

データ&トピックス

●外食業界・消費者動向

コンビニ中食に食われる
ファストフード、苦戦鮮明に
和洋ファストフードの苦戦が鮮明になっている。マクドナルドは、既存店客数が前年同月比で2003年8月以来の下幅を記録（前年同月比13・9%減）。牛丼店「すき家」は10月まで26カ月連続で既存店売上高が前年を下回った。店舗網の拡大が続くコンビニに押され市場が奪われている背景がある。

外食産業総合調査研究センターによると、12年の外食産業の市場規模は23兆2386億円と15年前に比べ20%も減少した。コンサルティング会社、アリックスパートナーズの調査によると、市場減少の主要因は居酒屋バーなどの「飲食サービス」部門の減少で、同期間で約15兆円から10兆円へ3割近くも減少。ファストフードを含む「フードレストラン」部門も約13兆円から1兆円減らしている。

一方でコンビニエンスストアの惣菜・弁当といった「中食」部門が約3兆6000億円から5兆9000億円へと6割以上も伸びた。

ファストフードなどの外食企業が低迷する要因の一つが大規模化・寡占化の遅れだ。業界

上位60社の市場シェアは、米国が20%を超えるが、日本はわずか11%だ。上位10社の1店舗あたりの売上高は米国より42%も下回る。

ゼンショーホールディングスは低迷する地方スーパーの買収に乗り出した。外食が躍進するコンビニに対応するにはM&Aなどを通じた規模拡大が必要条件となる。

（日経MJ）
ワインに合う缶詰を発売
中高年・主婦をマトに

マルハニチロホールディングス傘下のマルハニチロ食品はワインに合う食品シリーズ「ラ・カンティニス」を立ち上げる。第一弾としてノルウェイ産サバのフィレ（3枚おろし）を使った缶詰を発売した。「さばフィレオリーブオイル」（320円/100g）。脂ののった

士魂商才の経営者／出光佐三語録 ①出光は、人間尊重の道場である

出光は事業会社ですが、組織や規則等に制約されて、人が動かされているたぐいの大会社とは違っているのではありません。出光は創業以来「人間尊重」を社是として、お互いが練磨して来た道場であります。諸君はこの人間尊重という一つの道場に入ったのであります。（昭和28年4月、新入社員の入社式での佐三の訓示。「我が六十年間」第1巻より）

出光佐三は、異色の実業家です。異色の経営者です。その説くところは、いつも形面上的な観念論であって、金を儲けるための商売のコツといった、実利的な側面はまったくありません。むしろ、実務の訓練は、きびしかったでしょう。けれどそれが、そのまま「金儲け」の方法論につらなることはありませんでした。

佐三の在命中は常にその

すが、亡き主人の横顔に涙しながら、しみじみとした述懐でした。

「金を儲けよ」とは、この上もなくナマで、率直で、具体そのものの表現ですが、要するに、うまく立ち回れとか、うまく時勢に乗っていかとかいった種類の訓示なのでしょう。それをこの人は、ただの一度も言わなかったというのです。

それでは、何を言ったか？ 「人を、愛せよ」と言いました。「人間を、尊重せよ」と言いました。「人」とは自分の社員であり、またお得意さんでもあり、さらに広くは国民全体でもありました。また、「日本人として、誇りの持てる経営をせよ」と言いました。そしてくり返し「働け」と言いました。（PHP文庫）

ノルウェイ産のサバに風味豊かなスペイン産のオリーブオイルを組み合わせた。サラダやパケットの付け合わせのほか、フランス料理に最適といい、自宅でワインを楽しむ中高年や主婦たちに売り込む。パッケージは白地の缶に藍色で植物の模様を描き、陶器のようなデザイン。今後はシリーズ全体で18種類ほどの開発をめざすという。

（日経MJ）

「グルメ誌の特集紹介」

▽料理通信／1月号

特集1…「小さくて強い店」は、どう作る（Vol.16）

・190万円からの開業実例を一挙公開！！

発信力、吸引力のある店ができると、街の流れが変わる——そんな動きが起きています。街を楽しくする「小さくて強い店」の主はどのようにして現在のスタイルを考え、形にできたのか？ 新米&ベテランオーナーの実例を、一挙公開します
・小さくて強い店の外観集
ワクワクする外観の店が増えれば、街はもっと楽しくなります。お客さんの目をくぎ付けにする外観のヒント集を作りました！
・小さくて強い店の珠玉レシピ
スタンディングでも楽しめる「小さな店」のメニュー。

消費税増税に向けて何をすべきか

年頭早々、頭の痛い話題で恐縮ですが、4月1日、5%から8%への消費税増税が施行されます。そして15年10月1日には10%への引き上げも予定されています。マンション販売や耐久消費財、高額装飾品などでは、駆け込み需要が起きるなど、業界にプラスの影響も出ていますが、食べ溜めなど出来るはずもない飲食業界にとっては増税後の集客減が心配です。客単価1万円以上のような高級レストランでは、3%や5%上がったとしても、それほど影響はありませんが、一般的には価格に敏感な消費者の足が遠のきかねません。単純に増税分を価格に転嫁すれば済む話ではないでしょう。

消費税増税対応で重要なポイント

1、価格そのものの再検討
今回の増税に際して転嫁対策特別措置法では、「消費税は転嫁しません」「消費税分を値引きします」などと増税分をお客からもらわないイメージを打ち出す「消費税還元セール」を禁止しています。そのような表示をしないで、だまって吸収する場合でも、その分純利益が減少します。消費税は、本来、顧客から預った消費税と支払い時に仮払いした消費税の差額を計算して納める税金です。
お店にとってはプラスもマイナスもありませんが、滞納されている税金の約半分は消費税

2、メニューの表示変更
価格の表示は、今まで、日本に消費税が導入されてから「総額表示」という方針がとられてきましたから、メニューには税込価格を表示しなければなりません。したがって、増税によって税込価格が変わる場合には、すべての表示を書き直す必要があります。

ちなみに、15年10月には消費税10%になりますから、約1年半後に同様の作業が発生します。そこで今回の転嫁対策特別措置法では、円滑かつ適正な転嫁や事業者の事務負担軽減のために、「総額表示」「義務が緩和され、「外税表示」「税抜き価格の強調表示」が認められることとなりました。

つまり、税込価格を表示しなくともよい、「外税表示」が17年3月末まで時限的に認められます。すでに「外税表示」は認められていますので、引き上げ日以前であっても、余裕をもって早めに準備に取り掛かりましょう。ただし特例として認められるには、例えば「当店の価格はすべて税抜き表示となっています」との掲示が必要です。

日本商工会議所
各地商工会議所

消費税の転嫁対策特別措置法

5つのポイント

消費税率引き上げにあたって
事業者が注意するポイントを確認しましょう

心と心をニュースで結ぶ

コヤマ新聞

THE KOYAMA SHINBUN

2014年1月 NO.108

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 (56)

リーダーは組織に貢献する

会社や社会に貢献したいという志の高い人が真のリーダーになり得る。そうは思わず、自分のことだけ、もしくは自分の環境だけがよくなることを考えている人は、決していいリーダーにはなれません。従業員が会社に貢献して、会社の業績が上がって、自分に給与やボーナスで跳ね返ってくる。これに賛同しますか？

それでは、会社のトイレはきれいであるべきか、と問うと、それもYESの答えが予想されます。であれば、「お前が掃除をしろ」と言われたらどうでしょう。きれいであるべきというのは分かるが、自分は掃除したくないと言います。ベクトルの向きが違います。ベクトルの向きが違いうるので、まずやることです。自分と会社のベクトルの向きが違えば、会社の方を探るべきです。ブツブツ言わずにま

ずやって、その仕事より価値の低い仕事ができるからということを認めてもらって、別のことをやればよいのです。どこの職場にも問題があり、文句を言いたくなる場合があります。問題ではなくても、前向きに提言する場面もあります。そういう場合、常に主語を「会社は」とすべきです。「これはけしからん。会社のためにならない」と言いたいのなら、大きな声でどうぞ。「自分はやりたくない」「何だこれは。(自分にとって)ひどい」と言うのなら、会社に貢献して

いるのかどうか疑問です。リーダーは、自らこの姿勢を貫き、部下にもそうさせることです。最近、「お給料が高い」「残業をしないでよい」「休みが十分取れる」、そんな条件ありきで会社探しをしているフシがあります。なるほど、従業員あつての会社ですから、ひとつの考え方ではあります。しかし、こんなことを言っていたら、リーダー失格です。会社は収益性がまずあつて、はじめてそれを従業員に分配できるのですから、「まず会社に貢献する」「貢献しながら自分を高める」「次にそれが従業員に返ってくる」と、

きっちり説明してやることです。大勢の若い人と話すことがありますが、これは例外なく理解してもらえます。自信を持って説明すべきです。これくらいのことの説明できないリーダーであれば、人はついてきません。私は会社も部下も大切ですが、会社の存続があつての従業員です。会社の売上、利益があつてこそその社員であることは絶対忘れてはいけないと私は思います。(S・J)

～あき丸ワイン漫遊録～⑨ KOYAMA WINE PARK

コヤマカンパニーでは、3ヵ月に1回の割合で社内向けの料理付き試飲会を行っています。しかしこれは有料試飲ですので強制ではなく、各社員自由参加です。

それでも毎回20人前後集まってくれるのです。それだけみんなの意識の中でワインをもっと知りたいと思っているのでしょう。今やレストランをはじめパルなどの洋風店は当たり前で、和風なお店でもワインを置かれています。

それに伴い「コヤマお薦めワイン」としてチラシやコヤマneなどでお客様に発信させていただいているのですが、味を少しでも分っていると説明もしやすいし、お客様に納得してからご購入求めただけだと思います。

今回は年末年始、クリスマスにお薦めのスパークリングワインを中心に

2種類試飲しました。本場シャンパンから気軽に飲めるもので、タイプいろいろ選んでみました。

もう一つのテーマで、ボジョレー・ヌーボーの飲み比べをしたかったのですが、今年はワインの出来もよく、評判通りに売り切れてしまったので、2本ほどを少しずつ分けて飲みました。お客様から「今年のヌーボーはおいしい」という意見が多かったのですが、たしかに果実味豊かでおいしかったです。

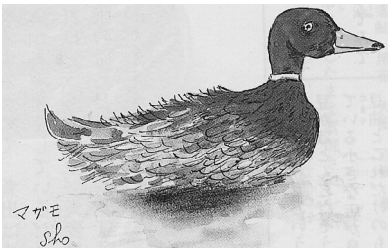
今回は春ごろに予定しています。毎回開催店を転々と変えて、数多くのワインに親しみ、料理との合性を確かめながら、皆さんにより嗜好にピッタリのワインをご提案できるように頑張っています。

(ワインアドバイザー) (AKIHIKO M.)



池波正太郎著／ 剣客商売 庖丁ごよみ③

冬 鴨かも



おはるは、父親が持たせてよこした鴨の肉と、見事な葱を一束と、芹と、手打ちの鰹鮓を小兵衛の前へひろげ、 「お父つあん、今日は、これをとどけに来るつもりでいたんだとよ、先生」 「何よりの御馳走だ」 小兵衛は、おはるに命じ、鉄鍋で葱と共に焼き、酒をふくませた醤油につけて、食べることにした。 酒が出た。秋山父子は、悠々として鴨を食べ、酒をのんでいるが、さすがに山本孫介は、口に入れるものの味もわからぬ体であった。 酒のあとは「鴨飯」である。これは、おはるが得意の料理で、鴨の肉を卸し、脂皮を煎じ、その場で飯を炊き、鴨肉はこそげて叩き、酒と醤油で味をつけ、これを熱い飯にかけ、きざんだ芹をふりかけて出す。 それまで黙念としていた孫介老人も、この鴨飯には、おもわず舌つづみを打ち、 「かようなものが、この世に、ござったのか……」 おどろきの声を発したのである。

(『辻斬り』中「老虎」より)

世界に冠たる日本酒

その九十八●燗酒だけの宴

ビールやワイン、焼酎がなく、日本酒の燗酒だけの宴とは珍しく見えるが、燗酒の魅力とは、一体どんなところにあるのでしょうか。

「温めた酒を飲むと、舌の味蕾が開いてきて、味を鋭敏に感じるようになる。それに

日本酒の旨味成分の中には乳酸やコハク酸のように温度が上がることによって花開くものもある。しっかりと造りで熟成させた純米酒なら、燗に付けば豊かな香りやコクが立ち、料理の味や油に負けない食中酒になる。それに比べ、アル添酒は醗が完全に発酵していない時期にアルコールを加えるので、酒のバランスがよくない場合もあって、燗をすると酒の味が崩れやすい」と語るのは神亀の小川原良征氏です。

小川原氏は冬も夏も一年中、

豊かな香りと深いコク 身体に優しいもてなし

影響もあって、夏には吟醸酒や生酒などの冷たい酒がもてはやされましたが、「日本酒は本来、燗で飲むもの。温めた酒を料理とともにゆっくり味わって、夏バテを防ぐ」と、2003年8月に東京のホテルで、「燗酒楽園」というイベントが開かれ、話題を集めました。

暑い夏にこそ、温かい純米

酒を飲むという試みで、小川原氏が呼びかけ人になった蔵元交流会の主催で東京や大阪で毎年続けられています。 東京の居酒屋でいえば、戦前から続く八重州の「ふくべ」や根岸の「鍵屋」などのような老舗の店では酒燗器を使っているが、大手メーカーの一升瓶ですが、大手メーカーの一升瓶を逆さまにして器械に突っ込

んで温めているだけの酒場が多かったものです。ところが、専用の道具を使い、客の注文に応じ、好みの温度に燗酒を付けてくれるニューウェーブの居酒屋も増えてきました。 ビールを冷やして飲むように

界にまで冷酒ブームが広がってしまいましたが、日本では13世紀に出た「宇治拾遺物語」

の中にお燗した酒を飲んだという記述が出てきます。平安中期以降、儀式では冷酒が出されましたが、客人を寒い晩すことが一般化していました。江戸時代から夏の土用の頃にウナギを食べながらぬる燗で一杯やるのは夏バテを防ぐための庶民の生活の知恵だったのです。

小津安二郎監督の映画「浮草」(1959年、大映)は、真夏の暑い日に志摩半島の小さな港町にやってきた旅芸人一座のドラマですが、中村鷹治郎扮する座長に飲み屋の女主人である杉村春子が「熱い一本付けましょうか」と勧める印象的な場面が出てきます。

燗酒は季節を問わず、日本では広く飲まれていたことを窺わせるエピソードの一つといえましょうか。(平凡社「闘う純米酒」より)

