

味覚のプロ

私は職人という言葉が好きだ。自分自身、職人であり食べ物屋のプロであると自負している。プロはお客を満足させ、そこから得る対価に見合うだけの

しない。

もともと食べることが好きで選んだ仕事だ。日本国内や世界中の料理を食べて回った。そのおかげで、どこの料理の味や色合いがどうだったか、味にかけては不思議なくらい鮮明に記憶している。

料理をどのようにつくったら

いいか、具体的に指示はできないが、おいしいか、まずいかという舌の感覚は、わが社の総料理を含めて六十年以上も料理に

料理をどのようにつくったらいいか、具体的に指示はできないが、おいしいか、まずいかという舌の感覚は、わが社の総料理を含めて六十年以上も料理に

「味覚は、記憶の連鎖」だといわれる。私には、母親の手料理を含めて六十年以上も料理に

「味覚は、記憶の連鎖」だといわれる。私には、母親の手料理を含めて六十年以上も料理に

「味覚は、記憶の連鎖」だといわれる。私には、母親の手料理を含めて六十年以上も料理に

私の履歴書

江頭 匡一
えがしら きょういち

21

おいしさの感性自信

妥協せず試食続ける日々

理長にも負けないのではないかとと思う。料理でも菓子でもパンでも実際にひと目見ただけで、おいしいかまずいかおおよその味の判断はつく。

対する感覚が、記憶の中に深く集積されている。

「もつといいものを」と思う

自社メニュー、商品の開発のための試食は、一日に十回以上も重なることがある。若いときから何十年も毎日、その繰り返しだった。

積まれたすべてを照らし合わせ

よい商品とはつくり手の能力と心ばえの問題であって、買う側は、その人格的な部分にも敬意を払って、数あるなかからそれを選んで買う。ものやサービスを売る側がいつもありがたう

「おいしいものを」と、あすへの活力につながるのだ。

(ロイヤル創業者取締役)

だからドイツのマイスターのように、常に理想を高く持ち、完ぺきを求めて突っ走る完全主義者を目指してきた。研ぎ澄まされた感性が大事なメニュー開発や店舗設計のときには、大変

きびしく、決して安易な妥協は

今でも、レストランの主力メニューからドーナツやデニッシュ

味を頭が覚えていく。頭で試食

必要だ。すかいらーくでもない、デニッシュでもない、「ロイヤルらしさ」を大切に

してきた。

経営理念に掲げているように、おいしい料理ときちんとしたサービス、快適で衛生的な店内、健康的で明るいイメージ、それがロイヤルの個性だと考えている。

ロイヤルに来られたお客は数多い店の中からその個性を選び、心ばえを認めてくれる。それを思うと心から「ありがたうございました」と感謝する。自信のないものは出せない。それがまた、「もつ

おいしいものを」と、あすへの活力につながるのだ。

(ロイヤル創業者取締役)



メニュー開発のための試食は1日10回になることも(手前左が筆者)

「なぜ販売人がありがたうと言わうか」ということを日本経済新聞の「あすへの話題」で書いておられた。

職人にも、企業にも、お客から選んでもらえるだけの個性が必要だ。すかいらーくでもない、デニッシュでもない、「ロイヤルらしさ」を大切に

してきた。

経営理念に掲げているように、おいしい料理ときちんとしたサービス、快適で衛生的な店内、健康的で明るいイメージ、それがロイヤルの個性だと考えている。

ロイヤルに来られたお客は数多い店の中からその個性を選び、心ばえを認めてくれる。それを思うと心から「ありがたうございました」と感謝する。自信のないものは出せない。それがまた、「もつ

おいしいものを」と、あすへの活力につながるのだ。

(ロイヤル創業者取締役)