

B.Y.O는 정통 일본 요리의 상징입니다

B.Y.O는 “일본 문화를 전달하는 요리를 만든다”는 철학 아래, 16개의 브랜드와 116개의 레스토랑을 운영하고 있습니다.

By Arthur Menkes and Paul Mannion

1

1991년에 설립된 B.Y.O는 일본 요리를 전문으로 하는 다양한 외식 브랜드를 운영하는 일본 기업입니다. 나카노 코지 대표는 일본 요리에 대한 인식을 스시나 우동 같은 인기 메뉴에 국한시키지 않고, 그 다양성과 깊이를 세계에 알리고자 한다고 말합니다. “전통적인 일본 문화를 계승하면서도 일본 요리를 혁신해 나가는 것이 우리 기업의 철학입니다.”

B.Y.O는 계절에 따라 메뉴를 조정하며, 고객이 사계절의 변화를 식탁 위에서 체험할 수 있도록 합니다. 16개의 브랜드를 통해 연간 800개 이상의 메뉴가 교체되며, 이는 고객에게 새로운 요리를 소개하면서도 일본 요리의 전통을 지켜나가는 방식입니다. 제철 식재료에 대한 고집은 B.Y.O의 다이닝 경험에서 빼놓을 수 없는 핵심 요소입니다.

회사는 앞으로 일본 주요 도시와 해외에 신규 매장을 확대해 나갈 계획입니다. 프랜차이즈 사업을 통해 더 넓은 대중에게 사랑받는 브랜드로 성장하는 것을 목표로 하고 있으며, 현재 도쿄를 중심으로 전국에 27개 매장을 보유한 ‘다시차즈케+소고기 우동 엔’의 프랜차이즈 신청을 받고 있습니다. 이 브랜드는 고급스럽고 건강한 일본식 패스트푸드로, 풍미 깊은 다시차즈케, 오니기리(주먹밥), 다시 육수로 조리한 소고기 우동을 제공합니다.

B.Y.O는 프랜차이즈 가맹점과 협력하여 다시(出汁)의 매력을 전 세계에 알리고자 합니다. 또한 자사 웹사이트를 통해 병입된 다시 및 기타 상품을 판매하고 있어, 고객들이 집에서든 매장의 맛을 재현할 수 있도록 하고 있습니다.



“사람들이 일본 요리를 단순히 스시나 우동으로만 생각하지 않도록, 일본 요리가 생각보다 훨씬 다양하다는 것을 보여주고 싶습니다.”

— B.Y.O 주식회사 대표이사
나카노 코지



BYO.CO.,LTD

<https://byo.co.jp>



1



2



3



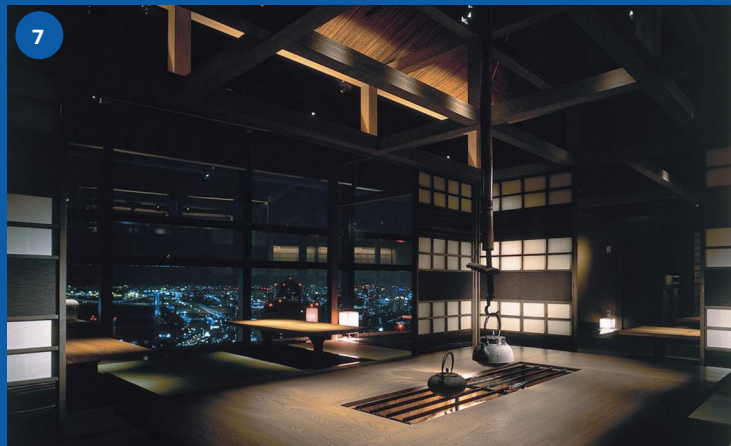
4



5



6



7

한편, 회사는 ‘일본 요리에 혁신을 더하고자 하는’ 인재를 적극적으로 모집 중입니다. B.Y.O는 일본 요리에서 새로운 가치를 발견하고, 맛과 환대를 중시하는 풍요로운 요리를 창조하고자 하는 열정을 가진 사람을 찾고 있습니다. 체계적인 교육 프로그램 덕분에, 일본인뿐만 아니라 베트남, 네pal, 미얀마, 인도네시아, 대만 출신 등 다양한 국적의 인재들이 채용되고 있습니다. 이 프로그램은 조리 기술, 식재료에 대한 지식, 현대 정신, 점포 운영에 이르기까지 폭넓은 역량을 갖춘 셰프이자 직원, 그리고 매니저로 성장할 수 있도록 돕습니다.

세계적으로 권위 있는 요리 학교 중 하나인 미국의 Culinary Institute of America(CIA)는 B.Y.O의 ‘다시 차즈케’ 콘셉트를 소개해 주목을 받았습니다. “이처럼 명성이 높은 기관이 다시의 가능성을 인정해 준 것은, 이 전통이 세계적으로 통할 수 있다는 우리의 신념을 더욱 확고히 해주었습니다”라고 나카노 대표는 말합니다. 이 인정을 통해, ‘다시차즈케 엔’의 해외 진출에 대한 회사의 의지는 더욱 강해졌습니다.

B.Y.O는 전 세계적으로 인기 있는 스시나 덴푸라를 넘어서 요리를 통해, 일본 요리의 풍요로움과 다양성을 선보이고 있습니다. 해외에 매장을 열 뿐만 아니라, 글로벌 시장의 수요에 대응할 수 있는 국제 파트너와의 협력도 적극적으로 추진하고 있습니다.

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