

心と心をニュースで結ぶ

コヤマ新聞

THE KOYAMA SHINBUN

2016年 9月 No.140

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

ようなお客様に来店してもらいたい店、を明確に打ち出すことが重要なポイントです。新しい体験を提供し、感動させ、歓喜させることが先

の減少で、1968年調査開始以降で最も大きく減少した。出生数は101万46人と2年ぶりに増えたが、死亡者数が129万6144人と出生数を上回った。3大都市圏（東京・名古屋・関西）に住む日本人人口は64

SNS時代に選ばれる店になるには？オーナーの店づくりへの使命感が問われる

「原点に帰る」温故知新の意味をあらためて考えるということです。大手全国チェーンの凋落が続いています。外食産業に対する価値観が大変化を起しているという事です。「効率主義」「拡大主義」「利益至上主義」から、オーナーのポリシーを感じる手づくり、クラフト主義へ、競争ではなく共存コラボ主義へと価値観がシフトしています。

価格に跳ね返っているのでは？などと勘ぐられてしまいます。お客様は、ネットで下調べをした後に、口コミを参考にし、さらに知人、友人に訊いてから、「ここは一回行かねばならない」とか、「この店のこれを食べてみたい」といった目的をはっきりさせて、店を選ぶ時代です。そんな時代には選ばれる店になるという事はどういうことなのか。お客様のアンテナに訴求する店のポリシー、圧倒的な魅力、コスパなどが明確でなければなりません。

① 原点に帰る

であり、飲食店の原点である、「美味しかったよ、また来ますからね」と言われることを最上の目的とすべきです。

「なぜこの店、この業態をつくったのか、なぜこの食材、メニュー、この価格なのか」といった店づくりの理由と意味、オーナーの使命が問われているのです。そして、その店のポリシーを伝える物語も重要になってきています。その共鳴、共感というものがSNSを通じてシェア、拡散されていき、地域においての大きなトレンドになるということです。（参考／フーdstadium）

いま見直すべき3つの視点

② 良いを食べる

できるだけカラダにいいもの、無農薬・低農薬、無化学調味料、オーガニック食材を使う。食材についても「だれがどういうポリシーで生産し、加工しているのか」、そこに誠実さ、真面目さがあるかどうか。そういう生産者や食品会社と価値観を共有しながら、その良さ、価値を伝える。そして出汁やソースや調味料などでもできるだけ手づくり自家製にこだわる。仕込みにもしっかりと時間をかける。その大切さをスタッフと共有する。

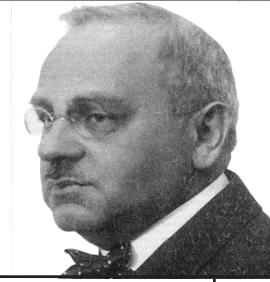
「手間をかけてるな」と思ってもらって、ありがたく食べて飲んでもらうことがリピートにつながり、店が長続きするので

③ 使命感と物語性

SNSの発達によって、お客様の飲食店選びの基準が大きく変わりました。便利な場所にある（好立地）とか、分かり易いとか、有名なビルに入っているとか、そういうことはあまり重要な選択基準にならなくなりまして。いや、むしろ、消費者サイドから見ると、高家賃が提供

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

② あなたが悩んでいる問題は本当に「あなたの問題」だろうか。その問題を放置した場合に困るのは誰か、冷静に考えてみるのだ。

アドラー心理学では「それは誰の課題か？」という問いを大切にします。たとえば、子供が勉強をしなかったとしましょう。多くの親は「もっと勉強しなさい！」と子供を叱ります。しかし、勉強をする、という課題はいったい誰の課題でしょう？ 「それは誰の課題か？」を明らかにするのは簡単です。「その問題を放置した場合、不利益を被るのは誰か？」と問えばいいのです。成績が悪化した場合、不利益を被るのは子供自身です。良い学校に入らなくなり、将来、困るのは子供です。つまり、子供が勉強をしなくてはならない、という課題はあくまでも子供の課題であり、親の課題ではないのです。しかし、多くの親は子供の課題に土足で踏み込みます。「子供の課題を思って」と言い訳をしながら「もっと勉強しなさい」「いい学校に入りなさい」と親の思う通りにコントロールしようとするのです。そして、自分の支配欲を満たしたり、自分の世間体を取り繕おうとします。子供はそれを察知して、支配されることを拒絶するのです。あらゆる人間関係のトラブルは、他人の課題に土足で踏み込むことによって起こります。親子間に限らず、友人間、上司部下間においても同じこと。他人の課題に土足で踏み込んではいけません。私たちができることは支援だけ。もし子供が勉強をしたい、と言ったら、支援する準備があることだけを伝え、あとはそつと見守るしかないのです。（ダイヤモンド社）

日本の人口0.22%減少 前年同期比、総務省が発表 人工減に歯止めがからない。 総務省が発表した住民基本台帳に基づく今年1月1日時点の国内に住む日本人人口は、前年同期比0.22%減の1億2589万1742人だった。7年連続

の減少で、1968年調査開始以降で最も大きく減少した。出生数は101万46人と2年ぶりに増えたが、死亡者数が129万6144人と出生数を上回った。3大都市圏（東京・名古屋・関西）に住む日本人人口は64

49万5人で、全体人口の半数以上を占めている。その中でも東京圏だけが伸びており、他の大都市からも東京圏へ人口が流入している。厚生労働省が発表した国民生活基礎調査では、高齢者世帯の占める割合が初めて全世帯の4分の1を超え、1271万世帯となった。総務省発表によると労働力人口は6075万人と、2010年から約295万人減

少した。小売業と料理店の倒産増加 6月の企業倒産情報 東京商工リサーチがまとめた6月の企業倒産で、小売業や料理店の倒産が増えた。小売業は117件と前月より40件、前年同月より20件それぞれ多かった。飲食業では専門料理店の倒産が22件と目立った。消費者の節約志向で再び低価

＜グルメ誌の特集紹介＞

▽料理通信／9月号

特集1…シェフに弟子入り／Part3。どこにでもある料理を、どこにもない味に高めるプロの秘訣。「僕も弟子入りしたい！」と希望者が続出する人気特集の第3弾。今回も本格的に厨房に弟子入りし、基本素材へのアプローチを伝授してもらいました。少ない素材で、とびきりの味を作りましょう！ ・「リピーターする味」の秘訣を大公開！「メッシタ」鈴木美樹さんの頭の中／おむすびと味噌汁のように、何度食べても飽きない味。食べ手の胃袋を射抜き、忘れがたい印象を残す料理の秘訣を探ります。 ・シェフがシェフに弟子入り／「バター、卵の火入れ」「発酵の基本」「野菜の選び方、扱い方」「魚の下拵え」「和菓子の表現方法」などをテーマに、シェフたちがジャンルの垣根を越えて弟子入り！

達人／太田和彦が語る 「居酒屋の流儀」

②旅の夜は居酒屋で ―― 居酒屋を訪ねて各地を旅する

はいいし、言葉は通じるし、お金の計算はできるし、何かあったら携帯電話がある。

泊って部屋で食事していたのでは家にいるのと変わらず、「おい、テレビつける」になっちゃいます。そこで町に出るが、老舗の蕎麦屋も鰻屋も食べたら終わりで、せいぜい一時間だ。その点、居酒屋は、うまさうなもの、をちょこちょこつまみ、酒さえ置いておけばいくら長くいてもよい。酒が入れば話も弾む。じつくりいると、土地の名物や氣質も見えてきたりする。

たくなのか、焼油揚げ漬物くらいでおとなしくしているが、奥様は「私、活海老のお造りと茶碗蒸し、出汁巻玉子もおねがいね」と豪勢で、ご主人は目を丸くする。

ご主人がトレイに立ったとき奥様に聞いた。
居酒屋旅は、家では仏頂面の旦那様が酒でご機嫌にしてくれているのがまず嬉しい。そして家ではあまりない夫婦の会話が、カウンターの主人や女将を中にした三角形に弾むのが楽しいそうだ。

「どちらからおいでですか」「え、東京です」
「奥様と二人旅なんていいですね」
「いや、ま、こいつが行こうって言うもんだから」
「あら、ここに決めたのあなたでしょ」
「ははは、うらやましい」
「こちらの地酒は何ですか」
「はい、これはですわ……」
こんな調子。差し向かいでは弾まない話が、目の前に第三者がいることで弾む。酒があればなおさらだ。

さらに奥様は語った。もうよい歳になってしまったけれど、男があれば通う居酒屋という所に女の私だって入ってみたい。しかし家の近所は人目もはばか

「奥様もいける口ですか」とうかがうと、お酒は飲めないが、酒の肴はおいしいいうえに量が少なく、いろいろ楽しめるのご返事で納得だ。面白いのは奥様の方が度胸があること。ご主人は「あなた、いつもこんなおいしいもの食べてるの」と言われ

「米鶴」の名前は、「感謝の気持ち伝える、真心のこもった酒でありたい」という思いを込めて

酒銘の由来

⑫ 米鶴



まほろばの里・山形県高畠町で酒蔵を構えて、300年以上の歴史を持つ「米鶴」。江戸末期には地元を治める上杉家の御用酒蔵を務め、酒造りに邁進してきました。

「米鶴」の名前は、「感謝の気持ち伝える、真心のこもった酒でありたい」という思いを

込め、お辞儀をするような稲穂の姿、地元で伝わる民話「鶴の恩返し」に由来しています。

さらに、「米」という字は数字の八十八に例えられ、「八十八羽の鶴」を表すおめでたい名でもあります。

山形の地酒「米鶴」をどうぞご愛飲ください。

地元で伝わる民話「鶴の恩返し」の由来

世界に冠たる日本酒

その百二十五●実はいま、旨口がトレンド

いま旨口の日本酒が人気です。「淡麗辛口な酒をくさい」と言ってくるお客でも、何種類か試飲してもらうと、最も濃い酒を選ぶ人が増えていると、多くの居酒屋や酒販店の店主たちが言います。

一方、市販の酒を調べた全国市販酒類調査（国税庁）によると、ここ10年で吟醸酒は日本酒度+3・6から+4・5へ、純米酒は+2・6から+4・2と辛くなっています。これをどう見ればいいのか検証してみよう。

1911年（明治44年）から開催されてきた全国新酒鑑評会は、2012年で100回を迎えましたが、その出品

旨口でスパツと切れる 食事との相性にも依る

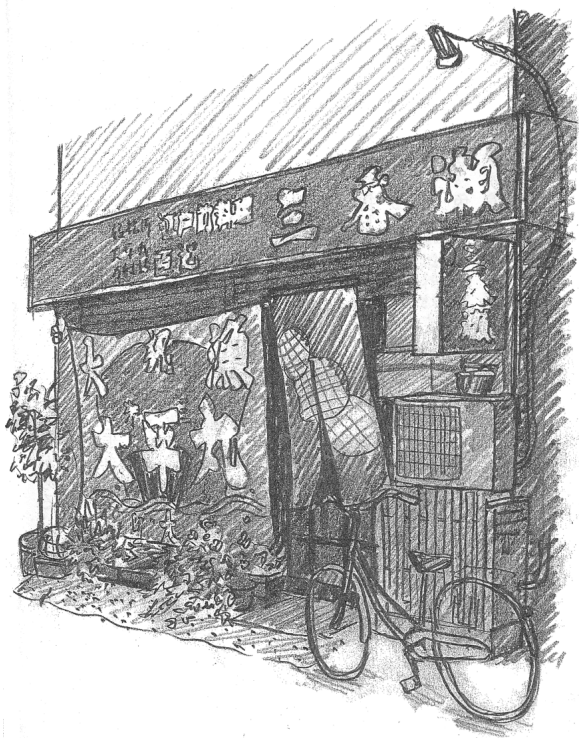
和13年）には11・3の旨口となり、その後はどんどん辛くなり、1984年（昭和59年）の日本酒度は平均で+5・6。この年から再び日本酒度は年々低くなって、2010年以降では+3・0前後に下がっています。つまり、ここ30年で見ると、徐々に甘く

られ、知り合いに会ったりしたら体裁がわるい。しかし自分たちを誰も知らない地方の町なら堂々とそれができる。

結婚したころは夫婦二人で夜の町を歩き、お酒を飲んだりしたこともあったが、主人は仕事に、私は子育てに忙しくなり、そういうこともなくなった。そして数十年、主人はリタイア、子供も家を出て、また夫婦二人になり、「旅行でもするか」と出てきた。そして数十年ぶりに夫婦二人で夜の町を歩いた。初めはちょっと怖く、ご主人の腕にしがみついた。ほろ酔いで歩いたその経験が楽しく、以後自分からも誘うようになった。

わかるような気がする。そして続けた言葉がよかった。

自分の旦那様が居酒屋の主人と対等に闊達に話すのを見て、「結構やるじゃない」と見直した。家庭の奥さんは、仕事なり何なりで旦那が外で他人ときちんと話をするのを見る機会はありません。家にいれば粗大ゴミ扱いだ。それが、旅先だからある程度おしゃべりした身なりで、盃を手になつてよく愉快に話のできる主人に惚れ直した。なるほどそういうものか。これは男にとっては望外の成果？」か。



ご主人が戻り、入れ替わりに奥様が立ち、こんどはご主人に聞いた。

「夫婦の居酒屋旅、いかがですか」

「いや、たまにこれやっくと、一人で飲みに出るとき、行ってらっしゃいと言ってくれるんですよ」

一人で居酒屋に行くのを認めてもらえたか。と言いながら夫婦酒はまんざらでもなさそうだ。

「明日は会津の『籠太』に行きます」

「ああ、あそこはいいですよ。ニシン山椒漬が絶品」

「へえ、それ何かしら」

私も加わり旅の三人酒が弾んだ。

もっと若い夫婦とも一緒にあった。二人で運転を交代しながら東京から車で来て、ホテルに車を入れて来た。今夜はこのあともう一軒、明日は青森でこことここ、と本を開く。奥さんいわく、互いのすれ違い生活を埋めるのに居酒屋ほどよいものはなく、それも家の近所じゃだめ。わざわざ遠くに出てくるからこそ気持ちが結びつくこの旅を大切にしていますと。

父と息子の二人旅もあった。父がトレイに立ち、息子に聞いてみた。

「オヤジとの旅はどうだい」「思ったよりいいです」

私は、オヤジさんが初対面の人と堂々と闊達に話すところを息子に見せたいと思い、戻った父とその土地の歴史などを話してうなずきあい、盃を交わした。息子はまんざらでもなさそうに父の顔を見ていた。

母娘もある。「お母さんとお嬢さんとなんていいですね」と言うのと、「気楽、食べてばっかり」と笑う。お母さんにはお酌していただき、うれしいことでした。

長岡の「魚仙」で、「太田さんの『居酒屋百名山』（新潮文庫）を九十八まわり、あと沖繩だけ」という人が来たとも聞いた。居酒屋旅はもっと盛んになるだろう。

（新潮文庫「居酒屋を極める」より）