

そば・うどん店 繁盛BOOK

繁盛店研究

そば・うどん店 「再生」「進化」の秘訣

- 事例1 売上300%の再生を成し遂げた地道な改革&Reブランディング
- 事例2 マーケットを読んで業態を進化。“高級路線のそば屋酒”で大成功
- 事例3 名物商品を開発! 三世代を集客! 郊外うどん店の魅力を進化させた



そば屋酒・うどん屋酒をもっと魅力的に!

評判店の酒肴メニュー レシピ集

女将さんに教える!

日本酒の上手な品揃え&おすすめの接客術

特集

「超」人手不足・人件費高騰…新たな活路は? どうすべきか?

いまこそ挑戦!

そば・うどん店の

働き方改革×生産性アップ

- キーワードは「働き方改革」と「生産性向上」の両立
- 売れる店・辞めない店の第一歩は「外の世界を知る」習慣に
- 働き方改革に欠かせない、新たな「業態づくり」「厨房づくり」
- スタッフ定着のカギとなる「チーム・ブランディング」
- 利益向上の狙い目! POSデータのフル活用&グルメサイト戦略



そば屋酒・うどん屋酒をもっと魅力的に!

女将さんに教える!

日本酒の上手な品揃え& おすすめ・気配りの接客術

日本酒を充実させるそば・うどん店が増える一方、注文を促すためには、日本酒の知識を伴った品揃えの工夫、接客の工夫が欠かせない。そして、その工夫を実行する要となるのは、お店の司令塔である女将さん——。ソムリエ、唎酒師であり、日本酒を始めとした飲料コンサルタントとして活躍する友田晶子氏から、「女将さんにこそ教えたい、日本酒をもっと売るためのノウハウ」を伝授してもらった。



友田 晶子

シニアソムリエ、日本酒効唎酒師、焼酎唎酒師、トータル飲料コンサルタント。米処酒処の福井県生まれ。ソムリエとして酒類業界に携わり、業界約30年のキャリアと女性らしい感性を活かし、セミナーや飲食関連イベントを企画・開催。各業界への「酒類売上向上支援」コンサルティング、観光PR支援などを行なう。2014年グルマン世界料理本大賞グランプリを受賞した「世界に誇る國酒～日本酒～」など著書多数。

主な活動情報

- (一社)日本のSAKEとWINEを愛する女性の会
(通称:SAKE女の会)
「楽しむ・旅する・学ぶ・活かす」をキーワードに、酒に関するセミナーや講座を開設する他、醸造所見学なども企画。知識や資格を活かせる場も紹介する。
<http://www.omotenashi-sakejo.com/>
- 「日本酒ナビゲーター」取得セミナー
唎酒師のような難しい試験など一切なく、受講のみで取得できる日本酒資格。日本酒の基礎と楽しみ方を数種のテイस्टングとともに学べる。

女将らが日本酒を勉強。お酒の単価が5倍近く跳ね上がった事例も

そば・うどん店の女将さんといえ、店の表に立って陣頭指揮をとり、先頭に立ってお客様をおもてなしをする方でしょう。そんな店の顔ともいえる女将さんたちが、お酒の知識と売る技術を身につけられたら、なんて素晴らしいことだろうと思います。

昔は料理屋の「お燗番」といえば、その店の女将がやるものでした。お客様の様子を見ながら燗をつけるタイミングを計り、いい具合で提供する…お燗番は洞察力が必要ですし、気配りも求められますが、これらはやはり、女性なら

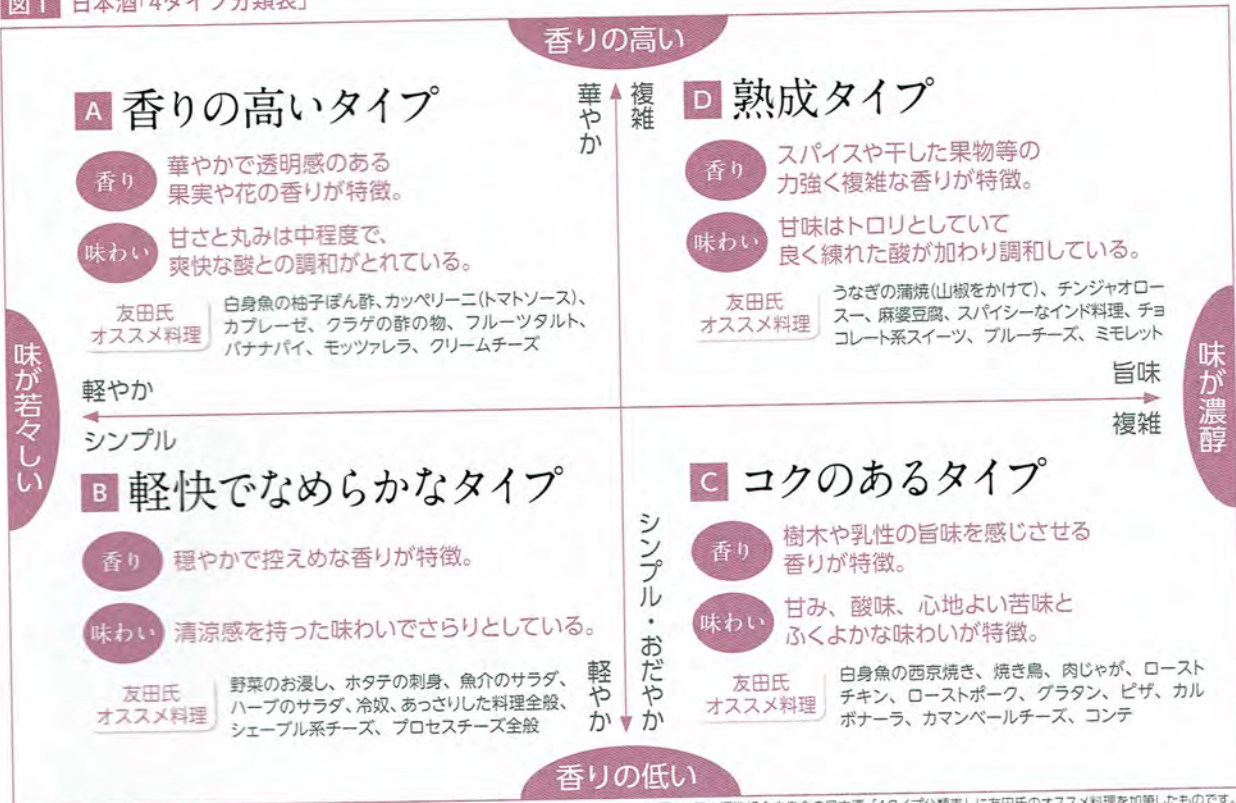
ではの細やかさや感性が求められるのではないのでしょうか。

私はもともと、ソムリエとしてキャリアをスタートさせたこともあり、以前から「なぜワインと同じように、日本酒もいろいろな飲み方の提案やおもてなしをしないのだろうか」と考えていました。

地方の旅館に行くと、料理もお風呂も文句なしなのに、日本酒が全然ダメというケースに出会います。地酒の名所なのに大手の酒しか置いてなかったり、お客様に質問されても、女将も仲居さんも全く知識がない。日本酒に詳しい人が増えていく今日でも、そういう飲食店やホテル旅館は少なくないと思います。

そうした状況に危機感を覚えたのが、福井のあわら温泉旅館の女

図1 日本酒「4タイプ分類表」



資料提供 / 日本酒造組合中央会

※図1は日本酒造組合中央会の日本酒「4タイプ分類表」に友田氏のオススメ料理を加筆したものです。

将さんグループです。15名の女将さんがそれぞれ日本酒の勉強をし、資格を取ったり、一丸となつて、地酒のおいしい温泉地をアピールしたところ「日本酒に詳しい女将がいる宿」として、お客様がどんどん増えました。他にも、ある旅館ではお酒の売り方の改善を図ったところ、飲料の売上単価が以前は1人あたり740円だったのが、3200円にまで跳ね上がった例もあります。

女将さんがお酒に詳しく、愛嬌よくおすすめてくれて、気の利いた提供をしてくれたら、お店の付加価値も高まるはず。前置きが長くなりましたが、今回はそんな日本酒の売り方の秘訣をお話したいと思います。

味と香りでもわかりやすく4タイプに分類。バランスよく揃えよう！

まずは、日本酒の品揃えについて。昔ながらの飲食店だと、日本酒は1銘柄だけ、という所も多かったのですが、今はいろんな種類の味わいの日本酒が流通していますし、ある程度、品揃えはバラエテ

イ豊かな方がいいと思います。一方、最近は専門店並みにやたら種類の多い店もありますが、種類が多すぎてお客様が選びきれなかったり、店で管理できないようなら本末転倒。お店のスペースにも限りがありますので、適度な品揃えが求められます。

では、どんな種類を揃えるといいのか？ よく「純米吟醸」「大吟醸」など、製法別にメニューで紹介するのを見かけますが、実はこれはあまり意味がありません。例えば同じ純米酒でも、銘柄や仕込み方により味のタイプはいろいろあるからです。

そこで、おすすめたいたいの、図1のように日本酒の「味」と「香り」のタイプ別に品揃えすること。「A香りの高いタイプ」は吟醸酒や大吟醸酒など。「B軽快でなめらかなタイプ」は、辛口仕立てや軽めの純米酒・本醸造など。「Cコクのあるタイプ」は、米の豊かな旨みのある純米酒など。「D熟成タイプ」は古酒など、琥珀色で複雑味も感じられるものです。

この4つの分類ごとに、それぞれ3〜5種類ずつ日本酒を揃えれば、基本的にバランスのよい品揃

えとなるでしょう。図1のような分類表をそのままメニューで紹介すれば、お客様も味の想像がしやすく、注文の際も迷わなくなり、様々な嗜好にも対応できます。

そば・うどん料理との相性を考えるなら BやCタイプがいい

近年、いろんなタイプの日本酒が出回っていますが、中でも流行は大吟醸酒などAの香りの高いタイプ。米のお酒とは思えないほど、フルーティで華やかな香りが楽しめ、味も甘みと酸味の調和がとれているものが多くあります。お酒初心者でも飲みやすい味なので、入門編としては好適です。

ただ、流行だからかもしれないませんが、Aタイプのお酒ばかり揃える店の中にはあります。確かに話題の酒、人気の銘柄もこのタイプに多いので、客寄せにはよいかもしれませんが、そば・うどん店の料理に合うかというと、そうとは限りません。Aのフルーティな風味は、そばやうどんの穀物感的な味と喧嘩してしまうからです。むしろ、BやCタイプの米の旨みも


しっかり感じられるお酒の方が、そば・うどんの穀物感とマッチするでしょう。

料理とお酒で、同じ香り、味、余韻のものを合わせることを「同調」といって、互いの味が相乗効果的に高まる、おいしい組み合わせの一つになります。料理との相性を考え、味のタイプ別に品揃えができれば、例えば「食前酒

にはAタイプ」「軽い味、前菜的な蕎麦前にはB」「鴨焼きなど味の濃いものにはC」「濃厚な蕎麦味噌にはDの熟成タイプ」など、接客でおすすめる際の幅も広がりますし、コース料理ならストーリー立てて提案ができます。自分のお店で料理とお酒の相性は、品揃えをする際にぜひ検討したいところ。何も有名銘柄でなく

図2 お酒の季節感の提案

<p>春</p> <h3>濁り酒</h3> <p>熟成したものよりできたてがおいしいが、臘月の季節感にも合うので少し置いておいた春シーズンが提案しやすい。</p>	<p>秋</p> <h3>ひやおろし 秋あがり</h3> <p>新酒がひと夏熟成され、まろやかな旨みが出た味わいはお燗にも向く。</p>
<p>夏</p> <h3>生酒</h3> <p>生酒を冷たくしたり、オンザロックで提案。夏らしくきりっと冷やして飲む楽しさを工夫しよう。</p>	<p>冬</p> <h3>新酒</h3> <p>冬は新酒のシーズン。蔵元の生原酒などもおいしく、発泡しているものも多い。フレッシュな味を楽しむような提供法を。</p> <h3>あらばしり</h3> <p>伝統的な「槽」や「袋取り」の手法で搾るとき、最初に出てくるお酒。ワイルドだが華やかな香りでフレッシュ感のある味わい。</p>



でも、自分の店の独自のセレクトとしてしっかり説明できれば、お客様を呼ぶ力になるはず。さらに、品揃えに関していえば季節のお酒も取り入れましょう。図2のように、秋なら冷やおろし、冬なら新酒と、日本酒は季節ならではの味わいが提案できます。今は酒販店もこうした季節提案を積極的にしており、お店としてもおすすめしやすいと思います。

器の形で味も変わる。デキャンター・ジュモ！ 価値を高める提供法

次に、日本酒を提供する際の工夫です。ある程度品揃えが完成し、「なぜその酒を揃えたのか」という意味を自分なりに持つていけば、自ずとおすすめるも上手にできると思いますが、さらに提供時にも工夫することでお客様の満足度も高まってくるはず。基本的なところでは、例えば、

お酒をお客様の目の前で注ぐ。燗酒も、できればお客様に見えるところでつけたら、演出効果は高まるでしょう。また、酒も注いだらすぐにしまうのではなく、ボトル

を客席に置いておき、ラベルをお客様に見せるといいうのも効果的。ワインでは当たり前に行なわれる手法ですが、日本酒でも取り入れれば、日本酒へ関心を高めるお客様も増えると思います。

一方、お酒を注ぐ器も工夫のしどころです。よくあるのが、いろんなお猪口を客席に運んで「好きなものを選んで下さい」という演出。これももちろんいいのですが、せっつかくなら、同じ形状の器ばかりでなく、いろんな形状の猪口やグラスで提供すべきです。

なぜなら、同じお酒でも器の形状により、味わいが変わってくるからです。例えば、同じお猪口でも、平べったい形状の器のほうが味は甘く感じます。器が平べったいので、飲む時に唇の幅一杯に酒が入り、口の中全体で味を感じる。酒のもついろんな味が一気に伝わるので、全体が調和されたまろやかな味を感じるのです。

反対に、例えばシャンパングラスのような先細った器だと、同じ酒でも味はドライに感じます。先細ったグラスで飲むと、まず舌の真ん中にお酒があたってアルコールの揮発を感じ、それが辛口に感

じるためです。

最近では、日本酒をワイングラスで提供する店もあります。ぜひ味の違いが分かるような器選びを検討して下さい。

他にも、もし余裕があれば、お客様の前で「デキャンタージュ」も挑戦したいところ。特にできたての新酒の場合、味が固かったり渋みがあるものもあります。そこで、1杯目はそのまま飲んで、2杯目はデキャンタージュしてお酒に空気を含ませてみる。すると味がやわらかくなり、その変

化も分かって、お客様を喜ばせる事ができるでしょう。

デキャンタージュ自体は難しい事ではありませんので、専用の器具を使ってもいいですし、既存の酒器でやっても構いません。

香りの高いタイプは 揮発も早いので、瓶を 小分けに保存する工夫も

日本酒は品質管理もとても重要です。女将さんとしても、基本的な知識は覚えておきましょう。

日本酒の勉強、何から始めたら良い？

知識を身につけるなら資格取得を目指すのがよいと思いますが、簡単に始められるものとして、「飲料おもてなしSAKE女検定」が2017年11月よりスタートします。ウェブを利用したデジタル検定なので、一人で気軽に勉強できると思います。また、試験がなく、講習を受けるだけで資格が取れる「日本酒ナビゲーター」「焼酎ナビゲーター」もおすすめ。そこからステップアップして唎酒師などの資格を目指していくのもよいと思います。

実地の勉強法としては、興味のある蔵元を訪問・見学するのもおすすめです。酒造りの現場で見聞したことは、机上の勉強より身につく、おすすめの接客の際も気持ちをこめて説明できるはずですよ。

他にも、まずは自分の好きな銘柄を見つけて、その銘柄をとことん突き詰めるのも良い勉強法。一つの酒を突き詰めると、それと比較して他のお酒の特徴も理解しやすくなり、接客の際も具体的に説明できるようになります。



お客様に「勝って」は ダメ。細やかな気配り こそ私たちの武器。

これから日本酒を勉強する女将さんの中には、お酒が苦手な人もいるかもしれません。でも、お酒を飲むことと、お酒を売る技術を

保存する際は、水温に近い温度が理想的ですが、氷温庫を新たに置くのも難しいので、なるべく温度変化の少ない冷蔵庫で保管します。また、開封後は味が劣化するのでなるべく早く売るのが大切ですが、特に香りの高いタイプのお酒は、香りが飛ぶスピードも早い。なので、例えば一升瓶なら、四合瓶など小さな瓶に小分けして保存する事をおすすめします。

余談ですが、もし保管の環境が整っており、余裕があれば「我が家熟成」を試してみるのも面白いかもしれません。米の味がしっかりとある濃い日本酒が向くと思いますが、開封せず1年くらい冷蔵庫で熟成させると、味が円やかになり、色合いも変化して旨みも増えます。新たなお酒の提案法として喜ばれるかもしれません。

日本酒の提供 ここも注意!

◆分量の表記は正確に

よく昔の店であったのですが、メニューに「1合」と表記しているながら、明らかに1合もない徳利で提供するケースです。偽りの表示はお客様の信用をなくします。1合より少なくとも「グラス〇cc」などで構いませんので、正確に記すことを徹底しましょう。

◆衛生管理を徹底しよう

よく、升を受け皿にしてコップに日本酒を注ぐ演出が見られますが、中には升をきちんと洗っているのか、心配になるお店もあります。他にも、陳列したボトルが埃で汚れていたり。特に女性客は気にする点だと思いますので注意したいところです。

◆チェイサーは必ず

日本酒は、醸造酒の中でもアルコール度数が高いお酒。提供の際は、一緒にお水（和らぎ水）を出してあげると、気の利いたサービスとして感じてもらえます。ちゃんと配慮することで、お客様も安心していろんな種類のお酒を試すことが出来ると思います。

は全く別ものです。お酒が弱くても「私、このお酒だけはおいしく飲めるんです」というおすすめめ仕方をしたら、それだけでお客様は喜んで注文するのではないのでしょうか？

反対に、日本酒を勉強して詳しくなると、つい説明しすぎたり、お客様におすすめを押し着せてしまう場合もあります。でも決して、お客様の要望に勝つてはいけません。「このお酒、お燗にしてください」といわれたのに、「いいえ、

こちらは冷酒がおすすめですよ」と答えたなら、いくらそれが正しくてもお客様はまたお店に来ようとは思いません。

普段から現場で鍛えられている女将さんには、当たり前のことかもしれませんが、日本酒の売り方でもおすすめも、細やかな気配りができてこそ、ファンのお客様が集まります。ぜひ楽しみながら、日本酒のレベルアップに取り組んでください。



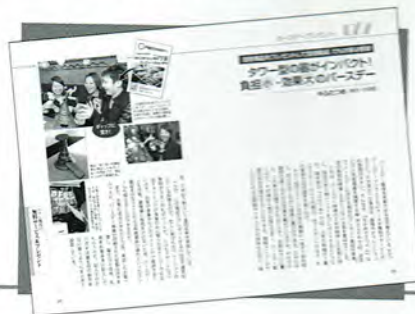
すぐ役立つ! 飲食店の 新 販促アイデア

好評
発売中!

実例
201

- ◆ドリンクをもっと売る注目販促
- ◆ランチ営業の集客作戦
- ◆人気獲得&リピート増のメニュー販促
- ◆宴会・パーティ・コースの新工夫
- ◆効果大! 持ち帰り・物販・通販の注目事例
- ◆お客が喜んで使う割引販促・クーポン販促
- ◆売上大貢献のポイントカード・会員販促
- ◆目を引く、お客を呼ぶ! 店頭PR術
- ◆注目度UP&注文獲得のメニュー表・POP
- ◆集客増大! DM・チラシ・ウェブ販促
- ◆イベント販促・ゲーム販促の注目アイデア
- ◆この仕組みで接客力・営業力アップ!
- ◆ファン獲得の無料サービス&プレゼント
- ◆店もお客も快適に! 店舗・客席・備品の工夫

■旭屋出版刊
■A5判・384ページ
■定価 1,890円(税込)



いまどんな販促が喜ばれるのか? どんな販促が成果を上げるのか? それを知る一番の近道は、実際に成功している販促事例をお手本にすること。本書は、そんな実際の販促事例を写真と詳しい解説付きで紹介。大好評の〈販促実例集〉シリーズの最新刊です。最新繁盛店の販促サービスから即効性のある工夫まで、すぐ役立つ充実の201例を参考に、ぜひ活用してください。