

# データ&トピックス

外食業界・消費者動向

繁盛店、高い原価率  
全国評判の30軒を調査

全国で評判になるための最も重要な条件とは、「コストパフォーマンスの高さ」であった。多くの繁盛店がお値打ち感を訴求している。

事例1 三重県松坂市の焼肉店「一升びん」/165㎡・80席、月商2500万円、原価率60%。目玉料理は「A5等級」の松阪牛5000円コース。牛1頭買いや店ごとの目玉商品の工夫などで、高原価率の経営を可能にしている。

事例2 千葉市の「忠助・海浜幕張店」/165㎡・102席、月商1200万円、料理の原価率45%。目玉商品は「関サバ刺し」(800円)/原価率75%、「天然マグロ中トロ」(700円)/原価率100%。飲み物も安い。レモンサワー、ウロンハイ、日本酒1合などが250円で提供。新鮮な魚を安く提供する店との口コミが拡がり、客数は1日140人〜150人。

あえて原価率の高いメニューを提供し、お値打ち感を分かりやすく打ち出すことが好循環を生んでいる。  
(日経MJより)

## グルメ誌の特集紹介

料理王国/6月号  
特集1 失敗しない!独立&開業

- ・業/2012
- ・独立は人生の勝負です!
- ・独立&開業 複数店舗展開セミナー
- ・失敗しない法則とは何か?
- ・勝負を賭けるスペシャリティ
- ・売上アップ虎の巻
- ・教えて!!良品厨房機器

- 特集2 日本酒はどんな旨くなる! 今すぐ飲みたい日本酒50本
- ・この銘酒にこのひと皿
- ・今支持される、日本酒に強い店は?
- ・キーワードで見る次世代酒場
- ・今すぐ飲むべき日本酒30本
- ・実力派酒店ガイド
- 料理王国/7月号
- 特集1 ランチ&ディナー以外の売上アップ大研究
- 特集2 食材リサーチハンドブック
- 特集3 ワインダイニング最先端

## 空海!感動の言葉 — その3

一芸に秀でた者は必ず用いられるが、五台の車に載せきれないほどの本を書いても、正しい道理に基づいたことを学んでいない者は、なんの役にも立たない

昔から「芸は身を助ける」といいます。芸といっても、歌や踊りばかりが芸ではありません。仏教では、語学も数学も物理学も天文学も文学も音楽もあらゆる学問が芸のうちなのです。

「あの人は芸達者だ」といわれたら、仏教ではかくし芸が上手なことではなく、「あの人は優れた学者だ」ということです。

近頃は本を書くことが盛んです。歌手も女優さんも、元プロ野球選手も、元やくざも、それこそ猫もしゃくしも出版しています。

ついでにいうと「猫も杓子も」は猫としゃくもは関係なく、「禰子(神社の氏子のこと)も釈氏(お寺の檀家のこと)も」のこと。つまり神道の人も仏教の人も全部、のことです。これで

納得できます。たしかに、有名な書いた本は、よく売れます。けれども何十部も売れてベストセラーになった本が、よい本かというところ、そうでもありません。十部も二十年も著者が心魂を傾けて書いたすばらしい内容の本でも、ちつとも売れないことがあります。総じて、よい本は売れないものです。だから、和尚が書いた本はよい本だ、と和尚は自信をもっているのです。

小説家でもないのに、何十冊の本を書いたと威張っている人もいますが、そういう人は空海さんがいわれるように、「五台の車に載せきれないほどの本(おそらくは何千冊でしょう)を書いても、なんの役にも立たない本(物の道理からはずれている本)」かどうか

かを考えてみる必要があります。八ツツもこの本で「安楽死のやり方」という本が出ますと、なんとなく自殺を奨励しているように感じます。「空き巣に狙われないために」とか、「やくざ撃退法」とか「詐欺の手口いろいろ」とかの本を見ますと、この本を泥棒やくざや詐欺師が読んだら、彼らは悪知恵にたけた人たちだから、きつと本に書いてある以上の方法を考案だすだろうと心配になってしまいました。こういう本はどうも納得できないのです。誰もが「なるほど」と納得できることが「道理」というものです。本を書くばかりが学者じゃありません。空海さんは「人はなにか一つ芸をもて」といわれます。ただし、その芸が世のため、人のためになるような芸であれば、なんでもよいのです。

どうやって芸を身につけるか? 簡単なことです。どんなことでも、一つのことを十年続ければいいのです。いま、七十歳の人でも、きょうからやれば、八十歳で一芸が身につきます。さあ! いますぐ始めましょう。

(中経文庫より)

# 心と心をニュースで結ぶ

# コヤマ新聞

THE KOYAMA SHINBUN

2012年 6月 NO.89  
 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

## 2012年後半の 飲食トレンド」が見えて来た!!

トレンドそのハイカジ

「がぶ飲みワイン」業態は定着期に入りました。バルやピストロスタイルの料理もいまや定番となり、次のマーケットを引っ張るだけのパワーはもはや感じられませぬ。そうしたなかで話題の「俺のイタリアン」グループのバリユークリエイティブが、新業態として「俺のフレンチ」1号店を5月16日、銀座にオープンさせました。シェフには高級フランス料理店「シエ松尾」の取締役総料理長も務めた能勢和秀氏などを迎え、本格的なフランス料理を低価格で提供するというのがコンセプトです。

「シエ松尾」では1万円以上する「牛フィレ肉とフォアグラのロツシーニ」が1280円で食べられます。しかも、グラスの赤とともに立ち飲みで食べれば、支払いは2000円以上がります。「俺のイタリアン」同様、「スーパーシェフ」による世界最高級の料理を極限まで一気に価格破壊「することによって、突き抜けようとする戦略」。

こうした「ハイクオリティカジュアル(ハイカジ)」が1つ目のトレンドとして大きな波になりそうな予感です。

トレンドその

ネオ大衆

## 食ビジネス考

マーケットを牽引してきた「がぶ飲みワイン」業態も飽和感が出てきて、飲食トレンドの「ネクスト」が見えづらくなっていたが、後半はズバリ、「ハイカジ」「ネオ大衆」「ネオトラ」

5月17日、世田谷区や目黒区の住民街で展開してきた新興チェーンの「串カツ田中」が渋谷桜丘に都心旗鑑店をオープン。関西串揚げを中心に大衆酒場的な定番メニューを格安で提供します。

内装はシンプルで、カフェのような空間。若者からファミリーまで客層は幅広く、客単価は2500円前後。同店を運営するノートの貴社長は「客単価をできるだけ抑さえ、週に何回でも通ってもらえる地元密着型の店として育てていきたい」と語ります。

油も衣もソースもすべてオリジナルで、「老舗の関西串揚げの味」へのこだわりが売ります。「串カツ田中」は串カツ専門店ではありませんが、そのスタイルは大衆酒場に近いものがあります。いわば「ネオ大衆酒場」業態です。低価格だが、商品へのこだわりはしっかり持っており、毎日でも通える居心地の良さがあります。

こうした客単価3000円以下の「ネオ大衆」が今後、「ポスト居酒屋」業態として2つ目のトレンドになってくるのではないのでしょうか。

トレンドその

ネオトラ

そして、3番目のトレンドは「ネオトラディショナル(ネオトラ)」。伝統的な料理「調理法」「調味料」などを見直す動きで、「醗酵」「熟成」の技術や食材を使った料理を提供する店がその代表です。

醗酵食の仕掛人。イイコの横山氏が祐天寺に出した「豆種菌」は、「体の内側から、源から健康にすることで肌など、すべてが総合的に美しくなる醗酵食」を提供することがコンセプトです。

こうした本質的なテーマを追求することによって、ブームに終らない業態をめざしているのです。

熟成肉でブレイクしている中野「ツイテル」の鈴木氏も、これまで様々な業態を手がけてきましたが、あえて手間がかかりリスクもある熟成肉をメインにすることに、飽きの来ない「肉食とワイン」というスタイルをつくりあげました。

日本酒業態や国産ワイン、国産クラフトビールなどの「ジャパングオリティ」コンテンツも広い意味で「ネオトラ」ジャンルに入るでしょう。

「ハイカジ」「ネオ大衆」「ネオトラ」。これら3つのトレンドは、「高品質低価格」「定番進化」「温故知新」と言い換えていいでしょう。それらの追求する動きがさらに強まるに違いありません。

(フードスタジアムより)



速く歩き、強く握るべし

「歩くスピードが遅い人は、速い人に比べて認知症の発症リスクが1.5倍」という研究結果が米国・ボストンのメディカルセンターから発表されました。平均年齢62歳の健康な男女約2400人を対象に、11年間に及ぶ追跡調査を実施したもので、MRI検査でも歩くスピードが遅い人は大脳の総体積が小さく、記憶や言語・意志決定などの認知力テストの成績が低いという傾向が判明したといっています。

さらに「握力の強さ」も大脳の総体積の大きさと関係があり、握力が強い人ほど認知力テストの得点が高く、脳卒中中になるリスクが下がる傾向が見られたそうです。

これと同様の調査結果が日本でも発表されています。40代以上の2527人(男性1064人、女性1463人)を対象にした握力と死亡原因との関係を約20年間にわたって追跡した厚生労働省の調査で、男女ともに握力が強い人ほど脳卒中になるリスクが下がる傾向があることがわかったのです。

歩く、握るといのは単純な動作。意識して手足を動かす習慣を身につける価値はありそうです。(SMB C経営懇話会)

### 従業員教育の一つのヒント (38)

リーダーたる者、部下の気持ちを解つてやることは大切なことです。しかも、それが表面上だけでなく、真正面から取り組むことが必要です。ガス抜きをするといつて、部下と一緒に飲んでいる上司がいまいる、飲んで騒いでいるだけでは、その場しのぎはできて、根本的な解決にはなりません。時間が経てば、ガスはまた溜まっていくので、問題が解決していかないからです。

たとえば、飲んで席で3つのことを部下から指摘されたとしても、もつとも提案であれば、そのうち最低1つは速やかに実現させることです。根本的な問題解決をしない、ガスは溜まるのです。

飲み会でのガス抜きは、ごまかしです。問題を聞いてやることはいいことですが、それを解決しないと意味がありません。

脱線しますが、部下と一緒にやって会社や幹部の悪口を言っている人にリーダーが務まるはずがありません。

部下の不満や提案をきつくりと捉えて、それが今ある経営資源と比較して実行可能かどうか、正しい方向を向いているかどうかを、しっかりと話意思、ごまかしです。

高い志を持って物ごとに取り組むべきであり、大所高所からの判断が必要です。弱いものいじめをしているのもごまかしです。

ごまかさずに、凛としていきましょう。そういうリーダーに人がついてきます。

部下の意見を聞くことは大事ですが、その本質を理解して、アドバイスなり、俯瞰して将来を見据え、自分の言葉で利害関係者を説得した上で実行に移すことが、なによりも大切なリーダーの要件であると思います。(S・J)

### 全国繁盛店総点検」～2～

弘前市の飲み屋街・鍛冶町のはずれに目立つファーストフードの店があります。オープンからまもなく2年を迎える「福や銀次郎」です。木材を多く使い、黒と白を基調とした内装が落ち着いた雰囲気を出しています。表通りからは見えない店ですが、口コミを頼りに訪ねてくるお客で28席が毎晩埋まります。月商は340万円ほど。

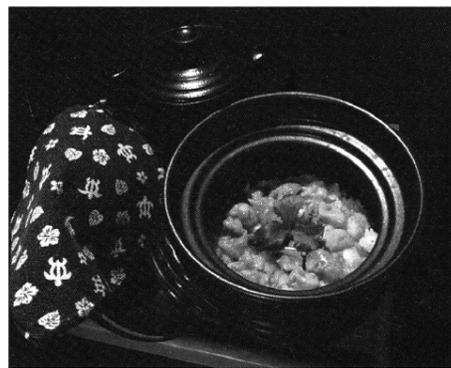
福や銀次郎の売りは2800円のコース料理です。事前予約が必要ですが、約7割のお客がコースを選びます。個人店の強味を生かし、その日の仕入れやお客の好みに合わせて、料理を組み替えるため、飽きがきません。

コースの原価率は45%。コストパフォーマンスの高さが人気の理由です。たとえば、取材当日のコースは、先付「ヒラ茸の焼きびたし、ふぐ白子のフリット、ズワイガニあんかけ」で始まり、お造りが生本マグロの赤

## 福や銀次郎(青森県弘前市) お客の7割が注文する2800円コース 本格料理で予約が取れない繁盛店に



2800円のコース料理の中身は決まっています。お客の要望を聞いてアレンジします。刺身の後にあるカゴは、刺身にしてあるボタンエビの頭の天ぷら。下の土鍋めしは「福や銀次郎」の看板メニューです。



身、ボタンエビ、縞アジ、焼き物にはA4ランクの摩周湖牛リブコースを使い、締めはウニとホタテを敷き詰めた土鍋めしを出してくれました。全9品は、どれもしっかりとした量があり

「居酒屋以上、和食店以下」という同店のテーマに合わせ、旬の食材を和の技法で調理したメニューが多い。「品数だけではなく内容、ボリュームまですべてで満足してほしい」と、料理人を務める齋藤晋一代表は語ります。

ドリンクを加えて客単価は3500〜4000円ほどになり、トータルの原価率は35〜38%程度に落ち着きます。

料理以外の工夫も多い。その一つが、予約席に置くカード。お客の名前を記したカードの裏面には、「御電話代」として10円玉を貼り付け、カード自体は5%割引券になっています。十分なご縁を」という言葉が書いてあり、「10円」「5%」をかけています。お客が10円玉や言葉遊びに気づけば、会話のきっかけにもなるし、店を記憶しやすくくなります。

満席で入れなかつたお客に5%割引券を渡すなど、お客を逃がさないよう努力もしています。お客の満足度向上に様々な方法で取り組み、開店2年目にして「予約が取れない店」として知られています。(日経レストランより抜粋)

### 世界に冠たる日本酒 その八十 ● 大酒飲みの記録

現在は社会環境の変化や健康上の問題などから、競技としての大酒飲み競争はほとんど行われなくなりましたが、昔から「水鳥記」として軍記風に記された記録がたくさん残っています。

## 延喜時代から大酒合戦 最高は1斗9升5合!

古いものでは、延喜11年(911年)に宮中で行われた8人の公家による御前試合があり、大盃8回の巡盃にも平然としていた藤原伊衛が宇多上皇から乗馬を賜っています。

近世で最も有名なのは、慶安元年(1648年)8月10日に川崎の大師河原で行われた、東西両軍に別れての酒合戦です。東軍17名、西軍14名による団体戦で、数時間ほど

続いて壮絶な飲み潰し戦の末に、東軍の勝ちと決まりました。その合戦の様子は、東軍の大將であった茨木春朔が、「水鳥記」として軍記風に記

れた千住の酒合戦で、検分役をつとめた大田蜀山人が「続水鳥記」として伝えています。この酒合戦で使用された盃は、敵島盃(5合)、鎌倉盃(7合)、江島盃(1升)、万寿無量盃(1升5合)、緑毛龜盃(2升5合)、丹頂鶴盃(3升)という大盃で、どれを選んでもよく、芸者3人が競技者の持つ大盃に酒を注ぎ、1杯飲み干すごとに記録係が記帳し、検分役がこれを見届けるというものでした。

優勝したのは野州小山の佐兵衛という男で、緑毛龜盃3盃(7升5合)をあけたとい

います。このような大酒飲み競技で

文化12年(1815年)10月21日に江戸郊外の千住で催

一方、個人戦で有名なのは、

このような大酒飲み競技で

このような大酒飲み競技で

このような大酒飲み競技で