

データ&トピックス

外食業界・消費者動向

高級料理を低価格で
俺の店舗、銀座で30店めざす
「俺の」ブランドの店舗は、
「低価格な高級料理」という従
来にない手法で着実に顧客を獲
得している。坂本社長に聞きま
した。

Q 「俺の」を冠にした店舗に
行列ができるのはなぜですか？
A 大手の外食チェーンとはま
ったく逆のことをやっているか
らだと思ふ。「俺のフレンチ」
で出している料理で、大手チエ
ーンにあるメニューは一つもな
いはずだ。価格に対する考え方
も違う。回転率を高めて利益を
上げる発想だ。それを着実に実
践していることが支持を得てい
ると思う。

Q 料理人も優秀な人材を集め
ているそうですね。
A これまで、多くの料理人に
とって決められたレシピの中で
原価をはみ出さないようにする
ことが一番重要だった。しかし、
それは規則の中の料理だ。「俺
の」の料理人には好きな食材を
使って、自分の考え方で思うよ
うに造りなさいと伝えてある。
大半の人は恐る恐るやっている
が、顧客にはしっかり受け止め
られている。日本の料理人は優
秀な人が多いが、経営まででき

る人は少ない。私たちがうまく
導いていけば、素晴らしい才能
を発揮できる場になる。
Q 店舗をさらに増やしていく
ようですね。
A 東京・銀座でドミナント化
をすすめていく。1業態に3店
舗程度が適正と考えており、業
態を10種類まで広げ、銀座で30
店をめざしたい。銀座で認めら
れた料理人は日本で一番になれ
ると思う。料理人が輝ける舞台
をたくさんつくりたい。
(日経MJ)

はゼツタイ！輸入食材
・北海道・十勝の農業と食卓を
結ぶ/新しい食材に挑む4人の
チャレンジャー
・トップシェフに学ぶ十勝の食
材の生かし方
・日本食材図鑑「柑橘」/多彩
な日本の柑橘類を調味料マイス
ターに聞く/ゆずこしよしの作
り方
・料理マスタース受賞者が使う
日本の食材
・注目の食材
・「旨い雑穀」/ヘルシー時代
の救世主！
・いま、注目を集める「トルコ
産ヘーゼルナッツ」/香り、食
感を活かした使い方
・北イタリア・モデナの伝統食
材「バルサミコ酢」
・日本食材図鑑「海苔」/産地
を知って料理に活かす
・世界の食材を知るフランス人
シェフが作る秋の新作スイーツ
小特集 世界のオイル
・日本のオイル/ごま油、太白
胡麻油
・日本ならではの「個性派オイ
ル」5種
・世界のオイル/オリーブオイ
ル
・アルチエネロ・有機エキスト
ラ・ヴァージン・オリーブオイ
ル
・レシピを世界初公開/秘伝の
口カイユ&伝統のペルランゴ飴

一流たちの金言(その7)

日々与えられる時間をどう活かすか/牛尾治朗(ウシオ電機会長)

「無所属の時間」を 意識する

50歳を過ぎてからは無所属の時間を
意識するようになりました。

これは作家の城山三郎さんの言葉で、
人は会社や団体など、どこか組織にも属
さない無所属の時間を持ち、そこでどう
生き直すかを自身に問わなければならな
い。それが人間の大きさをつくるといっ
のです。

私自身も、経営以外の時間に、様々な
感動、感激、悲しみ、苦しみを味わい、
多様で彩りに富んだ体験をすることが、
経営にもプラスになることを実感してい
ます。

仕事に追われ、自分の時間が持てない
と嘆く人はたくさんいますが、実は一人
ひとりが毎日、自分の個性をどう生かし、
与えられた時間をいかに使うかというこ

とを試されているのです。
音楽にたとえるなら、楽譜を渡され、
自由に演奏してみなさいと言われていて
よつなものです。

ベートヴェンの交響曲「運命」は一つ
ですが、小澤征爾が指揮するのと、カラ
ヤン、バンスタイン、フルトヴェンク
ラーが指揮するのでは、演奏時間も曲
の強弱もまったく違います。

自分に与えられた時間をどう生かし、
何を創造するかはその人次第。流れる時
間は有意義なものにも、無益なものにも
なります。

一人ひとりが人事を尽くし、豊かな人
生を築いていただきたいと思います。
(致知出版社)

業態「から」業型「の時代へ

「業態は陳腐化する」。トレンドサイクルが短くなり、いまや
「業態の寿命」は2年とも3年とも言われています。そこで提唱
したいのは、「業態をつくる」という発想の枠をいかに破るか
ということ。これからはそこがポイントになるのではないでし
ようか。

塚田農場と俺のイタリアン」
「業種」とは、顧客に何を売
るか、です。「業態」とは、顧
客にどのように売るか、です。
たとえば、エー・ピーカンパニ
ーの「塚田農場」。業種は「居
酒屋」、業態は「鶏をメインに
した宮崎料理」です。しかし、
「塚田農場」が数ある宮崎料理
業態と一線を画しているのは、
「宮崎に自社農場を持ち、生産
と販売を一体化している」こと
です。

また、俺のイタリアンは、
イタリアンバル業態ですが、
「立ち飲みにして高級食材を
安売りすること
によって、業態の
枠を越えてブレ
クしました。
このように、最
近「業態破りの
発想」から超繁盛
店が生まれてい

す。これらは、外食業界におけ
る「イノベーション」の事例だ
と言えます。

業態の枠を破ることによって、
イノベーションが生まれるので
す。それは新しいビジネスモデ
ル(業型)の創造でもあります。
そこで、提唱したいのは、外
食、飲食業界も「業態づくり」
から「業型づくり」へ脱皮しな
ければ、これからの飛躍はない
ということ。顧客がサプライズする仕組みを

「業態」をいくら量産したと
ころで、陳腐化するのには目に見
えています。ある意味では「何
屋かわからない」店づくりのな
かにこそ、イノベーションのタ
ネがあるのかも知れません。そ
こに挑戦する企業こそ、先端企
業ではないでしょうか。
そこで重要なのは「ミッシヨ
ン」です。ミッションなき「業

型」は、「業型」(ビジネスモ
デル)までたどり着けません。
人に真似されたり、陳腐化して
終わります。
人のやっていないこと、誰も
やっていないこと。それを探し
て、やり続けます。迷いながら
行きつ戻りつしながら、やり続
けていると、自分しかできない
やり方や進むべき道が見えてき
ます。やるべきこと、立っている
位置が絞られてきます。それが
「ミッション」ではないでし
ようか。

たとえば、熟成肉が流行って
いるから、「熟成肉とワインの
業態」をやろうとします。その
時点で、アウト。そうした業態
発想では、競争に飲み込まれ、
埋没するのが目に見えています。
業態発想は、「なぜ、熟成肉
をやるのか? 熟成肉を通じて、
ウチはどんな価値を顧客にもた
らすことができるのか? そのた
めには、どんな仕組みをつくる

のか?」と考えます。そして、
「まだ無名で弱小の生産者の肉
をブランドینگするためにや
れないか?」「店肉熟成させる
ことで、顧客がサプライズする
ような価格破壊やプレゼンテー
ションができるか?」といっ
た「ミッション」が生まれます
それが差別化ポイント(独自の
ポジショニング)になるのです。

まとめよう。
業種=顧客に何を売るか。
業態=顧客にどのように売る
か。
それに対して、
業型=顧客に価値を伝える仕
組をどうつくるか
ということ。それによって、競争
状態から突き抜けることができ
るのです。
(フードスタジアム)

食ビジネス考

また、俺のイタリアンは、
イタリアンバル業態ですが、
「立ち飲みにして高級食材を
安売りすること
によって、業態の
枠を越えてブレ
クしました。
このように、最
近「業態破りの
発想」から超繁盛
店が生まれてい

業種=何を売るか
業態=どのように売るか
業型=ビジネスモデル

心と心をニュースで結ぶ

コヤマ新聞

THE KOYAMA SHINBUN

2013年 9月 NO.104

発行:株式会社 コヤマカンパニー

〒569-0803

高槻市高槻町1番7号

tel :0120-21-0852

fax :072-683-0087

mail:web@koyama2525.co.jp

従業員教育の一つのヒント (53)

どんなに優秀な会社や組織でも問題は起きます。それをいかに早く、キチンと解決するかがリーダーの才能にかかっており、それができるリーダーをたくさん持っている会社が強い会社です。したがって、問題解決について、できる部下を増やしておくことです。おまかなステップは次のとおりです。

問題と原因を明らかにする

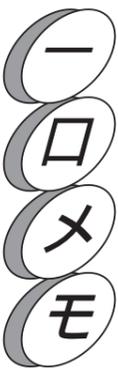
ために、関係者からできる限りたくさん情報を収集し、共有する。その場合に時間記録(ログ)を取る。原因をいくつか推測する。推測にもとづいて解決策をいくつか出す。最も可能性の高い解決策を実行し、検証する。再度、同じ問題が起きないように、社内に周知徹底する。

問題解決に際して、リーダー

「はひるまずにまっすぐに進むことです。」「解決しない問題などない」と冷静に組み止めることです。部下と同じように動揺してはいけないのです。江戸時代の問題を今でも引張っていることなどありえず、どんなにややこしいことでも、何らかの解決策はあるのです。念のため、「時が解決してくれる」などは間違っても思わないことです。そ

問題解決へひるまず素早く取り組むべし

れでは問題の先送りであるだけですが。問題を解決するためにいかに素早く組織を動かすかがいちばん大事だと思えます。解決に取り組むのが遅れると、解決できる問題でも解決できなくなる場合がありますので、素早く取り組むことが大切だと思います。(S・J)



孫文を支援した日本人

日比谷公園にある洋食店「松本楼」では、毎年9月25日に名物のカレーを10円で提供し、交通遺児育英会や日本ユニセフ協会などへの寄付金を募るチャリティイベントを実施しています。同店は、中国革命の父・孫文と彼を支援した梅屋庄吉に縁のある店として知られています。

庄吉は、長崎で貿易業を営んでいた「梅屋商店」に養子に入りました。彼は20代で秀才を發揮。精米業や鉱山経営で莫大な利益を上げました。ところが26歳のとき、慢心から米の投機で失敗。梅屋家の土地も財産も奪われます。長崎を逃げ出し、向かったのは中国、シンガポール、香港。

香港で貿易商として地位を築いた庄吉は、中国革命を計画していた孫文と出会います。そこで孫文に資金援助を行い辛亥革命に協力します。日本に帰国した庄吉は、映画事業で成功を収めます。そして革命後も日本に亡命した孫文を援助し続けました。

庄吉は孫文とともに時々松本楼を訪れました。その後、庄吉の孫と松本楼の社長の孫が結婚。両家は親戚関係に。現在、松本楼のロビーには、庄吉や孫文に関する資料が展示されています。(SMB C経営懇話会)

葡萄づくり初体験記

葡萄の木は夏場伸びるのが早く大変なようです。収穫時期にぜひとも参加させていただきたいと思いました。今回栽培責任者の越知さんにはお世話になりました。越知さん、また行きますのでよろしくお願いします。



(ワインアドバイザー) AKIHIKO M.

～あき丸ワイン漫遊録～

前回で取り上げた大阪ワイナリー協会のひとつにカタシモワイナリーさんがあります。柏原市の自社畑に工場をお持ちになり、明治初期から葡萄づくりを始められてる歴史があります。いくつかの大阪のワイナリーさんが援農ボランティアを募集されているのですが、唯一日曜日に募集されていたんです。ワインは葡萄づくりからと言うように、いかに良い葡萄を育てるかを少しでも勉強できればと参加することにしました。いままで農作業経験のない私でしたが、すごく丁寧に畑の説明、作業の手順を教えてくださいました。しかし、猛暑に加えて慣れない斜面での作業、かなり厳しい体験となりました。まだまだ若い葡萄、摘んで食べてみればゴリゴリ。黄緑色した葡萄が収穫の時期を迎えると立派な黒ぶどうになるのです。そのために今回は軸を適度な長さにカットする適軸、1つの枝に1房だけにする適房(すごくもったいない)の作業をやらせてもらいました。1つの房に栄養分を集中させる作業です。

世界に冠たる日本酒

その九十四 江戸で評判だった下り酒とは何か

下り酒とは、江戸時代に酒の本場である関西で醸造されて江戸に運ばれた酒のことです。江戸は酒の一大消費地であり、江戸時代を通じて、本場もの酒が大量に送られてきました。初期の頃は池田、伊丹、鴻池などが江戸向け酒の代表的な生産地でしたが、18世紀後半あたりからは灘酒が急激に台頭しています。江戸の人びとは酒に限らず、醤油や菓子なども、上方から送られてくるものを「下りもの」と呼び、高級品としてもてはやしました。これに対して、江戸周辺の産物は「地廻り」と呼びましたが、酒の場合には美濃、尾張、三河といった東海道筋で造られた酒も含めて地廻りと呼ばれました。

関西で醸造され江戸へ全盛時には年百万樽も

幕末頃の江戸の風俗の記録である「守貞漫稿」には、下り酒は灘の酒が最上とした上で、尾張、三河などは中国物、その他の国の酒は下品という、やがて、江戸の人口が急増し、それに伴って酒の需要も大幅に増加するようになると、江戸時代の初め、江戸に送る酒は樽に詰められ、馬を使って宿場伝いに陸送されました。本場の酒を初めて江戸へ出荷したのは伊丹近郊の鴻池村の酒造家で、慶長4年(1599年)のことと伝えられています。「守貞漫稿」によれば、最

初は酒を2斗ずつ入れた桶を二つ肩に担いで江戸に下りて売り歩いたが、評判がよくて酒が間に合わないため、そのうち4斗樽2丁を馬の背に振り分けに積んで一駄とし、1回に数十駄ずつ東海道を下ったといわれています。やがて、江戸の人口が急増し、それに伴って酒の需要も大幅に増加するようになると、江戸時代の初め、江戸に送る酒は樽に詰められ、馬を使って宿場伝いに陸送されました。本場の酒を初めて江戸へ出荷したのは伊丹近郊の鴻池村の酒造家で、慶長4年(1599年)のことと伝えられています。「守貞漫稿」によれば、最

新たに4名が唎酒師に!

が就航しました。江戸では下り酒と地廻りの双方が消費されていましたが、圧倒的に評価が高く人気があったのは下り酒で、下り酒は常時、江戸での酒の全消費量の7〜9割を占めていました。樽廻船の全盛時には、江戸に運び込まれた伊丹、灘、西宮などの下り酒は、年間100万樽(4斗樽)にも及びました。

大坂(または西宮)へ江戸間の海上輸送に要する期間は次第に短縮され、元禄年間には平均30日も要したのが、江戸時代後期には10日から1週間になっていきます。とくに樽廻船になってからは、初冬にその年の新酒を江戸までいかに早く運ぶかを競う「番船競争」が行われ、寛政2年(1790年)の記録では、1着の船はわずか5日で帆走したといわれています。(参考/日本酒百味百題)



榎木佑介 宿久健夫 白石克明 高岡信之

FB O (料飲専門家団体連合会) が主催する唎酒師資格試験に、今年度、コヤマカンパニーの社員4名が合格しました。これでこれまでと合わせて24名の社員が唎酒師の資格を有することになりました。営業関連社員の約8割にあたります。今後は「酒のプロ」として、実践での幅広い活躍が期待されます。