

データ&トピックス

外食業界・消費者動向

食べ歩き・飲み歩きイベント
利益よりリピート客を狙え
飲食店が元気をなくす中、自
分の店だけ努力しても集客には
限界がある。「地域ぐるみ」で
お客を集める意識が高まっている。
昨年11月8～9日、東京・

上野の仲町通りと春日通り周辺
で「食べナイト飲まナイト」と
いう食べ歩きイベントが行われ
た。飲食店50店が参加し、特別
メニューを提供した。

イベントの仕組みは、700
円の手ケット5枚綴りで350
0円(当日券4000円)。参
加店で1枚渡せばドリンク1杯
+おつまみセットが楽しめる。
参加店は回収した手ケットを実
行委員会に持ち込み額面と同じ
金額を受け取る。

手ケットの販売実績は第1回
(5月)で1500冊、第2回
(11月)は2250冊だった。
事務局から「原価700円ぐ
らいのものを出して欲しい」と
の要望があり、原価率100%
が目安となった。イベント後の
リピートにつながるには料理以
外の工夫も必要。イベント中に
通常のメニューを紹介したり、
余った手ケットを渡せば通常の
メニューのディナーセットを半
額で提供するクーポンを渡した

りした店もあった。
食べ歩きイベントを成功させ
るカギは街の飲食店が一丸とな
って街にお客を呼び込むこと。
その一点に成否がかかっている。
(日経MJより)

異業種連携で立地条件克服
大阪・福島の和風カフェ
立地が悪く、自力ではなか
か新規客を開拓できない
解決の一つとして「異業種との
連携」という策がある。
大阪・福島の和風カフェ「M
amezo & Cafe」は立地
が悪く、施設内の4つの飲食店
が閉店したという環境下で、3

年以上売り上げを伸ばしてきた。
この店が取り組んでいるのが近
所の美容室やスポーツジムなど
異業種との協力関係づくり。初
めは協力店に100円割り引き
クーポンを置かせてもらう代り
に協力店のチラシを店に置くと
いうシンプルなもの。そこから、
女性向けのサービスを手がけな
がら、自店に十分な接客スベ

その1

良工は、その木を屈せずして厦を構う(「遍照發揮性靈集」)
優れた大工は、真つ直ぐな木は曲げずに、
適材を適所に使つて大きな建物を建てる。

日本一の宮大工として有名だった西
岡常一さんが、かつて、こんな話をし
ておられました。

「奈良の法隆寺は檜づくりで、世界
最古の木造建築物です。聖徳太子が法
隆寺をお建てになったのは六〇七年で
すから、もう千四百年くらいたつてい
るのに、いまだにびくともしません。
同じ檜づくりでも、日光東照宮は一六
一七年の建物です。建築後また四百年
ばかりなのに、何年か前、大修理をし
ました。

同じ檜づくりの建物なのに、どうし
て東照宮より千年も古い時代の建物が
しつかりしているのか調べてみました。
すると、東照宮の柱は真つ直ぐな檜
の、しかも節のないところばかりを使
つて、ぜいたくにつくつてありました。
それにくらべて法隆寺の柱は、山から

切り出してきたそのままの、節だらけ
の木を使つてあつたのです」
木には節があります。節があるから
こそ、そこから枝が出て葉が茂り、木
は大きく生長します。その節を生かし
て使うか使わないかで、千年も耐久力
が違つてきたのです。
空海さんは十五歳のときに、はじめ
て奈良の都へ上られました。おそらく
法隆寺へもお参りしたことでしょう。
そのときの法隆寺は建築後百八十年た
つていましたが、お上りさんの空海さ
んは、その壮大な建物に目をむいて驚
かれたことでしょう。そしてきつと、
こんな見事なお堂をお建てになった聖
徳太子に、深い畏敬の念を抱かれたに
違いありません。

「良工(優れた大工)が材木を使う
とき、真つ直ぐな木は曲げずに、真つ
直ぐな特長を生かして、その木が必要
な場所に使います。曲がつた木は無理
に伸ばさずに、曲がつた木のままで、
その木の性質を生かして、棟とか梁と
か、その木を必要とする場所に使つて
厦(大きな家)を建てるのです」
この文章をお書きになっているとき、
空海さんの胸中には、若き日の、はじ
めて上京して壮大な法隆寺の伽藍を仰
ぎ見たときの感激が、再びよみがえつ
ていたことでしょう。
いま、この項を書いている和尚の胸
には、なるほど、木の幹から枝が伸びるた
めには、まず節という土台をつくる。
そこから枝の芽が出てくる。したがつ
て節の多い幹ほど、土台がしつかりし
ているから強いのか! そうすると、
人間にも苦勞という節が必要か!
と、法隆寺の柱に感心しているので
(中経文庫より)

飲食店のサービスについては、これ
まで様々なセオリーが語られてきた
が、「これがすべて!」というもの

はない。サービスは一元的なもので
はなく、飲食店によって様々な力テ
ゴリーがあつたほうが楽しい。

飲食店の「サービス」は多角化していい!!

業態によって様々

飲食店のサービスといっても、
老舗料亭、高級レストランから
カジュアルダイニング、ファミ
リレストラン、ファストフー
ド、バル、居酒屋、大衆酒場な
ど業種業態によってそのレベ
ルもあり方も様々です。

老舗料亭の女将のおもてなし、
ホテルレストランのギャルソン
の洗練されたサービス、FR・F
Fチェーン店のマニュアル、ゲ
ローバルダイニング系のフレ
ンドリーなサービス、それを磨き
上げた「サービスの神様」HU
GEの新川義弘氏のサービス、

酒場の一見客には冷淡な接客な
ど……。

これは多様化というより、業
態コンセプトや店主の理念によ
つて次元の異なる「サービス」
の多角化というべきでしょう。
それだけ日本の飲食店のレベル
が成熟しているということでも
あります。

顧客の嗜好による

料理と同様、サービスも顧客
側の嗜好によって選ばれる時代
です。一元的に「これが一番」
というサービスを求めることに
意味があるのでしょうか。それ
よりも、多角化しているサービ

ることはありません。個人的に
はそうした距離感が好きです。
入店時と注文時、退店時にス
タッフ一同が大きな声をかける
居酒屋甲子園系のサービスも、
元気をもらいたいときにはいい
かも知れません。注文時に客の
前でひざまづく黒服系のサービ
スを好きな顧客もいるでしょう。
ただ、過剰なパフォーマンス
は好き嫌いがはっきり分れるの
も事実です。やはり、自然に居
心地よさをもたらせてくれる空
気になるようなサービスがあり
がたいものです。

一つのサービス例

神楽坂の本多横丁に2月1日
オープンした「チャコールダイ
ニング927(キズナ)」の深
澤マネージャーはキャバクラ経
営を経て、四谷でガールズバー
をやりながら、「料理をきちん

と出す店」をやりたいと、炭火
焼のダイニングを出しました。
料理人は京都で割烹修業もし
た深澤さんの仲間。私は黒服系
飲食店は料理二の次というイメ
ージを抱いていましたが、深澤
さん曰く「女の子はしゃべるけ
ど、料理はしゃべらない。食材
に手を抜かないでやっていきな
い」。黒服で鍛えたトーク、サ
ービスと料理が妙にマッチング
して楽しかったです。

逆に、先日訪ねた大衆酒場の
メツカ、葛飾立石の立ち飲み串
揚げ屋では、店に入るなり、い
きなり「ハイ、こつちへ!」と
席を決められました。抵抗でき
ない威圧感があります。近くの
客が「灰皿は?」と聞いたたら、
「下っ!」と一言。みんな灰や
吸殻を足下に捨てていました。
客のほとんどは常連客。一見客
には分からない「店の掟」があ
つて、常連客にとってはそれを
楽しむのがルールなのでしょ
う。こうした大衆酒場のサービ
スは常連命、顧客に「常連にな
りたい」という気持ちを抱かせら
れたら勝ちなのです。これもあ
る意味、高度なサービスと言え
るかも知れません。
(フードスタジアムより)

心と心をニュースで結ぶ

コヤマ新聞

THE KOYAMA SHINBUN

2012年 4月 NO.87

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

カシータのサ
プライズサー
ビス、居酒屋
甲子園系飲食
店の熱血パフ
オーマンスサ
ービス、ディ
スコ・キャバ
クラなど黒服
出身者系のサ
ービス、大衆

サービスが多角化するの
飲食店のレベルの高度化だ

写真は高野山の雪解け水が入った容器を前に祈る飛鷹住職（左）と太田社長（右）



従業員教育の一つのヒント (36)

リーダーは前向きな取り組みをすべきです。ちよっとしたことを「やってみる」ものではなく、大きな出費やリスクを伴わない、ちよっとした工夫や改善なら、躊躇せずに行ってみることは可能です。大きな組織変更をしたり、部署の方針変更をしたりするには、それなりの社内手続きを踏む必要があり、準備や時間もかかるものです。そういうものはなく、部下から「こうすればどうでしょうか」という小さな提案があれば、それをすぐに実行することです。また、自分で気がついた小さなことがあれば、部下と相談してみてもいいです。さっさと実行することです。

たとえば、ファイルの仕方やオフィスレイアウトなど、こまごまとした改善でも構いません。自分も前向きになれるし、また前向きであることが部下に示すことができます。部下も自分が提案したことや実行されると嬉しいものです。小さな提案をすることに興味を持つようになり、前向きな組織に少しずつ変わっていきまします。

小さな成功を積み重ねることが非常に大切であることはお分かりかと思いますが、何か月もかかって大きな成功というホームランを一本だけ打つよりも、ヒットをたくさん打つことです。いい当たりのヒットでなくても、ポテポテの内野ゴロでも、一塁まで全力疾走してセーフになればヒットです。

そういうヒットが大事なのです。大きなホームランを長い時間かけて狙っていると、その間は士気が上がりませんが、ヒットが続けば、士気は上がります。

孫子の兵法にある「善く戦う者は、これを勢（せい）に求めて人に責（もと）めず」です。上手に戦うのは、人の才能に期待するのではなく、

人の勢いに期待することです。ちよっとした工夫も改善も成功の一種です。反対に、いい提案であっても、「あとでやる」「そのうちに」「何かのついでに」と言っていると、部下は不信感を抱くものです。だから、小さなことでも実行に移すことです。

何気ないことでもすばやく行動する。部下の意見に耳を傾け、すばやく行動に移すこと。部下に対してもお客様に對しても、言われたことは即行動することで、人間関係がより深い関係になるように感じまします。

(S ・ J)

大七酒造で高野山開創記念酒の儀式 聖水が純米吟醸酒へ

冷え込んだ酒蔵に「南無大師遍照金剛」と唱える声が響く。はるばる高野山から運ばれて来た雪解け水が先日、福島県二本松市の大七酒造で仕込み中の純米大吟醸の樽に注がれた。

大七酒造は昨年、平成27年に弘法大師の高野山開創1200年を記念する儀式に用いる酒を依頼された。瓶詰め後に熟成させ、一番いい酒を選んで献上するため、今年も新たに仕込んでいる。聖なる水を注ぐ注水の儀に高野山別格本山三寶院の飛鷹全降住職が酒蔵を訪れた。

飛鷹住職は昨年3月28日から4日間、岩手県陸前高田市、宮城県石巻市、福島県いわき市などに犠牲者の供養と被災者の支援を兼ね駆けつけたという。

「惨状は今も目に焼き付いて

常識を破って 飛躍できる 店が生き残る

平均値だけに目を奪われないように

2011年は、東日本震災の影響もあり、キリンビールのビール類の売り上げは前年比5%のマイナスでした。これは、あくまでも全体を平均した数字です。平均値だけに目を奪われるのではなく、好調な商品からヒントを見出すことが大切です。例えば「ハイネケン」「パド

ドリンクも料理と同じように

外食市場の縮少が続いていますが、これまでのドリンクの「扱い方」がその一因になっていると思います。栓を抜いてグラスに注ぐだけでは、お客様の厳しい選択眼を満足させられませぬ。

大震災で人々の中に 変化を生む

飲食店は、全国に60万軒以上あり、オーバーストア状態が指摘されています。他店との明確な差を出せない店の生き残りは難しくなっていくでしょう。

この震災を機に、日本人は、家族や友達との絆をあらためて見直し始めました。大変な災害でしたが、歴史を見ても、大きな事件は、人々の中に変化を生むきっかけになります。

1杯のドリンクから 手を抜かず

その変化にすばやく対応するには、常識を破る発想が必要です。そして、常識を破る発想は平均値だけで物事を判断しない姿勢から生まれます。

今までの延長線上でお店の経営を続けるのではなく、お客様の大きな変化を見つめて、飛躍できる店、そして1杯のドリンクから手を抜かず提供できる店が生き残っていくことと思えます。

キリンビールマーケティング 社長 植木 宏 (「日経レストラン寄稿」より抜粋)

世界に冠たる日本酒

その七十八 ● 吟醸酒はなぜ果実香がするのか

吟醸酒には特有の芳香があります。この香りを「吟醸香」または「吟香」といいます。一般的には、デリシャスリンゴやメロン、バナナなどの果物の、甘く爽やかでフルーティな香りと表現されます。

吟醸香を構成する成分は主として、酢酸イソアミル、酢酸イソブチル、吉草酸エチル、カブロン酸エチル、カブリン酸エチルといったエステル類と、イソミアルアルコールなどの高級アルコールであることが分かっていますが、これらのエスチル類はリンゴやメロン、バナナ、パイナップルといった芳香果実の香りの成分と一致します。

独特の吟醸造りに秘密 杜氏の腕にかかる出方

米を使用し、低温でゆっくり発酵させ、かす歩合を高くし、製法ですが、これらの製法上の条件は、清酒酵母の働きをできるだけ抑えるためのもので、それによって吟醸香が生み出されるといいます。

まず、原料米を高度に精米すればするほど、米はでんぷんの純度が高くなります。

中では、酵母は栄養源が乏しいため活発に活動することができなくなりますが、

また、吟醸酒造りでは、麹も突き破精製の特別なものを手造りして使用しますが、この麹はもろみ中の蒸米をゆっくりに溶かすのに理想的な麹であり、酵母のアルコール発酵を緩慢にさせる条件となり

ます。そして、10度C以下という徹底した低温は、蒸米をさらに溶けにくくすると同時に、酵母の活動も抑えることになりまします。

こうした、いわば寒冷地に飢餓状態で置かれた状態になると、酵母は細胞膜内にある芳香エステル生成系と呼ばれる酵素を使って、自らエネルギーをつくり始めます。こうして吟醸酒には、エステル類が構成する果実香がつくことになるわけですが、酵母にも吟醸香が出やすい種類があります。また、この芳香成分は、もろみの発酵の途中である高泡期に放出される炭酸ガス中にも含まれています。したがって、吟醸香は吟醸造りをすれば必ず出るとは限らず、その出方は杜氏の腕にかかっていると