

心と心をニュースで結ぶ

コヤマ新聞

THE KOYAMA SHINBUN

2016年 4月 NO.135

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

冷たくして出す」という基本を強調します。例えば、サラダを提供するときに皿を冷やすだけでなく、取り分け用のフォークも冷やす。そうす

「新規客が再来店のお客かは、入り口でおよその見分けがつく、

また、相手の名前が分かっていると、一連の接客を通じて、

「味が落ちた」という言葉に込められているというわけです。(日経レストランより)

今回のアンケート調査で、お客が最も居心地の良さを感じる常連客になりたいたいの条件は、59・7%が選んだ「料理やドリンクにこだわりを感じる店」でした。さらに「そこでしか食べられない料理がある店」を37・3%の人が選んだことから、常連客になりたいと多くの人が考える店の条件は「料理へのこだわり」であることがあらためて分かる結果になりました。

その結果は、「顔を覚えてくれていた」(64歳男性)、「いつも座っている席に案内してくれた」(23歳女性)など常連客として認知され、特別扱いをされたことをきっかけとする回答が目立ちました。

「お客が自分がそんなに扱われたと最も感じるのは、接客時にスタッフが目を合わせてくれないこと。個別に接待する価値もない相手と店から思われていると感じてしまう」(石田代表)。

「おいしいと感じる料理は二口目を食べるタイミングが早くなる」(森代表)ので、お客の本音を見抜くというわけです。何か手を打つべきだと感じたなら、料理人たちを全国の一流店への視察に連れて行きます。

居心地のいい店」 月1回以上利用が約6割

消費者に聞く飲食店の居心地アンケート結果

今回のアンケート調査で、お客が最も居心地の良さを感じる常連客になりたいたいの条件は、59・7%が選んだ「料理やドリンクにこだわりを感じる店」でした。

「お客は驚き、自然と素材へのこだわりを想起する」(石田代表)。

「お客は自分がそんなに扱われたと最も感じるのは、接客時にスタッフが目を合わせてくれないこと。個別に接待する価値もない相手と店から思われていると感じてしまう」(石田代表)。

「味が落ちた」という言葉に込められているというわけです。(日経レストランより)

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」



判断に迷ったときは、より大きな集団の利益を優先すべし。自分より仲間たち。仲間たちよりも社会全体。そうすれば判断を間違うことはない。

アドラーが提唱する共同体感覚。はたして、家族や地域社会、さらには国家や世界、動植物を加えた宇宙なども当てはまります。そして、それぞれの利益を考えたとき、答えが異なってくるものがあるでしょう。例えば、企業の商品に不具合があった場合、それを広く社会にオープンにし回収すれば、企業には一時的に大きなダメージがあるで

「お客は自分がそんなに扱われたと最も感じるのは、接客時にスタッフが目を合わせてくれないこと。個別に接待する価値もない相手と店から思われていると感じてしまう」(石田代表)。

「味が落ちた」という言葉に込められているというわけです。(日経レストランより)

データ&トピックス

外食業界・消費者動向

外食単価4・2%上昇
夕食で2956円に
リクルートグループの調査機関・ホットペッパーグルメリサーチセンターがまとめた2015年12月の外食市場調査によると、夕食1回当たりの単価は2956円と前年同月を4・2%上回った。女性は全般的に低調

だったが、男性は60代を除く各年代で比較的大幅に伸びた。外食実施率、頻度とも前年同月から横ばいで、推定市場規模の伸びも堅調だった。

単価の伸びは男性の20代(10・2%上昇の2591円)と50代(10・4%上昇の3438円)で1割を超え、40代は7・7%上昇の3094円。

「お客は自分がそんなに扱われたと最も感じるのは、接客時にスタッフが目を合わせてくれないこと。個別に接待する価値もない相手と店から思われていると感じてしまう」(石田代表)。

「味が落ちた」という言葉に込められているというわけです。(日経レストランより)

2711円、20代は4・5%上昇の2702円だった。

「お客は自分がそんなに扱われたと最も感じるのは、接客時にスタッフが目を合わせてくれないこと。個別に接待する価値もない相手と店から思われていると感じてしまう」(石田代表)。

「味が落ちた」という言葉に込められているというわけです。(日経レストランより)

グルメ誌の特集紹介

料理通信/4月号

特集1 家で、店でも、自家製しよう！/vol.13

「お客は自分がそんなに扱われたと最も感じるのは、接客時にスタッフが目を合わせてくれないこと。個別に接待する価値もない相手と店から思われていると感じてしまう」(石田代表)。

アルフレッド・アドラー／人生に革命が起きる100の言葉

しょう。回収費用や在庫破棄による直接的な損失に加え、信用の失墜もあり、売上、利益は大きくダウンするだろうからです。そこで企業は公開をためらうでしょう。しかし、企業ではなく、より大きな社会全体の利益を考えれば、少しでも早く事実をオープンにすべきであるとすぐにわかるでしょう。このように、個人、会社、社会など、それぞれの共同体における利益・不利益が異なる場合、私たちはより大きな集団を優先すれば判断を間違うことはない。アドラーはそう訴えました。それこそが真の意味での共同体感覚であるのです。自分一人の利益だけを考えようのではありません。

「お客は自分がそんなに扱われたと最も感じるのは、接客時にスタッフが目を合わせてくれないこと。個別に接待する価値もない相手と店から思われていると感じてしまう」(石田代表)。

(ダイヤモンド社)

ホステス心得帖 おもてなしの条件

1980年、北新地社交料飲協会の第2代理事長、岡田一男氏の監修で発行された冊子の復刻版として発行（非売品）。発行人は北新地社交料飲協会の現理事長、東司丘興一氏。現代において接客業全般に通じる金言が詰まっています。抜粋します。

美人には2種類ある。黙っていると美人というタイプと、喋り出すと美人というタイプである。黙っていると美人というタイプは、3回で飽きる。性格が誠実で率直でない、本当の美人には見えない。どんなに顔形が良くても心の化粧も

忘れずに。幾ら整形手術をしても眼に陰が表れるからだ。眼の輝きは、整形できない。好みのお酒や嫌いなおつまみは忘れぬこと。2度目のご来店するとき、注文のお酒の種類を訊くようでは、落第。

お客様より高いお酒を飲むな。お客様が進んで飲むようにと勧めない限り飲むな。高いお酒を「飲んでもいいですか」と催促できるのは、よほど馴れてから。貴女自身のご事は、訊かれるまで言うな。とくに愚痴話は厳禁。

酔った女は面白いが、可愛気はない。女は惚れた男の前以外

は酔わぬのが花。自分のセールスポイントは何か、よく心得ておくこと。何もなければ月給泥棒である。孤独に耐える強さがないと、必ず何かで失敗する。誰も頼りにしないというくらい強いことはない。

自宅はいつ来客があっても、恥ずかしくないようにしてあること。精神のだらしないさは、部屋の片付けに現れる。現金がなければ、買えるまで我慢するのがベスト。

営業外のお酒の服装・化粧で、一目見て水商売と判るようでは、一人前ではない。一流のホステスは、素人と区別がつかぬもの。ウエイターなど、裏方の人たちに威張らないこと。人間は、自分より立場の弱い人に対する態度で、その人の値打ちが決まる。

ホステスは、お金を貰っているプロであることを忘れないこと。プロとは、甘えを許されない人種である。いつも、何かにつけて貰った

酒銘の由来

萩の鶴



蔵がある宮城県栗原市金成有壁（かんなりありかべ）は、その昔「萩の村」と呼ばれていま

した。その名の通り萩の花の美しさで知られ、今でもたくさん萩が見られます。そこから「萩」ととり、縁起のよい「鶴」と組み合わせて名付けました。昔から地元で幅広く愛されてきた蔵の中心銘柄で、宮城らしいキレイでスッキリとした飲み飽きのしない酒質を目指しています。

味の濃すぎない上品な和食やクセの強すぎない新鮮な海の幸などと合わせて欲しいお酒です。

萩の花の美しい金成有壁

世界に冠たる日本酒

その百二十 続・地域の特徴を大まかにつかむ

各府県別の酒の味わいの傾向について、前回に続いて今回は西日本編です。
・静岡県/上質な酒が多い吟醸王国。酸が少なく、太平洋を思わせる伸びやかな印象。シンプルな魚料理に合うものが多い。
・愛知県/八丁味噌、あんこトーストなど甘口嗜好の県で、酒も甘口だが、近年は多様化。
・岐阜県/美濃地方は隣の愛知県と共通する甘口。飛騨地方は濃厚な辛口傾向。
・三重県/甘口傾向で、香りの高い「三重酵母」との相性が良い。県内産の質の良い山田錦を多用。
・大阪府/つまみのある甘口の傾向。天野酒(河内長野)、伊丹、池田など古くからの名醸地。現在、山田錦や雄町の栽培もさかん。
・滋賀県/旨口の酒が主流。米処として知られ、玉栄・吟吹雪など県独自の酒米もある。
・京都府/出荷量は全国2位。酒蔵は伏見に集中。全国規模で展開するメーカーのほか、

大阪は旨味のある甘口 濃醇でやや甘めな広島

・岡山県/県産の米「雄町」で知られる。全体にやや甘口でやわらかい味わいだ。雄町の特性を生かした濃醇辛口タイプも見られる。
・広島県/兵庫、京都に次ぐ

西日本の名醸地。濃醇でやや甘めな旨口が典型だったが、真逆のすっきり軽快タイプも増えている。
・鳥取県/たつぷりとした旨味を含みながら、スパツと切れる濃醇辛口の酒質を持ったタイプが多い。
・島根県/全体に濃醇で、しつかりとした旨口の酒を造る蔵が多く、爛で旨いタイプが目立つ。
・山口県/元来は濃醇な傾向であったが、すっきり洗練さ

質だが、蔵によって個性は異なる。米は「オオセト」を使う酒が多い。
・愛媛県/魚介に合う伸びやかな酒が多い。スペイン料理との相性を提案するなど県を挙げて熱心にプロモーションを進めている。
・福岡県/蔵元の数は多く、近年、純米酒や純米吟醸酒の伸び率でも全国屈指の県。味わいはすっきりとした傾向。
・熊本県/吟醸造り発展に寄与した「熊本酵母」(9号酵母)発祥の県。味があつて香り高い吟醸酒が見られる。
・佐賀県/甘口傾向の九州の中でも特に甘酸っぱい酒が多い。濃醇甘口な県。中華料理や南蛮漬けに合う。
・長崎県/料理は甘い味付けで知られる県で、酒も日本で最も甘口で、濃醇な傾向。
・大分県/九州では福岡に次ぐ出荷量で酒蔵も多い。吟醸酒造りにも熱心。全体に甘口傾向。
・宮崎県に2軒、鹿児島県に1軒、沖縄県に1軒、日本酒を造るメーカーがあります。(ちくま新書より)

達人/太田和彦が語る 「居酒屋の流儀」

初めての土地で
よい店を探すコツ

それではそういう店をどうやって探すのか、とよく聞かれる。知らない地方の町に行ったらどうしよう。ホテルや、タクシー運転手の居酒屋情報はあてにならない。ホテルは案内する店が決

まっついていて、地元密着酒場は入っていない。タクシー運転手は夜は外で酒が飲めないから居酒屋は知らない。ただしラーメン屋はよく知っていて「このへんでおいしいラーメン屋は？」と聞けば即答する。
地方都市はおおむね「東京から来たお客さんを案内する店」があり、大部分は型通りの(東京に支店のあるような)郷土料理で、出るものもまた型通りとおもしろくない(これなら東京でも食べられる)。また近頃はネット流行りでなんでも出ており、私も取材上使ったこともあるが、行ってみた店は百パーセントはずれだった。すべて素人情報で、あんなに当てにならないものはない。

初めての地で肝心なのは場所を間違えないことだ。今は駅前がにぎやかだけど、昔はあっちだった、と聞いたら古い方優先だ。私の方法は、昼ごろその町に着き、ホテルに荷物を預け、明るいうちに繁華街(古いのも



新しいのも)を隅々まで歩いて見当をつける。ロケハンだ。

探すのは古そうな店だが、古いだけで取り得のないところもある。早い時期から板前が支度を始めている店は料理がよいかもしれない。店は清潔に限るが、古くても丁寧に使っているところは好感が湧く。基本的には小さな店がいいが、町の名物的大衆酒場が見つければ、これは入ってみなければいけない。と見てまわり、最初の1軒はここ、そのあとの候補はここと決めておく。

これはとても大切で、夕方から行きあたりばったり歩いても迷うばかりで決められず、「どこでもいいや」と入ったら大外れ、はよくあることだ。出張ついでに夜の酒場を楽しみに来たけれど、結局決められず、「つまらないなあ」と思いながらホテルの店でお茶をにこすのは残念だ。

ともかく最初の1軒は絶対に外さないようにして、ある程度満足したら、その後は多少外れても笑い話になる。そうして計画を立ててホテルに帰り夕方まで眠る。目覚めたら胃腸薬を飲み、あとは決めておいた1軒目にあたり直行する。そこがいきまひとつなら、二次候補、三次候補だ。(新潮文庫「居酒屋を極める」より)