

配達や営業先で聞かれること・・・

他店の状況は？

他店の売上は？

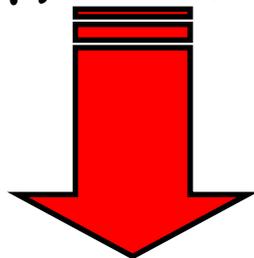
次に流行るのは何？

売れる商品って何だろう？

集客するにはどうするの？

きっとどのお店も情報が欲しいのかもしれない！

毎月の情報紙を発行してみてもどうだろうか？？



★問屋としての業界・食品・流行に関わる情報を提供します★

**ニュースレター発行決定！**

**6月スタート！**

# 祭 ニュースレター創刊号 祭

拝啓 貴社いよいよご清祥のこととお喜び申し上げます。平素は格別のお引き立てを賜り、ありがたく厚く御礼申し上げます。この度先月発表したニュースレターの発行に踏み切りました。他店舗の状況・施策・アイデア・業界の今度の動向。そんな情報からたい焼やたこ焼に限らず幅広く「食」について情報を発信していきます。

お客様との世間話のネタにしていだければ幸いです。

敬具

## オリジナル商品への需要の高まり

近年お客様の要望で多いのが「オリジナル〇〇」の材料です。他店にはない食材を使用することで差別化を図る。そんなお店が増えています。オリジナルミックス粉、オリジナルソース、オリジナル包装製品など。そのお店のレシピ通りの味で配合し仕上げる。そんな商品が需要として高まっています。

ただ、ひとつ問題なのがロット（量）です。特別な商品になるので出来上がる量が多すぎる。個人商店では消費しきれない・・・。

ここが最大の課題です。そんな課題を解消したい。そこで弊社ではミックス粉に限り200kgから製造可能にしました。通常の手業者は2t。そんな小ロットの製造を弊社では受注できます。今後他店舗展開を考えている人は是非検討してみてくださいはいかがでしょうか？

## たい焼ブームの後は？

4, 5年前に始まった「たい焼」ブーム。薄皮に始まり、白いたい焼、お好み焼たい焼など多数の会社が挙って出店しました。弊社にも問い合わせが多く寄せられました。そして今年。そのブームは終焉を迎えようとしています。その反動が昨年から見受けられるようになりました。「売れなくなった」そんな話をよく耳にします。ただ、決してたい焼の売上が「0」になることはありません。少ないお客様の中でどのようにして買ってもらうか？今よりも美味しく仕上げる研究をするチャンスかもしれません。

## 震災後の今後・・・

3月の大震災後、食品業界も影響は出ているようです。夏祭りは昨年に比べ5分の1に減ったそうです。また行楽地でもあるお台場のマ●ドナル●さんでも昨対比の売上が70%というお話も聞きました。そして繁華街（新宿・六本木・渋谷・池袋など）の居酒屋も大変苦戦を強いられています。3月11日を境に地元で飲む人が増えているようです。遠出をしない。お金を落とさない。そんな閉塞的な空気を感じてしまいます。

これから夏に向かって増えるイベントの海水浴やプール、花火の集客もまったく読めないのが現状です。1000年に一度の大地震です。経済情勢がおかしくなって当たり前なのかもしれません。①材料費②営業時間③人件費④ロス率⑤メニュー内容⑥店内の清掃⑦店内のPOP⑧のぼりの数。お客様目線でお店を見直してみるいい機会なのかもしれません。





# ニュースレター第2号



## 冷やし〇〇のブーム到来??

近年の7月～9月にかけての3カ月間の気温は急上昇しています。そんな季節の飲食店は閑散期です。暑い季節に食べてもらう。そんな考えから「冷やし中華」や「ざるそば」なんてメニューができたのでしょうか??そんな飲食業界にとって辛い期間ですが、新しい風を吹かせようとしている商品が出てきました。そんな商品をいくつかご紹介します。

① 冷やしメロンパン

中のクリームを冷やし、パンも固くならない生地を開発し昨年大ヒット

② 冷やしラーメン

スープ、具、麺、全てひんやりしたラーメンです。発祥の地は山形県。

③ 冷やしカツ丼

炊き立てのご飯を水で洗い、揚げたてのカツを乗せ、冷やした出汁をかけて食べます。

④ 冷やし焼ドーナツ

数年前に流行った焼ドーナツの冷たいバージョンです。カロリーが低く女性に人気です。

⑤ 冷やしたい焼

一昨年あたりから薄皮たい焼店の夏商品として登場。中に生クリームを注入して洋風に仕上げています。

⑤の冷やしたい焼の材料はご用意できます。必要な設備は冷蔵庫と冷凍庫です。興味あるお問い合わせください。販売期間は5月初旬から9月末日頃までです。

## 値下げをしたお店の動向



昨年の冬からたい焼き屋さんの売上は下降気味です。

そんな状況を打破しようと値下げに踏み切ったお店のお話です。ここのお店は毎月定期的に値引き販売を開始しました。120円、130円、150円と価格帯の違う商品を一律100円にして販売。すると売上は面白いように戻り店にも活気が出てきました。

しかし安売りの反動か、安売りでない日の売上は目に見えて落ち込みました。ただ、安売りの日に購入した新メニューを160円の商品を定価で買う人も現れてきました。1カ月トータルで見たお店の売上はアップしました。また、利益も大幅な凹みはなかったとのこと。

ミスタードーナツとほとんど同じ手法を取ったこのお店。値下げを始めたばかりですが今後の動向も報告していこうと思います。(この記事はお店の方に了解を得たうえで報告させていただいております。)



# 祭 ニュースレター 第3号 祭

## 震災後の食品業界の動向

先日、仕入先の人と打ち合わせで出たお話です。「阪神大震災の時は震災前と同じ出荷量に戻るのに10ヶ月かかった。今回はあの時以上の被害が大きいののでどれくらいかかるか不明ですね。」私はその当時まだ学生でした。しかし今回の震災で食品の動き方がガラリと変わるのを目の当たりにしました。

震災後、コンビニ業界は右肩上がりです。一方居酒屋は厳しい戦いを強いられています。全体の流れをみると消費が内向きに向かっている傾向にあります。

先日土曜日のお昼に牛丼店へ行きました。13:00頃でしたが家族連れで大盛況でした。席に座れず何も食べずに店を出てしまいました。男性で染まっていた牛丼店が大きな客層をつかんだ現われだと感じました。逆を言えば外食に掛けられる予算が家庭内で減っているともいえると思います。家計の見直しをするときいの一歩にメスが入るのは「食費」です。家賃を抑える為の引越しはまずありません。こんな時代の打開策を私なりに考えてみました。

## 極端な価格設定

### <価格設定>

- ・100円でおつりがくる価格設定。
- ・180円でこだわりの商品に仕上げる。

## オリジナル商品の開発

### <オリジナル商品の開発>

- ・たこの代わりに歯ごたえのある野菜を使用。
- ・たこの代わりにホタテを使用。
- ・あんことクリームチーズの2種類の中身を入れる
- ・冷やしたい焼に挑戦してみる

## 固定客の確保

### <固定客の確保>

- ・ポイントカードやスタンプカードの導入
- ・ブログやtwitterによる集客のアプローチ

あくまでも机上の理論ではありますが検討の際はご相談ください。

## 今年のお盆商戦は??

今年のお盆期間中はいかがでしたでしょうか?今年節電による大企業の夏休みが分散している印象を私は受けました。平日でも家族連れでショッピングモールは賑わっています。このような休暇の拡散は今後も続くと思われそうです。お盆が終了したから閑散期に突入。そんなことはないかもしれません。今後は暦に捕らわれない在庫も必要なのかもしれない。



# 祭 ニュースレター第4号 祭

## アイデア勝負で単価UP??

先日都内の百貨店の北海道物産展で見た商品を紹介いたします。右の写真は小樽の桑田屋さんが出店していた「ぱんじゅう」という商品。中にはあんこ、チョコ、クリームなどが入ったお菓子。形を見ると昔のたこ焼の吊鐘タイプの機械を使用して実演販売していました。通常たこ焼だと1コ50円～60円というところですが、この「ぱんじゅう」は1コ95円～。一口サイズのこの商品が95円の価格設定は強気です。



年々客単価が落ちて箱の使用量も減っています。核家族の増加が原因と思われまます。であれば1コの単価を上げて商品力を高めるという方法もひとつだと感じました。



## 営業場所のご提案

現在移動販売車の営業場所を提案できる体制を整えている最中です。現時点で確定しているのは以下の施設です。①川越モディ②大井競馬場の場内③ウィラ大井④イーアスつくば。移動販売車をお持ちの方はご連絡ください。条件や詳細をお伝えします。また、今後も場所は増やしていく予定です。このニュースレターにて報告いたします。

## 立地と商品の関係性

現在催事場を提供していただくデベロッパー様と商談の場の中で気づいた事があります。ある方のお話では3月11日を境に催事場の売上は約50%ダウンした。というのがありました。それだけ趣向品に対して財布の紐が硬くなった表れなのかと感じました。逆にたい焼ブームが去った今でも売れている路面店のお話も違う人から聞きます。この違いは何か？

やはり立地と街の客層をいかに読んで商品に反映させるか。これが勝負の分かれ道になっている気がします。

催事場であれば各店舗の客層やピークの時間帯の分析。路面店であれば通行料や男女比率、年齢層など。また、路面店は常に街の変化があるのでそれに対応できるメニュー構成も考えなくてはなりません。そういった分析に時間を割き、変化に対応することが継続して営業できる要素なのかと感じました。



# 祭 ニュースレター第5号 祭

## ひと手間ひと工夫でグレードアップ

サービスエリアやお祭り、レストランに映画館などでも販売されるようになった「フライドポテト」。様々な場所で扱われることでお客様には飽きられている感があります。簡単にひと手間加えて目新しさを引き立てる。そんな商品を紹介します。

「醤油バター」「チリ」「コーンポタージュ」「コンソメ」味のシーズニングで一風変わったメニューはいかがでしょう？ファストフードでも取り扱いがあるので認知度も高いです。是非ご興味のある方はお問い合わせください。

■各種500g入り @1600円～

1人前 3g～5gを使用

たこ焼のソースの代わりやトッピングにも面白いと思います。



## ★他店舗情報

今回は鶴ヶ島のお店を紹介します。残念ながら弊社のお客様ではありませんが、なかなか面白いアイデア商品を提案していたので行ってみました♪

お店の名前は「たい陽」さん。テレビでも写真の商品を紹介していました。写真は「ホットサンド」220円。

8枚切の食パンをたい焼きの板で思いっきり体重を掛けてプレスして仕上げます。中身はビーフシチューとトマトソースの2種類です。テレビの効果なのか人で溢れていました。

このほかにもたい焼きの中に卵とベーコンを入れた「ベーコンエッグ」や「明太ポテト」など奇抜なメニューが並びます。

あんこやクリームのほかにもこれだけのメニューがあるので

お客さんは待たされていました。ただ、中身を工夫することで飽きさせない努力が伝わります。ネタとしては面白いお店でした。



## お店のお知らせはいつから??

お店からの告知。皆さんはいつから掲載しますか??臨時休業日。新メニュー販売のお知らせ。など掲示する内容は様々だと思います。先日販売に関するセミナーに参加しましたが、貼紙のタイミングは1ヶ月以上前がベストだそうです。1ヶ月以上掲載していないと周知する力は半減するようです。

1ヶ月前の告知をするには計画的な営業計画が必要です。戦略を練ってこの冬を乗り越えましょう!



# 祭 ニュースレター第6号 祭

## 顧客の創造について

「販促アイデア絶対集」というタイトルの冊子がここに 있습니다。これはオタフクソースさんの活力フェアという勉強会のセミナーで使用されたものです。定期的に招待状が弊社にも来るので興味のある人は是非お声掛けください。招待券をお譲りします。また、この冊子のコピーが必要であればお譲りします。

さて、内容ですが、不況の中でいかに効率よく顧客を獲得、創造するかというものです。

「チラシを発行する。」「そのキャッチコピーは?」「本当に興味を持つのか?」「そして出来上がったチラシはどう配布するのか?」「駅前のビラ配りと店前のビラ配りの内容は同じで効果は?」といったものです。今後の営業に必要な不可欠な内容となっているので一読してみてください。チラシは弊社でも作成するのでお気軽にお声掛けください。

## お店の取材のお願い

この度、弊社のホームページが新しくなります。今までのよりも情報量を増やしていく予定です。今回はお客様の紹介ページも掲載します。写真、住所、インタビューなどを掲載しますのでご協力いただけるお店は是非お声掛けください。お店の宣伝になるかもしれませんのでご協力のほどよろしくお願ひ致します。ホームページ開設は12月下旬～1月上旬です。

## 値下げをせずに元気のある飲食店

牛丼、弁当、ドーナツ。今食品業界は値下げによる販売で活路を見出そうとしている会社がたくさんあります。そんな中、年々単価が上がっている業界があります。それは「ラーメン店」です。郊外店では290円のラーメン屋もありますが激戦区といわれる繁華街のラーメン店は値段ではなく味やサービスでしごを削っています。また期間限定メニューも日々考案されています。醤油、味噌、塩、とんこつと言った定番のスープをさらに手を加えて各店舗のオリジナリティとして提供しています。そして単価は1杯800円～。それでも行列は絶えないお店がたくさんあります。

先日栃木の蕎麦祭りに行きました。そこで感じたのはそばつゆの変わらなさでした。ラーメンの進化とそばつゆの変わらなさ。非常に対照的だと思いませんか?そして働くスタッフもラーメンは20～30代。蕎麦祭りのスタッフは50代前後。どちらが正解というのではないと思います。ただ、日々進化するラーメンにお客さんは高い値段でも惜しみなく支払います。たい焼やたこ焼もそんな進化があってもいいのかもしれない。あんこに白玉、栗、苺のトッピング。クリームにはフレッシュフルーツのトッピング。生地にはシナモンパウダーを振り掛ける。そんな斬新なアイデアとお客さんと考えるのも面白いかもしれません。





# ニュースレター第7号



## ディスプレイを工夫してみると…

左のディスプレイはあるたい焼屋さんの写真です。レジの横にこのウォーマーを設置しています。以前のウォーマーはお客さんには出来上がりの数が見えないタイプのものでした。写真のウォーマーに替えたならある変化が生まれました。それは注文の仕方でした。ウォーマーを見ながら「●●があるなら1つもらおうかな。」そんな一言でお客さんの単価は上がったのです。少しの工夫と投資でお客さんの財布を刺激してみたいかがででしょうか？



## 「かりんとう饅頭」はじめました

この度弊社でもかんとう饅頭を扱うことになりました。数年前少しはやったお菓子です。ブームは過ぎたものの市民権は得られました。たい焼や今川焼の販売店のレジの横に置いておくといいで買いが見込まれると思われまます。1個40g(100個俵)で90円～100円で販売が一般的な価格だと思います。弊社の卸価格は45円(税別)となっています。調理は解凍するだけです。冷凍保存されているのでその日に販売個数を決めて解凍すればロスリスクも回避されます。解凍は冷凍庫から出して3～4時間後が食べごろになります。これは好みでもありますが、冷凍のまま食べても実は美味しく食べられます。お客様への提案の方法はお店次第です。サンプルが必要な方はお声掛けください！今後もついで買いを訴求するような商品の取り扱いをしていく予定ですので、気になる商品を街で見かけた際はお問い合わせください！弊社でも取り扱えるかを検討します。



<http://www.toyoyoshi.co.jp/>

↑こんどホームページがリニューアルされます。是非閲覧ください！過去のニュースレターも閲覧できます。



作成者 株式会社豊吉 豊吉正徳