

ワタミ・渡邊美樹会長と若手経営者たちが語る

徹底
討論

「居酒屋の未来」



座談会参加メンバー

- | | |
|-----------------------------|-----------------------------|
| 1 ● OHANA
松田真輔社長 | 5 ● 一家ダイニングプロジェクト
武長太郎社長 |
| 2 ● キープ・ウィル ダイニング
保志真人社長 | 6 ● 夢笛
高橋英樹社長 |
| 3 ● ジャパン興業
赤塚元気社長 | 7 ● ワタミ
渡邊美樹会長 |
| 4 ● MUGEN
内山正宏社長 | 8 ● フランス
深見浩一社長 |

本誌6月号特集「居酒屋の未来」では、少子高齢化や酒離れが主因となって、居酒屋市場は今後20年で3割以上縮小し、7000億円程度になると予想した。これを受けて、ワタミの渡邊美樹会長と7人の若手居酒屋経営者たち（NPO法人「居酒屋甲子園」の運営メンバー）が7月6日、東京・新宿の居酒屋に集結。酒を酌み交わしながら、これからの居酒屋経営について本音で語り合った。縮小する市場に、「それでも活路はある」と断言する渡邊会長を囲み議論は白熱した。

取材協力＝「樽一」（東京都新宿区歌舞伎町1-17-12 浅川ビル5F）
写真＝稲垣 純也



居酒屋は人を元気にするところ。 お酒はツールに過ぎない

編集部：「日経レストランは、今後20年で居酒屋市場が3割縮小すると予測しています。その主因は少子高齢化と若者の酒離れです。

保志（以下、敬称略）：本当に若い人たちのお酒の飲み方は変わりましたよね。僕がアルバイトの頃には毎日のように、酔っ払って吐いてトイレを汚したり、暴れるお客さんもいましたけど、今は酔いつぶれるお客さんはほとんどいない。飲む回数も減っているし、街でも千鳥足で歩く人を見なくなった。

高橋：飲み方がきれいになり、まったく飲まない人も増えましたね。酒は飲まない、タバコも吸わない、ギャンブルもやらない。まさしく草食系男子ですよ。

深見：毎年、高校生や大学生のアルバイトが入ってくるので定点観測できるのですが、若者たちは生命体として弱くなってきている気がします。面接に来る子には、なんでそんなにおとなしいの、なんで若いのに小さくまとまろうとするの、と言いたくなります。

渡邊：今の子どもたちは縛られないから、酒を飲みたければ飲むし、飲みたくなければ飲まない。価値観が違うん

だよ。それはそれでいいと思う。

僕は社員に「居酒屋って人を元気にするところだよ」と言っているんだけど、だからお客様に元気になっていただけるなら何だってやればいい。そう居酒屋を定義するなら、酒離れがあっても、ずっとマーケットは守っていけるはず。

例えば、香港の「和民」のお客様は9割がお茶を頼み、それで恋人同士が日本の居酒屋の料理を楽しんでいる。お茶でいいんですよ。お酒って単なるコミュニケーションツールで、そこにこだわる必要はない。

編集部：若年層ではむしろ女性の方がお酒に親しんでいるかもしれません。

武長：女性は飲みますし、食べます。「女子会」もそうですけど、本当にお客様それぞれに合わせた個別対応が必要になってますね。だから、宴会コースだけでも6、7種類を用意しています。

高橋：そうはいつても、女子会で高い客単価を取るのには難しい。それができている店は、魅力のあるプランを提案できる力があるということ。

武長：お酒を飲まなくなるのは仕方がないとしても、外食をしない人が

増えるのはさびしい。これからどうなると思いますか？

渡邊：無駄なお金は使わない、普段はつましやかに生活するけど、何かあるときには集まって食事を楽しむという北欧型のライフスタイルになっていくと思う。

武長：もう居酒屋は止めたほうがいいのでしょうか？

渡邊：それは大丈夫。縮小するといっても7000億円もの居酒屋市場が残るのだから、そこで生き抜くことは十分可能だよ。

ただ、1つの考え方として、居酒屋の経営ってすごく難しいから、そのノウハウを使って、「食」の中での広がりを意識すべきでしょう。今、居酒屋が取れていないレストランや朝食のマーケットを狙う。例えば、





海外からの観光客は居酒屋に すごく魅力を感じている

ファミリーレストランと居酒屋って完全にマーケットが重なっているし、ファミリー向けの回転寿司店とか牛丼店にさえ重なっている部分はある。

海外進出もやはり選択肢の1つだ。先日訪ねたインド。むこうでは今、日本円で4000～5000円はする和食の店が大人気で、あまりの行列に見ているこっちの気が遠くなりそうだった（笑）。そこに自分たちが出て行って負けるとは思えない。

武長：もし渡邊さんが今、僕たちくらいの年齢で5～10店舗の居酒屋を経営していたら、どうしますか？

渡邊：う～ん。面白い質問だ。何といってもマーケットが拡大しているから、介護の方を徹底的にやるだろうね。ただ、誤解してほしくないのだが、縮小する市場の中で生き残る答えは、会社によって違う。会社の数だけ、その会社の文化があって、その文化こそ、その会社の強みなんだから。ワタミには『『ありがとう』を集める』という文化がある。だから介護にいくのであって、ほかの文化を持つ会社には、ほかの答えがあるはずだ。

高橋：うちの会社では社員の終身雇用を目的に居酒屋から事業領域を広

げようとしています。若い社員が可能性を試すための海外への進出、訪問客が味噌作りや陶芸もできる滞在型の農場、そして旅館ビジネスです。高齢化が進む中で、中高年層は人生の残り時間をどう充実させるかを意識すると思うんです。

渡邊：外食が持つおもてなしの心を生かせるし、非常に良い判断だと思うね。

編集部：中国人観光客のビザ発給要件の緩和もあり、日本を訪ねる旅行者が今後、増えそうですが？

深見：確かに海外のお客さんは増えていて、うちは従業員に帰国子女の子が1人いるので、その子を先生に社内英会話教室を始めました。週3回とか教えてもらっている子もいますよ。

武長：うちはデジタルフォトフレームで料理写真とメニューの英語名・価格を見てもらっています。言葉は通じないのでビジュアルで選んでもらうためです。

渡邊：海外からの観光客にとって居酒屋はすごく魅力的だ。居酒屋に行けば日本食がなんでもあって、全部食べられるんだから。雰囲気も気楽だし、リーズナブル。日本酒も海外

で凄いブームで、一番クールな飲み物なんだ。例えば、居酒屋って中国の若者にとってすごくカッコイイところなんだよ。

みんなは、「居酒屋甲子園」の活動を通じて、力を合わせているんだから、海外からの観光客に対して、「ここに行けば間違いなし」という居酒屋選びの情報発信をしたら、とても大きな効果があるだろうね。中国の旅行会社に働きかけるのもいい。ワタミと一緒にやろうか！（一同・笑）

