

データ&トピックス

●外食業界・消費者動向

ビールは個性派勝負へ
広がる嗜好に希少原料
サッポロビールが希少性の高いビールで攻勢に出ている。希少なホップを使い、1缶当たり1000円超の新ブランドを限

定で売り出した。消費者の嗜好が多様になり、クラフトビールなどの需要が盛り上がりつつある。各社が個性派ビールで勝負をかける。
サッポロは静岡工場に投資し、

缶や瓶でも数百ケース単位からの商品化を可能とした。生産するのは、1ヵ月限定で販売を始めた新ブランド「Once in a Lifetime Chance（一期一会）」など。今回2品目を投入する同ブランドは、香りづけに使用するホップで北海道上富良野産のソラチエースと富良野マジカルを採用。感を出している。

他社も多様な商品開発に力を入れる。とくに4月にビールの定義が変更され、果実や香料などを副原料に使えるようになったことで、各社とも新商品を相次ぎ打ち出している。サッポロは今後は少量でも多くのブランドを投入するだけでなく、小さな商品も育てていく方針だ。（日経MJ）

お客さまとの距離感

三流は「よそよそしい」距離感
二流は「親しみやすさ第一」の距離感
一流は、お客さまの好み第一の心地よい距離感

人は自分に対して無関心な態度をとられると淋しさを感じ、一方で、土足で心の中に踏み込んでこられることに対しては違和感を持ちます。とりわけ接客の場面では、お客さまとの距離感については慎重に考えることが望ましいでしょう。

不愛想な対応よりはよしとされる

かもしれないが、親しみやすさを越えた馴れ馴れしい対応というのは、相手に悪気がないだけにストレスが溜まるものです。

たとえば、電話対応で「うん、うん」という相槌を打つ人の言葉には「とてもよくわかります！」という気持ちが進められているのだと思いますが、仕事としてはあまりにも力

また、年齢や収入などプライバシーの侵害にもなりかねない質問をす

る、上から目線でアドバイスをしてくるというのも「土足で踏み込んでくる人だ」という印象を与えます。友人から聞いた話に、次のようなものがありました。
ヘアサロンで、美容師さんから「みて、これ」と声をかけられたそう

してくれました。
「お客さまのために」という善意も、言い方やタイミングを間違えてしまうと、逆効果であると思った事例でした。
では、失礼にならず、親しみやすい会話をするには、どうすればいいのでしょうか。

たとえば、機内にはそれぞれのクラスに見合った接客スタイルがあります。その接客スタイルを大切にしながらも、押しつけることなく、目の前のお客さまが「どのような距離感がお好みなのか」ということを常に考えて接客しています。

高級感、上質感、プライベートな空間を謳うファーストクラスであつたとしても、乗務員に対して自分の娘のように接してくださるお客さまもいらつしやいます。そのようなときには、通常よりも一歩近い距離での接客を心がけます。

また、エコノミークラスに「自分の空間・ペース」を大切に考えるお客さまがいれば、乗務員の編成数の関係もありますが、できる限りお気持ちに添った対応をしているのです。接客は「相手あってこそ」。一流は相手が望む距離感を肌で感じ取ることを常に肝に銘じているのです。（明日香出版社より）

一流は、自分の接客スタイルを押しつけることはしません。

また、エコノミークラスに「自分の空間・ペース」を大切に考えるお客さまがいれば、乗務員の編成数の関係もありますが、できる限りお気持ちに添った対応をしているのです。接客は「相手あってこそ」。一流は相手が望む距離感を肌で感じ取ることを常に肝に銘じているのです。（明日香出版社より）

接客の一流、二流、三流 20

●七條千恵美／1000人以上を指導したJALの元CA

働き方改革関連法が飲食店に与える影響は？

大切な3つのポイントを解説

2018年6月29日、「働き方改革関連法」が可決、成立しました。2019年4月1日から順次施行されていきます。メディアでは「高度プロフェッショナル制度」についての議論が多く取り沙汰されていましたが、今回の法案成立で変わるのはそれだけでなく、飲食店に関連のある制度も多いのです。

そこで今回は、飲食店に関わる「働き方改革関連法」のポイントを確認しつつ、飲食店経営者として気をつけるべきことは何か、ということについて考えていくことにします。

働き方改革関連法のポイント

飲食店に関わるポイントとなるのが、「残業時間の上限規制」「同一労働同一賃金」「勤務時間インターバル制度」の3つです。来年4月から順次施行されていくことになりますが、これらにより働き方に大きな変化が訪れる飲食店も出てくることでしょう。それぞれ概要を説明していきます。

■残業時間の上限規制

これまで実質的に上限がなかった残業時間に、上限を設けるのがこの制度です。

大企業は2019年4月1日から、

中小企業は2020年4月1日から適用されます。

適用されると、原則、残業時間の上限は「月45時間、年360時間」となるが、繁忙期などでやむを得ず残業時間の上限を超える場合は、6ヵ月までは許容されます。ただし、その場合でも単月100時間未満（休日労働を含む）、2〜6ヵ月の平均80時間（休日労働を含む）を上限とし、年間上限も720時間となります。

これらの上限を超えて労働させた場合、罰則対象となり、「6ヵ月の懲役または30万円以下の罰金」が科されます。飲食経営者は、今まで以上に残業時間の把握や、徹底した管理が求められることになるでしょう。

■同一労働同一賃金制

正社員とアルバイト、両方を雇っている飲食店も多いが、そこでポイントとなるのが「同一労働同一賃金制」です。正規雇用労働者と非正規雇用労働者の格差改善を目的とする制度で、雇用形態が異なる場合でも仕事内容や貢献度などが同じならば、給与や賞与も同等のものにすべきとし、不合理な格差が生じないようにするという制度です。雇用側が、待遇差の理由を説明することも義務づけられています。施行日は、大企業は2020年4月1日、中小企業は2021年4月1日からです。

■勤務時間インターバル制度

「働き方改革関連法」に努力義務として盛り込まれているのが、勤務時間インターバル制度で

飲食店経営者として気をつけるべき点は？

「働き方改革関連法」の成立により不安を感じている飲食店経営者もいるかも知れませんが、まずは施行によって、何が変わるのか、どの制度が自分たちに影響あるのかを理解し、必要が

（Foodistより）

心と心をニュースで結ぶ

コヤマ新聞

THE KOYAMA SHINBUN

2018年8月 No.163

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

これまで実質的に上限がなかった残業時間に、上限を設けるのがこの制度です。

大企業は2019年4月1日から、

「データで見る飲食業界」

食べきれない料理、6割以上が「持ち帰りたい」 飲食店がやるべき食品ロス削減対策

年間300万トンにも及ぶと言われる外食産業における食品ロス。近年、世界的にも食品ロスをなくそうという意識が高まり、日本でも食品ロスをなくすためにさまざまな取り組みがスタートしています。外食産業における食品ロスの主な発生要因は、6割程度が「顧客の食べ残し」。食べ残しを削減するため、飲食店としてはどんなことができるでしょうか。

聞くと、67・8%とおよそ3分の2以上の人が食べきれなかった料理を「持ち帰りたい」と感じていました。やや女性の方が持ち帰り意向が高く、とくに40〜60代女性では7割以上の人が食べきれなかった料理を持ち帰りたいとの意向がありました。

外食で食べきれなかった料理の持ち帰りについて賛否を聞いてみると、「賛成」「どちらか

とえば賛成」と回答した人はなんと87・6%に達します。こうした客に対して、飲食店ができる取り組みはどのようなものがあるでしょうか。

まずは、持ち帰りが可能な場合、そのことを分かりやすくメニュー表に記したり、店員によるアナウンスを行うことなどが挙げられるでしょう。持ち帰り文化が進んでいる欧米のように

ドギーバックも用意しておくといいでしょう。その場合、密閉性の高い持ち帰り容器にして、利用者に対して持ち帰りの煩わしさを少しでも減らすようにしたいものです。

また、そもそも食べ残しが発生しないよう、小盛りや小分けメニューを取り入れることも効果的です。料理の提供方法でも、刺身のつまなどの飾りつけの量を抑制したり、無駄な作り置きが発生しないよう、注文後に料理するフロアに変更したりといった対策が考えられます。

最近では、フードシェアリングと呼ばれる仕組みで、「TA B E T E」や「R e d u c e

G o」といった新しいWebサービスも注目されています。どちらも作り過ぎた料理を売りたい飲食店と、安く料理を買いたい利用者のマッチングを図ることができます。こうした新しいサービスを活用するのも手でしょう。

食品ロスは外食業界にとつて大きな課題だとされています。膨大な量の食材廃棄を少しでも減らすためには、一つひとつの店舗が意識を持って取り組んでいくことが大切です。まずは、料理の量が適切かどうかを調べるなど、試しやすい対策から取り組んでみてはいかがでしょうか。

(Foodistより)

連載／おいしいワインの選び方 22 宅飲み編①

「ハズさないワイン」との出会い方

おいしくワインを飲みたいのは、なにも外食のときばかりではありません。ホームパーティ、一人飲み、気になるあの人を誘って、家族とゆったりと、など……。

そんなシチュエーションでは、どんなワインを選べばいいのか

安いワインはコップの方がおいしい

ニューワールドのワインは安いだけでなく、ジュエシーです

から、宅飲みのようなみんなでワイワイ楽しむ場にはびつたり

？ どんなおつまみと合わせる

と最高の「おうちワインタイム」になるのか？ 「宅飲み編」では、カルデイなどの輸入食材を扱う店、スーパー、コンビニでそれぞれおいしいワインと出会い、うための方法をたっぷりとお伝えしたいと思います。

です。

こういった「ワイワイ系」のワインのときは、コップでガブガブ飲んだって構いません。い

「コルクの方が高級」は前時代の話

「コップ酒」に代表されるように、ワインと言えども気取らないニューワールドでは、手でひねって開けられるスクリューキャップが主流になってきています。

「コルクの方が高級」「コルクの方がおいしい」というのはもう前時代の話。いまはスクリューキャップでもおいしいワインが山ほどあります。

ワイナリーのなかには、「常識を覆したい」と、あえて最高

世界に冠たる日本酒

その百二十八●仕込みの期間による味の傾向

日本酒は3回に分けて仕込む麹、酒母ができあがると、

いよいよ「仕込み」。材料は一気に入れず、3回に分けて仕込みます。1日目の「初添え」は酒母、水、麹、蒸米（掛け米）を入れます。翌日は酵母の増殖を促すため何も加えません。この休みの期間を「踊

日本酒は「3段仕込み」 発酵期間で味わいに差

り」と呼びます。

3日目の「仲添え」は「初添え」の倍となる水、麹、蒸米を、そして4日目となる「留め添え」はさらに「仲添え」の倍となる水、麹、蒸米を加えます。

こうして回数を分けて仕込むことで、酵母が弱ることな

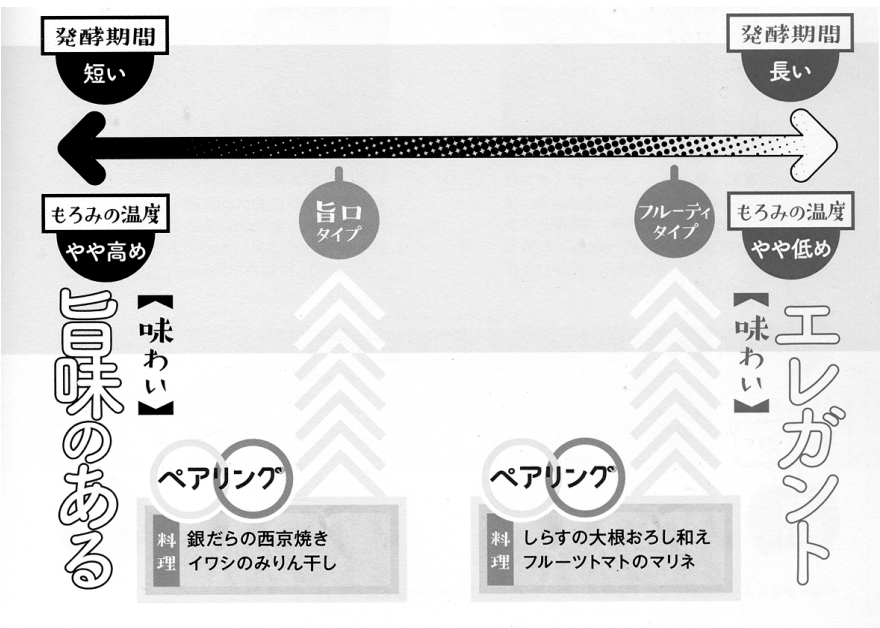
と「二酸化炭素」に分解しま

す。つまりタンクの中では「糖化」と「アルコール発酵」の2つが同時に行われており、これを「並行複発酵」と呼びます。

発酵期間は日本酒のコンセプトによって変わります。一般的に発酵期間は20〜30日前

後とされていますが、昨今は40日以上のももの珍しくありません。低温（10度以下）で長く発酵期間を経た日本酒は透明感のある味わいになる傾向にあります。

逆に、やや高めめの12〜13度の短期間発酵では、旨味のあ



(シンコーミュージック・エンタテイメントより)

●おことわり
好評連載中の「貝原益軒養生訓」は紙面の都合により休載させていただきます。

×

×

×