

心と心をニュースで結ぶ

コヤマ新聞

THE KOYAMA SHINBUN

2014年 11月 NO.118

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

「大手のビールは、淡色のピルスナータイプという限られた味覚の範囲で競争している。大手がよりたくさんのお客様に飲んでいただけるよう、大衆化、

低価格化を進めた結果、味に違いがなくなり、大手のビールはつまらない、と感じる方が増えている。それによって、逆にお客様との距離が

一方、ヤッホーの井出社長は9期連続増収増益、年率2桁で成長してきた自信をもとに、アメリカ最大手、サムエルアダムのビジネスモデルを取り入れていくとしています。クラフトビール市場の17.5%のシェアを誇るサムエルアダムスは

クラフトビール東京より）

今回のキリンとヤッホーの提携は、単に大企業がベンチャー企業と手を握ったというだけでなく、キリンとしてはビール事業の大きな転換点として捉えています。すなわち、これまでのメジャービール路線の反省と今後のクラフトビールに賭ける意義について深く言及しているからです。キリンの磯崎社長の発言を紹介します。

「味覚の画一化から脱却し、市場の流れを大きく変えたい。ビール全体を魅力的なものと思っていたら、市場を元気にする。その原動力がクラフトビール。市場を活性化すると共に、ビジネスとして味覚の多様性をキリンの新たな競争軸にしたい。マスプロダクトとは違う、個性的な味覚と共に、造り手のこだわりなど、ストーリー性を合わせて楽しんでいた

日本ではクラフトビールがやると東京で定着し始めた段階。伸びる余地ははかり知れないと言っている。ヤッホーの井出社長はそれを感じ、先取りし、コンビニでの販売や直営店出店といった行動を起こしてきました。今後はキリンと組んで、自社ブランドのさらなる拡大、生産増強を図ります。

今回のクラフトビールブームの火付け役の一つ「クラフトビアマーカー」は近く、高円寺に進出します。高円寺は「高円寺麦酒工房」発祥地。さらに、五反田の「クラフトマン」は12月に仙台に出店。これから地方でもクラフトビールの店が確実に増えていくでしょう。

9月下旬、ビール業界に電撃的なニュースが飛び込んできた。キリンビールが「よなよなエール」などのブランドでクラフトビールを展開するヤッホーブルーイング(クラフト業界トップ企業)と提携、キリンがヤッホーの株式の33.4%を取得し、ヤッホー製品の製造も手掛けていくというもの。マイナーイメージを売りに伸びてきた日本のクラフトビール市場は、一気に「メジャー化」するのだろうか？

を招いている。味覚の画一化から脱却し、市場の流れを大きく変えたい。ビール全体を魅力的なものと思っていたら、市場を元気にする。その原動力がクラフトビール。市場を活性化すると共に、ビジネスとして味覚の多様性をキリンの新たな競争軸にしたい。マスプロダクトとは違う、個性的な味覚と共に、造り手のこだわりなど、ストーリー性を合わせて楽しんでいた

ビールを自社で作るだけでなく、積極的に外部の会社に製造を委託しています。アメリカのクラフトビール市場は成長を続けており、ビール市場全体のシェアは出荷ベースで7.8%、金額ベースで14.3%。日本はまだ出荷ベースで0.4~0.5%、金額ベースで1%ぐらいと言われています。

今回のクラフトビールブームは、来春代官山東横線上部開発地に新たに開設するブルワリーと、横浜工場内に新設した小規模製造設備の2カ所を製造、各ブルワリーに併設する店舗を順次展開します。

クラフトビールの「メジャー化」が始まった！

データ&トピックス

外食業界・消費者動向

静岡で大吟醸向き酒米開発
現行種より収量多く
量が多く、大吟醸酒に適しているのが特徴。水田面積10アール当たり500kg収穫。県は今秋に収穫する開発中の酒米で、県内の酒造会社5~6社に試験醸造してもらおう方針。
「静茶94号」という酒米は、県産主力酒米「誉富士」と、山

田錦」を交配したものの。コメ中心のでんぷん質「心白」が小さい。
富士錦酒造が「静茶94号」を使用し、精米歩合40%の大吟醸酒を試験醸造したところ、「すつきりした味わいの良い酒ができた」。原料として本格採用する意向の酒造会社が多ければ、静岡県は農林水産省に品種登録を申請する方針だ。

料理通信/11月号
特集1 家で、店でも、自家製しよう！
ベーコン、コンビーフ、サバのオイル煮：etc
人気店に教わる注目の「自家製」レシピ43
「自家製」の文字がメニューにあると、他の料理よりも目にとまりやすく、つい頼みたくなくなる。オリジナリティを出すため、安心・安全のため、コストカット

のため、自分の味を出すため、好き・楽しいからなど、自家製の理由は人それぞれ。食の現場で注目の自家製アイテムをレストラン、バル、酒場、カフェに探しました。
・シェフに教わる人気の自家製アイテム
シンプルな材料と道具で作れる自家製アイテムをシェフが伝授。シェフの視点が変わった自家製は、専門店のものとはひと味違います。最小限の調味料だけで素材の味を引き出したり、万能調味料として様々な料理に展開

したり。お茶もあれば、ハムもある。家で店でも使える自家製の極意をお伝えします。
・シェフに教わる人気の「自家製」レシピ集
シャルキュトリー、チーズから調味料、漬物、ドリンクまで自家製できるものは幅広く、作業も手間もそれぞれに違います。ここでは無理なく取りかかれるよう、「食べごろ」までにかかる時間ごとに紹介。すぐに仕上がるもの、じっくり数日待つもの、それぞれに楽しい！仕上がりに合わせてキッチンプランを立ててみてください。

アルフレッド・アドラー／人生に革命が起きる100の言葉

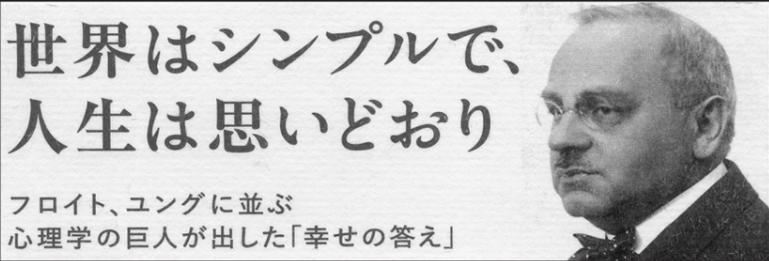
人生が困難なのではない。
あなたが人生を困難にしているのだ。
人生は、きわめてシンプルである。

「人生が辛く、苦しい」のでは
ありません。あなたが、自分の手でわざわざ「人生を辛く苦しいものにして」いるのです。アドラーは、それをこのように例えました。
「高さが5フィート(約1.5メートル)しかない戸口を通り抜ける方法には二つある。一つはまっすぐ歩くことであり、二つ目は背中を曲げることで、最初の方法を試せば、横木にぶつかるだけです」と。つまり「人生が辛く、

苦しい」と感じている人は、低い戸口に対してまっすぐ進み、頭をぶつけているだけのこと。事前に背中を曲げれば何も問題はないのです。しかし、多くの人は低い戸口が「原因」であり、自分は悪くない、と言います。そうではありませぬ。腰を曲げない自分が悪いだけなのです。
では、どのように生きれば人生が辛く、苦しくなり、どのように生きれば、人生がシンプルになる

のでしょうか。その答えを一行で言い表すことはさすがにできません。現段階でお伝えできるのは、「運命」や「過去」のトラウマではなく、自分自身の考え方である、ということ。だからこそ、私たちは、いつでも決意さえすれば、自分の人生をシンプルにすることができると。そろそろ、自分の頭を横木にぶつけるのをやめてはいかがでしょうか。「人生を困難にしている」のをやめればいいのです。
(ダイヤモンド社)

ノベータイプなものづくりを行うクラフトビールブランド「SPRING VALLEY BREWERY」を立ち上げました。同ブランドの製品は、来春代官山東横線上部開発地に新たに開設するブルワリーと、横浜工場内に新設した小規模製造設備の2カ所を製造、各ブルワリーに併設する店舗を順次展開します。



フロイト、ユングに並ぶ
心理学の巨人が出した「幸せの答え」

～あき丸ワイン漫遊録～ イタリア女性醸造家来日!!

イタリア・ピエモンテ州リコッサから女性醸造家ステラ・グラッソさんが来日されて、コヤマカンパニーの社員向けにセミナーを開いていただきました。

世界遺産が豊富なピエモンテの歴史、ワイナリーが多くあり、いろいろな土壌からタイプの違うワインがたくさん造られていることなど、詳しく分かり易くお話していただきました。ピエモンテのワインの白ではガヴィ、赤ではバローロ・バルバレスコが有名です。比較的高価なワインですが、気軽に楽しんでもらいたいために、リーズナブルな価格設定をされているようです。全部で6種類のワインを比較試飲させていただき、品種の違い、味の違い、食べ物との組み合わせなど、良い勉強になりました。社員一同のパワーアップになったに違いありません。

私もワインはもちろんですが、今の居酒屋さんでスタンダードなメニューになっているバーニャ・カウダがピエモンテ州の郷土料理であり、他の州ではあまり食べられていないと

いうのは意外でした。今回試飲した6種類のワインはどれもお店でお取り扱い易いものだと思います。ぜひ一度お試しください。詳しくはコヤマカンパニー社員にお尋ねください。



女性醸造家ステラ・グラッソさん



みんな一生懸命勉強しているところです。

(ワインアドバイザー)
AKIHIKO M.

2014秋 コヤマカンパニー 原点回帰ノワイン&日本酒 プロのおもてなし

コヤマカンパニーでは秋恒例の催し、「原点回帰ノワイン&日本酒 プロのおもてなし」を今年もつぎのとおり開催します。

例の催し、「原点回帰ノワイン&日本酒 プロのおもてなし」を今年もつぎのとおり開催します。

開催日 平成26年11月11日(火)
時間 午後1時～5時
会場 西武高槻店6階
多目的ホール

今年もこだわりの食中酒、ワインと日本酒に焦点を絞り、お店の料理に合う品揃え、雰囲気にも合う提供方法の提案をさせていただきます。

お問い合わせはフリーダイヤル0120 21 085
2、コヤマカンパニーへ。

世界に冠たる日本酒

その百五 水の違いを味わう

水は、米と並ぶ日本酒の最も大切な原料です。複雑な醸造過程を経て日本酒は完成するので、仕込むときに使う水の味がそのまま酒の味になるわけではありません。でも、意識を集中して味わってみると、仕込みの水の特徴が酒を飲んだときの印象に似ていることに気付くことがあります。

酒蔵では、米を洗う、漬けて、米を蒸す、できたお酒のアルコール度数を調整するために加水する、道具や蔵の中を洗う……等々、大量の水を使います。質の良い仕込み水が、ふんだんに使えるかどうかは酒造りにおいては生命線ともいえる重要なことなのです。

水は最も重要な原材料 水の硬軟が酒質を左右

水は、米と並ぶ日本酒の最も大切な原料です。複雑な醸造過程を経て日本酒は完成するので、仕込むときに使う水の味がそのまま酒の味になるわけではありません。でも、意識を集中して味わってみると、仕込みの水の特徴が酒を飲んだときの印象に似ていることに気付くことがあります。

これらミネラル分をほどよく含む硬水は、発酵が進みます。結果、硬水で仕込むとキリリと引き締まったキレのいい辛口の酒になると言われています。反対に、ミネラルの少ない軟水は発酵が遅く、糖分がゆっくりとアルコールに変わっていくので、口当たりが柔らかく、比較的甘口の酒ができる傾向があると言われています。

歴史的に有名な硬水は、兵庫県の灘の宮水です。江戸中期ごろ発見されたこの水で仕込んだ灘の酒は、発酵が進むため、アルコール度が高い辛口で、切れがよく、船に積ん

達人 太田和彦が語る 「居酒屋の流儀」

居酒屋とは？

「酒を好きですか？」と尋ねれば、酒好きはニヤリとする。女性には好きですか？といきなり尋ねるのは失礼だしニヤリとできないが、酒ならば「何を、どのくらい。お国の酒のおすすめは？」とたどどこに話はずむ。土産に持参の日本酒をさし出せば必ず喜ばれる。

どこの国の町にも酒を愉しむ場所は必ずある。イギリスのパブ、ドイツのビアホール、フランスのカフェ、イタリアやスペインのバル、アメリカのスナックバー……。そこは町に住む人間が手軽に一息つき、軽食をとり、会話をかわす場でもあり、ビール一杯で新聞に読みふけり、またオーブンテラスであれば何となく町ゆく人を、世間を眺める場所である。

日本では居酒屋がそれである。私は外国へ行けばレストランや各国料理店よりも、そういう居酒屋へ入ってみたい。そこにはその国の、その町の庶民の、また酒好きの息吹きがあると思うからだ。逆に日本を訪ねた外国人を案内するのに寿司、天ぷらの高級店もよいけれど、居酒屋も喜ばれるのではないかと思う。つまり庶民が日常、普通に酒を飲みに入る場所である。

x x x

居酒屋が他の食べもの店と一線を画するのは、気に入れば毎日でも行くことだろう。寿司や鰻、フランス料理も中華料理もいくら好きでも同じ店に毎日行かないと思う。ところが居酒屋は気に入ると毎日顔を出す。品書きも何ひとつ変わらないのを知っているのに、「まったく変わりが、同じ席で同じ物を注文する。それが蛸ぶつだったり塩辛だったりだ。主人は主人で、たまには変わったもの注文してみる」というような顔をしている。居酒屋とはそういう場所なのだ。

酒はそれこそ風呂へ毎日入るように、毎日飲むものという点もあるけれど、居酒屋とは「居心地」を愉しむ所なのであり、良い居心地は毎日でも味わいたい。居酒屋の「居」は居心地の「居」で、そこに居る時間を愉しむ。したがって、酒料理は良いにこしたことはないが、居心地、すなわち主人の手柄、客層の雰囲気、そういったものが優先する。ここが「美味しいものを食べにゆく」料理屋やレストランとはもつとも異なる点だ。自分の金で毎日、毎日は無理でも時間があけば迷わず、あるいは最近行ってないなど、「顔出しに」行く所だから、値段は安くなくてはいけない。いつ行っても同じ、「変わり映えしない」マンネリが大切なのだ。流行のレストランは古くなるとすぐ模様替えするけれど、居酒屋はその正反対だ。

x x x

事実、そういう居心地のよい居酒屋は古い店が多い。古くから続いているのは、地元の客を相手に、正直な商売を誠実に続けてきたからだ。そこには、親父の代から通ってきている客もいて、店に自然にひとつの雰囲気をつくっている。その雰囲気になじむかどうかはこちら次第であるが、男もある年齢に達したら、こういう店の一つ、二つも知っていたいものだ。主人と仲良くなりたいたいではなく、自分一人のために居心地を愉しめる場所。しかもそこには酒も肴もあるのだ。

(新潮文庫「超・居酒屋人間」)

