

# 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 2018年 8月号

## コラム

景気を左右する

インバウンド・アウトバウンド効果

## HI-COOKING

塩が決め手の食文化

## PRODUCTS

タイ生産が本格化しました



### 勇気ある決断を

高気圧の二段重ねで五年ぶりに最高気温を更新した日本列島では、様々な災害が発生して来ております。気象庁の発表による警報の表現も一段と現実味を増して来ました。

あらゆる災害の報道で感じる事は「行動を変更改させる事」の難しさです。もしも何事も発生しなかったらその責任は誰が取るのか。その中でも京都の花傘巡行の中止は英断だと思えます。企業に於いても、世界的規模で政治・経済が新しい時代に突入して、視点を変えて進路変更を決断すべき時が刻々と近づいてきている様に思えます。

「誰もが経験したことがない事」だからこそ、知識と知恵、勇気が大事なのです。世代交代という時代と気象が改革を要求しているのかもしれない。





# 景気を左右する インバウンド・アウトバウンド効果

## 多民族で一国家の強さ

サッカーのロシアワールドカップはフランスの優勝で幕を閉じた。今回はスーパースターを有した常勝国は早々と敗退し、若手を登用した国々の活躍が目立った。

フランスと言えば「肌が白く鼻の高い欧米人」とのイメージが強いが、今回のメンバーは様々な個性を持ち、世界各国から集められた精鋭の様であった。

52年ぶりの優勝に近づいた

英国も同じである。

フランスは大植民地政策で、世界に広がる植民地からの入国を当初から受け入れていた。

イギリスも同じで世界中の人々が集まって暮らす国になった。その先駆けが「人種のるつぼ」と言われる米国であろう。

## 単一民族国家の成長は

一方、アジアの国々は単一民族での成長を成し遂げてきた。

日銀発表では日本の景気は総枠

では順調に拡大しているが、多くの人々の口から聞かれるのは景気の悪さである。GDP成長率0%台に於いては日本国内だけで生活している人にとっては不景気という方が正解なのかも知れない。

海外に進出している企業だけが好景気の恩恵を預かっている。

## 金沢の好景気はインバウンド

北陸新幹線が開通した金沢では、

開業4年目を迎えても観光客が落ち込まない現象が起きている。地方新幹線には終着駅があるが、北陸は関東と関西を結んでいるので、人の流れが双方方向となる要素がある。この事は、地元産業の発展による景気ではなく、インバウンドの人々の回遊性が好景気を維持しているという事であろう。

宅配ピザ屋が宅配をやめたと言いう報道があった。宅配のアルバイトが集まらず、店長自らがピザ作りから宅配までを引き受けていたので、効率が悪くなってきた様だ。そこで考えたのが宅配中止だという。店舗も1人で運営出来るようにセル方式を展開する。エリアを広げて集客を図る事より、地域密着型の商品構成を設けることに切り替えた。開店初日の売上は予想の3倍近くを達成したそうだ。

## 人口の減少が抱える地方経済

経済成長の指数であるGDPの2%達成を政府は目標としているが、人口減少の日本ではかなり厳しいのではと思う。

日本の人口は確実に減少傾向にある。特に地方の人口は想像以上に減少化が激しいと言われている。人口減少は消費の減少でもあるので、数十年来同じスタイルで仕事

をしてきた企業については売上減少が当然の結果なのだ。インバウンドだけに頼れるのはごく一部の地域だけである。

営業スタイルを変えない限りは企業の成長が心許ない現実がそこにはある。

## 企業はアウトバウンド

大手企業が景気が良いのは、人口の増加と生活レベルの向上が著しい海外進出を積極的に行っているからだ。企業のアウトバウンド化とも言える。日本経済の数値はこのアウトバウンドが支えているのである。

一方国内では、集約化&統合化によりネットワークが巨大化した企業が勢いを増してきている。外食チェーンは異業種形態の統合により、利用した外食店が一週間全て同じグループ企業である事が少なくなない。

外食店舗などはSNSなどで情報を広く発信し、それをお客さんに見つけて貰って来店を促す手法が主軸になりつつある。これは広告のインバウンド化である。

不景気と嘆く前に、国の対策を待っている間に、現在の経営スタイルを見直してみれば、新たな方針が見えてくるかも知れない。

# 塩が決め手の食文化

我々生物は海から生まれたと言われる。人間の体液には塩分が含まれており、その塩分濃度は約0.9%である。体の中にはその濃度を一定に保とうとする機能が備わっている。その為に、0.9%以上の塩分濃度以上のもを食べると、脳が拒否反応を起こして「しょっぱい」と感じ、それ以下だと「物足りない」となる。適正だと「心地良い美味しさ」になる。

## 味覚の要因

人間が感じる五味の中で「苦味」「旨味」「甘味」は体温近くで最も強く味を感じ、温度が上がっても下がっても感じづらくなる。

一方「塩味」「酸味」は温度の影響を受けにくい味である。また、これまでの食経験や生活環境、食に関する情報によって「好みや情報に基づきおいしさ」もある。

南の暑い国の料理には、我々にとっては「塩味」が濃い料理が見受けられるのも、これらの要因が複雑に入り組んだせいであろう。

## 歴史が表す塩の貴重さ

塩の製法はメソポタミアに始まると考えられており、ギリシャ語で「共有されるべき物」という意味から「友情」「歓待」として味が変わらない事から「約束」のシンボルと見なされていた。

ローマでは「サラリウム」と言われて、兵士には貴重品である塩が報酬として支払われていた様だ。それが語源で英語の salary になったとも言われる。世界の歴史に於いて、塩は生き残るための命綱であったのである。

## 原料に見る製法の違い

塩の製法には大きく分けて4種類ある。

### ●岩塩

海であった土地が地殻変動により地中に埋まり海水の塩分が結晶化し地層となった物だ。溶解採掘法で採れた塩が食用に利用される。

### ●天日塩

海水を塩田に引き込んで、1〜2年程度の期間で細分化された濃



縮池を巡回させて、太陽と風で濃縮する天日製塩法で作られる。

### ●その他海塩

海水を一旦濃縮した後に煮詰めて作るイオン交換膜製塩法・揚浜式製塩法などがある。



### ●湖塩

塩湖から採取する方法で最近ではウユニ二湖などの有名な場所が増えて来ている。

海水から製塩するには直接海水を煮詰めるよりも、一度濃度の高い塩水を作ってから煮詰めた方が効率が良い。この途中過程にある濃い塩水を「鹹水（かんすい）」

と言う。

イオン交換膜製塩法や揚浜式製塩法では副産物としてにがりが出る。

海に囲まれた日本では海水から作る塩が当たり前の発想であるが、

「ナンプラー」だ。「タイの魚醤」と言われており、醤油と同じ存在であるが日本の物よりは塩味の方が際立っている。

基本的に海水魚に重量比で30〜50%の塩を加えてよく混合し、タンクに入れて蓋と重石をする。数ヶ月でタンパク質は分解され、この液体部分を絞ったものが一番搾りナンプラーと言われる最高級品である。

このナンプラーは1922年生まれの新しい調味料であり、それまではタイ北部のイーサン地区では「ナンパーテーク」が、タイ中部ではベトナムから来た「ヌクマム」が使われていた。

## 塩味の奥深さを知ろう

成人病対策には減塩生活がもはや常識である。しかし暑い夏には水分と塩分の補給が必須と言われている。ミネラルを多く含んだ物や原料により味も塩分もそれぞれである。

「鹹（しお）を塩梅よく摂る」と言われるように、色々な塩（鹹）を味わってみるのもまた楽しみのひとつである。甘み、苦味、深み、雑味とその栄養価の違いと奥が深い事に気がつく。

当然の事かも知れないが、その土地で採れた食材やにはその土地の塩が合う。

世界的に見れば、原料と製塩方法によって成分も味も形状も違う。

## タイの塩味

熱い南の国々では、気候的特性から塩味がきつく感じられることがある。

タイでは「クルアン・プルン」と呼ばれる4種の調味料がある。その中で塩味を担当するのが「ナ

# タイ生産が本格化しました

今年、タイで開催された ProPak Asia 2018 には  
3 機種 of タイ生産機器を展示しました。  
低価格でこれから食品工業に本格参入される方を応援します。

## 生産機種の特徴

現地調達率 80%  
以上を達成し低価格

基本仕様は日本  
オリジナルで品質保証

電源電圧は現地仕様  
で現地部品調達

現地食材ニーズに  
合わせ現場で即対応

現地調達率 80%

### 小型汎用ガス式フライヤー TDC 型

- ・連続式フライヤーの入門機
- ・フライから天ぷらまで幅広く対応
- ・手動コンベヤ昇降装置で掃除も簡単



### 加湿熱風式オーブン TIMPJ 型

- ・蒸気加湿型熱風式オーブン
- ・インピンジメント加熱は上下独立風量調整
- ・焼きムラが殆ど無い平行循環回路



### 過熱水蒸気クッカー TBSCE 型

- ・過熱水蒸気型小型クッカー
- ・Diplo方式でオーブンとして使用可能
- ・3 連結で過熱水蒸気の特徴を発揮



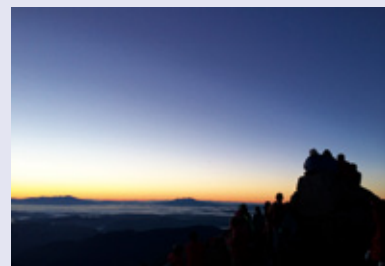
\*これらのモデルは ASEAN 地区及び中南米地区向けの発売となっております。  
日本国内への販売は行っておりません。(電源 380V 専用機器の為)

おいで  
まじ

## 白山信仰

石川県の南にある標高 2,702m の「白山」は北陸地方の中では標高の高い山であるため、他の山では残雪が消えた季節でも「白い山」として遠方からでも一目で判明する山です。また、白山を霊峰とする白山信仰は昔からあり白山比咩神社はその

総本社となっています。石川県は南北に細長くて東には白山連峰・西には日本海が広がっていますが、白山のおかげで大きな風水害がほとんど発生しない平穏な気候です。平穩は「白山のお陰です。」が地元の合い言葉となっています。



## 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  
東北地区(有)明恒装設  
千葉地区(株)京葉フーズマシーン  
静岡地区(株)SK システム

TEL 011(785)1768  
TEL 022(363)2521  
TEL 043(262)8466  
TEL 054(281)8581

〈関連会社〉  
(株)HI-COOK  
韓国アサヒ装設(株)  
HI-COOK (Thailand) Co., Ltd.  
Asahi Sosetsu(Thailand) Co., Ltd.

TEL (+81)76(293)8159  
TEL (+82)31(695)7911  
TEL (+66)2(136)3180  
TEL (+66)2(136)7487