



食、自然、人…。本音で語ろう

# BOYS BE AMBITIOUS!

1

KEN SADAMATSU

はじめに

本書は、オーストラリア・シドニーの現地邦字新聞の依頼により、2004年4月以来、1年間にわたって月刊のコラムとして連載したものです。

グローバリズムが進む現代の世界では、フードビジネスを取り巻く環境や、料理、食材、調理法などが、民族や国境の枠を超えて、加速度的に共通化しています。その中で、日本人がいかに新しい時代を切り開いていくことができるか、この多民族国家・オーストラリアで、そのきっかけを提案、発信していきたいと思い、レストラン・グループの一経営者である私が、執筆の依頼に応じたのです。

鱒屋グループは2009年1月現在、旗艦店「鱒屋」、ダイニング・バー「武蔵」、新感覚の回転寿司店「誠」2店舗、定食レストラン「MISO」の合計5店舗をシドニー市内で展開しています。

定食レストラン「MISO」を除く4店舗ともに、今年度は1店舗あたり年商400万豪ドル（約2億6000万円）を達成しつつあり、現在、11カ国出身の永住者九〇名を含む総勢200名のスタッフが勤務しています。

今後は、スタッフによるフランチャイズ事業、投資事業、人材開発事業などの開始を予定しており、2015年には、グループ全体の目標年商5000万豪ドル（約32億5000万円）を目指しています。

ワーキングホリデーでオーストラリアに来られる若者は、1～2年、この地で旅をしながら世界中の民族と語り合い、大自然に肌で触れ、さまざまな

体験をしてほしいと思います。また、日本の飲食業界で接客・調理の経験がある方は、就労ビザを取得して、数年間、世界の食材が揃うオーストラリアで、多民族のスタッフとともに、鱒屋グループの中で次世代の日本料理と一緒に創造していく経験をしてもらいたいと考えています。

また、次の時代の飲食コンセプトをクリエイトしようとしている経営者の方々にも、本書が少しでも指針を与えることができれば幸いです。多民族国家オーストラリアの現状が、日本が現在抱えている問題を将来解決するためのアドバイスになるのではないかと考えております。

定松 勝義

#### ■著者プロフィール

定松 勝義

Ken Sadamatsu

鱒屋レストラン・グループ社長

1961年12月5日生まれ

愛媛県松山市出身

84年ワーキング・ホリデーで来豪

85年オーストラリア移住

現在、シドニー市内で「MISO」、「武蔵」、「誠シティ店」、「誠チャッツウッド店」、「鱒屋」のレストラン5店舗を経営。

# CONTENTS

はじめに

## 第1部 「食」

- 【その1】 失意の日本脱出、来豪、そして起業.
- 【その2】 カレーレストラン、ケータリングの挫折
- 【その3】 オコーネル・ストリート12番地
- 【その4】 回転寿司「誠」、ダイニングバー「武蔵」開店

【その1】

## 失意の日本脱出、 来豪、そして起業

今の自分に十の可能性があるのなら、眼前に果てしなく続く、水平線のかなたに広がる未知の大地には、10倍、100倍もの自分を試すチャンスが待っているに違いない。世界という大舞台の上で自分の能力の極限にチャレンジし、いつの日か成功してみせると考えていた。

### 不運、挫折、失意そして奮起の青春時代

何の不自由もなく過ごした愛媛県松山市での高校時代―。ただ進学クラスからは落ちこぼれ、政治・歴史書などの読書のみを趣味としていた。しかし、学歴偏重、猫も杓子も大学へという風潮に精神的に付いて行けず、父の経営する鉄骨建築会社に就職する。従業員8人ほどの職場で、気楽な気持ちで始めた仕事が、父の急死という思いがけない事態に直面し、年若くして、何の経験もないままに、周囲の事情から後を継ぐことを自分で決心した。

しかし、大黒柱の父を失い、求心力をなくした会社の業績は低下し、ついに閉鎖せざるを得なくなった。だが、たびたび何日間も寝ずに突貫工事を行ってくれていた従業員の方々に最後の挨拶もせず、ある日突然、私はいなくなってしまった。その人たちの家族の顔を思い浮かべると、このことが私の中で一生のトラウマとなった。

### ワーホリから永住ビザへ

あの当時、シンガポール航空の片道切符が12万円はしたと思う。日本人の豪州観光ブームに火がつく前だった。当時、免税店が採用していた日本人は永住者が中心で、お土産屋さんも少なく、ワーホリが仕事に就けるのは日本食レストランぐらい。それも競争率が激しく、仕事さえあれば給料はいくらでもよかった。そのうちにノース・シドニーにあった『SUSHI HOUSE』さんでアルバイトすることが決まり、生まれて初めてウエイターをしたが、オージー（オーストラリア人）客が言う「Bill（請求書）とBeer（ビール）」の発音の違いを聞き分けることができず、いつもウエイトレスのひろ



ハイアット・ホテルでの修業時代

子さんにご迷惑をかけていた。しかし、現地の人間の中で仕事しようと考え、フィッシュ&チップス店で働いたが、毎日の単調な仕事に嫌気がさし、それも辞めてしまう。その後、約2週間にわたり、ノース・シドニーからキングス・クロスまで約200店を飛び込みで回り、仕事を探した。その中、採用していただいたのがブルー・トラウト・レストランのとく子さんだった。そこで初めてキッチン・ハンドから包丁を使い、料理を作ることを学び、昼間はノースのお弁当屋さんを任されて家賃と人件費を払いながら六カ月間働いていた。ブルー・トラウトでの思い出…。22歳まで豚肉を食べられなかった私が、ある日スタッフ・ミール（まかない）でトンカツを作り、口に入れてみるとなんとおいしいことか！ 今までなぜ日本で食べられなかったの

か、自分自身で驚いた。しかし、働きづめの毎日で、オージーの友人もできず、英語も上達せず、旅行するためのお金も貯まらず、日本への帰国となった。東京の親戚を頼ったが、就職のチャンスもなく、再度、愛媛のみかん山に囲まれた山奥に帰ることとなる。

1ヶ月後、豪州のお持ち帰り弁当店で日本のカレーがよく売れていることを思い出し、カレー・ライスの店をオーストラリアで出店することを考え、永住権取得にとりかかる。ブルー・トラウトのとく子さんたちの尽力をいただき、再度来豪したのが23歳。その後幸運にもハイアット・ホテルでセカンド・コックをされていた小川さんと出会い、約2年間にわたるシェフ修行がスタートした。

### ハイアット・ホテルでのできごと

「How do you do ?」と最初の日にはスタッフに言い、その次の日もまたその次の日も「How do you do ?」と言うと、日本語を話せる韓国人のシェフが「それを言うなら『How are you?』だろう」と間違いを指摘してくれた。みんな「Fuck you, stupid!」とか、スラング連発で何を言っているのか全然分からない。

それに、食材・スパイスはコショウくらいしか知らない。ハーブはパセリしか知らない。パスタはスパゲティしか知らない。何百種類の食材を扱うホテルの中で最初の半年間は英語力と調理技術のなさから胃が痛くなる日がずっと続いていた。

また、日本人とオーストラリア人の味覚の違いにも驚いた。オージーのシェフはフレッシュ・トマトとバジルを使ったスパゲティでもあまり塩・コショウを



日本のカレーを徹底的に研究していた頃

使わない。食べてみると日本人の私には味がぼやけていてモノ足りない…。

「これが美味しいのだろうか？」

塩・コショウが強すぎれば、トマトの新鮮な味覚とバジルのデリケートな風味が損なわれ、食材の持ち味が生かされない。また、白ワインとの料理の相性も微妙だ。白ワインの持ち味を引き立て、また料理の持ち味も引き立てる。どちらが勝ちすぎてもいけない。

ホテルなので仕事は24時間体制。ルーム・サービスもあれば、早朝からブレイクファストの準備もある。また、レストランでのアラカルト料理の仕込みは、世界中の代表的な料理を学ぶことができた。トップシェフがヨーロッパなどからやって来て、メニュー変更のためにホテルの中に入り、一緒に働くことができたのも良い経験だった。そして、驚いたのが、若くても素晴らしい優秀なシェフがいたことだ。自分自身の主張を曲げず、言うことは言う。本当に休みの時間、休みの日も料理を勉強しているスタッフがいた。私は2年間、1日も休まず、シェフが体調をこわして急に休んでもいつでも交代で仕事に入った。たいへん便利なスタッフだったと思う。でも、それは英語が話せず、友人が少なかったことの裏返しでもある。

ある朝、ホテルのキッチンで、みんながラジオを熱心に聴いていた。ラジオ番組で、覆面調査員がシドニーのホテルの朝食を試食し、それを評価するという企画だった。なんと、私が作ったエッグ・ベネディクトの朝食が一番になった！みんなが祝福してくれた。韓国人、中国人、フィリピン人、オーストラリア人、マルチカルチャル（多文化）な顔ぶれ。そして、男まさりの女性シェフ、ユニークなゲイの男性接客係…。ホテルのスタッフたちはみんな私を大事にしてくれ、オーストラリアが好きになる一因となった。



友達を呼んでカレーの試食会を開き、感想を聞き、熱く思いを語った

## カレー・レストランのオープン

しかし、自分の英語力の限界とマネジメントに対するストレスなどから、2年間で辞めることになった。ハイアット・ホテルで働きながら2年間、日本のカレーを徹底的に研究した。小麦粉、ストックの取り方、スパイスの調合の仕方…。日本の有名ホテルのカレーもすべて缶詰で試食した。資料は膨大な量となり、イエロー・ページを頼りにスパイス会社にたびたび足を運んで研究を続けた。そんな私に、以前日本でアルバイトをしていた松山市にあるステーキ・ハンバーグ・レストランの樋口さんから連絡があったのは、ハイアットで働いて2年近く経ったころのことだった。越智さんという樋口さん

のお客さんがクイーンズランド州で不動産を購入したいとのこと。「それを調査するように」という依頼だった。

私は、樋口さんと越智さんがオーストラリアにいらっしゃった時、カレー・ショップ開業のプロジェクトを話し、出資をお願いした。万人に好まれる日本のカレーの味とは？そしてコスト計算…。自分のアパートで試食をしてもらい、資料をもとに事業計画を説明した。25歳の私…。何の保証人もいない。母親にも心配かけるので相談しない。その私に樋口さんが自ら保証人になってくれて、1,000万円の大金を貸し付けてくれた。「私は命をかけて必ず店を成功させてみせます」と何度も言いきった。その時、樋口さんの年齢は35歳。私は現在、42歳（2004年4月時点）。今の私があるのは人生の師、レストラン・ビジネスの師、樋口さんのおかげである。

さて、次回はカレー・レストランをオープンしてからの挑戦、苦悩、挫折の五年間を、国によるカレー・ライスという食文化の違いを紹介しながら話を進めていく。

今回はこれまで。Have you enjoyed?

【その2】

## カレー・レストラン、 ケータリングの挫折

前号では、ワーホリから永住ビザへ、そしてホテルでの仕事、25歳でのカレー・レストラン開店の決意までを述べてきた。食に関する「第1部その2」として、今回は、カレーという料理の、国による食文化の違いを紹介しつつ、25歳からの五年間の経過を語ってゆく。

### 世界のカレー料理と、私のカレーライス

皆さんは、リンゴとハチミツが入ったハウス・バーモント・カレーがオーストラリア人にも喜ばれると思わないだろうか？それに唐揚げやビーフカツ、エビフライなどをのせてみる。その当時は、それが絶対ウケると確信していた。だから挑戦した…。

今なら、タイ人、マレーシア人、インド人は日本のカレー・ライスを好むかどうか経験から分かる。

オージーは、ディナーでワインを飲みながらカレー料理を食べる時、日本のカレー・ライスより、タイまたはインドのカレーの方を好むということ。

では、世界のカレー料理とはどういうものなのか…。

話は変わるが、日本の焼き肉と韓国マリネした焼き肉、日本人のあなたはどちらがおいしいと思うだろうか？日本人なら99%、日本のスタイルだと言う。しかし韓国人は自分の国の焼き肉がおいしいと言う。よくワーホリの方が、タコ焼き、お好み焼きをオーストラリアで売ると大ヒットすると思っているが、オージーはお好み焼きよりピザの食感と味の方が好きであり、あのお好み焼きの少し酸っぱく甘いソースを、特にフィリピン人や中国人の中には嫌いな人がいるということが、「武蔵」を経営してみて分かった。しかし、お好み焼きには可能性がある。誰もやっていないのだから。やりながら考えてみてはどうだ？Boys be Ambitious!

さて、私のカレー・ライスは、5年間にわたって、週に1、2度、ディナー終了後の午後11時ごろから作り始められた。タマネギ約25キロの皮をむ





地元紙にも高い評価を受けたカレー・ライスメニュー

き、スライスし、ギーという油脂で約2時間あめ色になるまでソテーした。それと同時に、試作を重ねたストックとスパイスを合わせ、夜中の2時になるころ煮込み始め、途中で日本のカレーのルーを入れてゆく。底が焦げないように、うとうとしながら1人で早朝5時ごろまで混ぜ続ける。

しかし、研究期間2年、その後営業5年間のうち、自分でこれはおいしいと思ったのは、一度だけであった。それはなぜおいしかったのか？奇跡が起こったのか？それだけ、本物の味を一定水準で作り続けるということは難しいのである。

店では、レストランの形態でカレーを提供した。そしてメニューには、寿司も刺し身もなく、ほとんどオリジナル・メニューで勝負した。今から思えば、本当の調理人としての実力も経営者としての力も十分でなかった。あったのは、人一倍の意気込みのみ。

### 苦悩、挫折

妻の恵智子とワーホリの仲間たちで、ペンキを塗り、前庭と裏庭を整地し、必死でオープンさせた店は、1987年7月1日に産声をあげた。55,000ドルでタイ人から営業権を買い取った。場所はシドニー大学に近い、グリーブ・ポイント・ロード22番地。店の両側にネオンを付け、前庭、裏庭に7テーブル、店内40席の合計70席。シェフは私1人で、キッチン・ハンド1~2人。自分がケガをしたり病気になれば、店はオープンできない。週7日無休での営業だった。

しかし、私が一生忘れることのできない7月7日（七夕の日）、なんと客数はゼロだった。私は調理場に座り込んで途方に暮れた。残り少ない資金、長



ケータリング・ビジネスも好評を博したが…

期のリース契約…。

夜逃げしてもオーストラリアにいる限り、家賃の支払いは続いていく。正直、苦しんだ。そして、毎日改善を試みた。今日が昨日と同じなら、つぶれてしまう。その当時の予約帳、売上帳を見てみると、1日の売上は400ドル程度。しかし1年後には、売上1日700ドル、客単価17ドルとなった。妻と私は、返済金のため給料は取れないが、資金が回る状態にはなった。

そして、28歳になった私は、妻の実家、秋田県八竜町で、一面雪景色の中、ささやかな結婚式を挙げた。ロサンゼルスにも行き、ハウス食品が展開しているカレー・ショップの繁盛ぶりを視察したりもした。

そんなころ、たぶん今日は暇だろうと予想していたある日曜日、なんと予

約の電話が鳴り続け、お客様が列をなした日があった。翌日、オージーの友人から、シドニー・モーニング・ヘラルド紙の記事で四つ星レストランとして高く評価されているという話を聞いた。「ホンマカイナ…?」。ホンマであった。

そして繁盛レストランの仲間入りをするのかと思いきや…。グッド・ラックの後にバッド・ラックが訪れた。1989年ころより豪州経済はリセッション（景気後退）に入り、大手の銀行や不動産会社が倒産の危機となる。従業員が店によく来てくれてくれていたブロードウェイのグレース・ブラザーズ百貨店がなんと閉鎖された。

このままでは、せっかく順調になってきた返済金の支払いも都合がつかなくなる。投資していただいた樋口さんに電話をすると、店の営業権を売れとのこと。私は、「死んでも売りません」と言い、電話を叩き切った。

その後、長い間、樋口さんには連絡しなかった。男が命をかけてやると言った以上、やめる時は死ぬ時だと思っていた。そして思いついたのは、レストランの設備を生かしてのケータリング事業であった。

### ケータリング・ビジネスにTRY！しかし、閉店

設備はある。家賃はレストランとして払っている。コンセプトは「レストランの味をオフィスへお届けします」。

\$3.80から\$8.80までの各種弁当の週替わりメニューをオフィスにファックスし、指定時間にお届けする。特製鯛飯弁当、鮭ハラ子飯弁当、バクダン・オニギリ弁当、ピクニック弁当、日本全国駅弁祭りなどの新メニューを企画し、朝5時半から約100食を6人で作った。配達は時間との勝

負。15分以上遅れたら無料とした。スタッフは病気でも休ませない。

だが、1人前あたり70セント程度の儲けしかなかった。そのころ産まれた長女、智絵里を左手で抱えながら、右手でハンドルを握り、弁当をデリバリーした日もあった。その後、片付けしてからレストランの営業をしていく。十分な設備がないため、ご飯を5つの鍋で炊いた。ある観光企業のグルメの方などいろいろなお客様からよく苦情をいただいた。謝って回る日々。また増えてくるパーティーでのケータリング需要…。

しかし、スタートして1年後の12月の暮れ、ぜんざいのデザートを付けた年越し弁当を配達中、私は前の車に追突事故を起こしてしまう。車中に散らばった茶色のぜんざい…。お客様に届けられない昼食弁当…。私はもうこれでおしまいだと思い決心した。店を閉めることを。本音を言うと、朝から晩まで働いて、利益の少ない飲食業がもう嫌になった。

限界だと思った。

## 閉店から1年半、鱒屋創業への道のり

私にとってのケータリング事業での教訓は、その後、2000年シドニー・オリンピックでの約7000食のケータリング、また、たび重なる五百人分の日本観光お客様用弁当などにつながっていった。

閉店後、ケアンズとゴールドコーストでカレー・ショップのオープンを検討したが断念し、ダーリング・ハーバーにあるジョーダンズ・シーフード・レストランで働き始めた。日本人のいないところで働きたかった。以前のホテルのように…。ジョーダンズは500席。私は時給10ドルの寿司バー担当として採用されたが、新メニューを発案し、1年後には前菜部門、デザート

部門の責任者となった。部下が十人できた。給料も週1,500ドル程度あったと思う。ジョーダンズでは、刺し身よりおいしい鮭料理、サーモン・サビーチェ、サーモン・グラグラックスなどを学んだ。また、シーフードが中心であっても、いつも赤ワインとマッチするメニューを考案していた。

食材とワインをマッチングさせるために、各種のハーブ、ディル、バジル、ローズマリーなどを使った。フルーツを料理に使い、和え物、加熱しての付け合わせにした。ワインとその食材がマッチングしていく。

おもしろいことに、茹でたロブスター、カニのミソは洗って捨ててしまう。オーギーはスイート・チリ・ソースやハニー・ソイ・ソースが大好きであり、ジョーダンズでは、ディナー客の半分以上が必ずデザート注文した。そのため、原価率をトータルで下げられる。また、日本人と違った料理を提供するタイミング…。

この店にも、若いけれども、すばらしく仕事ができ、料理センスのあるシェフがいた。27歳の料理長、アンドリューには、私は人間の器量、風格で勝てないと感じた。

ジョーダンズを終了し、数店でホール・マネージャー、シェフとして働きながら、豪州で成長していく観光業、大きな時代の流れを肌で感じた。観光需要、プラス現地人に人気の出る、その当時はなかった、鍋物を中心としたシーフード・レストランを模索し始めた。決めたのが、現在の「鱒屋」があるオコーネル・ストリート12番地。つぶれかけていたイタリアン・カフェを55,000ドルで購入した。設備はほとんどなかった。新聞に「バーゲン・プライス（破格値）」と大きく出ていて、そこで人生第3回目の真剣勝負を挑んだ私。しかし現実には、その後8ヶ月にわたり、円形脱毛症となってゆく。



グリーン・ポイント・ロードにあったカレー・レストラン。定松氏の原点がここにある

今回は、日本人、中国人、白人の人種による食文化の違いとともに、鱒屋創業からシドニー・オリンピックのケータリングでの成功話をしていく。ケータリング事業をやっていた当時、お世話になったひとえさん、水越さん、バンブルグハウスの皆様、信原様、今でも思い出します。あの当時は誠にありがとうございました。

今回はこれまで。Have you enjoyed?

### ミニコラム①

以下にケータリング事業に興味のある方のために、私の経験から5カ条を述べる。

【1】 薄利多売をするな！

競争相手の出現、車の償却コスト、デリバリーの人件費を考えること。

【2】 お客様は必ず味に飽きる！

どんなに良い米を使っても、良い食材を使っても、その店の味に飽きてくる。

【3】 食の安全に気を付けろ！

設備不足のための食の事故に注意。大量調理には設備が必要。

【4】 販売だけではなく、そのフォローがケータリングには大切！

レストランならお客様が食べる様子を見ることが出来るが、ケータリングは分からない。よって本当にうまくいったかどうか、再度の電話、足を運んでの意見の聞き取りが、再注文のポイントとなる。

【5】 コンベクション・オーブンを使い！

300人分の蒸し物、焼き物、揚げ物、ご飯がこの設備1台でできる。人件費のカット、またデザートメニューにも最適。リースにすると1週間50ドル程度。

【その3】

## オコーネル ストリート12番地

前回は、25歳から始めたレストラン、そしてケータリング・ビジネスとともに、カレーという料理を通して食文化の違いを紹介してきた。今回は、30歳での「鱒屋」の開店、人種による食文化の違いとともに、2000年シドニー・オリンピックでのケータリングについて語ってゆく。

### 1993年11月、「鱒屋」創業

シティ中心のオフィス街、主要ホテルに滞在中の観光客も歩いて行ける便利な場所。鱒屋のあるオコーネル・ストリート12番地は、日豪羊毛貿易の先駆者として知られる商社、兼松江商の支社があった場所だった。

ただ、あまりにも店がみすぼらしかった。最大の問題は、開店前にガスが引けることを確認したにも関わらず、その後3年間、ガスが使えなかったことであった。電気の調理器では、18リットルの鍋の湯が30分たっても沸騰しない。食器洗浄機を導入できたのは開店1年半後で、最初の半年はシンクの中にためていた食器を、お客様が帰られてから、ウェイトレスの皆に洗ってもらっていた。1人でも人件費を節約するために…。

しかし、母親、兄に資金の援助をしてもらわなければ、スタッフの給与を支払うことができなくなってしまった。つまり、資金が行き詰まったのである。店にはお客様が入らなくなり、どんどんスタッフは辞めていく。万事休す…。いろいろな友人に資金繰りをお願いした。

そんな時、ロブスターを特別価格で提供することを思いつき、観光会社に営業してまわった。ツアー・ガイドの方に店を知ってもらうためインスペクション（視察）に来てもらい、夜中の2時、3時まで話をした。人生、仕事、レストランの将来について語った…。それから1年後、新婚旅行のカップル向けのディナー契約がスタートし、2年後には、団体ツアーのお客様も来店してくれるようになった。

観光会社からの注文は、朝5時からの、たった5個の弁当でも炊きたてのご飯を使い、心を込めて作った。早朝なので、店長と調理長は店によく泊まり

込んだ。ほかの店ではできないことをやる。鱒屋だからできるサービス。

しかし、失敗も多かった。商品に対する苦情の手紙。ウェイターがお客様にお茶をこぼしてしまい、観光会社の方には内緒で3,000ドル支払ったこともある。VIP客だった。迷惑をかけるわけにはいかなかった。

また、接客係の話し方に立腹されたお客様がいて、ホテルまで謝りに行ったこともある。土下座して謝った。その時、私より5歳若い観光会社のマネージャーの方が、人に対する謝り方について、私によく考えるべきだと話してくれた。私はその方からホスピタリティーに対する心構えを学ばせてもらった。

その後、100食、200食の弁当の注文を各社からいただくようになった。

当時、シドニー・オペラ・ハウスで開催されていた「ジャパン・ウィーク」や、ダーリン・ハーバーでの「祭りイン・シドニー」で、鱒屋は全力を注いだ。儲けを考えずにやったので、祭り当日に雨が降れば大赤字であった。

その後、数年にわたり開かれた年に1度の「祭り」は、日本各地からの団体や踊り子など数百人がジョージ・ストリートを練り歩き、ダーリング・ハーバーへ行くというもので、いろいろな催しが1日中企画されていた。鱒屋は屋台で1,000食以上の焼きそばを販売し、オペレーションを担当した観光会社の、今は亡きイトウさんの統率力に感服した。こんなにシドニーに日本人がいるのかと思うほど、浴衣姿の日本人とオーギーが集まった。その数、数万人…。

その後、1998年ごろから鱒屋は、ディナー・タイムのプロモーションを現地の中国人や韓国人のマーケットに拡大していく。目指したのは、どの人種にも人気のある日本食レストラン。それは現在でも、名店長である大川さんのもとで進化を続けている。

## 2000年シドニー・オリンピックのケータリング

さて、シドニー・オリンピック1年前の1999年より、日本の報道と競技関係者が来豪し、五輪準備のため、鱒屋を訪れていた。私は個人的に、スポンサー企業の会長の依頼で、数年前よりビーチ・バレーボールの佐伯&高橋選手のお世話をしていた。期間中は1ヶ月にわたり、フラットの値段は3~5倍に跳ね上がり、働くスタッフの給与も割増となり、食材も数倍に値上がりした。

私は3ヶ月前から冷凍食材、容器、専用の調理場「セントラル・キッチン」で働くスタッフの住む場所の確保にかかった。ワーキング・ホリデー、学生ビザのスタッフを30人採用した。調理場はピアモントにあった鱒屋のセントラル・キッチンに併設した2つのスペース（300平方メートル）をリースした。テーブル20メートルを2ライン設け、20人が盛り付けて、3時間で1,000食の製造ができるよう設備を整えた。鱒屋グループとしては、シティ店、誠とも通し営業、その当時あった鱒屋ピアモント店では夜中2時までの7日間営業とした。

セントラル・キッチンのケータリング部門は、「24時間注文を受け、配達いたします」をセールス・ポイントとした。メニューは、ハート型の入浴剤の入ったビューティー弁当から、和牛ビーフとミニ・ロイヤルゼリーの入ったスタミナ弁当、特製クラブ・サンドイッチ弁当…。早朝、魚市場から食材を仕入れた朝1の日替わり幕の内弁当や、赤飯とトンカツを入れた祝勝弁当、各種オードブルのメニューを作成した。しかし、開幕1週間前にテロ対策の規制から、メイン会場へのデリバリーが禁止となった。そして不正確な



シドニー市内ピアモントに設置したケータリング専用キッチン

情報…。道路は一般車の通行が規制された。このままでは大赤字を抱えてしまう…。

私は、スタッフの中から、夕方5時から朝5時までの指揮をとるリーダーに井上君、昼のリーダーに宮下君を抜擢した。しかし包丁が使えるスタッフは数人しかいない。私は何度もイメージ・トレーニングをした。全てのスタッフをメニュー開発チーム、オニギリ・チーム、盛り付けチーム、発注チーム、配達チームと分割し、一人ひとりに責任を持ってもらった。

開幕から2日後、競技場への配達が可能となったものの、他店で起きていた問題処理などのため、私が実際に指示ができなくなってしまった。内部で起こる不平、不満、チーム・ワークの乱れ…。中盤ごろには、睡眠不足、疲

労からスタッフが無口になり始めた。

閉幕まで5日を残す頃には、毎日スタッフの誰かが涙を流していた。そんな中から自然に指示をするリーダー的な存在が生まれていた。ナオコさんだった。しかし私は彼女には厳しかった。ウロンゴン、メルボルンから来た学生もいた。皆がオリンピックを観て楽しんでいるのに、なぜ自分たちは働いているのか？ と思ったに違いない。

閉幕後1週間が経ち、私は盛大なパーティーを開いた。オリンピック期間中、サービスと商品に関する苦情は一つもなかった。そして、日本のオリンピック団体から感謝状をいただいた。

その後、宮下君、ナオコさんは、2年以上鱒屋グループで働いてくれた。リーダーの井上君、配達の波多野一等兵は、数年後私に会いに来豪してくれた。また、メンバーだった佐藤君は、現在武蔵で働いてくれている。

私が応援した佐伯&高橋選手もボンダイ・ビーチで熱闘を繰り広げ、4位と健闘。私も体力の限界へ挑戦した。シドニー・オリンピックは大成功を収め、世界中にオーストラリアのすばらしさを訴えた。

私と約30人の素人ケータリング・チームにとってのオリンピックは、一生忘れることのできない、人との出会いの場となった。私は言いたい。皆素人でもやればできるじゃないか！ Boys be ambitious!

食に関する第1部の最終回となる次号では、誠、武蔵開店の話とともに、レストラン文化の違い、私が目指す豪州日本食レストラン頂点への道を語ってゆく。

今回はこれまで。Have you enjoyed?



シドニー五輪開催中に大ヒットした仕出し弁当

### ミニコラム②

#### 日本人、中国人、オージーの食文化の違い

【米】 日本人は白いご飯を主食としているが、オージーにとっては野菜の一種でしかない。よって味のないご飯は食べづらく、フライド・ライス（焼きめし）などの方が食べやすい。しかし、フライド・ライスを食べながら、繊細な白身魚の刺し身を、日本人であるあなたは食べられるだろうか？

【酒】 中国人は食事をしながら酒を飲まない人が多い。鱒屋、武蔵でもディナーに来店した中国人でアルコールを注文するのは5人に1人ぐらいしかない。それとは逆で、オージーの場合は、ほとんどの人がアルコールを注文する。

【活魚】 日本人は活きた魚があった時、刺し身で食べるのが一番だと言う。しかし、中国人はそれを蒸して食べることを好む。また、オージーは、バターでソテーして食べることを好む。確かにすばらしい白ワインがあれば、私もバターでソテーをするのが美味しい調理法だと思う。

【量】 日本で寿司のにぎり1人前は、7カンと細巻き1本程度であるが、これはオージーにとっては前菜程度にすぎない。日本ではステーキ250グラムを大きいというが、オージーは500グラムのステーキをペロリと食べる。

【タイミング】 日本人は料理を注文して早く料理が提供されることを好むが、オージーの場合は酒のリズムに合わせて、ゆっくりと間合いを取って提供されることを好む。せっかちなサービスは食事の流れを壊すことになる。



【その4】

## 回転寿司「誠」、 ダイニングバー 「武蔵」開店

前回までにおいては、22歳で永住してから最初のレストランを創業するまで。また、シドニー・オリンピック、ケータリング事業について話してきた。

「食」についての第一部最終の今回は、誠、武蔵のオープン、そして、レストラン文化の違い、私が考える日本食レストラン頂点への道を語ってゆく。

1999年12月20日、誠

回転寿司「誠」がオープンした日である。それまで私はよくスタッフに、回転寿司は経営しない。なぜなら、いつ作ったものか分からない寿司を室温で流すことは、食中毒を起こす可能性があるからと言いつけてきた。それがなぜ変わったのか…。第1の理由として、時代とともに変わっていく移民法、税法。第2の理由は寿司をすべての人種に食べてもらうことにあった。つまり、ビジネス・ビザの取得が困難になっていく中、技術を持ったシェフを日本から呼びにくくなった。また、回転寿司ならにぎり20種、巻物で30種、軍カンで30種、手巻き・オリジナル寿司で20種、合計100種以上の寿司が提供できる。生魚の食べられない人や、野菜の寿司を食べたい人に対応できるし、各種のハーブやスパイスも使える。万人に好まれる寿司ビジネス。これは従来型の寿司屋のオペレーションでは不可能であった。オープニング・スタッフはナオコさん、クマさん、そして誠で今も働いてくれている守護神、ジャックさんなど、総勢30人でスタートした。しかし、最初の3ヶ月でほとんどのスタッフが辞めた。お客様がエンジョイしていない…。スタッフを厳しく叱る私。そもそも問題は、私が回転寿司のオペレーションを全然知らなかったことだった。私の戦法は『両手ぶらり戦法』だった。これは、ボクシング漫画「あしたのジョー」に出てくる。主人公の矢吹ジョーが絶体絶命に陥った時、ガードを止め、打たれながら紙一重の突破口を開いていくのである。開店してすぐは、お客様はどんな人種か、どんな年齢層か分からない。毎日、お客様から教えてもらい、そして考えてゆく…。オージーは魚のサバとアジは食べない。白身魚の味が分からない。中国人が好むのは、サーモン、ウナギ、ウニのみ。本当にそうだろうか？ 毎日地魚を10

種類以上仕入れ、それをいかに食べてもらい、新しい味を楽しんでもらうか？ また、回転寿司で必要な接客とは何か？

そんなスタートを切った誠は、その後、人に恵まれ、2002年には入口で40人の行列ができる繁盛店へと成長していった。

### 2003年4月17日、武蔵

数年前より、私の心の中で、レストランという業態がおもしろくなくなってきた。ドリンク・メニューにしても、18年前に私が働いていたレストランと同じ。コンビニに行けば、今では、各種のミネラル・ウォーターからブレンド・ジュースまで、何十種類もの各種ジュース、ソフト・ドリンクが販売されている。また、メニューにしても、インテリアにしても、シドニーで日本食レストランだけが進化していない。接客にしても、注文を聞いて持って行くだけ。こんなことでいいのだろうか？ これを壊したい。オーストラリアにはすばらしい食材がある。もっと攻めの接客、さまざまなプロモーション、接客係のパフォーマンスによって繁盛店を作ることができるのではないかと。そして世代を超えて、また、人種を超えて楽しんでもらえる業態。それは決まったルールのない居酒屋業態だった。武蔵のメインのメニュー・コンセプトは、何百種類ものメニューが開発できる鉄板焼料理とした。開店1年後、1日550人が来店する居酒屋となった。今後もメニューの改善を繰り返し、2年後には、日本人にも、オーギーにも、中国人にも人気のある店に成長させていくつもりだ。

### 豪州日本食レストラン頂点への道

私は繁盛していない大きな店を作るよりも、うどん一品のメニューしかない店を守り続ける方が成功だと思う。働く人、お客様に満足をしてもらえないなら、いくら大きな器を作っても意味のないこと。鱒屋、誠、武蔵と業態は違うが、どの店も、人種や世代に関係なく、喜んでもらえる店を目指している。そしてオリジナルのメニューと接客。私は年商を30億円、100億円にしようとは考えていない。今ある店を進化させて、磨き上げていくこと。これからどのような人に会い、私の運命がどうなるのか。私は経営者として能力があるのか？目指すのはシドニー・チャイナタウンにある豪州ナンバーワンのレストラン、「ゴールデン・センチュリー」。1階にはセキュリティー付きのVIP用個室と、100人が座れるテーブル席、グランド・フロアは約300席の合計500席。水槽の中には豪州産の生きた魚介類が泳いでいる。1センチもあるカキや、今が旬の絶品のホタテ貝など、その日のおいしい食材をアピールしている。オーストラリアの食材は優れている。各種の肉、チーズ、ワイン…。最高のワインを提供するシーフード店。しかし、家族連れでも、予算20ドルの若いお客様でも行ける店。食材を生かして、どんな人種でも、どんな世代でも楽しんでもらえる店。私の心の中で、豪州日本食レストランの頂点とは、ゴールデン・センチュリーに引けをとらない、オーストラリアが世界に誇れる日本食レストランである。

今回のコラムはあまりにもレストラン業の話題に偏ってしまい、読者の中には興味がない方もいらっしゃると思うが、次回から始まる第2部では、私と自然との関係、5年前に自分自身を変えるために2ヶ月かけてバックパッカーに泊まりながら旅した豪州一周旅行の話をしてゆく。

How's it? Have you enjoyed?

### ミニコラム③

#### 豪州レストラン文化の違い

**【Enjoy!】** 人生をエンジョイすることにおいては、日本人は西洋人に、まだかなわないと思う。なぜオージーはいつも笑顔で人に接しているのか。レストランには、食べるためだけではなく、会話や雰囲気を楽しむ=Enjoyする」ために行く。よって接客係が笑顔で迎え、お客様の名前を覚えることが大事となってくる。

**【空間の広さ】** オージーは一般的に日本人より身体が大きい。お客様に使っていただく金額に合わせて、テーブルの広さを考慮すべき。例えばアワビ、ロブスターを売りたいなら、それに合わせた大きなテーブルと広いスペースを用意しなければならない。

**【照明】** 中国人、日本人は、明るい店内でも抵抗がないが、オージーは一般的に、ディナー・タイムの明るすぎる照明をあまり好まない。

**【デザイン・器使い】** 店内装飾、レイアウト、メニュー・デザインなど、基本の色彩は3種類以内にすべき。それ以上の色を使うと、アピールしたいコンセプトが壊れてしまう。西洋人は、インテリア、料理、ファッション、街づくりなど、生活の中でデザインを大切なものの1つと考えている。

**【食事の波長】** 西洋人は、前菜で白ワイン、主菜で赤ワイン、そしてゆっくりデザートとコーヒーを楽しむ。このディナーを楽しむことにおける波長はなかなか変えられない。だから何種類もサービスされる懐石料理は、どれがメインなのか、どれが赤ワインとマッチするのか、波長を合わせづらい。人種が違えば、考え方が違って当たり前。生け花ひとつとっても、日本の華道と西洋のフラワー・アレンジメントは全く異なる。極端に言えば、この国では、180度逆の発想をすれば、成功するチャンスのきっかけがつかめるのだ。の華道と西洋のフラワー・アレンジメントは全く異なる。極端に言えば、この国では、180度逆の発想をすれば、成功するチャンスのきっかけがつかめるのだ。

### ミニコラム④

#### 焼鳥の話

●ほとんどの宗教において、鶏肉を食べることは禁じられていない。また、人々のヘルシー志向にも合致している。他国の調理法を取り入れて、さまざまなソースを開発すれば、丸1羽のチキンから何種類ものメニューを作ることができる。

●もし焼鳥が好きなら、新鮮な鶏を朝、5枚におろし、それを焼鳥にする。日本の焼鳥より幅を2倍にし、ボリュームを倍にする。それをメルボルンの業者が扱っている調理器具「ヒゴグリラー」で遠赤外線を利用し焼き上げる。タレは3種類、チリ、みそ風味などを用意する。

●ほかのメニューとしては、唐揚げ、串カツ、親子丼、チキンカツ丼、など。おいしい焼鳥の絶品をライスの上に乗せて売る。鳥ガラを利用してスープを作り、テイクアウェイのお客様に無料でサービスする。フリー・レンジのチキンと卵を使ったオリジナルの焼鳥店。本当においしければ、この小さな店3店舗であなたは億万長者になれます。

●大事なものは、味、立地、店づくりのコンセプト…。オージー男性と結婚している日本人女性が多いと思うが、ぜひ飲食ビジネスにチャレンジしてみたい。なぜなら、あなたは文化の違いが分かっているから。友達と始めてみませんか?あるいはオージーの彼と一緒に…。

●Girls be ambitious! そう、オーストラリアはラッキー・カンツリー!