

# 日本外食新聞

THE JAPAN FOOD SERVICE NEWS



★グラン・ヴァンからヴァン・ナチュールまで★

ワイン専門オンラインショップ「ドゥナチュレ」

Deux Nature

東京都目黒区大橋2-16-28バインヒルズ302  
☎03-6407-9952



## 外食産業を…動かす人々

フィッシュウエル  
代表取締役

### 日紫喜 智 氏

ひしき さとし

楽コーポレーションが仕入れていること知られる鮮魚店で、海鮮居酒屋も展開する「魚真」(東京・経堂)で11年間修業した日紫喜智氏は、魚真時代、取締役総店長まで務めた。独立1号店の東京・神宮前「魚まみれ 眞吉」は、魚真から譲り受けたものだ。

日紫喜さんの父親は鮮魚店から脱サラして東京・八王子で居酒屋を経営。日紫喜さんは、ホテルマンをしながら夜は父の店を手伝っていたが、次第に「居酒屋のフランクさ」に惹かれていったという。食へ歩きが好きな日紫喜さんは、ある日、東京・吉祥寺で入った「魚真」のものですぐい活気に衝撃を受け、翌日すぐに入社を志願する。

26歳で未経験。他のスタッフより大幅に遅れていた日紫喜さんは、人の何倍も努力を重ね、気付いたときには取締役総店長に。そもそも、父の店を継ぐために入った魚真だったが、いつしか、「ここでトップまで登り詰める」とが目標になっていた。

ところが、ある日、神宮前の店を閉めることになり、その時に「やってみるか」と声を掛けられたことがキッカケで独立を決心した。しかし、当時勢いのある魚真が手放す店。現在、日紫喜さんが自虐的に「魚まみれ 眞吉 神宮前

# 「スタッフのやりたい店」を展開へ コロナ後に食事業態チャレンジを

本館場末店」と付けているように、まさに陸の孤島。接客をはじめ、「細かいことまで全て力を入れてがむしゃらに取り組んだ」という。現在、丸9年を迎え、「やりたい店を5店舗まで増やした」という日紫喜さんは、アフターコロナを見据えてこう続ける。「今後はスタッフのやりたい店を現実にしていく。独立するだけが道ではない。まず、うちでやって、2店舗から自力でやってほしい。焼肉店にいた子や焼き鳥店にいた子と、色々な経験を持つスタッフがいる。そうしたスタッフとリスクをできるだけ回避して、一緒にやれたらいい。アルコール業態とは全く利益構造が違う、つけ麺やカレーなどの食事業態にも、落ち着いたら挑戦していきたい」

●関連記事2面

#### ●主な記事●

#### 負けるな!!外食 応援企画★第6弾

- 野菜や魚介類、酒類などを  
テイクアウト商品と共に小売りする!!  
店頭マルシェは店を救うのか……2~5
- 和橋G・高取宗茂会長の緊急寄稿第2弾!!  
困難をゆく① ……………7
- 「サービスのチカラ」特別編 緊急寄稿  
テイクアウト接客 ここに注意!! ……8~9
- ドリーマーズ・中村正利社長が読み解く  
飲食店の本当の敵はテレビだった!?
- これが「自説・コロナ騒動」物語だ…10~12
- がんばる飲食店の姿は美しい  
自分も苦しいけど地域のために!!…12~13
- やっぱり飲食はステキ!!  
ほっこり深い話~第2弾~② ……16

#### 【連載】

印東義則の繁盛店実況中継 44-①…14~15

GABAN®



トップ・シェフに  
愛され続ける、  
本物の味・香り・風味。



株式会社 ギャバン

プロのためのレシピが700品以上!  
ギャバン 検索  
<http://www.gaban.co.jp/recipe/>

NISSHIN  
oillio  
“植物のチカラ”

## 日清 吸油が少ない長持ち油

業務用  
商品



16.5kg缶

当社独自のヘルシーオフ製法とUL製法によって  
天ぷらなど揚げものの吸油量を最大13%抑制\*し、  
さらにフライ油の劣化も抑制して、長く使える油です。

※当社従来品比(かき揚げの場合)

違いがわかる! 油切れと持ちの良さ

油っこさ低減

ヘルシー\*1

超長持ち

UL製法\*2

\*1 ヘルシーオフ製法とは、揚げものの吸油量を抑える当社独自の製法です。(特許第6109136号)

\*2 UL製法とは、Ultra Long(ウルトラ ロング)製法の略です。従来製法に比べて長持ち機能が向上しました。(特許出願中)

#### Point ① 長持ち効果

サラダ油と比較して、酸価の上昇を20%抑制

#### Point ② 吸油抑制効果

揚げものの吸油量を最大13%抑制\*  
※当社従来品比(かき揚げの場合)

#### Point ③ 油っこさを低減

油切れが良いので、油っこさを低減します

#### Point ④ サクミの維持

サクミが維持され、時間がたっても美味しい

日清オイリオグループ株式会社 ○ホームページアドレス <https://www.nissin-oillio.com>





### 期限付きの特例酒販免許取得

### 直営店で焼酎の店頭販売推進

串カツ田中HD

串カツ田中ホールディングスが「串カツ田中」の直営店を主体に、店頭でのテイクアウト用焼酎の販売に乗り出している。国税庁が新設した期限付の酒類小売業免許を申請し、取得した営業中の店舗から順次実施しているものだ。新型コロナウイルス感染拡大防止の一環で苦しむ取引先の支援として、これまでの野菜販売などに続く新たな取り組みとなる。

国税庁は4月9日、一般免許を取得していなかった飲食店でも半年間に限り在庫の酒類をテイクアウト用として販売できるようになる、特別な形の期限付き酒類小売業免許を設定。これを受けて外食大手でも同免許の申請をして取得から酒類販売に進む動きが出始めた。

串カツ田中は5月7日時点で277店舗を展開。直営店は116店舗あり、そのうち営業自粛を行っていない店舗は90店舗弱ある。この営業中の直営店各店舗が今回の特例の酒販免許を申請し、審査を経て取得に至った店舗で、酒類販売を始めている。4月24日の開始時点では35店舗体制でのスタート、実施店舗を拡大中だ。店頭販売は取引先である白菊屋（大阪・高槻、藤本一路社長）の協力の下で実施している。普段はなかなか手に入らないプレミアム焼酎を身近な店舗でリーズナブルな価格で購入できると、〈佐藤白〉4680円（税別・以下同）や〈宝山紅東〉3780円、〈一尚ブロンズ〉3680円などを一升瓶単位で販売する。準備でき次第、720ml単位でも販売する予定だ。

串カツ田中HDでは、外出自粛要請による飲食店側の休業や、飲み会の自粛で消費機会が減っている焼酎を販売することで、蔵元や酒販店の経営の助けになりたいとしている。



④ロードサイドの佐野店など、期限付きの酒販免許を取得した店舗から順次取り扱いを始めている  
⑤酒類販売店舗で掲示するPOPのイメージ



新型コロナ関連のPOP・ポスターデータDLはこちら→



### 飲食店向け出荷急減で取引先農家の支援実施

モスフードサービス

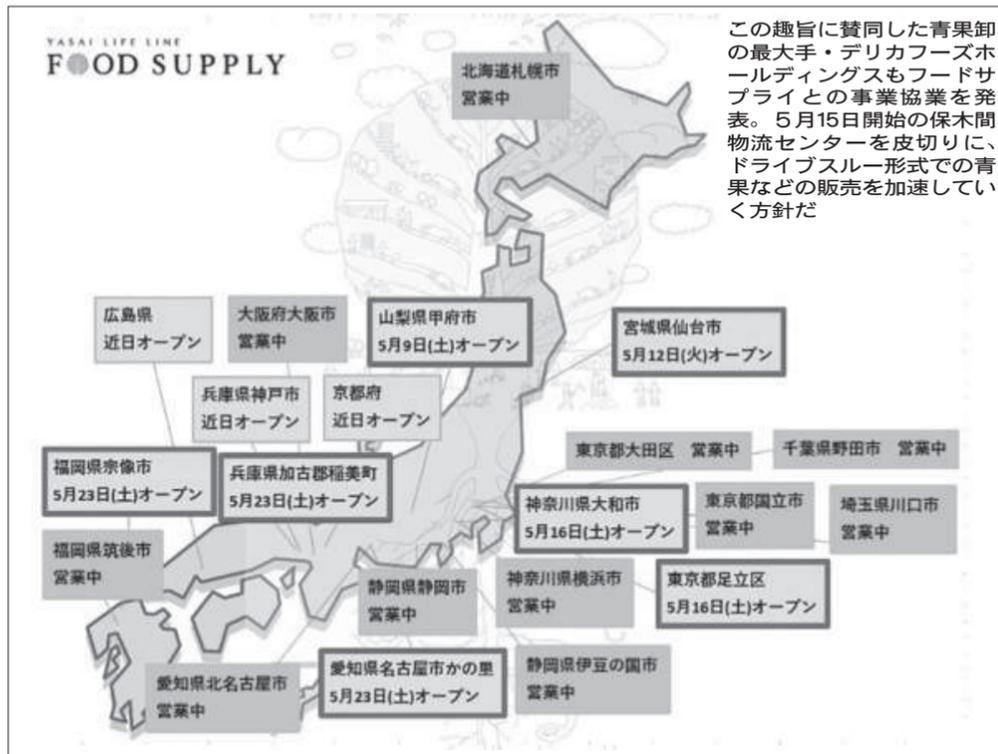
モスフードサービスは5月上旬から、「モスバーガー」に野菜を提供している全国約100産地・約2700軒に及ぶ「モスの協力農家」の野菜の販売支援を始める。新型コロナウイルス感染拡大防止の一環での飲食店などの休業や営業時間短縮によって出荷量が急速に減少している協力産地を支援する動き。同感染症の影響が収束するまで当面の間実施する。「モスバーガー」の野菜調達および仕分け業務を協業している企業であり関係における主要取引先である、まつの（東京・大田、松野貞文社長）との取り組みとなり、「モスの協力農家」が生産した野菜をメインにして梱包し、宅配する。

レタスやキャベツ、トマトや玉ねぎなどの生野菜を中心に13種類程度（野菜10品程度、果物3品程度を予定するが産地の状況や時期などで種類や品目は変わる）の野菜・果物が入った〈農家さんお助け！野菜セット モスバーガーバージョン〉税込3000円（送料別）を販売するものだ。

商品の企画・設計はモスフードサービスが担い、注文の受付から配送、代金収受はまつのが担当する。モスフードサービスでは店頭における告知や、「モスバーガー」公式SNSにおける告知などの販売促進支援も手掛ける。



〈農家さんお助け！野菜セット モスバーガーバージョン〉野菜セットの例



この趣旨に賛同した青果卸の最大手・デリカフーズホールディングスもフードサプライとの事業協業を発表。5月15日開始の保木間物流センターを皮切りに、ドライブスルー形式での青果などの販売を加速していく方針だ



スパイスワークスをはじめ30店舗を超える店（4月8日現在）が「八百屋PLUS+」を導入し店頭をマルシェ化。毎日、数店舗ずつ増えているという



青果卸フードサプライ代表の竹川敦史さん

### 青果卸の視点で提案 緊急避難で八百屋を

外食への売上が8割を占める青果卸フードサプライは、3月の売上減少を見て強烈な危機感を覚えた。しかも、緊急事態宣言の発令が噂されていた時期だった。フードサ



ドライブスルー八百屋の詰め合わせ野菜（一例）



予約がメイン。決められた日時に取りに来ると車に乗ったまま、ほぼ接触なく野菜を買うことができる。平日にもかかわらず必ずに車が入ってくる（フードサプライの物流センター）



海鮮がメインの外食食材卸のかいせい物産（東京・豊海、宮崎成人社長）も、フードサプライの協力のもと「ドライブスルー魚屋」を本社倉庫で開始。全国展開を開始した



消費者直売でもフードサプライとタッグを組むプライムミート（神奈川県・川崎、黒柳英男社長）は「ドライブスルー肉屋」をフードサプライの協力のもと5月10日から開始

「居酒屋の強みを活かしたマルシェ」ということだ。煮付けは日替わりで一品、大鍋に仕込んで店内の中央で加熱・保温管理しているが、そうした惣菜のライブ感もウケているようだ。取材に訪れたときに来店した近所のお客さん

は、皿を持ってきて「さくらプリの煮付け」一切200円を購入し、嬉しそうに帰っていった。大谷さんは「居酒屋の

お客さんとはまた別の幅広い層が使ってくれている。そのお客さんのリアルな声を聞けるので元気になれる。『おいしかったから、また来たよ』

「でも『おいしいものを扱っている店』としての認知が広がればアフターコロナのブランドイングになる。いまは地域の人々との絆を深める期間だ」と語る。

大谷さんはこの業態を「一時的な緊急避難業態」とは捉えていない。「アフターコロナ」と言っても、景気は下がっていきことが予想される中で、メインがプラスになることは考えづらい。物販付き店舗に舵を切り、大谷さんは「居酒屋を核にいろいろな『稼ぎ口』を作っていく必要がある」と語る。大谷さんは4月20日から、北千住の江戸野菜「せんじゅ」（千寿ねぎ）の青い部分を使用したPB「千寿ねぎ味噌」税込3000円を店頭で販売し始めた。こうしたストアPBと物販併設店舗をアイルに据えている。

「800軒と、日々物量が増える中で、すぐに判断を下さなければならぬ状況に置かれていた。代表の竹川敦史さんは、4月2日、社員に対して「ドライブスルー八百屋」の構想を告げ、5日間で立ち上げ、4月9日には1回目の「ドライブスルー八百屋」を開催した。竹川さんがこう説明する。

「物流費がカットできる。生産者が助かる。購入時の接触もほぼないことから、ドライブスルーによる販売はイケると踏んだ。しかし、どう広めるか、認知が重要だと思った。社会性やオンラインの手法ならば、メディアも取り上げやすいのではないかと、非常事態宣言の前から企画を走らせた」

この「ドライブスルー八百屋」を簡単に説明すると、物流センターを利し、事前に予約を募り、最初は、いきなり受け付けたので大渋滞を起す。例えば、4月21日の1日の受注は800軒。それを東京で言えば週4回開催のドライブスルーに助けたいという根本的な思いからノウハウを開陳することにし、4月25日

「指定時間に来店して頂き、接触を極力無くした安全な方法で野菜を提供する」販売スタイル。あらかじめ予約したセットをスタッフがトラックに積み込むので、「待ち時間無く、下車せず、人との接触を極力避けて購入できる」ことが支持され、メディアも注目、一気に人気を博した販売方法だ。

「連日遠方のお客さんから、ネットや電話で〇〇県にも欲しい」との声を多く頂いていることに加え、地域で苦しんでいる青果業者、生産者を組みも取り入れて全国へと波及させている。その時に例えば通常の

「ドライブスルー八百屋」の運営ノウハウが構築できたことから、東京、千葉に続いてエリア拡大を決めた。CAを回すことで、その運営ノウハウが構築できたことから、東京、千葉に続いてエリア拡大を決めた。CAを回すことで、その運営ノウハウが構築できたことから、東京、千葉に続いてエリア拡大を決めた。

### 青果・鮮魚・肉の卸が協業 地区限定で消費者直売開始

#### フードサプライ

「ドライブスルー八百屋」を始めた業務用野菜卸のフードサプライは5月10日、東京・世田谷区限定の食材デリバリーサービス「デリバリーマーケット デ・リ・マ」(以下、デ・リ・マ)を開設した。「デ・リ・マ」は、1回の注文に付き配送料500円で市場にあがった鮮魚や肉、野菜、卵などを宅配するオンラインモール。

同社と豊洲市場の仲卸である山治、業務用食肉卸のプライムミートが参加し、「目利きの選ぶ野菜セット」税別3000円や「魚河岸目利きの刺身&切り身&ウニセット」同6500円、「黒毛和牛生産者応援セット」同6000円などを用意し、有名店や高級店が仕入れている食材を家庭で楽しめることを売りとす。

エリアを限定し、3社以上の外食卸がクロス物流することで家庭に商品を届ける取り組みで、今回をテストランとしてほかの区へも広がっていく予定。外食チャネルに偏重していた3社が協力することで、スーパーではなく、直接家庭に届けることで家庭用市場の開拓を狙う。

中心となるフードサプライ代表の竹川敦史さんは「肉はプライムミート、魚は山治、野菜はフードサプライというわけではなく数多く卸売業者が参加して盛り上げていきたいプロジェクト」としており、このプロジェクトの拡大により、①生産者、卸業者、物流業者の活性化②食材の廃棄ロスを防ぐ③普段買えない市場からの直送便④卸業者から直接仕入れるので、新鮮な生鮮食品を気軽に購入できる⑤インターネットショッピングのため、非接触で気軽に購入できる⑥旬のものが届くので来てからの楽しみがある⑦有名店の商品が自宅できれいに楽しめる⑧ミシランガイド掲載店にも卸している商品が家庭に届く——といった効果が見込めるとしている。



左からフードサプライの竹川敦史社長、山治の山崎康弘社長、プライムミートの黒柳英男社長。上は「デリバリーマーケット デ・リ・マ」のロゴ。



「オハナ」は14年5月、本庄にアパレルで言う「ビームス」のような「ベーカーリー」のセレクトショップを標榜してオープン。そのコンセプト

「オハナ」は14年5月、本庄にアパレルで言う「ビームス」のような「ベーカーリー」のセレクトショップを標榜してオープン。そのコンセプト

「オハナ」は14年5月、本庄にアパレルで言う「ビームス」のような「ベーカーリー」のセレクトショップを標榜してオープン。そのコンセプト

「オハナ」は14年5月、本庄にアパレルで言う「ビームス」のような「ベーカーリー」のセレクトショップを標榜してオープン。そのコンセプト

「オハナ」は14年5月、本庄にアパレルで言う「ビームス」のような「ベーカーリー」のセレクトショップを標榜してオープン。そのコンセプト



4月11日からマルシェをはじめた東京・中目黒の《はまぐり屋 串左衛門》

4月11日 から、焼き魚と煮魚など、店内メニューのテイクアウトを開始した同店が、3日間の営業で手応えを掴んだことから、さら

「密」を防ぐため入場制限を行っており。お一人ずつご案内します。前の方と間隔をあけてお並びください。次の方をお待ちください。手を出して頂けません。手

5月3日。開店時間である午前11時より少し前に到着したが、店の前にすでに店内を目指す人で行列ができていた。場所は埼玉・JR埼京線戸

田公園駅前。行列ができていた店は、この戸田市周辺に約30店舗をドミナント出店するロット(山崎将志社長)が経営するイタリアンパル「RISARISA」(りさりさ)だった。

この成り行きは、同社長の田子英城さんの知り合いで、埼玉・本庄を基盤に直営3店舗・FC5店舗の「ベーカーリーズキッチン オハナ」を展開するグリーンルーム(埼玉・本庄)の代表である久保田浩司さんから

「オハナ」は14年5月、本庄にアパレルで言う「ビームス」のような「ベーカーリー」のセレクトショップを標榜してオープン。そのコンセプト

「オハナ」は14年5月、本庄にアパレルで言う「ビームス」のような「ベーカーリー」のセレクトショップを標榜してオープン。そのコンセプト

「オハナ」は14年5月、本庄にアパレルで言う「ビームス」のような「ベーカーリー」のセレクトショップを標榜してオープン。そのコンセプト

「オハナ」は14年5月、本庄にアパレルで言う「ビームス」のような「ベーカーリー」のセレクトショップを標榜してオープン。そのコンセプト

「オハナ」は14年5月、本庄にアパレルで言う「ビームス」のような「ベーカーリー」のセレクトショップを標榜してオープン。そのコンセプト

「オハナ」は14年5月、本庄にアパレルで言う「ビームス」のような「ベーカーリー」のセレクトショップを標榜してオープン。そのコンセプト

### 夢の予行練習期間に いずれ併設型展開を

「こんにちは!」このライフがあることから、買い物客がひっきりなしに店の前を通る。そのお客さんを手前でゲッとする。まさにコバンザメ商法が通用する立地な

4月21日から使用されなかった野菜を「もったいない野菜セット」(税込1500円)として、関東で営業中の4店舗の店頭で販売するなど、走りながら渦を大きくしているのも特徴だ。

このドライブスルー八百屋を核に、同時進行で色々なことを走らせていたのだった。

ドライブスルー八百屋などのそもそもの発端は、スパイスワークスホールディングス(東京・浅草橋、下野野巨社長)との取り組みだった。竹

川さんが下野野さんとのミーティング中に投げかけられた「飲食店も大変だよね。何かできないかな?」という、自分が大変な中でも見せた「利他」の心だった。

ここから、新型コロナウィルスによる経済的打撃を受けたフードサプライの契約農家を支援すべく、スパイスワークスHDと協力して3月25日、4月1日に、スパイスワークスHDの対象店舗に来店したお客さんにレタスやキャベツなど

の野菜を無料で提供する「生産者応援フェア」を実施する企画が生まれた。さらにその流れの中で、竹川さんがドライブスルー八百屋のアイデアを思いついたわけだ。

その第2の矢と言えるのが「八百屋PLUS」だ。4月14日から、東京・中目黒でドミナントを進めるMUGEN(内山正宏社長)の「はまぐり屋串左衛門」で実験的にスタートした居酒屋店頭に置く「八百屋化」がそ

れだ。経験を積むことが大きい。容器・バックを変えておいて、その部分に研究する余地も大きい。本気でビジネスにするには値付の仕方から根本的に変わってくるもの、いまは「夢の予行練習」として一つになれることが

「利益は雀の涙だが、お客さんとのコミュニケーションが取れ、売り切れたときの達成感、そして何より、チームが団結して一つになれることが

「もったいない野菜セット」(税込3000円)を用意するなど、業種にあったオリジナリティを展開するなど、常に進化している。

そして、「車がなくてドライブスルー」とのキャッチフレーズで、「串カツ田中」とコラボし、

進し、そうした魚介類を仕入れて売る居酒屋業態も持っているため、MUGEN社長の内山正宏さん曰く「いずれ街の魚屋をやりたい」と思っていた。飲食店の営業がダメな中で、今やれる未来の種は何?という答えの

一つが魚屋だった。豊洲の魚屋もみんな元気がなく、我々が魚を売ったみんなの元気になると思ったという。

しかし、開始時は魚介類の販売許可が取れていない関係で、丸の魚や刺身が扱えないことから、

「ドライブスルー八百屋」の野菜をメインに据えることにしたという経緯がある。利益は雀の涙だが、お客さんとのコミュニケーションが取れ、売り切れたときの達成感、そして何より、チームが団結して一つになれることが

「利益は雀の涙だが、お客さんとのコミュニケーションが取れ、売り切れたときの達成感、そして何より、チームが団結して一つになれることが

「利益は雀の涙だが、お客さんとのコミュニケーションが取れ、売り切れたときの達成感、そして何より、チームが団結して一つになれることが

「利益は雀の涙だが、お客さんとのコミュニケーションが取れ、売り切れたときの達成感、そして何より、チームが団結して一つになれることが

「利益は雀の涙だが、お客さんとのコミュニケーションが取れ、売り切れたときの達成感、そして何より、チームが団結して一つになれることが

「利益は雀の涙だが、お客さんとのコミュニケーションが取れ、売り切れたときの達成感、そして何より、チームが団結して一つになれることが

「利益は雀の涙だが、お客さんとのコミュニケーションが取れ、売り切れたときの達成感、そして何より、チームが団結して一つになれることが

### パン店とコラボ営業 FC構築視野に実験

「密」を防ぐため入場制限を行っており。お一人ずつご案内します。前の方と間隔をあけてお並びください。次の方をお待ちください。手を出して頂けません。手

5月3日。開店時間である午前11時より少し前に到着したが、店の前にすでに店内を目指す人で行列ができていた。場所は埼玉・JR埼京線戸

田公園駅前。行列ができていた店は、この戸田市周辺に約30店舗をドミナント出店するロット(山崎将志社長)が経営するイタリアンパル「RISARISA」(りさりさ)だった。

この成り行きは、同社長の田子英城さんの知り合いで、埼玉・本庄を基盤に直営3店舗・FC5店舗の「ベーカーリーズキッチン オハナ」を展開するグリーンルーム(埼玉・本庄)の代表である久保田浩司さんから

「オハナ」は14年5月、本庄にアパレルで言う「ビームス」のような「ベーカーリー」のセレクトショップを標榜してオープン。そのコンセプト

「オハナ」は14年5月、本庄にアパレルで言う「ビームス」のような「ベーカーリー」のセレクトショップを標榜してオープン。そのコンセプト

「オハナ」は14年5月、本庄にアパレルで言う「ビームス」のような「ベーカーリー」のセレクトショップを標榜してオープン。そのコンセプト

「オハナ」は14年5月、本庄にアパレルで言う「ビームス」のような「ベーカーリー」のセレクトショップを標榜してオープン。そのコンセプト

「利益は雀の涙だが、お客さんとのコミュニケーションが取れ、売り切れたときの達成感、そして何より、チームが団結して一つになれることが

「利益は雀の涙だが、お客さんとのコミュニケーションが取れ、売り切れたときの達成感、そして何より、チームが団結して一つになれることが

「利益は雀の涙だが、お客さんとのコミュニケーションが取れ、売り切れたときの達成感、そして何より、チームが団結して一つになれることが

「利益は雀の涙だが、お客さんとのコミュニケーションが取れ、売り切れたときの達成感、そして何より、チームが団結して一つになれることが

「利益は雀の涙だが、お客さんとのコミュニケーションが取れ、売り切れたときの達成感、そして何より、チームが団結して一つになれることが

「利益は雀の涙だが、お客さんとのコミュニケーションが取れ、売り切れたときの達成感、そして何より、チームが団結して一つになれることが

「利益は雀の涙だが、お客さんとのコミュニケーションが取れ、売り切れたときの達成感、そして何より、チームが団結して一つになれることが



社長自ら商札を書くMUGENの内山正宏さん

というのも、市場で売ったものをできる限り買っている。いいものを沢山揃えるのではなく、お得意感が出るようにコーディネートしている。いま生きているための施策であり、これでめっちゃ儲かる方法ではない。ただ、例えば今までランチがダメな立地で野菜が売れる場所であれば、長期戦略としてみることも可能で、魚や肉なども加えられればより面白くなる。本気で「八百屋」をやりたいというのなら、やり方が違うので、それはそれで提案できる」



# 和僑グループ高取宗茂会長の緊急寄稿第2弾!! 国難をゆく①

## 高取宗茂の



●たかとり・むねしげ● 実業家。飲食店経営。株式会社和僑ホールディングス会長。1971年佐賀県生まれ。九州五大財閥旧高取財閥の家に生まれる。1986年に家業が倒産。18歳で単身福岡に渡り天神大丸前所持金7円から屋台を引き始める。23歳で地元佐賀県に飲食店舗を構え、多角経営に乗り出す。リゾートホテル、大型ショッピングモールの買収、富士フィルム系企業のM&Aなどで九州内に事業を拡大。2003年、「食」を通しジャパン・ブランドを世界に発信すべく、業態を飲食業に一本化。日本国内外への一斉展開を開始。マルチブランド展開で全国、世界中で様々な業態を生み出している。著書に『道に迷う若者へ』(立志出版社)、『始末のつけ方』(きずな出版)がある。HP: <http://wakyu-japan.com>

かつて、時代を生きるリーダーや、経営者、政治家などへ求められる理想的な「人間像」や「聖人君子像」は、仏教でもキリスト教でもいわゆる「神や仏のような人物」になるということだった。

それが今やこの国難においては、さまざまに理想論や観念論が際立ち、マスコミでも社会でも、自分のことを棚上げて他人をこき下ろす者だらけ。知っての通り政治家などはポロカスに叩かれ、我々業界人の中でも何が悪い、何が悪い、挙げ句の果てには互いに非難し合うという有様だ。

時代を大きく見れば、この国を襲った国難は幾度となくあった。その度に、ある時代は遷都・遷宮で国難に対抗し、ある者は戦国の世を駆け抜け、ある者は愛する者のために命を散らし、そしてまたある者はこの混乱に乗じて蓄財に励む者がいた。

人の世はいつの時代も変わらない。結局問われているのは我々人間の在り方なのである。

果たして私たちは、いかなる生き方をすべきか。人間が、犬畜生のような生き方をしていることを「人で無し(ひとでなし)」と言ったり、人間が神や仏のような生き方をしていることも「人で無し(ひとでなし)」と呼ぶ。

本来人間の目的は、どこまでも「人間らしい人間になること」であって、人間以外のものになってしまうのは我々の真の目的ではない。人間が

# 「今後の常識」考える時代に突入へ

犬畜生のように生きること不幸であるし、神や仏のような生き方も決して本当の意味での人間としての幸せや喜びを感じることは出来ない。我々は「人間らしい人間」になることで、人間としての幸せや喜びを感じることは出来ないのだ。

この国難において、我々の生き方が問われている。だが本当の意味で「我々は人間として今をいかに生きるべきか」という壮大な問いを持って道を歩んでいる者は少ない。

いかに損をせず、傷が少なく、間違いない生き方をするか、いかに正しい生き方をするか、本来は間違いを起さずに完璧な人生を歩むのではなく、「人間らしい人間」とは何かを追求していかなくては、理想とする人間の姿は浮かび上がって来ない。

かつての私のように犬畜生のような落ちた生き方をした者もいれば、自己の成長を「神の絶対性」に近づけようと「理性」で生きようとする最善としている者もいる。真面目な自分もいれは恥ずかしい自分もいる。人間は矛盾の生き物だ。泥の中に咲く美しい蓮の花のごとく、自分の闇に浸るからこそ光は見える。そしてその闇から生まれ出るものは、純然たる「問い」でな

人は直ぐに答えが出ない状況がいちばん魂を参らせる。人生の中で起る問題は学校のテストのように簡単に答えが出ない。そもそも人生の問いには答えが無いケースがほとんどだ。人生において、答えの出にくい問いを心の中にくつつ事が出るか。その問いの力こそが、人間に厚みを作っていく。

これからの時代を生きる人類の幸福のために、我々はどうあるべきか、という問い。この壮大なる幸福追求の哲学を行う契機が、まさに今この国難のタイミングなのである。今まで当たり前だったことが常識では無くなる。我々は、従来の「常識」で考えていくのではなく、今後の常識とは何か、という「常識を」考える時代に突入したのだ。

そしてその常識を定義したり、創り出したものには「人間の格」というものが必要になってくる。男の格とか、人間の格というものは、

格が高い低いという「高低」で語られたり、人間の深さや浅さという「深淺」で語られたり、度量や器量の広さや狭さという「広狭」で語られることが多い。

人間の格が高いとは、自分が不完全な人間であるということにきちんとして認識した上で、もっとより良いものを目指そうという情熱をもって努力を怠らない者のこと。どのようになんかあっても屈しない精神の高貴さがある者のことだ。

人格が深い者とは、自分の内側に目を向けて苦勞や忍耐という体験から逃げなかった者のこと。男は、一つの苦勞、一つの問題を乗り越えることに確実に強くなっていく。自分の人生における決断から出てきた苦勞からは絶対に逃げない。来るなら来い。受けて立ってやる。という気構え、気迫は、男にとっても大切なことだ。

そして人間の器量や度量の広さとは包容力で決まる。相手を包み込む器量とは「受容」とい

「感性」の中からしか生まれない。我々人間の世界には、理屈ではないものがたくさんある。しかも人間が求める本当に素晴らしい価値はほとんどが「感じる」ものの中にしかない。幸福、生きがい、勇氣、愛も、すべては我々の感性の中から湧き上がり「感じる」ものだ。

「感じる」という圧倒的な感性の世界。私はこの「感性」こそが今後の新しい世界を創っていくと考えていて、今回から数回続く外食新聞の緊急提言では、川端社長からの要請(相愛わらずの無茶振り)により「私の感性から見た新世界の提案、提唱」をいくつかに分けて書くこととした。

また、この外食サムライ道は一貫して私の「男の視点」から書いているが、「飲食従事者は

男だけでなく女もいるわ」と口うるさい私の側近の二樓女将・松田から、業界の皆さんへ一言、注進申し上げたいことがあるとのことなので、一瞬だけ彼女に筆を渡そうと思う。随所に主となれば立つところ皆真なり(写真参照)。いつでもどこでも主役は俺だぜ。男も女も「我が時時代の主役」であるという大なる志を掲げてこの国難に挑もう。では女将、よろしく。

はい! 女将だって色々言いたい! ……って、勢いで言ってしまう、初めてこういった場面に書かせて頂きます。「二樓」女将の松田知子です。

冷静に考えれば大して言葉も知らず文才もありませんが(クレーム処理の謝罪文だけは自信がある)、この新聞の読者の大半がトップの方々であろうと察する中、今の私の想いをこの場で表現出来ることを大変誇らしく思っています。

私は、営業職やウェディング業界などを経験から飲食に携わり、現在ようやく10年経った頃でしょうか。転職も多々、履歴書は正直曖昧で、最初勤めた外食企業では、常に売上を追われ自分を失うほどでしたが、その会社は店舗数も多く旗艦ブランドは「女将」が看板でした。私は「女将業」に憧れて足を踏み入れたわけではなく、この「感性」の世界。私はこの「感性」こそが今後の新しい世界を創っていくと考えていて、今回から数回続く外食新聞の緊急提言では、川端社長からの要請(相愛わらずの無茶振り)により「私の感性から見た新世界の提案、提唱」をいくつかに分けて書くこととした。

また、この外食サムライ道は一貫して私の「男の視点」から書いているが、「飲食従事者は

はありませんでしたが、時を経て、今となっては不思議な偶然が重なり約一年半前に「二樓」に嫁ぐことになりました。

かつては「いなす」事が美德と思っていた働き方から「感性の業」を学びつつ、ましてや「二樓」と「靖國神社内の外苑店舗」という二つの店舗を任せられ、女将として独自の理想像も築けるようになって参りました。

高取がよく言う「国難」。確かに業界としては国難ですが、私たちは社会に必要とされている仕事をしているという誇りと真腹に、今の状況に追いやられてしまったのは私たちのこれまでの在り方も原因ではなかったかと感じてしまっています。

時折ふと思いつく子供の頃の、たまに連れて行ってもらえた外食の胸のときめき。そんな時代から大人になって立ったこの舞台は、「女将としての器量は売上の数字だ」という価値観になっただけでもありません。かつてを振り返って後悔はありませんが、業界の女性の方々に想うと色々と考えてしまいます。

私は現場こそが舞台と思っているので「一時的にも現場から離れるような人生の選択は避けてきました。やはりこの仕事は帰宅も遅くなるし、長い目で見たら女性としての幸せは掴みにくい仕事なのかな……と。

今後ほとんど少なくなる動き手のことを考えますと、それはこれからの課題であるし、たまたま業界がどうであろうと少なくとも私は、10代から50代以上の方でも、それぞれの生き方を尊重し、個々が華々しく輝けるポジションを与えてあげたいと思っています。

世の中の肩書に「女」が記されるものが他にありませんか。読んで字の如く「女」としてひきいる業」と書くこの仕事に就いて、両親には女性に産んでくれたことに感謝するようにになりました。

「国難」の今だからこそ、私はスタッフ一人ひとりの本質から新たな力を見出していくことが使命だと思っています。お店やスタッフみんなを守り、愛し、「母のような愛を抱いた女将」として生きる。これが私の国難を駆け抜ける生き方です。

こんな私ですが、女性という立場を背負って、たまにお邪魔して書かせて頂きます。皆さま、どうぞよろしくお願致します。



東京・九段の靖國神社「外苑休憩所」として昨年10月にオープンした「靖國八千代食堂」内に飾られている書

# テイクアウト接客に注意!

## マスク越しでも明るい表情&声で

## 短時間での接客は第一印象がカギ

4月8日の緊急事態宣言を受け、各所で飲食店営業の臨時休業が相次ぐ中、テイクアウトやデリバリーに活路を見だし、新たな戦い方をしている飲食店が増えました。

4月13日、私のブログ「サービス」のチカラの「テイクアウト」にて「テイクアウト」をテーマに挙げたところ、多くの方にシェアしていただき、思

いのほか反響がありました。すぐに、日本外食新聞編集長の川端さんから「サービスのチカラのテイクアウト」デリバリー編の原稿がほしいとの依頼を受け、筆を執りました。

テイクアウトやデリバリーにおける安心安全・衛生管理などの内容は、4月25日号の「日本外食新聞」で詳しく記事化されているので、こ

品をご提供するという覚悟と行動が必要ということですが、お客様は、オーダーの方が、自前でブランドを持ち、スタッフを雇って行っている方がいるので、うまく事前予約を促していただく必要があります。

②デリバリー(出前) ソーシング企業が増え、この時期に利用者数が圧倒的に伸びたのはご存知だと思います。

「接客」を活かすためには、適切なオペレーションが重要です。今までは飲食店営業を行ってき

「接客」を活かすためには、適切なオペレーションが重要です。今までは飲食店営業を行ってき

## 1 テイクアウト&デリバリー

まずは私なりにそれぞれ分けて二つあります。これの定義付けをしていき

●作り置き…お弁当や惣菜など作ったものを冷まして詰め込んだり店頭

①テイクアウト…お店に立ち寄り、お持ち帰りをしていることですが、その仕様には大きく

●オーダー…注文を

お客様は、オーダーの方が、自前でブランドを持ち、スタッフを雇って行っている方がいるので、うまく事前予約を促していただく必要があります。

②デリバリー(出前) ソーシング企業が増え、この時期に利用者数が圧倒的に伸びたのはご存知だと思います。

「接客」を活かすためには、適切なオペレーションが重要です。今までは飲食店営業を行ってき

「接客」を活かすためには、適切なオペレーションが重要です。今までは飲食店営業を行ってき

「接客」を活かすためには、適切なオペレーションが重要です。今までは飲食店営業を行ってき

「接客」を活かすためには、適切なオペレーションが重要です。今までは飲食店営業を行ってき

## 「サービスのチカラ」特別編

## 緊急寄稿

## プレジヤーカーパニー 遠山啓之 サービスマネージャー



●とおやま・ひろゆき● 1973年生まれ。杏林大学社会科学部卒業後、小劇団に入り俳優を目指す。デザイン会社を経て、2000年、株式会社グローバルダイニングに入社。「モンズーンカフェ恵比寿店」の店長、「G-ZONE銀座店」、「同・代官山店」の店長を歴任。「レガート」「ステラート」といったディナーレストランを経て、2013年9月、株式会社プレジヤーカーパニーに入社。サービスマネージャーとして、接客の理論化や仕組み作り、教育の仕方の教育、組織作りなどを担当。飲食店のサービスに関する社外セミナーや学校での臨時講師など、活躍の場は多岐に渡る。著書に「サービスのチカラ 店長マネジメント編」(2019年1月刊行/外食産業新聞社)「サービスのチカラ 笑顔のアクション接客編」(2020年1月刊行/外食産業新聞社)がある。



書籍販売サイト「福助書店」

## 2 オペレーション

③ケータリング…この機会にケータリングに

「接客」を活かすためには、適切なオペレーションが重要です。今までは飲食店営業を行ってき

### テイクアウト接客のポイント

- 飲食店営業との大きな違いは「ミスは挽回できるチャンスがほぼない」ことを認識する
- 確認に次ぐ確認で「ミスゼロ」を目指す
- 短い接客の中でもしっかりアイコンタクトを取って信頼感を勝ち取りながら、瞬時にニーズをくみ取ること
- お客様をしっかりと見てお見送りの挨拶を
- 第一印象の肝となる「目」「声」「オーバーアクション」
- マスク越しでも明るい表情の声でポジティブに
- 「目の前のお客様に喜んでいただくこと」は普遍的



ひと目でテイクアウト&デリバリーをやっていることをアピールすることが重要

マスク越しでも明るい表情&声で。第一印象の肝となる「目」「声」「オーバーアクション」を

好みのものはあるのか……オススメ商品をお伝えできるのか……を察知しなければいけません。でもそれができるのが、飲食店で接客をしてきた皆さんで、ちょっとした見に来ただけのお客様なら深追いはせず、でもメニューのチラシはさ

②オーダーミス 前述していますが、テイクアウト&デリバリーでは、ミスは挽回するチャンスは、ほぼありません。オーダーの聞き間違い・通し間違いや忘れ・商品の入れ間違いなど、確認に次ぐ確認を徹底的に行い、ミスゼロを目指しましょう。お客様のフィードバックは、基本的にい

②顧客台帳 今は顧客台帳の端末を使用している飲食店が多くなっています。電話番号を伺えれば、来店履歴がわかるので「いつもありがとうございます」ともありがたいですね。この時期に情報を積み重ね

③この前は……！ この時期のテイクアウト&デリバリーでは、飲

④スピード感 できるだけ可能な限りの改善活動をし、安心安全の衛生管理の徹底・商品力・店頭のアピール力・接客力を高めること。

⑤おうちの作れないものを 選肢肢の幅の狭さから解放されていきます。外食したくろうずうずしている方、経済的に厳しい状況が続く中で、これではいけない方、これを機に外出を避け続ける方、テイクアウト&デリバリーの良さを知り、定期的に利用される方……など、今まで以上に多様化する中で、私たちの価値観や生活様式が変化すること、私たちの戦い方は変わると言われています。しかし、接客業の本質である「目の前

喜んでいただく」ことは普遍的ですが、本質さえ見失わなければ、必ず道は開けます。人と直接会う機会が大幅に減り、改めて人と直接会う価値を感じている方も多いと思います。それが飲食店の素晴らしい点であり文化です。今以上に、「コミュニケーション能力が重宝される時代」に入っていると感じています。

お伝えできる準備をしておきましょう。【フードアップ周辺の整理整頓】 ●デリバリー仕様に… 飲食店で使用していたものと、テイクアウト&デリバリーで使用しているものを入れ替えを。取皿やシールは、今は使わないので、包材とトレード。

●オーダー伝票…手書きやPOSの印字がありますが、ウォークインや事前予約、テイクアウトアプリなどの卓番が決まっていると、いろいろ処理が楽になります。また、未会計会計済み(現金・キャッシュレス)・アプリなどを伝票に記しておくのもいいでしょう。

①電話 電話でテイクアウトとデリバリー専門店舗ではないはずなので、まずは電話のお問い合わせや事前予約が徐々に増えていきます。また、外出自粛が続く気持ちが晴れないお客様も多いので、せめて電話口では明るく振

②店頭 飲食店での接客は、滞在時間の約2時間。その間に、お客様の好みを伺ったり、目的を察知したり、何かして欲しいことを観察・洞察し接客対応に活かしたりすることが出来ます。ミスがあっても、表情を見て挽回することも出来ます。

③挨拶 通りすがりの方に恐縮されないように「こんにちは」の挨拶をしてみよう。いろいろな「いいえ」など圧が強い場合もあります。会釈も挨拶のひとつです。TPOに応じて使いこなしましょう。

④名前 事前予約・カード会計など、お客様のお名前を知るチャンスが、飲食店営業よりも多いです。例えば常連様はフラットと来店されるので、顔はわかってもお名前を知らない方もいます。事前予約をしてもらえたら、改めてお名前を知ることが出来るのです。

⑤顧客台帳 今までは顧客台帳の端末を使用している飲食店が多くなっています。電話番号を伺えれば、来店履歴がわかるので「いつもありがとうございます」ともありがたいですね。この時期に情報を積み重ね

⑥この前は……！ この時期のテイクアウト&デリバリーでは、飲

⑦スピード感 できるだけ可能な限りの改善活動をし、安心安全の衛生管理の徹底・商品力・店頭のアピール力・接客力を高めること。

⑧おうちの作れないものを 選肢肢の幅の狭さから解放されていきます。外食したくろうずうずしている方、経済的に厳しい状況が続く中で、これではいけない方、これを機に外出を避け続ける方、テイクアウト&デリバリーの良さを知り、定期的に利用される方……など、今まで以上に多様化する中で、私たちの価値観や生活様式が変化すること、私たちの戦い方は変わると言われています。しかし、接客業の本質である「目の前

喜んでいただく」ことは普遍的ですが、本質さえ見失わなければ、必ず道は開けます。人と直接会う機会が大幅に減り、改めて人と直接会う価値を感じている方も多いと思います。それが飲食店の素晴らしい点であり文化です。今以上に、「コミュニケーション能力が重宝される時代」に入っていると感じています。

## 3 接客

●袋 包材の大きさやその数に合った手提げ袋の置き場所の定位置決め。フックなどに引っ掛けてすぐに捌けるように

●会計 レジ金をどの場所にセッティングをするのか？ 金種の準備は商品の値付けを確認しながら

●スムーズさ レジ金の配置が重要。そのほか、店頭で行う場合、会計用にサロンの用意しておく

●商品 おつまみ系や惣菜セットなど、どんなシーンに合う商品なのかをお伝えできるとイメー

●購入のタイミング 特にお見送りの際、商品をお見送りを、こ

●お見送り 飲食店として培ってきたお見送りを、こ

●思い しかし、テイクアウト&デリバリーでは、より食事が目的となるので、商品のクオリティーや一瞬の接客の印象が決め手

●思い しかし、テイクアウト&デリバリーでは、より食事が目的となるので、商品のクオリティーや一瞬の接客の印象が決め手

●思い しかし、テイクアウト&デリバリーでは、より食事が目的となるので、商品のクオリティーや一瞬の接客の印象が決め手

## 4 リコグニション

リコグニションとは「認知」のこと。お客様の特徴を捉え覚えておきましょう。また、明るく感じの良いスタッフなら、逆に覚えていただけ

①お名前 事前予約・カード会計など、お客様のお名前を知るチャンスが、飲食店営業よりも多いです。例えば常連様はフラットと来店されるので、顔はわかってもお名前を知らない方もいます。事前予約をしてもらえたら、改めてお名前を知ることが出来るのです。

②この前は……！ この時期のテイクアウト&デリバリーでは、飲

③思い しかし、テイクアウト&デリバリーでは、より食事が目的となるので、商品のクオリティーや一瞬の接客の印象が決め手

## 6 最後に……

改めて、厳しい現状の中、お客様を勇気づけ、プロの味を食卓に届けたい思いでテイクアウト営業をはじめましたが、多くの常連様に支えられ、応援され1カ月が経ちます。これだけありがたいと思えた時期はありません。

ネットでの口コミではなく「ママ友から聞いたんですけど、テイクアウトお願いします」とリアルな口コミの威力にも感

今後、お客様のニーズは、「自粛テイクアウト&デリバリー」といっ





が待ち受けていた。  
5月5日には延長決定  
直後から主張していた大  
阪府の吉村大阪府知事に  
加え、全国知事も政府  
に対して緊急事態宣言の  
解除基準を分かつやくす  
示すよう強く要望した。  
しかし、ここには大き  
な矛盾が生じる。そもそ  
も緊急事態宣言の延長は  
知事会が政府に要望して  
いたことであるからだ。

つまり、知事会が延長を  
要望するということは解  
除出来ない理由があるか  
らであり、その知事会が  
解除する理由を示せ  
と言っているのである。  
世論に付度(そんたく)  
して延長を要請したので  
あれば大問題である。  
こうして知事会からも  
ハシゴを外された格好と  
なってしまった政府で  
は、西村経済再生相が「解

除の目安も出来るだけ早  
く示せるよう、専門家に  
お願いしたい」とのコメ  
ントを出した。  
国の経済活動を大幅に  
制限している、正に緊急  
時の担当相のコメントと  
しては心もとない限りで  
あったが、この状況では  
これ以上の言葉は見つか  
らなかつたのであろう。

この時点で政府内で  
は、一時的な政治リスク  
を取ってでも、緊急事態  
宣言の延長を中止すべき  
ではないかという議論が  
交わされていたのではな  
いかと想像出来る。大義  
名分が全て揃う綺麗なタ  
イミングは、5月6日以  
外にはないからである。  
そして迎えた5月6日  
の朝、皮肉にもテレビ各  
局は、「ここ数日間、新  
規の感染者数が低い水準  
で抑えられており、特に

東京都では1カ月以上  
ぶりに新規の感染者が30  
人を下回りました」と大  
きく報道。ゴールデンウ  
イークの影響がどこまで  
あったのかは分からない  
が、検査数が大幅に減っ  
たことは事実である。  
引き続き緊急事態宣言  
解除の基準をせよと迫る  
全国の知事達、それを煽  
るテレビのコメントター  
ー、そしてそれにより大

きくなった世論を無視出  
来なくなった政府は、厚  
労省から苦しいコメント  
を出すことになる。  
それが「政府はPCR  
検査の陽性率を正確に把  
握していない」という発  
表である。正確なデータ  
がないから解除の条件も  
示すことが出来ないとい  
うロジックである。6日  
夜には安倍首相がインタ  
ーネット番組に出演し、

「緊急事態宣言解除の判  
断基準を専門家に依頼し  
て作成すること」と、「専  
門家の評価を元に可能で  
あれば5月末を待たずし  
て緊急事態宣言を解除す  
る予定であること」の二  
つを発表した。  
また、同放送では山中  
伸弥教授というビッグネ  
ームと、新型コロナ問題  
収束のための対談も行っ  
た。幕引きに向けた雲間

「緊急事態宣言解除の判  
断基準を専門家に依頼し  
て作成すること」と、「専  
門家の評価を元に可能で  
あれば5月末を待たずし  
て緊急事態宣言を解除す  
る予定であること」の二  
つを発表した。  
また、同放送では山中  
伸弥教授というビッグネ  
ームと、新型コロナ問題  
収束のための対談も行っ  
た。幕引きに向けた雲間

「修業時代に初めて食  
べて感動した本物の『気  
仙沼産ふかひれ姿煮』を  
小学生と大変な想いをき  
れているお父さんやお母  
さんに食べてもらい、少  
しでも笑顔に元気になっ  
て欲しい。そして、あの  
感動を味わってもらいた  
い。こんな時だからこそ  
そ、いま感じている感謝  
を『地元の方々へ恩返し  
をする』と覚悟を決め  
た」

「修業時代に初めて食  
べて感動した本物の『気  
仙沼産ふかひれ姿煮』を  
小学生と大変な想いをき  
れているお父さんやお母  
さんに食べてもらい、少  
しでも笑顔に元気になっ  
て欲しい。そして、あの  
感動を味わってもらいた  
い。こんな時だからこそ  
そ、いま感じている感謝  
を『地元の方々へ恩返し  
をする』と覚悟を決め  
た」

「修業時代に初めて食  
べて感動した本物の『気  
仙沼産ふかひれ姿煮』を  
小学生と大変な想いをき  
れているお父さんやお母  
さんに食べてもらい、少  
しでも笑顔に元気になっ  
て欲しい。そして、あの  
感動を味わってもらいた  
い。こんな時だからこそ  
そ、いま感じている感謝  
を『地元の方々へ恩返し  
をする』と覚悟を決め  
た」

# がんばる飲食店の姿は美しい 自分も苦しいけど地域のために!!

コロナ自粛の延長により、飲食店の経営は本当に厳しさを増している。廃業や自殺の報道なども聞かれるようになった。そんな苦しいときにもかわらず、地域のためにがんばる飲食店もいる。そんなステキな姿を紹介します!!

## 埼玉・川越の有志 飲食店が地域貢献

「川越はもとも飲食店の横の繋がりのある街。助成金の相談が多かったことから、4月6日、経営者のみのLINEを3人くらいで立ち上げた。みんな困っていたんですよ。半日くらいで50人程度に広がり、現在は個人店を中心に90人を超えている」

「川越はもとも飲食店の横の繋がりのある街。助成金の相談が多かったことから、4月6日、経営者のみのLINEを3人くらいで立ち上げた。みんな困っていたんですよ。半日くらいで50人程度に広がり、現在は個人店を中心に90人を超えている」

「川越はもとも飲食店の横の繋がりのある街。助成金の相談が多かったことから、4月6日、経営者のみのLINEを3人くらいで立ち上げた。みんな困っていたんですよ。半日くらいで50人程度に広がり、現在は個人店を中心に90人を超えている」

「川越はもとも飲食店の横の繋がりのある街。助成金の相談が多かったことから、4月6日、経営者のみのLINEを3人くらいで立ち上げた。みんな困っていたんですよ。半日くらいで50人程度に広がり、現在は個人店を中心に90人を超えている」

「川越はもとも飲食店の横の繋がりのある街。助成金の相談が多かったことから、4月6日、経営者のみのLINEを3人くらいで立ち上げた。みんな困っていたんですよ。半日くらいで50人程度に広がり、現在は個人店を中心に90人を超えている」

「川越はもとも飲食店の横の繋がりのある街。助成金の相談が多かったことから、4月6日、経営者のみのLINEを3人くらいで立ち上げた。みんな困っていたんですよ。半日くらいで50人程度に広がり、現在は個人店を中心に90人を超えている」

## 北海道・苫小牧 創作四川料理廣明HROAKI

「今回の家庭支援でのお弁当の無償提供、大変お世話になりました。仕事も減り収入も減り、子供も学校休業で食費もかさむ中での今回の企画。母と妹と共においしく頂きました。また、妹

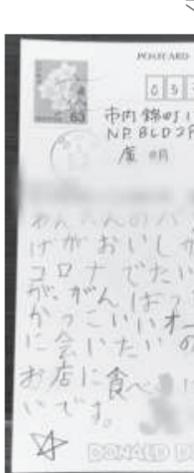
「今回の家庭支援でのお弁当の無償提供、大変お世話になりました。仕事も減り収入も減り、子供も学校休業で食費もかさむ中での今回の企画。母と妹と共においしく頂きました。また、妹

「今回の家庭支援でのお弁当の無償提供、大変お世話になりました。仕事も減り収入も減り、子供も学校休業で食費もかさむ中での今回の企画。母と妹と共においしく頂きました。また、妹

「今回の家庭支援でのお弁当の無償提供、大変お世話になりました。仕事も減り収入も減り、子供も学校休業で食費もかさむ中での今回の企画。母と妹と共においしく頂きました。また、妹

「今回の家庭支援でのお弁当の無償提供、大変お世話になりました。仕事も減り収入も減り、子供も学校休業で食費もかさむ中での今回の企画。母と妹と共においしく頂きました。また、妹

## 子供達と親御さんを元気に 高級ふかひれ弁当を無料で



弁当を食べた子供から届いたお礼のハガキ

## 神奈川県茅ヶ崎 南本通り商店会

「歩いているあまり同時に、大変な状況にもかかわらず、自分を顧み



共同販売に参加したメンバー

入場制限をして「3密」を避けて販売

20店による3000円惣菜

共同販売に参加したメンバー

山形県の「浦田農園」浦田優子さん



世の中、暗く先行きの見え... 浦田優子さんが4月17日、Facebookで発表した「飲食店向け...



浦田さんの応援キャンペーン



喜びの写真をアップしたアホウプロジェクトのスタッフ... う〜ん、私にはパッと面白いアイデアが浮かばない...

その愛の溢れるバトンを受け取った一店である京都の「アホウどり」を運営するアホウプロジェクト代表の泉川武士さんは、「お金はないけど米はある!」...

天宮の料理屋「The Gate」も自身のSNSを通じて「来てくださる方々と笑顔でお話しできる...」

(パート2は16面に掲載)

各地から届くほっこり深い話 ~第2弾~①

農家がテイクアウトを米で応援

条件①送料のみご負担ください... 条件②お米を使ったテイクアウト料理の「おいしそうな」写真を撮って下さい。スマホでOKです。

まごころデリバリーのチラシ



奈川県茅ヶ崎南本通り商店会会長の志村冬樹さんが新型コロナウィルスで大打撃を受ける地元商店街の各店舗に、貯まっ...

地元商店街に活気戻そう!! 会費還元し配達補助金に

志村さんは、大阪で「まごころデリバリー」という企画の説明のため、理事の店舗を回...



商店会加盟一覧がチラシの裏に

「国難」とも言える事態のいまこそ、会費を使おうと考える、4月23日、理事の店舗を5軒くらい回ったところで、「どこも店を閉めており、あまりに悲惨な商店街の様子に耐えられなくなった」...

い途がないのが現状(志村さん)といい、実際に2018年6月に会長になった志村さんは、会費を3000円から1000円に引き下げた。



神奈川・茅ヶ崎を中心に大衆酒場や沖縄屋などを展開する「さし」代表の志村冬樹さん。茅ヶ崎南本通り商店会会長でもあり補助金をもらう流れだ。

「配達には徒歩圏内のみで対応する。お店にとっても、純利益で500円は大きい。これをキッカケにみんなが元を取り戻して、色々なことをやる起爆剤にならないか」と思っている。また、「今度、薬局行くついでにカードを持って行くよ」など、地域の人とコミュニケーションをとるキッカケになれば...」

※カタログやパンフレットなどの資料請求、詳細については各社にお問い合わせください。

ビジネスマッチガイド 紙上商談会 <2020年版>

北アルプスの雪解け水と信州の寒暖差が育んだ絶品米... Hira(de) 信州産オリジナルコシヒカリ「hugmi」

豊かな香りと旨み広がるチガミイワ醤油... 岩尾醤油醸造 創業 岩尾醤油醸造 明治7年 岩尾醤油醸造

おいしい大地の恵みを食卓へ... きぬむすめ ミルキークイーン... しまだファーム

恵まれた気候と豊かな大地が育んだ淡路島たまねぎ... 淡路島たまねぎ... 安心と美味しさを追求したコシヒカリ「君津の輝き」

洒落た店舗にも関わらず伝わることを優先し、ベタな店頭POPで通行人にテイクアウトをアピール!



千葉・木更津/《南国酒場 かりゆし》

- 住所 □千葉県木更津市大和1-9-5
- 電話 □0438-97-6266
- 開店日 □2019年3月3日
- 規模 □20坪・26席
- 客単価 □4000円
- 税込月商 □300万円
- 損益分岐点 □120万円
- 営業時間 □18時~翌4時 (L03時)
- 定休日 □無休 ※月1回休むこともあり



オードブルはお客さんの要望に合わせて内容を構成。写真は、タコスサラダ、人参しりしり、紅芋コロケ、石垣牛コロケ、タコスボール、ゴーヤーチャンプルー、スパム入りスクランブルエッグ、ラフテーを盛り込んだもの



当初はA4サイズの小さなメニュー表を貼っただけだったので、通行人にほとんど伝わってなかった



そこで、「お持ち帰り始めました」「沖縄料理弁当」などと書いた店頭POPをデカデカと貼り、通行人の視線を釘づけに。道路の反対側からも、とてもよく目立つ

この狙いが見事にあたり、客筋にも大いに恵まれた。常連客をガッチリ掴んだこともあり、これならもう大丈夫だと考えて、開業1周年を迎えた今年3月に、店頭にお

●商圏内のリアルな客層掘り ● 新型コロナウイルスが飲食店に与えた影響はあまりに大きく、多くの店が従来の営業スタイルの見直しを余儀なくされ、どう生き抜けばよいか必死に模索している。営業を自粛する店もあれば、続ける店もある。だが、たとえ

# 沖縄料理のテイクアウトで差別化

いる事実を思うようにまわりに伝達できていない

商圏における客層を広げることが、つまり、

「南国酒場 かりゆし」には理由がある。店主の吉山潤伍さんは、もともとバーで独立を目指していたが、最終的に選んだ業態は「沖縄ダイニング」であった。店的にはバーと居酒屋の中間的な立ち位置を狙ったため、落ち着いた雰囲気

千葉・木更津の「南国酒場 かりゆし」は、地元食材を用いた沖縄料理を楽しませる人気のダイニングバー。20坪・26席で月商300万円を売り上げ、損益分岐点120万円の手堅い繁盛を築き上げている。新型コロナウイルスの影響で、現在はテイクアウト&デリバリーに力を注いでおり、店内営業に次ぐ新しい柱に育てるべく奮闘中だ。柔軟な姿勢で取り組み、商売の幅を一段と広げている。

「地方立地」：ありえない立地

「繁盛店」

「実況中継」

44-①



●印東義則(いんづか・よしのり) ● 《近代食堂》(旭屋出版)に「繁盛店を作るメニュー表」《飲食店経営》(アール・アイ・シー)に「“気づき”ライターインツカの細かすぎる集客の視点」を連載。年に1回秋に、飲んで、食べて、学んで、人脈ができる“体験型”セミナー「細かすぎる”インツカナイト”」を開催。セミナー講師、飲食店開業・改善のお手伝い、売れるメニュー表の作成など多岐に渡り活躍。各種問い合わせはフェイスブックの「印東義則」までメッセージをお願いします。

とができる。だが、おそろしく広域の人たちとネットワークを築けるのがSNSの強みである反面、好意的な反応をしてくれた人たちが全員、自店の商圏に住んでいるわけではない。仮に住んでいたとしても、定期的に商品を購入してくれるかどうかは、また別問題である。

専用の用紙に盛り込んだ料理の名前を書き、オードブルに添える。こうしたひと手間、お客さんの沖縄料理に対する関心を高めていく

まさな機会で大いに生きてくることだろう。千葉・木更津の「南国酒場 かりゆし」も売上減の打開策として、テイクアウト、デリバリーに活路を見いだした店の一つである。このテイクアウトやデリバリーがなか一筋縄にはいかないのは、それらを行なう

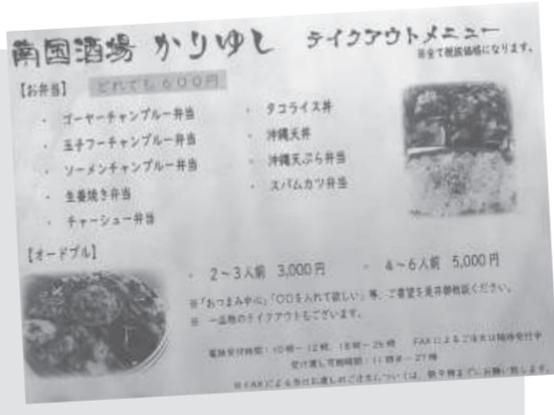
これが、それぞれの店の情報発信力にもよるが、まず身近な手段としてSNSで情報を発信すると、だいたい「おしいぞう!」「ぜひ、買います!」「頑張ってください!」といった好意的な反応が返ってくる。それらを見る分には、テイク

でも落ち着いたデザインの人記憶に残りにくいもの。実際、店頭で弁当を販売している時に、「こんなところにお店があったんですね!」などと声をかけられた経験もあるのではないだろうか? 例えは、新しく店がオープンした時、何度もその前を通っているにも関わらず、前の店を思い出そうとしてもなかなか思い出せない。そんな体験は誰しもあるはず。何年も販売してきたのに自

「南国酒場 かりゆし」は理由がある。店主の吉山潤伍さんは、もともとバーで独立を目指していたが、最終的に選んだ業態は「沖縄ダイニング」であった。店的にはバーと居酒屋の中間的な立ち位置を狙ったため、落ち着いた雰囲気になり、客筋にも大いに恵まれた。常連客をガッチリ掴んだこともあり、これならもう大丈夫だと考えて、開業1周年を迎えた今年3月に、店頭にお



弁当もオードブルも受け取り時間に合わせて調理し、手渡す



テイクアウトのメニュー表。現在はさらにメニュー数を増やし、迷うほどの選ぶ楽しさも魅力に据える



多くの店が弁当販売に活路を見いだす中、沖縄料理の弁当という独自性で差別化を図る

リオンビールの丸提灯を吊るすなどしてカシミアな雰囲気を出したのである。

だがテイクアウトが難しいのは、まさにそういう点だ。幅広い客層を取り込もうとすると、当然これまでとはタイプの異なるお客さんも対象となる。あえて入りこくして、それでも来てくれたお客さんを熱心なファンにしていた同店だが、テイクアウトに関してはそ

わりのアドバースも柔軟に聞き入れながら、テイクアウトに適した商品の作り方をいろいろ工夫。ファサードの見直しも、その一つ。当初は着板の横にA4サイズのメニュー表を貼っていたた

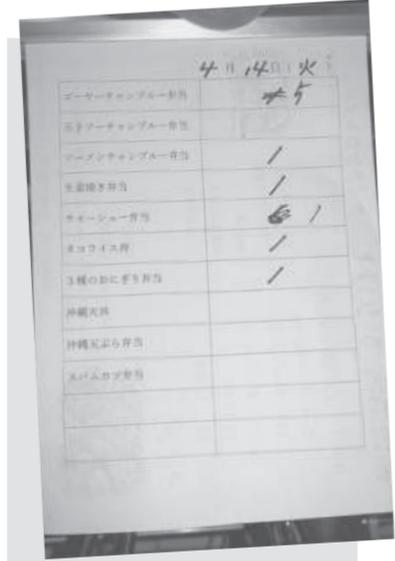
が、最初は「お持ち帰り始めました」のPOPしか貼り出さなかったため、同店のことを知らない人にとって、いったい何の店が、何の持ち帰りを始めたの

かかさっぱり伝わらなかった。そこで、その下に「沖縄料理弁当各種600円」の文字を新たに追加。これで売り物の商品をきちんと伝えられるようになったのである。だが、印刷した文字が全部黒い色だったので、もっと目立つように「沖縄料理弁当」という文字を赤字に塗り替えた。

さらに、その下に「絶品沖縄オードブル3,000円」の文字も加え、必要な情報をきちんと補ったのである。

この新しいPOPは、通行人にテイクアウトの情報を伝えるのみならず、ここに沖縄料理の店があることを強く訴える効果もある。こうした店頭情報の地道な積み重ねは、やがて大きな差となって確実に返ってくることだろう。

●地元・木更津の食材にこだわった沖縄料理 ● さて、同店のテイクアウトメニューだが、各種弁当とオードブルで構成。弁当は「ゴーヤーチャンプルー」や「玉子豆腐」や「チャーシュー」や「カツ」など、沖縄料理の定番メニューが揃っている。オードブルは「タコライス」や「沖縄天婦羅」や「沖縄天ぷら」や「スパムカツ」など、沖縄料理の定番メニューが揃っている。



商品は作り置き販売はせず、事前に注文を受けた分だけ作っていきやり方を徹底

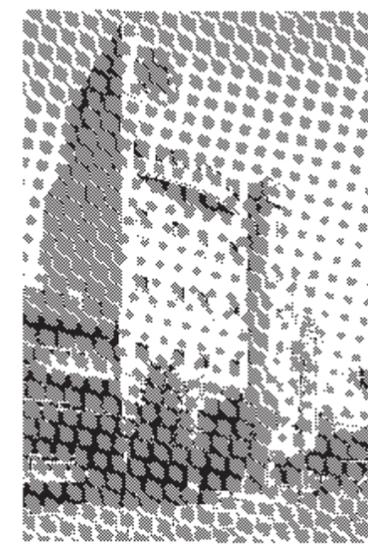


1カ月単位で契約した企業に弁当のデリバリーを行なう。今後は地道に契約先を開拓し、売上の安定を図っていく意向だ

(税別・以下同) 前にSNS、電話、FA Xなどで注文を受け、お客さんが希望する受け取り時間に合わせて調理する。また、まとまった数の注文にはデリバリーも行ない、企業と1カ月単位の契約によるランチ需要も掴んでいる。同店は、沖縄料理の弁当とオードブルという独自性の高い商品で差別化を図っており、木更津におけるテイクアウトとデリバリーの新しい需要を意欲的に開拓中だ。もちろん、その背景には本来のベースとなる店内営業があつてこそのものである。普通、沖縄料理といえば食材の大半を沖縄から仕入れる店が多いのだが、同店は地元、木更津の食材を中心に用いているなど、この地でしか味わえない魅力がある沖縄料理の確立を目指している。そこには新しいジャンルの飲食店を作り上げたいという店主・吉山潤伍さんの確かな思いが強く込められている。(次号につづく)

### 繁昌店の決め手は だしと味

お店独自の味作りをお手伝い 丸鉦はあなたのコンサルタントです。



# 特撰 糸かつお だしのり しいたけ

丸鉦株式会社 丸鉦 451-0031 名古屋市中区城西三丁目9番7号 TFL (052) 521-9236 FFL (052) 521-9240

TAKASE BUSSAN CO., LTD. 外食応援企業 高瀬物産株式会社 「良い人、良い品、良いサービス」を心がけ、安心・安全・迅速・確実に商品・情報提供をします。 全国に広がる事業所ネットワークを通じて、地域に根差したシェア・品質・サービスの No.1 を目指します。グローバルな視野に立ち、世界中からの商品調達や情報提供を推進します。 本社：〒103-0026 東京都中央区日本橋兜町12-4 高瀬ビル TEL：03-3665-1270 FAX：03-3665-1275 E-mail：info@takasebussan.co.jp http://www.takasebussan.co.jp

Yamaya トマト加工品・ウスターソース類・各種ソースの業務用専門メーカー 業務用食品材料総合卸 山屋食品株式会社 http://www.yamayashokuhin.co.jp 本社・営業部 東京都江東区清澄1-6-7 TEL 03-3643-6411 FAX 03-3643-6418 鎌ヶ谷工場・特販部 千葉県鎌ヶ谷市南初富3-17-16 TEL 047-443-4377 FAX 047-446-0190 横浜支店 神奈川県相模原市上鶴間本町9-2-3 TEL 042-746-1061 FAX 042-746-1080

# 日本外食新聞

## THE JAPAN FOOD SERVICE NEWS

発行所

株式会社 外食産業新聞社

(本社) 東京都千代田区神田美倉町10 喜助新神田ビル 2階28  
〒101-0038 TEL03(5297)1601代 FAX03(5297)0551  
https://gaishoku.co.jp

購読料 1年 17,600円(消費税・送料込み)  
郵便振替口座00190-3-192662

来て！見て！触って！器のことなら宝光堂

### 宝光堂

TEL 03-6255-5050

銀座ショールーム  
東京都中央区銀座 5-10-1 プリンスビル 5F



# やっぱり飲食はステキ!!

## 各地から届く ほっこり 深い話

### ～第2弾～②

とはいえ、結構時間はかかるし、その後の掃除も大変であるにもかかわらず、「嬉しそうに受け入れてくれる。しかも、『大変なときだから、給料は少なからず』と返す。だから、

と聞いた中田さんは「あ、それがいい話です。必ず払うからね」と返したそうです。

奥さんの比呂子さん(48)も進んで雑用をこなしてサポートしてくれている。「見えない所で色々とやってくれているから、店が成り立っている。だから、

4月25日、20食限定で、こんな呼びかけをしたのは、宮城の「居酒屋ほっこり」を運営する高橋さんです。店名は裏腹に、「今日、明日食べるものに困っているという学生さんにラーメンを出す」という優しい試み。お代は出世払い。小中高生はもちろん、「周りの困っている学生に教えて下さい」と、呼びかけた。社

会人も歓迎しており、その場合正規の2倍の金額を買っていただけるだけ長く続けたい。1回目は急だったこともあり、告知不足で誰も食べに来てくれなかったのも、もっと告知して続けていきます」と高橋さん。いやあ、飲食店って、本当にステキですね。ほっこりします。



テイクアウト用の自家製チラシを折る中田照子さん



折ったチラシを袋に詰めていく地道な作業



高橋さんの作るラーメン

### 常にお客様と共に。



「味」へのこだわり  
「美味しさ」の追求

### 宝醤油株式会社

東京都中央区日本橋蛸殻町 1-4-1  
〒103-0014 TEL: 03-3667-3567

### 甘辛口

▼串カツ田中HDの貴客  
二社長は、コロナ騒動が起きてから、1円単位で支出をカットする「止血の号令をいち早く指示。同時にオイシックスと組んだ通販、テイクアウトやデリバリー、野菜、プレミアム焼酎の販売、ローン一部店舗での弁当販売など、収入確保に動いた。とどめは、1カ月限定で店名を「串カツ宮迫」にする権利を雨上がり決死隊・宮迫博之に2千万円で販売したこと。▼今回、緊急寄稿してくれた「串屋横丁」などを展開するドリーマーズの中村正利社長のコロナ研究にも脱帽だ。趣味から派生した国際ネットワークで集めた情報と、国内の発表数字の中でも信頼できるデータを集積。それを分析して、すでに1月末の時点で従業員に検温やマスク、消毒の徹底など、現在、専門家会議が推奨していることをいち早く指示していた▼2人に共通しているのは、冷静な状況分析に基づく未来予測、それを元にした「一歩先をいく行動」。平時からの危機意識の高さがこうして有事に、より鮮明に現れる。コロナは我々に実に多くのことを気付かせてくれている。今号もコロナと闘う飲食店を応援する特集の第6弾です!!

お客さんからも「立呑み8』『H』は店内がいつも綺麗ですね」と言われていたそうです。中田さんはコロナ禍で危険なため「あまり外出させたくない」と考え、照子さんは毎日仕事がない状況が続いていました。毎日、寂しそうにして

いる照子さんの姿を見かねた中田さんは、ある日、テイクアウト用の手作りチラシ2000枚を折ってたたむ仕事をお願いしたところ、照子さんからはじめ、ありがとう！みんな頑張ってるんだから、私もやりたい」と笑顔で受け入れてくれたそうです。

## 究極を奏でよ。

プロフェッショナルコーヒーマスター、ラルゴ。

# UCC

Good Coffee Smile

### Fresh Aroma model.

特殊な缶の中で香りを熟成させた900g缶シリーズ



まろやかなクレマが生み出す深みのあるエスプレッソ、ミルクの甘みを生かすカフェラテ。Largoが表現する、日本発のエスプレッソ。

### Aroma freezing model.

Largoのおいしさをより手軽に提供できる、1kg袋シリーズ



### Largo 900g缶 世界唯一の製法「UCCフレッシュアロマシステム」採用

マイナス2℃の急速冷却で香り成分を封じ込めたコーヒー豆を、独自開発した「アルミ特殊缶(特許第5264247号)」に、そのまま完全密封。パスタがエスプレッソ抽出で最適と認めるエージング(熟成)期間を経たコーヒー豆の状態を4年間保持。

ラルゴについて、詳しくはコチラ [UCC Largo](https://www.ucc.co.jp/largo/) 検索 <https://www.ucc.co.jp/largo/> UCC上島珈琲株式会社

「一刻者」は麴まで芋。香り咲く理由はここにあり。

「一刻者」は「米麴」を使わず「芋麴」で仕込んだ、芋100%の芋焼酎。原料がすべて芋になることで、芋に由来する香りが高くなり、芋本来の甘い香りが楽しめます。

原材料は芋、芋麴のみ。だから芋本来の香り高さを実現。

一刻者は「米麴」を使わず「芋麴」で仕込んだ、芋100%の芋焼酎。原料がすべて芋になることで、芋に由来する香りが高くなり、芋本来の甘い香りが楽しめます。

お酒は20歳を過ぎてから。飲酒運転は法律で禁じられています。妊娠中や授乳期の飲酒は、胎児・乳児の発育に悪影響を与えるおそれがあります。飲酒は適量を。のんだあとはリサイクル。 [www.takarashuzo.co.jp](http://www.takarashuzo.co.jp) お客様相談室 TEL 075(241)5111 宝酒造株式会社