

第8号

日本の伝統文化
を旅する情報誌

Shintou FAMILY



実りの夏! プロフェッショナル講座の種

取材協力：渋谷 松川 井上拓斗さん(新宿調理師専門学校卒業生)

特集 Feature

実りの夏! プロフェッショナル講座の種

平成一九年の六月から始めた「プロフェッショナル講座」ですが、ついに第一号の新人調理師を迎えることになりました。そもそも饅業界の発展、業界活性化の施策として、若手職人の確保、技術向上のために始めたものですが、さっそく、その第一号生である井上拓斗(いのうえ・たくと)さんへインタビューして来ましたので、ご紹介します。

この業界に入るきっかけを教えてください。

きっかけは調理師学校の一年生のときに、新東調理士会主催の「プロフェッショナル講座」を受けたことが最初です。ご縁あってそのときに講師をしていた高橋さんが総料理長を勤める渋谷松川に就職することになりました。高橋さんの授業はとても具体的にわかりやすく、なにより魅力的でした。また実習をサポートしていただいた先輩方にも丁寧に指導していただき興味を持ったのがきっかけです。

その後、プロフェッショナル講座の授業は毎回受けていました。それと、調理師学校の先生にもやってみないか? と声をかけてもらったのも後押しになりました。

実際に働いてみてどんな感想でしようか?

今年の四月から勤めてまだ、二ヶ月ほどなので、先輩方に迷惑をかけないように仕事を覚えることで精一杯という感じですが、担当している仕事は、漬物を作る、ご飯を炊くなどが中心です。とにかく少しでも早く仕事の流れを覚えて、指示されなくても動けるようになりたいと思っています。

将来の目標、そして、後輩たちへのメッセージをお聞かせください。

自分で選んだ道なので、一生懸命修行して早く一人前の職人になりたいと思います。本当に入ったばかりなので、具体的な将来の目標はこれから経験して見つけたいと思いますが、プロフェッショナル講座で学んだ、「技術は一生の宝」という言葉通り、自分も技術を身に付けて職人と呼ばれるようになりたいと思います。

つづく、

新東会として、そしてこれからの活動について

プロフェッショナル講座をはじめ以前は「年々若い職人が少なくなるなあ」と漠然としたものでした。実際に第一回目を開催したときも、多くの方に協力をさせていただいたので「これで結果が出なかつたら…」という不安もありましたが、今回、第一号と実績ができたことは非常に嬉しく思っています。サポートしていただいた皆様には本当に心から感謝いたします。

今回、渋谷松川に就職した井上くんは新東会の所属ではありません。それでは、新東会にもメリットがないのでは?と云われることもありませんが、業界全体に人材を増やすことが目的なので、これからも取組んでいく予定です。若手の獲得だけじゃない、プロフェッショナル講座の効果

皆様の理解あってこそそのプロフェッショナル講座

この講座を開催して感じたことは、「ヒューマンパワーです。調理師学校の先生、現役職人の講師陣、そのパワーが鰻料理の認知度を高められると思えました。今後の課題としては、職人を希望する女性を受入れられるか。という問題もありますが、皆様のご理解あってこそそのプロフェッショナル講座だと思っておりますのでこれからもご理解を賜りたいと思います。

新東調理千会 湯浅 祐司

先輩たちから一言

プロフェッショナル講座の講師、先輩として井上さんにメッセージをいただきました。

野本 修さん(駒沢 宮川)

第一号生おめでとうございます。必ず自分の糧にもなるので頑張ってください。

島田 歩さん(渋谷松川)

一生懸命頑張っていると思います。仕事に対しては、すぐくまじめなので、これからも一緒に頑張ってください。



トピックス

プロフェッショナル講座 昨年に続き 今年も開催 駒場学園



五月二日(木)世田谷にある駒場学園にてプロフェッショナル講座を開催しました。昨年も開催しましたが、今回はより実りある講座となりましたので、皆様にもご紹介いたします。

今回開催した駒場学園は、世田谷区代沢にある高等学校です。普通科一般、普通科国際、普通科特別進学、食物科とあり、勉強だけでなく、スポーツも盛んな学校としても知られています。花菱の阿部さんの息子さんが卒業生ということで紹介していただき、

昨年、はじめて開催することができました。

今回の受講生は食物科の三年生が対象です。対象が三年生ということもあり、講座はより具体的に、鰻料理の歴史商業的な業界の展望、職人となることのメリットなど、就職を見据えてのプログラムとなりました。また、実習においても、捌く、蒸す、串を刺す、焼くの工程を各店舗からサポートに来ていただいた職人さんたちが指導を担当しました。会場は賑やかな雰囲気、受講生たちは、それぞれの工程を悪戦苦闘しながら積極的に取組んでいました。

最後に駒場学園の先生から「アメフト部で根性のある生徒がいるので、是非、鰻屋で育てて欲しい。」というお言葉をいただき、今後につながる講座となりました。



昭和天皇と鰻茶漬

昭和天皇と鰻茶漬とは、河出書房新社から出版された単行本のタイトルです。今回は、このタイトルに惹かれたので皆様にもご紹介いたします。

著者は、東京オリンピックの年から昭和天皇崩御まで約二十六年間宮内庁にて和食の料理を担当された方が書いたものです。タイトル通り、鰻のお茶漬を食べていたようですが、その内容はというと昭和天皇は蕎麦や芋、イワシやサマを好まれたとか、予算の関係で松茸などの高価な食材は買えなかつたなど、食を通して昭和天皇のいろいろなエピソードが書かれています。興味のある方は読んでみてはいかがでしょうか。



つぎ宮川本 相模原店
 相模原市相模大野4-4-3
 相模原伊勢丹6階
 電話：042-740-5454
 営業：11:00～22:00
 定休日：伊勢丹の定休日に準ずる

お店のココがこだわり
 美味しい鰻はもちろんですが、その他、多彩なメニューなど、多くの方が楽しめるようにしています。



鰻 駒沢宮川
 東京都世田谷区駒沢5-16-9 1
 電話：03-3701-2205
 営業：11:00～14:00 16:00～20:30
 定休日：水曜日（第3水木曜は連休）

お店のココがこだわり
 世田谷の住宅街という場所から、味に拘りがあるお客さまも多く、新鮮で良質なものを、それとお客さまの好みなど、顔が見える範囲で仕事をしています。

美味しさへの拘り
イチオシのお店
 このコーナーは新東調理士会と日頃お取引して頂いているお店をご紹介します。今回は住宅街にて地域と密着しています。四店舗をご紹介します。美味しさへの拘りは千差万別、しかし、日本の伝統料理、江戸前蒲焼への拘りは一つです。



ランチエスターの法則
 ランチエスターの法則とは、中小企業が成長するために、現在注目されている企業戦略です。その基本ルールの一つに商業エリアを店舗から半径500M以内としています。つまり遠くのお客様より、近くのお客様を大切に集客に結び付けます。そして、他で真似のできないものを開発し、それを地域の中でNo1にするというものです。この法則は小さな車の修理工場などが実践して、高い効果を上げています。



うなぎ山崎
 神奈川県川崎市麻生区百合丘1-1-12
 電話：044-954-3580
 営業：11:30～14:00
 17:00～21:00
 定休日：毎週木曜日

お店のココがこだわり
 当店ではさっぱりしたタレで鰻本来の美味しさを味わっていただけるようにしています。



うなぎ茂
 東京都世田谷区用賀4-11-5
 電話：03-3709-7971
 営業：11:00～21:00
 定休日：月曜日

お店のココがこだわり
 当店はお客さまが満足して喜んでいただけるように、大きくて美味しい鰻をリーズナブルな価格で提供しています。

鰻の木登り（日本）
 鰻が木に登るなんてことは実際にはありえませんが、このことわざはできるはずがないことの例えとして使われています。

急に出世することの例え
 急に出世することの例えとして使われたりします。

山の芋鰻になる（日本）
 山の芋が鰻になるとは決してありえない、と思われることが、実際に起こることの例えです。また、普通の人から急に出世することの例えとして使われたりします。

こんなにある鰻のコトワザ！
 鰻で代表的なことわざと言えは「うなぎ昇り」というのが有名ですが、実はその他にもいろいろな、ことわざにも使われています。そこで、今回は日本や海外の鰻にまつわることわざをご紹介します。

コラム

火事の話に逃げ鰻（日本）
 火事の話と、逃げた鰻。この二つの話は時が経つほど話が大きくなる。として使われています。

鰻に梅干（日本）
 昔はタンパク質の摂取量が少なく、高タンパクの鰻に梅干しを一緒に食べると、つつい食へ過ぎてお腹が痛くなるということが始まりのようですが、医学的にはウソのようです。

岩の下にうなぎがいる
 深いたくらみや、密かな陰謀がある、という意味としてフランスでは使われています。

カンボジアでは…
 長い鰻に長い鰻
 その意味はわかりませんが、カンボジアではこんなことわざもあります。

2009年の土用丑の日は7月19日（日）と7月31日（金）です。



お店に役立つ!

セールスプロモーションの基礎知識

SP (セールスプロモーションの基本)

セールスプロモーションは下の図の通り、①新しい商品を開発、②その商品の話題づくり、③商品を店舗で販売。という流れが基本です。覚えておくとお店のPRに役立てられるのでご紹介いたします。商品開発はオリジナル性が重要ですが、話題づくりは、季節限定、渋谷1番の大きさ、などプレミアム性が大切です。そして最後に店舗では、新商品をPRするPOP類や店内装飾、従業員の教育、この①～③全てをセールスプロモーションとしています。

商品開発

店舗

話題づくり

セールスプロモーションの実例

アイキャッチを利用したセールスプロモーションの例、長年使っていた手書きのメニューを一新、環境をイメージして間伐材を使ったメニューにした。この変更に合わせて、ルンやノポリも同じデザインに変更。さらに話題づくりとして、親子向けに間伐材を使ったクラブ教室を開催したところ集客が1割ほど伸びた。

これは小さなレストランが実際に実践して売上を伸ばした例です。ここで重要なことは、一つのテーマを決めてお客さまに「何を伝えたい」をわかりやすくしていることです。

セールスプロモーション、POP類制作は新東会 広報・制作チームまで 相談料は無料です

新東からのお知らせ

せん うな川大賞 作品大募集!

うな川は、鰻をテーマにした川柳です。あなたのセンスある作品を待っています。是非、参加して大賞をゲットしてください。

大賞 商品券1万円 自作家庭用包丁 参加賞 手ぬぐい

応募方法 FAX 03-3582-5731

新東会事務所へFAXまたは直接渡してください。

ご結婚のお知らせ

◎津守 茂樹さん 紫藤 久美子さん H21年5月20日 入籍

パソコン教室開催のお知らせ!

◎開催予定日:毎月2回 月曜日を予定

※参加する方は事前にご確認ください。

◎定員:5名まで ◎参加費:無料 ◎時間:16:00~17:30 ◎場所:新東調理士会事務所

作品の例

宝物は
作。うな川
伝承は
伝えてこそ
その

編集部より

「会報誌【新東ファミリー】は業界発展のため精力的に取材活動を行います。
ご意見、ご要望などございましたら、編集部にご連絡ください。

TEL.03-3582-4721