焼肉新聞
YAKINIKU SHINBUN
あたらしい視点で焼肉を伝える情報紙
Vol.5
発行：事業協同組合 全国焼肉協会
東京都北区王子 2-30-2　☎03-5959-3271
http://www.yakiniku.or.jp/
編集：株式会社 日本食糧新聞社
広告：株式会社 横浜エージェンシー＆コミュニケーションズ
展示会：株式会社 エヌイーオー企画

キムチを語れ

知って食べればおいしさ倍増！

酸味と辛味が独特に合わさった真っ赤な汁に、どっぷり染まった白菜やキュウリ。それを見ると、否が応でも炊きたてほかほかのご飯と共にいただきたくなる人は多いはずだ。しかもキムチの楽しみ方はそれだけではない。チゲ鍋、チャーハン、ラーメン、豚キムチ……他の食材とのコラボレーションも得意とするキムチは、われわれの食欲をそそる天才ともいえる。今回は、キムチをあらゆる角度から掘り下げ、語り尽くそうという企画。これを読み終えたころには、キムチを楽しめる焼肉店へ駆け込みたくなっているはずだ！

なぜ、キムチはそんなに日本人を魅了するのか？

キムチは断トツ人気の漬物

日本人はキムチが好きだ。それを裏付ける資料がここにある。キムチは、どの漬物よりも断トツで生産量が高く、日本人が好きな韓国料理の中でも高支持率を得ている。

２０１４年の漬物総生産量は約70万t。そのうち約20万tがキムチだ（図1）。1999年に、それまでトップだった浅漬けを抜いて以来、第1位の生産量を保ち続けている。古くから日本の食卓で親しまれてきたぬか漬けや梅干しは、それぞれ5万t、2・6万tとなっており、現代ではキムチがいかに身近な漬物として扱われているのかがうかがえる。また、日本人が好きな韓国料理でも、キムチは焼肉に僅差で続く第2位（図2）。これらのことから、日本人はキムチが大好きで、よく食べているといえるだろう。

図1　漬物の生産量（上位10）

食品需給研究センター調べ
（食品製造業の生産動向調査／2014年）

図2　日本人が好きな韓国料理

NHK放送文化研究所日韓市民意識調査
（『放送研究と調査』／2010年11月）
（注）全国20歳以上の男女に対する個人面接法による調査。調査有効数は1,473人。

焼肉とセットが定番

日本では、戦後間もないころに在日朝鮮・韓国人が始めた焼肉店で、焼肉と一緒に提供されたのが、キムチの普及の始まりといわれている。「焼肉にはキムチがセット」がお決まりのスタイルとなり、日本人に人気のメニューへとのし上がっていった。そして今では、焼肉店では多彩なキムチを楽しめるだけでなく、スーパーやコンビニでも多くの商品が並び、家庭でも手軽に食べられるようになった。時代を経たキムチは、〝焼肉のお供〟であり続けると同時に、〝単品でも親しまれる食品〟にも変貌し、その存在感を高めていったのだ。

大量消費の裏側にあるキムチの魅力

こうしてキムチの大量消費時代が築かれたわけだが、その背景の一つには日本人独自のキムチの利用方法があるだろう。韓国の料理には、われわれでいう醤油のように、コチュジャンという辛い調味料が使われる。しかし、日本には同じ類のものがない。そのため、キムチチャーハンやキムチスープのように、辛い味付けのためにキムチを調味料代わりに使うことがある。本場の食べ方と異なる、キムチの幅広い使い方が多くの人の食欲を満たしているのだ。

またもう一つには、発酵食品であることの健康効果や、唐辛子のダイエット効果など、キムチに秘められるさまざまなパワーへの期待が考えられるだろう。

魅力たっぷりのキムチ。次ページでも、キムチをとことん語り尽くそうじゃないか。

２面特集：キムチの基本を押さえる

1日14時間勤務のド根性

カリスマ店員の心得

焼肉彩苑
㈲ライズ　じゅうじゅう亭
所在地＝山口県宇部市浜町2―2―2
アルバイト 岡本　幸恵　さん（26歳）

岡本幸恵さんは入店6年目のアルバイト店員。店頭案内を主業務に定休日と日曜以外は午前9時～午後11時まで勤務するという、まさに同店の顔役。社員顔負けのスーパーアルバイトだ。かねて入社を懇願されているが「一番忙しい日曜に、私用で出勤できないので……」と遠慮して現状に至る。とはいえ、日曜日も午後5時～11時まで、できる限り出勤するド根性ぶり。しかも、男性客からアイドル視されるモテ系と聞けば、これを読んでいる焼肉店の社長は、ぜひとも好待遇で引き抜きたいところだろう。

その岡本さんは、大学生アルバイトに対する熱血指導でも評価が高い。「まずは笑顔であいさつ、そしてチームワークを大切に。就職して社会人になってから『じゅうじゅう亭で働いて勉強になったな』と感じてほしいのです」（岡本さん）。そして指導方法では「皆に同じことを言っても個人に伝わりません。一人一人にきちんと向き合い、オーバーすぎるほど細かく丁寧に、根気強く繰り返し伝えます」と、スパルタも辞さない熱意を心掛けている。

岡本さんの働きぶりについて李洋平社長は「今後の成熟社会に向け、どこの会社もコミュニケーション能力を求めています。飲食店は、年齢も思考も異なるスタッフが一致団結して、全く知らないお客さまを満足させる、コミュニケーション第一の仕事。岡本の指導は大学生アルバイトの将来に必ず役立つと思います」と大鼓判を押す。

社員顔負けの顔役