

心と心をニュースで結ぶ

コヤマ新聞

THE KOYAMA SHINBUN

2015年 3月 NO.122

発行：株式会社 コヤマカンパニー

〒569-0803

高槻市高槻町19番7号

tel :0120-21-0852

fax :072-683-0087

mail:web@koyama2525.co.jp

食ビジネス考

「四十八漁場」は宮崎・日南市の養鶏場づくりから始め、宮崎の自社漁船で漁師が朝獲りした鮮魚をその日に東京の店舗に運びます。そうした

ただし食品関連業界ではノンフィクションが必須

いまマーケティングの分野では、「物売るな、物語を売れ」という言葉が注目されています。ストーリーブランディングの専門家、川上徹氏が提唱しており、売れない時代に物やサービスを売るためには、物ではなく物語を語ることで「独自化」「差別化」していくということです。

これは、外食業界で言えば、奇跡の急成長を遂げたエー・ピーカンパニーがその事例の代表店舗である「塚田農場」や

ノンフィクションでさえあれば、そのストーリーが決して美談である必要はありません。要は、顧客一人ひとりの心に響くことが大事なのであって、いかに「いいね!」をもらえるか、共感・共鳴してもらえるかが肝心なのです。

たとえば、「のどろろの煮付け」(1980円)と「かぶと焼き」(3000円)、「白子

今年のリサーチのテーマは、「飲食店における価値観とは何か?」を徹底的に追求すること。そして、「EAT GOOD」生産者、飲食店、顧客の「イイ関係」を築いていく店を探ること。「顧客価値」を提案し、生産者と顧客をつなぐイイ関係を築くには、「物語」づくりが不可欠です。

先日、リサーチで訪ねた丸の内国際ビル地下1階の「築地もったいないプロジェクト 魚治」は、まさにいま時代が求めている「物語」を体現したような店

顧客はすでに、その「もったいない劇場」という物語の出演者の一人になっているのです。ガッツリ肉を食べるために、「登山する」という吉祥寺の「肉山」、サンフランシスコからやってきた「焙煎して24時間以内の豆しか売らない」という「ブルーボトルコーヒー」なども物語を売っていると言えるのではないのでしょうか。これからの飲食店経営者は、優れた「ストーリーテラー」であるべきです。(フードスタジアムより)

飲食店における価値観とは何か?

物売るな、物語を売れ!!

世界はシンプルで、人生は思いどおり

フロイト、ユングに並ぶ
心理学の巨人が出した 幸せの答え



アルフレッド・アドラー／人生に革命が起きる100の言葉

⑤

子供は「感情」でしか大人を支配できない。
大人になっても
感情を使って人を動かそうとするのは幼稚である。

生まれたばかりの赤ん坊は言葉
を話すことはできません。「おっぱいが欲しい」「おしめが濡れて気持ち悪い」「淋しいから抱っこしてほしい」。それを伝える唯一の方法は「泣く」という感情表現だけなのです。

子供は1歳に満たないうちから
性格形成を始めます。つまり、言葉
を話す前から性格がで始める
のです。「泣いたり怒ったりする
ことを通じて、すべてを手に入れ
られる」。赤ん坊の頃からそれを
「学習」した子供は、その成功パ
ターンを「性格」として刻みつけ
ます。そして、子供時代も、さら
には大人になってからも、その「性
格」を使い続けるのです。

子供時代の成功パターンを繰り返
し、子供時代の成功パターンを繰り返
し利用しているのかもしれない
。怒りで周囲を動かそう。涙で
相手を思い通りに動かそう。そう
しているのです。

しかし、感情だけがものを
達成する唯一の方法ではありません
。にもかかわらず、大人になっ
てからも感情表現で人を動かそう
とする人は、内面的に幼稚なまま
だ、といえるでしょう。

(ダイヤモンド社)

●外食業界・消費者動向
業態の溶ける境界に商機
コンビニで「よい飲み」
「居酒屋だと長居して3千円
かかるが、ここなら1千円前後
で済む。サラリーマンにとって
はうれしい」。

食料品店シスカ日本橋店は、
コンビニのミニストップが昨年
9月に開業した新業態店。売り
場面積は約90㎡でイートインコ
ーナー17席。輸入ワインやビー
ルなどアルコール類を約200
品目や高級缶詰などを揃える。
「よい飲み」需要の狙いが当
たり店内は賑わう。

コンビニで外食の客を取り込
む動きが広がってきた。ファミ
リーマートも外食のフジオフー
ドシステムと組み、定食店とコ
ンビニの複合店を昨年7月に
出した。コンビニの中に飲食が
できるスペースを設置し、定食メ
ニューなどの「出来立て」を食
べることができる。

食品スーパーでは、店内のイ
ートインのスペースを拡充する
動きが相次ぐ。収益源である中
食需要と外食需要の取り込みを
狙う。

ライフコーポレーションは昨
年11月、横浜に直営カフェ「ラ
イフカフェ」を開いた。生パス
タやピザなど18種類を揃える。
ヤオコーでは千葉・市原のシ
ョッピングセンター内の店舗改
装に合わせ、「ヘルシーサポー
ト」を設けた。客の注文に応じ
てカスタムメイドのサラダやサ
ンドイッチをその場で製造販売
する。

いなかやでも店舗改装や新店
開業に伴い「くろぎスペース」
と呼ぶ飲食スペースを増やして
いる。(日経MJ)

データ&トピックス

▽料理天国／3月号
大特集 ワインカフェ・ビスト
ロ・オステリア／挑戦する若き
シェフたち
・夢を叶えたシェフの次なる挑
戦／「フレンチレストラン フ
ロリレージュ」川手寛康さん
・原点に帰って「有機」「ロー
カル」「自由」な店／「アパ
ロツ」川島宙さん
・10坪で独占する「ビストロ
ハナタニ」花谷和宏さん
・10年続くビストロの力／「ラ
ミティエ」宮下清志さん
・トップシェフがプロデュース
するビストロ／「マックスボル
ドー」松石匡伯さん
・オンリーワンの店づくり／「
シェ・ササコ」笹川絵巳子さん
・若き料理人の夢の舞台／「ラ
・ロシエル」星野リゾート」
で働いてみませんか?
・「おいしい日本」再発見 in
新潟県／「レストラン リュ
ーズ」飯塚隆太さん、「レストラ
ン ラッセ」村山太一さん
・安芸国・広島冬の恵み 牡
蠣・レモン／「ナチュラル フ
レンチ レストラン ヌーヴェ
ルヴァーグ」高田展久さん
・みやぎ食の魅力発信プロジ
ェクト 宮崎フードマンス開催
します／「レストラン モナリ
ザ」河野透さん

居酒屋に入るのもタイヘンなことになってきた。何しろ「自分を確認する場所」なんだから（新潮新書「居酒屋を極める」より）