

データ&トピックス

外食業界・消費者動向

アサヒ・キリン対決
 あおる仕掛けを随所に
 「JR博多シティ」の9〜10
 階の飲食店街「くうてん」でひ
 とくわ賑わっているのが「A&
 Kビア&フードステーション」
 (JR九州フードサービス)。
 ここでは激しいシェア争いを
 繰り広げるアサヒビールとキリ
 ンビールを飲み比べの対決モー
 ドを楽しめる珍しさが受けてい
 る。

ノトラットリア、パール、バー
 カ口：
 ・こんなに楽しい！イタリア食
 堂／食べて、笑って、しゃべっ
 て、飲んで：
 ・郷土の味が堪能できる店／北
 から南まで、本場仕込みの料理
 が続々登場！
 ・イタリア食堂 注目のお店ノ
 まだまだあります！
 ・イタリア食堂の新しいカタノ
 かな味わい

惣菜からパニノテカ、ビアディ
 ーニにブルスケツテリアまで！
 ・イタリア酒場／通りたくなる
 笑顔があふれる
 ・イタリア保存食レシピノワ
 インと相性ばっちり！アレソジ
 レシピつき！
 特集2／思い出の pasta レシピ
 ノイタリア・マンの味
 ・日曜日の家庭の味、マンマの
 味を再現
 ・北らしい素朴な味わいに癒さ
 れる
 ・修行先のシェフの教わった暖
 かな味わい

・自分の原点に還れるパスタ
 ・南ならではの素材使いを披露
 特集3／イタリアチーズの楽し
 み方／そのままでも、料理に使
 える
 ・イタリアチーズに学ぶ
 ・イタリアチーズ図鑑
 ・チーズとワインの親密なる関
 係
 料理王国(料理王国社) 6月
 号
 特集1／店をつくる、チームで
 つくる。独立&開業2011
 ・独立&開業 成功へ導く8つ
 の方法論／H・Y・イグレック

グループ 山口浩
 ・最新 独立&開業事例研究ノ
 「スウリル」湯澤貴博ノ「タラ
 ンテツラ・ダ・ルイジ」寺床雄
 ノ「イル ルオーゴ」デイ
 タケウチノ竹内啓二ノ「おが和」
 小川洋輔ノ「ラ・ノブティック」
 日高宣博ノ「ふくらすずめ」徳
 永武士、徳永方美ノ「さじゃ」
 池上ひさか
 ・震災後、それでもボクが独立
 を決めた理由ノ「シャントル」
 中田雄介
 ・地方から発信する新しいレス
 トランの形ノ「ル・ペリカン」
 ルーヂュノ上村真巳ノ「ドチリ
 タカサリノガ」岸純ノ「シエ
 ロ」坂東友也
 ・中古暖房機器探偵団ノ「ラ
 ブレー」山田恵
 ・夫婦で店を営むということ
 ・独立&開業、その後の歩みノ
 「ロンラント」ミノル ナキジ
 ノ「今帰仁実」ノ「ミツレフォー
 リエ」原郁人
 ・どうすればいいの？レストラ
 ンのロゴとショップカード
 あまから手帖(クリエテ関西
 社) 6月号
 特集1／三都の串もの
 焼きモノに揚げモノ。あの街
 のあの味。郷愁を誘う、串の魅
 力に迫ります。
 特集2／スペイン料理、深まる
 モダン・スパニッシュの最新情
 報から現地色豊かなバルまで。
 多彩なスペインをご紹介！

(第一章) 心にも富を貯えるための教え

残酷な人になるな

悲観的な人は残酷である(『渋沢栄一訓言集』一言集)

現代の言葉で言うと……

物事を悲観的に見る人は、実は他人に
 対して残酷になれる人である。

前に進めるのは楽観的な人のみ

悲観的になるということは、自己中心
 的になる、ということと同義です。

なぜなら、「もうダメだ」と絶望する
 と、人は、相手の気持ちを考える余裕な
 ど、どこかへ吹っ飛んでしまうからです。

たとえば仕事で大きな失敗をしたとき、
 自分が常に被害者である、と思いつま
 んでいる人は、実は他人に
 対して残酷になれる人である。

がちな人は、たとえ自分が加害者であつ
 たとしても、それを自覚することができ
 ません。

「また私が嫌な目に遭うのだ」としか
 思えず、「私も悪かつたかも……」とい
 う共感性が欠けています。

一方、楽観的な人は、心に余裕を持つ
 た人だ、と言えるでしょう。

「なんとかなる、なんとかしよう」と
 前向きに考えれば、おのずとまわりも見
 えてきて、他人の立場や気持ちにも気づ
 きつつ、進歩できるのです。

このように、心に余裕を持てる人だけ
 が、人に優しくなれるのです。
 (日経ビジネス人文庫より)

「日本資本主義の父」が教える黄金の知恵 渋沢栄一 訓言集

開業以来人気なのは、アサヒ
 のスーパードライとキリンのハ
 イネケンで提供している「氷点
 下ビール」だ。売り上げの2割
 夏本番に向け、アサヒビール
 とキリンビール両社の決着をA
 & Kで飲み干す顧客も増えそ
 うだ。

(日経MJ / 4月25日)

グルメ誌の特集紹介

食楽(徳間書店) 5月号
 特集1 / 気分はイタリア食堂

消費者味覚調査結果から

東日本大震災から2ヵ月半が過ぎ、飲食店には顧客が戻りつつ
 あります。夏に向けて、この勢いを加速するには、店舗に新たな
 魅力を加える努力が必要です。商品価格の見直しや清潔感を保つ
 クレジットの徹底や女性が集まってアルコールを楽しむ「女酒
 会(じょしゅかい)」などの販促策など、店の魅力を高める方法
 はたくさんあります。だが、飲食の魅力の根源は料理でしょう。
 今回はメニューを見直すヒントの一つとして、「日経レストラン」
 が実施した消費者味覚調査の結果を紹介します。

好むようになった味は？

旨味を生かす「酸味」が躍進

東日本大震災から2ヵ月半が過ぎ、飲食店には顧客が戻りつつ
 あります。夏に向けて、この勢いを加速するには、店舗に新たな
 魅力を加える努力が必要です。商品価格の見直しや清潔感を保つ
 クレジットの徹底や女性が集まってアルコールを楽しむ「女酒
 会(じょしゅかい)」などの販促策など、店の魅力を高める方法
 はたくさんあります。だが、飲食の魅力の根源は料理でしょう。
 今回はメニューを見直すヒントの一つとして、「日経レストラン」
 が実施した消費者味覚調査の結果を紹介します。

味は、辛味や酸味といったほか
 の味と組み合わせることでメリ
 ハリが付き、一層味が際立つ。
 そのため酸味を好む人が増えた
 のではないだろうか」と分析し
 ます。
 旨味を引き立たせる「パイプ
 レーヤー」としては昨年、「食ベ
 るラー油」に代表される辛味が

心と心をニュースで結ぶ

コヤマ新聞

THE KOYAMA SHINBUN

201年 6月 NO.77
 発行: 株式会社 コヤマカンパニー
 〒569-0803
 高槻市高槻町19番号
 tel : 0120-21-0852
 fax : 072-683-0087
 mail : web@koyama2525.co.jp

食ビジネス考

メニュー開
 発のコンサル
 ティングを手
 がける「キッ
 チンエヌ」の
 中村新社長は
 「今は世界的
 に旨味を楽し
 みたいという
 ニーズが高ま
 っている。旨

【表】消費者の味覚調査
 この一年で味の好みに変化はあったか

	より強い味を好むよう になった (%)	変わらない (%)	より弱い味を好むよう になった (%)
旨味	26.0	72.0	2.0
辛味	24.3	60.7	15.0
酸味	16.0	69.7	14.3
甘味	13.0	72.3	14.7
苦味	9.3	72.3	18.4
塩味	8.3	58.3	33.4
油味	3.7	50.3	46.0

た「味ぼんMILD」がけん引
 役になり、ぼん酢市場が拡大し
 ているといわれています。

さらに酸味人気の背景に、食
 文化の成熟をあげるのには、味香
 り戦略研究所ソリユーシヨンス
 ービス部の菅慎太郎部長です。
 「辛味は舌を傷つけるような強
 い刺激を与える味でクセになり
 やすい。酸味も刺激を伴うが、
 食物の腐敗を彷彿とさせること

があり、男性や子
 供には比較的嫌わ
 れやすい。食の経
 験が豊富でないと
 楽しめない。

一方、以前より人気が落ちた
 のは「油味」(46%)と「塩味」
 (33.4%)でした。昨年も同
 様の結果が出ており、食に関す
 る健康志向の高まりが、味の好
 みに強く影響していると考えら
 れます。性別や世代を問わず、
 よりヘルシーな味を求める傾向
 は今後も続くことでしょう。
 顧客のニーズをいち早く取り
 入れ、満足度を高めることは、
 市場環境が変わっても商いの原
 点であることに変わりはありません。
 飲食業界にかつてない逆
 風が吹いているからこそ、商売
 の基本に立ち返ることが必要な
 のではないでしょうか。
 (日経MJ / 日経レストラン
 寄稿) より抜粋)

福島酒の全国が応援 風評被害一転 人気V字回復

福島県産の日本酒の人氣が急回復しています。東京電力福島第一原子力発電所の事故による風評被害や物流中断の影響で、3月は売り上げが落ち込んだが、4月になって首都圏を中心に全国から注文が増えました。福島酒の酒を飲んで応援したい」という顧客が多いため、各酒造社は、4月の売り上げは昨年

「首都圏だけでなく、これまで取引がなかった地方も含め全国から注文が相次いでいる」と話します。

栄川酒造（磐梯町）も3月は前年比3割減だったが、4月は一転して好調。同社は「東北の酒を応援しよう」と、ここ1週間ぐらいて注文が増えた」と言います。

独自の義援金シールを貼り、売り上げの一部を大震災の被災者に贈ることも決めました。担当者は「注目されるのはありがたいこと。一過性のブームに終

わらせないようになりたい」と意気込みます。

福島県内の酒造業界には4月上旬まで、原発事故による風評被害の危機感が広がっていました。福島県酒造協同組合は、浜通り、中通り、会津の3つの地域から日本酒を1本ずつ選んで検査し、放射性物質がまったく検出されなかったことを公表するほどでした。

人気のV字回復について、酒卸大手の日本酒類販売（東京）は「被災した東北3県の地酒に、全国が注目している。これまで出

荷が少なかつた西日本でもキャンペーンが盛んになっている」と説明します。

原発事故は収束せず、多くの県民が避難したままで、県内消費は冷え込んでいます。末広酒造（会津若松市）は「県内の売り上げ減を、首都圏などの注文で補っている状況」と話します。福島県酒造組合は「出荷先が県内中心の酒造会社も多い。本格的な回復のためには、足元の復興が不可欠だ」と地元にも期待しています。

（「河北新報」より）

従業員教育の一つのヒント (28)

失敗にめげることなく前向きに考えること

失敗を糧にして次につなげることが出来る人と、失敗がトラウマになって前に進めない人の違いは、お分りの違いです。何をやってもうまくいく、全戦全勝はあり得ません。それは短期間は可能であつたとしても、いつかは難問にぶち当たります。

部下にも前向きにあれと常に言つてやり、自分もそうである上司は魅力的です。失敗は誰でもします。失敗は誰でも同じことでは反省をしても後悔はしない。の同じ失敗の繰り返しは、後悔をすることで、前向きに物事を考えられないからです。ただし、失敗でも同じことでは

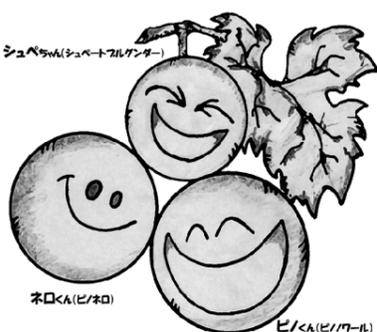
多く人が信頼する上司は、物事を前向きに考えています。ただし、上司も人間であり、それなりに悩みや失敗経験はあるものです。それを乗り越えてきているから信頼感があるのです。上司の立場として、部下に前向きに進めよう以上、自分も前向きでない前向きな姿勢があればこそ、部下がついてきます。

失敗が組織に与えた影響も語つてやる事ができる上司でありたい。そもそも部下が会社のルール違反でもしない限り、前向きで物事に向かった結果は、組織全体の将来を左右するような失敗とはなつていないのです。

幕末、海外列強が日本に開国を求めていた頃、江戸に遊学中の長岡藩の小林虎三郎は、自分の意見を藩に具申しました。チョツと前向きなことを述べただけで、国元での蟄居（ちつきよ）を申し付けられました。今の世の中、会社でどんな突出した前向きなことを言つても、そんなことには信頼する上司と言いましたが、なりません。

幕末、海外列強が日本に開国を求めていた頃、江戸に遊

ネロくん 今回はスペインの地中海側のワインだよ。



▷グロ・ノワリアン3兄弟

ネロくん カヴァアはフランスのシャンパーニュと同じ歴史ある方法で造られている爽やかなガスと香り、しつかりとした酸味も楽しめるスパークリングワインなんだ。味わいもキリツとした極辛口から甘口まで7段階に分かれているから気分に合わせて選んでね。

体にかベルネ・ソーヴィニオンやシラーなども一緒に混ぜて発酵させているものもあるんだ。

今月の新着ワイン

モンフェラン カヴァア プリュット レゼルバ 750ml 上代3000円 1750円（税別）

スペイン最古の歴史を誇るカヴァア・カー・モンフェラン。140年の伝統を受け継ぎ、今も最高級カヴァアを造り続けています。白のプリユット・レゼルバは、ピーチや洋なしのフルーティなアロマの中にレモンを思わせるわずかな苦みがアクセントになっています。

モンフェラン カヴァア ピノノアール ロゼ（辛口） 750ml 上代3000円 1750円（税別）

世界に冠たる日本酒

その六十八 ● 価格差のわけ

日本酒の瓶の中には、原料であるお米と、造る人の労力が入っています。つまり、お酒代とは、お米の材料費と蔵の人員費とお支払いするものであるといえます。

酒代は材料費と労力費 良心的な蔵を支えよう

ですので、単純に考えますと、高いお酒とは、価格も品質も共に高い米を使って、人の手でていねいに時間をかけて醸された高コストのお酒であるといえるでしょう。

酒造には、高精白のお米を使用することが条件のひとつです。精米歩合50%のお酒であれば、原料米を半分削つてから使用することになります。200kgのお米を用意したとしても、原料米して使

り際には、高精白のお米を使用することが条件のひとつです。精米歩合50%のお酒であれば、原料米を半分削つてから使用することになります。200kgのお米を用意したとしても、原料米して使

用する時には、100kgに減つてしまっています。それに対して、精米歩合70%の純米酒の場合、200kgのお米を精米したあとには、140kgのお米が残ります。大吟醸酒に比べると醸造量も多くなり、その分価格を落とすことに醸造アルコールを大量に添加して増量した商品を低価格帯の中に多く見かけることも残念ながら事実です。

良心的なお酒を造り続ける酒蔵を「飲み支える」「買い支える」ために、コストをかけて造られた良いものに対してはそれに見合った対価をお支払いするという姿勢が飲み手にも求められると思います。お酒の価値を正しく評価できる舌を磨きましょう。



ピノノアール100%の華やかな色合いが特徴のカヴァア。赤い果実やパッションフルーツのフルーティな味わいの中に、キャラメルのような優しい甘みと苦みが広がります。

※注文はフリーダイヤル0120・21・0852、株式会社コヤマカンパニーまでお電話でござい。