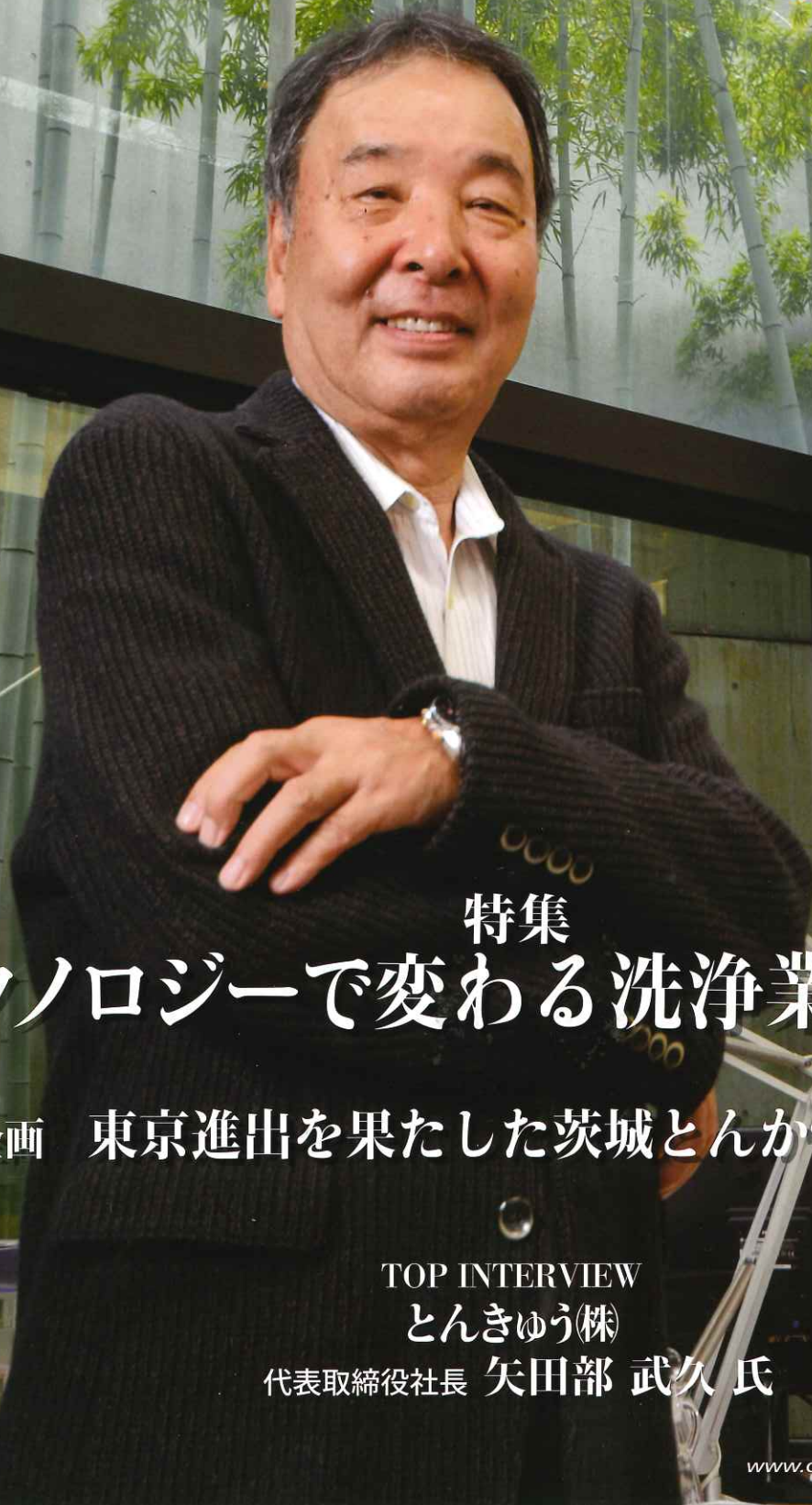


HOTELRES

週刊 ホテルレストラン

2020 2 | 28



特集

テクノロジーで変わる洗浄業務の未来

特別企画 東京進出を果たした茨城とんかつの雄、とんQ^{ぎゅう}

TOP INTERVIEW

とんきゅう(株)

代表取締役社長 矢田部 武久 氏

TOP INTERVIEW

東京進出を果たした 茨城とんかつの雄、とんQ^{きゅう}

社長インタビュー&渋谷店大紹介

茨城県つくば市を中心に、茨城、千葉、埼玉で10店舗を展開する「とんかつ とんQ」。昨年12月5日に東急プラザ渋谷に11店目となる渋谷店をオープンした。1983年に本店をオープンし、北関東でとんかつ専門店として大きな支持を得てきた基盤を武器に、念願の東京進出を実現。挑戦の真っただ中にある社長の矢田部武久氏に話を聞いた。

企画:松沢良治 取材・文:柴田 泉 撮影:林 正、KOMEI レイアウト flippers(フリッパーズ)



**お客さま、社員、会社。
すべてに幸せが
行きわたる在り方を
追求しながら、
挑戦を続ける**

とんきゅう株式会社
代表取締役社長

矢田部 武久 氏

やたべ たけひさ
1948年、茨城県出身。餡の製造と卸しを家業とする家で育つ。日本大学商学部卒業。海外で登山やオートバイでの旅をする生活を経て、1983年に「とんかつ とんQ」を開業。OGMコンサルティングに参加しつつ、事業を拡大。現在は「とんかつ とんQ」11店舗のほか、焼肉の「赤牛」3店舗、イタリアン「アルゾーニ・イタリア」、ダイニング「JUN BOO」を展開。

渋谷店オープンで東京進出を実現。
新たな挑戦に取り組む

昨年12月5日、東急プラザ渋谷に「とんかつ とんQ」の渋谷店がオープンしました。いよいよ、東京進出です。

前々から東京に店を出したいと思っていました。そんな中で今回のお話をいただき、即決しました。

とんかつとんQは、北関東で長年にわたりお客さまに愛されてきたという自負があります。それをベースに、東京では新しいことをやろうと決めました。東急プラザ渋谷自体のターゲット層が、ハイクオリーティーなものを知っている大人の男女。そんな客層に向け、「高級感のあるとんかつ」を意識しています。

渋谷店の開発は息子（淳氏）を責任者に任じ、彼が中心となってコンセプトから細部までを作り上げました。渋谷店について一番よく知っているのは彼なので、彼にぜひ詳しく聞いてください（12～13ページのインタビュー）。

渋谷店は会社にとって、私にとって、そして息子にとっての大きな挑戦です。私たちは挑戦が大好きで、今、とてもワクワクしています。

**若き日のバイカー人旅で得た感動、
培った自信が、今に至る人生のベース**

**矢田部社長の、挑戦を続けるパワーは、
どこから生まれてくるのでしょうか。**

私は学生時代、コンプレックスの塊のような人間でした。家が、和菓子店などで使う餡の製造と卸しの会社を営んでいて、社長である父親がとても偉大だったのです。ただし、後継ぎになるよう期待されることが重荷であり、将来を自力で選べないような状況に「自分



「とんかつ とんQ」では国産のブランド豚「やまと豚」を使用。渋谷店では、これに加え「白金豚」も導入。店内でじっくり熟成させ、オリジナルのパン粉を用い、外はサクサク、中はほんのりピンク色に仕上げる

は何もできない人間だ」と思ってしまいました。弱い自分をもてあましていたのです。そんな中、大学卒業後に一念発起して家を出て、自分の好きな山登りを突き詰めようと思いつき、アルバイトでお金を貯めてはヨーロッパアルプスや中南米で登山し、お金がなくなれば帰国してアルバイト……という生活を送りました。

そして決定的な体験となったのが、25歳のときに、バイクでインドの Kolkata からドイツのフランクフルトまで走った一人旅。学生時代から歴史や地理が好きで、特にパキスタンとアフガニスタンの間にあるカイバル峠に行きたかったんです。アレキサンダー大王、チンギス・ハン、マルコポーロらも越えたカイバル峠。そこを訪れるのは私にとっての夢でした。

旅の途中には、砂漠や荒野もあります。そんな場所をバイクで通過するとなると、何か起きても周りに誰もいませんから、全部自分の責任で切り抜けなければなりません。また、訪れる各地は食べものも言葉も文化も違う。身一つで

勝負するしかない。そんな状況に身を置いてみたかったのです。

壮大な、そして危険を伴う計画です。

なので、準備には2年間かけました。今みたいにインターネットで調べることができないので、地図に分度器をあてて道筋を確認したり、大使館に掛け合っただけで情報を集めたりしました。命綱であるバイクについても詳しくならなければなりませんので、バイク店に弟子入りしてメンテナンスを学びましたよ。

でも、正直に言うと、準備の途中でも何度も「行くのをやめよう」と思ったんです。怖くなってしまって。しかし勇気を持って踏み出したのです。

旅の途中では、自力で難局を乗り切ったこともあります。人に助けられたことも多かったです。見ず知らずの私をもてなしてくれた家族、体を壊してホテルに逗留せざるを得なかった私に「宿代はいいよ」と言ってくれた主人……。多くのかけがえのない体験をしました。

旅を終えて帰国し、自分の部屋に戻

り、壁に張ってある地図を見ながら準備のときによくかけていた音楽を聴いたら、思わず大泣きに泣けてしょうがなかったことを覚えています。目標に向けて全身全霊で取り組み、達成したことで感極まっていたのです。

私がこの旅を通じて得られたのは、自信です。「自分はやればできる」「どんな状況でも切り開ける」と思える人間に成長できました。

この自信があるから、私は今の事業を続けていられるのです。人生における挑戦の大切さも若いときに実感しているので、今に至るまで仕事でも、また趣味の山登りでも挑戦を続けています。

そして一緒に働くスタッフにも、こうした達成感、充実感を味わってほしいと思っています。その思いが、会社として挑戦を続ける最大のモチベーションになっています。

榊芳生氏と出会い、経営哲学を一新。とんQ発展の基礎も構築

「とんかつ とんQ」は37年間の歴史

とんQ		
店舗名	開業	席数
とんQつくば本店	1983年	84
水戸千波店	1986年	124
守谷ふれあい店	1998年	86
成田ニュータウン店	1999年	88
水戸インター店	2000年	88
春日部店	2003年	80
ふじみ野店	2003年	80
野田店	2008年	70
イーアスつくば店	2008年	67
柏高島屋店	2012年	48
東急プラザ渋谷店	2019年	50

の中で11店舗を展開し、そのいずれもが大人気店です。どのようにして、ここまで成長させてきたのでしょうか。

学生時代は自分が飲食業界に携わることも、ましてやとんかつを一生の仕事にするとも思っていませんでした。

とんかつ店を始めたきっかけは、結婚をしてお金が必要なので、何か商売をしようと思ったこと。最初は生活のためだったのです。

まずは商売を始めるための土地を買ったのですが、たまたまその土地の近所に繁盛しているとんかつ店があった。何度か訪れるうち「もうかりそうでいいなあ」「自分でとんかつ店をやってみようか」と、選択肢の一つに考えるようになったのです。

そこから、とんかつの猛勉強です。叔母が新宿で大きな肉の卸店を営んでいたの、彼女に相談したところ「本気で勉強するなら店の内側を見なさい」と。横浜にあるとんかつの名店を紹介してくれ、その店の厨房に3カ月間入ることになりました。

しかし、こちらは包丁も持ったことのない

赤牛		
店舗名	開業	席数
赤牛 水戸店	2000年	100
赤牛 つくば本店	2008年	120
赤牛守谷店	2015年	98
その他		
アルゾーニ・イタリア	2004年	108
JUN BOO	2015年	38

いど素人(笑)。もちろん、担当する仕事は洗い物などの下働きです。それでも朝は誰よりも早く来て、夜も遅くまで残り、何でも吸収する気持ちで働いていたら、仕込みの手伝いをできることになって。徐々に「料理は面白いな、奥が深い」と思うようになりました。

短い期間でしたが、最後に社長にあいさつに行ったら「君は1年間修業したに等しいよ」と言ってもらえました。それだけ必死に働いた、得難い経験でした。

その後は1年ほど、妻と一緒に首都圏の有名なとんかつ屋さんを、ノートを持ち歩いて全部記録しながら食べ歩きました。徹底してリサーチして、ようやく「とんかつをやろう」と決めました。

1983年につくばに一号店がオープン。その後は順調な道のりを?

そうですね、しっかりと準備をしたのが功を奏したのか、おかげさまで1号店は繁盛。その後、わりと早く2号店、3号店を構えることができました。

しかし、そこで慢心に陥ってしまっ。3号店を出してしばらくして現場にあまり出なくなったら、売り上げがガタッと落ちたのです。「これではいけない」という危機感から門をたたいたのが、榊芳生先生が主催していたOGMコンサルティングです。榊先生との出会いで、大きさではなく、私の人生が変わりました。

それまでの私は、とんかつ店を通じて自分の成功、家族の幸せだけをめざしていたんです。しかしOGMでは、それではダメだと学びました。やはり、自分だけでなく、従業員の幸せ、お客さまの幸せ、会社の幸せがあってこそその飲食店経営なのだと思えることができました。それに、実際、自分以外の人の幸せのために働くのは、とてもやりがい

のあることで、達成感も強いのです。

もちろん榊先生、そしてOGMの指導を通じては、実際の店舗運営や経営面でも非常に役立つアドバイスも多く得ました。これが、とんQのさらなる展開のベースとなったのです。

OGMのロジックでの店作りを大々的に推し進めたのは、いつですか。

つくばに1号店を開いてから13年。OGMに参加してから2~3年したころです。学んだことを最大に取り入れるべく、1号店の建て直しを計画。入り口が分りにくい、駐車場が狭いなど、1号店には解決すべき課題が多くあったのです。

建て直すにあたっては敷地の拡大も必要で、隣のアパートの用地を入手。銀行から1億5000万円の融資を受けました。

もちろんこんなに高額な融資に、最初は先方も真面目に取り組んではくれませんが、それでも粘り強く、とにかく熱心に夢と計画を説明し続けたら、最終的には支店長が一肌脱いでくれて。私の挑戦を支えてくれた恩人の一人です。

なおこの店では、すべてOGMの勧め通りに厨房を設計したり、メニューを考案したわけではありません。私にも、それまで13年間とんかつ店を営んできた誇りがあり、「言いなりにはならない」という負けん気もあった(笑)。ほかのとんかつ店とは違う、とんQだからこそその価値を提供することを、何よりも大切に考えました。

この本店は、月商2000万円を達成して、OGMに参加しているとんかつ店の中でトップとなりました。そのとき、榊先生に色紙を書いていただいたんです。

書いてくださった言葉が、「夢と情け」。夢は人生にとって最大に大切なことだと私は思っていますし、それと同じ

くらい、従業員に情をかける、つまり彼らと同じ気持ちになって寄り添うことも大事。心に染みしました。今も私の指針になっている言葉です。

「歓喜・感動」がとんきゅうのテーマ。スタッフの幸せを実現する会社に

とんきゅうが大切にしている価値とは、どのようなものなのでしょうか。

やはり料理の味と、サービスですね。とんきゅうのポリシーは、本物の味を追求すること。そのためには素材から徹底的に追求します。

肉については、軸に据えている「やまと豚」がとても好評です。やまと豚は国内の指定の牧場で、ていねいに品質管理されて飼育された豚。加工、流通の段階でも管理が徹底されています。キメが細かく柔らかい肉質が特徴で、脂の甘さと口溶けのよさも格別。女性からも「おいしい」「食べやすい」と言われています。

そのほか、野菜も筑波のものを中心にその時季の最高のものを仕入れますし、漬物にも手を抜きません。ごはんのおいしさにもこだわっています。

そして料理店は、お客さまに「来てよかったな」と思ってもらえるサービスも必要です。具体的には、笑顔と気付き。お客さまの要望を先回りして気付き、心を込めて行動し、笑顔で接する。そんな温もりのあるサービスが自発的にできるのが、当店のスタッフの特徴です。当店の平均客単価は1680円。地方のとんかつ店では1200~1300円が一般的なので、うちの値付けは強気と言えるでしょう。しかしいくら価格が安くても、価値がなければ売れない。そして価値があれば、お客さまは価格を出してくだ



さる。それでいろいろ考えながら、ほかの店ではまねできない価値を生み出すよう常に努力しています。

それが、連日の繁盛につながっているのですね。

やはり、店に来ていただけるのであれば、お客さまには満ち足りた時間を過ごしていただきたい。幸福を感じていただきたい。そのためには、スタッフ自身が仕事にやりがいを感じ、幸せでなくてはいけません。そこで、スタッフには人生に目標を持つよう強く勧めています。

この目標は、仕事上の成功というより、むしろ仕事の外に持ってほしいと思っています。例えば、家族と海外に旅行に行つて思い出の時間を作る、あるいはバイクで日本各地をまわる、という具合に。その目標に向けて計画し、最初に踏み出す勇気が、人生において何よりも大切。これは、私が若き日のバイカー人旅を通して得た人生哲学です。

とんきゅうのテーマは、「歓喜・感動」です。そして、お客さまの幸せ、社員の幸せ、会社の幸せは三位一体。これからも変わらず、この三つの幸せが循環する会社づくりを続けたいと思っています。

東京進出を果たした茨城とんかつの雄、とんQ

東急ブラザ渋谷に 新業態で出店 筑波とんQの挑戦



再開発プロジェクトが沸騰する渋谷駅周辺。その一角をなすビル「渋谷フクラス」内の商業施設ゾーン、「東急ブラザ渋谷」に、「とんかつとんQ」がオープンした。とんQ東京進出第1号となるこの店は、創業の地の誇りをかけ「筑波とんQ」と命名。高級感を備えた新業態で、とんQグループの新たなステージに挑戦する。



「白金豚」を軸に 高級業態を打ち出す

「とんかつとんQ」の東京初出店の店舗が、2019年の12月5日、「東急ブラザ渋谷」の6階に誕生した。

とんQグループのポリシーは、徹底的に品質を追求し、価値ある“本物”を提供すること。渋谷店もこれを受け継ぎつつ、定番の定食に加え、ワインなどのお酒とゆっくり楽しむ肉料理としてもとんかつをアピールするという。ターゲットは、東急ブラザ渋谷に集まるような都会の成熟した大人たち。開業にあたっては料理、ドリンク、さらには店舗デザインや使用する器までのすべてを練りなおした。

目玉となるのが、今回渋谷店限定で導入した白金豚だ。フランス料理店などでも用いられる高級豚である白金豚は、数多い国内のブランド豚の中でも別格の品質で知られる。ドリンクでは、近年盛り上がりを見せる日本ワインに注力。“ここでしか味わえない組み合わせ”で勝負する。

渋谷店限定メニューより

- ◆白金豚ロースカツ膳 120g 1980円 150g 2250円
 - ◆白金豚ヒレカツ膳 120g 2010円 150g 2320円
 - ◆厚切り白金豚ロースカツ膳 200g 3150円 250g 3980円
 - ◆厚切り白金豚ヒレカツ膳 250g 3980円
 - ◆究極洋風かつ やまと豚ヒレ フランス産フォアグラ巻き 単品 2830円 御膳 3380円
 - ◆究極洋風かつ やまと豚ヒレ フランス産フルムダンベールチーズ乗せ 単品 2030円 御膳 2580円
- ※価格はいずれも税別

渋谷店データ
とんかつとんQ 東急ブラザ渋谷店
東京都渋谷区道玄坂1-2-3 東急ブラザ6階
店舗面積/37坪 席数/50席



厚切り白金豚
ロースカツ御膳
白金豚厚切りロースカツ膳では、分厚く切った白金豚を大胆に用いる。歯切れのよさ、あふれる肉のうまみ、脂の甘みが印象的。通常通りに揚げるよりも短時間で提供できる、独自の調理法を採用する



梅しそ巻き
「やまと豚 梅しそ巻き」は、既存店でも人気を集めるメニュー。特に女性の支持が高い。とんQの看板であるやまと豚の深い味わいを、さっぱりと食べることができる



キャベツ
キャベツはその時期、最もおいしいものを取り寄せる。さらにアクアポニクを採用する関谷農園や、無農薬野菜で知られる土浦の久松農園の上質な旬の野菜を使い、とんQにしかないサラダを作る。柚子ドレッシング、人参ドレッシングも評判



やまと豚ヒレ フランス産フルムダンベールチーズ乗せ
「やまと豚ヒレ フランス産フルムダンベールチーズ乗せ」は、渋谷店限定の料理。「とんかつを肉料理として楽しむ」という渋谷店のコンセプトをよく表している。「ワインなどのお酒と楽しんでいただきたい」と、矢田部淳氏



とんQを東京でも メジャーにしたい。 渋谷店は 夢への第一歩

とんきゅう株式会社
スーパーバイザー
矢田部 淳氏

やたべ じゅん
1988年、茨城県生まれ。高校2年生で料理人になると決意し、本場で学ぶべく高校卒業後、ロンドンの調理師専門学校に進学。イギリスの3ツ星レストラン、2ツ星のモダンフレンチなどで働き、帰国。東京・代官山「リストランテ ASO」で2年間働いた後、とんきゅうに参加し、「JUN BOO」を手掛ける。とんQ渋谷店オープンにあたり責任者となる。

「とんかつとんQ」は2019年12月5日に渋谷店をオープンしました。既存店と異なるコンセプトで臨んだと聞きます。

「価値ある本物を追求する」という「とんQ」の基本姿勢を踏襲しながら、既存店よりワンランク高級な路線を狙いました。東京の皆さんにどのようなとんかつを提案できるか、社長（父親の武久氏）と都内の名店を何度も食べ歩き、議論を重ねて出した結論です。また、当店が入っている東急プラザ渋谷のターゲットは、上質を知る大人。それに呼応する意味もあります。

どのような内容で、高級路線を作り上げたのでしょうか。

まずは素材です。渋谷店では「白金豚」を最大の売りとしています。白金豚は、品質の高さで全国的に知られているブランド豚。肉のうまみ、脂の口

どけと風味のよさ、緻密できめ細かい肉質、サクとした歯ごたえ……とにかく別格の豚です。

そしてこの白金豚を、通常のとんかつよりも厚切りで食べてほしい。その方が、この豚の長所が際立つからです。

厚切りの肉を、しっかりとした理想の状態に揚げるには技術が必要です。揚げる時間もかかります。そのため、安定した高品質を実現し、かつ従来の1/3ほどの時間で揚げあがるよう、独自に開発した調理法を導入しました。

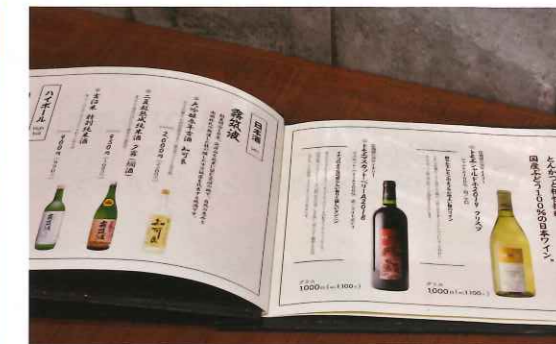
とんQの長年の看板素材である「やまと豚」も、自信を持ってお勧めできる品質です。渋谷店は、そこに「白金豚」も加えた2本立てでいきます。信頼できる素材を用い、とび抜けたおいしさを提供する。そんなとんかつ店としてお客さまに覚えていただくのが、現在の目標です。

メニューは、どのような構成ですか。

白金豚、やまと豚それぞれのロースかつ、ひれかつのお膳（定食）に加え、季節限定の揚げ物、単品としても楽しんでいただけるとんかつ料理を充実させています。

とんかつと言うと「定食」のイメージが強いと思います。実際とんQも、キャベツ、ごはん、みそ汁、漬け物すべてに力を惜しみなく注いだ御膳で好評を得てきました。しかしとんかつの魅力は、もっと多彩なはず。そこで渋谷店では、定番のお膳に加え、「お酒と共に楽しむ、肉料理としてのとんかつ」を打ち出したと考えました。

特に白金豚のとんかつは、お酒とともにじっくりと味わうのいうってつけ。白金豚は高級フレンチでも使われるほどの豚。定食を超えた楽しみ方を提案して



アルコールは東京の地ビール、筑波の日本酒、日本ワインをそろえる。特に力を入れているのが日本ワイン。広島三次ワイナリー、岩手の紫波ワイナリーの品をリストにのせる

店内は木目と白壁、深みのある色のタイルを基調とした落ち着いた空間。器は栃木県の益子焼の作家に特注。サービススタッフの制服はネイビー色など、店全体のデザインに力を入れる

います。

やまと豚のヒレを用い、「究極洋風かつ」と銘打って考案した2品はその例です。1品は、フォアグラ巻き。高品質で知られるフランス・ルージュ社のフォアグラを用いています。もう1品は、フルムダンベールチーズ乗せ。私が個人的に大好きなブルーチーズ、フランスのフルムダンベールは、コクと甘み、酸味、香りのバランスが絶妙で、これがヒレかつと非常によく合います。この2品はワインと一緒に楽しんでいただくことを期待しています。

お酒にも、力を入れていますね。

とんかつを、よりおいしく引き立てるお酒を追求しています。

ビールは、TOKYO 隅田川ブルーイングのケルシュスタイルを採用しました。当店のとんかつを辛口のビールで流し込むのはもったいない。そこで、深みがあり、フルーティで優しいケルシュを選びました。ワインはすべて埼玉県にある志村酒店から卸していただいています。志村酒店は日本ワインへの思いが強く、私自身、大いに刺激を受けました。そんな中で日本ワインととんかつの相性の良さに気付き、メニューにのせることにしたのです。

日本酒は、「茨城の日本酒と言えばコレ」という「筑波霧」。味わいの深い、

地元の誇りのお酒です。もともと、地元の人に飲んでもらいたいというポリシーで、東京のお店には卸していなかったのですが、私が蔵元に行って直談判。「つくばを代表する飲食店として東京に出店する」という意気込みを伝えたら共感していただいた。それで、店に置くことができている。

オープンしてから変更した点などはありますか。

このビルに実際に足を運ぶ方々の年齢層が想像していたより若いので、彼らに向け、手ごろな価格帯のメニューを設けました。

当初は厚切りを主力に据え、ロースかつ膳を白金豚は200gで3150円、やまと豚は200gで2530円としました。しかし、年明けから120g、150gのラインアップを追加。120gで、白金豚のロースであれば1980円、やまと豚のロースは1610円という価格です。120gと150gは「入り口」という位置付けで、一度このおいしさを知ったら次回はぜひ厚切りを……と考えています。

東京に店を出した手ごたえは、どのように感じていますか。

出店にあたってアルバイトを募集した際、つくばでは考えられないほどの倍率

で応募があり驚きました。人手不足は地方では特に深刻。一方東京は人が多い。スタッフの集まりやすさという面も考えると、会社としてこれから地元と東京でどのようなバランスで出店するのがベストなのか。そのあたりの戦略を練る必要性を感じました。

ただ、東京初出店なので当然ではありませんが、「とんQ」の知名度はまだまだです。同じフロアにはミシュラン掲載店の支店などが複数あるのですから、正直、気持ち的に圧倒されてしまうところもあります。

とんQの味とサービスに関しては、絶対の自信はあるのです。北関東で人気を集め続けてきた事実も、その裏にある努力も、誰彼もがまねできるものではないと自負しています。だからこそ、まずは「入り口」となるメニューでお客さまに当店を知っていただかねば、と思っています。

「来ていただいた方に最大のご満足を」というのは、とんQが長年掲げているポリシー。今回の渋谷出店を機に、都内でのさらなる展開を狙っていますが、まずは渋谷店にご来店くださった方々にご満足いただき、信頼を得る。そのことに、今は最大の力を注いでいます。

東京進出を果たした茨城とんかつの雄、とんQ

とんかつを軸に 茨城で4業態 とんきゅうグループの広がり

渋谷に新業態「筑波とんQ」を開業したとんQグループは、核となる「とんかつとんQ」に加え、「焼肉赤牛」、イタリア料理店「アルゾーニ・イタリア」、ダイニングレストラン「Gastro Kitchen JUN BOO」を展開。「本物の徹底追求」「心地よい食事の時間を」というグループの理念を共有しながら、それぞれにはっきりとしたコンセプトを持たせている。



ロースカツ膳
しっとりとした肉質は、やまと豚ならではの。メインのとんかつはもちろん、キャベツ・ご飯・みそ汁・お新香のすべてに力を入れる



やまと豚
「やまと豚」の上質な肉質は、のびのびとした環境での飼育、独自の飼料で生み出される

つくば本店オープンから38年を数える「とんかつとんQ」。現在は茨城県つくば市を中心に、千葉県、埼玉県にて合計11店舗を展開する。最大の特徴は、国産ブランド豚「やまと豚」を用いていること。きめ細かく柔らかい肉質、口溶けなめらかで香りのよい脂を持つやまと豚のとんかつは、「とんQでしか食べられない」と高い評価を集める。また、カキフライやブリカツなど、全国からその時季の最もよい素材を取り寄せて作る「季節のフライ」も評判だ。

ランチタイムには毎日行列ができるほどお客を集めるとんかつとんQ。おいしさの追求はもちろん、安心・安全、そしてマニュアルのない心のこもった接客で充実した食事の時間を提供するからこそその人気だ。

とんかつとんQつくば本店 茨城県つくば市東新井13-12 ※ほか、10店舗を展開

「やまと豚」のおいしさ際立つ とんかつとんQ



生産者の見える肉をそろえる 赤牛



2000年に1号店である水戸店をオープンし、現在は3店舗で展開する「焼肉赤牛」。とんかつとんQと同様、素材の質の追求には最大の力を入れる。

牛肉の仕入れでは、生産者の顔がはっきりとした和牛・国産牛を中心に集める。その中には赤身がひときわおいしく、また飼育頭数が少なく貴重な「熊本あか牛」も含まれる。

また、タレ、キムチ、スープなどのメニューのほとんどが、自店でじっくりと仕込んだ手作りの品。味わいでも、そして細やかな接客でも、焼肉赤牛ならではの特徴を打ち出すことに成功している。

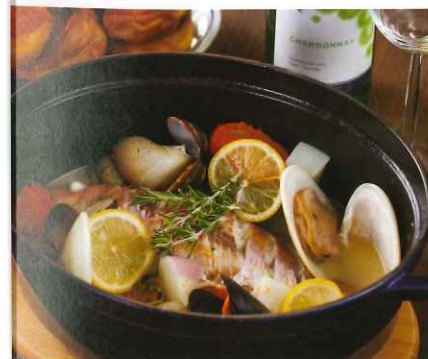
赤牛つくば本店 茨城県つくば市研究学園1-3-3 ※ほか、2店舗を展開

モダンで温かな料理と空間

JUN BOO

ジュンブー

GASTRO KITCHEN JUN BOO



Gastro Kitchen JUN BOO 茨城県つくば市研究学園1-3-3(赤牛つくば本店敷地内)

フレッシュでナチュラルなイタリアン アルゾーニ・イタリア Cucina Italiana & Dolce Arzonie ITALIA



2004年にオープンした「アルゾーニ・イタリア」は、「フレッシュ・ナチュラル・ホームメイド・スローフード」がコンセプトのイタリア料理店だ。

108席を擁する店内は、ゆったりとくつろげる間隔でテーブルが配置され、広々とした印象を作り出す。名物は、市場で仕入れる新鮮な食材を使ったパスタ、石窯で焼くピッツァ、そしてお客の目の前で削ったグラナ・パダーノチーズをたっぷりかけるシーザーサラダなど。併設のケーキ工房で作られる自家製のデザートも評判。ナチュラルで本格派の料理で人気を呼んでいる。

アルゾーニ・イタリア 茨城県つくば市赤塚703-3

2015年にオープンした「Gastro Kitchen JUN BOO」。カウンターとテーブル合計38席で構成する店内のデザインは、イギリスの民家がモチーフ。モダンとナチュラルが調和し、ソファと暖炉のあるブースも設けるアットホームな雰囲気だ。

イギリスの3ツ星レストラン、東京の星付き一流イタリア料理店で経験を重ねたシェフが考案する料理は、やまと豚や地元つくばの新鮮野菜を生かした、現代的でありながら温もりも備えた品々。厳選したワインと料理をじっくりと楽しむ、居心地のよいレストランだ。