

データ&トピックス

●外食業界・消費者動向

「誰かに自慢」口コミ生む
自分流の創作パスタ店
パスタの麺やソース、具材を
すべて自分好みにアレンジ。イ
タリア料理店「ガストン・アン
ド・ギヤスパ」が静かな人気
を呼んでいる。

顧客の創作意欲をくすぐる、
組み合わせ2000種以上とい
う「パスタクリエイション」が
その中心で高評価を得ている。
パスタの麺はスパゲッティや
リングイネなど16種類。日替り
で16種類がメニューにのり、そ
こから好きな物を選んでいく。
7種類のソースのうち1種類、
魚介か肉を1種類、野菜を2種
類選べば、シェフが厨房で料理
してくれる。自分だけのパスタ
1280円。生パスタを使用し、
茹で時間はわずか30秒。最大で
も5分で提供できる。

他にサラダも創作できる「サ
ラダクリエイション」(880
円)も用意されている。肉か魚
1種類と4種類の野菜にソース
を選ぶ。

同店では自分の作品を携帯電
話のカメラで撮影する姿が目立
つ。ツイッターなどに投稿され
口コミ連鎖で新規顧客の開拓に
つながる。パスタクリエイショ
ンはポルトガルのFF店の調理

スタイル。次世代型外食店づく
りの挑戦が始まる。
中小飲食店の27%
受動喫煙策を実施
日本政策金融公庫の調査によ
ると、全国の中小飲食店で受動
喫煙の防止に取り組んでいるの
は約27%にとどまっている。

小規模店ではスペース上、分
離が難しいほか、喫煙者の利用
減少を懸念する声もあった。
一部の自治体では分煙を義務
付ける動きもあるが、中小店舗
への浸透は限定的となっている
ようだ。
2011年2月、全国201
1店の飲食店を対象に調査は実
施された(大手飲食店は含まな
い)。回答率は37・4%。
受動喫煙の防止に取り組まな

い理由は、「分煙はスペースの
関係で難しい」67・9%でトッ
プ。座席数が10席未満の小規模
店の対策実施率は20%以下で、
小さい店ほど低率だった。
業態別にみると、喫煙者が多
いと見られる酒場、ビアホール
・バー・スナックでは実施率が
1割にも満たない。
一方西洋料理店では60%、そ
ば・うどん店57・1%、喫茶店、
中華料理店が約40%だが、寿司

・日本料理店はラーメン店より
低い25%だった。
▽グルメ誌の特集紹介
▽dancyu/9月号
特集1..良心の居酒屋/居酒屋
も新世代台頭の時代へ
・若手5人衆の心意気
・居酒屋通いがやめられない10
の理由
・居酒屋「旅」のススめ
・続々登場する夏限定の日本酒
の魅力

(第三章) 規律を学ぶための教え

①自分の足で立って生きよ

およそ人は自主独立すべきものであ
る。すなわち自営自活の精神は、実
に同胞相愛の至情とともに、人生の
根本をなすものである。
(「渋沢栄一訓言集」 処事と接物)

現代の言葉で言うところ……

人は皆、自立して生きるべきである。
自立し、自活しようとする心こそが、人
への思いやりとともに、人生の基盤にな
るものなのだ。

弱者には「保護」より「自立の支援」
が必要だ

「人は誰も、自分の人生の主役である」
そう信じているのであれば、あなたは
主人公らしく自分の足で立つべきである。

他人があなたを主役の座へ引き上げてく
れるのを、求めるべきではありません。
それは他者に対しても同じことです。

「格差社会を正す」とか、「弱者にやさ
しい」という政治的スローガンは、実は
「弱者は常に弱者であり、敗者は常に敗
者である」という前提に立っています。

けれど、それが本当に正しいのでしょ
うか？本当にやさしいのでしょうか？

弱者や敗者だって、自分の人生を主役
として生きる、義務も権利も持っている
のです。

彼らを永遠に保護することより、彼ら
が自立できるような支援を行うべきです。
自立を助ける精神こそが、お互いを尊
重し、真心を持って向き合う心に他なら
ないのです。
(日経ビジネス人文庫より)

・日本料理店はラーメン店より
低い25%だった。
▽グルメ誌の特集紹介
▽dancyu/9月号
特集1..良心の居酒屋/居酒屋
も新世代台頭の時代へ
・若手5人衆の心意気
・居酒屋通いがやめられない10
の理由
・居酒屋「旅」のススめ
・続々登場する夏限定の日本酒
の魅力
▽料理王国/9月号
特集1..鶏料理エンタティメン
ト/鶏、鶏・鶏！
・シェフたちの情熱の鶏料理
・真打登場！鶏料理専門店
・世界の国の鶏料理
・今、のりにのってる！焼き鳥
屋10選
・焼き鳥×自然派ワイン新発見
・焼き鳥屋やろうよ！
・そこが知りたい！鶏のこと
・プロのための鶏部位図鑑完全
保存版/鶏部位マニアックス
・博多、鶏紀行
▽dancyu/10月号
特集..禁断の深夜/最強の朝メ
シ
夜中に食べるメシは禁断の美味
▽食楽/10月号
特集1..なごみの和食(秋編)
秋の味覚に癒されたい
特集2..料理と楽しむ日本のウ
イスキー
食中酒としての魅力を満喫！

サイトオープン記念 5%OFFキャンペーン!!

インターネットで、いつもの商品がご注文い
ただける「取引先業務店様専用WEB発注サイ
ト「コヤマ・net」」がオープンしました。
現在、オープン記念として、「5%OFFキ
ャンペーン」エントリーを受付中です。
エントリー期限の9月30日の時点で、「コヤ
マ・net」に会員登録されている取引先様は、
キャンペーン期間の10月1日から11月30日ま
での2ヵ月間、サイトで発注いただき、期間中に
納品した商品は、5%キャッシュバックさせて
いただきます。



画面で、コヤマカンパニーの取
扱商品が検索でき、特売商品や

おすすめ商品もチェックできま
す。
「コヤマ・net」は携帯電
話やスマートフォンでもご利用
可能です。
いつでも、どこでもご注文い
ただけますので、在庫を確認し
ながらでも注文できます。
ただし、パケット通信料が発
生しますので、携帯電話の料金
体系を定額制プランへ切り替え
られることをおすすめします。
また、携帯電話には対象機種な
どの制限があります。
「コヤマ・net」の会員登録
方法など詳細についてはフリ
ーダイヤル0120・21・0
852、株式会社コヤマカンパ
ニーまでお問い合わせください。

心と心をニュースで結ぶ

コヤマ新聞

THE KOYAMA SHINBUN

2011年 9 月 No.80
発行: 株式会社 コヤマカンパニー
〒569-0803
高槻市高槻町1番 号
tel :0120-21-0852
fax :072-683-0087
mail:web@koyama2525.co.jp

今すぐ会員登録ください
ご利用は無料です!
エントリー(会員登録期限9月30日(金))
キャンペーン期間10月1日(土)~11月30日(水)

原点回帰／ワイン&日本酒 プロのおもてなしを提案

コヤマカンパニーでは
こだわりの食中酒、ワイ
ンと日本酒に焦点を絞り、ま
りブリスを構えます。
お店の料理に合う品揃え、
提供方法のご提案をさせ
ていただくための恒例の
催し、「2011秋 原
点回帰／ワイン&日本酒
プロのおもてなし」をつ
ぎのとおり開催します。
開催日 10月18日(火)
時間 13時~17時
会場 西武高槻店6階
多目的ホール
ワインでは今回も旨安
ワインを世界各地より集
めました。名だたるイン
ポーター14社が一堂に集
まりブリスを構えます。
プロと直接対話いただけ
る絶好のチャンスです。
日本酒では、4軒の実
力派蔵元が出席、ほかに
も20種類ほどの極上純米
酒をご用意いたします。
ワインと日本酒の即売会
やノンアルコール飲料の
ご提案もあります。
お問い合わせはフリー
ダイヤル0120・21
・0852、株式会社コ
ヤマカンパニーへ。

裏切らず、逃げないことが信頼へとつながる

従業員教育の一つのヒント (30)

部下を信頼する
と、自然と部下か
らも信頼感を持た
れます。そして、
信頼している相手
には、自分のでき
ていないところや
欠点を素直に伝え
ることができます。
「悪気がないん
だけれど、決める
のに時間がかかる
んだよ」「新しい
ことにチョッと抵
抗してしまう癖が
あるんだ」など。
しかし、信頼を勝ち取ろう
とする恣意的なものではなく、
自然に自分をさらけ出すこと

です。それは、自分が部下を
信頼している証拠です。
間違っていたら、格好をつ
けていないで、さっさと謝る。
完璧な上司などいるはずがな
いから、正直であればよいの
です。
人は自分が信頼されている
と思えば、相手を信頼するも
のです。異性から好かれてい
れば、それを知ってからその
異性を好きになることなどよ
くあることで、人間の真理そ
のものです。
リーダーは決して裏切らな
いと逃げないということをし
部下が知っていれば、部下か
ら信頼されます。信頼できる
からこそ、自分がついて行き

たいと思うのです。信頼感が
高いからこそ、高いリーダー
シップにつながるのです。
一回でも裏切るとか逃げる
とかすると、次からは部下が
不信感を持つのはお分りと思
います。この人について行っ
て大丈夫かと不信感が少しし
もあると、部下はそれをいつ
も心配するものです。こうな
らないように、自分が言った
ことをキチンとやり、逃げな
いことです。
信頼とは、積み木のような
ものだと思います。積み上げ
るには時間がかかり、崩れる
ときは一瞬です。
普段は部下の話を聞いてや
ってアドバイスをたくさん与

えていても、上司の都合で「え
っ、そんなこと指示していな
い」「君の責任だよ」とやれ
ば、その瞬間に積み木は崩れ
てしまいます。普段はそうで
なくとも、困ったときにポロ
ッとするものです。
信頼感は自然に降ってくる
ものではなく、自分が努力し
て積み上げるものであり、自
分のものとして勝ち取ってい
くものです。
リーダーとは、自分の発言
行動に責任を持つことが大切
であり、部下の失敗はリーダ
ーが責任を取るという心構え
が必要です。
(S・J)

好調店、秘密は「お客との絆」

有事の際「気になる」店か？

東日本大震災の発生や焼き肉
チェーンによる集団食中毒事件
などが飲食店経営を揺さぶって
います。「日経レストラン」が
実施した飲食店景気調査による
と、2011年1～5月の売上
高DI（売り上げが「増加」と
答えた店の割合から「減少」と
答えた店の割合を引いた値）は
マイナス36・2。前年より約15
ポイント低下し、リーマン・シ
ョック後の2009年とほぼ同
じ水準に逆戻りしました。

客とのコミュニケーションに積
極的で、強い絆をつくり上げる
ことに力を注いでいる店ほど好
業績を維持しているという点で
す。

有事の際、店にとって頼りに
なるのは「せっかく行くならこ
の店」と、自店を選んでくれる
常連客の存在です。「固定客を
日ごろからガッチリとつかんで
いるか否かが、震災のようなこ
とが起きたときも、業績の分け
目になる」（鮫島誠一郎いちよ
し経済研究所主任研究員）と言
います。そのことが調査結果に
も表れました。

また、客単価別の業績を見る
と、4000円以上の店は40
00円以下の低価格店に比べ売
上高DIのマイナス幅が小さい
です。同様に66平方メートル未
満の小さな店は大型店よりマイ
ナス幅が小さい。

飲食店にと
って今年下半
期の巻き返し
は必須ですが、
ではどうすれ
ばお客を呼び、
売り上げを増
やせるのか。
今回の調査か
ら浮かび上が
ったのは、お

うになった」が2位にあがりま
した。
震災以降、東北の被災地はも
ちろん首都圏の人々も地震の恐
怖が生々しいだけに、帰宅前に
低価格の店で「一杯引っかけ
て帰る」という人は減り、帰宅が
早まりました。一方で高価格帯
の店は一般的に固定客で成り立
っている部分が大きいものです。
震災前から消費者の選択眼は
厳しくなり、ハレの日だけ飲食
店に行く傾向は強まっている。
そのため、余計に高価格帯の店

質の良い純米酒を適量、栄
養のバランスの良い酒肴と合
わせてゆったり飲んだ場合、
二日酔いに悩まされるといっ
たことは、まずは、ないはず
です。

さらに、
お燗酒で穏や
かな酔いを愉
しむ、あるい
はお酒の合間
に適量のお水（「和らぎ水」
と呼ばれるています）を飲む
といった工夫で、翌朝の酔い
覚めは、ぐっと爽やかなもの
になります。



広がるツイッターの活用

世界に冠たる日本酒

その七十二 ● 日本酒は二日酔いする？

二日酔いするかどうかは、
どんな種類のどんな酒であれ、
飲む量と飲み
方と飲む相手
とに関わって
いることかと
思います。
とはいえ、
焼酎や泡盛、ウイスキーのよ
うな「蒸留酒」は、酔い方も
ストレートですが、その分、
酔い覚めが早く、ワインや日
本酒のようにじんわりと酔っ
ていく「醸造酒」とでは、体内

悪評の元凶は低廉酒に 適度の和らぎ水も有効

ただし、日本酒は悪酔いす
る、二日酔いが重いという「
悪評」は、醸造アルコール（お
よび醸造用糖類）を大量に添
加して増量した低コストの日
本酒が原因である場合も多い

が選ばれる結果になったのでは
ないか」と鮫島氏は分析します。
小規模店も固定客が売り上げに
占める割合は大きい。
震災以降、自分と関わる人と
の絆を再確認したいという心理
が消費者の間に広まっています。
狭い店ほどお客との物理的距離
が近く、コミュニケーションが
しやすい。こうしたことも調査
結果からうかがえます。
業績好評な店が「効果があつ
た売り上げ対策」として挙げて
いる項目からも、「店を知って
もらう」「お客とのコミュニケ
ーションを深める」などの努力
が有効なことが読み取れます。
昨年は、売り上げ対策として
「接客サービスの強化」と「メ
ニュー構成の見直し」が同率1
位でした。「接客サービス」は
今年も1位を維持しましたが、
2位には「HPやブログの作成
・掲載」が浮上しました。「メ
ニュー構成の見直し」は4位に
後退しました。また、「ツイッ
ター活用」は、昨年14位だった
のが10位まで順位を上げました。
ツイッターはスマートフォン
の普及と、震災時の緊急連絡に
役立ったことなどから、昨年よ
り認知度が高まりました。イベ
ントを開催してツイッターで告
知するといった従来のやり方だ
けでなく、より戦略的な使い方
を模索する店が増えています。
沖縄県のある飲食店では「雑
誌などに店舗が紹介されるタイ
ミングでツイッターに新商品を
掲載する」手法で成果を上げて
います。

接客はもちろん、ブログやツ
witterで店をより知ってもら
うなど、自ら積極的にお客に近
づく「接近戦」が、外食低迷時
代を勝ち抜く有効策といえそう
です。

（日経MJ「日経レストラン
寄稿」より）

特選 空き店舗 情報

8月20日現在

このコーナーは新しいオ
ーナーを待つ空き店舗に
ついてのお知らせです。
あなたの夢をかなえてく
れるのにぴったりのお店
がみつければいいですね。

☆

高槻市城北町2丁目
ピュアフレンドリービル
3階（301号）
約8坪
カウンター9席
ボックス8席

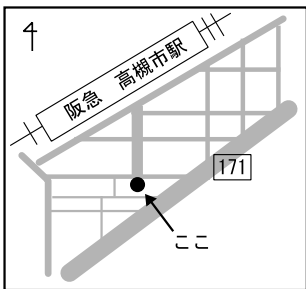
3階（302号）
約6坪
カウンター7席
ボックス7席

4階（402号）
約6坪
カウンター7席
ボックス7席

各室とも家賃、共益費、保
証金などについてはご相談
に応じます。まずはお問い
合わせください。

ピュアフレンドリービル
は阪急高槻市駅南へ徒歩1
分という至近距離にある5
階建てのレジヤールビルです。
空き店舗は3階の2室と4
階の1室。

内装・設備とも完備してお
り、スナック・ラウンジと
して、いますぐにでも営業
できます。カウンター席、
ボックス席、室内トイレが
あります。独立して開店し
たいと思われる方にはうっ
てつけの物件です。



なお、株式会社コヤマカ
ンパニーでは、ここにお届
けたピュアフレンドリー
ビルのほかにも、今からす
ぐにでも営業できる空き店
舗の情報を多数管理してお
ります。スナック・ラウン
ジに限らず、お店の開店を
考えておられる方はお問い
合わせください。