

B.Y.O.——本格的な和食の代名詞

****B.Y.O.**は、「日本文化を伝える料理を創る」という理念のもと、16のブランドと116の店舗を展開しています。**

By Arthur Menkes and Paul Mannion

1 1991年に創業された B.Y.O. は、日本料理を中心とした複数のブランドを展開する外食企業です。代表の中野耕志氏は、世界中で親しまれている寿司やうどんといった定番料理にとどまらず、日本料理のさらなる魅力を広げていきたいと語ります。「私たちの企業理念は、日本の伝統文化を継承しながら、日本料理を革新していくことにあります」と中野氏は強調します。

B.Y.O. のメニューは、四季の移ろいに合わせて柔軟に構成されており、年間で800種類以上のメニューが16ブランドで変更されます。この取り組みにより、お客様は常に新しい料理との出会いを楽しみながら、日本料理本来の“旬”の精神を体験できます。季節感のある食材へのこだわりは、食事体験の本質として同社の哲学に深く根ざしています。

現在、同社は国内主要都市および海外での店舗展開を積極的に進めており、フランチャイズ展開を通じて、幅広い層から愛されるブランドの確立を目指しています。特に、現在東京を中心に全国27店舗を展開している「だし茶漬け+肉うどん えん」では、フランチャイズ加盟店の募集を開始しました。このブランドは、上質なだし茶漬けと、だして炊いた肉うどん、おにぎりを提供する、洗練された健康志向の和風ファストフードとして人気を集めています。

B.Y.O. は加盟店と連携し、だし文化の魅力を世界へ発信したいと考えています。また、同社のウェブサイトでは、ボトル入りのだしなどの商品販売しており、家庭でも店舗の味を再現できるよう工夫がなされています。



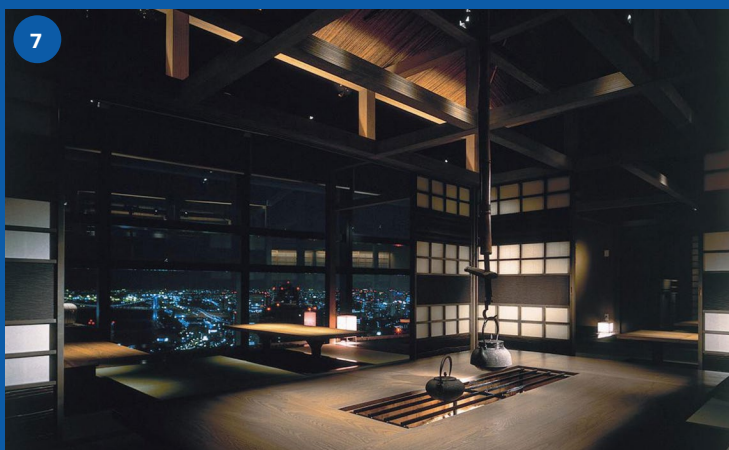
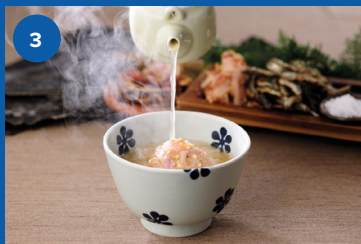
「日本料理は寿司やうどんだけではないということを、多くの人に伝えたい。固定観念に挑戦し、日本食の多様性を感じていただきたいのです。」

—— B.Y.O.株式会社
代表取締役社長 中野耕志



BYO.CO.,LTD

<https://byo.co.jp>



同時に、B.Y.O. は「日本料理に革新を起こしたい」と考える人材を広く募集しています。おいしさとおもてなしを重視し、新たな日本料理の価値を見出したいという志を持つ人材を求めています。同社の充実した研修プログラムにより、採用される人材は日本人にとどまらず、ベトナム、ネパール、ミャンマー、インドネシア、台湾など多国籍にわたります。プログラムでは、調理技術や食材知識だけでなく、ホスピタリティや店舗マネジメントも学ぶことができ、社員一人ひとりが優れた料理人、店舗スタッフ、そしてマネージャーとして成長できる環境が整っています。

世界有数の料理学校であるアメリカの「Culinary Institute of America (CIA)」からは、B.Y.O. の「だし茶漬け」コンセプトが公式に紹介されました。「世界的に権威のある機関が、だしの可能性を認めてくれたことは、私たちにとって非常に大きな自信となりました」と中野氏は語ります。この評価は、「だし茶漬け えん」の海外展開を進めるうえで、大きな後押しとなっています。

B.Y.O. は、世界中で親しまれている寿司や天ぷらといった定番を超え、日本料理の奥深さと多様性を伝える料理を通じて、その魅力を発信し続けています。海外への出店だけでなく、グローバル市場での需要に応えるための国際的なパートナーシップ構築にも積極的に取り組んでいます。

1. Sushi Course (Washoku EN)
2. Well-balanced Japanese cuisine (Obon de gohan)
3. Dashi-Chazuke
4. Dashi broth bottle
5. Making dashi broth
6. Cooking lecture at CIA school
7. Traditional Japanese seats