

心と心をニュースで結ぶ

コヤマ新聞

THE KOYAMA SHINBUN

2014年 12月 No. 119

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

食ビジネス考

顧客価値とは、文字通り企業が顧客に提供する価値のこと。価値意識に目覚め、顧客目線で楽しさや喜びを提供できる企業が繁栄します。その道理を理解し、組織、人材

二つ目は「顧客価値の変化」です。顧客価値とは、文字通り企業が顧客に提供する価値のこと。

きです。

(フーdstaジアムより)

一つは 効率至上主義の終焉」 史上最大の赤字に見舞われた日本マクドナルドや「ブラック企業批判」に晒されるワタミ、ゼンショーなどを代表とする大手チェーン。旧態依然とした人材マネジメントはたちまち人材難を招き、それがサービスや商品のクオリティ低下につながり、顧客離れが進むというマイナススパイラルが起きます。ロースト追求の効率至上主義の企業は滅び、これからの時代は、価値意識に目覚め、顧客目線で楽しさや喜びを提供できる企業が繁栄します。その道理を理解し、組織、人材

きです。

「人」は人生の敗北を避けるために、あらゆるものを利用する」とアドラーは言いました。時に人は自分でも気づかないうちに病気を作り出すことがある、というのです。病気になるれば会社や学校へ行く

きです。

外食業界を取り巻く三つの潮流の変化を読み取れ!!

外食業界は不況不況と言われるが、街を回っている限り、「そんなことはない」といつも感じます。客が入っている店は予約が取れないほど繁盛しているが、ダメな店はダメのマイナススパイラルで、「二極化」が猛烈に進んでいるということでしょう。その背景にあるのが、外食業界を取り巻く環境の大きな変化と価値観の転換です。その潮流を読めない企業は衰退するしかありません。いま3つの潮流の変化が起きています。

「人」は人生の敗北を避けるために、あらゆるものを利用する」とアドラーは言いました。時に人は自分でも気づかないうちに病気を作り出すことがある、というのです。病気になるれば会社や学校へ行く

きです。

世界はシンプルで、人生は思いどおり

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



アルフレッド・アドラー／人生に革命が起きる100の言葉

② 「病気でなければできたのに……」
そう言い訳して安全地帯へ逃げ込み、ラクをするのだ。

▽料理通信／12月号
特集1…「小さくて強い店はどう作る？」Vol.17
小さな店でも、大きな店でも、修業経験があっても、異業種参入組でも、「自分の店をつくりたい！」人に、共通に立ちほだかる「物件」を入り口に、店づくりの基礎知識や自分の思いを形にするためのアイデアやヒントを探りました。

データ&トピックス

●外食業界・消費者動向

純国産ワイン積極PR
メルシャン
専門チーム立ち上げ
メルシャンは国産ブドウを100%使った「日本ワイン」の販売を強化する。11月1日付けで主力ブランド「シャトー・メルシャン」の企画開発から営業までを担う専門チームを立ち上

▽あまから手帖／11月号
創刊30周年記念号
第1特集…あの名店のスペシャリティ知っていますか？
創刊以来取材した関西の1万人以上のシェフたちの渾身の一品を集結した保存版。
第2特集…あの名店のスペシャリティは受け継がれていました
店の顔として、長年愛され続けてきた味。料理人の引退や閉店などで消えてしまった味を「受け継ぐ」店を紹介。一皿に込めた想いは変わりません。

▽料理通信／12月号
特集1…「小さくて強い店はどう作る？」Vol.17
小さな店でも、大きな店でも、修業経験があっても、異業種参入組でも、「自分の店をつくりたい！」人に、共通に立ちほだかる「物件」を入り口に、店づくりの基礎知識や自分の思いを形にするためのアイデアやヒントを探りました。

～あき丸ワイン漫遊録～

⑬試飲商談会ご来場御礼

今年も高槻西武百貨店で行ないました日本酒＆ワインの試飲会に多くのお客様にご来場いただきました。特に今回遠く大阪市内、神戸からも参加していただき誠にありがとうございました。今年の内容は日本酒は3つの蔵からいろいろなタイプのお酒を冷や、燗にしてお試しいただきました。

そして今回は新たなご提案でお店で行なう日本酒会の説明もさせていただきました。早速お客様より「やってみよう」と反応を頂き関心を示されていました。ワインエリアからは15インポーターから約200種類の

ワインをご用意させていただきました。フランス、イタリアを初めいろんな国のワインをお試しいただけたと思います。これだけの種類をお試し頂ける減多に無い機会です、皆さん各ブースで真剣に説明を聞いておられました。今回このイベントを通して少しでもお店の向上にお役に立てればと思っております。これからお店もより個性的、より専門的に独自の色を求められている時代だと思えます。日本酒会、ワイン会などで顧客へのアピールされるのも良いかと思えます。その時はお気軽にコヤマカンパニースタッフにご相談下さい。

試飲商談会場の様子



(ワインアドバイザー) AKIHIKO M.

世界に冠たる日本酒

その百六●居酒屋ではメニューのここをチェック

「造り」を見れば店の傾向が読める

その店のお酒に対する考え方を予測するために、メニューでまずチェックするのは純米や吟醸など「特定名称酒」の種類。純米大吟醸や大吟醸酒、零取りなど高価な酒だけがずらりと並んでいる場合は、料理の値段も高い接待向きの店のこともあるので、支払いには覚悟すべし。北から南まで地域がバラバラで、高価な酒だけが列挙されている店も、普通酒が中心なら、気楽な酒

かも知れません。

いずれにしても同じ蔵元の酒が豊富に揃っていたら、まずは一杯、試しに注文するところをお薦めします。飲んで好みの味なら感想を言ってみてください。共感してくれるお客を店は歓迎するはず。運が良ければ、レアな酒を出してくれるかも知れません。

純米酒や純米吟醸が中心な店ならば、料理を食べさせたい店だと推測できます。本醸造や酒だけが列挙されている店も、普通酒が中心なら、気楽な酒

蔵元を絞っている店は店の得意料理合うかも

店主はあまり日本酒に思い入れがないと断定してもいいでしょう。

いくつかの特定の蔵元に絞る、カジュアルラインから高価な酒まで揃えているなら、その造り手に対して思い入れがあったり、店の得意料理と合う場合が多いので、その銘柄について尋ねてみるという

でしょう。もしかすると、店主と蔵元、あるいは仕入れてある酒販店と蔵元が太いパイプで結ばれているという理由

場を目指しているのだらうと想像していいように思えます。

なお、品揃えのほとんどが本醸造や普通酒の店は、サワーや耐ハイにも力を入れている場合が多いので、日本酒を飲むのが目的なら、そのようなお店は避けるべきでしょう。

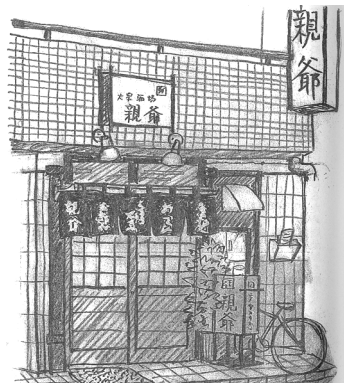
「産地」を見れば料理との相性が見える

次にチェックするのは「産地」。(産地による傾向は別表参照)。特定の地域に偏っている場合、店主の出身地や

居酒屋へ何をしに行くかという、もちろん酒を飲みに行く。酒はうまい。酒ほどいいものはない。酒は人生をバラ色にし、また暗黒へつきおとす。酒の最大の美点は、心を解放

達人 太田和彦が語る「居酒屋の流儀」

②ビール問題



させることだろう。居酒屋に入ったらまずビールだ。うまいビールを飲むのならビアホールへ行くに限るけれど、ここでは居酒屋のビールについて話したい。

生があればその一番小さいのにする。ビールは注ぎ置きしておくとは確実にはたまるので、小で何杯もおかわりしていつもいい状態のを飲むためだ。ビールの命は泡。泡がなくなるとへたる。それでも残ったときは新しいグラスをもらい注ぎかえると瞬間的に蘇生し、もう一度飲める。

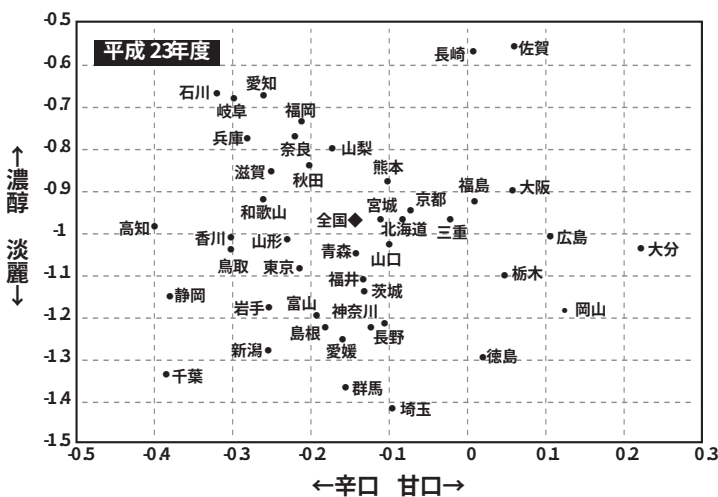
びんビールの場合は自分で慎重にグラスに注ぐ。これで味が決まるからもっとも大切な瞬間だ。このときは誰であろうと話しかけられても返事はしない。店の女性が「おひとつどうぞ」と注いでくるときは嬉しいけれど本心は大変残念だ。礼儀上グラスを手持たなければならず、二人がびんとグラスを空中で合わせるため不安定になり、ビールのために良くない。ああ、おいしくないビールになってしまったなあとおかしい。

また営業マンタイプのような人に、どうしても、びんを奪い取ってでも注ぐ人がいる。こういう人は間違いない、泡を立てぬよう、つまりビールがたくさん入るように注ぐから、うまいビールのために正反對のことをす

料理を修業した場所、あるいは食材をその地域から仕入れていると想像できます。きつと料理との相性も良いはずなので、ぜひその地域の酒を試してみましよう。

は自然な姿勢で、店の料理にも合うはず。反対に、首都圏の店なら関東や東北の酒、関西の店なら関西や中国地方の酒など、地元酒や近い産地の酒を揃えているの

市販酒の各県甘辛度・濃淡度(平均値)



注1)宮崎県「鹿児島県」沖縄県「は表示していない。

注2県別及び局別の平均値については、「トリム平均法」最大値及び最小値付近の結果を除外した上で集計する方法。今次集計においては、分別項目ごとに全体の1%に当たる数の結果を除外した。を用いて算出した値である。

※平成 25年 2月、24年 2月 国税庁 全国市販酒類調査(平成 23年度、22年度調査分)

右は甘いか辛いか、淡麗か濃醇かの目安になる図表です。市販された酒を無作為に選んで調査しているので、調査年によって数値にずれがありますが、平成23年度分を分析してみました。ここで甘辛と濃淡度の位置が端のほうにある県は、特徴が突出していると言えるでしょう。高知(辛口)、新潟(淡麗)、静岡(淡麗)、富山(辛口)、東京(淡麗辛口)、大阪(甘口)、佐賀(濃醇甘口)、長崎(甘口)、大分(甘口)などでした。(ちくま新書より)

る。コップを斜めにさせるのもっともよくない。逆に私は、お節介でビールを上手に注いでやる(作ると私は言う)のは好きだ。

まず、相手が手にしたグラスを机に置かせ手を離させる。手に持ったままだと揺れて不安定だ。また手はグラスを温めるし、グラスの中が見えないので邪魔になる。現実には「はい、そこに置いて。邪魔だから手どけて」とあからさまになり、嫌味なムードになる。

そっと注ぎ始めたらそのままびんをぐーっと高く上げ、できるだけ細い流れにして時間をかけるとたっぷりの泡が生まれる。ゆっくり注ぐほどきめ細かなクリーム状の泡になる。この時点で泡対ビールは4対1くらいの割合。そしてしばらく待つ。ビールの水面がグラスの半分くらいまで上がってきたら、今度はびんの口をグラスの端に当て、グラスの内側をすべらせそっと流し入れると泡がぐーっと持ち上がり、これで泡はある程度ガスが抜け、「硬い」泡になっている。持ち上がった泡が崩れそうになる瞬間で止め、泡とビールが1対3くらいに落ち着くと出来上がりだ。

さて、いよいよ飲む段となった。待ちに待った瞬間だ。

泡を鼻につける気持ちで泡の下からビールを口先に感じたら、後はためらわず一気呵成にグイ、グイ、グイと飲みすすむ。このとき、口の中で舌を前に突き出すように浮かせ、舌の表裏の隅々までビールを通過させるような心かけるとビールの味のすべてを味わえ、うまいビールは甘味があるかわかる。私は口を平たく、横に広げるようにしてゆっくり途切らず確実に、滝のように流し入れる。

飲み終えたら一呼吸おき、鼻からフツと息を吐くとビールの、太陽に干したフトンのような香ばしさがたっぷり味わえ、幸福な気分になる。

こんなにおいしいものが、誰かにチヨロチヨロ注がれたのでは口惜しい気持ちになるのを分かってもらえらるだろうか。一人で居酒屋に入れば心おきなく満足のゆくビールを飲める。銭湯で一風呂浴びた後なんかは最高だ。平日ならなお結構だけど、勤めや仕事のない土曜あたり、銭湯の一番風呂に入り、その近くに気安く入れるビールのうまい居酒屋があるのは、ささやかながら、理想の生活かも知れない。男五十になれば、このくらいいざいたく(なんとささやかな)をしてもよいだろう。

私はまあ、ビールは最初の一杯が死ぬほどうまい、その後次第に魅力は薄れてゆき、やがて日本酒に入ってゆき、第二ラウンドを迎える。

(新潮文庫「超 居酒屋入門」)