

心と心をニュースで結ぶ

# コヤマ新聞

THE KOYAMA SHINBUN

2015年 2月 NO.121

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

3、「ポスト居酒屋・バル業態」。普通の居酒屋、特徴のないワインバルは淘汰されます。価値観、意匠性を打ち出した「ネオ・ネオ割烹」が、

外食業界で「ありきたりじゃつまらない」を企業理念として打ち出し、製販一貫流通を築き、一部上場まで急成長したエー・ピーカンパニーの米山久氏。そのような大胆な発想で、時代が求めているテーマに挑戦してほしいものです。そして、肝心なことは人々のマインドに刺さるメッセージやマインドを動かす

いまの顧客は、マスでは捉え

版「Book」居酒屋2015年

2015年はどんな年になるのだろうか？飲食トレンドの分析や予測をずつと行ってきましたが、ますます「業態トレンド」だけではマーケットの動向を先読みできない不透明な時代に入ってきたような気がします。表に現れる現象だけを見ては勝てません。その現象の底流にある時代の構造的変化、人々の心の変化を見極めなければなりません。

トレンド予測のキーワード

2015年の飲食トレンドを予測するキーワードは以下の5点に要約できます。

1、「ジャパンクオリティ」の拡大。地方の活性化、生産者の支援などのミッションを打ち出した業態に注目。「Farm to Table」「Eat Local」などがキーワードになります。

2、「ハイクオリティ大衆酒場」の登場。「ネオ大衆酒場」業態がこれからは上質化していきます。料理と酒類の質にこだわった店が続々と登場するでしょう。

## 個客はシナリオに魅かれる！

「ネオビストロ」「ガストロバブ」に注目。キーワードは「クラフトマンシップ」。

4、新世代オーナーによる「ネオ・創作料理」。ジャンルは問

わず、新世代のオーナーや料理人が新しい創作料理にチャレンジし始めました。帰国子女や海外で修行したシェフなどが新しい流れをつくりだす可能性もあります。

5、「ライフスタイル訴求型業態」の増加。海外のトレンドを取り入れた高度感、高付加価値のライフスタイルニーズに沿った業態に注目。

## 今年注目されるトレンドと経営のあり方

## 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

④  
強がりとはコンプレックスの裏返しである。  
「強く見せる」努力はやめて、  
「強くなる」努力をすることだ。

劣等コンプレックスとは、劣等感を言い訳にして、人生の課題から逃げ出すことを言います。しかし、その際に、自分が劣等感を感じていることを正直に表明するとは限りません。いやむしろ「そんなことはない。自分はむしろ人より優れている」と優越をアピールする人の方が多いことでしょう。これが「優越コンプレックス」であり、それは形を変えた「劣等コンプレックス」の一種なのです。本当に自信がある人はそれを誇示

に振る舞う、病気や体調を理由にして家庭を意のままに操る、他の人の価値を下げるよう批判する、大声や大きな身振りで話す、霊感などの特殊な能力を強調する、会話を自分に向けようとする、人の話を聞き流す・・・など。これらの行動は「強い」からするのではなく、強く「見える」ことに努力を傾けている。そして、その背後には強い劣等感が隠されているのです。

(ダイヤモンド社)

日の丸ウイスキー  
世界を酔わす  
国産ウイスキーに海外からの注目が集まっている。ニッカウイスキーの「竹鶴」やサントリーの「山崎」が、英国の権威ある賞に相次いで輝き、スコッチの本場での評価もすっかり定着してきた。

ウイスキー市場も、炭酸飲料で割る「ハイボール」ブームで拡大に転じている。  
ニッカ創業者の竹鶴政孝と妻リタをモデルにしたNHK連続テレビ小説「マッサン」の放映も追い風となっており、ウイスキー人気はしばらく続きそうである。

(読売新聞)

▽日経レストラン／1月号  
特集…「一緒に働きたい！」と慕われる店長になる  
・店を一つにできる店長には何が必要か？／店の理念をとことん浸透させスタッフとの意識の溝を埋めよ  
・コミュニケーション下手を「仕組み」で克服して店を一つに／飲食処 ぼんや(居酒屋、長野県諏訪市)  
「考える」楽しさを伝え、スタ

ッフを前向きにさせる／和歌山ちゃんぽん 忠次郎 麵居酒屋 和歌山市  
適材適所を見抜き、目標を与え、称えて伸ばす／惣菜とワイン 夜木「ヨギ」(ワインバー、東京・恵比寿)  
全員メールと帰宅前の面談でスタッフが辞めない店を実現／マ・メゾン春日井店(洋食店、愛知県春日井市)  
互いの本音を話せる場所にして働きやすい職場にする／炙り家 新横浜駅前店(海鮮居酒屋、横

浜市)  
・「第9回居酒屋甲子園」の全国優秀店長の代表2人が語る  
・人材育成コンサルタントが指南／慕われる店長になり人手不足にも強くなる7カ条  
▽ミーツ・リージョナル／2月号  
特集…Oh! 鍋  
・そこそこ大人数で行けて、そこそこ美味しく・・・。宴会部長の皆さま！ そんな無難優先の鍋手札でお店をセレクトしていませんか？  
・年明けに続く新年会、そしてホームパーティーで、シアワセに笑うための鍋を全網羅。飲み会のための永久保存版とも言える、鍋／宴会特集！  
・今しか食べることでできない期間限定のキャラ立ち鍋の店から、あの人気店の料理人によるオリジナル家鍋レシピまで。2015年、幸せを呼ぶ鍋奉行はアナタだ！  
▽dancyu／3月号(2月6日発売)  
特集…日本酒  
▽料理王国／3月号(2月6日発売)  
大特集…若きオーナーシェフたちの挑戦「ビストロ」「ワインバー」「カフェ」  
・10坪の店で夢を叶える  
・老舗ビストロに学ぶ10年続く店づくり



大吟醸や純米酒のような日本酒の種類を横軸とすれば、もう

一つ横軸の見方もある。それは時間による熟成だ。

## 達人 太田和彦が語る

# 「居酒屋の流儀」

## ④日本酒を味わう

日本酒は冬、十一月中頃から仕込みをはじめ、年が明けた春先に最初のしぼりの新酒「あらばしり」をとる。この生酒はまだピチピチと勢いがよくはじけるような魅力をもつ。

これがひと夏越して「夏越しの酒」に、秋に旨みののった「秋上がり」となり飲み頃になる。十月一日を日本酒の日とするのはこの秋上がりに合わせたものだ。この頃は海山の収穫物も出そろう、酒もそろそろ燗酒が恋しくなる。そうしてその年に作った酒は基本的に一年で飲み切り、秋に収穫した米でまた次の仕込みに入る。まことに日本酒は日本の四季に沿った酒だ。

二年、三年と熟成させた古酒というものもある。昔は酒は作った量に応じて課税されたので、税金を払うためにはいつまでも蔵に置いておかず早く商品化し現金化しなければならなかったが、ある時期から蔵出し税、出荷した量への課税となったため、注文がなければ置いておくようになった。その結果、年月を経ると熟成が深まり味味の増すものもあると分かってきた。長期熟成酒というこの酒は偶然により発見された要素もあり、またなにしろ時間のかかることなので、その方法、どんな酒をどんな状態で保存すればどんな酒になるかは、各蔵元で実験進行中といったところだ。

日本酒の横軸、縦軸にさらにもう一つ奥軸と言おうか三次元化するものとして各地の銘柄がある。

かつて日本酒の銘醸地は灘と言われ、地酒ブームで新潟や北陸が有名になったが、今は全国各地どこからでも銘酒は誕生し、どこが銘醸地とはあまり言えなくなってきた。これは酒の製法が科学的に管理でき、あまり氣候温度に左右されなくなったため、蔵元の熱意と資金力、杜氏の技術があれほどでも良い酒を生み出せるようになったからだ。極端に言えば名水も買ってくればよい。

でも毎年、出来が違う。同じように造っても同じ結果になるとは限らない神秘的要素がある。逆に思ってもいなかった銘品に仕上がることもあるという。また名人杜氏が新しく入蔵し劇的に酒が変わることはよくある。そういう要素をふまえ、うまいと噂される酒は年々、刻々と変わってゆき、二年前評価された酒が今はさっぱり、ということもある。私自身にも毎年、新発見の銘酒があり、また毎年変わらず、というよりは意欲的に向上を続けている頼もしい銘柄もある。

は皮ごとつけ込むため(中には白ワインも 無農薬なら安心ですし、えぐみも感じません。その上、無ろ過または軽いフィルタリングで瓶詰めされるのが多くワイン中のオリ(酵母かす)も入り、これが旨みのもとになっているのです。有機農産物の代表的な証明機関はエコセール・AB(フランス)・デメテル(ドイツ)があります。自然派ワインのほとんどは、抜栓して日持ちが良いのが特徴です。コヤマカンパニーでは数多くの自然派ワインを取り扱っております、お問い合わせ下さい。

(ワインアドバイザー)  
AKIHIKO M.

## ～あき丸ワイン漫遊録～

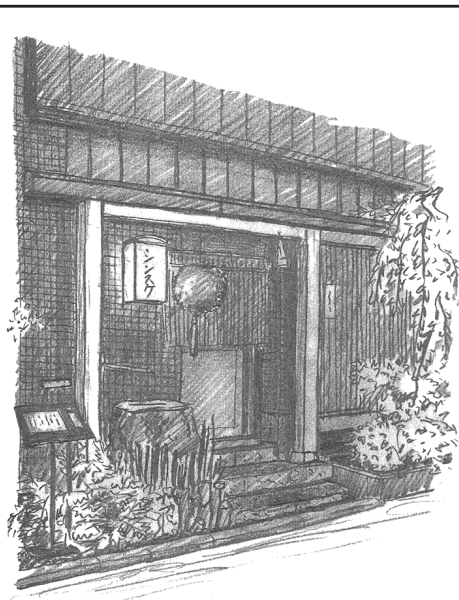
### ② 自然派ワイン

最近、食品異物混入事件が世間を騒がせていますが、生産者の存在がクローズアップされてきています。ワイン業界でも自然派ワインの生産者が注目を浴び、位置づけが確立してきました。自然派ワインとは、無農薬、有機栽培で育てられた葡萄のみ使用して造られたワインです。酸化防止剤をなるべく抑えているため二日酔いしづらいとも言われています。手間暇がかかり、生産者の気持ちがこもった特徴がよく出たワインができます。畑の環境も殺虫剤や農薬を使用しないため、本来住むべき昆虫や様々な微生物が生息し、自然な天然酵母も生きています。赤ワイン



ブルゴーニュ  
ピノ ノワール

生産者  
フレデリック マニャン



酒は不思議なもので同じ蔵の酒

## 世界に冠たる日本酒

その百七●香りの傾向と強弱を表現する

香りは、味わいの印象を決める大きな要素です。料理でも飲み物でも、鼻をつまんで食べたり、飲んだりしてみた

## 香りが味の印象決める 酒の注文に香りを表現

ら、ほとんど味は感じなくなります。ふだん、日本酒を飲みながら香りについて意識し

み込んだあとの余韻、それぞれ香りはどんな風に変化したか、自分なりの印象をメモする習慣をつけると良いでしょう。そして、次に酒を注文するとき

「口に入れた瞬間、ぱっとメロンやパイナップルのような華やかな香りが弾けるお酒が好きです」

ていない人も、気に入った酒に出会ったとき、あるいは嫌いな酒に出会ったときに、意識を集中して香りを感じとってみるといいでしょう。

「初めは香りは感じないけれど、飲んでいくうちに、ほんのりとバナナのような香りがしてくるお酒を前に飲んで気に入りました」

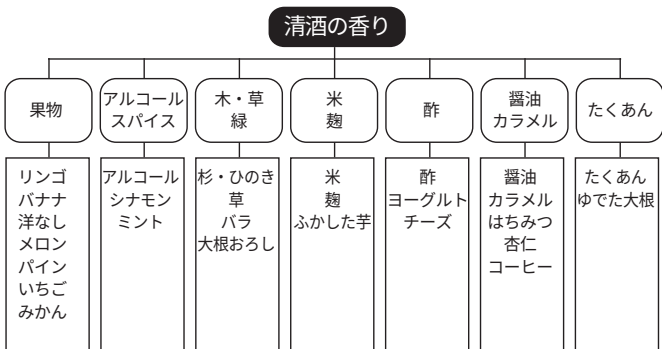
日本酒に頻繁に感じられる香りは、リンゴ、バナナ、洋ナシ、メロン、マスカット、イチゴ、ヨーグルト、バター、チーズ、根菜類、穀類、シソ、ミント、檜、香水、濡れた石、蜂蜜、キノコ、ナッツ、チョコレート、焦げたパン、醤油、漬物・・・などがあります。

その香りは強いかわいか、また、口に入れた瞬間、舌に乗せて味わっているとき、飲

一般の人を対象にした実験で、日本酒を味わったときに感じ取った香りの要素を分類したものです。これらを参考に、身近な食品や果物、ハーブなどで香りを表現してみましょう。

(「清酒の品質評価語体系と消費者パネルによる清酒の香り評価の比較」日本味と匂い学会誌(独 酒類総合研究所 宇都宮仁ほか 2006年)

### 日本酒の香りの分類



いずれにしても日本酒はそれぞれに個性があって、気づかずに飲むのは勿体ない。ひと口だけでも気持ちを集ませ、味わってみる。その飲み方をする居酒屋もいっそう楽しくなる。

(新潮文庫「超・居酒屋入門」より)