

近代食堂

MENU AND
MANAGEMENT FOR
THE PROFESSIONAL

11
2022

【特集】

年末年始
売上を伸ばす&店を強くする

新アイデア

【特集】

魚介・すし新繁盛法

● 大繁盛魚介・すし酒場4店のメニュー戦略
● 新時代の繁盛すし店4店に学ぶ売れる秘訣、人が集まる理由

今月の表紙

魚介とンドウイヤソーセージの
旨みが詰まったタコのリゾット

東京・中目黒 La gueule de bois

魚介・すし新繁盛法

P28,46~

大人気！ 魚介・すし酒場のメニュー戦略

- 魚の店 オカモ倶楽部(東京・中目黒)
- 大衆すし酒場 不二子 仙台駅東口店(宮城・仙台市)
- 仲宿酒蔵(東京・板橋区)
- 鮭ト酒 日々晴々(東京・新宿三丁目)



すし店・すし酒場・魚介酒場の新しい繁盛店が続々誕生しています。若手登竜門的な有名すし店のセカンドブランドや、外食経営のノウハウや仕入れの強みをもった飲食企業の新規参入も増え、その「売れる秘訣」や「職人育成」の取り組みは大いに参考になります。また売上も利益もしっかり上げられるメニュー戦略も、繁盛すし・魚介業態になるための注目ポイント。本特集ではコロナ禍を経て、ますますパワーアップしているすし・魚介の繁盛法を探ります。



P18,37~

新時代の繁盛すし店 売れる秘訣&人が集まる理由

- 鮭 おにかい+1(東京・中目黒)
- ブルペン(東京・品川区)
- すし光琳(東京・神泉)
- 鮭・ワイン UOTAKU(東京・調布市)

新時代の繁盛すし店

売れる秘訣&人が集まる理由



滝本祐也氏

同社の居酒屋から転身
すし学校で研修を経て大将に

中川和生氏

すし歴15年
入社後半年でつけ場に

20~40歳代
による
"W大将"

1人のすし職人がお客に気配りできる最適な人数を考慮して席数を設定。同店では11席を2名で対応する。つけ場に立つ職人に年齢差があると、お客は年長の方を大将だと考えて人気が一方向に偏るため、年齢差のない2名を配置している。このスタイルがいつしか「W大将」と常連客から呼ばれるようになり『おにかい』の特徴に。

01 鮓おにかい+1

東京・中目黒

解説はP37

- 住所/東京都目黒区上目黒3-9-5 プラージュ・メグロ 303
- 営業時間/18:00~22:30 日曜12:00~14:30、18:00~22:30
- 定休日/不定休
- 規模/20坪・11席
- 客単価/1万5000円
- シフト人数/調理2名 ホール1名
- 月商/800万円
- 原価率/38.4%

居酒屋「なかもつてっぺん」など19店の直営店

を展開する株式会社MUGEN。近年、同社の代名詞となっているのが「鮓おにかい」だ。

メニューはにぎり15カんと小皿料理3品の「おまかせコース」1万円のみ。銀座で2万円のクオリティのすしを1万円で食べられる内容に仕上げ、若い女性グループから高級店に食べ飽きた層まで幅広く集客する。ワインの「ペアリングコース」5000円も売りにした、2号店の「鮓おにかい+1」は、20坪・11席で連日2回転を記録、月商800万円に到達する。

すしは鮓巻き、海老天海苔巻きなどのオリジナルや本マグロの中トロを定番に、その他のすしダネと小皿料理はほぼ月替わり。メニュー開発として、計4店ある「鮓おにかい」メンバー10人と、社内の和食料理人チームで月に1回試食会を実施する。すしメンパーは江戸前ずしの基本に沿いながら、おにかいらしい遊び心を取り入れたすしを開発。発想力や技術の向上につながるだけでなく、店のコンセプトも深耕にも結実している。

江戸前+進化系コースが大評判 20坪・11席で月商800万円

「鮓巻き」の提供前には、客前でシャリ切りを行なうパフォーマンスも実施。すぐにぎるには米の粘度も弱く温度も熱いため、1品目は巻ものを出すようにした。マグロは赤身ツケと中トロ、大トロツケ炙りの3種類が入り、客前で見せてから手渡し。マグロの旨みとボリュームでガツンと最初に印象づける。



2

魚の血液を水圧で除去し、臭みを取り除く「津本式」で処理した白身魚も定番。1~2週間熟成させた白身魚を使う。9月はホウキハタを提供。



コハダの三編みは、重なった部分がふんわりとした食感になるほか、小骨が断裁され食べやすくなる。見た目のインパクトだけでなく理にかなった手仕事だ。

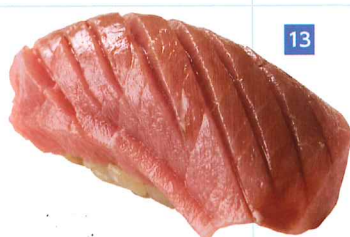


4

ホッキ貝は生のまま提供。鮮度がよくないと生食できないため関東では珍しく、接客トークにもつながる。すし酢は赤酢2種と米酢1種を合わせて使用。



ミシュランの一つ星を獲得した系列店『天婦羅みやしろ』で揚げ方を習得した、揚げたての海老天を使用。手渡しで提供し、熱々を食べてもらう。



大間の生本マグロを使用。表面に包丁を入れることで、醤油がなじみやすい。中トロは定番で年中提供。すし飯もマグロに合うよう調整している。



ふっくらと蒸し上げたアナゴはコース後半で提供。ツメは甘めに仕上げ、満足感をプラスする。米は福井県美浜町産のコシヒカリの古米を使用。

おまかせコース 10,000円 2022年9月の献立

- 前菜2品
- 1 鮓巻き
 - 2 津本式白身
 - 3 北寄貝
 - 4 小肌
 - 5 かつお燻製
 - 6 白いか
 - 7 にしん
 - 8 金目鯛
 - 9 甘鯛
飛竜頭
 - 10 海老天海苔巻き
 - 11 本日のおすすめ
 - 12 のどぐろ
 - 13 中トロ
 - 14 穴子
 - 15 かつぱ巻き

前年同月のコースのすしの内容

前月のコースのすしの内容

今月のコースで差し替える新作すしを各スタッフが提案

| 2021 | 10月 | 原価 | 2022 | 9月 | 原価 | 2022 | 10月 | 原価 | 費用 | 採用回数 | 専務枠 |
|------|--------------------|------|------|-------|------|------|-----------|------|--------|------|-------|
| 1 | 中トロ | ¥200 | 1 | 鮪巻き | ¥700 | 1 | (坂本) 帆立 | ¥130 | ¥2,400 | 1 | スズキ |
| 2 | クエなどの白身 | ¥250 | 2 | 津本白身 | ¥170 | 2 | (松下) 金目鯛 | ¥170 | ¥3,700 | 5 | フエキダイ |
| 3 | メダイ昆布締め | ¥100 | 3 | 北寄貝 | ¥200 | 3 | (滝本) 河豚 | ¥270 | ¥8,200 | 1 | メイチダイ |
| 4 | カマス炙り | ¥200 | 4 | 小肌 | ¥150 | 4 | (神蔵) 鯖 | ¥120 | ¥5,495 | 2 | 関イサキ |
| 5 | 北寄貝 | ¥200 | 5 | 鰹燻製 | ¥100 | 5 | (青木) 飛魚 | ¥72 | ¥600 | 0 | 石垣貝 |
| 6 | ノドグロ手巻きor あん肝軍艦 | ¥250 | 6 | 松茸剥き身 | ¥300 | 6 | (中川) カマス | ¥140 | ¥6,000 | 0 | 真鯛 |
| 7 | 海老天巻き | ¥230 | 7 | にしん | ¥85 | 7 | (伊藤) 秋鮭 | ¥350 | ¥2,100 | 0 | |
| 8 | サワラ炙り | ¥100 | 8 | 金目鯛 | ¥150 | 8 | (高橋) 子持ち鮎 | ¥130 | ¥3,600 | 0 | |
| 9 | 真蛸低温調理 | ¥100 | 9 | 甘鯛 | ¥280 | 9 | (湊) 真鯛 | ¥127 | ¥4,000 | 0 | |
| 10 | ホタテほぐし | ¥150 | 10 | 海老天巻き | ¥230 | 10 | (加藤) 鰹 | ¥160 | ¥4,600 | 2 | |
| 11 | イクラ丼 | ¥300 | 11 | 専務枠 | ¥100 | 11 | (星谷) | | | 2 | |
| 12 | 鯖醤油漬燻製 | ¥150 | 12 | のどぐろ | ¥250 | 12 | | | | | |
| 13 | 鮪巻き | ¥700 | 13 | 中トロ | ¥200 | 13 | | | | | |
| 14 | 小肌 | ¥150 | 14 | 穴子 | ¥220 | 14 | | | | | |
| 15 | 煮穴子 | ¥220 | 15 | 河童巻き | ¥80 | 15 | | | | | |

仲卸から届く
日替わりの魚介
もオンメニュー

| 前菜 | 岡野 採用回数 17品 | 原価 | 費用 | 鮭チーム | 原価 | 費用 |
|--------------|-----------------|------|------------|----------------|--------|--------|
| | 蓮根餅 鱈甲餃 もみ海苔 | ¥80 | | へしことマスカルポーネ 車麩 | ¥50 | ¥2,300 |
| 柿 春菊の白和え 松の実 | ¥90 | 4500 | 鮭皮の琥珀ゼリー掛け | ¥30 | | |
| 木ノ子の摺り流し | ¥60 | | 白子茶碗蒸し | ¥42 | ¥3,000 | |
| | | | | | | |
| | 島田・五十嵐 採用回数 10品 | | | 古賀 | | |
| | 鶏笹身落花生和え | ¥64 | total | 米ムース 雲丹 花穂 | ¥180 | ¥4,396 |
| | 鮭白子 筋子 銀餃 | ¥86 | ¥6,400 | コールラビ 黒にんにく | ¥67 | |
| | 鶏白玉 黒七味 | ¥79 | | | | |
| | 茸サラダ 針葱 | ¥67 | | | | |
| | 渡り蟹 2種 | ¥104 | | | | |

スタッフ各人が
新作の前菜とすしを提案

昨年同月や前月のコース内容を参考に、毎月の試食会で各自新作のすしや一品料理を発表し、前年同月のコースの内容から数品ほど差し替える。江戸前の基本を押さえつつ“おにかい”らしい遊び心のあるすしを提案する。原価のバランスも考慮し、店にもお客にも円滑なコースの流れを試食会で吟味する。

みんなで毎月
メニューを
ブラッシュアップ



同店ではコースのすしに合わせたワインペアリングも用意。取材時はイタリアワイン6種で5000円。約40%のお客がペアリングを注文する。酸化を抑えるワインサーバーも設置。



米は(株)MUGENで提携している福井県の農家から。すし専用の田んぼで栽培したコシヒカリ「越地米」を仕入れている。



9月のコースの一品料理。直前に温かいすしを出すため、通常は温菜の飛龍頭を冷たくして提供。コースの流れを考えた小皿料理を考案する。

01 | 鮨おにかい+1の
売れる秘訣&人が集まる理由

カラーはP18

すし店の課題を強固な“経営力”で解決。
職人が育ち、活躍する仕組みを築く

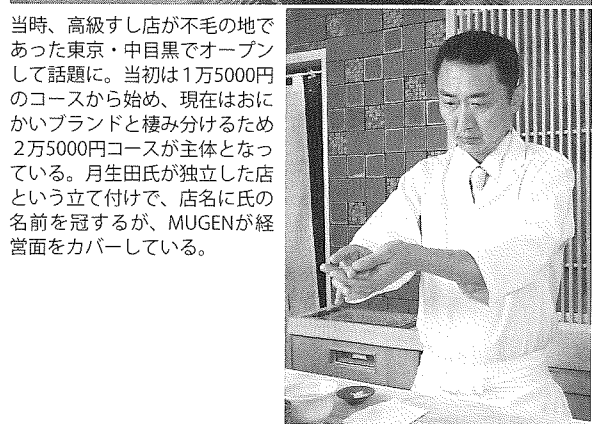
これまで客単価4000円の居酒屋を中心に展開してきたMUGENが、客単価1万5000円の「鮨おにかい」を2019年にオープン。おにかいブランドは現在4店まで拡大し、どの店も連日予約満席の状況を見せている。「当社がすし店をやるきっかけとなったのは、すし職人の月生田（光彦氏）を採用できるタイミングがあったこと。僕自身、本格すし店の経営に興味があったので、月生田を紹介された時、すし業態をやりたいと強く思いました。しかし「僕らが稼いだ居酒屋の利益が使われる」と、社員からの反対があったんです。そこでまずは月生田に当社の居酒屋で勤務してもらい、スタッフとの信頼関係を築くことから始めました」と代表取締役の内山正宏氏。

「すし職人は料理のプロですが、物件取得や店づくり、集客、経営管理といった知識がありません。僕らが培ってきた繁盛店づくりの知見を活かし、キャリアの先が見えにくいすし職人や、若手の活躍の場を提供する仕組みに、

「鮨おにかい」はまたたく間に話題となり、予約の取れない店に。そうしただけでなく、職人を活かす企業であるとの評判が広がり、「銀座久兵衛」出身の職人が入社したいとやってきた。「実はこのとき、次の出店計画はなかったのですが、今度新店を出すよ」と口説いて入ってもらいました」（内山氏）。

そこで誕生したのが「鮨おにかい」だ。大将はその職人と、「鮨つきうだ」

「坂本と個人面談したとき、すしを握らせてもらえずと裏方なのかと本人は感じていました。そこで月生田に坂本にも握らせるように伝えました。それから坂本も、月生田と並んでお客様の前に立つようになったのですが、



2016年9月open
鮨つきうだ(東京・目黒区)

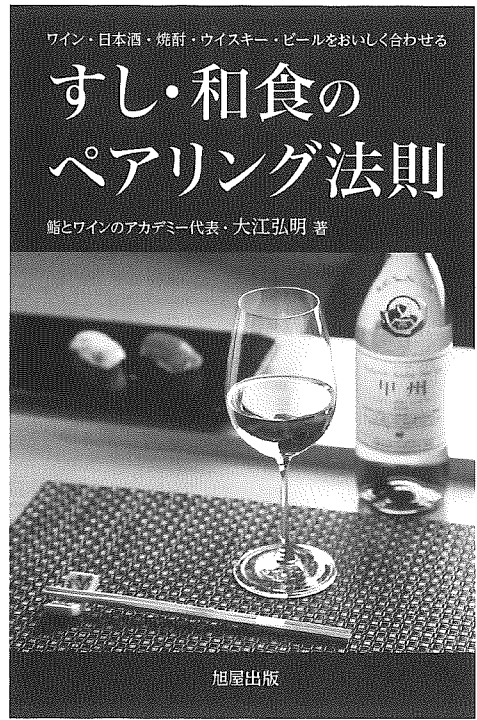
当時、高級すし店が不毛の地であった東京・中目黒でオープンして話題に。当初は1万5000円のコースから始め、現在はおにかいブランドと棲み分けのため2万5000円コースが主体となっている。月生田氏が独立した店という立て付けで、店名に氏の名前を冠するが、MUGENが経営面をカバーしている。

すし・和食の
ペアリング法則

鮨とワインのアカデミー代表・大江弘明著

「鮨とワインのアカデミー」代表を務めるソムリエの大江弘明氏が、「すしとワインを合せると生臭くなることが多いのはなぜか?」という疑問に対し、独自の視点でそれを解決。さらにワインだけでなく、日本酒、焼酎、ビール、ウイスキーとすし・和食のペアリング理論を、具体例を挙げながら紹介する。様々な業種で接客サービスに役立つ一冊。

ワイン・日本酒・焼酎・ウイスキー・ビールと、
すし・和食をおいしく合わせるペアリング理論



■ 四六判
■ 170ページ
■ 定価：1980円(税込)

第1章 ペアリングする楽しさ
すし・和食とドリンクの相性を
知る事の意味

- 相性とは何か
- 同じすしや和食も酒との組み合わせで、味わいが大きく変わる
- すし・和食には、合う酒と合わない酒がある
- すし・和食と酒との相性を知る事の意味

第2章 すしとワインから、
相性の「法則」を探る

- すしとワインは、なぜ生臭くなるのか?
- 生臭くなるイコール、ワインと合わないすしとワインの相性が悪い
- ワインと煮干しで官能評価
- 鉄分の含有量の多いすしダネを調べる
- カズノコが生臭くなる疑問
- 酸化した脂肪も生臭さの一因
- ワインは、本当にすしの繊細な味わいを消してしまうのか?
- 自由に好みのタイプのワインとすしを合わせて楽しむには?
- なぜ日本酒や焼酎やビールは、すしと合うのか?
- ブドウの鉄分と土壌の関係

第3章 すし・和食とワインの
相性を考える

- すし・和食との相性を考えて、ワインの特徴を見る
- ワインの鉄分含有量
- 和食の繊細な味わいを消さない味わいのワイン
- 和食と同調性があるワイン
- ワサビとワインの相性
- ガリとワインの相性
- 和食の出汁とワインの相性
- 和食の調味料とワインの相性
- ご飯・すし飯とワインの相性
- ワインのマスク効果(生臭みを包む効果)
- ライトボディの白ワインとおすすめの和食
- すし・和食におすすめのライトボディの白ワイン

- ミディアムボディの白ワインにおすすめの和食
- すし・和食におすすめのミディアムボディの白ワイン
- フルボディの白ワインにおすすめの和食
- すし・和食におすすめのフルボディの白ワイン
- すし・和食におすすめのロゼワイン
- ライトボディの赤ワインとおすすめの和食
- すし・和食におすすめのライトボディの赤ワイン
- ミディアムボディの赤ワインとおすすめの和食
- すし・和食におすすめのミディアムボディの赤ワイン
- フルボディの赤ワインとおすすめの和食
- すし・和食におすすめのフルボディの赤ワイン

第4章 すし・和食と各種酒の
相性を考える

- 日本酒・焼酎・ウイスキー・ビール・スピリッツ
- 1 日本酒とすし・和食の合わせ方
- すし・和食との相性を考えて、日本酒の特徴を見る
- 日本酒の鉄分の含有量
- すし・和食の繊細な味わいを消さない味わいの日本酒
- すし・和食と同調性がある日本酒
- 日本酒のマスク効果(生臭みを包む効果)
- 軽快なタイプ—軽い味わいのすし・和食に相性の良いタイプ
- 軽快なタイプに合う和食
- 軽快なタイプですし・和食におすすめの日本酒
- フルーツなタイプ—幅広くすし・和食に合うタイプ
- フルーツなタイプに合う和食
- フルーツなタイプですし・和食におすすめの日本酒
- 熟成タイプ—脂分を持つすし・和食に相性が良いタイプ
- コクのあるタイプ—脂分を持つすし・和食に相性が良いタイプ
- コクのあるタイプに合う和食
- コクのあるタイプですし・和食におすすめの日本酒
- 熟成タイプ—脂分を持つすし・和食に相性が良いタイプ
- 熟成タイプに合う和食
- 熟成タイプですし・和食におすすめの日本酒
- 2 焼酎とすし・和食の合わせ方
- すし・和食との相性を考えて、焼酎の特徴を見る

- 焼酎の鉄分の含有量
- すし・和食の繊細な味わいを消さない味わいの焼酎
- すし・和食と同調性のある焼酎
- 魚介類の生臭みを包み込む焼酎の特徴(マスク効果)
- 麦焼酎
- 麦焼酎におすすめの和食
- すし・和食に合うおすすめの麦焼酎
- 米焼酎
- 米焼酎におすすめの和食
- すし・和食に合うおすすめの米焼酎
- 芋焼酎
- 芋焼酎におすすめの和食
- すし・和食に合うおすすめの芋焼酎
- 泡盛
- 泡盛におすすめの和食
- 昆布焼酎
- 昆布焼酎におすすめの和食
- 茶焼酎
- 茶焼酎におすすめの和食
- 3 ウイスキー・ビール・スピリッツとすし・和食の合わせ方
- すし・和食との相性を考えて、ウイスキーの特徴を見る
- すし・和食に合うおすすめのウイスキー
- ウイスキーにおすすめの和食
- すし・和食との相性を考えてビールの特徴を見る
- ビールにおすすめの和食
- すし・和食との相性を考えて、スピリッツの特徴を見る
- すし・和食におすすめのスピリッツ
- すし・和食におすすめのジャパニーズジン
- ウォッカトニック、ジントニック、ジンソーダに おすすめの和食
- すし・和食におすすめの梅酒
- 梅酒におすすめの和食

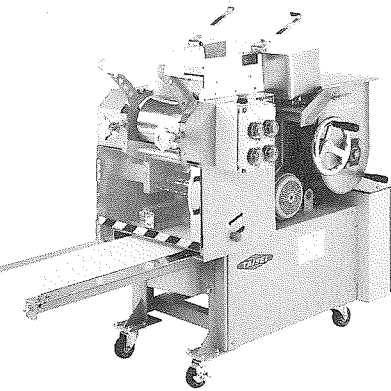
【資料】 ワインで楽しむ「すしダネ」チャート
【付録】 すし・和食におすすめのワイン

自家製麺

CEマーク取得

安全 美味 低コスト
安心 追求

国際基準対応の安全性確保によりEU各国への輸出もスムーズ。世界中で自家製麺を可能にしラーメンの国際化に貢献しています。国内使用においても国際レベルの安全性を保証します。



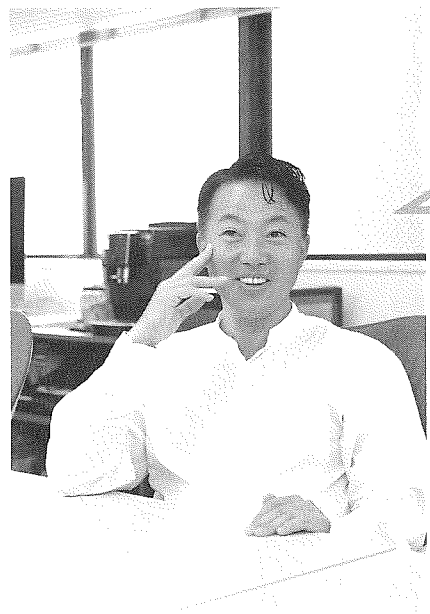
TAISEI-3E(CE model)

- 200~250食/1時間
- 三相200V/1200W (1.5馬力)
- 13kgミキサー付
- W870×D1,210×H1,180mm

- 練る・伸ばす・切るのすべての工程を【TAISEI-3E】1台で可能にします。
- 操作は簡単。誰にでもコシのある本格的な麺を作ることができます。
- 麺の太さ・断面の形状が思いのまま。
- 設置場所を選ばないコンパクト設計。
- 餃子の皮や生パスタも製造可能。
- 1日100食売の店で年間90万円のコストを削減することができます。
- ローンも可能(6~60回)

販売代理店(海外/国内)も募集中

●詳しくは下記までカタログをご請求ください。
有限会社大成機械工業
〒270-0203 千葉県野田市関宿元町110
TEL: 04-7196-1657~8
FAX: 04-7196-1838
http://www.taisei-inc.jp
全国に代理店があります。



株式会社MUGEN

代表取締役 内山正宏氏

1974年、福井県生まれ。調理師専門学校卒業後、ホテルや料亭で修業を積む。30歳で大嶋啓介氏と揃ってつべんを立ち上げ、33歳で東京・中目黒の『ななめかめ』で独立を果たす。現在、国内直営19店、グループ店舗4店、海外2店を展開する。

すし職人が様々な
キャリアから入店し、
育つ事例として、
多くのすし店さんが
視察にきてくれます

ていたが、コロナ禍で居酒屋営業が難しい中、会社が100万円を出資してすしの学校「飲食人大学」に通い、すし職人としてのキャリアを歩み始めた。「すしの学校を卒業しても、実践の場となる就職先が少ないのが現状。有名店に就職しても、やはり下積みが長い。おにかいブランドは、そうした卒業生

の受け入れ先にもなると、すし学校の方にも期待されています」。

**試食会で商品力を高める
コンセプトの理解を深める**

「おにかい」は商品開発もユニークで、計4店舗のおにかいメンバー10人と、同社の和食料理人チームで月1回の試食会を実施。鮪巻き、海老天巻き、本マグロの中トロなどの人気の定番は外さず、それ以外は昨年のメニュー内容を基にしながら、次月に差し込む新作メニューを決めている。

おにかいメンバーは、それぞれ考案したすしを、和食チームは小皿料理を披露し皆で食べて意見を交わす。すしは江戸前の基本を押さえながら、遊び心を取り入れた「おにかいらしさ」が表現されているかが採用のポイント。これを繰り返すことで、コンセプトを

深く理解するようになる。

一方つまみは、原価も判断材料。すしに原価を投じる分、つまみは調整の役割も果たしているからだ。また、コースの間に食べるもののため、一品完結になる味やポジションではなく、コースの流れをつくるような料理であることもポイントとなる。

「うちは長年培った仲間さんとの強固なつながりがあります。そうしたつながりを活かし、すしダネの1つに仲間さん(かいせい物産)の枠を設け、毎日違う魚を入れてもらっています。それをどう活かすかといった対応力も養っているのです」。

おにかいブランドは、居酒屋企業が客単価1万円ラインのすしのブランド化に成功した好事例であり、いまやその経営方法を参考にしたいと、多くの職人が視察にくるといふ。



2020年12月open
吉次蟹蔵(東京・中目黒)



2020年12月open
おにかい+1(東京・中目黒)

現在はすし学校で学んだ滝本祐也氏と、キャリア15年の中川和生氏のW大将で営業。店名の「+1」は、すしにワインペアリングをプラスするという意味。店内には力二鍋と天ぶらを供する『吉次蟹蔵』が入居し、ショッピングインショップ形態も話題に。



2019年11月open
おにかい(東京・中目黒)



2018年5月open
天婦羅 みやしろ(東京・中目黒)

『銀座久兵衛』出身で10年のキャリアを持つすし職人と、『つきうだ』の二番手であった坂本和樹氏のW大将でオープンした。1階はミシュランガイド東京で一つ星を獲得している系列の天ぶら店だ。

「海老天海苔巻き」はもとも、『みやしろ』で揚げた海老天を2階の『おにかい』で出したのがスタート。星つき店の天ぶらを味わえると最初の名物商品となった。



おにかいブランド3店舗は、東京・八丁堀の裏路地でオープン。経営は株式会社ワークスホールディングスで、同社得意の肉すしを裏メニューで提供。



2021年5月open
おにかい(東京・八丁堀)



2022年1月open
野毛のおにかい(神奈川県横浜)

すし店開業予定で整備されていた物件を紹介され契約。立地や店内の雰囲気に合わせて、他店よりも価格を10%抑えている。同店のみ大将1人で回す。

若手は、美容師のカット モデル方式でファンづくり

前述した通りおにかいブランドは、

ある日お客様から「私に月生田大将がついてくれなかったのは残念」とメールが来たんです。その時、明らかかな年齢差があると年配の方にキャリアがありそうだし、握ってもらいたいと感じるお客様がいると気づいたんです。そこで、年齢は20~40代で、見た目にもキャリア差を感じない2人をつけ場に立たせるようにしたのでした。

また月生田に、一人で応対できるお客様の人数を聞いたところ「12人まで」とのことだったので、経験の浅い職人なら6~8名が適切かなと、2名の職人で10席強を回す形にしました。

W大将は、来店ごとに異なる大将のにぎりが食べられると、リピートを生む要素にもつながっている。

若手育成やすし職人のセカンドキャリアの役割も担う。そのため、コースメニューにはにぎり15貫に小皿料理3品という、にぎりを主体とした構成に。内容は月替わりだが、1ヶ月毎日同じ仕込みをすることで流れを覚え、にぎりを繰り返すことで所作を習得できる。

「下積みが長いとされるすし業界。もちろん、下積み時代に経験することは大切ですが、裏方だけでなく表側の接客も知ることで成長は早まります。下積みの裏方仕事は「先輩に言われたからやる」人が多いと思いますが、表に立つことで下積みの仕事の重要性を自覚できるのです」。

「おにかい」では、若手の経験値を上げるため、ランチでにぎらせる機会を与える他、月1回コースを半額で提供する日も設けている。その日は、若手が自分でお客を呼び、満席にすることが条件。そこで接客をするだけでなく、後日礼状を送るところまで徹底させる。

「美容室のカットモデルと同じようなやり方」(内山氏)であり、下積みのときから自分に顧客をつけるための取り組みとしても有効だ。

職人の採用だけでなく、既存スタッフの育成にも注力する同社。例えば「おにかい+1」の大将である滝本祐也氏は、和食店に勤務したあとMUGENに入社。系列の居酒屋で勤務し