の高さに気付かないで笑い続けたい客相手には良い商売なのだろう。●ジョージ・オーウェルが『1984年』で見せた「二分間憎悪」のキャッチコピー、「戦争は平和である 自由は屈従である 無知は力である」を思い出す。●「われら」にとって、「1984年」は「すばらしい新世界」ではない。

厨房

平成27年9月5日発行

第52巻／第9号 (No.555)

発行人 渡辺恵一
 編集 工業会広報編集委員会
 広報担当副会長 中川幹夫
 広報編集委員会委員長 深澤及
 広報編集委員会委員 寺部良洋／水上強
 精松弘充／戸田史子
 三島博史／安藤哲夫
 福田敦
 地方編集委員 吉田義一(北海道)
 沼野章久(東北)
 小木曾誠(東海北陸)
 堀之内健士(関西)
 福井正晃(中四国)
 小野富生(九州)
 春兆

挿絵

発行所 一般社団法人 日本厨房工業会
 〒106-0044 東京都港区東麻布1-27-8
 厨房機器会館内
 TEL(03)3585-7251 FAX(03)3585-0170
 印刷 伊坂美術印刷株式会社
 〒104-0033 東京都中央区新川2-1-5
 THE WALL ISAKA BLDG.

本誌記事の無断転載訳載を禁じます。
 乱丁落丁の本誌はお取替え致します。

定価432円(税込) 毎月1回5日発行
 年間購読 5,184円(税込)
 半年購読 2,592円(税込)

出展者募集中!!



セントラルキッチンを含む総合厨房・フードサービス機器の商談専門展

第16回

厨房設備機器展

外食・宿泊・レジャー業界に向けた商談専門展

第44回

国際ホテル・レストランショー

HOTERES JAPAN

給食・宅配サービス業界に向けた商談専門展

第37回

フード・ケータリングショー

会期

2016.2/16(火) - 19(金)

10:00~17:00 (最終日は16:30まで)

会場

東京ビッグサイト

(有明・東京国際展示場)東展示棟

外食・給食・中食・宿泊業界に特化した専門展示会

ぜひご出展を検討ください!

出展申込期限

2015.10/13(火)



厨房設備・機器
ゾーン

フードサービスゾーン

業務用食材・飲料/イタリア料理/
焼肉産業/らーめん・そば・うどん

ハラル対応
コーナー

NEW!

給食・弁当・宅配
ゾーン

buffet・バイキング
ゾーン

スマイルケア食
コーナー

NEW!

——— 詳細はWebをチェック!! ———

詳細はこちら!

HCJ

検索

<http://www.jma.or.jp/hcj/>

問い合わせ先

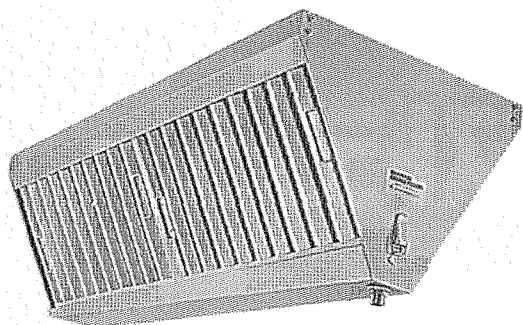
エイチシージェイ

HCJ三展合同事務局

一般社団法人日本能率協会 産業振興センター内 〒105-8522 東京都港区芝公園3-1-22

TEL. 03(3434)1377 FAX. 03(3434)8076 E-mail. hcj@convention.jma.or.jp

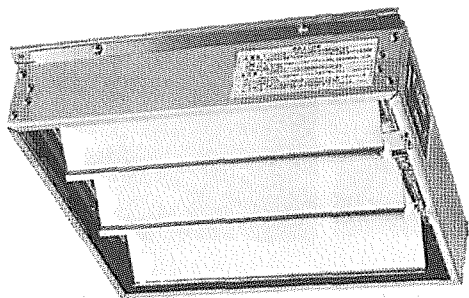
業務用厨房排気グリスフィルタ
バッフレッシュII
 BAFFRESH II



●特長

1. シンプルな構造で空気抵抗が低い。
2. 薄型設計により、厚さ25mm。
3. 軽量化により、施工・取外しが簡単。
4. 豊富なサイズで、現場適合を重視(標準フィルタ9種類)。
5. PL法対策に基づき、細部に至るまで安全対策を実施。

業務用厨房排気ダンパー
BFガードII
 BF GUARD II



●特長

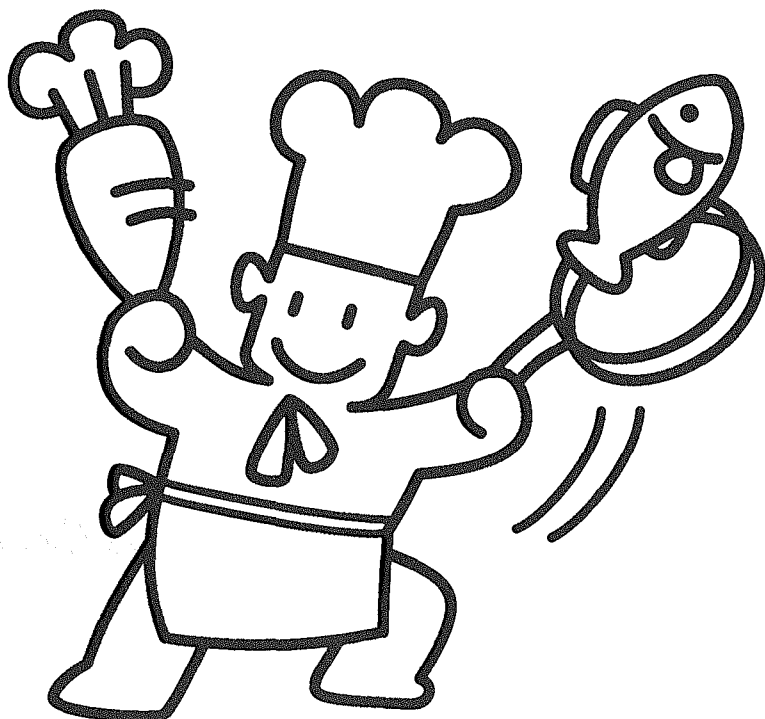
1. 漏煙性能試験に合格したダンパーです。
2. 風量は羽根を持ち開けることで、容易に調整できます。
3. オールステンレス製で、サビの心配はなりません。
4. 感熱部には、高感度ヒューズを使用しています。
5. 取付け、取外しが容易なネジ固定方式です。

グルメ志向を
 安全とクリーンで支えます。

私たちの周りには、実に沢山の食材が世界中より集って来ます。お肉にお魚、野菜に果物、春夏秋冬どれをとっても、グルメ人間の胃袋は休む暇ありません。

このような食材の加工を受けもつ厨房室。この厨房室の安全とクリーンを受けもつのが、アクシー製グリスフィルタ(バッフレッシュII)とダンパー(BFガードII)です。

アクシーの空気(Air)の品質(Quality)を創造(Create)するテクノロジーが、油煙捕集と防災技術に生かされています。



発売元 **SUGICO** **スギコ産業株式会社**

本社 ショールーム ☎0256(86)3711(代) 大阪支店 ☎06(6767)3611(代) 新潟営業所 ☎025(224)2177(代)
 インターネットホームページアドレス http://www.sugico.co.jp 名古屋営業所 ☎052(979)6181(代) 広島営業所 ☎082(871)0037(代)
 E-mail:sugicohn@sugico.co.jp 札幌営業所 ☎011(785)9119(代) 福岡営業所 ☎092(621)2021(代)
 東京支店 ☎03(3537)1951(代) 仙台営業所 ☎022(236)6525(代) 熊本営業所 ☎096(340)0010(代)

■製造元



コンパクトでも本格派

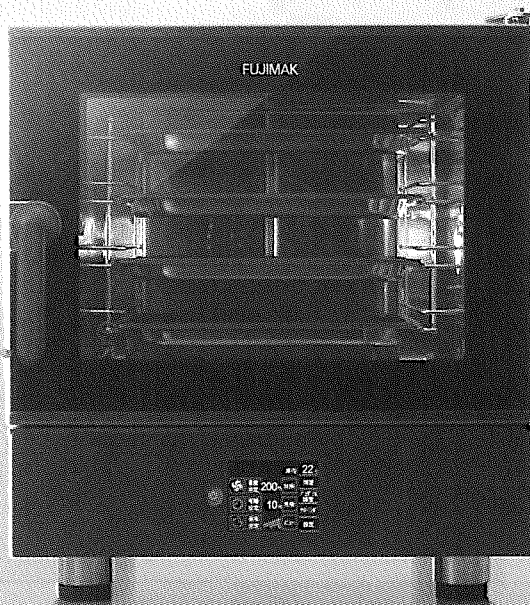
小型スチームコンベクションオープン

「ミニコン」

Mini Steam Convection Oven

minicon

W576×D600×H625mm



加熱調理は「ミニコン」におまかせ。

熱風でムラなく、蒸気でふっくらしっとり、
高機能搭載をして上質な調理が可能です。

コンパクトな省スペース設計。

2/3ホテルパン4段を同時調理。
コンパクトなキッチンにおすすめ。

スタイリッシュなデザイン。

すっきりとしたデザインは、
オープンキッチンにも最適。

株式会社フジマック www.fujimak.co.jp/

本社:東京都港区新橋5-14-5 TEL:03-3434-7791

北海道事業部 011-667-3351 横浜事業部 045-841-0202 九州事業部 092-431-4664
東北事業部 022-788-4431 名古屋事業部 052-991-3271 海外事業部 03-3434-6662
北関東事業部 048-864-6301 近畿事業部 06-6338-0710 システムキッチン事業部 03-3434-7262
東京事業部 03-3434-0395 中四国事業部 082-850-3322

フジマック365日 サポート体制
全国 11 事業部 58 営業所

機器修理・メンテナンス お任せください

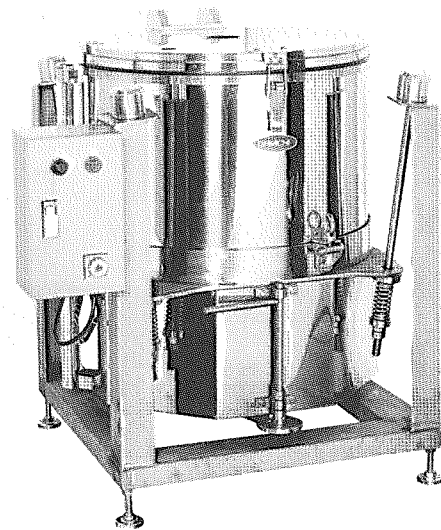
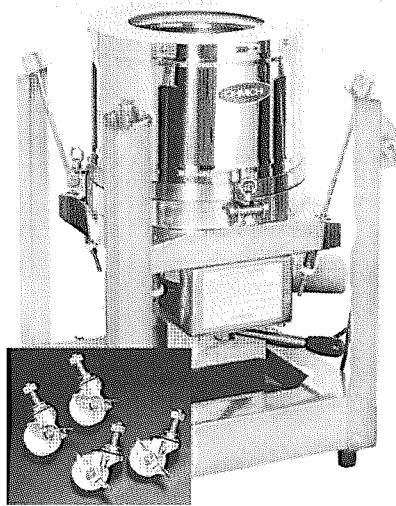
厨房機器の修理・メンテナンス、定期保守のご依頼やお見積りも気軽
にご相談ください。他社製品についても同様にサポートいたします。

厨房図面作成・レイアウト 無料作成

フジマックでは業種・業態・店舗の規模に応じた厨房のベストプラン
を無料でご提案します。気軽にご相談ください。

移動

ができる脱水機なら設置場所にもう悩む必要はありません。
移動ができれば清掃も簡単確実

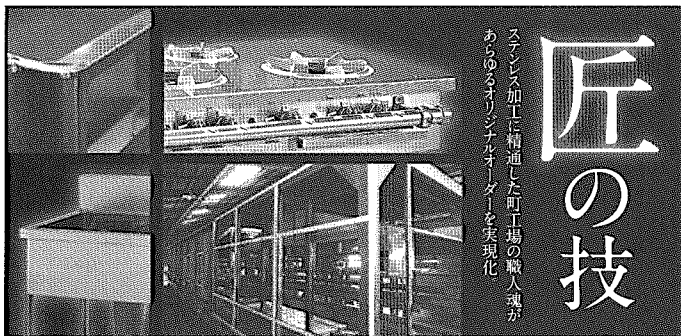


株式会社大道産業

〒371-0013 群馬県前橋市西片貝町 5-25-1

Tel 027-243-5522 Fax 027-243-1719

URL <http://www.ohmichi.co.jp>



ステンレス加工に精通した町工場職人の魂が
あらゆるオリジナルオーダーを実現化

匠 の 技

「食」を知り尽くした 名脇役

開発力・技術力・質の高いサービスで
料理人を支える理想の厨房を提案。

ウエノ業務用厨房設備機器シリーズ

Creative

Quality

Hi Serv

スーパーアルカリイオン洗浄水
生成装置組込シンク

ALSINK (アルシンク)

pH12.5のスーパーアルカリイオン水生成。
水貯留タンク内蔵で、すぐに使用可能。

ウエノで理想の厨房へ

上野製作所 Webサイトにてプロダクトレポートを公開中!

上野製作所は、オーダーメイドの厨房機器で理想の厨房づくりをサポートする、ステンレス加工に精通したプロフェッショナル企業です。厨房をさらに使いやすくする効率的な空間へ、引き継がれた職人技でさまざまなオリジナルオーダーを実現化します。Webサイトに詳しい最新情報を掲載していますので、ぜひご覧ください。

信頼に応えるウエノクオリティ

UENOプロダクトレポート

職人の魂と技術を継承しながら、さらに新しいものづくりへと進化し続ける上野製作所の
製作現場レポートをWebサイトで公開中!!

詳しくは

www.hiserv-ueno.co.jp



携帯電話・スマートフォンからもアクセス可能です。



厨房づくりのプロフェッショナルカンパニー

株式会社上野製作所

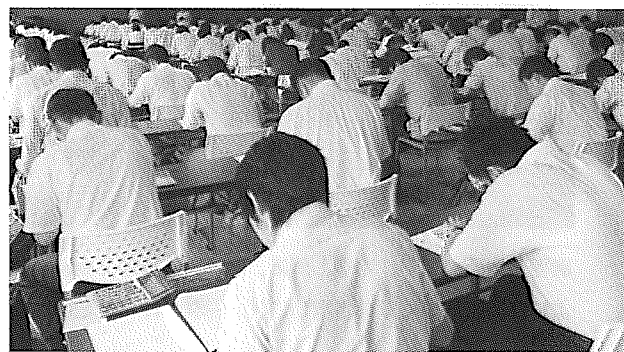
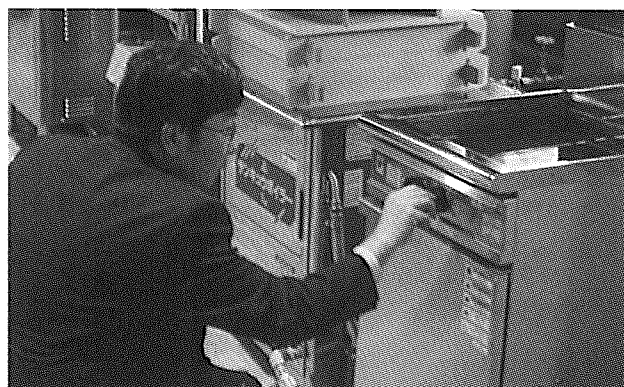
〒132-0021 東京都江戸川区中央4-15-16
TEL.03-3652-5211 FAX.03-3652-5219

業務用厨房設備機器のご用命は、 厨房設備士のいる会社へ!

厨房設備士とは？

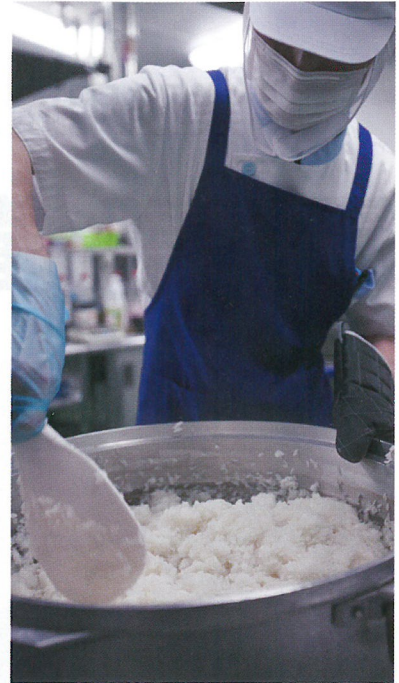
厨房設備士とは、一般社団法人日本厨房工業会で行う厨房設備士資格認定試験の合格者で、設備士の登録をした者に与えられる称号です。業務用厨房機器の生産と厨房設備設計施工に関する高等の専門的応用能力を必要とする事項について企画、研究、設計、評価、施工またはこれらに関する管理及び監督などの業務を行う者をいいます。厨房設備士は1級と2級に区分され、当初はすべて2級からとなります。

**厨房設備士は、厨房作りの
プロフェッショナルです。**



厨房設備士証は、
知識の証。

JFEA 厨房設備士の資格認定は、
Japan Food Service Equipment Association
一般社団法人日本厨房工業会
が行っております。



PROFESSIONAL USE AIHO

「おいしい」を支える、アイホーの業務用厨房機器。



調理、炊飯、加熱、冷却、消毒、保管、あらゆる厨房機器を取り揃え、プランニングから、施設稼働、メンテナンスまで、より良い厨房づくりを目指して、トータルにお手伝いいたします。

AIHO 株式会社 **AIHO**

AIHOブログ更新中!!

本社・工場：〒442-8580 愛知県豊川市白鳥町防入 60 TEL:0533-88-5111 FAX:0533-88-4510 <http://www.aiho.co.jp/>

支店	札幌・東京・名古屋・大阪・九州(福岡)
営業所	盛岡・秋田・山形・栃木・埼玉(さいたま)・千葉・多摩(八王子)・横浜・長野・豊川・京都・神戸・岡山・長崎・大分
代理店・特約店	青森・仙台・鶴岡・郡山・土浦・前橋・新潟・中央市・駒ヶ根・静岡・岐阜・富山・金沢・松坂・赤穂・和歌山・広島 松江・山口・高松・高知・松山・熊本・宮崎・鹿児島・那覇
海外	中国(北京・上海)・韓国(ソウル)



愛知ブランド
企業認定
認定番号227



ISO9001 認証取得
本社・本工場
No.YKA0200499

日本調理機は、4つの力で、お役に立ちます。

私たちは、4つの力を効果的に機能させることで、

お客様のニーズに幅広く応え、より高い満足をお届けしています。

たとえば、衛生管理など厨房の安全を高いレベルで確立し、維持し続けるためには、

コンサルティングを含めてメンテナンスまでトータルなサポートが必要です。

4つの力があるから、もっとお役に立てる。

それが日本調理機です。

コンサルティング力

Consulting

設計力

Design

製品力

Products

メンテナンス力

Maintenance

NITCHO

日本調理機株式会社

〒144-8513 東京都大田区東六郷3丁目15番8号

Tel. 03-3738-8251(代)

国際品質保証規格ISO9001認証取得

●日調の製品については、ホームページでもご覧いただけます。

www.nitcho.co.jp

●支店 北海道 東北 中部 関西 中四国 九州
●営業所 旭川 釧路 帯広 北見 青森 秋田 郡山 盛岡 山形 立川 横浜 千葉 埼玉 茨城 栃木 群馬 長野 新潟
浜松 岐阜 神戸 岡山 高松 松山 徳島 福岡 熊本 鹿児島 沖縄

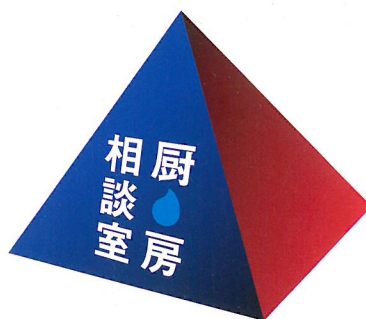
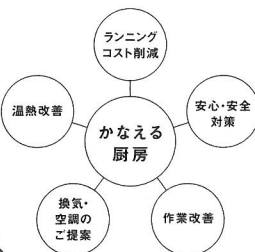


かなえる 東京ガス 厨房。

東京ガス「厨房相談室」スタート。厨房に関することなら、何でもご相談ください。

厨房の未来を変えるために、厨房の夢をかなえるために。

東京ガスの「厨房相談室」がスタートしました。ここでは、ひとりひとりにひとつひとつ、最適な厨房環境をご提案します。経営者の声に耳を傾け、料理人の夢に寄り添い、ユーザーの美味しい笑顔を想像しながら…。それができるのは、私たち東京ガスだと信じています。



東京ガス株式会社 都市エネルギー事業部 厨房相談室
〒105-8527 東京都港区海岸1-5-20 TEL.03-5400-7777

厨房相談室

検索