

オオゼキ(東京都世田谷区)

199



東京都内を中心に食品スーパーを展開するオオゼキ(東京都世田谷区、石原坂寿美江社長)の松原店(同)では、店内加工の自家製干物の販売に力を入れている。骨取りなど「子どもも食べやすい」をコンセプトに、常時6種類前後の干物を陳列。将来的には他店舗への展開も構想する。

鮮魚部門の児島慶哉さん(左)と武田豊澄さん



業務筋も仕入れに利用する。松原店では6月から自家製干物の販売を始め、定番としてシロイカ®「KF-1000」をやキンキ、アマダイに加える。干物の製造にはGSK(大阪市、小原敷一雄社長)の特殊冷風乾燥機の特長を生かして、定額としてシロイカ®「KF-1000」を使う。昨年12月に豊洲市場で仕入れた鮮魚が、

え、骨取りのサバやアジ、アカウオなどを展開。子どもが食べやすいよう骨取り、フライパン調理で構える築地日進を訪れた際に土産として渡された

量販り場で自家製干物 「子どもも食べやすい」骨取りも

塩サケの自家製干物の味に、鮮魚統括の浅井孝徳氏がほれ込み導入。大越チーフが中心となり、水分調整により皮目をおいしく、身にうま味を濃縮できる製法を追求した。量販店が店内で干物を製造するメリットは「塩分調整ができる点」と大越チーフは話す。日常食に加え、アナゴやウナギの干物など他店にない商品も売り出す。買い物からの魚種の指定や予約など個別注文にも応じる。「顧客ターゲットを明確にする中で高価格帯でも売れる。メーカー品と競合することなく、相乗効果を生み出している」と自信を見せる。

家庭での簡便性を重視し、フライパン調理を前提に乾燥時間を研究する。営業中も新たな魚種、商品の開発に取り組んでいる。閉店後もセットしてからの返動するなど24時間のフル稼働だ。「作るのがゴールではない」と大越チーフ。おいしい商品はスタート地点にすぎず、「食べてもらうことがゴール」と力を込める。今後も魚の特性を生かした、オオゼキでしか買えない商品の開発を進める。他店への展



こだわりの自家製干物(オオゼキ松原店)

3度付近の冷蔵除湿機能(特許第6104106号)として登録している。これらはインターネットによる乾燥工程後、素早く冷却が可能。Kソフト干物と検索カートセパレートシステム(GSK株式会社)をクリックすれば、作業を行う中、箱ボックスの棚網を衛生的に出し入れできる。作業効率も上がる。同社は設計や材質を見直し、今後もブラッシュアップを進める。殺菌の効果があり、冷風乾燥によってうま味成分が増す効果もある。これは論文になっており、科学的に実証。特許技術

●GSK(株)●
【代表者】小原敷一雄
【本社】〒547-0012 大阪市平野区長吉六反1の2の1、☎06-4302-3470
【東京出張所】〒106-0031 東京都港区西麻布4の17の7、☎03-3409-1723
【札幌オフィス】〒060-0907 北海道札幌市東区北7条東3の15の30 SKY-OFFICE 1階、☎011-709-5366
【取扱品】特殊冷風乾燥機「テイストモディファイア®」
【URL】http://www.gsk-clean.co.jp
機器導入事例はソフト干物のホームページ softthimono.jp

テイストモディファイア®の性能などを紹介するGSKのHPにアクセスするQRコード

(随時掲載)