



## スタイルブレッド

名脇役としてコース料理に添えられるパンを、冷凍パンとして全国の有名ホテルや高級レストランに提供し新たなビジネスモデルを築いたスタイルブレッド。取引先は全国約 1,200 店舗から海外にまで広がり、冷凍パンのイメージを覆すその美味しさとビジネスモデルがメディアからも注目を集めている。

焼き上げた後に冷凍するスタイルブレッドの「焼成冷凍パン」は、原料に天然酵母「桐生酵母」やフランスの伝統塩「ゲラント塩」を使用、小麦粉本来の甘さを引き出す「低温長時間熟成法」による製造など、こだわりの材料と製法で冷凍とは思えない深い味わいを生み出す。また、プティパン、クロワッサンなど料理の選択肢を広げる50種類以上のラインナップや、1個単位で解凍できるのでロスが出にくい点、冷凍のため120日程度の保存がきく点などが多くのシェフから支持され、提供先にコスト以上のメリットを与えている。

代表取締役・田中知氏は、大正時代から続く老舗製パン店の4代目。サンドウィッチやカレーパンなど主に調理パンを製造販売するパン職人として腕を振るった。そんな田中氏が美食の国・フランスで出会い衝撃を受けたのが、コース料理を引き立てる小さくて硬いパン。奥深い味わいのパンが料理にもたらず相乗効果に「料理はパンがあって初めて完成する」と改めて認識したという。田中氏は帰国後、大量生産ながら本格的な材料、製法で急成長する米国の冷凍パン市場からもヒントを得て、日本における冷凍パンビジネスのモデル構築に乗り出す。平成18年（2006）には田中製パン所からスタイルブレッドへ社名変更。田中氏はパンへの愛情をそのままに、職人から国内では未踏の「料理のためのパン」を求める経営者へ転身した。

未だ「大量生産」「冷凍」のキーワードは、本格派のシェフからは敬遠されるケースも多いという。しかしながら、業務用だった冷凍パンを一般消費者向けにも販売を開始するなど、たくさんの人に冷凍パンの美味しさ・便利さを味わってもらい、世の中の評価を変えていこうという試みもスタートしている。本場フランスで味わったパンを目指し冷凍パンの可能性に挑戦するスタイルブレッド。「桐生酵母」の旗印が料理同様、桐生を引き立ててくれる。



料理引き立てるパンを  
パン業界に桐生発  
新たなビジネスモデル