

Smiler 112

people smile smiler!
Donation magazine for food business people

Donation price ¥500



特集① 外食人材育成 伸び続ける組織の秘密

特集② 油の革命 もっと長く、もっと使いやすく。そして、空まで飛ぶ時代へ

Special Talk 森下篤史

「閉店する人が後悔する25のこと」は今も活きるのか？
森下社長が語る、潰れない店の“条件”

ぐるなび通信 × Smiler

「釣宿酒場マヅメ 野毛本店」の快進撃が止まらない！
釣魚×地魚×お得な酒で大ヒット

今は新ブランドを磨く立場に情熱注ぐ
 店長に抜擢されながら悩むことも経験

筆者は、地元の武蔵浦和で飲む機会が多い。この中で、1970年代から80年代にかけて「大衆居酒屋チェーン」のブームがあったころから、「刺身がおいしい店」として人気を博していた店が、タワマンの1階にあった。落ち着いた雰囲気でも法人需要を狙った感じだった。いまから1年半くらい前、2023年の暮れに、その店が全く別の店に替わっていた。店の敷居が低く、店内の活気が外に伝わってきていた。

筆者は、「魚だしの肉豆腐」や「くじら刺」をつまみにハイボールを飲みながら約1時間同店に滞在。お勤定を終えて、お店を出ようとしたら、溝見知紗店長（30歳）が筆者に声を掛けて、名刺を渡してくれた。「熱心な人だな」と思った。

今回、こちらの取材をすることになって、溝見さんは筆者に開口一番「あのとき、普通のお客さんじゃないと思っていました。目線が従業員の様子を追っていたから」という。改めて筆者は、「お客さんの様子を、よく気づく人だな」と思った。

溝見さんは、高校時代に友人に誘われて、友人がアルバイトをしている居酒屋で働くようになった。高校を卒業して、この会社、株式会社かんなん丸に就職。そして、19歳にして店長になった。

この会社は、東京に本部を置く居酒屋チェーンの加盟店として、埼玉から北関東一帯に約100店舗まで拡大した。

溝見さんは、若いながら店長として頭角を現していくが、コロナをきっかけに「店長を辞めたい」と会社に申し出て、一般社員となった。それは、コロナで店が苦戦しているにもかかわらず、創意工夫をしてはいけないという方針に対して「モチベーションが持てなくなったから」と振り返る。そこから、溝見さんは一般社員として、勤務する店が点々と変わっていった。

あるとき、勤務先の店長の動きを見ていて、ふと「なぜ、こんなことが出来ないのだろう」と思った。そして、



溝見さんは気付いた。「店長をやっていた当時の自分は、部下さんからこんな風に思われていたのだ」と。この瞬間、「もう一度、店長になって、活気ある店をつくりたい」と、前向きになったという。

この会社では、2022年9月に新社長として野々村孝志氏が就任。オリジナルブランド「じんべえ太郎」を皮切りに、同社に新風を吹き込もうとしていた。そして、溝見さんは野々村社長から「もう一度、店長として頑張ってください」とお願いされた。

「じんべえ太郎」は、いまや11店舗。既存業態を「じんべえ太郎」に転換していく計画は自白押しである。溝見さんが店長を務める「武蔵浦和店」は、これらの研修店舗に位置づけられている。溝見さんは、このブランドを磨いていく立場として、決意を新たにしている。

千葉哲幸 柴田書店「月刊食堂」編集長、
 商業界「飲食店経営」編集長を歴任する
 など、フードサービス業界記者歴は40年。
 業界の歴史を語り、最新の動向を探求する。「Yahoo!ニュース」をはじめとした媒体で執筆。
 著書に「外食入門」（日本食糧新聞社、2017年発行）。

取材協力：「大衆すし酒場 じんべえ太郎 武蔵浦和店」埼玉県さいたま市南区沼影1-10-1 ムムタワー1階



冷媒ガス漏れ
 10年保証

冷媒漏えいによる地球温暖化ゼロを目指して!

2025年4月より
 冷凍機内蔵型製品の
 全機種・全製品対応開始! ※1

業界初! ※2

冷媒漏えいによる修理費を

10年間全額保証いたします

私たちフクシマガリレイは、2025年4月より冷媒ガス漏えいにおける冷却不良の修理を10年間保証する

《冷媒ガス漏れ10年保証》を本格的に開始しました。

業務用冷蔵庫や製氷機、ブラストチラーなどの厨房機器から医療理化学機器まで、

冷媒ガスを使用している「全機種・全製品」※1が対象です。 ※1一部機種を除く。別置型製品・施工物件については別途契約必須。

《冷媒ガス漏れ10年保証》で持続可能なフードチェーンを支えます。



▲詳しくはこちら



業務用タテ・ヨコ型冷凍冷蔵庫



製氷機



ブラストチラー/ショックフリーザー



冷凍機内蔵型ショーケース



解凍庫



ドゥコンディショナー

ガリレイグループはグリーン冷媒への転換を進めています。

温室効果ガスの排出ゼロをサステナブルビジョン《Dramatic Future 2050》として策定し、2025年までにグリーン冷媒への転換に取り組んでいます。「R1234yf」は、カーエアコンや自動販売機にも使用されているノンフロン冷媒です。環境への影響度を示す数値である地球温暖化係数（GWP）は代替フロンのひとつである「R404A」が3,920であったのに対し、「R1234yf」はわずか1。フロン排出抑制法の対象外なので、定期点検作業などの負担軽減にもつながります。



ノンフロン冷媒
 採用製品は
 グリーン
 フックピー
 が目印!



▲支店・営業所一覧(当社HP)

外食人材育成

伸び続ける組織の秘密

長年、外食産業を悩ませる「人」の問題。人手不足は依然深刻であり、マニュアルだけでは対応できない現場の課題は尽きない。しかし、そうした状況を打破し、成長を続ける飲食店も存在する。いきいきと働くスタッフがいた店は、一体何が違うのか？ その鍵を握るキーマンたちの声に耳を傾け、人材育成の新たなヒントを探る。

取材・文:Smiler編集部



土地の記憶を グラスに注ぐ。七ヶ浜とチリを結ぶ。



ワインの世界に足を踏み入れたきっかけは、JICAの青年海外協力隊でチリに行ったこと。人口9,000人ほどの小さな村に15軒もワイナリーがあって、スーパーにはずらっとチリワインが並んでいる。缶チューハイも売っていないような環境で、ふと手に取った白ワインが最高に美味しくて、そこからチリワインにどんどんハマっていった。

その頃は、環境教育の任務で村の学校を回ったり、現地ではまだまだ知られていなかったリサイクル活動を推進したりして、現地の人たちと協力しながら少しずつ信頼を得ていった。スペイン語が話せるようになると活動の幅も友人の輪も広がり、村の中で「初めての日本人」として家族のように受け入れられるようになっていった。チリのことが大好きで協力隊の任期終了後もチリに残って、今度はOLとして働くことに。しかし会社員で学んだ事を次のステップに活かしたいと思い、中古アパレルの輸入販売や着物のリメイク商品を展開するなど、どんどん自

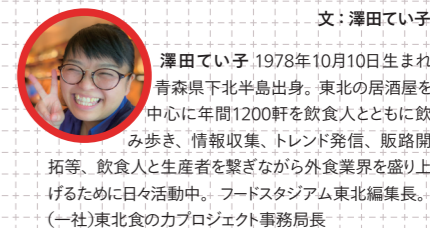
分のビジネスを生み出していった。そんなとき、現地で仲良くしていた方と「チリのブティックワイン（小規模生産者がつくる上質なワイン）を日本に広めたいよね」と話が盛り上がり、一気に行動開始。2016年、36歳で日本に帰国。スーツケース2個にワインをパンパンに詰めて帰ってきた（パンツ2枚とTシャツだけ持って！）。そして立ち上げたのが、輸入ワインブランド「ブエンモスト」。「良質な果汁」という意味で、自分が大切にしたいことをそのまま名前にした。

最初は免許もなく、知り合いの社長が開催するイベントに出させてもらっては宣伝したり、他社が開催するワインセミナーに便乗して試飲してもらったりしながら、少しずつファンを獲得。「チリワインの常識を覆された」と評価いただいたことで手ごたえを感じ、輸入も本格的にスタート。初めて輸入したワインが乗ったコンテナ船をチリで見送ったときは、感激のあまり船の前で記念撮影をした。こんな経験をし

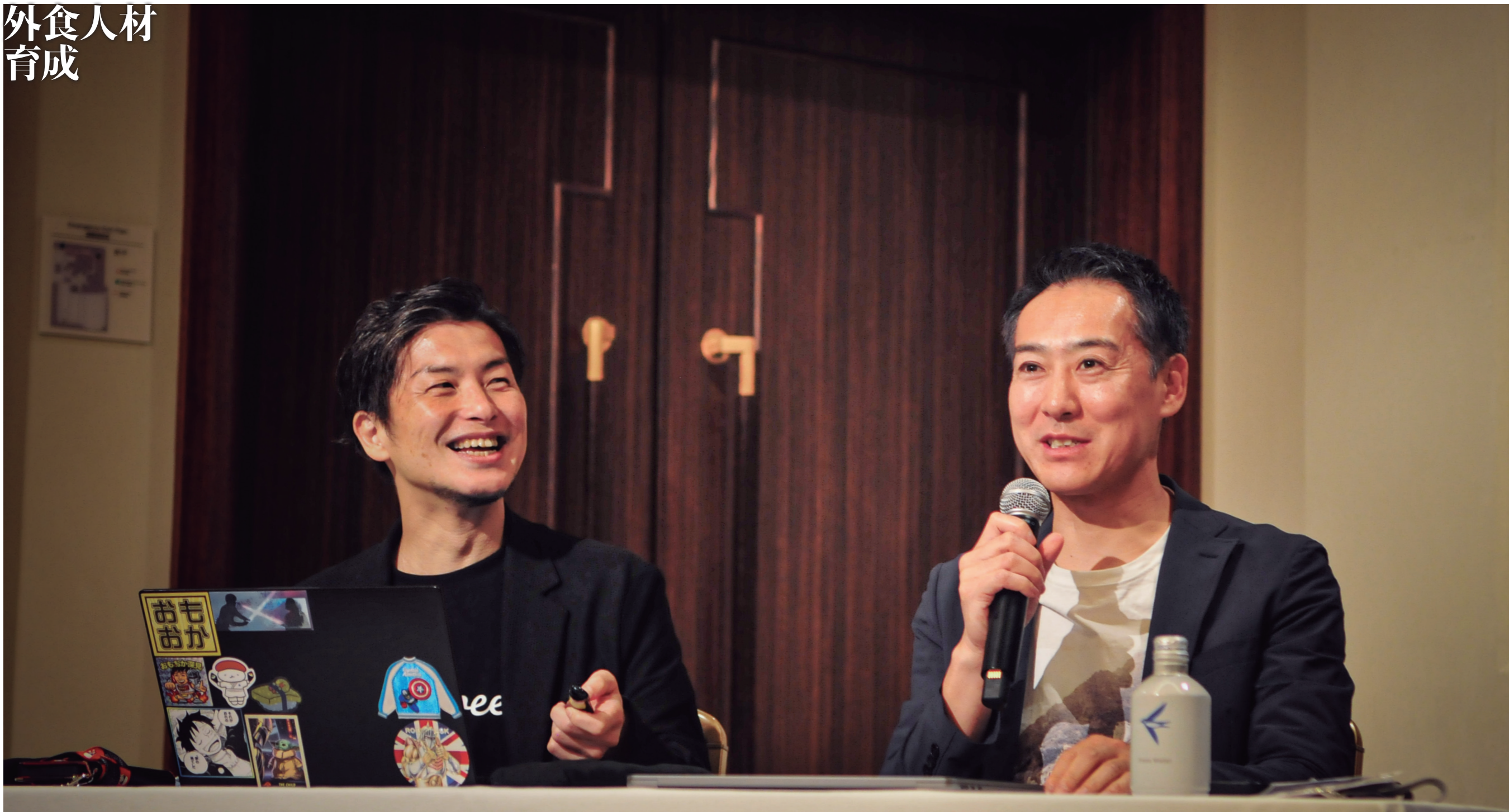


ている人は、そうそういないはず！（笑）。こうして正式にチリワインを販売、その後、ジンやビスコにも手を広げていった。ある日、地元の人に「七ヶ浜のワイン、作ってよ」と声をかけられた時に、「ああ、求められていることをやるべきなんだ！」と、はっとした。そこから「七ヶ浜ワイナリー」の構想が始まる。原料はリンゴ。祖父の代から100年以上続く果樹園「北与園」で育てられた品種「青林」を使うことにした。「これはもう、先祖孝行だなんて思って」。醸造の知識を学ぶために4年間大船渡のワイナリーで委託醸造をしたり、山形の農園に通って、週2～3回バイトしてブドウの栽培から収穫まで全てを経験。本当に一から「作り手」となっていた。そしてついに2024年11月、七ヶ浜ワイナリーをオープン。2025年1月に醸造免許取得、2025年3月末には、記念すべき第一号のリンゴワインの発売を開始した。「その土地の空気や風、海の香りまで感じてもらえるようなワインを作りたい」。大事にしているのは、味だけじゃなくて「体験」。七ヶ浜に来て、海を見て、風を感じて、その記憶と一緒にワインを楽しんでもらいたい。来た人にしかわからない体験、感覚的なものを両腕一杯に抱えて七ヶ浜とチリの空気を、ワインを通して感じてほしい。

文:澤田てい子



澤田てい子 1978年10月10日生まれ
青森県下北半島出身。東北の居酒屋を中心に年間1200軒を飲食人とともに飲み歩き、情報収集、トレンド発信、販路開拓等、飲食人と生産者を繋ぎながら外食業界を盛り上げるために日々活動中。フードスタジアム東北編集長。（一社）東北食のカプロジェクト事務局長



もう悩まない！ 人材が育つ職場はこう作る

深見浩一 株式会社プランズ 代表取締役 一般社団法人日本飲食団体連合会 執行理事 一般社団法人日本フードビジネス国際化協会 代表理事 一般社団法人レストランテック協会 顧問 京都大学卒業後、大手飲料メーカーに就職。2年間勤務後、飲食コンサル会社に転職、上場を果たし、2006年に株式会社PrunZ(プランズ)設立。「いざかや炎丸」をメインに日本国内、アジアを中心に店舗展開。「第5回居酒屋甲子園」「第7回S1サーバーグランプリ」の外食業界の2冠を達成。またBEST RESTAURANT JAKARTA 2015/HONGKONG 2019受賞。2016年11月に日本フードビジネス国際化協会(JIFA)設立、日本飲食団体連合会 執行理事など幅広く活動。飲食事業の他に介護事業と学習塾事業もオーナーとして創業。YouTube「おもおかチャンネル」は飲食業界で知名度抜群。

吉田将紀 株式会社絶好調 代表取締役 日本体育大学卒業後、株式会社ダイナック入社。株式会社でつべんの創業を経験し、2007年に株式会社絶好調として独立。現在は新宿と仙台に伊端焼き、焼鳥屋、懐石料理、イタリアンバル、カフェなど多業態で複数店舗(現在18店舗)を展開。人間力とサービス力を強みとしており、接客の大会S-1サーバーコンテストで3名の優勝者を輩出している。飲食店やサービス業などの企業研修やコンサルティングでも活躍中。

Discussion
株式会社プランズ
代表取締役 **深見浩一**

Discussion
株式会社絶好調
代表取締役 **吉田将紀**

2025年5月14日、クラウド会計ソフトのフリー株式会社主催するイベント「Free TOGO World 2025」内で、「辞めない職場」ではなく「育つ職場」をつくるには?と題した特別講演が開催された。スピーカーは株式会社プランズの深見浩一氏と株式会社絶好調の吉田将紀氏。外食産業をリードする二人の対談、果たしてどんな話が飛び出すのか。

**現役アルバイトを社員化せよ！
採用コストゼロで
即戦力獲得**

深見 みなさん、採用に苦労されていますか? がんばっている条件にして、お金

もかけて求人出したけど応募がない、応募があっても面接に来ないとか。そんなときは、コメントの文章を見直してみてください。優秀な人ほど条件よりも中身で判断しています。SDGsの取り組みとか、お店がどういう考えで営業しているかを見ている学生も多いです。それから、応募があったらすぐに返事できていますか? 面接の曜日や時間も向こうの希望に合わせていますか? どれか一つでも欠けていると、僕は良い結果が出ないと考えています。まずはこういう基本を徹底しましょう。それから、今注目したいのが、現役アルバイトの社員化です。吉田さんも取り組んでいますよね。**吉田** 現役アルバイトの社員化という点、ほとんどがフリーターからの社員登用ですよ。これからお話しするのは現役大学生を卒業後に社員化する話です。社員の一人当たりの採用コストって100万円単位でかかりますけど、アルバイトからそのまま社員になったら採用コストはゼロです。

取材協力:「フリー株式会社」

の価値観等です。今は就業時間も短くなってみんなが集まって時間を取るのが難しいので、そういう工夫をしています。深見さんのところは、どうですか？

深見 うちでは「社長と同じ脳みそ」を作る取り組みをしています。例えば売上を増やすにはES（従業員満足度）が大事だよというのが僕の考えで、全員同じ考え方にしたいんですね。社長の頭の中の可視化です。全員集まるのはやっぱり難

しいので、zoomも使って、僕の話を見んなによく聞いてもらうようにしています。吉田さんのところはS1サーバーグランプリの優勝者を3人出していますよね？「日々のロープレだ」と言っただけで、具体的な話のような取り組みをしているのでしょうか。

吉田 サービス力を高めるために、営業前やピーク時間前にロープレをしています。「何のテーマでやるのか」と悩む時間を省くため

に、100テーマくらいリストアップしてあります。そこから選んでパッとやっちゃう。時間も5分取れなくても、30秒なら取れるよね、と。お客さんとのタッチポイントが料理提供時など多くて10回くらいしかないの、そのときに笑顔だったり気の利いた一言が言えるようにトレーニングしています。

深見 僕は居酒屋甲子園の立ち上げメンバーなのですが、そのノウハウで社内

版の居酒屋甲子園のお手伝いをしてるんですね。その会社の中でいろんな「一番」を作って、一年くらいかけてチーム戦で獲りにいきます。Googleの口コミ評価や覆面調査結果など、全店共通のKPIがあって「社員もアルバイトもみんな取組む」というのがとても良くて、スタッフの定着やアルバイトの社員化とも相性がいいですね。口コミ評価も上がって、売上も上がるので、お店も良くなります。

は、まずは自分でできることをやってみたらいいと思うんです。「内定取るためにみんなががんばろう！」と声をかけて、自己分析とかエゴグラムとかの勉強会をみんなで作ってみたいですね。ESも上がっていくと思います。「カンテラ採用」という呼び名でアルバイトの社員化を支援している会社もありますので、相談してみるのがいいかもしれません。



イベントの冒頭であいさつするフリー株式会社 代表取締役CEO 佐々木大輔氏(右)とフリー株式会社 SMB事業本部 第2事業部 事業部長 佐久間清孝氏(左)

理念も浸透していて、何より即戦力。我々としては理想ですよ。みなさんのお店でも、アルバイトが「お店が好き」「店長が好き」と言ってくれる人はいると思いますが、なかなか就職先としては選ばれない。理由は、会社の経営実態が見えないからなんです。だから、経営幹部がアルバイトに会社の実態を伝えて、「お店も好きだけど、会社としてもいい会社だな」と理解してもらおうようにし

ています。ポイントは、大学1〜2年生をターゲットにすることです。

深見 大学3年生の5月〜6月くらいになるとインターンも始まるしね。

吉田 はい、1〜2年生のうち「唾をつけておく」形でですね。人って、告白されたら意識するじゃないですか。それと同じで「この会社には君の力が必要なんだ」と「告白」するんです。会社イベントにも来てもらって、そこで経営陣や

他店の社員からも話をします。そうすると「じゃあ、ぶっちゃけ給料はいくらだろう」「店長がめっちゃ働いてる気がするけど、労働環境は大丈夫かな」と不安なことを聞いてくれるようになります。すぐに満足な答えは出せないかもしれませんが、結果的に我々が会社を良くすることにつながるの、どんどん選ばれる会社で、どんどん選ばれる会社に成長していけるんですね。

深見 実際どう？ アルバイトから正社員に採用でき

た？

吉田 取り組み始めて1年ちょっとですが、これまでに10名ほど採用できました。実はこのアクションは、OBの採用（アルumnナイ採用）にもつながります。一度は他の企業に就職しても、やっぱりお店と会社が好きだと戻ってきてくれるんですね。だからアクションを起こして「告白」することは、採用の戦略としてすごく有効なんです。

深見 アルバイトの社員化



株式会社プランズ 深見浩一氏



株式会社絶好調 吉田将紀氏

社長の頭の中を可視化してみんなに共有育つ職場は「みんなで取り組む」がキーワード

深見 人材育成で何か特徴的なことやってる？

吉田 僕はビデオレターを自撮りして、YouTubeのショート動画で配信しています。タイバの時代ですから、出勤時の電車内で見ると。内容は、現場ですぐ使えるアドバイスや絶好調



取材協力「株式会社パンチョ」東京都武蔵野市吉祥寺本町2-5-10 いちご吉祥寺ビル7F

ナポリタンのよりのアツい 「人が育つ現場」 パンチョ越谷4号バイパス店 スタッフの成長が、サービスの 質向上へ

Interview

スパゲッティのパンチョ越谷4号バイパス店
店長兼エリアマネージャー 西里俊平

ピーク時には満席が続き、
てんてこまいの忙しさ。そ
れでもスタッフはみんな明
るく、笑顔で声を掛け合
い、自然にフォローし合う。そ
んな光景が日常となってい
る店舗がある。就職による
退職以外はほとんど辞める
ことがないというその職場
には、どんな秘密があるの
か。西里店長の取り組みに
迫った。

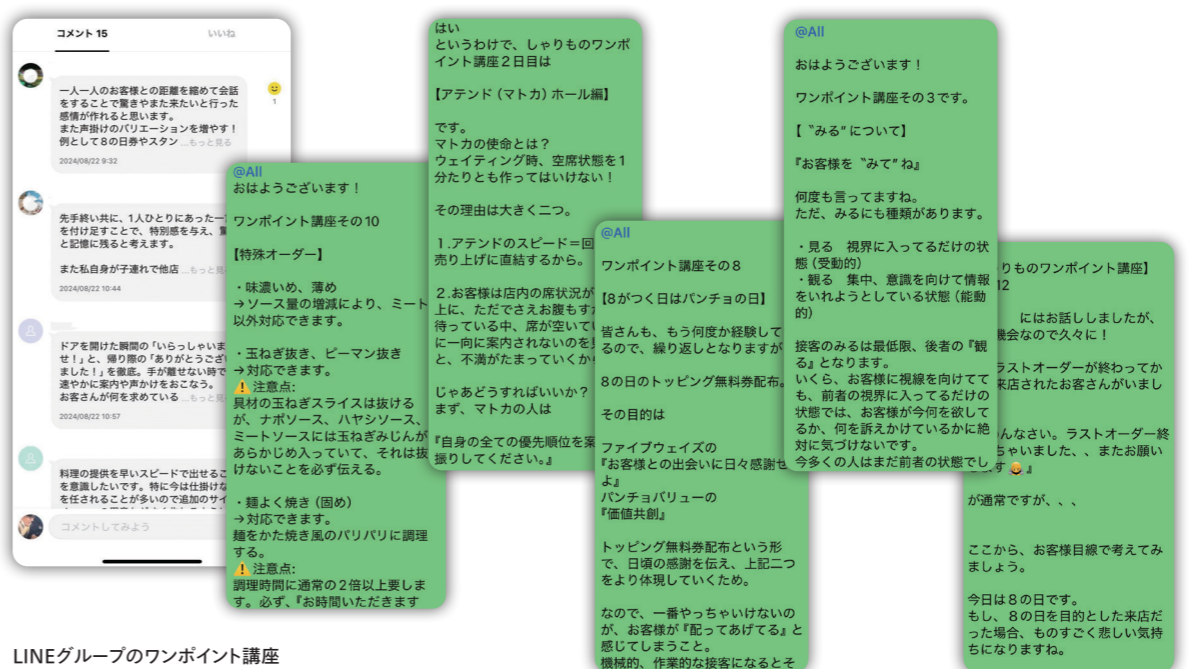


オープン当初の忙しさは
目まぐるしく、初月の売上
は2000万に迫る好成績
を記録した。しかし、その
裏側でアンケートによる顧
客評価は芳しくなく、その
指標として活用している
「NPS（ネット・プロモ
ーター・スコア）」は厳しい
数値であったという。当時
を西里店長は「とにかく目
の前の業務を回すことで手

一杯で、育成や指導にまで
手が回らなかった」と振り
返る。そこで立ち上げたの
が、LINEによる「ワン
ポイント講座」だった。
この講座は、スタッフに
接客方法などの情報を共有
するものだが、「一気に詰
め込むと、やらされ感が
出てしまう」との考えか
ら、毎日1テーマずつ発信
した。例えば、ラストオー

ナポリタン越谷4号バイパス店の成長が、サイバピスの『質』向上へ

ダー後に来店されたお客様への対応や、「味を濃くしたい」といった要望にどう応えるか。そうした実際にその日に起きた出来事をもとに、即時でテーマを決定し、タイムリーに届けた。この取り組みの狙いについて西里店長は、「マニュアルにはない接客対応を共有しながら『こんなふうにお客様のために考えて行動しよう』『こういう人をパンチョでは大切にしているんだよ』ということを伝えるようにしていました」と話す。こうすることで、スタッフは安心して行動を起こすことができるようになり、何を大切にすればいいのかがわかるから不安なく判断できるようになる。そんな情報共有の積み重ねが、現場の改善と一体感につながっていった。



LINEグループのワンポイント講座

は、「先手必勝、終い圧勝」という共通言語を用いて、チーム全体にその価値観を浸透させていった。このような柔軟な取り組みによって、現場スタッフが主体的に考え、動ける環境が整っていった。同店はオープンから1年が経過した今も、オープン景気であげた売上から大きく落とすこと無く好調をキープしている。「話題性」ではなく、「また来たい」と思わせる理由が、しっかりと根づいている証だと言えるだろう。



料理提供時にアンケートのQRコードを手渡す

「見返りを求めずに与えていくことが、結果的に一番返ってくる」。この「ギブアンドギブ」の思想も、西里店長の人材育成スタイルを語る上で欠かせないキーワードだ。「与える」とは、モノではなく、時間や言葉である。日々のちょっとした声かけ、休憩中の会話、面談の場など、あらゆる機

会場でスタッフに寄り添う。こうした姿勢が組織内に浸透することで、スタッフ同士による自発的な支援の輪が自然と広がっていく。あるスタッフが急な体調不良でシフトの交代を依頼した際には、LINEでの呼びかけからわずか3分で代役が決まったり、わざわざ外出先から駆けつけたスタッフがいいたという。このような行動の背景には、西里店長が重視する「貢献意欲」の存在がある。「貢献意欲」とは、「お店のためではなく、自分の人生の

ために働いている」と実感できたときに自然と生まれるものなんです。組織のために頑張れと言っても、やはり限界がある。人は、指示されるよりも、自分で気づいたときに変わるんです」と西里店長は語る。

西里店長の人材育成スタイルは、徹底して「自分で考える人を育てる」ことに重きを置いている。「スタッフが自分で『おかしいな』、『もっとこうしたい』と気づけるようにするのが私の役割です」。その根底にあるのは、トップダウンで命

の柱がロールプレイングである。ホール接客におけるスタッフの立ち居振る舞いを見直すため、西里店長が自ら「店員役」となり、スタッフに「お客様役」を体験させた。「来店のタイミングで、わざと背中を向けて『いらっしやいませ』と言って、どんな気持ちになるか、実際に感じてもらうようにしました」と語る。同店では、お客様の満足を高めるうえで「お出迎え」と「お見送り」は特に重視している。

なぜなら、モバイルオーダーとセルフ会計を導入しているため、一般的な飲食店と比べて、お客様の接客ポイントが少ない。その中で、西里店長は「オーダーや会計で使う接客時間がないぶん、その時間をホスピタリティとしてお客様に還元すればいい。だからこそ、入口で

「ギブアンドギブ」が育む信頼と成長

「不機嫌禁止」、感情の管理がチームの空気を変える

油の革命

もっと長く、 もっと使いやすく そして、空まで飛ぶ時代へ

飲 食店の厨房に欠かせない揚げ油が、今、劇的な進化を遂げている。油の劣化を大幅に抑える革新的な技術により、油の交換頻度とコストを削減。また、容器の小型化で、現場の使いやすさも向上させるなど、留まることを知らない。さらに、使い終わった廃食用油が、なんと飛行機の燃料へと生まれ変わるという。進化する油の新常識に迫る。

取材・文:Smiler編集部



ナポリタンよりアツい「人が育つ現場」
パンチョ越谷4号バイパス店の成長が、サービスの「質」向上へ



C-1グランプリでは「人が辞めない店舗」を評価され2位に輝いた

もあるんです」

スタッフが「楽しそうに働く姿」が西里店長の原動力

パンチョでの10年間で、100人以上のスタッフの入社から卒業までを見届けてきた西里店長。「店長にこう言われたのがきっかけで、変わることができたんです」、そんな言葉を聞いたときが、何よりも嬉しいと話す。「自分の言動が、その人にとって何かしらの支えになったのだと実感できた時、本当にやりがいを感じます」

「人の心に在り続ける」これは、西里店長の志であり、働く原動力でもある。その思いがあるからこそ、西里店長は大規模店舗である越谷4号バイパス店の立ち上

げにも自ら手を挙げた。「大きな店舗で、多くの人と関われるチャンスだと思いましたが、実際、1年で50人ものスタッフと関わることで、10年で100人育てた経験の、半分を1年で経験できました。それが今、一番楽しい理由かもしれません」と話す。

現在、同店は驚くほどの低離職率を維持し、「辞めない店舗」としてファイブグループでも一目置かれる存在となった。「人が辞めないからこそ人が育ち、人が育つから店が強くなる。結果として、また新しい仲間が自然と集まってくるんです」

同店の取り組みは、こうした成果によって社内でも高く評価されている。その象徴が、ファイブグループ全体の成果発表会「C-1グランプリ」への選出だ。

「人手不足の店舗が多い中で、うちは『人手過多』という真逆の状態。さらにアルバイトさんからの社員登用が3名、そこが注目されました」と西里店長。店舗で取り組んできたスタッフの自主性を引き出す育成法が高く評価され、惜しくも優勝は逃したものの、1点差で準優勝という結果を残した。この発表を通じて、独自の育成スタイルが他店舗にも波及しつつあるという。「スタッフが辞めない店舗」、「貢献意欲の高いスタッフが育つ店舗」として、社内での存在感を確実に高めている。

「結局、私がこの仕事をやっている理由は、みんなが楽しそうに働いているのを見るのが一番嬉しいかなんです」。取材の最後、西里店長はこのように言葉を結んだ。

進化する揚げ油

J・オイルミルズに聞く、着色・酸価上昇 3割抑制の秘密と現場への優しさ



Interview

株式会社 J・オイルミルズ

藤原英記

マーケティング統括部業務用油脂マーケティング部
商品企画グループ長

取材協力:「株式会社 J・オイルミルズ」東京都中央区明石町8-1 聖路加タワー

ミックや金属製のボールを沈めるタイプ、あるいはフライヤー自体が特殊な構造を持つものなど、その種類は多岐にわたり、外食産業の展示会などで見かけたことがある人も少なくないだろう。

しかし、こうした周辺機器の開発が進む一方で、製油メーカーもただ手をこまねいているわけではない。彼らが目指すのは、根本的に長持ちする油そのものを生み出すことだ。油の進化がもたらすメリットは、ランニングコストの削減だけでなくとまらない。既存のフライヤーのオペレーションを変更する必要がないという点も、現場にとっては大きな魅力となる。

J・オイルミルズは、実に20年以上前から長持ちする油の研究開発に取り組んできたという。SDGs（持続可能な開発目標）という言葉が広く浸透する以前から、同社は「エコ」という概念に着目し、資源の有効活用と環境負荷の低減を目指していたのだ。



「長徳®」サラダ油 16.5kg缶



「長徳®」サラダ油 8kgバッグインボックス(BIB)。軽量で扱いやすい



「長徳®」白絞油 16.5kg缶



「長徳®」キャノーラ油 16.5kg缶

油を長持ちさせるために必要な成分は何か。地道な試行錯誤を繰り返す中で、ついに「これだ」という成分を発見。その成分を詳しく調べていくうちに、驚きの事実が判明する。なんと、元々油の原料の中に含まれている成分だったのだ。「それまでは、油を製造する過程で取り除いていたんですね。ならば、取り除かずに残せば良いわけです」と藤原氏は語る。

この発見からさらに研究開発を重ね、満を持して世に送り出されたのが「長徳®」シリーズである。このシリーズは、同社が独自に開発したサステイナブルな技術を意味する「SUSTEC®」製法によって製造されている。

揚げ油は、使用を重ねるうちに酸化が進み、色が濃くなったり、不快な臭いが発生したり、粘度が増したりといった劣化の兆候が現れる。「長徳®」シリーズは、これらの油の劣化を効果的に抑制する働きを持つ。実際にこの油を導

入した飲食店からは、「揚げ物の仕上がりがカラツとしていて、揚げ力が持続する」「うちでは油の交換頻度がこれまでの3日に一度から4日に一度に減った」といったような喜びの声が寄せられ、高い評価を得ている。

そして、J・オイルミルズは現状に満足することなく、さらなる品質向上を目指し研究開発を継続してきた。その結果2025年6月には、従来の同社一般製品と比較してこれまでの「長徳®」が油の劣化指標の「酸価」を1割抑制であったところから3割抑制に機能向上させ「長徳®」をリニューアルした。

藤原氏は、長持ちする油の性能を最大限に引き出すためには、感覚に頼らない科学的な油の管理が必要だと強調する。「酸価」を測定する試験紙もありますので、ぜひ活用していただきたいと思います。揚げる食材によっては油の色が濃くなりやすい場合もあり、見た目

の色だけで判断してしまうと、まだ十分に使える油を無駄に廃棄してしまう可能性があります。数値による客観的な測定こそが、油を賢く管理するための鍵となるのです」

現場の負担軽減へ。「斗缶」という既成概念を超えて

飲食店の厨房における油の定番といえば、容量約16kgの1斗缶だろう。しかし、16kgという重量は、身近なもので例えるなら一般的な「マテサイクル」と同程度であり、決して軽いとは言えない。この1斗缶を持ち上げたり、傾けてフライヤーに注油したりする作業は現場で大きな負担となる。誤ってパランスを崩して転倒したり、熱い油が跳ねて火傷を負ったりするリスクも懸念される。

こうした現場の切実な声に応えるため、「長徳®」シリーズでは、従来の常識にとらわれない小型の

飲 食店の厨房に欠かせない存在、揚げ油。その世界で、近年目覚ましい進化が起こっているのをご存知だろうか。各社から、これまでよりも格段に長持ちする油が続々と登場しているのだ。今回は、製油業界のリーディングカンパニーであるJ・オイルミルズで、長持ちする油の開発に情熱を注ぐ藤原氏に話を伺い、その革新的な技術と、現場のニーズに応える姿勢に迫った。

「3割長持ち」を実現した技術革新

近年、揚げ油を長持ちさせるための様々なアプローチが注目を集めている。フライヤーの油槽に特設な電極を設置するタイプ、セラ容器を積極的に採用している。例えば、揚げ油として一般的なサイズの半分の8kg入りの容器に加え、さらにその半分の4kg入りの荷姿の製品もラインナップしている。

藤原氏は、小型容器導入の背景について次のように語る。「人手不足が深刻化する飲食業界において、ワンオペレーションの店舗も増えていきます。そうした現場では、重い1斗缶の扱いは大きな課題です。少しでもスタッフの負担を軽減し、安全に作業ができる環境を提供できればと考えています」

同社のこの取り組みは、単に製品の機能性を向上させるだけでなく、実際に油を使う人々の安全性と作業効率にまで配慮した、現場主義の表れと言えるだろう。長持ちする油というイノベーションと、現場への細やかな配慮。この二つの軸が、J・オイルミルズの製品が多くの飲食店から支持される理由なのかもしれない。

廃食用油で飛行機が飛ぶ!?

飲食店がサステナブルな社会実現に貢献する

Interview

合同会社サファイア スカイ エナジー
最高執行責任者 COO 西村勇毅

「使い終わった油が、飛行機の燃料になるなんて!」——そんな驚きから始まる、次世代のエネルギー「SAF」についてご紹介したい。SAF（持続可能な航空燃料）は、使用済みの食用油などを原料にした、地球にやさしい航空機用燃料だ。欧米での研究が先行してきたこの分野で、ついに日本でも今年5月、国内製造がスタート。その国産SAFの供給を初めて実現させたのが、日揮ホールディングス・コスモ石油・レポインターナショナルの3社による合同会社サファイア スカイ エナジー。今回は、同社COO・西村勇毅さんにお話を伺いました。

こんな大きな話になるとは思っていません

日本初のSAF生産は、COOの西村さんのこんな思いがきっかけとなって誕生した。「私はもともと石油精製などを手がける化学系のエンジニアでした。海外で仕事をしていたとき、世界ではすでにサステナブルな燃料への転換が始まっていたんです。それを見て、「これからはこういう分野に知見を活かすべきだ」と感じました」

そんな気づきを胸に、海外赴任から帰国したタイミングで、自らSAF生産プロジェクトの立ち上げに動き出した。「SAFにはいろいろな原料がありますが、やっぱり廃食用油が一

SAFがないと飛行機が飛べない時代が来る
サステナビリティが叫ばれる現代において、「SAF」の需要は、今後ますます高まるとみられている。しかし、これまで日本では廃食用油を海外に輸出し、現地で製造されたSAFを再び日本へ逆輸入するという構造が続いていた。これに対して西村さんは「今も、日本で廃棄された食用油は、



番効率がいい。もともと油ですからね。他の原料に比べて製造に必要なエネルギーも少なく済みます。だから、CO₂削減の効果も非常に高いんです」

西村さんの想いから始まった挑戦は、今や日揮ホールディングスとコスモ石油、そしてレポインターナショナルの3社が協力する形で、実現に向かって走り始める。

日揮ホールディングスはサプライチェーン構築の主導およびプラントの設計・建設、コスモ石油はSAFの製造・販売、レポインターナショナルは廃食用油の回収という役割で、それぞれの強みを生かして、SAFのサプライチェーンを実現したのだ。

こうして、2022年11月、3社の出資により、廃食用油を原料とする国産のSAFの製造・販売会社「合同会社サファイア スカイ エナジー」を設立。そして2025年5月にSAFの供給がスタート。日本初の国産SAFは大きなニュースとなった。「廃食用油をもっとたくさん集めることが必要なので、回収に協力してくださる飲食店などを今後さらに増やしていくことが重要です。そのための機運醸成活動などは日揮ホールディングスを中心になって展開しています。そのひとつが『Fry to Fly Project (フライトゥー フライプロジェクト)』です。こう

した機運醸成活動が重要になる背景には、現状で飲食店が廃食用油の廃棄に困っておらず、現在のやり方を変えて我々の事業に回すような面倒なことをなかなかしてくれないということがあります。廃食用油を高く買い取りますなどということができればいいのですが、結果としてSAFの販売価格が高くなってしまつては意味がありません。持続性が低くなってしまいます。そこで、SAFの社会的価値や重要性を理解していただき、活動に共感してもらつたための仕掛けが必要だと考えました」

SAFが実現する未来への共感が広がっている

現在、Fry to Fly Project には、212の団体が参加している（2025年3月末時点）。飲食企業だけでなく、サステナブルを重要視している一般企業や、地方自治体なども多い。東京都や京都市、横浜市、工場のある堺市など30以上の自治体が参加している。

「自治体は通常民間企業の行うプロジェクトには、なかなか参加してくれないのですが、我々の活動は直接的な利益を求めるといふことではなく資源循環の機運を高めることを目的にしているということとで多くの団体に賛同いただいています」

Fry to Fly Projectでは、SAFの高い社会貢献度を理解していただくためのポスターやチラシなども用意し、飲食店などが活用できるような準備もしている。お客様は、その店で食事することで社会貢献ができていくことがわかり、その店がサステナブルな意識が高いことを理解できる。お店や企業に対するお客様の共感性を高めることで、お店の集客や販促に助力できるようにしているのだ。

あつて、SAFの存在は急速に認知されるようになってきている。そして5月1日、関西空港の旅客機に日本初の国産SAFが供給された。この日、空港では記念式典が行われ、SAFを使った旅客機が上海に向かって飛び立つ様子を多くのメディアが取材し、話題となった。廃食用油をSAFにすることでサステナブルな社会の実現に貢献できるという事実には、多くの人は驚き、共感した。

使用済み食用油を集める仕組みを作った。西村さんは、個人飲食店の協力もぜひお願いしたいと語っている。「チェーン店などの協力は、少しずつ増えているのですが、個人店はまだまだ少ない。廃棄してしまっている店もあるかもしれません。SAFの原料として活用させていただければありがたいです。どうぞ、よろしくお願いします」

Fry to Fly Project
廃食用油 空を飛ぶ

廃食用油で空を飛ぶ!!
全員参加型、できること無限のプロジェクト

©Tatsuya Tanaka

活動の趣旨に賛同する企業、自治体、団体は誰でも会費無料で参加可能だ。問い合わせは Fry to Fly Project事務局まで。E-mail: frytofly@jgc.com

「後悔する25のこと」は



「閉店する人が後悔する25のこと」は今も活きるのか？ 森下社長が語る、潰れない店の“条件”

2 018年に取り上げた「閉店する人が後悔する25のこと」。当時、多くの反響がありました。そこから時代は大きく動きまわりました。コロナ禍を経て、物価高、人手不足、飲食業界を取り巻く環境は、まさに激変の連続です。その中で、あの25項目は今も通用するのか？ それとももう古いのか？ 森下社長、教えてください！

「閉店する人が後悔する25のこと」とは、年間2万件的な厨房機器の買取を行うテンポスバスターズが、「閉店する人が後悔すること」を飲食店オーナーに聞き取り調査。その中で、回答の多い項目25をまとめた。(項目は最後に記載)

ど、これも同じ話だ。「忙しいから時間がなくて……」という言葉が通るなら、忙しいなら飯も食うな、トイレにも行くなって話にもなるわけだ。

結局は、人に心から感謝するか、そういう人間としての根っこがしっかりして初めて、仕事は実を結ぶもんだ。「お客が来てくれて嬉しい！」、この素直な気持ちがあれば、客商売なんて絶対にうまくいくはずがない。これは、販売する人間にとって絶対条件だからね。それと、従業員の出来が良からうが、悪からうが、仕事をやって来てありがたい！と思うのも忘れないこと。

競争を勝ち抜く「危機感」と「志」を持つ

閉店する人が後悔する25のことには、「従業員のワガママをそのままにしていた」「小さな不正に目をむいていない」とあるが、いかにも「優しい」オーナーが陥りがちな失敗談だ。でも、これはオーナーの気が弱いからとか、そういうことが原因ではない。

仕事をするとき、自社が頑張ったかどうかではなく、競合他社と比較した中で「自社は頑張っているか」、この1点が大事になっ

「閉店する人が後悔する25のこと」の中に、「客が来てくれて嬉しいのに、いらっしやいませ」といえなかった」とあるが、これは嘘だよな。「言えなかった」んじゃない、そもそも「客が来てくれて嬉しい」と思わないから、言葉が出てこない。
悪気はないけど、楽しいはずの飲み会で、まるでゲップでもするようにならんと人の悪口が出てしまふ人がいるだろう？ その人は、なぜ自分が悪口を言ってしまうかなんて、いちいち考えないのと同じように、「いらっしやいませ」の一言が出てこない人も、お客が来てくれたことへの感謝が、自分の中で当たり前になっていない証拠なんだよ。
ただ、偉そうなことを言っている俺だって、「閉店する人が後悔する25のこと」の中に、「女房を使うのは当たり前だと思っていた」というのがあるけど、正直これ、グサツときてさ。起業してから、女房と一緒に仕事をしてきたけど、子育ては全部任せっぱなしだった。その中で女房には、総務や経理、採用をやってもらっていた。でも、それを「当たり前」だと思っていたことが、俺の愚かなところだよな。今思えば、本当に頭が上がりません。
25のことの中には、「家族・子供を大事にしなかった」もあるけど

Special Talk

株式会社テンポスホールディングス 代表取締役社長
ATSUSHI MORISHITA
森下篤史

1947年静岡県生まれ。現・東芝テック(株)入社。83食器洗浄機メーカー共同精工設立。本業のかたわら、英会話学校の運営・傘にフィルムをかぶせる機械の開発・回転寿司店等6つの事業に次々と手を出し失敗を重ねる。それでも「挑戦を繰り返せば、いつか芽が出る」の信念を曲げず'97 中古厨房機器販売の(株)テンポスバスターズ設立。2002年JASDAQ上場。現在2000億企業を目指す

スマイラーでは到底カバーできない、本当に役立つ飲食店経営のノウハウを、ぐるなび通信がお届け！経営や販促のヒントになる情報ばかりで、一読の価値あり！

「釣宿酒場マツメ 野毛本店」の快進撃が止まらない！釣魚×地魚×お得な酒で大ヒット

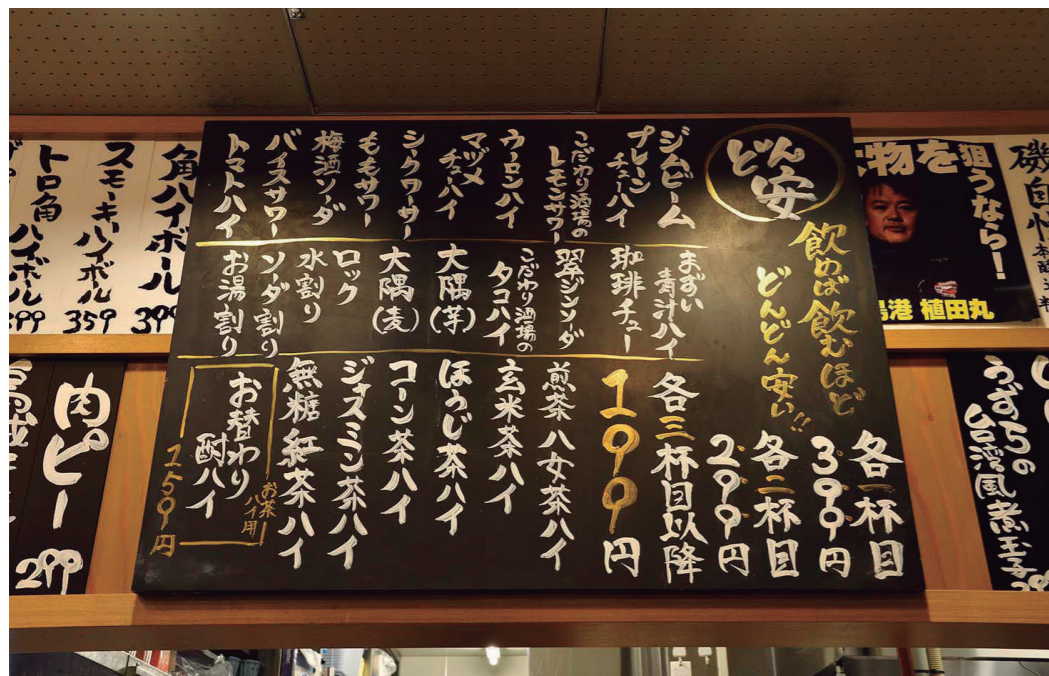


釣宿酒場マツメ 野毛本店 店長 佐藤 貴晴

佐藤 貴晴

1988年生まれ、神奈川県出身。22歳のとき、「接客業に携わりたい」と株式会社ダイナックに新卒入社。系列のレストランで経験を積み、2023年、オープン1年後の「釣宿酒場マツメ 野毛本店」に店長として赴任。これまで以上に人気を押し上げて、一層の成長を目指す。

横浜・JR桜木町駅直結の複合ビル地階に、2022年9月オープンした「釣宿酒場マツメ 野毛本店」。店名の通り、希少な釣魚を手軽に食べられる新しいタイプの海鮮居酒屋だ。昼飲みとハシゴ酒が定番とされる野毛エリアのニーズをつかみ、最高坪月商70万円超えという繁盛店に成長している。 ※「ぐるなび通信」2025年4月掲載



1杯目439円、2杯目329円、3杯目以降219円と、飲めば飲むほど安くなる「どん安」。「野毛本店」は対象となるドリンクが二十数種類あり、姉妹店と比べて数が多い。さらにお得な「お替わり酎ハイ」(179円)は、お茶ハイの焼酎のみを追加できる

本橋の1号店を皮切りに、東京、神奈川県、埼玉、大阪などに展開。中でも絶好調なのが、桜木町駅直結のビル地下2階にある「釣宿酒場マツメ 野毛本店」だ。正午に開店すると、すぐに昼飲み客で満席になり、22時の閉店までにぎわいが続く。客層の中心は30〜40代だが、20代や50代以上も多く、男女比は6:4。平均滞在時間は60〜90分で「1〜2人客が7割。サクッと飲みたいお客様が多く、平均客単価は2400円」と店長の佐藤貴晴氏は語る。

フードの一番人気は、釣魚と市場に流通しない未利用魚を含めた地魚の刺身。小田原、千葉、富山、京都、北海道の釣魚と地魚を扱う卸業者5〜6社から、20種類を定期的に仕入れるルートを確立した。釣魚ならではのうま味と、希少な魚種も食べられることが圧倒的な差別化につながって、集客のフックになっている。さらに、飲めば飲むほど安くなる「どん安」も話題。サワー、ハイボールなど二十数種類が、1杯目より2杯目、2杯目より3杯目以降が安くなるサービスだ。来店客の9割が「どん安」をオーダーし、売上アップにつながっている。その結果、最高月商は約1500万円。系列店の中でトップを独走。提供スピードやイベントなどで顧客満足度を上げ、活気ある酒場を作り上げている。

取材協力:「釣宿酒場マツメ 野毛本店」神奈川県横浜市中央区桜木町1-1 桜木町おシテイ B2F © rgnavi.co.jp/k3xt8jhe0000/

閉店する人が後悔する25のこと

- ①よその店を見に行かなかった
- ②客が来て嬉しいのに「いらっしゃいませ」といえなかった
- ③従業員のワガママをそのままにしておいた
- ④小さな不正に目をつむっていた
- ⑤残ったものの鮮度の悪いものを出した
- ⑥業者のいいなりに仕入れた
- ⑦感情的に客、従業員に接した
- ⑧いつも美味しいものを出すと決めていなかった
- ⑨客の意見を聞こうとしなかった
- ⑩美味しさの分からん客だと思っていた
- ⑪厨房、店を綺麗にしなかった
- ⑫業者に感謝しなかった
- ⑬どんぶり勘定を続けていた
- ⑭神社にお参りをしなかった
- ⑮女房を使うのは当たり前だと思っていた
- ⑯客の名前を覚えようとしなかった
- ⑰約束事、時間を守らなかった
- ⑱そのうち、売り上げが上がるようになっていた
- ⑲接客がイマイチでも、料理が美味しければお客は喜ぶと思った
- ⑳赤字が続いても、やめようとしなくて、引き返せなくなった
- ㉑借金で不義理をして、身近な人、大事な人を失った
- ㉒家族子供を大事にしなかった
- ㉓見ればわかる、食べればわかるとタカをくくって、売る努力をしなかった
- ㉔目標もなく、真面目に働いていればなんとかなると思っていた
- ㉕支払いを遅らせたり、都度値切ったりしていやな店主だった

てくる。いくらこつちが毎日、真面目に額に汗して働いていても、周りのライバルたちはもっと賢く、もっと速いスピードで変化し、進化しているかもしれない。その現実から目をそむけて「うちは真面目にやってるから大丈夫」なんてタカをくくっていたらどうなるか。競合との差はほとんど開き、お客はじわじわと離れて、気づいた時にはもう取り返しがつかない状況になっているはずだ。手抜きをして店を潰すのならば諦めもつくが、真面目にコツコツやってきたのに潰れちゃうなんて、やりきれないだろうよ。

人生のハンドルを握れ

「閉店する人が後悔する25のこと」の中で、特に大事なことは何か?と聞かれても、答えられないよ。この質問は、「生きていくのにな」と空気が、どつちが大事ですか? 「お父さんとお母さん、どつちが大事ですか?」と聞いているのと同じで、考える間もなく、全部セツ

トで大事に決まっている。25のことの中に、「業者に感謝しなかった」「お客さんの名前を覚えようとしなかった」「いつも美味しいものを出すと決めていなかった」、こういうのって、まさに「やらなかったから潰れた」っていう分かりやすい反面教師だよ。これらは、どれか一つだけ改善すればいいという話ではないよ。25のこと、一つ一つを欠けることなく、全部しっかりやりきった先に「成功」の尻尾が見えてくる。そして、さらに発展させていくためのグレードを、もう一段、もう二段も三段も引き上げていく。大きい目標を掲げ、それに向かって汗水たらして達成したら、またすぐ次の、もっと高い目標を設定する。この繰り返しのなかでしか、会社も自分も成長なんてしない。どんな目標や志を持てばいいか

分からない、本当にやりたいことが見つからない。そんなときはまず、「所得を2倍にするには」「自分はどのプロになりたい」「お金が貯まったら何に使いたい」と、自分に問いかけてみるといい。女性の中に、「結婚して生活が落ち着きましたから、もうこれ以上収入を上げたいという欲はないですね」なんて言う人もいるけど、今の旦那が2〜3年で、ある日突然いなくなってしまうかもしれない。60歳で離婚することになるかもしれない。だから、結婚しようがしまいが、自分の人生のかじ取りは、なにがあっても自分でやるんだと決めておくことが大事なんだ。自分で決めた目標や志は、もうだめかもしれないって挫けそうになったときも、「なんとかなる」とあなた自身を支える生命線になる。そうならば、人生でどんな不測の事態に見舞われても、そう簡

単に人生はブレないよ。目標を立てたからといって、魔法みたいに明日からすぐに人生が変われるわけじゃない。だけど、もしあなたが真面目に一生懸命に仕事に取り組みタイプなら、目標さえ決めてしまえば、あとは自然と体が動くはずだ。無意識のうち目標達成に必要な情報を集め始めたり、誰かに教える本を読んだりするようになるもんだ。「自分の人生は、自分で決める」、そう覚悟を決めた瞬間から、あなたの未来はもう、間違いない輝き始めているといってもよい。目標、そして志。これは本当に、本当に大事なものである。

Smiler
Information

森下篤史への質問箱 ▶

smiler.jp/page-1034/

仕事のこと、家族のこと、
人生相談受付中



スタッフ用の「魚図鑑」。希少魚や未利用魚が多いため、客への説明に欠かせないアイテム。現在は20魚種だが新種が入るたびに増加。特に覚えたいアピールポイントを赤字表記している



左から「ジムビーム (ハイボール)」「レモンサワー」「煎茶 八女茶ハイ」「バイスサワー」。いずれも「どん安」で飲めるドリンク (二十数種類) の一部で、特に「ジムビーム」と「レモンサワー」の人気の高い

の目の前でさばくイベント。マツメ各店で実施しているが、野毛本店では火・木・土曜日の18時ごろから開催し、さばき立ての鮮魚を「早い者勝ち」で提供。40席あまりの店内が注目して一体感に包まれる瞬間でもある。また、入荷する珍しい魚の名前や特徴、味わい、調理法などの情報をまとめた「魚図鑑」を制作。新種が入荷するたびにページを増やしており、

スタッフはこの図鑑で得た知識を、サービスのときに披露。魚専門店としての魅力アップにつなげている。ほかに、提供スピードの向上とオペレーションの負荷軽減も意識。おでんやもつ煮など、すぐに提供できる煮込み料理や「ハリカタ拌麵」などで、スムーズな提供と接客を促進している。右肩上が

の2024年10月には同じフロアに姉妹店「大衆すし酒場めろじ」がオープンし、相乗的に送客するなどして人気が高まっている。「姉妹店と共存共栄し、誘客になることが大切」と佐藤氏。グランドメニューの更新や、野毛本店オリジナルメニューの開発にも取り組んでいる。



「本日のなめろう」(539円)。青唐辛子と合わせてピリ辛に仕上げ、酒のつまみにふさわしくアレンジして高いオーダー率を誇る。ネギとゴマを散らして、見た目もさわやか



「謹製 牛モツ煮込み豆腐」(439円)。酒場にふさわしい煮込みメニューの1つとしてラインナップ。ベースは塩味。味噌ベースも試したが、よりシンプルに味わえる塩に固定



オープンキッチンのカウンターとテーブル席で総席数は40。カウンター上の大きい黒板で「本日の釣魚」「本日の地魚」をアピールしている



「野毛系!ハリカタ拌麵 (ばんめん)」(659円)。焼きそばより細麺で甘辛味。食べ応えがあり、酒との相性も良好。フライパンを使わないため調理時間が短く、提供スピードの短縮とオペレーションの軽減に貢献



「釣宿の磯香るポテトサラダ」(439円)。青さのりを加えて釣宿らしさを演出し、来店客の目の前で山さわびをかけることで、さらに風味をプラス。フリーズドライ醤油でアクセントをつける



この日の「本日の釣魚」は鳴門の「サワラ」(右)と京都の「連子鯛」(各659円)。ほかに11種類の「本日の地魚」(各549円)をオンメニュー。入荷状況によって魚種は異なるが、毎日十数種を提供し、売り切れ必至



神経締めにした鮮魚を来店客の目の前でさばく「神経締めイベント」を毎週火・木・土曜日の18時ごろから開催。さばき立ての鮮魚を早い者勝ちで販売していく



「手仕込み 地魚フライ」(462円)。魚種は入荷状況によって変わるが、フライに向いているアジが定番。そのほかサワラが選ばれることもある



「貝出汁おでん 5種盛り合わせ」(725円)。王道メニューに魚粉と青のり入りのふりかけをトッピング。貝だしの味わいとともに、小腹を満たす手頃なボリューム感も人気の一つ

繁盛へと導いた、3つのポイント

釣魚と地魚にプラスして、一品料理も充実

釣魚と地魚は、盛り合わせは用意せず、単品で提供している。その理由は、「魚ごとの味の違いを、ぜひ知ってほしい」(佐藤氏)から。釣魚1皿658円、地魚1皿548円とリーズナブルな単一価格にし、日替わりで10種類以上をラインナップ。値段にとらわれずに珍しい魚を堪能できると好評だ。ただし、釣魚は希少性が高く原価率が45%と高率。安く仕入れられる未利用魚と組み合わせることで鮮魚全体の原価を抑えつつ、魚以外のフードにも注力する。原価率28%の「貝出汁おでん」(131円〜274円)、アレンジが効いている「釣宿の磯香るポテトサラダ」(439円)、青唐辛子でピリ辛に仕上げた「なめろう」(539円)、塩味ベースの「謹製牛モツ煮込み豆腐」(439円)など、王道の中にも釣宿らしいオリジナリティーが光る料理で人気を博している。

「どん安」とさらにお得な「お替わりハイ」

「どん安」は1杯目439円、2杯目329円、3杯目以降219円になる仕組み。3杯飲んだ時点でのトータル原価率は27%で、耐

神経締めイベントや「魚図鑑」で、来店客の満足度を追求

絶好調のマツメブランドだが、背景には顧客満足度を上げるさまざまな取り組みがある。その1つが、神経締めにした鮮魚を来店客

飲食店向けWebメディア ぐるなび通信

アクセスして読もう! Smiler編集部がピックアップ記事!



2025年夏～秋の旅行者動向: 外食は“その土地ならではの”を重視



2025年禁煙ルール強化! 大阪の飲食店はたばこ対策を急げ



「瞬間焼酎」を発明した野田洋行社長が語る「ヤマネ肉店」の勝ちパターン



↑「ぐるなび通信」はここからアクセス!



「ぐるなび通信デジタル」(LINE)に登録すれば「ぐるなび通信」の記事や飲食店の皆様へのお得な情報が届く!

↑「ぐるなび通信デジタル」(LINE)の登録はこちら!

店舗用 BGM 配信アプリ

BGM Station

- ・工事などは一切不要。スピーカーにつなぐだけ。
- ・月額 1,078円〜 で使い放題
- ・機種を選んでタップするだけ。広告なし。

あなたのお店を彩る
完璧な音楽をワンタップで

今すぐアプリをダウンロードして無料トライアルをお試しください。

もっと美味しく、もっと省エネ・高機能!

Maruzen スーパーsteamシリーズ、一新。

NEW

全機種フルモデルチェンジ!
スチームコンベクションオープン
Super Steam

あらゆるニーズに対応できる
30機種からのフルバリエーション。

エクセレント デラックス スタンダード&シンプル

厨房の省スペース化に貢献する
ホテルパン縦差し仕様になりました。(全機種)



COMET 食と笑顔とともに100年 そして未来へ

フォローお待ちしております。

Instagram はじめました!

セミナーのご案内・スチコンレシピ・お困りごとの解決法 etc

いいね! もお願いします。

株式会社 コメットカトー COMETKATO



Smiler 広告募集集中

定期購読のご案内

Smiler の定期購読をご希望の方には郵送・手数料 6000円 (11号分・税込・振込手数料別) にて毎月お届けいたします。詳しくは下記QRコードから!

詳細はSmiler編集部乙丸まで

飲食店を食べ歩く 「カワダ」がお勧めする飲食店3選

年間500店舗を食べ歩き、各地のグルメをX(旧Twitter)で発信している「カワダ」。そんな彼に、今おすすめの飲食店を教えてください!

※以下 X: @x.com/kawada_.../

「まぜそば」じゃなくて「タレそば」

X status/1718207861053153378

烏丸「701 TARESOBA KYOTO」京都に多い奥路地にあるお店。名物のたれそばには醤油だれと辛味だれがあり、この日は辛味だれを選択。出来立てのたれそばにお酢とラー油をかけてすぐに混ぜる。なんとも言えない中毒性がありべろりと完食。飲んだ後も最高なんじゃないかなこれ。東京に欲しいなあ……。

「701 TARESOBA KYOTO」
京都府京都市中京区西洞院六角下る池須町423-2
西洞院食彩ろじ六角の道 ヨンの間



一、まずは白酢と旨味ラー油をおかけください。

オスチオの分厚さは、揚げそばに比べ2倍、ラー油は1.5倍おかけください。大皿は白酢2酒杯/ラー油1酒杯、中皿は白酢1酒杯/ラー油1酒杯をおかけください。香ば、辛味に個人好みをアレンジした数量ラー油は揚げそばのより多量になります。まずはオスチオの分厚さでご確認ください。

二、すぐによく混ぜ、麺とたれを絡ませてください。

特徴は分厚い麺、揚げそばに比べ2倍の分厚さ、よく絡ませるラー油と白酢です。お酢は白酢2酒杯、ラー油は1.5酒杯をおかけください。香ば、辛味に個人好みをアレンジした数量ラー油は揚げそばのより多量になります。まずはオスチオの分厚さでご確認ください。

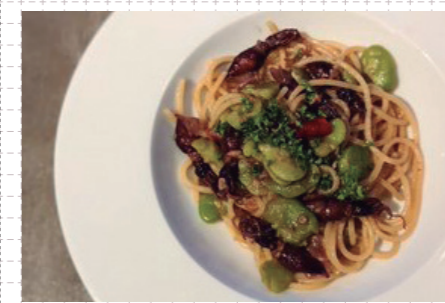


絶品フレンチを歌いながら楽しめる

X status/1662749694278393856

フレンチスナックの看板に惹かれ入店。四谷三丁目「Love et Welina」スナックのママとフレンチのシェフと一緒に始めたというこちらのお店、料理とワインのレベルがスナックを超越して…初来店時は5,000円でカラオケ付ワイン・ウイスキー・焼酎が飲み放題でお得。料理とママの歌がうますぎる。心からオススメ。

「Love et Welina」
東京都新宿区四谷3-9-11 四谷シンコービル4F
☎03-3357-6240



カワダ

年間500店舗を食べ歩き、東京を中心に再訪したいお店を紹介するグルメアカウント。焼肉、鮨、焼鳥、中華、大衆価格から15,000円くらいまでのお店への訪問が多め。創業46年のとんかつ屋の息子で一人で会社やっています。サウナス+健康アドバイザー。PRのご相談はDMまで。

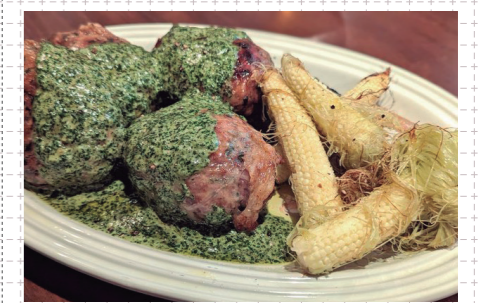
X (旧Twitter)アカウント名: カワダ (@kawada_...)

隠れ家的ビストロワインバー

X status/1913515761810780258

移転してもムッチムチのラムハンバーグは健在、神楽坂「TROMBA」。網脂で包まれたラム肉100%のハンバーグにトリュフとチーズがたっぷりど…三右衛門づくしの前菜盛り合わせから始まり、三右衛門のカツレツで締めた。ワインバーってこんなに料理おいしくて良かったんだっけか?

「TROMBA」
東京都新宿区袋町2-1 鈴木ビル1-A
☎03-4446-3655



開業半世紀、昭和の純喫茶の純喫茶の純喫茶の変遷

きつさ茶異夢

Interview

きつさ 茶異夢
オーナー 森本清実



新井武士さん(中央)と一緒に森本さん(右)とご主人の高志さん



KAZUN 1973年東京生まれ、大阪市在住。某業界で25年以上の取材経験。食が好きで、飲食店経営の取材に魅力を感じて「Smiler」のライターとして活動を開始。マイブームは「Chat GPT」。

実家の空手道場と工場を喫茶店に

「ここは実家で、もともと父が空手道場をしていた場所なんです。でも、商売には向いていない人で、月謝を払えない子がいると、もういいよ」と言ってしまうようなところがあつたみたいで……」

大阪市生野区で半世紀近くにわたって喫茶店を営む「きつさ茶異夢」のオーナー・森本清実さんは開業の経緯をこのように語る。空手道場の収入では生計が立てられず、森本さんのお母さんが家の2階でサンダル製造の工場を営んで家計を支えていたという。両親が築いた「道場と工場の家」。それが「きつさ茶異夢」の原点である。森本さんのお父さんから「道場は隣に移転して、ここで喫茶店をしたらどうだろうか」との話が持ち上がったのは、三姉妹の長女である森本さんが短大生の頃だった。そして1981年に「きつさ茶異夢」はオープンした。

店名の「茶異夢」は、森本さんのお父さんが三姉妹に募集をかけ、次女の提案が採用されたもの

だという。「お茶を飲みながらいろんな人と夢を語れる場所に」という想いが込められています。父が「採用されたら3万円」と言っただけで募集したんです」と森本さんは微笑む。

当時の店は、いわゆる昭和の純喫茶。森本さんは結婚後、しばらくは離れて暮らしていたが、道場の館長でもあったお父さんの突然の死をきっかけに、夫の高志さんと子どもとともに実家に戻ることになる。

「母がすっかり気落ちしてしまっただけ……。その様子を見て、自然と家族で店を手伝うようになりまして。長女だったこともあって、近くに住んでいる私が引き継ぐこと



外観は「昭和の純喫茶」。店内は4月から全面禁煙に

になったんです」

本格的に店を受け継いだのは約20年前。そのとき内装を一新し、店内の雰囲気明るくした。だが、時代の流れとともに喫茶店文化は衰退傾向にあり、立地的にも新規の来客はなかなか望めなかった。「朝のモーニングに来てくれる常連さんはいましたが、新しいお客様はほとんどいませんでした」。

一時は夜営業に挑戦し、カウンターでお酒を出すようなスタイルにもトライしたが、森本さん自身がいじりこなかつたという。「お酒を飲む方のお相手をするのは、私には向いていないと感じました。居酒屋のようにするほどの体力もなくて。じゃあ、夜にイベントのようなことができないかと考え始めたんです」

その発想が、今の「茶異夢」につながる転機となった。

縁と人脈で実現したイベントのできる空間

初めてのイベントは、津軽三味線の演奏だった。知人から「若い津軽三味線のお師匠さんがいる」と紹介を受けたのがきっかけだった。「年配の方を想像していたのですが、実際にお会いすると、とても若い女性で驚きました。ギター奏者とのユニットで活動されていて、『ライブできますよ』と喜んでくださって……」

年に2回だけのライブだったが、回を重ねるごとに評判は高まり、満席が続いた。これを皮切りに、森本さんの中で「夜のイベント」が現実味を帯びていく。

やがて、昔ギターやドラムを演奏していたという常連が集まるようになり、金曜日の夜に「演奏会」のような集まりが始まった。曲の本を見ながら弾き、飲み物代だけでもらって楽しむ。そんな時間を重ねるうち、常連客を中心としたこの集いは「チャイムアコースティックCLUB（通称・チャイムAC）」として形を持ち始める。「今ではメンバーが15人ほどいて、施設などで演奏させていたこともありますが、上手ではないかもしれませんが、喜んでいただけると嬉しくて」

機材もレンタルから自前へと切り替え、森本さんの人脈から出演者が増えていった。知り合いのお店で偶然、隣に座った人が音楽関係者だったという「縁」も幾度となく重なる。

現在では、月に5〜6回、週末を中心にライブを開催するようになった。今回の取材翌日には、元ダウン・タウン・ブギウギ・バンドのベシスト・新井武士氏を迎えたライブが予定されていた。「新井さんの『KANSAI TOUR 2025』の一環で、たまたま日程が空いていたからと、

茶異夢さんでもやりたいと言ってくださったんです。本当にご縁に恵まれています」

翌日のライブでは、チャイムACの中のウクレレチーム「あめちゃんZ」が前座を務めた。森本さん自身もそのメンバーの一人。「紅茶のおいしい喫茶店の歌い出しで有名なハロー・グッバイをはじめ、「母の日」であったこの日にちなんだ曲などを披露した。続いて、少し賑やかなバンド「OACARO★LULU」が登場。最後にメインの新井氏が締めくくった。

また、茶異夢では、プロによる本格的なライブのほかにも、演奏者・観客ともにアマチュア同士で音楽を楽しむライブ「BOOKING LIVE」なども開催し、非日常的な楽しい空間を提供している。

「ライブの後には『乾杯の会』という打ち上げもしていて、演奏者と一緒にごはんを食べたり、おしゃべりしたりできるんです。1500円で、気軽に親しくなれる場になっています」

また、おつまみ系だけではなく、しっかりと食事でもできるのが、ライブハウスではなく喫茶店である「茶異夢」ならではの魅力だ。学生時代に軽音楽部に所属し、「いつかこの場所をライブハウスにしたい」と抱いていた夢は、少しずつ、カタチになりつつある。



外観とは対照的に「アメリカン」な雰囲気の店内

COLUMN

付度無し。

テンポスってこんな会社です



田中良宗

テンポス販促企画担当に就任。2000年4月テンポスバスターズ入社。店長を数年勤務し退職。2010年バツイチ倶楽部制度を使い再入社。現在テンポスホールディングス販促企画を担当する。2021年、コロナに感染し生死をさまよう。

日本の偉人に学べ!!

テンポスでは現在「日本人研修」と言う研修を行っている。これは森下社長号令のもと、グループ全社員参加の勉強会で、月2回1時間必須で受講しなければならない。(全グループ2,400名程)

これを始めた森下社長の想いは「日本の歴史をキチンと把握し、今の自分があるには先祖に感謝し仕事に役立てる」と言う表向きの素晴らしい想いと、「バカヤロー!! 今のお前日本人は軟弱で、直ぐに痛い辛いと言いやがって! へなちょこ日本人社員を叩き直す!」などという有難い想いが込められた研修である。

研修は日本の歴史を学ぶことからスタートした。幕末から明治維新にかけて日本はどのように成長してきたか。他にも、現代の教科書には載っていない「教育勅語」や「A級戦犯」の歴史を学ぶ回もあった。研修は、グループ各社の役員・部長・人事が文献を読んで勉強し講師をしている。

毎度、研修は1時間の最後にテストがあり、合格点まで達しないと研修を受けた事にならず、皆真面目にメモをとる。

3ヶ月経過したところ、研修内容は「日本の歴史」から、「日本の偉人」に変わっ

てきた。

役員・部長・人事が日本の歴史上で素晴らしい功績を残した偉人を調べ、1時間の講義とテストを行う。



先月は、「日本の偉人」の講義中に、「マイライフシート」を書くことがあった。マイライフシートは、プライベートとビジネス、それぞれどんな自分になりたいか目標と、目標達成のためにやることを書くシートだ。グループ社員は全員書いている。

偉人の話には、「志をもつ」という話がよく出てくるから、それを聞いて、実際に自分達の目標やゴールを考えて、マイライフシートに書いてみよ

う、ということだ。

マイライフシートには、3年後仕事でどれくらいの役職で、年収はどれくらいになっていきたいかを書いたり、ブ

ライベート編では、健康のために何をするか、家族とどんな関係を築いていた等を記入する。

皆、ライフシートは普段から書いているから、今回の研修では、「日本の偉人」の講義を聞いたうえで、目標を書き直したり、ブラッシュアップすることになった。

なんだけど……日本の偉人はスケールがあまりにも大きすぎて戸惑う。

で、例えば講義を聞く前のマイライフシート仕事編「3年後の挑戦してみたいこと」「粗利を〇〇円! 営業課で一番になる!」と書いていた人が、坂本龍馬の講義を聞いて、「営業課では無く、世界で一番の粗利を上げて日本の夜明けを作るぜよ!!」となり、中村天風の講義を聞いていた人は、「心身統一法を身に付け、病気せず粗利を日本で一番になる」といった感じだ。

安心してください。未来の偉人はテンポスグループから輩出する事間違いないです!



あめちゃんZは「紅茶の美味しい喫茶店」の歌詞で有名なハロー・グッバイなど数曲を披露 (一番右が森本さん)

禁煙化により遠く客への葛藤と反省

「正直、あの人たちはコーヒーを飲みに来ていたんじゃないかと、タバコを吸いに来ていたんだ」と思っ、すごくショックでした。森本さんは、今年4月からの全面禁煙化をこう振り返る。店舗面積が30平方メートルを超えることから、法改正により茶葉夢は禁煙が義務化された。開業以来の常連客が減っていく中、森本さんはしばらく「もやもや」を抱えていたという。かつて当たり前だった喫煙者の居場所がなくなり、明らかに客足は遠のいたという。

「タバコを吸う人でも、外で吸うようにして今までと変わらず来てくれるお客様もいます。本当にありがたいです。私自身も、もっとお客さまに感謝しなければいけないと心から反省しました」

今は、「禁煙化により、タバコが苦手な人や子供連れの新規客が来てくれるかもしれない」との期待を込めて日々を積み重ねているという。森本さんは本気が冗談か分からない表情で、「今世紀最大のピンチですが」と笑いながら話していた。

そして、茶葉夢には、音楽イベントのほかにも、多彩な文化の種がまかされている。その一つが「落語」である。年に2〜3回の開催

は、地元の落語家・桂慶治朗さんとの「偶然の縁」から始まった。「近所で落語をやってくれる人がいたらいいなと話していたら、紹介されたのが桂さんでした。実は彼は、うちのすぐ近くの幼稚園出身で、幼い頃、お店の前で自転車で転んだ時に私が助けたらしいんです。私は覚えていなかったんですけど、あのとき助けてくれた方です。うん、って言われて驚きました」

現在、桂さんは全国的にも活躍する落語家であるようだが、今でも変わらず出演してくれるという。さらに、怪談話のイベントも年に2回行っており、こちらは漫才師「シンデレラエクスプレス」の1人が語り手を務める。常連はもちろん、遠方からも訪れるファンも少なくなく、それをきっかけに喫茶店のお客様につながることもあるという。

さらに、平日にはドラマの個人レッスンや絵手紙教室、ウクレレのワークショップなども開催しており、「学びの場」としても地域に文化の根を広げている。

「どんな方にも、また来たい」と思ってもらえる場所にしたいです。それは、喫茶店としても、イベント会場としても、ずっと変わらない私の願いです」

このように語る森本さんのもてなしの心は、メニューにも表れて

いる。広々とした店内でゆっくり過ごしてもらえよう、アイスコーヒーは大きなグラスでたっぷり、ホットコーヒーはおかわり一杯無料という心づかいからも、気軽に立ち寄れる、地域に開かれた喫茶店でありたいという想いが感じられる。

日常から少し離れた体験のできる場所に

店の雰囲気は、ここ数年で少し変わった。サラリーマンであった夫の高志さんが早期退職し、共に店を切り盛りするようになったのだ。

「主人も音楽好きで、アメリカンな雰囲気が好きなんです。気がついていたら、内装もそんな感じになっていて、外観と中が全然違って驚いた。って言われることも多いです(笑)」

共に音楽を愛し、イベントを楽しむに夫婦がいる茶葉夢は、今では演奏者にとっても「また来たい場所」になっている。

そして今、森本さんは老後の夢を語る。

「おじいちゃん、おばあちゃんになっても、続けていたらと思っています。このあたりは音楽や文化に触れる機会が少ない地域なので、ここで日常から少しだけ離れた体験をしていたら嬉しいですね」

文：KAZUN

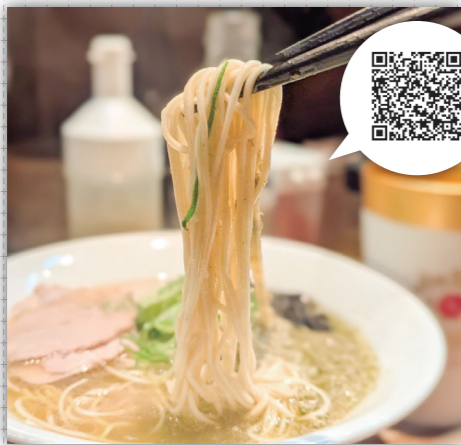
食ベログレビュー「さすらいのうぶちゃん」今月の特選書上げ
東京・池袋「むかん 池袋」

私の大好きな牡蠣ラーメンが食べられるお店むかん。前は横浜でいただきましたが、今回池袋東口に来たとの噂を聞いて行ってみると、それはもう大行列。並ぶのは大の苦手なので3度ほど諦めましたが、今回は雨の閉店間際を狙って、ギリギリセーフで入ることができてラッキー。みなさん行列のできる有名店には雨の日にいきましょう(笑)

い限り。低温調理されたチャーシューは柔らか過ぎて旨味たっぷりほっぺが落ちます。この牡蠣のアビージョがラーメンにがっつりのって、牡蠣とニンニクのいい香りが、口の中にいっぱい広がる感じは、是非みなさんにも味わってほしい。これは通っちゃいますね。ごちそうさまでした。またきます!

文：さすらいのうぶちゃん

今回注文したのは牡蠣ラーメン800円とハイボールにチャーシュー丼。このラーメンが今どき一杯800円で食べられる驚きの満足感には健在。「まずはハイボールで乾杯!」と言っている間にラーメンが到着。めちゃくちゃ! 遅いのはイライラしますが、早いのにこした事はないので、このスピード提供は嬉しい。



むかん 池袋 東京都豊島区南池袋1-24-5
さすらいのうぶちゃん 外食産業を心より愛し続け、食ベログレビュー歴18年。2007年の初回投稿から、口コミ件数は3500件を超える。撮影した写真は、TVメディアでも活用されるなど、シスル感に定評がある。投稿されたお店の口コミをユーザーが読み、お店の保存が数多くされた方を表彰するTabelog Reviewer Award 2022 BRONZE受賞。

FOREIGN COVERGIRLS WANTED!
SMILERカバーガール大募集
「次の表紙を飾るのはアナタ!」



Smilerでは、飲食店で働く笑顔が素敵な看板娘を募集。
「Smilerの表紙に出たい!」という方は、自薦他薦を問いません。どしどしご応募ください!
応募フォームはこちらのQRコードから



カラオケの常識を超えたエンターテインメント体験。

JOYSOUND X1

- 圧倒的曲数 No.1*
- カラオケの楽しみ方を一新する X PARK
- カラオケ専用生音源 X-Leben II
- 観て楽しむ多彩な長編映像 みるハコ



*1 2024年6月時点、当社調べ。*Hi-Res Audioロゴは日本オーディオ協会のライセンスを受けて使用しています。ミュージックはODスペックの素材波形を音響処理によりハイレゾ相当に変換したものととなります。*ハイレゾ品質の音をよりお楽しみいただくには、別売のハイレゾ対応アンプ・スピーカーをご利用ください。

カラオケのご用命はお近くの事業所まで
株式会社エクシング フリーダイヤル 0120-141-224



ココロのボリューム、あけていこう。
JOYSOUND
©202406 XING INC.

ご開業おめでとうございます。
皆さまの商売繁盛を心よりお祈りします。

お祝いにささやかですが業務用商品(調味料・スープ)の和洋中いずれかのセットをお贈りします。

味の素業務用LINE公式アカウント「友だち」登録で

スマイラー 特典

<https://tenposfoodplace.jp/lp/service/op-celebration/>

開業 味の素 テンポス 検索



開業祝調味料セットプレゼント

開業予定の応募者全員に



お店のオープンに必要なサービスを
USEN お得なプラン ならではの 一括手配 いたします。

- USEN♪音楽放送**
心地よい空間へBGMで彩りを
スイッチひとつで多彩なBGMが利用可能。お店のオープン時には、店内をプロが選曲した音楽で華やかに心地よい空間へ演出!
- 光回線・ひかり電話 各種関連サービス**
光回線の準備はお早めに!
NTT東日本が提供するフレッツ光の品質・速度はそのままに、月額料金が安くなっています。
- Free WiFi環境**
USENならWi-Fiルーター付き!
Free Wi-Fiも使える業務用Wi-Fiに「大容量×超高速」のインターネット接続が標準搭載された店舗向けWi-Fiサービス。
- 配膳・運搬ロボット**
もう人手不足に悩まない!
配膳ロボットは疲れ知らずのシフト1本分の労働力。シフトが安定するので、店舗運営が楽になり、安心して運営できます。
- AIカメラユニット**
防犯カメラから来店客分析まで
どこにいても遠隔で確認できる防犯カメラと、来店客属性の分析機能を兼ね備えたAIカメラ機能をご提供します。
- 店舗向け決済サービス**
今やお店の必需品! カード決済端末
決済端末やプリンターはすべて無料レンタル! 難しい通信設定や動作テストも担当者が責任を持って対応しています。
- 工事不要、即日使える お店の新しいWi-Fi**
コンセントにさすだけ
POSや電子決済等のビジネスユースに最適化されたコンセントにさすだけで使えるお店のインターネット。
- お店のあんしん保険**
店舗運営に必要な不可欠な損害保険
お店とともに、お店のあんしん保険に歩んで、お店のあんしん保険。お店が、これまで蓄積した顧客ニーズをベースに開発した、お店のための保険です。

上記商材以外、開業に必要な資金・物件などのお問い合わせもご相談ください
株式会社 USEN
WEB <https://www.usen.com/>
FREE 0120-148-088 受付時間 平日のみ 9:00~18:30



smiler No.112 2025 June
 発行人：森下篤史
 編集長：竹原トモヒロ
 編集：乙丸千夏、西山正紀、市毛秀穂、神山真倫子
 AD：上野秀司
 謝辞：テンポスホールディングス
 発行：株式会社テンポスホールディングス
 〒144-0031 東京都大田区東蒲田2-30-17
 ☎03-3736-0319 FAX03-5744-0910
 http://www.tenpos.co.jp/
 本紙に掲載の記事・写真の無断掲載を禁じます

編集後記 column
少子高齢化時代の人材育成って？

最近、めっきりテレビを見る機会が少なくなったが、町中華や食堂で目にする、相変わらず「米騒動」と、「トシャース大谷さん」の話題ばかり。大谷さんのホームランは見ているとスカッとするのだけれど、米騒動はなんだか食傷気味になる。
 米騒動といえば、飲食店のみならず農業の世界でも「跡継ぎ」、「人材不足」は深刻なようで、オートメーション化やAIによるスマート農業なるものが注目を浴びているようだが、地方の米どころで見かけるのは、高齢の農家さんが、昔と変わらず耕運機を使って農作業をしているのが主流のようだ。話を聞けば、一部例外はあるものの、

やはり若い世代の農作業離れは進み、農地はあるものの作業をする人間がいない。つまり、田んぼはあって、自分達が食べる分だけは確保できているとなれば、米不足になるのは必然なのだろうか？
 機会があって、昔ながらの農作業を体験してみたのだが、見た目よりかなりハード。親ほど歳の離れた高齢の農家さんの動きについていけない。慣れというものもあるだろうが、米も野菜も、スーパーでお金を払って買う方が、どんなに楽か？などと、作物の収穫の喜びを感じる前に、体験だけで満足しそうになりましたとさ(苦笑)
 Smiler編集長竹原トモヒロ拜



Smiler★ Outtake
 name HINA
 shop ケンちゃんカレー 中野店 東京都中野区中野5-57-4 永嶋ビル1F
 秋葉原と並び「中野ブロードウェイ」を中心に、「サブカルの聖地」と知られる中野駅周辺。漫画やサブカルだけでなく、飲食店もひしめき活気みなぎるエネルギッシュな街だ。そんな中野にあって、これまたエネルギッシュなカレー専門店「ケンちゃんカレー中野店」の看板娘がこちらのHINAさん。アルバイトを始めてまだ1ヶ月(撮影時)といえども、笑顔と機敏な動きで仕事をこなすHINAさんもとにかく明るく元気。趣味はシール集めて将来の夢は飲食店をやりたいんだとか？「もっとお仕事頑張って、ケンちゃんカレーからひなちゃんカレー誕生!」なんてお茶目に話すHINAさんでした

カバーガールのアウトテイクは Smiler オフィシャルサイトで！
 Cover Photo by にかわとしゆき



強力火力のタチバナだから。

効率がアツプ



TS-308P
 ●三種火力あり
 定価72,000円(税別)
 ○LPガス: 19kw 1.36kg/h
 ○都市ガス13A: 19kw



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。

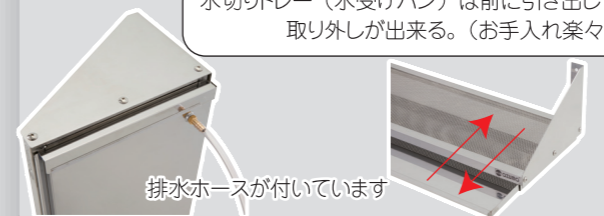
TSマークのガスコンロ、ガス器具製造販売
株式会社 タチバナ製作所
 〒511-0212 三重県いなべ市員弁町平古262
 TEL(0594)74-5080(代)FAX(0594)74-5078

URL: <https://www.e-tachibana.co.jp> E-mail: info@e-tachibana.co.jp ●カタログご希望の方は、お気軽にご請求ください。



こんないいね!もご用意してます!

株式会社 東製作所
 azuma
 TEL.06-6792-9194 FAX.06-6792-9155
 URL <http://www.azumass.co.jp>



ご開業おめでとうございます。皆さまの商売繁盛を心よりお祈りします。

スマイラーでは毎月
TKG カタログから抜粋したおすすめ新商品や
季節ごとのメニューに合わせた調理器具を
ご紹介してまいります

New!
新商品



TKG
Total Kitchen Goods

TKG 18-8 スリットボール
独自の縦型スリットにより目詰まりを防ぎ、効率的に水切り!
使いやすく、洗やすいキッチンの必須アイテム



総絞り

ドンナム 18-8 ダブルウォールアングルボール シリーズ
保温・保冷効果に優れているステンレス二重構造で、
食材を美味しく引き立てます。



staub
en Alsace

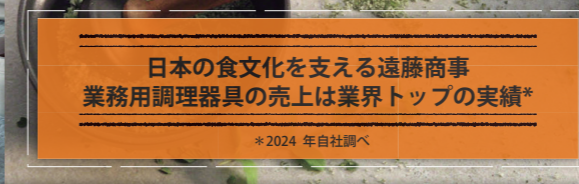
ストウブ ココット
IHで使用頂けるストウブは、鑄物のため保温性も高く、
カラフルな色のバリエーションでも人気の理由



ストウブ ピコ・ココット オーバル



ストウブ ピコ・ココット ラウンド



お客様を
主役へと導く、
世界品質を厳選

TKG
Total Kitchen Goods

日本の食文化を支える遠藤商事
業務用調理器具の売上は業界トップの実績*

*2024 年自社調べ

今月のピックアップ動画

商品の詳細を動画で Check !



TKG 18-8 スリットボール
お手入れ簡単、ストレスフリーの
業務用ザル。底面は直接付かないように、
3か所の脚を設計



ストウブ グランドココット
金属製のノブなので、
ふたをして
そのままオープン調理が可能



エコクリーン 角バット
特殊加工により、
油污れが水だけで落ちる
洗浄の手間とコスト激減



日本の食文化を支える遠藤商事

当社は業務用厨房機器用品の卸商社です。国内外から厳選した業界No.1*の品揃えと
在庫でお客様に「ひとつ上の満足感」をサポートさせていただきます。*2024年自社調べ

公式 SNS



LINE



Instagram



YouTube



Facebook

TKG 業務用厨房用品一般
Total Kitchen Goods

遠藤商事株式会社



https://www.endoshoji.co.jp



私達は持続可能な
開発目標 (SDGs) に
賛同し、持続可能な
社会の実現に向けた積極的な取り組みを行っています。

当社は国連が提唱する「持続可能な開発目標 (SDGs)」に賛同し、持続可能な
社会の実現に向けた積極的な取り組みを行っています。

テンポスは

ひかる
グループ企業

外食業界にハードウェアとソフトウェアを提供する企業を揺るぎない企業を目指す。



テンポスハブスターズ
事業 飲食店向け機器提案販売 支援サービス提案

テンポスドットコム
事業 WEB通販

キッチンテクノ
事業 飲食店向け機器提案営業

ヤマト
事業 飲食店

あさくみ
事業 飲食店

テンポス情報館
事業 飲食店経営サポートシステム提案 販促支援

スタジオテンポス
事業 内装工事/デザイン

デイリースパーク
事業 人材派遣 人材紹介

テンポスフードフレイズ
事業 企画 販促/集客/効率化

テンポスフィナンシャルトラスト
事業 不動産物件 金融支援

物販

フードビジネス

情報サービス

お問い合わせ



テンポスグループは連結12社から構成される飲食店総合サービス支援事業を展開しています。飲食店様のオープン迄のサポート並びにオープンした後のサポートまで行っています。