

LUCKY SEVEN

～合言葉は「静と動」～



その先へ

先週、東生野中学校初の取り組み【ドリカム】が幕を閉じました。

9 月 5 日（火）の 5 時間目に「居酒屋てつたろう」の社長さん、料理長さん、また「NPO 法人 JAE」、「生野区役所」の方々に来ていただき 77 期生の考案した料理の販売報告会を行ってもらいました。

どの料理もすごく好評だったようで料理長さんは仕込みが大変だったと言っておられました。

7 月 19 日から 8 月 9 日まで（月・火は定休日）の販売期間で売り上げ数量は 298 品、来店客数 269 組（宴会除く）、1 組あたりの注文数は 1.12 品という結果でした。単純計算で 1 組に 1 品は注文をしているという計算です。希望生徒が職場体験に行ってくれた日は、より売り上げがよく 1 組あたり 2 品以上は注文してくれたようです。宴会がなければもっと売り上げがよかったのではないかとのことでした。職場体験に参加してくれたみなさん、本当に素晴らしい。先生も近くで見えていましたが、お客さんとのコミュニケーション、てきぱきとしたドリンク作り、何よりも楽しそうに過ごしているのが印象的でした。

「居酒屋てつたろう」のスタッフも勉強になったと感銘を受けていました。

商品別の売り上げ数量は『ピリ辛ねぎ蒸し豚』が 51 品、『マッシュポテト春巻き』が 41 品、『ホーショール』が 39 品、『カリーブルスト』が 35 品、『バナナトロン』が 35 品、『フィッシュアンドチップス』が 33 品、『カリフォルニアロール』が 33 品、『ナンチャッテ☆ピザ』が 31 品という結果でした。リピートが多かったのが売り上げ上位の『ピリ辛ねぎ蒸し豚』と『マッシュポテト春巻き』、ネーミングセンスがよくて注文したという声が多かったのが『ナンチャッテ☆ピザ』、その国に興味があって注文したという声が多かったのが『ホーショール』、『カリフォルニア

ロール』、女性人気が高かったのが『バナナトロン』、子ども受けが良かったのが『カリーブルスト』、料理に込めた想いが決め手だったのが『フィッシュアンドチップス』でした。

お客様アンケートを見ると、「料理に込めた想いがステキでした。」、「ポスターが POP で店内がより明るくなった。」、「ドイツに行ったときにカリーブルストを食べました。日本でも食べることができて嬉しかったです。」、「こんなにおいしいフィッシュアンドチップスは初めて!!」、「モンゴルに行ってみたいと思いました。」、「他の国の文化に触れている気分になりました。」、「大学生ですが中学生でこのような取り組みをしているのがすごい。負けてられないと思いました。」などなど、どの料理も本当においしかったという声や中学生への応援メッセージをたくさんいただきました。

お客様の中には今回の取り組みに興味をもってくれた企業、他地区、他校種の教育関係の方々や区長さんもおられたということです。また、教育委員会から視察に来られたりと注目を浴びたものとなりました。

お客様アンケートは学年校舎に置いておきますので、ぜひ見てみてください。

販売報告後は料理長さんが作ってきてくださった『ピリ辛ねぎ蒸し豚』と『カリーブルスト』の試食会を行いました。食レポを見れば、どれだけおいしいかがよくわかりました。みんないい顔をしていましたね。

最後に社長さん、料理長さんの熱い言葉の中にあつたように今回の取り組みでは選ばれた人、選ばれなかった人がいます。しかし、選ばれなかった人も販売の応援をしてくれたことが本当に嬉しかったです。スポーツでもそうですが、ユニフォームを着ている人だけが戦っているわけではありません。練習で高め合えるチームメイトや応援で背中を押してくれるサポーターたちの力があって勝利をつかみ取れます。【ドリカム】も同じなのではないでしょうか。今回の結果は学級活動、グループワーク、プレゼンテーションで切磋琢磨した全員で得たものだと思います。

この取り組みはキャリア教育の一環として行いました。これまでのことを経験したことで協調性、リーダーシップ、伝える力を身につけました。得た力を将来どのように生かしていきたいか考えてみてください。新しいものを作り出す企画をしたいのか、技術力をつけてモノづくりをしたいのか、人に商品のよさを伝える営業をしたいのか。【ドリカム】を通して少しでも将来について考えることができれば幸いです。