

Опубликованная в № 52 статья "Японские ножи на российской кухне", судя по обращениям в редакцию, вызвала большой читательский отклик. Так, житель подмосковных Химок Егор Андреевич Елизаров спрашивает: "А как же знаменитые своим качеством ножи из Золингена? Неужели японская продукция превосходит их?" Ответить на этот вопрос мы попросили автора статьи Александра Марьянко.

ОТ ГИЛЬДИЙ - К КОРПОРАЦИЯМ

Торговые марки зародились еще в Средние века как своеобразные "родовые гербы" ремесленного сословия. Цеховые организации городов жестко контролировали деятельность ремесленников, культивируя чувство высочайшей ответственности за результаты работы. Никому не позволялось ронять честь цеха.

Поскольку оружие во все времена являлось стратегическим товаром, средств на развитие отрасли не жалели ни короли, ни президенты. Практически каждая развитая страна располагала собственными оружейными мастерскими. В Испании славились толедские мастера, во Франции - из города Тьера, англичане гордились оружейниками из Шеффилда, немцы - мастерами Золингена, японцы знали: покупать клинок нужно в городе Секи.

В эпоху массового перехода к огнестрельному оружию многие из этих производств утратили свое значение. До нашего времени дожили лишь те предприятия, которые смогли перейти на выпуск качественной гражданской продукции. Некоторые из них со временем превратились в международные корпорации.

ГОНКИ С ПРЕСЛЕДОВАНИЕМ

В ножевом производстве, как и в любом другом, лидер должен постоянно совершенствовать свою продукцию и технологии производства, наглядно доказывая потребителю и конкурентам свои преимущества. Но это удается далеко не всегда. Потеряв свои колонии, Великобритания вместе с ними утратила и рынки сбыта. Знаменитые мастерские Шеффилда захирели. Это позволило германскому Золингену уже в первой половине XX века обойти своего конкурента и выйти в лидеры отрасли.

Однако высокая себестоимость германских товаров уже вскоре существенно ослабила позиции Золингена на народном рынке поварских ножей. Немцев стали теснить швейцарцы, финны и испанцы, а потом еще и молодые производители из Бразилии и Китая. Сами германские производители в какой-то момент позволили себе почить на лаврах. Технологические усовершенствования были направлены лишь на снижение себестоимости, автоматизацию производства и повышение объемов выпуска продукции. Германские ножи и сейчас остаются весьма качественными, но концептуально остановились в своем развитии на материалах и решениях образца 60-х годов XX века.

НОВЫЙ ГЕРОЙ

Для японских производителей принцип "Сделать не хуже, но дешевле" не самоцель. Основы ножевого рынка японцы потрясли еще в конце прошлого века, обрушив на него свои многолетние наработки: новые подходы к дизайну и эргономике, сочетание инновационных материалов и исторических традиций, сохранившихся лишь на Японских островах.

Привыкшие к неизменности дизайна древнейшего поварского инструмента, профессиональные повара и любители были буквально заморожены калейдоскопом новинок из Страны восходящего солнца. Не нуждающиеся в заточке клинки из циркониевой керамики; специальные износостойкие и нержавеющие стали; многослойные клинки с обкладками из узорчатых дамасков... Неизменно лишь одно: все японские ножи великолепно режут, из чего бы они ни были сделаны.

Главной миссией компании "Фуджи" ее исполнительный директор Сусуму Фуджита считает предельное облегчение нелегкого кулинарного труда профессионалов и любителей. Поэтому от своего российского филиала "Тоджиро" он требует комплексной поддержки клиентов: от помощи в выборе подходящего ножа до его обслуживания и при необходимости ремонта. Сама продажа качественного ножа от "Фуджи" символизирует установление с покупателем особых долгосрочных партнерских отношений. И этот по-хорошему старомодный подход производителя к клиенту тоже выделяет клинки Страны восходящего солнца из длинного ряда поварского инструмента зарубежных производителей.

Александр Марьянко, "Мир новостей" № 1 (835) от 22 дек. 2009 г.

藤次郎作



TOJIRO

www.tojiro.ru