

データ&トピックス

●外食業界・消費者動向

料理、自由にカスタマイズで
人件費抑え、客も満足

料理の量、味、食材、ドリン
クの調剤加減など、これまで店
任せにしていた部分をお客が自
分好みにカスタマイズできるメ
ニューが人気を集めている。

東京・六本木の「ガストン&
ギヤスパ」はお客が自分だけ
のオリジナルパスタやサラダを
作ってもらえる店だ。

15種類の生パスタをライナッ
プし、そのうち6種類を毎日用
意。ソースはトマト、ジェノバ、
和風などの7種類から、具材も
30種類超ある中から肉か魚介類
から1種類、野菜2種類選べる。
その組み合わせは合計218万
通りになる。

選び方が解らない方のため店
側がお薦めの組み合わせで作っ
たパスタも用意しているが、3
〜4割はカスタマイズを注文す
る。

130㎡・65席の店に昼は1
00〜150人、夜は60人が来
店。月商は1100万円。

消費者のお金を払う以上「失
敗したくない」「自分好みにし
たい」との考えと、お店の人件
費を抑え、顧客満足が実現でき
るメリットが合致して、カスタ
マイズ方式は一段と増えそうで

ある。

(日経MJより)

「グルメ誌の特集紹介」

▽食案／3月号

特集1…東京 小さな繁盛店／
「誰にも教えたくない店」ばか
り集めました！

- ・常連になりたい小さなお店
毎日でも通いたいのはこのな
店
- ・バル系
小さいながらも楽しみ方無限
大
- ・ビストロ・食堂系
ガッツリ料理や創意工夫が光
る料理に舌鼓
- ・居酒屋・割烹系
酒よし、肴よし、でも一番の
ご馳走は人情

- ・東京EASTエリア
スカイツリーがなくても繁盛
間違いないの名店／江戸川区
エリア／足立区エリア／江東
区、墨田区エリア
- ・異国情緒系
エキゾチックな雰囲気誘わ
れる
- ・小さな惣業店
家飲みも充実、近くに引越
したいほど魅力的
- 特集2…イタリア必食の一皿

- ・パスタ
絶品のソースと絡んだパスタ
は、口に運ぶたびに幸せにな
れます
- ・肉料理
ガツンと食べごたえのある炭
火焼や煮込みを存分に堪能
- ・魚介料理
日本の海でとれた旬の魚介を
伝統の手法でいただく至福
- ・ピッツァ
高温の窯で一気に焼き上げら
れたイタリアのソウルフード

▽料理通信／3月号

特集2…温かい酒と冬のつまみ
この冬、温かくして飲むお酒が
ブームの兆しを見せています
日本酒や焼酎だけでなく、ワイ
ン、ウイスキー、ビールまで温
めて飲むのが今年の新動向。簡
単に「温めて」、おいしく「飲
む」には少々のコツを知ってお
いた方がよさそうです

「温めて飲む」ためのワンポイ
ントレッスンと、合わせて愉し
みたいつまみの作り方を紹介し
ます

▽dancyu／4月号

特集1…日本酒
無人島に持って行きたい一本は
どれですか？／一生飲み続けたい
究極の一本の探し方／困った
ときの日本酒の選び方ノウハウ
が満載！／この一冊で楽しみ方
すべてが分かります

特集2…寿司屋のおつまみ

特集3…気仙沼のフカヒレ復活

「日本資本主義の父」が教える黄金の知恵 渋沢栄一 訓言集

(第六章) 幸せになるための教え

信と義は表裏一体である

てはなりません。

信には義が伴わねばならず、
義には信が伴わねばならない

信と義とは、人が正しく道を進もうと
するときの、車の両輪のようなものなの
です。

現代の言葉で言うところ…
自分の信念を通すには、人への仁義を
持たねばならず、仁義を尽くすには、信
念がなければできない。

それでも人は、ときに信義を見失いま
す。ましてや幼い子どもであれば、なお
さらです。

嘘と利己心があつては
信義は成り立たない

やっていないことを「やった」と言っ
たり、してしまったことを「やっていな
い」と言ったり。

「人」が「言う」と書いて「信」。
「王」を「我」が支えているのが「義」。
つまり、信とは本来、人の言葉に寄せ
るもので、そこに嘘があつてはいけませ
ん。また、義とは他の人間を支え、尽く
すもので、そこに利己的な気持ちがあつ

幼い心に、こんな悪知恵が育たないよ
う、嘘をつかないこと、約束を守ること
など、信義の意味をきちんと教えましょ
う。

(了)
(日経ビジネス人文庫より)

「嗜好性の時代」がやってきた

今年の飲食マーケットは、ますます顧客の求め
るものが複雑になり、その性向も変化すること
でしょう。商品やサービスのブラッシュアップ

はもちろんですが、顧客の来店動機に合った業
態開発やターゲットのセグメント化が求められ
ます。

顧客の来店動機は複雑だ

一等地よりも住宅街の店に客
が溢れたり、同じエリアや通り
でも勝ち負けがハッキリする時
代。飲食マーケットは、実に複
雑で分かりにくい時代になりま
した。「価格の時代」から「価
値の時代」へ、「価格を超える
価値の時代」、そして今は「顧
客価値を徹底追求する時代」に
移りました。

しかし、「顧客にとっての本
当の価値とは何なのか？」を突
き詰めていく必要があります。
あなたが居酒屋経営者だとし
ましょう。Aさんは「じっくり



と日本酒を味
わいたい」と
いう動機をも
って来店しま
す。Bさんは
「元氣なサー
ビスを求めて、
気分を鼓舞し
たい」、Cさ
んは「ハシゴ
してきた後だ

これからの料理人は高みにいて技に溺れてはいけない
顧客と共に「飲食の道」を追求することが肝要である

からメのビールと軽い食事をし
たい」という動機で来店。あな
たは、この3人に同じメニュー
を勧め、同じサービスをしてい
るのが現状でしょう。

しかし、ライフスタイルやマ
インドが多様化している今の外
食客の来店動機は複雑です。そ
れに応えた業態づくり、メニ
ューの絞り込みを行わなければな
りません。

顧客性向をカテゴリー化

その顧客の来店動機、顧客性
向をカテゴリー化してみました。
一つは「機能性」です。来店
動機はハッキリしています。晩
酌だったり、夜食だったり、デ
ートだったり、あるいは接待だ
ったり、と。これまでの顧客性
向分析は主にこれに基づいてい
ました。しかし、今はこれに「
コミュニケーション性」「メッ
セージ性」「嗜好性」というカ

テゴリーが加わってきました。
「コミュニケーション性」
とは、店と顧客、顧客と顧客の
絆やつながりを大切に考える顧
客性向のことです。ソーシャル
ネットワーキングの発達ととも
に広がり、昨年の3・11震災で
より深まったと言えます。「地
バル」や「クラフトビール」業
態はこれにあたります。

嗜好性求める顧客と共に

そして、これから重要になっ

ただ、これからの職人、料理
人は高みにいて、自分の技に溺
れていてはいけません。今や顧
客もプロ化していることを忘れ
てはいけません。「嗜好性」を
求める顧客のところに降りて、
顧客とともに「飲食の道」を追
求することが肝要でしょう。
価格もカジュアルであること
に越したことはありません。食
材ではなく、技でその隘路を突
き抜けるべきです。このカジュ
アルゾーンの「嗜好性」のマー
ケットは、まだまだ開拓の余地
が大きいでしょう。
(「フードスタジアム」より)

一口メモ

おもてなし



▼「もてなし（持て成し）」とは、心から歓迎する気持ちを含めて、相手の立場に立って心温まる応対をすること。『源氏物語』や『平家物語』に登場するほど、古くからある言葉です。

「世の例にもなりぬべき御持て成しなり」（源氏物語）。「御引出物をたまはって持て成しされ給ひしありさま」（平家物語）

▼東日本大震災の影響で観光客が大幅に落ち込んだ青森県の観光関係者が昨年4月、青森デステイネーションキャンペーンにあわせて「おもてなし宣言」を発表。「観光客に奉仕する心意気」を全国にアピールしました。

▼これより先にも、平成遷都1300年記念事業に向けて「もてなし宣言」を出した奈良県、信州デステイネーションキャンペーンで「観光おもてなし宣言」を発表した長野県、「茶のくに八女のおもてなし宣言」の福岡県八女市――などがあります。

▼「おもてなし」は相互関係から生まれます。もてなされる人の満足は、もてなす側にも喜びをもたらします。観光というジャンルを飛び越して、社会生活のあらゆる場面で、円滑な人間関係や魅力ある環境を創出するキーワードとして見直されています。

（S M B C 経営懇話会「より」

高い行動力を持ち、諦めずにやり遂げること

従業員教育の一つのヒント (35)

行動力があるリーダーに、部下はついて行きたいと思っています。そもそも、人を動かすのだから、言っているだけではなく、行動が伴ってこそリーダーです。考えつくこと、言うこと、決めること、行動すること、行動して成果を出すことは、流れではありますが、個々はそれぞれ全然違うことです。

「これはいけそうだ」「いいアイデアかもしれない」というのは、チョッと考えの回る人なら多くの人が発想します。たとえば、その発想に「10人のうち9人」がよいと賛同し、「やってみよう」と6人

が決め、「決めた3人」が行動し、「やっと1人だけ」が成果を出すという具合ではないでしょうか。社内では賛同者が多かったという理由で自分も賛同しても、実際の決断になると腰が引ける人もたくさんいます。「決断しても実行しないのなら、猫でもできる」。実行するた

め、決めた3人」が行動し、「やっと1人だけ」が成果を出すという具合ではないでしょうか。社内では賛同者が多かったという理由で自分も賛同しても、実際の決断になると腰が引ける人もたくさんいます。「決断しても実行しないのなら、猫でもできる」。実行するた

高い原価率でも利益は確保出来る

お得感のある料理やドリンクで集客し低原価率の商品の売り込みにも努める

「利益を出すためには、料理とドリンクの原価率を30%前後に抑えなければならぬ」――そんな飲食店経営の金科玉条とも言えるべき経験則が揺らぎ始めています。

原価率を40%前後まで高め、コストパフォーマンスの良さをアピールして人気を集める店が増えているのです。

40%近い高い原価率を導入している店は通常、一部の料理やドリンクの原価率を特に高く設定する一方で、それ以外の商品で原価を抑えています。

看板料理の原価率は最大で55%だが……

たとえば茨城県ひたちなか市の「串とんぼ勝田店」の場合、看板料理の「豪華刺身3点盛」（1659円）の原価率は最大で55%です。一方、刺身と並ぶ料理の柱である「串揚げ」の原価率は20%以下です。

原価率を30%前後に抑さえなければならぬという飲食店経営の計数は大切です。しかし、その計数に一律に固執してはい

けません。原価率を上げると言っても、売上を上げれば固定費率が下がり、結果的に最終的な利益は残ると言うやり方もあるのです。

要は売上高を増やし固定費の率を下げる

高い原価率を設定しているお店は、お得感のある料理やドリンクを集客の武器にして、客席の回転数を高め、利益率を確保しています。

費や家賃といった固定費の売上比率を下げ、利益を高めようという作戦です。それだけでなく、顧客満足度を高めることで固定客比率が高まり、広告・販促費の節減にもなります。

ワイン居酒屋の「VINOC ITY magis（ヴィノシテイ マジス）」の原価率は、フォアグラソテーが60%、生ハムが55%など全体で40%。約60㎡の広さで売上を月680万円に伸ばし、利益率も27%を達成しました。人件比率は21%、家賃は4%弱です。

高い原価率を設定する場合、お客が高原価率の商品だけ注文し、低原価率の商品を注文してくれないと収益は圧迫されます。そうならないように、原価率の高低をバランスよく組み合わせるなどの工夫は必須です。

その点、「串とんぼ勝田店」のように、意図的に戦略商品の原価率を高くして、一方で原価率の非常に低い商品の売り込みも欠かさない、結果的に総合の粗利ミックスで利益を確保するという方法は積極的に研究するべきでしょう。

小売業の販売技術は飲食業でも応用可能

スーパーマーケットなどの小売店では、特売商品で安さを強調する一方で、中目玉商品や定番商品の売り込みで、やはり利益を確保しています。

小売業でやっている販売技術は飲食業でも応用が可能です。メニューの単品原価をきちんと把握していない飲食店も多いようですが、ざっくりでもよいので原価表を作成し、販売数とにらみ合わせて、粗利ミックスを検討してみるとよいでしょう。

（「フードスタジアム」より）

世界に冠たる日本酒

その七十七 ● 燗に向く酒と冷やに向く酒

日本酒の味や香りは、40種類以上とも言われる香成分の複雑多岐なバランスによってつくられています。そのため、酒のタイプによっても適温が違くとされますが、一概には言えません。

たとえば、吟醸タイプの酒は冷やして飲むとおいしいというイメージがあるようですが、必ずしもそうではありません。吟醸酒でも、10度C以下で1年以上熟成させれば、ぬるめの燗をつけてもフルーティーなリンゴ香が、少しも変わらないほど安定した酒になるものもあります。実際、純米吟醸酒などでぬる燗をすることをする店もあります。ただ、フルーツ系のフレッ

吟醸生酒は冷やが無難 温度帯広い濃醇タイプ

シユな香りを楽しむタイプの酒は、温めるとアルコールが立つてしまい、味わいを悪くするものが多いですから、吟醸酒や生酒などは、冷やで飲むのが無難ということです。

とくに、大吟醸に多いフルーティーで、しかもシャープなタイプの酒は、冷やで飲むのに適しています。また、人の味覚は低温では甘みをあまり感じなくなるので、酸味をより強く感じるようになります。その分、吟醸酒ならではのフレッシュさを味わいやすいと

いうことでもあるのでしよう。しかし、ひと口に冷やといっても、冷やし加減で10度Cくらいの温度差がありますから、それぞれの酒に合った温度をみつける必要があります。一般に、日本酒は温度を高くするほど舌触りが滑らかになり、甘み、酸味、苦みなどのバランスがよくなって、よ

り旨みを増すとされます。ただし、燗に向いているのは、もともと旨みや酸味の強い濃醇タイプの酒で、奥行きのある味でこくのしっかりとした酒質のものなら、常温でも旨みが際立ちます。山廃造りなどの生酛系酒母で造る酒は、もともと燗をし

燗に向く酒と言われます。ただし、現在では山廃吟醸など、生酛系の酒でも香りを重視した造り方をしていて、場合が多いです。そういう酒は温度が高いと香りのボリューム感が強調されすぎることがあるので、通常の燗よりも低めにした方がよいといえます。

反対に、旨み成分の少ない淡麗タイプの酒は、燗をすると水っぽくなってしまい、アルコールが舌を刺激するような傾向が強いといえます。

純米酒や質のよい本醸造酒には、香味のバランスがとれていて、しかも安定しているものが比較的多く、その場合は、冷や、常温、燗のどの温度帯にも合います。また、熟成の進んだ古酒の場合も、燗にも冷やにも向くオールマイティータイプのものが多いようです。

（参考・日本酒百味百題）