

実売ユニーク料理から学ぶ！

創作メニュー  
ヒント  
100選

和食

# 肉天

1,850円

鯉鈍倉

所在地=大阪府門真市上野口町 59 - 20

## ビッグサイズの高級うどん



目を見張る大きさの丼に、たっぷりの具。アツアツのエビ天2尾がうれしい看板メニューの「肉天」(1,850円)

たっぷりのアツアツ!

大阪は門真市の「鯉鈍倉(うどんぐら)は、うどん好きに大評判の店。駅から遠い郊外型の店でありながら、週末はもちろん平日でも行列ができることがしばしばだ。この店のうどんの特徴は、驚きの量と高価格。うどん店の常識では考えられないスタイルで、年商は1億1,000万円を超えるという。

うどんは直径約30cmもある丼でドンと出てくる、圧倒的な大きさだ。「鯉鈍倉」のメニューはどれもビッグ。メニューは600円の「きつねうどん」と「わかめうどん」からあるが、一番人気は1,850円の「肉天」だ。



うどんは、大きな釜でゆであげる。目の前で進む調理を見ながら、期待感もアップ

「最初は手軽な価格のきつねうどんを頼む客が多い。でも、周りで食べている肉天を見て、次はこれをとると思うようですね」と倉岡大祐店主。値が張っても納得できる量と質を考え、開店当初からビッグサイズで提供している。

肉天は、甘辛く炊いた肉と大ぶりのエビ天2尾に、たっぷりのネギをトッピング。うどんの姿が隠れるほど、大きな丼一面に具がのせられている。肉は中級の上クラスの和牛、エビは海水養殖産など、こだわりの素材を使用。肉のうま味とエビのプリプリ感がたっぷり楽しめるパワフルな印象だ。

うどんも1玉250~270gと一般的なうどん店よりも多め。自家製の手打ち麺は、麺自体に味わいとコシが感じられる。あえて足で踏まずに手でもみ込み、1日寝かせることで塩水と粉をなじませる。

大阪のうどんは、まずだしのおいしさが決め手となる。店では、大阪人の口に合う、少し甘めの味わいに仕上げている。看板には「あごだしうどん」とあり、だ

しの素材には、五島列島のアゴ(トビウオ)を使用。以前は、鹿児島・阿久根のイリコ、枕崎の鰹節、天然のラウス昆布などでだしをとっていたが、昨年アゴを加えたことで、より奥深い味に仕上がった。

徹底した現地主義で、現地に出かけて納得したものを、そこから直接送ってもらう。4~5年でだしを見直して味を追求している。

「利益からではなく、お客の身になって考えること。まず、お客を愛する心が大切」と倉岡さん。「おいしいうどんを提供したい」という探究心が、高くても納得できる味を生み出している。

### 人気メニュー (価格・1日食数)

- ① 「肉天」(1,850円・約60食) = 甘辛く味付けた肉とエビ天2尾に、たっぷりのネギ入り。見た目も豪華な看板メニュー
- ② 「肉天とじ」(2,000円・約60食) = 肉天を卵2個でとじたメニュー
- ③ 「梅わか」(900円・約40食) = 塩分8%の南高梅と鳴門ワカメをトッピングした女性に人気のヘルシーうどん

## 13坪で年商1億1,000万円

実売ユニーク料理から学ぶ!

創作メニュー  
ヒント  
100選

洋食

# 石焼ワッフル

924円

カラフルワッフル フルフル

所在地=大阪府大阪市北区角田町5-15  
HEP FIVE 7F

「カラフルワッフル フルフル」は、関西の若者ファッションの拠点である大阪・梅田のHEP FIVE7階に、昨年4月にオープンしたスイーツ専門店。イチ押しメニュー「石焼ワッフル」が、流行のカギを握るといわれている10代後半～20代前半の女性の間で話題を呼んでいる。「冷たいもの」というイメージが強いスイーツの常識を打ち破る意外性とインパクト、サクサクフワフワの食感など、彼女たちの厳しい目になかった理由を探ってみた。

「カラフルワッフル フルフル」があるHEP FIVEの「HEP」は、「阪急エンターテインメントパーク」の頭文字をとったもの。出店にあたり、「ワッフルでエンターテインメント性を出すには……」を考えていく中で誕生したのが、熱々に熱した石鍋に焼きたてのワッフルをのせ、生クリーム、果物、アイスクリームなどをトッピングする「石焼ワッフル」だ。ホカホカのワッフルと冷たいアイスが口の中で混じり合い、スーッと溶けていく「ホット&クール」な感触は、頭で想像する以上に新鮮。プレートに盛り付けられたワッフルとは、全く別の味わいである。

このメニューの最大の特徴は、「石鍋」と「ワッフル」を組み合わせるというユニークな発想だが、それだけが人気の理

## ホット&クールな新スイーツ



人気NO.1の「石焼チョコバナナワッフル」。アイスクリームは軽い味わいで、カロリーも控えめ。一見ボリュームがありそうだがペロリと食べられる。写真奥は、ハンバーグや卵と組み合わせた「石焼ロコモコモッフル」。カリカリモチモチとした、ワッフルとはまた違う食感を楽しめる

## 石焼きに合うオリジナルワッフルを開発

由ではない。パンケーキと同様にベーキングパウダーで膨らませるアメリカ風ワッフルが多い大阪において、イーストで発酵させる本格的なブリュッセル風ワッフルにこだわり、外はサクサク、中はフワフワの食感を究めた点が一過性ではないヒットにつながっている。「アメリカ風ワッフルを石焼きにすると、どうしてもベタツとしてしまいます。その点当店のワッフルは、石焼きにすることで自慢の食感とおいしさがさらに増すよう工夫しているのです」と語るのは店長の小野宏樹さん。その秘訣は、完成までに約2ヵ月を要した小麦粉、牛乳、卵、イーストなどの配合にある。また、石鍋を熱する火加減と時間も重要。これ以上温度が高くと石鍋に流れ落ちたクリームやソースが焦げてしまうし、低いとテーブル

に運んだときのジューという音や香りのシズル感が薄れてしまう。

9割以上が女性という顧客の反応は、「運ばれてきた瞬間に拍手がわき起こることが多いですね。携帯電話で写メールする光景も毎日あちらこちらで見受けられます」。

店名から分かるように、「カラフルさ」でもエンターテインメント性を追求している同店。定番のプレーン、チョコ、イチゴのほかにも、色と味にこだわったカラフルワッフルの開発に余念がない。また、もちをワッフルのように焼いたモッフルをカレーやハンバーグと組み合わせた食事メニューも人気。オープンからもうすぐ1年、若い女性が集まるスポットに狙いを定めながら、新たな出店も視野に置いていく計画だ。



カラフルな店内。天井には虹色のガラスがアーチ状に配されている。クッションやコースターは、フィンランドの人気ブランド「マリメッコ」で統一

## 熱々石鍋で音や香りの演出効果が増大

実売ユニーク料理から学ぶ!

創作メニュー  
ヒント  
100

選

中華

# 薬膳火鍋

1人前 1,680円 2人前から

香港火鍋酒家 笑龍

所在地=東京都渋谷区恵比寿南1-8-10  
MY恵比寿ビル2~3F

美容と健康という女性の2大テーマが、外食市場においても必要不可欠となった現在、ここ1~2年は、「デトックス」(解毒・体内浄化)というキーワードがクローズアップされている。そのデトックスをテーマに「薬膳火鍋」を展開する新店が現れ、女性層から脚光を浴びている。

話題の新店は、東京・渋谷区恵比寿の「香港火鍋酒家 笑龍」。昨秋リニューアルオープンしたところ、デトックスを掲げた「薬膳火鍋」(1人前 1,680円・2人前から)が大ブレイクしている。

「火鍋」とは、旬の食材を紅白2色のスープで煮て食べる中国鍋料理のこと。2つに仕切られた鍋には、鶏、豚骨、野菜などを長時間煮込んだ白いスープ(白湯)と、白湯をベースにナツメ、桂皮、月桂樹、八角といった漢方(生薬)を加えたスパイシーな赤いスープ(麻辣湯)が張られ、旬の野菜、キノコ類、豚肉、魚介類、豆腐ほか、スープで煮て好みの薬味を加えて食べる。薬膳火鍋の基本は、「美食同源」の考えにあり体調に合わせて食材を選び、食材の持つ自然の力で体のバランスを整えようというもの。



「コンセプトはお客さまの“口福”連日女性客に大人気の「笑龍」

## 体にやさしいデトックス鍋



### 紅白2色のスープで旬素材たっぷり

提案している。

「オーダーの5~6割が火鍋を含んだコース料理。火鍋以外にも当店ならではの料理を提案していきたい」と統括マネージャー兼開発担当の高島正秋氏。「旬の食材を中国料理の手法で健康的に表現したい」と言う。

もちろん、いずれの料理も「美食同源」の観点から、食材選びは慎重だ。例えば、旬の状態が身体に一番良いため、野菜は季節ごとに産地を変え、トレーサビリティにも気を使う。さらに30種類以上の漢方(生薬)と、10種類以上の季節に合わせた「酢」を常備して積極的に料理に取り入れている。

「コンセプトは、お客さまの“口福”を願うもの。いずれは漢方医(または薬局)とのコラボレーションを実現させたい」と高島氏。

客層は、8対2の割合で圧倒的に女性客が多い。年齢層も20代後半~30代と、おいしいだけでなく、「体に良い、美容にも良い」ことに敏感な世代が中心だ。店舗づくりにおいても、足元のちょっとした空間の取り方など、女性客への配慮が随所に見られる。

今後、看板メニューの製品化を進め、店頭・ネット販売に乗り出すほか、早々に2号店を立ち上げる考えだ。

### 美食同源で解毒・体内浄化

実売ユニーク料理から学ぶ!

# 創作メニュー ヒント 100

選

## その他

# ヤンパク

935円

## パクチーハウス東京

所在地=東京都世田谷区経堂1-25-18-2F

コリアンダー、香菜、シラントロなど、国によって名称は違うものの、独特の風味から薬味として使われることが多いセリ科のハーブ「パクチー」。このパクチーを使ったメニューを堪能できる「パクチーハウス東京」が、東京・世田谷にオープンし全国のパクチーファンから注目されている。

パクチーというと、中国やタイ、ベトナムといったアジアの料理をイメージしがちだ。しかし、「実はパクチーの原産は地中海東部で、モロッコやポルトガルなどヨーロッパの料理をはじめ、世界150ヵ国以上で使われています」と、同店を手がける旅と平和・代表取締役社長の佐谷恭氏は言う。

佐谷氏はインターネットのコミュニティ「日本パクチー狂会」を2年半前から運営しており、このオフ会を企画した際、パクチーを存分に食べられる店がほとんどなかったという。また、同社では、人と人との交流をテーマとした活動を行っているため、そうした交流の場を提供する目的もあり、世界初のパクチー料理専門店「パクチーハウス東京」をオープンさせた。

学生時代から世界各地を旅した経験により、各地で食べた料理をヒントに、オリジナルのパクチー料理を開発。例えば、人気メニューの「ヤンパク」(935円)は、パクチーをたっぷり敷いた上に、薄切りにしたラム肉をオリジナルスパイスで炒



オリジナルのパクチー料理を食べるため、地方から訪れる客も珍しくない

## 世界の料理をヒントに独自レシピ



1番人気の「ヤンパク」、皿にたっぷり敷き詰められたパクチーとラム肉の相性が驚くほどよい

## 全国のパクチーファンが注目

めてのせたもの。この料理は、佐谷氏が中国東北部を旅した際に見付け、滞在中毎日通った食堂のメニューからヒントを得た。

そのほかにも、天ぷらにした「パク天」(735円)、ジャスミンライスを鶏スープで炊き上げ、食べる直前にたっぷりパクチーを混ぜた「パクライス」(682円)、「パクチーサラダ」(525円)、「パクソースの Pasta」(935円)など、すべてのメニューにパクチーが使われており、その数、なんと約30種類。もちろん、デザートにもパクチーが使われている。

パクチーは、その独特な香りを苦手とする人も多いが、加熱することによって香りがやわらぎ、さらに生で食べるよりもデトックス(解毒)効果が増す。

現在は、千葉の農家から有機・無農薬のパクチーを週に3~4回、合計約10kgを仕入れる。新鮮で、甘みのあるパクチーが手に入るのだが、供給量が絶対的に少ない上に、年間を通じ

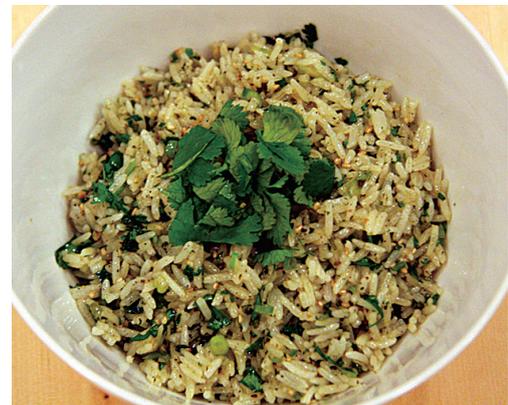
て価格の変動が大きく、季節によっては4~5倍の価格となることがある。

「価格が高く、量を確保できない時以外は、店をオープンしたときの公約通り、『パクチー追加』は無料です」と佐谷氏は言う。

加熱すると食べやすくデトックス効果も



天ぷらにした「パク天」



ジャスミンライスを鶏スープで炊き上げ、食べる直前にたっぷりのパクチーを混ぜた「パクライス」

## すべての料理にパクチー使用

実売ユニーク料理から学ぶ!

創作メニュー  
ヒント  
100選

NY

# ホットチョコレート プレッツェルクロワッサン

シティ・ベーカリー (City Bakery)

所在地 = 3 West 18th Street New York,  
NY 10011

## 強いデザート路線

ファストカジュアルの筆頭として知られる「シティ・ベーカリー」。日本からもよく視察団が訪れる。何といても、この店の看板は、やはり「ホットチョコレート」と「プレッツェルクロワッサン」だろう。このためにわざわざ足を運ぶファンもいる。若くエネルギッシュな経営スタッフが、客の嗜好を敏感にキャッチし、強いデザート路線に加えて、敏感にトレンドに即した料理を提供し、人気を持続している。

5番街と6番街に挟まれ、ユニオンスクエアに近い地の利。ショッピング街にあるせいで、週末は特に混む。

やや暗めの照明と、シックで落ち着いた都会らしいインテリア。入ってすぐ、中央のカウンターにパン、ペストリー、デザート類、奥のカウンターに料理を配置するという、典型的なファストカジュアルのレイアウトだ。イートインスペースは、壁に沿ってカウンターを囲むように備えられ、多くの客席が中2階にある。

「ホットチョコレート」と「プレッツェルクロワッサン」抜きにして、「シティ・ベーカリー」は語れない。「ホットチョコレート」は、注文が入ると客の目の前で作る。リッチでクリーミーなチョコレートの風合いは、一度味わったら忘れられないチョコレート好きな人にはたまらない一品だ。

もう一つの看板アイテムは、プレッツェルとクロワッサンのハイブリッド、「プレッツェルクロワッサン」。香ばしい塩味のクラストに、甘みのあるしっとりしたクロワッサン生地が絶妙なハーモニーを奏でる一品だ。普



店の代名詞ともいえる濃厚な「ホットチョコレート」(4\$)。マシュマロもホームメイド



プレッツェルクロワッサン (3\$)

通のクロワッサンが1個2\$なのに対して、プレッツェルクロワッサンは1個3\$もするが、一度食べたら病みつきになるのもうなずける。客が遠回りしてでもやって来るような、こうした看板アイテムがあれば、競合相手の優位に立てる。

「シティ・ベーカリー」は、名前の示す通り、パンやマフィン、デザート類の路線がしっかりしているが、それもそのはず、オーナーのモーリー・ルービンさんは、よく知られているペストリーシェフだ。

しかし、料理担当のシェフ、アイリーン・ローゼンさんが腕をふるう料理も、けっして引けを取らない。時代の流れにそって今流のアジアンテイストをふんだんに取り入れ、味噌、豆腐、そばに加え、椎茸、エノキ、和ナスなど和の食材を積極的に使っている。

プロのシェフとはいえ、日本料理を学んだわけではなく、すべてアイリーンさんのオリジナル料理だ。今や、こうした和の食材は、アメリカ料理のレストランでもよく使われるようになった。アイリーンさんは、連日、2日先のメニューを考案している。

週末限定の温かいメニューは、一律1ポンド11\$。その他の定番メニュー、サラダバーは一律1ポンド12\$50¢。



人気のデニッシュマフィン類

ヘルシーな料理に充実したデザート。そして、何よりも客に何度も足を運ばせる、店の代名詞ともなった「ホットチョコレート」に「プレッツェルクロワッサン」。多くのファストカジュアルが台頭している中、「シティ・ベーカリー」が必ず筆頭に挙げられるのは、正当な根拠がある。

ヘルシーな料理に充実したデザート。そして、何よりも客に何度も足を運ばせる、店の代名詞ともなった「ホットチョコレート」に「プレッツェルクロワッサン」。多くのファストカジュアルが台頭している中、「シティ・ベーカリー」が必ず筆頭に挙げられるのは、正当な根拠がある。



「テンペ(煮た大豆を発酵させたインドネシアの伝統的食品)とチャイブの揚げ物」(12 \$50¢)



「日本そば・和素材とみりん醤油ソース添え」(12 \$50¢)。豆腐、椎茸、エノキ、みりん、醤油、ゴマ、長ネギ、ナス、味噌などを使用。とはいえ日本料理と全く違う味に仕上がっている

## 黄金コンビはホットチョコレートとプレッツェルクロワッサン



中2階から見たフロアの様子。中央にパン、ケーキ、クッキー、タルトなどを置くカウンター。料理やサラダのカウンターは奥に位置している

### 食材の決め手

オールドベイシーズニング  
オールドベイシーズニング社製

十数種のナチュラル素材、家庭のキッチンでも欠かせない調味料

1939年にシーフード用の調味料として市場に登場して以来、レストランの、そして家庭のキッチンに欠かせない調味料になっている。黄色と青の缶を見れば、すぐにわかるほどおなじみの調味料だ。

材料はすべてナチュラルで、セロリシード、ベイリーフ、クローブ、ジンジャー、カルダモンなど十数種類のハーブとスパイスが混合されている。動物性ものは含まれないので、ベジタリアン料理にも使える。特にニューイングランド地域にはゆかりの深い調味料だ。

「シティ・ベーカリー」では、鶏の手羽先やカニを使った料理などに使っている。



ベジタリアンには最適

## 流行のアジアンテイストを加味

創作メニュー100選

★NY★