データ&トピックス
●外食業界・消費者動向

「ちょい飲み」に切り込め
短時間・低料金会社員に的

若者のアルコール離れや宴会需要の減少で苦戦が続く居酒屋市場。一方で会社員やシニアを中心に「短時間・低料金」で「ちょい飲み」を楽しむ動きが広がっている。居酒屋各社が改めて顧客を取り込もうとして新業態を打ち出すのに対し、カフェやフードチェーンなども酒類の取り扱いを拡充する。縮む市場の中での数少ない成長分野を巡る競争は熱い。

ファストフードやカフェ各社は「本業」での競合も激しさを増す。それだけに夜間などの集客の武器としてアルコール強化の動きが拡がる。

・ドトール・日レスホールディングスは昨年12月、バルの要素を取り入れた「ドトールコーヒー」を羽田空港に開いた。
・日本ケンタッキー・フライドチキンも東京大手町にビールを提供する新型店を出した。
・ハイディ日高（中華料理店）の多くの店舗が駅前に、仕事帰りの会社員の「気軽な一杯」という需要を掘り当て過去最高益を更新した。

市場縮小に加えて、かつては想定していなかった競合の登場に居酒屋各社の危機感は強い。

・コロワイドはちょい飲み対応の「ぶっちぎり酒場」を今後5年で100店に増やす方針。客単価は1000円程度。
・養老の瀧が出店を続ける「一軒め酒場」もメニュー数を絞り込むことで運営を簡素化。料理の質を維持しながら低料金を実現している。

酒類メーカーも注目する。

・キリンビールは「カフェバー」などでりんご酒「シードル」の提案営業に力を入れる。
・アサヒビールはカフェなどで取り扱いやすい缶ビールや小容量のワインなどに人気があるとみて提案などに生かしていく。（日経MJ）

店員不足が成長に足かせ
時給、全業種で上昇続く

3大都市圏における平均時給は全業種で948円、外食業で924円、小売りサービス業で933円。

・過労防止へ60店閉鎖／ワタミ
・24時間営業を一部休止／すき家

パート・アルバイトの時給は昨年から高止まりが続く。3大都市圏の全業種の2月の平均時給は前年同月比0・7%上昇して948円に。昨年7月から8ヵ月連続で前年同月比を上回っている。外食に至っては28ヵ月連続でプラスだ。

人手不足の背景には小売・外食各社の積極出店がある。コンビニ大手5社の2013年度の新規出店は約4500となる見通しだ。日本フードサービス協会によると、全国の飲食店の店数は14年2月まで32ヶ月間連続増え続けている。

外食や小売りなど旺盛な流通各社の出店計画は人材の争奪戦に拍車をかけ、計画そのものを縮小することになりかねない。（日経MJ）

「海賊とよばれた男」のモデル

士魂商才の経営者／出光佐三語録
⑥養成

出光商会としては、財界に他に類のない良き店風を作り、店員をして、自己の店風に充分の自信と自覚を持たせたいのであります。各支店・出張所には、必ず合宿所を設けてあります。これ市内散宿のため、一般社会の悪い風に感染せしめないためであります。さらに店員相互間の懇親練磨の用に供したいのであります。若い者にありがちの夜遊びや素行の治まらない者が出た場合にはお互いに親切に忠告し、監督し合うのであります。場合によっては、本人に対する親切と誤解している人が相当多いようだが、これは大なる考え違いで、出光商会は、若い者にありがちの失策のため、これが改悛指導もしないで、直ちに退店せしむるような、不人情な店風ではありません。父兄にかわってこれを訓育するの責任を感じておるのであります。誠意する場合は、父兄が子弟を勘当する場合に相当するものと思って、安心して早く相談して貰いたいのであります。

兄が弟に加える鉄拳制裁もまたやむを得ぬと思うのであります。

かくしてなお悪夢醒めざる者は、店長または私に告げて力添えを得、総力を挙げて必ず改悛させることにしたいのであります。この場合、私や店長に知らせることが遅れたため、改悛の時期を失することが往々ありますから、なるたけ早く知らして貰いたいのであります。私共に隠すことが、

出光商会は、父兄に代わって
若者を訓育する責任を感じている

（『我が六十年間』第一巻より）（PHP文庫）

〈グルメ誌の特集紹介〉

▽**料理通信**／6月号
特集2：ワインからひもとく新しい日本酒の飲み方
テロワールを映し出し、手仕事が光る、造り手の顔が見える酒造りを実践する蔵が増えました。味わい深い酸と旨味を持ち、食事に寄り添い、ワイン好きのみならず若い世代からの支持も集めています。
酒の味が変われば、飲み方、飲むシーンも変わる。新しい日本酒の愉しみ方を追いかけます。

▽**あまから手帳**／6月号
特集：〈保存版〉関西　夏の名品100
素麺、水ナス、オレンジジュース……。名店の逸品から近郊の名産まで、編集部が総力をあげて選び抜いた「夏のテッパン」100アイテムを一挙にご紹介。

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6月 NO.113

発行：株式会社コヤマカンパニー
〒569-0803
高槻市高槻町19番7号
tel :0120-21-0852
fax :072-683-0087
mail:web@koyama2525.co.jp

「ネオ割烹」「ネオ炉端」がトレンドに!!

ユネスコ無形文化遺産となった「ザ・ワショク（和食）」と景気回復機運の追い風を受けて、2014年は一気に「ネオ・トラディショナル・ジャパニーズ（ネオ・トラ）」マインド&スタイルが広がっています。ここにきて、「ネオ割烹」「ネオ炉端」をコンセプトとする店も増えてきました。

和食店や割烹で経験積んだ職人肌の店長、料理人多い

「TOKYOテイスト&スタイル」のオリジナリティを武器とする「ネオ和食」がにわかに脚光を浴び始めました。

昨年後半から今年のはじめにかけて、代々木八幡の「Gift食堂」、中目黒の「酒人あぎ」のように、日本酒を軸に新しい和のテイストを提供する「ネオ和バル」や「ネオ割烹」のオープンが増えてきました。

店主、料理長は和食店や割烹で経験を積んだ職人肌の人が多い。職人肌でありながら、マーケティング感覚にも優れ、新しくチャレンジする気概に富んでいます。

今年3月にオープンした「酒人あぎ」は、五反田で日本酒ブームの先駆けとなった「日本酒バルAGI」のオーナー、平野さんと日本酒に詳しい専門家の山本さん、そして寿司屋と割烹2店を経験している料理長の3人が集合したネオ割烹。割烹ほど高くなく、居酒屋とはレベルが違う料理の数々。日本酒と和食人が織りなす世界は圧巻です。

肉業態の激戦区池袋西口に
価格を押えたジビエ料理で

4月30日、池袋西口にオープンした「ジビエとくずし野菜割烹　和ガリコ」は人気の料理ビストロ「アガリコ」のオーナー、大林さんのプロデュース店。元スタッフで和食経験の長い杉山さんが独立を希望したことから、独立支援という形で出店となりました。

コンセプトについて大林さんは「このエリアは焼肉、ホルモンなどの肉業態の激戦区でありながら肉好きが集まる。加えて、池袋はジビエの店が自分の知るところまだない。ジビエを中心として新鮮な野菜を加え、杉山さんが得意とする和食料理を組み合わせ『割烹ビストロ』とした」と話します。

そのジビエ料理は価格を押さえ、「群馬県産　猪豚　すき焼き風」（850円）、「北海道岩見沢産　雉も肉塩焼き」（750円）など。日本酒は「獺祭スパークリング」はじめ泡ものを揃えたのが特徴です。〆のうどん「トリュフ釜玉」（600円）は絶品でリピート必至。「アガリコ」が放つ「ネオ割烹」コンセプトは業界で話題になることと間違いありません。

イタリアンとコラボさせた
新しいスタイルの炉端バル

「居酒屋以上」というキーワードが台頭してきましたが、その流れに沿って「炉端焼き業態」も見直されてきました。

西新宿にオープンしたばかりの「ROBATA幸」。イタリアンと古典的な炉端業態をコラボさせた新しいスタイルの炉端バル。コンセプトはお箸で食べるイタリアン。

産地直送の野菜や肉、鮮魚をシンプルに炉で炙り、仕上げは和とイタリアンをコラボさせたソースで提供します。

「てっぺん」の創業メンバーであり、炉端業界をよく知る「絶好調」吉田さんの6店目となる新店です。

ボウチラグループオーナーの高橋さんが練馬にオープンさせた新業態「ROBATA IPPUKU（炉ばたいっぷく）」。イタリアン業態をスタートに起業した高橋さんらしいセンスが映える店づくりです。

手の届きそうな距離で焼き上がる魚や野菜、肉。そのリアルすぎるシズル感こそ炉端の醍醐味です。炉を囲むコの字カウンターはわずか11席。定番のしゃもじもなく、ワインも揃えた店はまさに「ネオ炉端」トレンドの到来を予測させます。（フードスタジアム）

食ビジネス考

割烹ほど高くなく居酒屋とはレベル違う
厳選された日本酒と和食が織りなす世界
その流れに沿って「炉端焼き」も見直され

～あき丸ワイン漫遊録～

⑬ワイナリーへの援農ボランティア

昨年から始めた援農ボランティア。昨年は７月も終わりで実が出来ていたのですが、今年はもっと早くから始めたいと思い、カタシモワイナリーに連絡してみました。新芽が出始めたので、「いつ来ていただいてもいいですよ」と言っていただけました。早速金井マネージャーと二人で行ってきました。

きれいに剪定された葡萄の木からは小さい新芽がポツポツと出始めていました。今回の作業は虫除けの液体を塗り込む作業か草刈りです。

私は虫除けを、金井マネージャーは草刈りを選びました。虫除けの作業とは、古い木の皮を剥いて虫が入り込まないようにして、その上から石灰硫黄の液を刷毛を使って台木に塗り込むのですが、臭いが強烈なのです。

皮膚や服につかないようにゴーグル、マスク、カッパで完全防備して行いました。手で皮を剥いていくので握力がなくなっていくし、かなり大変でした。

仕事が終わり金井マネージャーと合流したのですが、彼もまた防護服を着ていても草まみれの大変な状態で帰って来ました。お疲れさん！

これに負けじと毎月通うつもりでおります。また、葡萄の木の成長具合もお知らせできればと思っております。

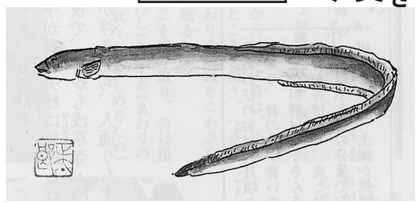
完全防備の金井マネージャー

垣根づくりのメルロー

（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⑥

夏　鰻（うなぎ）



「何の商売だね？」

「辻売りの鰻屋です」

辻売りの鰻屋というのは、道端へ畳二畳ほどの木の縁台を出し、その上で鰻を焼いて売る。

このごろは、江戸市中の諸方に、辻売りでない店構えの鰻屋もちらほらとあらわれたようだが、

「ありゃ、ひどいものさ」

などと、ものごとにこだわらぬ秋山小兵衛さえも、あまり、鰻を好まぬようだ。

鰻というものは、この当時の、すこし前まで、これを丸焼きにして豆油やら山椒味噌やらをつけ、はげしい労働をする人びとの口をよろこばせはしても、これが一つの料理として、上流・中流の口へ入るものではなかったという。

それが、上方からつたわった調理法で、鰻を腹から開いて、食べよいように切り、これを焼くという……そうなってから、あげ、たれにも工夫が凝らされるようになり、ここに鰻料理の大流行となる。

（『辻斬り』中「悪い虫」より）

（新潮文庫）

江戸ふうの鰻料理が開業され、背びらきにしたのを蒸しあげて強い脂をぬき、やわらかく焼き

「おもったよりも、うまいし、それに精がつくようだ」

と、江戸でも、これを食べる人びとが増えたそうな。

この後、約二十年ほどを経て、

鰻が、現在の調理法に到達し、万人に好まれるようになったのは、わずか百数十年前のことだ。

それまでは、丸焼きにして、豆油やら山椒味噌やらをつけ、はげしい労働をする人びとの口をよろこばせはしても、上品な食べ物とはいわれなかった。しかし、豊かな滋養があることは、むかしから知られていて、万葉集にも、鰻が夏痩せによいことを詠んだ大伴家持の一首がある。

鰻の蒲焼は、日本の四季に合っていて、いまや天然の鰻だけでは客の要望をみたしきれない。大正のころから始まった養殖の方法も、大層、進歩しているらしい。しかし、「天然ものの鰻は、なかなか、さきにくいのです。中には、ひどく、暴れるのがいますから」

と、聞いたことがある。

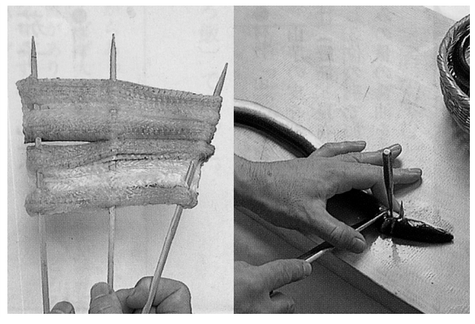
戦前、利根川べりの旗亭で、鰻の天麩羅を一度だけ食べたことがあった。おもったより、あっさりとした味で旨かった。

鰻の蒲焼き

●材料／鰻　醤油　酒　みりん

背開きにした鰻に竹串を刺し、強火で10分位蒸し、たれ（醤油5カップ、みりん5カップ、酒2カップを40分～1時間、弱火で煮込む）を付け、焼く。

山椒味噌付け焼きは、合わせ味噌に山椒とみりん、酒を加え掻き混ぜ、素焼きにした鰻（強火で5分位）の片面にぬり再度数分焼く。

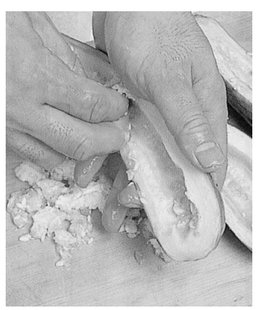


白瓜の塩揉み

●材料／白瓜　しその葉　塩

丸のまま水洗いし、塩をつけてしごく（皮が柔らかくなる）。半分に切り、種を出し、小口切りにする。

塩を軽くふり混ぜ、塩がしみこむよう5分程おき、揉み、しその葉を刻んで一緒に和える。



最強の一皿　芋煮　680円

米沢牛を使った山形風

ほっとするような醤油味の出汁が、里芋、キノコ、にんじん、こんにゃく、ネギ、牛肉などの具材を優しく包み込む。これをつまみに日本酒を飲む。店内は穏やかな空気で、まるで温泉にでも浸かっているようだ。

東北地方には地域によってさまざまな芋煮があるが、東京の神田にある居酒屋「樽平」の芋煮は牛肉を使った山形風。米沢牛をふんだんに使っている。

「樽平」は山形の樽平酒造の直営店。創業昭和3年（1928年）から居酒屋も始めた。店には樽平」や「住吉」など樽平酒造の銘柄が揃っている。

気持ち良く酒に酔った状態を山形の古い方言で「たるべい」と言い、これが店名の由来。1階のカウンター席に座って飲んでいると、いつも「たるべい」になってしまう。でも、これが至福の時間なのだ。

●樽平　神田店

住所／東京都千代田区内神田3―13―2

電話／03・3251・41 40

営業／16時30分～23時

定休／日曜・祝日

（週刊ダイヤモンドより）

世界に冠たる日本酒

その百一●全量純米蔵を目指す会

日本酒の未来拓くため 本来の在り方見直そう

酒は純米、燗ならなお良し――。

人に酒について聞かれれば、私はいつもそう話してきた。

春だろうが夏だろうが、私は純米酒に割り水をかけて、ぬる燗にして飲む。こうして飲めば口当たりが軟らかくなり、ふんわりとした旨みが広がり、酒に合う料理の幅もうんと広がる。燗酒は胃壁からの吸収が早く、心地よく酔っていくから、飲み過ぎることも少ない。

私は職業上、純米でない酒もよく利くし、アルコール添加（以下、アル添）した吟醸酒のなかにも、悪くないと思えるものが少なからずある。しかし、日々の楽しみとして、こうした飲み方をする限りにおいて、アル添した酒は純米の酒に及ばない。だから、冒頭の言葉は第一に、私個人の嗜好の問題であるのだが、それだけの話でもない。

生産者がしっかりとした純米酒を造り、それを消費者が燗にして飲む。その日本酒本来の在り方を見直すことが、結果的に日本酒の未来を拓くことにつながると思うのだ。

日本酒は今、岐路に立たされている。

（上原浩著「純米酒を極める」2002年12月20日発行、光文社新書の9ページ「はじめに」より引用）

2006年5月1日に亡くなられた上原先生の著書より引用しました。

生前、酒造技術指導にとどまらず、蔵元に対して、さらには小売店・飲食店・消費者に対して、日本酒の在り方を問いかけ、酒造業者に警鐘を鳴らし続けた上原先生の思いです。「全量純米蔵を目指す会」は、この故「上原先生」の訓えを実践する会です。

越え次の代へ伝えること。それがわれわれ酒造りにたずさわるものの使命であり願いでもあります。

以下、先の上原先生の著書より、警句をご紹介します。

・今の消費者は、酒を〈主〉として飲むことを望んでいない。（料理が〈主〉）

・日本酒というものは、秋の完成を目指して作るのが本当だ。

・私に言わせれば、生酒など製品以前の半製品である。

・新鮮さと冷たい飲み心地だけを楽しむなら、生酒よりビールの方がよほどいい。

・日本酒は温度を変えることによって味わいが変わる希有の酒だ。

・消費者の嗜好は、純粋化の方向に向かっている。

・問題なのは、お金を出してでも飲みたいと思う酒が少ないことだ。

（「全量純米蔵を目指す会」のホームページより）

しっかりした造りの程よく熟成した、お燗で美味しく飲める純米酒を造り、消費者へ届けること。伝統の継承者としての誇りを持ちながら、造り手（蔵）と米農家と小売店・材料店とともに運命共同体としてのパートナーシップに基づいて、蔵として、企業として発展すること。前の世代からあずかった蔵を、世代を