

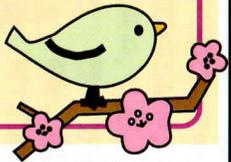
# 新東ファミリィ



平成23年2月25日 (隔月発行)  
発行所 (株) 新東調理士会

## 二〇二一年流行予想と鰻

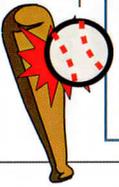
二〇二一年、今年初の会報誌「新東ファミリィ」をお届けします。記念すべき第一弾の特集は「二〇二一年流行予想と鰻」と題しまして、二〇二一年に流行が予想される商品を紹介すると共に、その商品の機能や特徴を上手く活用してお店や鰻をPRする方法を考えてみたいと思います。予想した商品がヒットしなかったとしても、PR方法として活用できると思いますので、参考としてご紹介いたします。



不況が続く日本経済ですが、中でも毎年、売り上げを伸ばしている企業やヒット商品が生まれています。今回の特集では二〇二一年の流行を予想し、その商品を手早く活用して「お店や鰻のPRに結びつけられないだろうか?」その方法を探ってみたいと思います。

## 二〇二一年流行予想ランキング

- 一位 東京スカイツリー
- 二位 「田」電球
- 三位 電気自動車
- 四位 羽田空港国際化
- 五位 スマートフォン
- 六位 3D映画・テレビ・カメラ
- 七位 ハイブリッドカー
- 八位 電子書籍端末
- 九位 格安航空チケット
- 一〇位 タブレット型情報端末



約半分は二〇一〇年度の商品がランクインしていますが、会報誌では、東京スカイツリー、タブレット型情報端末に絞ってお店のPR方法を考えて見たいと思います。

## 東京スカイツリーと鰻のミラボ

皆さんよくご存知だとは思いますが東京の新名所となる「東京スカイツリー」が今年の冬に完成します。



正式オープンには二〇二二年の春となっておりますが、今年の年末から来年の春にかけて間違いなくシブクすると思われれます。

さて、どのようにして鰻と結びつけるかといえます。まずは、見だ目の比較です。東京スカイツリーはひよろつと細長く鰻のようにも見えます。そこで、東京スカイツリーをイメージしたメニューを開発するという方法が考えられます。居酒屋やカフェでは、東京スカイツリーサラダ、東京スカイツリーパフエなどが登場するのではないのでしょうか。念のため東武鉄道広報へ著作権について確認したところ、商標登録など大々的な宣伝をしなければ問題ないということでした。

このような場合「祝!東京スカイツリー完成記念つな丼」など、頭に「祝!」という冠をつけることで、新メニューとする方法があります。プロ野球の優勝記念に地元のお店街が行なっている手法と同じです。いずれにしても東京スカイツリーを目当てに、たくさんのお客が訪れることが予想されるため、その観光客ターゲットにしたPRを考えてみてはいかがでしょうか。

## タブレット型情報端末と鰻のミラボ



タブレット型情報端末は、iPadを代表とした情報端末です。二〇一〇年一月に登場して、あっという間に世界中で大人気となりました。二〇一一年は各メーカーから新商品が発売される予定で注目の商品となっています。その特徴は、インターネットが見られる、ゲームができる、電子書籍が見られるなどありますが、お店のPRに活用する場合だと、

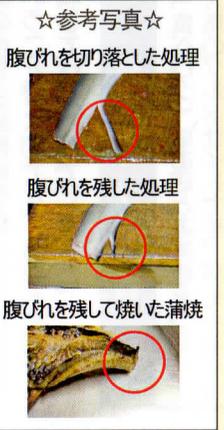
ビデオカメラやデジカメで撮影したデータをiPadに入れ、お店に来たお客様に見ていただく方法が最も効果的だと思います。例えば、  
・調理シーンを撮影し安全性をPR  
・新メニューを写真で紹介  
・店主や職人を写真で紹介し親近感を持つってもらう  
これらの方法はiPadでなくても可能ですが、話題の商品とコラボすることで効果を発揮します。二〇一一年、まだまだ何が流行するかわかりません。皆さんも話題を先読みしてお店のPRに結びつけてみてはいかがでしょうか。

## お知らせ情報

☆皆様の「意見」をお聞かせください  
うなぎを割く工程で、  
●腹ひれを全部取り取る方法

白焼きのとき、尾が二つに割れて見だ目が悪くなり商品価値が下がる場合があります。  
●腹ひれを少し残した方法  
蒲焼のとき、尾が割れないが、焼いたときにタシが焦げ、食べたときの口あたりが悪くなる場合があります。

皆様のお店ではどのような処理をしていますか? 意見をお聞かせください。



☆「誰タレ」ゆりもきを愛する「フー」静岡 & ジェット、ドム企業画 技術協力 静岡県うなぎ屋を舞台としたホームコメディア・ドラマにて、うなぎ調理の技術指導をしています。

●四月一〇日(土)十七日(放送予定)  
出演 高橋克実/長澤まさみ/  
西島隆弘(AA) / 浅田美代子 ほか

☆新宿調理師専門学校 講習会のお知らせ  
今年も四月に新宿調理師専門学校にて講習会を開催します。

サポートしていただく職人さんを募集しています。また、オーナー様も是非ご見学にお越しください。



新東調理士会が取り組んでいる、江戸前蒲焼のPR活動や取り組みを、様々な切り口でご紹介します。

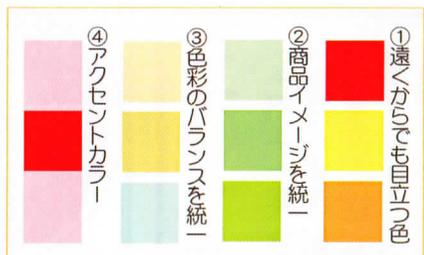


## カラーコーディネートで お店を演出

「鰻」をイメージしたカラーを連想すると「茶色・黒・紅色」などがすぐに思い浮かぶかと思います。実際、お店の色や食器などに多く使われています。また、一般消費者も同じようなイメージをされているのではないのでしょうか。そこで今回は、「茶色・黒・紅色」をベースにした場合、どんな色を組み合わせると、より美しく「鰻」を引き立てられるか調べてみました。

### カラーコーディネートの基礎知識

基本原色は赤・青・黄色・黒の四色  
色彩の基本原色は四色です。緑や茶色などはこの四色の混ぜ合わせで作られています。印刷物などを虫メガネなどで覗くと、この四色の点々が見えるので実際に確認することもできます。



①遠くからでも目立つ色  
②商品イメージを統一  
③色彩のパランスを統一  
④アクセントカラー

### カラーコーディネートの基本パターン

上記①の赤、黄色、オレンジの暖色系は遠くから見ても目立つ色として使われます。つづいて②の商品イメージの統一は、新しいイメージの統一は、新メニューのテーマカラー

る色を加えることでアクセントを持たせることができます。

カラーコーディネートは様々な分野で使われています。代表的なものとしては、ファッショ、空間デザイン、テーブルコーディネートなどがあります。さらに、四季やターゲットなど、効果的なタイミングで演出することが大切となっています。

### 空間とファッショの組み合わせ

狙いを設定すると色彩の組み合わせが見えてくる



黒い壁、茶色い床でのファッショ比較

左記のイメージ図はお店の壁や床の色彩と店員のファッショの色彩を比較したものです。例えば茶色と黒は壁や床と同系色で、色彩として

はパランスがとれています。一方、赤や黄色は少し違和感があります。しかし、お店が通りから離れている場合は、遠くからでも目立つため効果的です。青や緑も少し違和感がありますが、赤や黄色ほど強調していません。例えば、春の季節に緑、夏に青など、季節に合わせてコーディネートすると狙いも明確になり違和感もなくなります。最後に薄い緑、赤、青のファッショなどは、柔らかく優しいイメージを演出する効果



があります。ワンポイントアクセントでセンスよく演出  
全体を一色で統一するのではなく、例えば、黒を基調に薄緑のアクセサリをつけるなど、お店のイメージカラーを保ちつつ、アクセントを加えることができます。

ここまで紹介した内容はカラーコーディネート基礎知識ですが、最も重要なことは狙いを明確にして、基調の色を決め何色を組み合わせるか、ということが大切です。皆様も是非、挑戦してはいかがでしょうか。

### 新ファミプチ広告

「食ベログ」はお店とお客様をつなぐ人気のグルメサイトです。詳しくはインターネットからお問合わせください。

http://tabelog.com

利用者数No.1のグルメサイトであなたのお店をPRしてみませんか？

★お問合せ先★  
株式会社カカコム 食ベログ本部  
〒112-0004 東京都文京区後楽1-1-1  
TK-CENTRALビル2F  
TEL:03-3816-7590 http://tabelog.com

### 職人たちの「鰻っこリレー」

まず最初に、これまでお世話になったお店の方、職人の皆様、大変ありがとうございました。

現在、私は日本橋の美國屋にて勤務しております。美國屋では、作り置きせずに、毎日仕込んだうなぎを、売り切るように全員で協力して頑張っています。また、タシの味の評判も良く、価格も安くとても良心的な設定になっています。是非、お知り合いの方にもご紹介の程、宜しくお願いします。これからも美味しいうなぎを提供出来るよう日々努力して行きたいと思っています。



飯田 敬人さん  
「美國屋」職人  
東京都中央区日本橋  
2-5-11  
TEL:03-3271-3928

飯田さん紹介、次回のゲストは「澤田家」の「廣瀬 昇」さんです。

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。

2011年土用丑の日は7月21日(木) 8月2日(火) TEL.03-3582-4721 info@chourishi.co.jp