

元気な間は、まだまだ現役で...



昭和36年は不況の時代でした。この年、18歳で飲食業の道を選びました。最初の7年間は和食の修業を、そして、3年間は中華の修業し今年で50年になります。和食からスタートしたせいか、さっぱりした味が子供さんからお年寄りまで喜んでもらっています。この土地を離れた昔馴染みのお客さんも遠方から「あの味が忘れられん」と来てくれます。常に人が口にするものは、自分が食べるつもりで愛情込めて調理しています。機械では出せない手作り感を大切にしています。満席塾で役に立つことも喜びです。



中華料理「藤苑」
店主 藤本寿和氏

ギョーザ実技研修会会場

編集室より

毎年各コースの実技研修会では、飲食店の店主さんのご厚意と情熱に感謝しています。営業内の休憩時間を、定休日や、また、店舗のみを提供していただくなど、満席塾にとって心強いパートナーです。数十年という技と心を惜しみなく参加者に指導してくださる姿勢にいつも感動しております。「甦れ！小規模飲食店から大阪を元気に」の理念をこれからも地域の皆さんと一緒に元々この輪を広げていきたいと願っております。

第1回・2回実技研修会（ギョーザ・ラーメン）に多数のご応募いただきありがとうございます。尚、会場の都合上、定員制限を一部のお客様に「迷惑をおかけいたしましたこと、紙面をお借りしてお詫言ひ申し上げます。

ギョーザ あれこれ



この指とまれ！
会員募集中!!
●詳しくは満席塾事務局まで

飲食寺子屋「満席塾」楽食楽座の会ご案内

「おおさか地域創造ファンド 北大阪地域採択第1号事業」の飲食寺子屋 満席塾内「楽食楽座の会」の設立に向け準備中。本会の主旨にご賛同いただいた皆様が、ご活躍できる場として勉強会、研修会などを通じて「小規模飲食店の新しい波」を地域社会に波及することを目的としております。皆様のご入会を心よりお待ちしております。

中国料理の点心（てんしん）の一つで、餃子（チャオツ）、餛飩とも言います。清（しん）朝の時代に満州地方（現在の中国東北）で始められ、中国全土に広がったといわれています。奉公人のいなくなる正月の2、3日間はこれを食べると言われ、古くから上手に作る事が花嫁の条件の一つにさえなっていました。小麦粉を耳たぶくらいの柔らかさにこね、手のひらくらいの大きさに丸く薄く伸ばし、好みの野菜、エビ、豚肉、ニラ、シウウガなどを中身に包み、半月形にして片面だけに四つぐらいのひだをとり、柏餅に似た形をつくりまします。これを蒸したり、焼いたり、ゆでたりして、好みの薬味（酢じょうゆ、ニンニク、辣油（ラーユ）、ハオユ（カキの油）、練りがらしなどで食べます。

(1) 鍋貼餃子（クオテイエチャオツ）生ギョーザを底の平らな鉄鍋に油をひいて並べ、中火にかけてギョーザの底がこんがり焼けたとき、ギョーザの肩まで熱湯を入れて蓋（フタ）をし、中に十分火を通したら蓋をとって水分を蒸発させて仕上げる。温かいうちに好みの薬味で食べます。

(2) 水餃子（シヨイチャオツ）ゆでギョーザで生ギョーザを熱湯でゆで、ゆで汁をスープとして食べます。

(3) 蒸餃子（チヨンチャオツ）生ギョーザを15分間くらい蒸したものです。

ギョーザは、中に入れる具によって高級ともなりませんが、もともと家常菜（チャチャンツァイ）すなわち総菜（そうざい）であり、広東（カントン）風のギョーザは飲茶（ヤムチャ）によく用いられます。



第3シリーズ 平成21年度第1回・第2回

ギョーザ・ラーメン 実技研修会開催

おおさか地域創造ファンド採択第1号事業の「満席塾」もこの3月で3年になり、「ラーメン・ギョーザコース」開講のための第3シリーズとしてギョーザ実技研修会が1月25日に開催されました。18歳から修業し、この道50年という中華料理「藤苑」の店主である藤本寿和さんを指導員に「ギョーザ実技研修会」が午後12時30分より実施されました。

まず材料の説明、具であるキャベツ、白菜の切り方、豚ミンチ、味付け、練り方の指導、参加者全員で皮の包み方を学びました。すべての行程の中で一番大切なことは愛情を込めること、言い古された言葉ですが、50年間の重みが伝わります。素早く鉄板に入れた生ギョーザは、見事に黄金色に焼き上がり、試食しました。生徒が包んだものはあきらかに違う、さすがに店主が作られたギョーザは、自分の味を貫くという信念のかたまりのようなものがありました。



発行・編集
関本総業株式会社
〒573-0013
枚方市星ヶ丘2丁目33-23
電話 (072) 848-0010
FAX (072) 848-5650
経営革新計画承認企業
大阪府指令経支第777-222号

OSAKA
地域創造
FUND
Active Osaka Promotion Fund
おおさか地域創造ファンド
北大阪地域採択第1号事業



ギョーザ実技研修会に続き2月1日、ラーメンの実技研修会が、協力店である「あじまる店」の店主である藤原さんにご協力を得て開催いたしました。屋台ラーメン一筋50年。以前にこの満席塾だより5号で紹介しました店主加賀齊さんのご指導で午後7時より、満席塾スタッフと一般受講生の皆さんで、しょう油ラーメンを中心に指導していただきました。まずは、ラーメンの味の決め手となるスープに関して、鶏がら、野菜、果物など入れる食材によって独特の味を奏でます。

店のオリジナリティーを出すためにも試行錯誤することが大切だと教えてもらえました。もう一つの味の決め手はタレづくりです。しょう油、生姜、人参、コンソメ、隠し味などをつくりまします。各お店によって、スープ同様、店の特徴をだしや生麺もいろいろありますが、今回は、時間短縮のため冷凍麺を使用しましたが、コシがあり湯がきも早いという利点もあります。最近さまざまラーメンがあり、命、小規模店ならではの店主の研究心、こだわりがひしひしと伝わってくる研修会でした。

※参加ご希望の方、詳しくは満席塾まで 072(848)0010

3月1日(月)第3回リーダー養成講演会
講師：大阪商業大学准教授 酒井理氏

3月15日(月)第4回リーダー養成講演会
講師：外食ビジネス企画 赤城秋夫氏

まいど 満席考座

2010年も地域活性の山頂めざして

食べる機会がないから行かない、金がないから行けない。外に出ることがないからますます外食しない、飲食店も高齢化問題と同じ負のスパイラルの中にあります。▼今の時代は、人に会わなくても物事が進む時代です。しかし、人との出会いがあるからこそ新しいものが生まれるのです。▼最近、巷では相乗りが流行しているそうです。タクシーしかり、旅館、そして飲食店では相席希望者までも。まさに人と人とのコミュニケーションを増やしたいというアナログ派が増えてきていると思えます。歌の文句ではありませんが、「知らぬ同志が小皿たたいて...」の世界です。▼私が大切にしている思い、それは、店主とお客との「人生一生のおつきあい」いつも晴れの日ばかりではありません。雨の日、曇りの日、嵐の日...。ちよつと雨宿りできるなじみの店。家庭では味わえない料理や雰囲気を提供できるのが飲食店です。▼今の時代こそ人とのつながりが大切で、満席塾の熱い思いが、上昇スパイラルとなって地域活性への山頂めざして、みなさんといっしょに登りたいと思っています。

(統資樹)

お店のプロフィールがわかる!

- メニュー内容
- 価格帯
- 客層
- サービス
- 雰囲気
- 強み(個性)

●店内が見える
●料理・内装・雰囲気・店員・お客様・にぎわいを、直接見ることができると、より強い安心感を持つてもらえる。できない場合は、店内写真などで代用する。

お! ええな!
あ! の店だ!
店の存在を知らせる効果
興味を持たせる効果

ちょっとよく見てみよう

自分の好みと合いそう
「安心感」を生み、入店意欲を高める効果

価格的に安心
満足できそう

飲食寺子屋「満席塾」指導員・塾生さん募集中!

○月○日
よみがえれ!
小規模飲食店から大阪を元気に

お好み焼・たこ焼 うどん・そば ラーメン・ギョーザ各コース
「地域を元気にしたろ!」と情熱ある店主さん、今すぐご登録を!

飲食店開業・就業ご希望の方に!

ま あいッペン
飲食寺子屋 満席塾へ

●お問い合わせ・ご相談は
☎(072) 848-0023

第5回 満席塾 商売繁盛講座

お客さんを引きつける良い店頭条件とは?

目立つ!

- 好奇心をそそる
- 面白い・意外だ・何だろう・不思議・かわいい などと感じさせることができれば、より強く興味を持ってもらえる。
- プラスイメージ
- 楽しさ・大胆さ・美しさ・温かさ
- 上品さ・気軽さ など、お店のイメージに合ったプラスイメージを感じさせられれば、より効果的。

●大きな看板
●色使いに工夫
●動く
●音がする

「苦戦が続く外食?」

節約志向で外食を控える人が増え、外食産業は苦戦が続いています。幅広い品揃えが売り物だったファミリーレストランは、低価格と家庭での食事(内食・巣ごもり)に客を奪われています。しかし、好調なラーメン、ギョーザなどある分野に特化したところが売り上げを伸ばしています。その要因としては、「豊富な分量」「手作り」「値頃感」。この3拍子がキーワードになっているようです。また、一方では激安弁当から高級感のある工夫を凝らした限定ものなど人気を集めています。やはり、おいしいものを食べたいという基本的な欲望は変わりません。いずれにせよこれらを実践するには店主、店長の強いリーダーシップが必要です。店舗運営は、接客をはじめ、そこで働くスタッフの連携プレー、そして、職場の環境づくりが大切です。小規模飲食店の強みは、手作りの味にあります。おいしいものを味わっていただく姿勢を毎日崩さず続けられるところにあります。これを全面に打ち出すことで、再びお客さんの足を店に向かわせることができます。

売アップ!

満席塾だより編集室 D生

▼消費者には多くの選択肢が必要
です。何においても、バラエティ
であることに満足を感じるからで
す。ただし、選択肢の幅が多いの
にこしたことはありませんが、多
すぎても何かに決めることができ
ないので、選択の幅もある程度
の方が満足を感じるといわれます。
そのような観点から飲食業界を
がめてみれば、大規模で同じよう
な料理を提供するチェーン店だけ
が存在するのではなく、小規模飲
食店もたくさんある方が、日常の
生活に対する満足が大きいといえ
ます。▼ただ、やっかいなことは、
消費者は自分自身で選択の幅があ
るからこそ満足できているとい
うことを気づいてくれないこと
です。

とも、そのような自負を持って
飲食店を経営することが求めら
れると思います。▼中小飲食店
が存在すること自体が、地域住
民のためになっているという大
局観に立った考え方、理念を一
人ひとりの地域の中小飲食店
経営者が持つことができれば、い
つかは地域社会からの見方も変
わってくるはず。中小飲食
店の経営者には、目先の利益だ
けを追う短視眼的な経営ではな
く、長い目でみて地域のため
になるのだという哲学が必要なの
です。大規模企業を経営するこ
とと中小飲食店を経営すること
の意味や姿勢は大きく異なっ
てくるでしょう。そんな経営者が
たくさん集まってくれば、その
地域はとて豊かな地域となる
はず。

(2) 連載第9回
飲食店経営雑感 | 利真於勤 |
大阪商業大学 准教授 酒井理

地産地消に関するデータ情報

※表組みデータで「まったく魅力を感じない」「まったく期待できない」「どちらともいえない」「無回答」の数字はかつあいました。

項目	とても魅力を感じている	やや魅力を感じている	あまり魅力を感じていない
1 地産地消の取組による消費者への利点に関する消費者の意識			
生産者が身近に感じられる	45.6	45.0	
新鮮な食材を買える	79.0	20.2	
安い食材を買える	37.7	37.0	14.8
安全な食材を買える	55.4	33.7	5.2
おいしい食材を買える	49.4	40.0	5.0
2 地産地消の取組による効果に関する消費者の意識			
食料供給率向上につながる	30.4	51.9	13.4
食や農に関する消費者の理解と関心が高まるなど食育につながる	38.5	50.9	8.7
地域の生産者等と地元食品企業や学校等との連携が生まれるなど、地域全体の活性化につながる	43.5	48.1	6.4
農産物の輸送距離が短くなり、排気ガスの削減など、環境負荷削減につながる	43.1	37.3	15.5
地域の農地や環境、農村が守られる	41.6	43.2	11.8

地産地消は時代の流れです。作り手と買い手との信頼関係。そして、何よりも良い品で安く、安心、安全が求められています。
※資料提供: 農林水産省大臣官房情報課「平成18年度 農林水産情報交流ネットワーク事業 全国アンケート調査 地産地消に関する意識・意向調査結果」

あなたのお店紹介コーナー あのだこの町「おじゃまします」
地元の飲食店さん掲載募集中!
地元でがんばっておられる飲食店さんの生の声を発信していただくコーナーです。お店のメニューや店主さんの熱い思いなど、いろいろお寄せください。TELまたはFAXにてご連絡ください。(TEL072-848-0023 FAX072-848-5650)