

# データ&トピックス

## 外食業界・消費者動向

通いたくなるメニュー  
日本人好みで味濃いめ  
イタリア料理店「イタリア式  
食堂キャンティ本店」(東京・  
笹塚)はお客が遠方から訪れる  
繁盛店で、連日満席が続いてい  
る。人気の秘密は、日本人の味  
覚に合わせて食べやすく工夫し  
た料理にある。イタリア料理で  
はあるが「どこかで飲んだ帰り  
に立ち寄ったお客にシメのラー  
メンやそばのような感覚で食べ  
てもらおう」というコンセプト  
で開発した。

料理と並んでリピータ開拓に  
貢献しているのが350〜50  
0円のグラスワイン(80〜10  
0種類)。3500本分(75  
0ml換算)の販売量を誇ってい  
る。店舗面積は23坪で月商10  
00万円。

アジア文化、食から学ぶ  
話題呼んでいる学生食堂

神戸外国語大学(千葉市)が  
4月に開いた学生食堂「食神」  
(しょくじん)が話題を呼んで  
いる。テーマはアジア。中国や  
インドネシア、タイなどの約20  
種類のメニューを提供するほか  
、輸入した調度品で屋台など各  
国の街並みを再現した。学生食  
堂としては珍しくイスラム教徒  
向けのメニューや礼拝所も設け

る。秋から本格的に一般開放し、  
食を通じて異文化を理解する拠  
点にする。

最大の特徴はアジアの雰囲気  
実感できる空間。1階は「屋台  
テーブルコーナー」などを設け、  
タイから輸入した本物の3輪自  
動車トウクトウク、ベトナム自  
転車タクシー「シクロ」がある。  
現地に限りなく近い環境だから  
こそ異文化の理解も進む。調度  
品など本物志向を徹底した。店

舗面積は1000㎡。  
(日経MJ)  
・大江戸vs上方日本酒祭、つま  
み対決  
・料理王国/8月号  
大特集 パスタ、パスタ、パス  
タ/誰にも負けないシエフ自慢  
のバスタ教えます  
・イタリアパスタ紀行  
・オリブオイルとパスタのお  
いしい関係

「現金買いだから」と  
負けさせて……。  
「卸した相手の顔も見えてい  
ない。愛情も湧かぬば、親  
近感も起こらん。その場限  
りだ。全くの黄金の奴隷で  
はないか。これに対して、  
うちは一々支店員が相手を  
務める。人間対人問だ。親  
近感が湧き、長くお得意さ  
んとして固定する。長い目  
で見ると、どちらが本道か、  
すぐに判るだろう」  
支店が増えれば、それだ  
け支店員の数も増えるわけ  
だが、それはなるべく少数  
で済ませたい。すると、必  
然的に「まかせ切る」とい  
うことが必要になる。  
まかせ切るためには、そ  
れだけの人材が要る。こう  
して出光商会の「人材養成」  
は、ますますきびしくなっ  
ていく。  
(PHP文庫)

## 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

#### 出光は、金を儲けようとして出立したのではない

出光商会は金を儲けようとして出立したのではない。せいぜい一生働いて働き抜いて見よう。それも各個がバラバラに働くのではない、一致団結して働こう、これが人間生まれきたつたゆえんであり、国家に対する責務であり、社会人としての道であるというのでありまして、そこに不動の主義方針を持つてきたのであります。これが私が三十年前、燃ゆるがごとき情熱を持つて青年として、金力の横暴、資本家に対する反抗、独立自営の夢、外来の権利思想に対する嫌悪、家族主義、温情主義に対する愛着、日本国粹に対するあこがれなどより、自然と理想を持つようになり、この理想を業界に実現しようとしてたにすぎないのであります。(昭和15年9月「紀元二千六百年を迎えて」の訓示より)

右のような話をする、月の銀行の支払いがつかず福井敬三とか増野伸とか、ぎますよ。少しは大阪の小吉村和人とかいった連中か、沢商店あたりの真似でもなら、よく質問があった。さつたら……。「あんたはそんなことをおっしゃるけど、少しは儲けた。増野は広島商業、吉村

は福岡商業の卒業で、これは質問というよりも、反問、ないし反撃という方が当たっていた。「いや、そうじゃない」と出光は、強く首を振る。「小沢商会の行き方は、いま目の前では儲かっているかもしれないが、いつまでもそれで儲かるというものではない」小沢商会は、日石から現金買入する。それだけに安くさせる。それを電報一本、手紙一通で注文を取って、あちらこちらへ卸す。卸し先は一定していない。それもまた値引して、その代わり現金でか、現金同様の短期の手形で払わせる。その金を持ってまた日石に行っ

## 増殖始めた「ネオ日本酒」業態

ワインに続き、酒類が牽引する飲食トレンドのネクストコンテンツとして、注目を集めている「ネオ日本酒」業態。蔵元の世代交代、醸造技術の進化、さらにはSNSなどのネットによる情報拡散効果により、いままでも日本酒を知らなかった世代にも大きな広がりを見せています。

90ml500円の均一価格で  
全国の純米酒100種以上

完全に「軸トレンド」となった「ネオ日本酒」業態。若手経営者による日本酒専門店がブームが増えています。いま最もカッコよくてオシャレな業態として日本酒業態が生まれ変わってきました。そんな新たな拡大を見せ始めた新・日本酒マーケットをリードするニューオープンの店を紹介します。

均一価格による飲みやすさ、手軽さのイメージを拡大させているのは、90mlといったような小グラスのスタンダード化です。

これによって、顧客は多くの種類の日本酒を気軽に飲み比べることができ、旧・日本酒」の店では、いまだに1合からの提供が基準とな

り、それが初心者に対して敷居を高くしてしまっています。

東上野にオープンした「純米酒専門 粋酔」はオーナー市場氏の2店舗目。47都道府県すべての純米酒が100種類以上揃うというこだわり。初心者にはハードルが高い専門店と思いきや、すべて90ml500円の均一価格の気軽なスタイル。さらに2時間、2時間半の飲み放題システムもあり、誰もが引き酒感覚で日本全国の蔵元の最新の銘柄を楽しめます。嘲酒師のスタッフがいいて信頼度も高く、嗜好に合わせて丁寧に対応してくれ

立ち飲み用の日本酒専門店がオシャレなバルの雰囲気です。三軒茶屋の三角地帯に1月下旬オープンした「日本酒専門店 采(さい)」は立ち飲み。コの字カウンターが木仕様のシンブルモダンなオシャレな雰囲気は

バルスタイル。料理は職人が作る日本酒に合わせた手の込んだアテ。しかし、価格は300〜500円とリーズナブル。カウンターの外に置いた日本酒冷蔵庫の中に揃う60〜70種類の日本酒は生酒が多く、しかも小さな蔵でありながら実力派の日本酒も少なくありません。バルのよ

うな環境と美味しい料理、しかもワンコインといった気軽さで、旧・日本酒のイメージを覆します。日本酒ファンはもとより、初心者も気後れせずいられます。女性の一人客も多い。経営は同じ三軒茶屋で予約必須の焼鳥店「床島」の2号店。

赤羽駅の西口にオープンした「日本酒BAR しじゅうこえん」。日本酒60種以上でサイズは90ml、450円均一価格で楽しめます。有名日本酒専門店から独立した嘲酒師であるオーナー氏田さんが選んだこだわりの日本酒の中には、珍しい女性杜氏の銘柄もあり、個性的なライナップが楽しめます。赤羽の喧

嘩から離れたラーメン屋の2階の店は女性オーナーとあって、女性も入りやすい隠れ家。当然ながらオーナー自身も大の日本酒ファンで、彼女の作る料理は、

どれもひと工夫されており、日本酒のアテとしてよくマッチングします。

2冊1セットのメニューで  
酒蔵の歴史、特徴など紹介

日本酒専門店の人気をリードする日本酒バル、五反田の「和酒BAR AGE」のオーナー平見氏が、期待の2号店「酒人あぎ」を中目黒の山手通り沿いに3月オープンしました。現在46歳。最終的には50歳を目標にした酒蔵(銘柄)固定の日本酒を揃え、彼らが醸す日本酒の世界に触れ、客、酒蔵、店が一体化できる、今までにない新しい形の日本酒専門店です。揃う酒蔵はオーナーの平見氏と新店の立ち上げの企画から携わってきた元酒販店出身の飲み手、山本貴文氏が今までに出会い、信頼感を深め、縁を築いてきた蔵といえます。2冊1セットのメニューでは、同店で扱うすべての酒蔵の歴史、特徴、酒造りへの取り組みなどを紹介しています。彼らが支える日本酒の歴史、日本酒の知識を得る読み物としても十分な価値を持ち、味わう酒もまたひと味違うものを感じさせられます。

2ページに続く

心と心をニュースで結ぶ

# コヤマ新聞

THE KOYAMA SHINBUN

2014年 7月 NO.114

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

客は多くの種類の日本酒を気軽に飲み比べることができ、旧・日本酒」の店では、いまだに1合からの提供が基準とな

立ち飲み用の日本酒専門店がオシャレな雰囲気です。三軒茶屋の三角地帯に1月下旬オープンした「日本酒専門店 采(さい)」は立ち飲み。コの字カウンターが木仕様のシンブルモダンなオシャレな雰囲気は

バルスタイル。料理は職人が作る日本酒に合わせた手の込んだアテ。しかし、価格は300〜500円とリーズナブル。カウンターの外に置いた日本酒冷蔵庫の中に揃う60〜70種類の日本酒は生酒が多く、しかも小さな蔵でありながら実力派の日本酒も少なくありません。バルのよ

どれもひと工夫されており、日本酒のアテとしてよくマッチングします。

1ページより続く

五反田の日本酒専門店火付け役といえ、それがしです。味のマトリックスを最初に提案したのはこの店。2号店「鶏料理それがし」も五反田に出、3号店をこのほど恵比寿西口五差路の先にオープン。恵比寿といえ、恵比寿南の交差点から至近のビル7階に「麦酒庵 恵比寿店」が2月に誕生しました。

オーナーの水田善之氏は、4年前まで大手通信会社に勤めていましたが、自他共に認めるクラフトビール・マニアであった同氏は、ビールイベントの企画などにも携わり、いつしか飲食業界への転職を考え始めました。その後脱サラし、四谷の日本酒と牡蠣で有名な「酒徒庵」で経験を積みまます。

クラフトビールから日本酒小さな蔵にこだわり続ける

もともと日本酒（とくに濃厚系やお燗系）にも精通していたことや、「酒徒庵」店主のサポートもあり、同店からの暖簾分けという形で、自身がかねてより理想として掲げていた「クラフトビールが味わえて、しつかりした和食を出す店」というコンセプトのもと、麦酒と牡蠣とおぼんざいの「麦酒庵」（大塚店）を2011年に開業しました。クラフトビール×和食という組み合わせは、当時としてはほとんどなかったことや、クラ

フトビールをマニアだけでなく幅広い層の人たちに楽しんでもらうために、しつかり和食を出し、一軒目使いの店として落ち着いて酒も料理も楽しめることは重要と考えていたからです。それから3年経ち、満を持しての2号店オープンとなりました。錦糸町の南口にオープンした「小さな蔵 だれやめ」。やはり日本酒専門店から独立した福永氏の店、「小さな蔵」の名の通り、実力を持つ小さな蔵にこだわる日本酒は、季節の日本酒

を常時12種類程度揃えています。同じ錦糸町の北口に2月オープンしたばかりのサードブレイスの2店舗目「蔵みそら屋」。40種類以上揃う日本酒は、ちょい呑み70ml360円、ぐい呑み100ml500円、一途呑み1合900円の均一価格で、ポーションが3タイプ。東京はいま、「ネオ日本酒」業態増殖中と言っている。 (フードスタジアム)

手ぎわがよいのである。 (『狂乱』中狂乱より)

鱸の塩焼き 材料/鱸 塩 こけ(鱗)を落とす。 (新潮文庫より)

三枚に下ろすように庖丁を入れる。身に小骨が残らないように手で開く。塩は遠目にかけるとまんべんなくかかる。かまは脂がのっついて、特におすすめ。 (新潮文庫より)

鱸は、稚魚から老成(3尺余に達するものも珍しくない)するまでに、セイゴ、フッコと名が変わる。つまり出世魚だが、何ととっても旨いのは盛夏で、だから、洗いにして食べるに限るといふ人もいるし、「いや、塩焼きが、何ともいいない」「吸い物もいい」「このように、ファンが多い鱸は、高級魚といつてよい。秋になって、川から海へもど

つて来た「落ち鱸」を待ち、チリ鍋にするのを待ちこがれている人もいる。「鱸の塩焼き」文吉の庖丁で鱸の塩焼きが出た。客がまた二人、三人と入って来て、夫婦がいそがしくなった。小兵衛は、それをうれしげにながめつつ、手酌でゆっくりのみはじめた。

その「かけ汁」の加減がむずかしくて、おはるは少女のころから小兵衛の許にいて、このかけ汁をこしらえてきたわけだが、このころ、ようやく小兵衛の文句が出なくなつた。「剣術つかいは飲み食い加減がうるさいね、三冬さま。おたくの若先生もそうですかね？」などと、つい二、三日前に、隠宅へあらわれた三冬へ、おはるがいったものだ。 (『勝負』中小判二十四両より)

「冷奴」そこへ、寺嶋村の豆腐屋が毎朝の豆腐を届けに来た。夏になると、小兵衛は朝から豆腐を食べるので、日に四丁の豆腐が要る。井戸水でよく冷やした豆腐の上へ摩り生薑をのせ、これに、醤油と酒を合わせたものへ胡麻の油を二、三滴落したものをかけまわして食べるのが、小兵衛の夏の好物であった。

「芋茎と油揚げの煮付け」老僕の権兵衛の手で、軽い中食が出された。にぎりめしへ味噌をまぶしたのを、さつと焙つたものと、芋茎と油揚げを煮た一鉢。塩漬の秋茄子などの簡素な中食であったが、長年、九万之助に仕立てている権兵衛だけに、なかなか

五十にして天命を知る。「論語」に記された孔子の言葉はあまりにも有名だ。孔子以降の長い間、人々は天命を知つた後は「余生」として老後を送るのが常だつたに違いない。私たちが平均余命が大きく延びた日本社会を生きている。天命を知つたればこそ、もう1回人生を楽しむことができるようになったのだ。「会社がすべて」の人生を送つた人にこそおススメの「50代のリセット」を提案したい。

### 磯山友幸(経済ジャーナリスト)

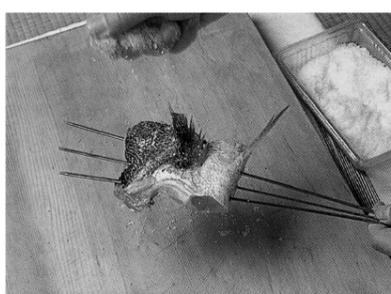
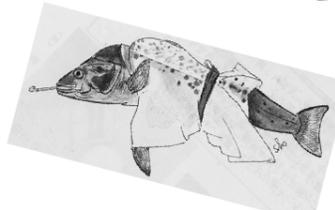
50代起業はローリスク、コネあり、コネあり、コネあり。五十にして天命を知る。「論語」に記された孔子の言葉はあまりにも有名だ。孔子以降の長い間、人々は天命を知つた後は「余生」として老後を送るのが常だつたに違いない。私たちが平均余命が大きく延びた日本社会を生きている。天命を知つたればこそ、もう1回人生を楽しむことができるようになったのだ。「会社がすべて」の人生を送つた人にこそおススメの「50代のリセット」を提案したい。

食べていけるくらいの利益が出ればよい。東京・押上の十軒橋商店街。ご多分に漏れずシャッター商店街だが、その一角に日本酒好きの間で急速に有名になつたお店がある。日本酒バー「酔香」。

菅原さんが起業を思い立ったのは50歳になったとき。現場取材が中心の記者から内勤が中心のデスクへと仕事が変わつたことが大きかった。「不本意な形で会社に居残るくらいなら、気力体力があるうちに新しいことをしたい」。そんな思いが湧いた。「日経レストラン」時代には外食業界のノウハウを学んだ。もと日本酒が好きで、取材を通じて多くの蔵元と知り合いになった。そんな知識や人脈が店を開くのに役立つ。「古い民家をリノベーションした日本酒の店」。まずコンセプトを明確にして絞り込んだのは、記者と

## 池波正太郎著 / 剣客商売 庖丁ごよみ

### 夏 鱸



### ～あき丸ワイン漫遊録～ 夏のおすすめ——泡もの

季節も早、夏の装いを見せてきました。夕食のスタートはやはりビールでグイッと行きたいという方が多いですね。しかし、今回の提案は同じ泡ものでも、ワインの泡もの、スパークリングワインです。

まずはフランス、シャンパーニュ地方、ヴァレー・ド・マルヌ地区からジャン・ド・ヴィラレブリュット(辛口)(写真)です。昨年ベルリンワイントロフィーで金賞を受賞したワインです。飲んだ感じはシャンパーニュらしいきめ細やかな泡立ちで、甘酸っぱい香りに、飲み口はしなやかで、やわらかく、酸味と厚みのバランスが抜群なんです。何と言っても、シャンパーニュなのに、コヤマ価格2980円(税別)というのはいずれいすよ。

お次はフランス、ブルゴーニュからエルペ・ケルラン、1873年創業でワイン醸造5代目の職人技がさえる、フルーティでバランスのとれたブラン・ド・ブラン(同)。爽やかで辛口、使い勝手もよく、いろんな

場面で活躍してくれます。お値段もコヤマ価格1560円(税別)で、お求めやすいですよ。

最後は珍しい赤のスパークリング(同)。品種はピノノワールでやさしい甘味で、繊細なベリー系の風味、口当たりもまるやか。女性向け間違いなし!お値段はコヤマ価格2230円(税別)。今年の夏はお値打ちスパークリングで乾杯!



カタシモワイナリーにて



葡萄畑の様子 葡萄の房の様子

(ワインアドバイザー) AKIHIKO M.

紙面の都合で「世界に冠たる日本酒」はお休みします。 (WEDGEより)