

データ&トピックス

外食業界・消費者動向

減反の対象から除外
酒米増産、産地沸く
日本酒の原料となる酒造好適米(酒米)の産地で、増産の動きが出始めた。農林水産省が2014年度以降、酒米を生産調整(減反)の対象から外す方針を示したことや、和食のユネスコ無形文化遺産登録などで、酒米を多く必要とする高級日本酒の人氣が国内外で高まってきたことなどが背景にある。

酒米の人氣品種「山田錦」の全国出荷量の8割を占める兵庫県は昨年7月、生産地の市町、JAなどととも「県産山田錦増産プロジェクトチーム」を作った。今年1月から、農家に増産を呼びかけている。県農産園芸課の小林哲也さんは「昨年までは酒造会社が求める量を生産できなかったが、今年は応えたい」と話す。

酒米を思うように作れなかった背景には、減反がある。米の値崩れを防ぐため、国が全国の生産量を調整する仕組みで、対象は主食用のうるち米と酒米。1970年度に始まった。しかし、環太平洋経済連携協定(TPP)交渉妥結に備え、国は昨年、安価な海外産米との競争に勝てるよう、18年度に廃

止することを決めた。同省はさらに、農家が酒造会社の必要とする量を供給する場合、生産が許された枠を超えて酒米を作ることができる仕組みを14年度から設けることも決めた。兵庫県

がチームを発足させたのは、このためだ。
同省の農産物検査を受けた酒米は、7万6800トンだったが、08年以降減少傾向にあったが、11年から増加に転じ、13年は7万4000トン。日本酒造組合中央会によると、日本酒の販売量は低迷しているが、純米吟醸酒などの高級酒は増加傾向にあ

り、原材料の一部の銘柄の酒米が不足する事態が起きているという。
実際、全国から引き合いのある兵庫県産山田錦の需要量は11年以降、生産量を上回っており、12年度は1652トン不足した。チームは山田錦の14年生産目標量を、13年度より1割増の1万4400トンと設定。チームに

加わるJAの一つ「JAみのり」(加東市)の担当者は「休耕地にいきなり作付けしたり、違う作物を作っている畑を田に変えたりするのは農家にとって難しい場合もあるが、必要とされる量を作れるよう協力したい」と話す。
(読売新聞より)

海賊とよばれた男』のモデル

土魂商才の経営者/出光佐三語録 肉親と変わらぬ情愛

神戸の高商に入って、学窓から大阪の金万能の世相を見て、黄金の奴隷になる、社会は人間が中心である、というような考えを持つに至った。私が「人間尊重」ということをいうようになったのは、この恵みである。

この学校は水島鏡也先生が初代の校長であった。先生は東京高商(現在の一橋大学)を出て横浜正金銀行に入られて、その後、病を得られて教育界に入られた人であるために、人情の機微を十分に理解された校長であった。私は第三回の卒業生であるから、水島先生によって育てられたよう

水島鏡也がいたのである。そして出光は、彼によってその生涯を決定するような感化影響を与えられたのである。
ごく簡単にだが、水島に

触れておく。
水島は、大分県中津の人で、郷里では蘭学の祖の人である前野良沢と、福沢諭吉と、それに水島鏡也の三人を挙げて、「中津が生んだ三巨人」としている。ちなみに福沢と水島の父とは親しい友人であった。水島は名校長の名が高かった。東京高商の出身で、40歳のときに、母校の教授から、創立されたばかりの神戸高商の校長に転じて来たものであった。まだ創立早々といつてよく、出光は、その第3回の入学であった。(中略)水島の感化が強

中価格マーケット狙う時期が来た!

これまで飲食マーケットの主流だった2000円〜3000円台の「低価格」と7000円以上の「高価格」の間で空洞化していた「中価格」マーケット。景気回復、ヘアアップ、交際費非課税枠の拡大など、消費税値上げの逆風を吸収するよう「脱デフレ」経済の好材料を先取りし、積極的に「中価格」を狙った業態開発を仕掛けるべき時期に来たようです。

4000円〜6000円台の「中価格」マーケットは、長年のデフレ経済の中で空洞化していました。「脱デフレ」の動きを日本経済のGDPの6割を占める個人消費の主役である外食市場がリードする時代がきました。もちろん「ネオ大衆酒場業態」「ワインバル業態」は定着し、引き続き「低価格」マーケットを主導していくでしょうが、「ネオビストロ業態」「クラフトビール業態」など4000円〜5000円台の「中価格」マーケットは下から徐々に膨らんで来ていました。

五反田に昨年12月オープンしたクラフトビールをメインとした「ラフトマン」は、客単価4400円台(立ち飲み)の2000円台も含めた平均客単価)だが、連日にわたり立ち飲み席まで

約で満席です。「ベルギービールとシャリキトリの『ミヤマ』は4700円〜4900円へと上がってきています」「オーナーの千さん」。
恵比寿にオープンした焼き貝と日本酒の店「あこやも」想定した客単価よりも高く使っているだけのお客様がほとんどで驚いている」とオーナーの延田さんは話しています。
要するに、内容がしっかりした業態であれば、「想定客単価を起してお金を使う客」が増えているのです。

これまでのハイクオリティ・カジュアル(高品質低価格)志向は変わらないものの、確実に「ハイクオリティ・カジュアル」リッチ(高品質中価格)「ヘマ」マーケットはシフトしていると言えるでしょう。「品質がしっかりしていて魅力的な業態であれば、客は少しぐらい高くても行く」ということなのです。そして、原材料の一部の銘柄の酒米が不足する事態が起きているという。
実際、全国から引き合いのある兵庫県産山田錦の需要量は11年以降、生産量を上回っており、12年度は1652トン不足した。チームは山田錦の14年生産目標量を、13年度より1割増の1万4400トンと設定。チームに

http://www.koyama2525.co.jp/

心と心をニュースで結ぶ

コヤマ新聞

THE KOYAMA SHINBUN

2014年4月 NO.111

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

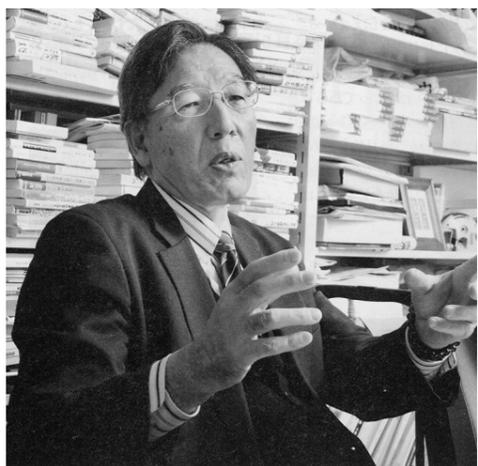
「旬熟成タチキチ」などは140日熟成の肉を売りにしています。六本木の悪立地にもかかわらず、連日満席。予約が取りづらい状態です。客単価は6000円〜7000円台。高いワインを飲めば、1万円を超えます。それでもリピーターが増えている、とオーナーの跡部さんはホクホク顔。
スタイルフーズの鈴木社長が六本木ヒルズ「やき坂の大箱」森ビルから有利な条件で勧められて借り、4年前に開業したのが「ステーキハウス&BAR」です。メイン料理を「熟成肉」に切り代えてから大ヒット。いまは予約が困難なほど賑わっています。夜の客単価は1万5000円。「ほとんどのお客様が会社の接待費で使われます」と鈴木さん。4年目にして最高売上げを更新しています。
このように、「熟成肉」のよ

(フードスタジアムより)

日本でいちばん大切にしたい会社」の著者に聞く 逆風に強い長寿企業になるには まず従業員満足の上を目指せ

これまでに全国の7000を超えて、自然な笑顔で接客する超える企業を視察してきましたが、不況を何度も乗り越えてきた長寿企業には共通点がありま

まず、従業員の幸せを第一に考えていること。2つ目は、成長を急がないこと。3つ目は、経営の透明性を確保していること。4つ目が、地域社会に貢献していることです。



坂本光司 法政大学大学院教授

さかもと・こうじ 1947年静岡県生まれ。静岡文化芸術大学教授などを経て、2008年より法政大学大学院政策創造研究科教授。『日本でいちばん大切にしたい会社』(あさ出版)、『なぜこの会社はモチベーションが高いのか』(商業界)など著書多数。

です。

低価格競争を避けて従業員負担を減らす

従業員を大切にすることで、価格競争を避ける発想も重要になってきます。なぜならば、低価格を実現するには、人件費を削る必要が出てきます。そのためには、従業員を減らさなければなりません。この結果、今いる従業員の負担が増えます。これでは、お客を満足させる質の高いサービスの実現は難しくなります。低価格によつて支持を短期的に得たとしても、料理や接客の質が落ちれば、お客は離れます。多くの長寿企業は、熟練した従業員の高いスキルで、お客を感動させて、その対価を得ることで生き残ってきたのです。

2つ目の成長を急がないことについては、景気が上向いているからといって、急速に店舗数を拡大すれば、借入金が増え、大きなリスクを負うことに注意すべきです。一歩間違えば、経営が悪化し、従業員の生活を脅かしかねません。高い売り上げや利益の目標を設定し、無理に成長を急ぐのは経営のあるべき姿ではありません。数字は、あくまでも従業員の成長に合わせてついてくるものです。会社を長く続けるには、身の丈に合った速度で成長するべきです。

そして、経営の透明性を確保するためには、売り上げや利益

などの計画と実績を従業員に公開することです。さらに、数字を報告するだけでなく、利益の配分方法を従業員に事前に伝えておきます。例えば、利益の3割は従業員のボーナスに、残り自己資本に充てるといった約束をするのです。

これによつて従業員一人ひとりが経営に参画している意識を持つようになり、会社のためにまずまず頑張ろうという気持ちになるのです。飲食店では経営計画を作成する際に、店の従業員を参加させることも一つの手法です。集客のためのキャンペーンや新メニューの開発について意見を聞き、計画に反映させて利益を配分する。これで、働くモチベーションが高まります。

食材の調達や雇用で地元貢献する 最後は地域社会への貢献です。多くの中小企業にとつて、地元の人に愛されたい企業は長く生き残ることは難しいでしょう。長寿企業の多くは、地域への貢献を継続することで、その地域に欠かせない存在になっていま

(日経レストラン)

筍の茹で方 先っぽと根をはずし切った筍を、糖と水のたっぷり入った鍋に入れ、弱火で竹串が通る位まで茹でる。糖の臭みを取るため真水に半日程漬け、根の硬いところをぐるむき取る。

筍御飯 材料/筍、米、昆布、醤油、酒、塩

筍を薄く短冊に切り、水と昆布、酒、醤油、塩(吸い物よりやや濃い口)を加えた出汁に1時間位浸す。米3合に対して出汁は炊き上がりの蒸発分を含め3・5合位とし、筍と一緒に炊く。



命を落としてしまった日本兵を手厚く葬り、日本との交友関係を深めるために、日本庭園までの5キロメートルの間に約2000本の桜の木を植え、毎年桜祭りが行われるようになったのです。オーストラリアと日本との友好の証としてカウラの桜並木をモチーフにしたのが、この「さくらシラーズ」です。味わいも完熟した葡萄から来る果実味たっぷりで凝縮した味です。読者のみなさんが本紙を読まれる頃はちょうど桜の開く時期だと思えます。ぜひ一度、桜の季節に歴史を感じながら「さくらシラーズ」を飲んでみられてはいかがでしょうか。



(ワインアドバイザー) AKIHIKO M.

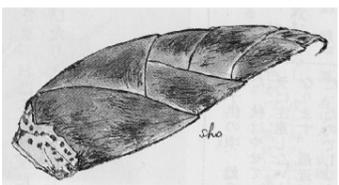
～あき丸ワイン漫遊録～

サクラのラベルに秘められた深い歴史!

季節も冬の終わりを迎えるようになりました。今回は、春も本番を迎えるこの時期になると思い出す一本のワインについて書いてみたいと思います。そのワインの名前はウインダウリー・エステイト「さくらシラーズ」です。産地はオーストラリア・ニューサウスウェールズ州。カウラ地区初のプティック・ワイナリーで造られたワインです。小規模家族経営のワイナリーです。このさくらラベルの歴史とは1944年第二次世界大戦中、カウラの地で捕虜になっていた日本兵1000人余りが大脱走を企て、200人以上もの死者を出した事件がありました。そのとき現地カウラの人々は事件で

池波正太郎著 / 剣客商売 庖丁ごよみ

春



筍

京都の南部、乙訓は、見事な竹藪で有名だ。その乙訓の長岡天神の池畔に「錦水亭」という筍料理専門の料理屋があつて、むかしは、食べさせるだけでなく、泊めてもくれた。池のほとりに、大小の離れ屋がたちならび、ここに泊ると、別世界へ来たおもしろい。掘りたての筍を、吸い物、炊き合わせ、刺身、木ノ芽和之、でん

るではないか。(中略)

目黒不動裏門前の料理屋「伊勢虎」には、小兵衛も何度か客となつていたし、おはるも知っている。

竹林に包まれた奥座敷へ入り、春は目黒名物の筍、夏は鮎や鯉などで、ゆつくりと酒食をするのは、なかなかよいものだし、宗兵衛の母がよるこぶのも当然である。

(『勝負』中「小判二十両」より)

「墓詣りをすませましたから、目黒の不動様へ参詣をいたし、裏門前の伊勢虎へ立ち寄り、昼鮎をいただきますのを、母がその、大変によるこんでくれますもので、私もその母がよるこぶ顔を見たら墓詣りが欠かせなかなりました」 「おお、うらやましいはなしじや。結構、結構」 しきりにうなずく小兵衛の両眼が、わずかに潤みかかっ