

心と心をニュースで結ぶ

コヤマ新聞

THE KOYAMA SHINBUN

2016年 6月 No.137

発行:  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

最近のオーガニックブームは、かつての「マクロビ」や「ロハス」などのムーブメントと違い、一部の高所得層による限定的な支持ではなく、一般的なごく普通の生活者が良いものに価値を求めるというトレンドです。日本の飲食業界においても、ここ1、2年は「Farm to Table」をキーワードにした店が非常に増え

今、世の中のニーズは「価格重視」から「価値・体験重視」に移り変わってきています。こうした大きな転換期を迎えつつ

以下2面へ続く▶

「食」を通じてイイトをしよう！

昨年の7月、「コヤマ新聞」(No126)で、「イイトグッド」という言葉を紹介させていただきましたが、今まさに「イイトグッド」は世界的な大きな潮流になりつつあります。

「イイトグッド」とは何か？

これは読んで字の通り、「良い」を「食べよう」、そしてただ食べるだけでなく、食を通じて良いことを実践しようという非常にシンプルな考え方です。

その背景としては、昨今のオーガニックブームというものが、これは日本だけではなく、むしろ世界的な潮流で、アメリカ、とくに北米において盛り上がっています。

「かつてのオーガニックブームとの違い、サステイナブルという考え方」

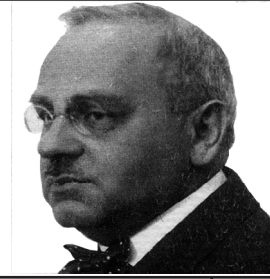
最近のオーガニックブームは、かつての「マクロビ」や「ロハス」などのムーブメントと違い、一部の高所得層による限定的な支持ではなく、一般的なごく普通の生活者が良いものに価値を求めるというトレンドです。

冷凍食品、加工食品、あるいは中国など諸外国から輸入食品を筆頭とするローコストオペレーションと、それによるコストコントロールが、食の安心・安全を脅かすようになりまし

「イイトグッド」の生みの親」さて、「イイトグッド」ということばの生みの親、それは株式会社エビエリという飲食企業の松浦清一郎氏と亜季夫人のお二人です。彼らは2003年、「麴町カフェ」という4坪くら

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



②0
ほめてはいけない
ほめることは「あなたは私よりも下の存在だ」
「どうせあなたにはできっこない」と
相手に伝えることに等しいからだ。

10冊以上の著作を持つ作家であり、研修講師である友人はある日、読者の方から文章が上手ですね」とほめられ、強い違和感を感じた、と言いました。なぜならば、ほめるという行為は前提として「どうせできっこないだろう」という予見があるからです。当たり前のようにできると思っていたならば相手をほめません。だからほめられることは「あなたはできない人なの、よくやったね」と言われて、いるようなものなのです。

がとうございました」と感謝をしてくれればよかったのです。おそらく私の友人はそれによって貢献感を感じることができている。そして、困難に立ち向かう活力を補充してもらえることでしょう。子育てや企業での人材育成にも、この考え方は当てはまります。ほめるのではなく勇気づける。上から目線ではなく横から目線。それが勇気づける、ということなのです。

(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1000の言葉

バーガー片手にチョイ飲み
フレッシュネス全店で
ハンバーガーチェーンのフレッシュネス(本社＝東京・中央区)は今期中にビールやつまみ類を提供するチョイ飲みサービスを全店に拡大する。従来はワ

イン飲み放題の「フレバル」サービスを展開していたが、より短時間で気軽にアルコールを飲みたい客向けにビール類を中心とした簡易サービスマを導入する。昼と夜の両方で収益を稼げる店づくりをめざす。

2015年2月からワインやハムを売りにしたチョイ飲みサービス「フレバル」を50店で開始した。980円でワインが飲み放題、500円で生ハム食べ放題。結果、夜の売り上げが平均30%ほど伸びた。しかし、滞在時間が1.5～2時間で、ゆっくり飲む人が中心だった。新しいサービスマは「バーガー&ビア(B&B)」と名付けて

(日経MJ)

朝10時から飲める居酒屋
个性的な料理がズラリ

JR鶯谷駅から徒歩4分の地

に居酒屋「鳥椿 鶯谷朝顔通り店」がある。特徴は朝10時から夜11時までの長い営業時間。店舗面積7・5坪。月商300万円。

つまみを一皿100円から用意し、客単価を2100円に抑えたお得意で、近隣の住民や会社員から人気を集めている。料理のコンセプトは「奇抜過ぎないがひとひねりしたメニュー」。形の珍しさがインパクトの「名物チューリップ唐揚げ」(90円)厚さが2・5cmの「名物ハムカツ」(300円)。鶏肉のすき焼きをアツアツご飯にのせたボリュームのある「鳥鍋めし」(450円)、アボガドにこんもりとつくねとパン粉をのせて揚げた「アボガ度メンチ」(500円)など。

ドリンクの提供スタイルもユニークだ。

「チンチロリンハイボール」(300円)は、サイコロを2つ振ってゾロ目ならハイボールは無料。偶数なら半額。奇数なら料金倍(量も2倍)。

開店を10時にしてみても、シルバード世代はもとより夜勤明けの工場作業員、タクシー運転手、子どもを幼稚園に送った後の母親などの幅広い客層を発見したことだった。「今後も、昼から飲める店へのニーズは増えていく」(北野社長談)。

(日経MJ)

「食」を通じてイイコトをしよう！

▶以下1面より続く

結論ですが、「イートグッド」とは、業態などではなく、「食」に対する考え方です。理念であり、行動であります。トレンドではなく、これからの時代、ビジネスモデルの軸であり根幹となり得る、そういう価値観であるということです。

飲食店を何のためにやっているのか。おそらく金儲けではないでしょう。ミッションとかモラル、オーナーの在り方、これ

からはそういったことが問われる時代に入っていくし、この「イートグッド」という考え方が広がり、実践するお店が増えてくれば、飲食業界全体の価値と地位が向上してくるだろうと思います。今、多くの店が人手不足という問題の対応に追われているが、前述したようなお店が増えてくれば、自然と共鳴が起き、若い人が集まって来ます。

「2016年はイートグッド元年」

今、消費者の意識は価格や皿の上の美味しさから、食材の背

酒銘の由来

⑨天神囃子



の代表格とされてきました。各地の「天神囃子」の歌詞には「大根種」「そばの種」「芋の種」がよく出てきます。

「天神囃子」の魚沼酒造は、新潟県十日町市郊外の山際に位置し、主に新潟県の酒造米を信濃川の伏流水で仕込んだ、辛口の多い新潟県では異色とも言え旨口にこだわる酒蔵です。魚沼地方は豪雪地ですが、古くから続く人々の努力と知恵により、自然に恵まれた地域です。清酒「天神囃子」は、その自然とそこに生きる人々に育まれたお酒です。

唄い継がれる祝い唄から

世界に冠たる日本酒

その百二十二●禁じ手にも挑戦。飲み方自由自在

居酒屋で飲むときは、店の流儀に従わざるを得ません。店の考え方や方法を尊重したいし、相手に委ねることで、思いがけない美味しさや楽しさに出会えることもあるからです。でも自宅では違います。

誰にも気兼ねする必要はないし、失敗しても自分ががっかりするだけ。誰にも迷惑はかけられないのです。思い切った熱い燗にしてみたり、水で割ったり、ブレンドしたり……。

こんな飲み方をしたら、造った人に申し訳ないなんてことを考えず、いろいろ試してみます。思わぬ発見もありましたよ。ぜひ、自己流で楽しんでみてください。

あえて燗冷ましにする

「燗冷まし」とは、燗酒が冷えて腰がなくなり、美味しく

なくなった状態を指す言葉。でも酒質によっては、たまたまなく旨くなる場合があります。おすすめのためは、旨味はたっぷり内包しながらも、冷やして飲むとゴツゴツした印象の純米酒。冷やで飲むと、ぼんやりとした印象の場合が多いのですが、55℃ぐらいの

景へと向かい出しています。つまり生産者の顔や生産過程が見え、自分たちの身体だけでなく、自然環境の持続可能性にまで配慮した「食」を求め出しているということ。

この流れは、とくに欧米では顕著ではありますが、日本の飲食マーケットにおいても今年からさらに重要性が高まってくるだろうと思われます。

（フードスタジアムセミナーより抜粋）

達人／太田和彦が語る「居酒屋の流儀」

⑱大人は居酒屋で心を満たす

ではなく、世の中をある程度知って、ものごとの道理をわきまえた「本当の大人」という意味だ。では「大人のための居酒屋」とは？

居酒屋はおいしい酒、肴、友達との肩の力を抜いた語らい、と楽しく時間を過ごせる心地よい場所だ。一方、大人になってというか、晩年を迎えて、一人で自分だけの時間を持ち、その間黙っていられる、これが大人の居酒屋の神髄ではないかと気づいてきた。

あ家に、一人でいるってなんていいんだろう。妻が「友達と温泉に行ってきたいい？」と願ひ出れば「おお、行ってこい、行ってこい」だ。

一人になるのは案外難しい。公園で一人じっと長く座っていると警官に「どうしましたか」と聞かれる。徘徊老人ではないのだが。喫茶店でコーヒ一杯で粘ってもいいが三十分いるのはなかなか辛い。一人でも入れるからと映画館へ行けば映画を観なくてはいけない。一人にな

仕事をしたいれば周りと話さないわけにはいかない。家へ帰っても三十分も黙っていると「どうしたの？」と不安に思われる。心配事かと気を揉まれてもいけないので何かしゃべらなくてはいいけない。一人黙って新聞でも読みながら盃を傾けたいと思うけれども、なかなかそれができない。それが家庭というものだろう。

そこです。居酒屋だ。居酒屋は注文以外に何もしゃべらずに一人になれる。しかも目の前には酒もある。腹が空いて入ったのではない。鰻屋で食べ終えてじつといつまでもいると、「まだ、何か？」と言われるが、居酒屋は酒さえ置いておけば訝しがられない。酒一本だけで一時間も何も注文しないのは作法違反だが、およその品を置いておけば好きなだけいられる。

そのとき何をしているか。「心の充足をしている」。何か不満があるわけでもなく、ただ静かに心を充足させている。そして、その心が満たされると出てゆく。腹一杯になったから、あるいは頼んだ料理が終わったから出てゆくのではない。もちろん飲んで食べているけれど、腹にたまらない塩辛あたりで「時間つぶし」、黙として酒を飲む。そして「さあ、いいかな」と充足感が湧いてくると「勘定」となる。

なかなか充足感が湧いてこないときもある。そういうときはハシゴだ。酒好き、酒場好きはどうしてハシゴをするかということ、もっと飲みたいということもあるが、心がまだ満たされないからハシゴをする。

つまり「レストランや食堂は胃袋を満たすところ、居酒屋は心を満たすところ」だ。

これは近代の都市の産物かもしれない。明治の文明開化で一応身分制度がなくなり、漱石のような人が人間心理を分析し、一人の鬱屈という近代自我が芽生えてくる。

もう少し下って永井荷風。フランス官費留学で西欧の市民意識を身につけた人が、山の手の麻布から、下町など都市を逍遙して歩く。都会というものが成熟して、そういう人たちが集まる場ができてきたからでもあるのだろう。

誰も知らない所にわざわざ行って、一人で酒を飲んで帰ると言うのと、「寂しくないですか」と聞かれるけれども、その反対なのだ。

（新潮文庫「居酒屋を極める」より）

自己流飲み方で新発見 苦手意識払拭の一助？

で味の太い無濾過生原酒などがふさわしく、大吟醸や線の細いタイプは向きません。

割水割（わりみずかん）

ごく少量の水（酒の分量の5%～10%）と酒を合わせて、燗にする方法。ゆるりとした優しい味わいになります。日本酒を水で割ることに抵抗感がある人もいるかも知れませんが、製造過程でも通常の場合はアルコール度数を調節するために、「加水」といって水を加えています。飲むとき

に水で割るのだから、いわば自家製の加水です。

燗をしないで、加水するだけの水割りも旨いかもしれないと思っただけか試してみましたが、試した範囲では酒と水がうまく馴染まず、水っぽくなってしまいました。燗にするほどよく混じり合い、旨さはそのままにアルコール度数は下がるので、体に抵抗なくすつと馴染むのでしょう。

なお、この割水燗をする場合は、度数の高いの原酒の方が味が崩れないようです。

ソーダ割り

日本酒をソーダで割って飲む、いわば日本酒ハイボール。

日本酒の持つ旨味や甘味を楽しむための、ソーダは甘味料などで味付けをしていないものがおすすめです。普段使うのは「サントリー ザ・プレミアムソーダ」と「ウィルキンソン タンサン」ですが、日本各地で造られている地サイダーで割るのもおすすめです。割ることで味が薄まるので、日本酒は濃厚なタイプの方が