

心と心をニュースで結ぶ

コヤマ新聞

THE KOYAMA SHINBUN

2016年 3月 No.134

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

きて、新しい価値を形にしていけるのです。ただ、視察した店の取り組みを直接的に反映させることはできません。何をやるにせよ、やはり、既存の延長を脱する



なかむら・ていじ 1960年生まれ。アパレル業界を経て88年に東京・下北沢でバー「フェアグランド」を開店。その後、和食店の「並木橋なかむら」「KAN」など7店を展開。また100店以上の飲食店のプロデュースも手掛ける。

今の時代、「モノの価値」は、「カジュアルリッチ」や「ハイラグジュアリー」といった一つの言葉では語れません。さまざまな要素がミックスされてできあがっているからです。新しい価値を創り出すには、いろいろな店を見ておく必要があると考えています。

すし店には定期的に通います。カウンターが「飲食店の原点」だと私は思っています。手で料理を直接お客様に出すすし店は、究極の接客です。和食店を経営している人間としては、原点を忘れないように常に「血液」のなかに入れておきたいと思っています。

価値観の「振り幅」を広げて 既存の延長を脱する

中村悌二氏が明かす視察の狙い

例えば、2万5000円を前払いするシステム。要は、映画や芝居を劇場で見る価値観と同じです。料理に合わせて、飲み物も提供してくれる。これは、ストレスフリーです。高級店で、いくらかかるか、不安に思

すし店の接客が飲食店の原点

すし店には定期的に通います。カウンターが「飲食店の原点」だと私は思っています。手で料理を直接お客様に出すすし店は、究極の接客です。和食店を経営している人間としては、原点を忘れないように常に「血液」のなかに入れておきたいと思っています。

具体的に言うと、動きがキビキビしているとか、言葉の語尾がはっきりしているとか、リズムがいいとか、店のコンセプトが明快であるとか。私は東京・青山にあるすし店「海味」が一番好きです。東京・銀座と目黒で展開する和食店「KAN」のスタッフは全員、接客を体験さ

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



親や教師が子供の「共同体感覚」を高めるためには、自己信頼と他者信頼の体験を積ませることから始めなくてはなりません。具体的には、子供に協力を求め、それに対して感謝の言葉を伝えるのです。感謝されれば誰でも嬉しいものです。そして、自分が行った貢献に対して感謝が返ってきたときに初めて人は自己効力感が満ち、自己信頼を感じます。同時に相手に対して信頼感を持つ。すなわ

れをされたら社長はむっとするはず。なぜならば「ほめる」は上から目線であり、なおかつ相手に対して「期待していない」ことが前提だからです。上から目線で「ほめられる」よりも横から目線で「感謝される」ことが自己信頼と他者信頼には、はるかに有効です。貢献と感謝の体験を増やすことが共同体感覚を養う上で最も大切なことなのです。(ダイヤモンド社)

アルフレッド・アドラー／人生に革命が起きる100の言葉

17

「よくできたね」とほめるのではない。
「ありがとう、助かったよ」と感謝を伝えるのだ。
感謝される喜びを体験すれば、
自ら進んで貢献を繰り返すだろう。

本紙連載「居酒屋の流儀」の居酒屋探訪家、太田氏に聞く日本酒の質の向上と居酒屋日本酒ブームをどう見ているか？

「杜氏の技術力で新しい画期的な酒を生み出している。その象徴が一昨年からブームを起こした秋田県の新政酒造だ。若い蔵元の代表がすべて昔の製法に戻す製法を選んだ。木の樽を使い、米を磨かない、新しい酒だ」

「ここ5年で明らかに変わった。家族で何代も長く続ける店が良い店と言ってきたが、新たな店の質も高い。若い人が蔵元に通い日本酒を学び、フレンチをはじめ色々な料理を研究し、経営を勉強した上で開業している。そういう店に行けば日本酒の流行の最前線が分かる」

女性に舌が肥え、値段にもうるさい。男性と違ってブランド信仰もない。ラベルを見ずに『あら、美味しい』と正直だ」

▽dancyu／3月号
特集…今回は、お燗。
・熱い胸騒ぎ／燗酒と私
・太田和彦さんは、がっばんがっばん瓶を揺する
・湯山玲子さんは、弥生土器でぬる燗

＜グルメ誌の特集紹介＞

(日経MJ)

「長い歴史の中で、いま世界に向けて日本酒をワインに匹敵する地位に押し上げる勝負がで

きる場が与えられている気がする」

「これだ!」と思った店におすめの店を訊くことと、女性がどんどん入っていく店。飲める

「長い歴史の中で、いま世界に向けて日本酒をワインに匹敵する地位に押し上げる勝負がで

きる場が与えられている気がする」

「これだ!」と思った店におすめの店を訊くことと、女性がどんどん入っていく店。飲める

「長い歴史の中で、いま世界に向けて日本酒をワインに匹敵する地位に押し上げる勝負がで

きる場が与えられている気がする」

「これだ!」と思った店におすめの店を訊くことと、女性がどんどん入っていく店。飲める

「長い歴史の中で、いま世界に向けて日本酒をワインに匹敵する地位に押し上げる勝負がで

きる場が与えられている気がする」

「これだ!」と思った店におすめの店を訊くことと、女性がどんどん入っていく店。飲める

「長い歴史の中で、いま世界に向けて日本酒をワインに匹敵する地位に押し上げる勝負がで

きる場が与えられている気がする」

「これだ!」と思った店におすめの店を訊くことと、女性がどんどん入っていく店。飲める

「長い歴史の中で、いま世界に向けて日本酒をワインに匹敵する地位に押し上げる勝負がで

きる場が与えられている気がする」

「これだ!」と思った店におすめの店を訊くことと、女性がどんどん入っていく店。飲める

「長い歴史の中で、いま世界に向けて日本酒をワインに匹敵する地位に押し上げる勝負がで

きる場が与えられている気がする」

「これだ!」と思った店におすめの店を訊くことと、女性がどんどん入っていく店。飲める

「長い歴史の中で、いま世界に向けて日本酒をワインに匹敵する地位に押し上げる勝負がで

きる場が与えられている気がする」

「これだ!」と思った店におすめの店を訊くことと、女性がどんどん入っていく店。飲める

「長い歴史の中で、いま世界に向けて日本酒をワインに匹敵する地位に押し上げる勝負がで

きる場が与えられている気がする」

「これだ!」と思った店におすめの店を訊くことと、女性がどんどん入っていく店。飲める

「長い歴史の中で、いま世界に向けて日本酒をワインに匹敵する地位に押し上げる勝負がで

きる場が与えられている気がする」

「これだ!」と思った店におすめの店を訊くことと、女性がどんどん入っていく店。飲める

「長い歴史の中で、いま世界に向けて日本酒をワインに匹敵する地位に押し上げる勝負がで

きる場が与えられている気がする」

「これだ!」と思った店におすめの店を訊くことと、女性がどんどん入っていく店。飲める

「長い歴史の中で、いま世界に向けて日本酒をワインに匹敵する地位に押し上げる勝負がで

きる場が与えられている気がする」

「これだ!」と思った店におすめの店を訊くことと、女性がどんどん入っていく店。飲める

「長い歴史の中で、いま世界に向けて日本酒をワインに匹敵する地位に押し上げる勝負がで

きる場が与えられている気がする」

「これだ!」と思った店におすめの店を訊くことと、女性がどんどん入っていく店。飲める

「長い歴史の中で、いま世界に向けて日本酒をワインに匹敵する地位に押し上げる勝負がで

きる場が与えられている気がする」

「これだ!」と思った店におすめの店を訊くことと、女性がどんどん入っていく店。飲める

「長い歴史の中で、いま世界に向けて日本酒をワインに匹敵する地位に押し上げる勝負がで

きる場が与えられている気がする」

「これだ!」と思った店におすめの店を訊くことと、女性がどんどん入っていく店。飲める

「長い歴史の中で、いま世界に向けて日本酒をワインに匹敵する地位に押し上げる勝負がで

きる場が与えられている気がする」

「これだ!」と思った店におすめの店を訊くことと、女性がどんどん入っていく店。飲める

「長い歴史の中で、いま世界に向けて日本酒をワインに匹敵する地位に押し上げる勝負がで

きる場が与えられている気がする」

「これだ!」と思った店におすめの店を訊くことと、女性がどんどん入っていく店。飲める

「長い歴史の中で、いま世界に向けて日本酒をワインに匹敵する地位に押し上げる勝負がで

きる場が与えられている気がする」

「これだ!」と思った店におすめの店を訊くことと、女性がどんどん入っていく店。飲める

「長い歴史の中で、いま世界に向けて日本酒をワインに匹敵する地位に押し上げる勝負がで

きる場が与えられている気がする」

「これだ!」と思った店におすめの店を訊くことと、女性がどんどん入っていく店。飲める

「長い歴史の中で、いま世界に向けて日本酒をワインに匹敵する地位に押し上げる勝負がで

きる場が与えられている気がする」

「これだ!」と思った店におすめの店を訊くことと、女性がどんどん入っていく店。飲める

「長い歴史の中で、いま世界に向けて日本酒をワインに匹敵する地位に押し上げる勝負がで

きる場が与えられている気がする」

「これだ!」と思った店におすめの店を訊くことと、女性がどんどん入っていく店。飲める

「長い歴史の中で、いま世界に向けて日本酒をワインに匹敵する地位に押し上げる勝負がで

きる場が与えられている気がする」

「これだ!」と思った店におすめの店を訊くことと、女性がどんどん入っていく店。飲める

「長い歴史の中で、いま世界に向けて日本酒をワインに匹敵する地位に押し上げる勝負がで

きる場が与えられている気がする」

「これだ!」と思った店におすめの店を訊くことと、女性がどんどん入っていく店。飲める

「長い歴史の中で、いま世界に向けて日本酒をワインに匹敵する地位に押し上げる勝負がで

今月のおすすめ本

山崎征一郎著

「日本一サービスにうるさい街で、古すぎるキャバレーがなぜ愛され続けるのか」

お客さまのための創意工夫。

酒銘の由来

⑥ 大七



福島県二本松市。名峰、安達太良山麓の美しい自然は、日本三井戸の一つ「日影の井戸」をはじめとする、豊かな名水をこの地に授けました。伝承によれば、清和源氏に連なる太田家は寛永年間（1624〜1643年）に伊勢国より三人兄弟で二本松に來住したと言われ、それぞれに酒造業を営み、やがて領

内で最高格の商人となりました。明和の三郎兵衛好重が家勢を大いに盛り立て、好重の子、三良右衛門が分家し、宝暦2年（1752年）に現在の「大七酒造」を創業しました。これを始祖として三代目以降は七右衛門を襲名するようになり、以後、十代目の今日まで、酒造り一筋に発展を遂げています。初期の銘柄「大山」は後に七右衛門にちなむ「大七」と改称されました。

大七酒造は、八代目七右衛門の時代に全国清酒品評会第一位など輝かしい成果を収め、今や稀少となった正統的醸造法「生酛造り」の全国随一の担い手として評価を確立しました。近年は米国や欧州でも高い評価を得るにいたっています。

七右衛門にちなみ 大七に

世界に冠たる日本酒

その百十九 ● 地域の特徴を大まかにつかむ

酒の味わいは、主原料の米や水、酵母によって異なるの

地域別の傾向

・東北／全体に軽くスリムで、透明感を感じる綺麗なタイプが多い。

・関西／コクがあり濃醇で、甘辛は中庸。出しの効いた料理に合う酒が多い。

特徴の著しい県

・甘口傾向／佐賀、長崎、大

地元の米で造っていましたが、近代では兵庫県産山田錦に代表される名産地の酒米も入手できるようになり、酒蔵技術もオープンになっていきます。

地域差は徐々に薄れ、いまでは造り手による差の方が大きいとも言われています。とは言え、日常酒クラスには土地の米を使う蔵も多く、伝統の技法や食の好み、県民性などによって、地域による酒の違いは今も歴然とあるのです。

県の特徴が際立っている例では、濃醇で甘酸っぱい味わいの佐賀県と長崎県、すいすいと喉を通るすっきりした味わいの高知県などがあります。次に経験的に感じている大きな県の傾向を紹介しましょう。あてはまらない場合もありますので、あくまでも参

で客を呼ぶ「白いバラ」の姿が描かれています。

「会計だけでなく、お店全体が明るく、隠し事はないですよ」というアピールを明朗会計をも

じて「明朗経営」と外看板に表示したり、あえて「臆面もない」甘酸っぱいキャッチフレーズを

達人／太田和彦が語る

「居酒屋の流儀」

⑩ その街の心に触れる 古い居酒屋の良さ

居酒屋は飲んで食べて帰るだけではない。主人と話し、その店を好きになり、常連

揚げたりなど、ホステス、スタッフが一体となって、非日常感覚を生み出し、お店のファンをつくってきたスタイルに人気の理由が見えました。

ダイヤモンド社刊、定価1400円＋税。

の一人としていつまでも続くよう応援する。応援するとは、有り体に言えばしょっちゅう顔を出し、お金をおとすことだ。そうしてその店が自分の人生の一部となる。これが居酒屋を楽しむ上級編だ。

カウンター席で主人や女将と世間話ができるのが居酒屋だ。レストランや食堂は常連になつたとしても主人と話しながら食事はできない。帰り際に「おいしかったよ」と言うくらいだ。どこもがそういう店になるわけではない。古い店は、良心的で誠実な商売をしてきたからこそ長く続いてきたと思いたい。人と同じだ。良心的で誠実な人とは長い付き合いができる。相性もある。どこか気の合う人と出会い、つきあいを重ねてゆくのは一生の宝だ。居酒屋とはそういうものだ。

な傾向。酒蔵の数は少ないが、近年、人気を集める蔵も登場。・東京都／すっきりと端麗で、軽快な印象で、モダンな辛口タイプが多い。酒蔵は多摩地方と北区にある。

・群馬県／全体に濃醇で、甘口傾向であったが、近年では個々の蔵により味わいは多様。・長野県／アルプス酵母を使った香り華やかな吟醸酒と、地味ながらも爛で旨い日常酒の宝庫。酒蔵数も多く、県産米で造った純米の原産地呼称管理制度を全国で始めて導入。

・山梨県／ワイン産地として知られるが、日本酒も造られ、みずみずしく引き締ったタイプが多い。

・新潟県／喉越しの良い淡麗辛口で、昭和40年代から地酒ブームを牽引。全国新酒鑑評会でも常に上位を占め、出荷量も3位の酒処。

・富山県／甘口の酒が多かった昭和40年代から辛口傾向。現在でも清涼感ある辛口の酒が主流。

・福井県／越前蟹を初めてとした若狭湾の海の幸に寄り添うような、淡い旨味を持つソフトな美酒が多い。

・石川県／四大杜氏、能登杜氏の故郷。濃醇な山廃造りと、清涼で雅びな大吟醸造りで一目置かれる地域。

以下、東海、近畿、中国、四国、九州の各県については次号に続きます。

（ちくま新書より）

私は居酒屋旅を続けるうちに、そういう店に出会うことが最終目的になった。知らない町に出かけ、その町の名物になっている古い居酒屋に腰をおろすと、本当に「ハートオブタウン」、その町の心臓にたどりついた気持ちが出て、さあ、ここを動かさないぞという気持ちになる。サマセット・モームは「その町を知りたかったら市場に行け」と言ったが、私は「古い居酒屋に行け」と言いたい。

ロンドンやリパールのパブでも同じ体験をした。時間どきに、まずは中高年の紳士、レディが集まり始め、ビールを飲みながら世間話をかわす。彼らは座らずに立って話す。土曜日ともなると昼過ぎから、この日は着飾ってくるのがうるわしい。夕方からは、勤めを終えたサラリーマンがネクタイをゆるめてほっとする様子は日本と同じだ。一方カウンターには、一人黙然と客を眺め、時々店員と話す常連らしきものいる。夜8時ごろを過ぎると若者の世界だ。皮ジャンに腰鎖、お姉ちゃんも威勢よくビールは瓶のラッパ飲み。店は片付け始め「何か食べるものはないか」と聞くと両手を広げてNOサインを出した。

リパールで人づてに訪ねた当地最古といわれるパブは、今はあまり使われなくなった昔の波止場にぼつりとあった。帰帆の船に「やってるぞ」の明かりを見せる立地らしい。荒っぽい煉瓦積みは18、19世紀の建物と聞いた。丸テーブルを三つばかり置いただけの店内もいたって質素、というか貧弱で、カウンターの腰板は裸ベニヤ板だ。

しかしビールサーバーは6つもあり、どれがよいかわからないまま種類を変えて3パイントほど飲み、いずれも味は違うがすばらしくおいしく、すべて地下のミニブルワリーで作っているこのパブだけのビールと聞き感嘆した。店内に列をなして飾られている額入りディプロマは、ここがその年度のベストパブであることを証するものだ。こういう、貧相であっても格式を認めるイギリスっていいなあと思った。

カヌーイストの野田知佑さんは、私の文庫本の解説に「イギリスでは、良いパブを知っていることが紳士の条件」と書かれていたが、日本の男もある年齢になったら「良い居酒屋を知っているのは紳士の条件」と言いたい。

（新潮文庫「居酒屋を極める」より）

