

1ページより続く

「高品質大衆酒場」が来る!!

を上げたせんべろ系大衆酒場の「晩杯屋」はそのリード役になるでしょう。このほど中目黒に4号店をオープン。オーナーの金子源氏の「安く、気軽に財布を気にせず呑んでいただく」というコンセプトを実践するため、1号店店長の土肥斗城也氏は赤羽の大衆酒場の名店「立ち飲みいこい」で修業しました。驚くほどお得で新鮮さと人気の鮮魚をはじめ、どれも手間をかけ、料理はコストパフォーマンスに優れ、大衆酒場を超えると評判です。老舗のクオリティ、マインドをブラッシュアップした安だけの大衆酒場ではありません。「10店舗展開をめ

ざしている」とのこと。おそらく「四文屋」がベンチマークなのでしょう。その「四文屋」はなんと神戸・三ノ宮に進出、三ノ宮でドミナント展開をめざすといえます。

食ビジネス考

高品質大衆酒場といえば「秋元屋」出身者の「ひなた」「君想う暮らし」のグループにも注目が集まります。若手経営者たちのベンチマーク度はすさまじい。中目黒には五反田の「もつ焼きばん」もオープン。生レモンサワー発祥の店です。もともと中目黒のガード下に常連が通う店があったが、再開発で退店したのが2004年のこと。復活オープンなだけに、話題性も抜群。新参者の「晩杯屋」と復帰した「ばん」との「中目黒戦

争」も要注目です。五反田東口サイドにオープンしたばかりの「大衆食堂ピン」。店が立地するのは、風俗店が建ち並ぶ妖しい雰囲気通りの抜けた、飲食店やオフィス、マンションが混在するボーダレスエリア。そんな場所ながら日々、賑わいを見せている同店は、西口サイドの繁盛店「大衆酒場P i n g」の姉妹店です。透明なビニールカーテンのファサードがいかに大衆酒場らしさを醸しているが、店内は古木や土壁風のナチュラルテイストを活かした環境でおしゃれな雰囲気です。1号店も同じようにこじやれた環境で従来の大衆酒場業態のイメージを覆します。メニューはハムカツ、煮込みといった古典的ラインをしっかりと押さ

えながらも、揚げ物にはキャベツが付き、パクチーサラダと野菜もたつぷりで、センスの良さを見せます。

西荻窪駅南、駅前商店街にオープンした「大衆魚酒場 耕盛次郎」。1フロア10坪前後の3層建ての店のファースードは立ち飲みのような開放感を見せます。提灯も下がる1階はキッチン前のカウンターのみ。2階はテーブル席、3階は座敷、屋上は夏期にはビアガーデンで構成されるが、フロアが上がるごとく日本酒の種類も価格も上がるユニークなシステムです。八王子の「長寿庵」、橋本の「月夜のころ」などを運営するグループの若き兄弟が仕切ります。吉祥寺にオープンしたばかり

の「火豆ル（ホテル）吉祥寺本店」は日本酒界では有名な「カイ燭」の2号店。ビール・清酒と書かれた白に黒字の行灯が目につく店は、大衆酒場好きな小倉拓也氏が満を持してオープンさせたもので、古典大衆酒場を完全にオマージュしています。コの字カウンターはもとより、メニュー形態などフェイスは、「THE大衆酒場」。しかし食材を厳選し、丁寧に作られる料理、店主がつける燭のクオリティは大衆酒場をはるかに超えるものです。

バブルっ気を少し感じさせながらも、先行きが不透明なマーケットの中で重要なのは、流行る店よりも残る店、通いたくなる店づくり。「高品質大衆酒場」はそのための強力なコンテンツ業態となるでしょう。（フーダスタジアムより）



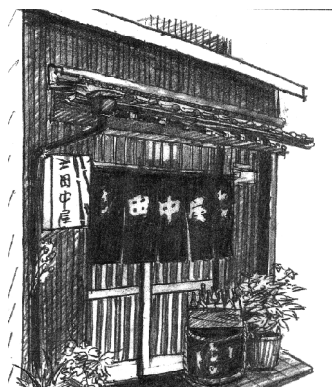
最高品質のドンペリはヴィンテージシャンパンであり、毎年造られるものではなく、限られた作柄の良い年の葡萄のみ厳選して使用されるのです。当然収穫は手摘みで行われ、さらに管理の行き届いたカーヴ（地下蔵）で7年程度の熟成を経て世に出ます。このため高級シャンパンとして世界中で支持されているのです。味わいは熟成された深さ、複雑な豊かさの中にフレッシュさも感じられます。ぜひ機会があれば、この高品質の歴史を味わってみてください。

（ワインアドバイザー）
AKIHIKO M.

～あき丸ワイン漫遊録～

②0ドンペリって？

クリスマス・年末年始など祝い事によく使われるシャンパン。ワインやシャンパン初心者にも知名度抜群の「ドンペリ」。印象は高価・特別・極上というイメージがあると思います。フランスのシャンパーニュ地方で造られる発泡性ワイン「ドンペリ」。由来はシャンパンのパイオニアとも呼ばれているドン・ピエール・ペリニヨンというヴェネディクト派の修道者から名づけられています。彼の功績はワインをブレンドする技術とコルクを利用することで偶発的に起こる泡を瓶に閉じ込めたということです。



達人 太田和彦が語る

「居酒屋の流儀」

③今、日本酒は黄金時代

今、日本酒は本当にうまい。例えば、埼玉の「神亀」。やわらかく清々しい口当たりで、エレガントな旨味と甘味がじんわりひろがり、惜しみつつ喉へ流すとスツと消え、またすぐ口へ運びたくなる。しなやかで若々しく、飲み心地はまことに爽快だ。日本酒の世界は豊饒そのものだ。

いつとき日本酒に辛口ブームがあった。これはベタベタと甘い人工甘味料添加酒への反動で、某メーカーの名コピ「最近、甘口の酒が多いとお嘆きの貴兄に」は、まさに日本酒好きの心情を喝破し、辛口という言葉は、男ごころを刺激してか大流行した。居酒屋でも、

「酒は何にしますか」

「辛口」

「へい」

こればかりになった。また、「酒は何があるの」

「地酒です。辛口」

「それそれ、それをくれ」

辛口の魔術。まず九十九パーセントが「辛口」と答えただろう。甘口などと言え人間までも甘い奴と見られかねないようだった。

これはバブルへ向かうモーレツサラリーマンの心情によく合ったのだらう。しかし、醸造用アルコールのもつピリピリ刺すような金属的刺激を消すために人工甘味料を加えていたのだから、それを減らしたものを辛口と言ってもはじまらないのである。

本物の辛口の日本酒は刺すようなピリピリ感ではなく、米のもつ重厚なコクと深みをもつ日本酒らしい味、日本酒の男らしい方の味が強いものを辛口と言う。山形・樽平酒造の「住吉」がその代表だ。この酒を飲んでみると喉が渇く。

私はどちらかと言えば、ほん

のり甘口が好みである。上品な和菓子のあつさりした、あるいは果物のさわやかな甘さで、ベタベタしない。米は本来、甘いものだ。それを芯まで磨いた吟醸酒は雑味のとれた透明清浄な甘味をほのかに含む。日本酒の女性的な面である。

今は甘口、辛口はあまり言われなくなり、むしろ「旨口」を使う。旨口は、甘辛の両方をはじめ酸苦渋の五味をすべて含む、濃醇にまとまったり、淡麗にひろがったりする。

私の好みは、清々しく、きれいな酒だ。しかし水っぽい薄味とは違い、さっぱりした飲み口の中に日本酒の旨味とコクは十分に入っているもの。そして口に残らずスツと消え、次の一杯がまた最初からさわやかに味わえるものだ。こういう旨い酒は、旨いゆえに本当に肴を必要としない。本当に、と言うのはそこにあっても箸がのびずグラスを離さないのである。

私は時折、若いお嬢さんに、「おいしい日本酒を教えてください」と言われ（エヘヘ）しかるべき銘酒屋居酒屋へご案内する。入門者向きの重くないものを選び、すすめるともろろん、「ワー、おいしい、ワインみたい」とか言うが、それは当然でその後を見ている。目の前にあるうまそうな白身刺身に箸がゆくようでは大したことはない。本当にうまい酒は盃を置けず、必ず二杯、三杯と後を追う。

口でいくら賞めても、グラスを置くようではそれまでだ。酒ほど正直なものはない。

新潮文庫『超居酒屋入門』より）

・おことわり
紙面の都合上、「世界に冠たる日本酒」は1回休載させていただきます。

ビール減税、酒税一本化へ 発泡酒と第3のビールは増税

政府は、麦芽比率などに応じて異なるビール類の酒税を見直し、350ミリリットル缶の小売価格に含まれる酒税額を約55円にそろえる案を軸に検討に入りました。税率の高いビールは減税となる一方、税率が低い発泡酒と第3のビールは増税になります。

ける方向です。現在、350ミリリットル缶

ビール類の350m 缶 当たりの酒税額

ビール 7円

発泡酒 4円

第3のビール 28円

約55円



平成27年度税制大綱では見直しは見送り、改革の方向性だけ示して27年夏に具体案をまとめます。実施にあたっては、28年度から5（7）年の猶予期間を設

ビール類の酒税額写真産経新聞）

当たりの酒税額はビール7円、発泡酒4円、第3のビール28円。ビールと発泡酒の税額には30円、ビールと第3のビールには49円の差があり、与党内では税率格差が販売数量に影響を与えているとして疑問視する声も強かった。このため、政府は税率格差を段階的に縮小し、ビール類全体では税収規模が変わらない制度を検討することに着手。ビールを減税する一方、発泡酒と第3のビールを増税するのを有力案として検討しています。