

HI-COOK NEWS

発行 / アサヒ装設株式会社 〒924-0017 石川県白山市宮永町1863-1 TEL076(275)8159 www.hicook.com 2017年10月号

コラム

自分流にカスタマイズ

HI-COOKING

きれいな油で美味しく

PRODUCTS

コンパクトフライヤー DEBUT

両方向からの対策を

有名な音楽奏者がコンサート会場で子供に手を上げた映像がインターネットに流れて、賛否両論が飛び交いました。この様なときにいつも感じるのは、暴力を振るうのはいけないと正論で反対するばかりで、「もし貴方が指揮者であればどうしたのか。」との意見が出てこない事への違和感です。

時間外労働がとかく問題になっているので、政府は休日を増やす事でゆとりを増やそうとしたが、生産性が上がらないと逆に時間外が増加し、同時に時間単価もしつかりと増加し、企業の死活問題となります。

人材不足でパート時給が1500円まで跳ね上がってきています。被雇用者だけに気持ちの良い案を提示しては、雇用側の屋台骨が揺らいでしまいます。耳触りの良い言葉だけでなく、双方から考えたもっと積極的な対策案を示して欲しいと思います。



自分流に カスタマイズ



とりあえず「ビール」の文化

ビールの売上げが年々減少してきている。特に先般の酒税法改正による値上げが影響したと言われている。ガリバー企業キリンビールの牙城にアサヒがスーパードライで首位の座を奪い、その後は第2・第3のビールと低価格発泡酒の登場で複雑化し戦国時代になっていた。

でも、外国人には「とりあえずビール」という銘柄があるのかと錯覚も生まれた位に、日本人はまずビールという固有名詞で同じ物を飲んでいたら飲まされていたのかもしれない。

昭和のホッピー再び

新製品が次々に打ち出される商品の陰に隠れてしまい、長らく陰を潜めていたものもある。

安い焼酎を炭酸飲料で割る飲料

Ⅱ「ホッピー」である。

飲み方次第でビールよりも安くなる事が、景気の底をついたサラリーマンに再び受け入れられたのである。Ⅱ「中・外」とセットまたは個別に提供され、自分流の飲み物になる。

焼酎を割る割合は自分でブレンドする。強い人は強い酒、弱い人は弱い酒を同じ瓶で並べて飲んでると全員が和やかになる。

食事との組み合わせも自由

世界の飲み物の主流でもあるワインも、日本各地で製造される様になった。西欧料理にはワインが定番であったが、「ワインバーに餃子」「寿司とワイン」とも言われるように和食に対する日本酒やビールの領域を侵略している。

ワインは収穫の年により味が代わる。同じ種類・銘柄でも土壌と日当たりで違うので、ワインの選択はより複雑になる。

また、逆の提案もある。「日本酒とチーズ」の店も目にする事がある。日本酒は季節によって、粗絞りや無濾過などの味わいの違いを意識したり、精米歩合いによる雑味や香りによる個性を出している。

最近の極めつけは「ジャパニースクラフトジン（ROKU）」で、伝統的なポタニカル8種と日本種ポタルニカル6種を季節毎にブレンドを達えて提供されるという。まさにジンのワイン版であろう。

求められるオリジナリティ

通販業界や家電業界でも、従来はメーカー品を安く販売することに重点が置かれていたが、オリジナルモデルを作る事により購入者を囲う方向が見え始めている。

専門店がプロ仕様になり、通販は入門者にも特別な雰囲気を出せるようになってきている。それだけメーカーも大量生産から個別生産へと一気に動き始めている。

個性は高かった

バブルの時代に高価なブランド品を所持する事がステイタスⅡ個性と、はき違えられた経緯もある。

その時代は個性を主張するのはお金がかかるとの認識があったからかもしれない。もしくは個性とはいえ、個人の選択に自信がなかった日本人はそれをお金で買っていたのかもしれない。それゆえ人々は疲弊し、不景気の時代になると再び低価格大量生産に突入して行ったのではと思われる。

新たな個性の価値観

これまではパッケージされたビールのように常に一様の味覚を提供され、受け入れてきた。それがホッピーなどに見られるように「私なりの飲み方」を選択する土壌も育ってきたのだから。

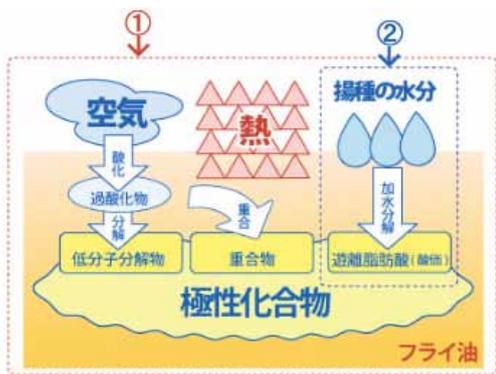
好景気・不景気の時代を経て「安くオリジナリティを出す。」これも若者文化からも学んだ。これからは金額に左右されない、まさに本当の自分仕様のものを見つける時代であろう。





きれいな油で 美味しく

天ぷらは「ネタ」と「油」が命と言われている。
ネタは仕入で変わるが油の傷みは仕方がないと言われることがある。
しかし、油の管理一つで美味しい天ぷらが出来て、
それがコストダウンにも繋がるのである。



油の劣化を測定する為に日本や米国で使用されているのがAV値とPOV値で、欧州ではTPM値が採用されている。

■AV値とは

油脂中の飽和脂肪酸は熱と水分により加水分解されて、遊離脂肪酸へと変化して行く。この遊離脂肪酸の量を表示する。

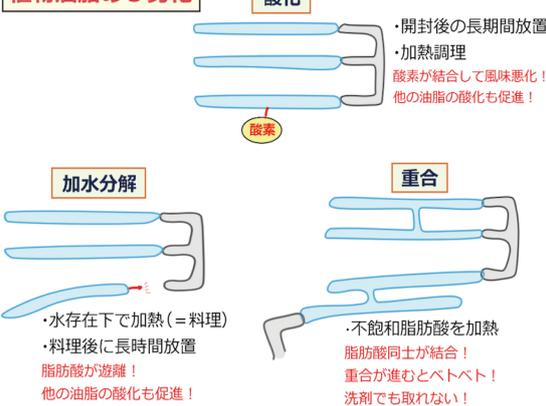
■POV値とは

油脂が空気などに触れると自動酸化現象で過酸化物質(ハイドロパーオキシサイド)が生成され、この量を測定した物である。高温では分解されるので生産中はゼロに近い。作業後の冷却過程で発生してくる事が多い。

■TPM値とは

油の劣化による生成物には種々雑多の成分があるが、それらの多くは極性化合物としてグループ化さ

植物油脂の3劣化



れ、この数値を測定したのがTPM値である。国により廃棄基準数字には違いが出ています。

■その他の基準

過去の日本ではAV値やPOV値の測定に科学的要素が必要だった。同じ商品を揚げている場合には長年の経験に基づいて、「臭い」「粘度」「泡立ち」等を判断基準として油の交換を行っている。

近年、色々な油劣化防止装置が開発販売され始めている。「セラミック方式」「電子酸化還元方式」「静電方式」「磁界方式」「高電圧電場方式」等々で列挙すればきりがないほどである。

しかし、一番注意して欲しいのは、油の劣化は千差万別で食材・衣・フライ装置等々の条件で全て違うと言うことだ。フライヤーを入れ替えただけで油の寿命が倍に

伸びた・活性装置を入れたら3倍に延びたと言う話が聞かれるが、万物に対して効果が出る物ではない。

それでも、食用油を何時までもきれいに使用するための基本理論は存在する。

そのポイントは左記である。

- ①油槽に張り込む油量は出来るだけ少なくする。(油は温度で劣化する)
- ②フライヤーをきれいに掃除する。(カスの中に汚れた油が存在する)
- ③出来るだけ温度が低い火力で加熱する。(温度が100度上がると劣化が2倍になる)

スナックのフライヤーでは廃油ゼロ(常に同じ劣化度で維持して、品質が安定している)のフライヤー製品も存在している。一番のポイントは新油回転率(張り込み油量/1時間のさし油量)であるが、スナックの場合は食品から脂が出てこないのが油を維持する大きな特徴である。

健康志向でフライ食品が敬遠され始めているが、新油は体に健全なエネルギーを供給する。是非ともきれいな油で調理して欲しい。



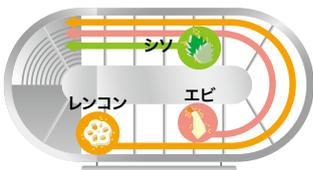
揚げる機械から、調理する機械へ
ツインゴンドラシステムで多様化を実現
ショーアップ効果も満点
食材に合わせてフライヤーを使う
提供するのとは基本コンセプト
企画するのは貴方・・・



オープンキッチンで

- ◆ 厨房室内でも設置可能な奥行 650 ミリ。
- ◆ 搬送コンベヤはアイデア重視。

コンベヤUターン方式で
同時に多品種を一人で調理



ドーナッツは反転して



電気加熱で

- ◆ 工事が簡単な電気熱源。移動も簡単。
- ◆ 面状加熱ヒーターで油層全体を優しく加熱。張込油量は1寸缶。

パーツを外して簡単洗浄(オプション)



おいで
まじ
し

金沢

加賀しずく

石川県ブランド食材「葡萄／ルビーロマン」に続き「梨／加賀しずく」が今年初出荷され、初競りで最高級品が「6個、5Kgで10万円」で取引されました。

県が16年かけて開発した「加賀しずく」は、酸味の少ないみずみずしさと上品な甘さ、滑らかな肉質が

特長となっており、重さは1個平均600グラムと他品種と比べて1.5倍ほど重く、大きさも一回り大きくなります。

石川県の果物出荷額の50%を占める梨だけに、一粒2万円のルビーロマンをめざします。来年には皆様の食卓に届きますように。



ASAHI 装設株式会社

本社・工場
水島研究所
東京営業所
大阪営業所
福岡営業所
TEL 076(275)8159
TEL 076(277)8159
TEL 03(3453)8159
TEL 06(7662)8159
TEL 092(574)1802

〈代理店〉
北海道地区(有)ヤスタ
TEL 011(785)1768
東北地区(有)明恒装設
TEL 022(363)2521
千葉地区(株)京葉フーズマシーン
TEL 043(262)8466
北陸地区(有)イセ商事
TEL 076(248)0391
静岡地区(株)SKシステム
TEL 054(281)8581

〈関連会社〉
(株)HI-COOK
TEL (+81)076(293)8159
(株)アサヒエンジニアリング
TEL (+81)044(766)0886
韓国アサヒ装設(株)
TEL (+82)031(695)7911
江蘇好烤克食品机械有限公司
TEL (+86)021(6219)9676
Hi-Cook(Thailand)Co.,Ltd
TEL (+66)02(136)3180