

データ&トピックス

外食業界・消費者動向

SNSで客と親密に
料理以外の投稿にも注目

日本での登録者が768万人を超えたとされるサイトのフェイスブック。客とのつながりを深める道具として利用する飲食店も増えた。目立つのは画像を上手に利用するケース。

フェイスブックでのコミュニケーションが客の囲い込みに繋がっている。ネットで繋がった客が店に抱く親近感は想像以上に強い。フェイスブックの利用者の多くは、自分のプロフィールをかなり詳しく公開している。個人情報共有してあればトラブルも起こりにくい。フェイスブックに限らずSNS(ソーシャル・ネットワーク・システム)による交流サイトは店と客の心理的な距離をぐっと縮めてくれる便利なツールといえる。使わない手はない。

ツイッター集客を指南
飲食店向け無料セミナーなど

サントリー酒類は集客にツイッターなどのソーシャルメディアを使う意向の飲食店を支援する。主に、クーポン発行の効果的な時間帯や天候を反映した内容など、ツイッターを使った集客術を指南する。専門講師によるセミナーを開くほか、3カ月の個別指導も手がけ、マニユアルも配布する。

間の個別指導も手がけ、マニユアルも配布する。

サントリーによると、取引先の飲食店から「ツイッターのアカウントを持っていないがどうやって販促に生かせばいいのか解らない」といった声があいついでいるという。

セミナーでは、ツイッターに使う写真の撮り方や曜日別ラン

空海！感動の言葉 — その2

未熟な学問の者は、優れた人材を過少に評価する。

末学、大虚を小室に逃す(「秘密曼茶羅十住心論」)
「大きな丘(大虚)を小さな部屋に隠(逃)すって、そりゃあ、いったいどういことなんだい? まさか巨漢力士の把握都を四畳半の部屋に閉じ込めるんじゃないだろうね」

「あつ、それはよいたとえです」
大虚は大きな力とも、大きな能力とも解釈していいでしょう。それが見えないので相手を過少評価し、長い間冷や飯を食わせている例は世間に多いのです。

外国から来た力士が熱心にけいこを積んで勝ち進み、横綱になる実力をつけてきたとします。横綱を審議する人たちが、もしも「相撲は日本の国技で

ちやデイナーの効果的なつづき方法などの実践例を紹介する。サントリーはこうした取引先支援から集客ノウハウを磨き、取引先の満足度を高めるほか、新規開拓にも繋げる考えだ。(日経MJより)

グルメ誌の特集紹介

料理通信/5月号

特集1 シェフ100人

今日から実践できる「必要とされる店」141の仕事術。

レストランはどうあるべきか?

が問われています。若手からベテランまで、フレンチ・イタリアン・和食・中華料理のシェフ100人が登場。シェフたちが描くウイジョンの中に、これらのレストラン像「必要とされる店」づくりをあぶり出します。今、注目すべき支配人9人

料理だけでなく店としての総合力が求められる時代です。そこで注目すべき若手オーナー支配人の店づくりをクローズアップ。トロノミーはシンプルで軽快で「使い勝手のいいヤツになる」。必要は無駄は残す。「日本式

「必要は無駄は残す」「日本式が問われています。若手からベテランまで、フレンチ・イタリアン・和食・中華料理のシェフ100人が登場。シェフたちが描くウイジョンの中に、これらのレストラン像「必要とされる店」づくりをあぶり出します。今、注目すべき支配人9人料理だけでなく店としての総合力が求められる時代です。そこで注目すべき若手オーナー支配人の店づくりをクローズアップ。トロノミーはシンプルで軽快で「使い勝手のいいヤツになる」。必要は無駄は残す。「日本式

「必要は無駄は残す」「日本式が問われています。若手からベテランまで、フレンチ・イタリアン・和食・中華料理のシェフ100人が登場。シェフたちが描くウイジョンの中に、これらのレストラン像「必要とされる店」づくりをあぶり出します。今、注目すべき支配人9人料理だけでなく店としての総合力が求められる時代です。そこで注目すべき若手オーナー支配人の店づくりをクローズアップ。トロノミーはシンプルで軽快で「使い勝手のいいヤツになる」。必要は無駄は残す。「日本式

「必要は無駄は残す」「日本式が問われています。若手からベテランまで、フレンチ・イタリアン・和食・中華料理のシェフ100人が登場。シェフたちが描くウイジョンの中に、これらのレストラン像「必要とされる店」づくりをあぶり出します。今、注目すべき支配人9人料理だけでなく店としての総合力が求められる時代です。そこで注目すべき若手オーナー支配人の店づくりをクローズアップ。トロノミーはシンプルで軽快で「使い勝手のいいヤツになる」。必要は無駄は残す。「日本式

飲食は「逆転のマーケティング」時代へ

最近の繁盛店に共通しているのは、売り上げ重視から客数重視にシフトしていること。「原価率」「客単価×客数」といったこれまで常識とされた経営指標よりも、「客一人当たりの利益」を重視しています。

「原価率」「客単価」の発想を捨てるべきです

まずは、「原価率」「客単価」発想を捨てるべきです。いまの顧客は、単価が高かることが安がるのが、「原価率」が見えるような料理を出す店には行きたくありません。東京・新橋の「俺のイタリアン」では輸入価格の値段そのまま高級キャビアを提供しています。神楽坂の「竹子」や六本木の「松ちゃん」、渋谷の「すみれ」などメガ居酒屋を展開する竹ちゃんグループは、生ビール180円、オープ

ン記念の数カ月は、「生ビールハイボール80円」を売りにしています。完全に原価割れですが、パランスのいいメニュー構成を見ると、トータルではしっかり利益を確保していま

これらの店が大手チェーン店と違うのは、集客のための値引きではなく、あくまで「顧客を楽しませるためのキーコンテンツ」であることです。だから、注文の少ない客でも店は追加オーダーを取りに行かないし、追い出しをかけたりしません。客にとつてはそのアバウトな接客が心地いいのです。

客は行きたい店に行き使いたいカネを使う

いまの顧客は、「こういう店がほしい」「こういう店で飲みたい」と決めてから店に行きます。そしてまた、「この店なら、これぐらい使う」と決めているのです。だから、店側が「これだけ使ってくれないと困る」と考えていても、そうは問屋が卸しません。つまり「客単価」に顧客の「属性」を求めても仕方ない時代なのです。客は「行きたい店に行き、使いたいカネを使う」のです。よ

「一流のカジュアル店」も増えていきます。「俺のイタリアン」の母体、バリュークリエイトがバックにしているという「銀座しまだ」。ミシュラン星付きの「麻布幸村」出身の島田さんが店主の「スタンディング割烹」

「一流のカジュアル店」

「俺のイタリアン」

の母体、バリュークリエイトが

バックにしているという「銀座

しまだ」。

ミシュラン星付きの「麻布幸村」

出身の島田さんが店主の「スタンディング割烹」

が店主の「スタンディング割烹」

が店主の「スタンディング割烹」

です。食材と料理の腕は一流、値段は格安という業態。小鍋を含めた小皿割烹料理が500円均一で食べられます。

神楽坂には最近、麹町のフレッシュレストラン「オーグールドジュール」が「フレンチ前菜食堂ボン・グウ」をオープンしました。「ボン・グウ」盛り2900円。ほか、1000円以下のアラカルトも豊富です。グラスワインも500〜800円。カルトとグラスワインだけでも、「オーグールドジュール」ワールドを体験できます。

4月12日には、2002年度全日本最優秀ソムリエの阿部誠さんがプロデュースする「馬喰町 東京ぶどう酒店」がオープンしました。メインコンセプトは、まさに「一流のカジュアル」です。料理は、都内の一流ホテルやフランスで研鑽を積んだ経験豊かな中村達也シェフ、料理全般のアドバイザーにホテル西洋銀座の総料理長である広田昭二氏を起用しています。

これからのマーケティングは、「店の価値観」から「客の価値観」に逆転してくるでしょう。そこがポイントになります。(フードスタジアムより)

「店の価値観」から「客の価値観」へがポイント

心と心をニュースで結ぶ

コヤマ新聞

THE KOYAMA SHINBUN

2012年 5月 NO.88

発行: 株式会社 コヤマカンパニー

〒569-0803

高槻市高槻町19番号

tel : 0120-21-0852

fax : 072-683-0087

mail: web@koyama2525.co.jp



食ビジネス考

食ビジネス考

食ビジネス考

コヤマカンパニー I S O 委員会より
 本紙読者の皆さまのおかげで、ペットボトルのキャップが4月5日現在で48万960個になりました。ワクチンにして601人分。世界の子供たちの尊い生命が救われています。今後ともご協力のほどよろしくお願い申し上げます。
 また、コヤマカンパニーでは、両面印刷済のコピー用紙、古いパンフレット、郵便物の封筒など、すべての紙類のリサイクルにも取り組んでいます。毎日のゴミの量が半減しました。このほかのエコ活動にも積極的に取り組んでいきたいと思っています。アイデア、ご提案などございましたらぜひお寄せください。

従業員教育の一つのヒント (37)

言行一致の人は魅力的です。契約書に書いてあることを実行すると、相手は信用される。信用されるのは当たり前です。小頼性が低下するのは、誰にも明らかです。会議や公の場での発言であれば、結構、言行一致が多いのですが、日ごろの小さなことに対する言葉に責任を持つことが重要なので、

部下や若手に「そのうちに飲みに行こう」と空手形を乱発している上司は、きわめてみつともない。人間力がありませぬ。

約束なるもの、相手が社長であるうと、相手が新人社員やアルバイトであるうと、関係ありません。大きな約束や

言行一致の人は魅力的です。契約書に書いてあることを実行すると、相手は信用される。信用されるのは当たり前です。小頼性が低下するのは、誰にも明らかです。会議や公の場での発言であれば、結構、言行一致が多いのですが、日ごろの小さなことに対する言葉に責任を持つことが重要なので、

部下や若手に「そのうちに飲みに行こう」と空手形を乱発している上司は、きわめてみつともない。人間力がありませぬ。

約束なるもの、相手が社長であるうと、相手が新人社員やアルバイトであるうと、関係ありません。大きな約束や

言行一致の人は魅力的です。契約書に書いてあることを実行すると、相手は信用される。信用されるのは当たり前です。小頼性が低下するのは、誰にも明らかです。会議や公の場での発言であれば、結構、言行一致が多いのですが、日ごろの小さなことに対する言葉に責任を持つことが重要なので、

部下や若手に「そのうちに飲みに行こう」と空手形を乱発している上司は、きわめてみつともない。人間力がありませぬ。

約束なるもの、相手が社長であるうと、相手が新人社員やアルバイトであるうと、関係ありません。大きな約束や

小さなことでも言行一致、言々一致を徹底すること

「全国繁盛店総点検」～1～

J R立川駅から徒歩4分の住宅地という悪立地にもかかわらず平日でも連日満席という人気店が、ワインバーの「千年葡萄家」です。2、4人のグループ客が多く、年齢は30歳前後。女性客が6、7割を占めます。
 オープンから2年の新しい店ですが、販促には一切お力ネを使わず、口コミで常連客を増やしてきました。
 その強味が、料理とワインのコストパフォーマンスの良さ。追求しているのは、「食事を終えたときに、(思ったより)安かったな」と感じてもらうこと(苦米地紘史店長)です。
 同店にはその工夫が随所に見られます。
 例えば、店内に常時100本以上置かれているワインボトルには、すべて白字のマジックペンで、販売価格が書かれています(写真)。価格帯は1800円から4000円台までが多く

千年葡萄家 (東京都立川市)
 ワインリストを置かないワインバー
 コスパの良さで平日でも連日満席



写真は店内に常時100本以上置かれているワインボトル。白字で販売価格が書かれています。

1万円以上のものはほとんどありません。
 注文時には、スタッフがお客様の嗜好に合わせて、数種類のワインボトルを「候補」としてテーブルまで持ってきてくれます。値段が分からないまま高いワインを注文してしまつて後悔するというストレスを与えない工夫です。ちなみに、ワインリストは置いていません。お客との会話のきっかけを作るためです。
 料理メニューは、グラントメニユーで24種類、日替わりで8種類あります。価格帯は200円から900円(外税表示)。580円という価格帯が最も多く、1000円以上の価格になる料理は置かないと決めていいます。人気メニューの一つ、「アランチョヴィボテ」(3800円)は、1皿にジャガイモを2個半、3個も使ったボリューム感が好評です。
 パケットが1人1000円で食べ放題というのも同店の特徴。スープにひたして食べられる料理「ツプ貝のブルゴーニュ風」が出数NO1の人気です。お客にしてみれば、パケットを好きに食べられるので、料理を頼みます。

世界に冠たる日本酒

その七十九 ● 「味わう」をなぜ「きく」といつのか

日本酒のよし悪しを官能鑑定することを「酒をきく」とか「きき酒」といいます。正式には、まず目で色の具合を見てから静かに香りを嗅ぎ、それからごく少量を口に含んで味を吟味して、それらの結果から酒の出来具合を総合的に判定します。したがって、きき酒という行為の本来の意味からすれば、「見る」「嗅ぐ」「味わう」といった動詞が当てられてよさそうなものですが、なぜか「きく」といいます。
 ちなみに、通常国語辞典では「きき酒」の漢字表記として「聞(き)酒」または「利(き)酒」が用いられており、一般によく使われる「聞く」という字は漢和辞典にも載っ

「聞香」もあり古くから
 「嗅ぎ分ける」を「聞く」

ていない当て字です。日本語の「きく」という言葉には多くの意味があり、この音を持つ漢字も「聞く」「聴く」「利く」「効く」などいろいろあります。これらの漢字のうち「聞く」は、もともととは声や音に反応する耳の感覚を表す字ですが、「においを嗅ぐ」という意味も持っています。
 たとえば、わが国には香を薫いて楽しむ香道という芸道があります。ここでは、香りを嗅ぐことを「聞香(ぶんこう)」といいます。聞香に「鼻にて聞けば」という表現が見られます。「広辞苑」によると、「聞く・聴く」には「『利く』とも書く」物事をためし調べるといふ意味もあり、その語義を細分すると、嗅ぎ試みることを「味わい試みる」と、などに分けられます。そして、用例として古典から引

さあ、あつまろう
 高槻ジャズストリート

今年で早くも14回目を迎えた高槻ジャズストリートですが、恒例どおり5月3日、4日の2日間、高槻現代劇場大ホールや高槻城跡公園市民グラウンドなど、高槻市内の46会場で賑やかに開催されます。
 各国各地から来演するミュージシャンは約600グループ3000人。注目されるのは米国からのスコット・ハミルトン(サクソフーン)、英国からのエド・ジョーンズ(同)、日本では宇崎竜童、フライド・フライド、中本マリ、ほか。
 野外のメイン会場、市民グラウンドには200卓800席のレストランが出現、ビールを飲み焼きそばなど食べながら、特設ステージでのジャズの演奏を楽しめます。
 当日は10万人を超える聴衆が来場、2日間、高槻の街は大いに盛り上がりです。
 なお、株式会社コヤマカンパニーも高槻ジャズストリートに協賛しています。



(写真は昨年の演奏会場風景)

(日本酒百味百題)