

Booth No. 東3-T20-37



▲大トロうなぎ2尾と伊勢海老付焼き、アワビ蒲焼きに付属品にもこだわった「将軍家献上うなぎ」 ▲代々継ぎ足された秘伝のタレを使用(画像は醤油桶)



▲確かな技術で一尾一尾焼き上げる小倉清暢氏



▲代々継ぎ足された秘伝のタレを使用(画像は醤油桶)

## 豪華な縁起物を詰め合わせた、大切な相手への贈り物にふさわしい極上のうなぎを出展

十一代目うなぎ佐市右衛門／株式会社小松園 <https://unagi-saichieumon.com>

そのうなぎは、和食文化を守り、継承し、その魅力を改めて国内外に発信するきっかけになるかもしれない。

十一代目うなぎ佐市右衛門／(株)小松園は第37回グルメショーに極上のうなぎを出展する。

歴史と伝統の味を継承、和食文化を守り、未来につないでいこう、という想いが具現化

十一代目うなぎ佐市右衛門のルーツは江戸末期、文政12年までさかのぼる。運営する(株)小松園 代表取締役 小倉清暢氏は次のように語る。

「水郷の里である茨城県の古河市で創業56年となる、うなぎを中心とした和食店を運営しています。家系をさかのぼると本家はいわゆる庄屋的な役割を担っており、十代前からおもてなしの料理をふるまっていました。十一代目うなぎ佐市右衛門ではその歴史を継承しながら、うなぎという概念を超え、伝統と現代が融合した、新たな食の芸術を創出し、人々に感動と驚きを与えるような商品を展開したいと考えました」。

そう語る小倉氏はこれまで日本の伝統的な食文化や

その技術、食料生産事情へも並々ならぬ想いを抱いてきた。

2011年には地元の飲食店や古河市名産の鰯甘露煮の製造販売店とともに「古河の川魚料理を広める会」を発足。地元商工会議所支援のもと、伝統の川魚料理を国内外に発信する活動を進めてきた。またコロナ禍には茨城県内の飲食店と連携して、農家で余った豚肉やキャベツを使った弁当を「コロナ」にちなんで一律567円で販売。さらに絶滅危惧種であるうなぎ資源を守る活動にも携わってきた。

十一代目うなぎ佐市右衛門は、小倉氏のこうした活動とそして想いが具現化したブランドといえる。

秘伝のタレを使用、おいしさはもちろんビジュアルにもこだわった至高のうなぎ

今回、グルメショーには「将軍家献上うなぎ」、「勝負うなぎ」、「四種の蒲焼き重」をメインに出展する。

それぞれ「極上」の商品だ。

「将軍家献上うなぎ」はその名の通り「将軍家へ献上する贅沢と縁起を届けるうなぎ」をコンセプトとしており、現代において厳選した食材で、江戸時代の武将を彷彿と

させる商品を目指して開発された商品。天然に一番近い味とされる厳選した大トロうなぎ、伊勢海老とアワビを使用。葵の紋をあしらった特注の重箱や特注の房紐(ふさひも)、家紋入りのお吸い物、山朝倉山椒とそれを入れる竹筒、天然醸造醤油使用のタレや家紋付きの特別仕様のタレ瓶など付属品にもこだわっている。

「勝負うなぎ」は大トロうなぎ2尾を金箔で包んだ、見た目も味も圧倒的な存在感を放つ、大切な日を特別に演出する商品だ。

「四種の蒲焼き重」は国産大トロうなぎと、アワビ、金目鯛、タラバガニの三種の豪華海鮮蒲焼きを楽しめる、贅沢な四種の縁起物うなぎだ。蒲焼きには代々受け継いできた秘伝のタレで味付けを行い、備長炭で香ばしく焼き上げた。どちらも「将軍家献上うなぎ」同様、付属品にもこだわっている。

「将軍家献上うなぎ」は16万2000円(予価・税込・以下同)、「勝負うなぎ」は10万8000円、「四種の蒲焼き重」は8万6400円。非常に意欲的な価格設定だ。十一代目うなぎ佐市右衛門は今回の出展が本格的なお披露目となるが、Makuakeにて上記商品を含めた商品を先行販売するクラウドファンディングを24年12月19日から実施し、12月中旬に目標金額192%を達成。その後、ネクストゴールを設定し、本稿執筆時点の1月中旬には目標比231%を達成している(先行販売においてはMakuakeオリジナルバージョンを特別価格にて提供)。

「『未来への一歩を共に祝う、極上のひととき』、『好運を繋いでいく 前祝いうなぎ』というコンセプトを掲げており、それぞれの一膳には、歴史と伝統が息づいています。大切な方へ贈る時、それは単なる贈り物ではなく、食を通じて絆を深め、未来を共にする誓いとなる、そんな想いとともにこの贈り物には、職人の情熱が込められています。口にした瞬間、それぞれの持つ味わいが五感を満たすだけでなく想いを形にし、贈られる人の心に永遠の記憶を



▲厳選された大トロうなぎを使用

刻み、贈る人も、贈られる人も、共に幸せになれる。そんな想いを込めて、私たちはこの商品を作りました。価格に驚かれる方もいらっしゃるかもしれませんが、私自身、長く飲食店を経営し、また様々な活動を進める中で、和食の本当の価値が認知されていないのではないかと感じており、この商品をきっかけに和食の歴史と文化、そして価値とその可能性を知っていただければと思います」(小倉氏)。

提言分析でも記した通り、ギフト市場においては高付加価値商品と、低価格商品へのニーズの二極化が進んでいる。大切な日の贈り物として、ギフト業界や百貨店などにとっては注目すべき商品だといえるだろう。

また、インバウンドが伸び、旅行先における消費額が100万円以上の、インバウンド富裕層にも注目が集まる中で、そうしたターゲットへも刺さりそうなアイテムだ。

「海外の方にも注目を持っていただき、今回出展するうなぎが和食文化の発展やうなぎ資源を含めた日本の食品の保全に寄与するきっかけになればと考えています」。

小倉氏はそう語る。氏の言葉通り、まずは会場で実物を見ていただきたい。そのビジュアルとともに細部へのこだわりが驚くはずだ。



▲金箔付きの「勝負うなぎ」が目をはひく「勝負うなぎ」。特注の桐箱、真田紐に別途仕上げ用の金箔も付属



▲うなぎ、アワビ、金目鯛、タラバガニと、海と川の幸を極上の蒲焼きに仕上げた贅沢な味わいの「四種の蒲焼き重」