



ニュースレター第8号



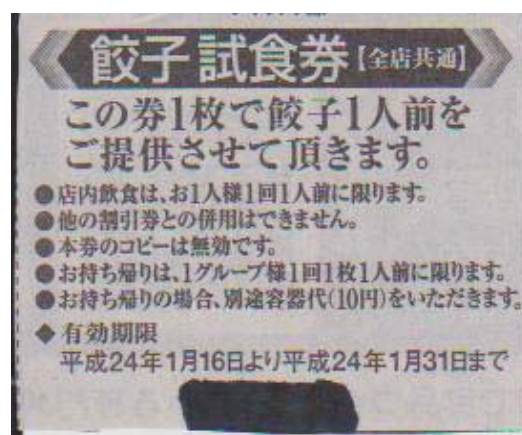
箱や包装紙の請求はできるのか？

原材料の高騰で仕入れが圧迫されている昨今。何とかコストを下げられないか？そんな声をよく聴きます。しかし原料を変更して味が変わるというリスクは避けたいもの。すると次に目が行くのが包材です。袋を簡易的にすることでコストを見直す。とてもスマートなやり方だと思います。袋を半分にカットして1コ用の袋を作成する。お客様にレジ袋の有無をお伺いする。そんな工夫に取り組むお客様も多いようです。

そして今回紹介するのは箱です。箱代を請求することはできるのか？ということです。先日ある朝刊に右のクーポン券が発行されていました。このクーポンで餃子1人前無料（試食）というものです。注目すべきは但し書きの部分です。

「お持ち帰りの場合、別途容器代10円いただきます」

という内容で記載されています。餃子は0円。でも容器は10円。本来なら容器は無料。そんな風潮が世間には浸透しています。しかし10円饅頭が台頭した頃から箱代を別途請求するお店が増えてきました。食品の売価に箱や袋の原価を組み込まずに売価を設定しているということです。現在箱を使用しているお店は年度が変わる4月頃をめどに検討してみてもいいと思います。



新ホームページ開設！

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

今年1月より弊社のホームページが新たにリニューアルオープンしました。今回のホームページではお客様紹介ページも掲載しています。写真付で御自身のお店を紹介して欲しい！そんなリクエストを募集します。掲載料はもちろん無料ですので、お気軽にお問い合わせください。また、季節商品や訳あり商品の紹介も随時更新する予定です。お客様の有意義な情報を発信する場になればと思っています。

先月紹介した「かりんとう饅頭」に続き、今月は**草大福**を紹介します。冷凍になつているので賞味期限も長く、扱いやすいのが特徴です。草の香りもしつかりしているので冷凍食品とは思えない美味しさです。かりんとう饅頭と併せてご検討ください。



草大福も扱えます



祭 ニュースレター第9号 祭

お店のキャッチコピーを考えてみる

＜お店のキャッチコピーはありますか？＞

車を運転していると面白いキャッチコピーが目に残ります。キャッチコピーで集客をするお店もあるくらいです。今回はそんなキャッチコピーの話です。

よく目にするのが「本格●●の店」「本場イタリアの●●●」「老舗の●●」などがあります。よく目にすることというのはありきたりという事。もう少しひねりを加えてみると面白くお客様に興味を惹かれるようになります。

「宇都宮で1番濃いミートソースの店」

伝えたいのは「濃い」ということ。濃いということは濃厚なソースだから美味しいのかな？？と連想させます。1度は見てみたくなりませんか？

「●●ピザコンテスト優勝者のいるお店」

これも最近増えてきているキャッチコピーです。美容院などでも使われます。スタッフのスキルを訴える文面です。話の種として1回は行ってみようと思わせるキャッチコピーです。

「1日1000枚売りたい焼き屋」

数が売れているお店→美味しいのかな？？そんな連想をさせて客数を増やす。そんな狙いがこの文面には含まれています。

いくつか例を挙げましたが共通して言えるのは、「美味しい」「うまい」という味覚の要素を一切入れていないということです。ポップやメニューを作成する時、どうしても味を伝えたいくなります。そこを我慢して見た目やスタッフの紹介を取り入れてみるのもひとつだと思います。

食の安全を聞かれた時

お客様から原材料の産地を聞かれたことはありますか？
原発の事故移行、牛肉を扱う焼肉屋さんの売上は大幅に落としています。そんな焼肉屋さんが風評を払拭するのに使った手法は書類の提示でした。

民間の検査機関に自社の肉の調査をしてもらいその結果を店内に掲げました。自信を持って食品を提供する。そんな姿勢を見せることでお客様からの信頼を得られました。
弊社でも各商品の商品規格書はいつでも提出できる体制を整えてあります。

必要な時は是非お声掛けください。

※右図は商品規格書の1例です。原本の塗りつぶしはありません。

平成20年3月31日

株式会社豊吉 豊中

製粉株式会社

商品規格書

品名		たい焼き	
一般分析規格		衛生規格	
水分	— ±0.5%	生産数	10000/日以下
灰分	— ±0.03%	大腸菌	陽性
糖類	— ±1.0%		
糖質	— ±0.3%		
原材料			
原材料名	原料原産国	アレルギー特定原材料 5品目	遺伝子組換え 20品目
小麦粉	アメリカ、日本	小麦	
砂糖	日本		
ブドウ糖	アメリカ、日本		
グラニュー糖	タイ、南アフリカ、オーストラリア、中国		
食塩	日本		
	欧州、韓国、他		
食品添加物			
添加物名	用途名	標準成分(100g当たり)	
酸味料(水素ナトリウム)		エネルギー	kcal
		水分	g
		たん白質	g
オーレグノール水素ナトリウム	香料	脂質	g
酸味料(水素ナトリウム)		炭水化物	g
		灰分	g
リボフラビン	着色料	水溶性	g
		食物繊維	g
		不溶性	g
		重量	0.0 g
		ナトリウム	0 mg
		食塩相当量	0 mg
		※計算値(五訂食品成分表参照)	
保存上の注意事項			
直射日光、高温多湿の場所を避けて保存してください。			
品質保証期間	製造後	3ヶ月	
食品への表示			
小麦粉、グラニュー糖、ブドウ糖、食塩、糖類、着色料(ビタミンB2)			
コンタミの有無	有	コンタミの表示	本品製造工場では卵、乳を含む製品を生産しています。



作成者 株式会社豊吉 豊吉正徳

“Wテイスト”で在庫を増やさずメニューを増やす術

3月7日のネット（東京ウォーカー）からの記事を読みました。そこにはコンビニ各社のおにぎりの革命について書いてありました。

今までのおにぎりの具は1種類。というのが一般的でした。しかしこれからは具を2種類にした合わせ技商品を投入するという内容の記事でした。「梅とおかか」「梅と明太子」「鮭とイクラ」「ツナマヨと昆布」「青しそとたくあん」などの開発、販売していくようです。

定番と定番を掛け合わせるメニューで潜在的ニーズをつかむのが狙いだそうです。これを読んだ時、たい焼きにも応用しているお店があるのでいくつか紹介します。

- ① あんこ+栗の甘露煮
- ② あんこ+豆乳クリーム
- ③ あんこ+白玉、ぎゅうひ
- ④ あんこ+クリームチーズ
- ⑤ あんこ+いちご
- ⑥ チーズ+マヨネーズ

<ポイント>

- ・常にお店に在庫がある商品（あんこ・クリーム・チーズ）と組み合わせる
- ・ハム+マヨネーズのように他に代用できない組み合わせは避ける
- ・1日限定〇〇個という見せ方で売り切れ終了にする
- ・トッピングしやすい固体（白玉や栗など）を使用するとロスは少なく収まる
- ・想像できない組み合わせは美味しくても売れにくいので避ける

狭いスペースで営業しているお店も有るので負担にならないような在庫量で種類を増やす工夫を考えるもの面白いと思います。また、豆乳クリームなどの見積みも随時受け付けていますのでお気軽にお問い合わせください。

夏へ向けての商品のご案内

今年もそろそろ暖かくなり、たい焼き、たこ焼きの売れ行きが悪くなり始める季節がやってきます。そんな中で夏でも程ほどに売れる商材を紹介します。

① 大阪焼（たい焼きや今川焼きの機械で作るお好み焼）

夏場ソース焼きそばが売れます。暑い日が続くと甘いものよりも塩分を欲するようです。そんなソースを使用した商品が「大阪焼」です。今使用している機械があれば作れます。また、価格も150円以上の価格設定でも売れるので夏場には最適だと思います。キャベツ、卵、ソース、マヨネーズで仕上げます。レシピとマニュアルも用意しているのでご興味ある方は是非お問い合わせください。

② 冷やしたい焼、今川焼

ひんやりしたたい焼きを提供したい。そういったお店の声を受けて開発した商品です。昨年のニュースレターでも紹介しました。生地、あんこは全て冷やし用に開発したものです。生クリームを中に注入するので洋風な商品ともいえます。こちらも価格は180円以上の設定ですが毎年売れています。冷蔵庫、冷凍庫があるお店は是非ご検討ください。





ニュースレター第11号

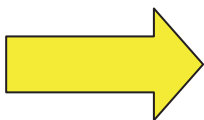


5個以上のお買い上げで1個10円引き

ある今川焼屋さんのタイムセールスのうたい文句です。夕方になるとこのセールは始まります。値下げすると怖いのは決め打ちのお客様。値下げされないと買わないお客さんが増えてしまいます。そんな不安を解消するのが表題の値下げ方法です。

例)

- ① 120円の商品×2
- ② 130円の商品×2
- ③ 150円の商品×1
- 合計 650円



- ① 120円の商品×2
- ② 130円の商品×2
- ③ 150円の商品×1
- 10円×5=50円値引き
- 合計 600円

某ドーナツ店の均一セールよりも値下げ幅は少なく済みます。またこのお店はこのセールが始まるとお客様が並びだします。決して無理のない値下げで集客をする。そんな手法です。まとまった数で売れるので効率よく売上も伸ばせます。

敢えて忙しくなる夕方にセールを始めるのもポイントです。客足が悪いから値下げをするのではなく、集客がある時間に無理のないパフォーマンスで売上をつくるやり方も今後は必要な手法なのかもしれません。

値下げをするメリットはもう一つあります。それは単価の高い商品の宣伝です。普段買いづらい高価格帯も値下げ対象商品であればお試しで購入してくれます。そこでお客様が気に入れば高価格帯商品の顧客になる可能性もあります。単価の高い商品を試したいお店は是非ご検討ください！

暇な時間に何をするか？

お店を営業しているとどうしても暇な時間というのができます。そんな時の過ごし方についてお客さんと話したことがあります。暇な時をどう過ごすかでお客様の印象がかなり変わります。

<何もすることがなくなると・・・>

- ① 携帯を操作する
- ② 喫煙などの休憩で店を無人にする
- ③ 店員同士の会話

上記のことはお客様にとって入店しづらいお店の要因になります。それを踏まえ、下記の点をご紹介します。

<そんな時の過ごし方のご提案>

- ① 店舗内の拭き掃除
- ② ロス用に生地だけ焼いておく

何かを常に焼いている。そしていつ行っても綺麗なお店。そんなお店がお客さんを入りやすくしているはずです。

夏商品ご紹介

過去にさかのぼり夏用の商品を改めて紹介します

- ① かき氷蜜各種
イチゴ・メロン・レモン・スカイブルーなど
- ② 冷凍かりんとう饅頭
冷やしたままでご提供
- ③ 冷やしたい焼き
あんこと生クリームの相性が抜群です
- ④ 大阪焼き
夏に強いソースとマヨネーズ味の焼き菓子
- ⑤ 冷凍食品各種
フランク、アメリカンドッグ、からあげなど
軽食の定番をご用意しています
- ⑥ ジャンボ串各種
牛・豚など120gの大きなサイズを用意しています
- ⑦ ラムネ 30本付
夏の定番飲料商品です



作成者 株式会社豊吉 豊吉正徳



ニュースレター第12号

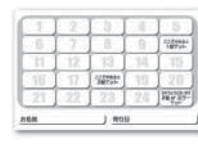


顧客確保の方法について

飲食店において継続的に購入してくれるお客様の確保が重要といわれています。そんな顧客を確保する為のすべを今回はご紹介します。

① ポイントカード・スタンプカード

ポイントやスタンプは小売店では必須な集客ツールになりつつあります。人によっては空欄を埋めたい衝動に駆られる人も多いので顧客創造のチャンスはあるはずです。できれば、ポイントよりも簡易的なスタンプカードのほうがお客様も親しみやすいと思います。還元率は10%くらいがいいと思います。リピート率は6~7割というたこ焼屋さんもあります。是非検討してみてください。



② 通りすがりのお客様への挨拶→コミュニケーションへ

これは商店街のたこ焼屋さんのお話です。毎日「こんにちは」「こんばんは」「いってらっしゃい」「おかえりなさい」を元気に挨拶することを徹底しています。挨拶から会話に繋がって、そこから顧客へ……。そんな流れから始まったお客さんは継続的に足を運んでくれます。またそこで通うようになると自然と会話も盛り上がります。お客さんとのコミュニケーションも立派なツールです。



③ 体験教室の実施

これはまだ実施しているお店はありませんが、積極的に取り組んで欲しいプランです。

よく私の周りで聞くのが「1度は焼いてみたい!」ということです。ただ、そういう人達は働きたいわけではありません。小一時間だけ体験してみたい!という需要が実はあるんです。であれば実際に教室という形式で焼いてもらうのはいかがでしょうか??自分自身で焼いた、たこ焼やたい焼きをその場で食べてもらう。これって贅沢ですよね?失敗しても家族のお土産にすればその日の夕食やおやつはその話題で盛り上がると思いませんか?

ただ、怪我や事故が怖いので常にお客様に付きっきりになるので暇な時間を選んで開催するのがポイントです。

これから暑くなると空き時間帯が増えてきます。そんな時間を有効活用してみてはいかがでしょうか?

ひと工夫で新しい物へ進化させる

今ある商品に何か手を加える。そんな工夫次第で売上に変化が。そんな事例をいくつかご紹介します。

・焼きそば→オムソバ

ソース焼きそばを卵でくるむということで売上が2割ほどUPした実績があります。卵ひとつを加えただけで単価も高められます

・たい焼き→揚げたい焼き

これは愛知県などでよく見る商品です。たい焼きをフライヤーで素揚げしたものです。限定●●個で販売しています。限定数は前日の残り数です(笑)ロスを減らすアイデアです。

・お好み焼→モダン焼き

お好み焼の具に焼きそばを加えた商品です。そばが入るだけでおやつから食事へ変ります。食事メニューになると単価も上げられます。



祭 ニュースレター 第13号 祭

中国へ出張レポート

6月19日～21日の3日間中国の威海～上海へ工場見学へ行ってきました！

今回はそのレポートをお届けします！

手作業のカットダコ工場

現在価格が高騰しているカットダコ。その加工現場を見学しました。作業工程は下記の通りです。残念ながら写真撮影は禁止の為文章のみにになります。

①冷凍されたタコの解凍

②90度の熱湯にくぐらせる

③タコの吸盤にある「ミ」を掃除

④胴体と足を切り離す

⑤一粒の大きさに合わせてカット

⑥30分かけて冷凍

⑦金属探知機を通して袋詰め

⑧箱詰めして完成

作業はほぼ手作業になります。(②と⑥は除く)また、作業中の服装も日本の食品メーカーと同等でした。特に吸盤に付着したウニのトゲや貝殻の破片は布巾で丁寧にふき取られていました。(③)見学時も作業する人は100人以上いました。そんな彼らの月給は2万5千円～3万円。この賃金が年々上がっているそうです。漁獲高の減少に加え、人件費の上昇がタコの価格に反映されているといいかもしれません。ただ、中国の工場で加工されている南アフリカの真ダコは安全安心の商品ということを再認識しました。現在ご使用のお客様は安心してお使いください！また、今後カットダコを使用してみたいというお客様も是非ご検討ください。サンプルも用意できますのでお気軽にお声掛けください。

出店さえすれば売れる??中国進出

上海には2300万人の人が暮らしているといわれています。そんな都市に出店できれば安泰。そんな甘い気持ちで進出した日本の会社はかなりあったそうです。しかしやはりたい焼、たこ焼店の肝は「場所」でした。

ショッピングモール内を中心に出店した「たい夢」と路面店を重視した「くるる」。雨に弱い。人の導線に乗れていない。そんな路面店はやはり苦戦を強いられています。一方高い家賃&税金のショッピングモールは売上も比例して確保できています。組織で動くなら、やはりテナント出店のほうが堅いのかもしれません。

<3日間過ごした感想>

中国では旧正月になると一斉に帰省します。そして旧正月があけると・・・スタッフが職場に戻ってこない！そのスタッフはどこに行ったのか??

違う職場で既に働いているんです・・・(笑)こんなことは中国では日常茶飯事の出来事だそうです。

仕事をなくすと不安な日本。仕事をスッポかしてもすぐに仕事が見つかる中国。国の勢いを感じずにはいられない3日間でした。



作成者 株式会社豊吉 豊吉正徳



ニュースレター第14号



宅配ビジネスは成功する??

「人が通らない」、「集客ができない」で悩むお店の方がつい考えてしまう宅配業務。お客を待つよりも自分から営業！そんなことを考えてしまいますよね。今回は宅配お好み焼屋のお話です。昔ワタミグループもお好み焼の宅配業務に取り組んでいました。しかし結果は…。粉物で宅配はやはり難しいようです。

そんな中で私の自宅にお好み焼の宅配メニューが投函されていました。これは商売上注文しなくては！ということで早速注文してみました。もともとはピザ屋さんが始めた新部門の宅配業務のようです。

宅配は 1300 円から。メニューを見てもお好み焼が 850 円～。焼そばも 880 円～。とやや高めの価格設定です。

注文したのが右の2品。お好み焼は美味しくいただきました。しかしオムソバは…

油が多く、次回は注文しないかな…という内容でした。サイドメニューも冷凍食品のようなので注文しませんでした。やはり本業のピザ屋さん程力を入れていない印象を受けました。



豚玉 850円



オムソバ 1100円

宅配サービスを始めると…

<メリット>

- ① 注文を受けて宅配するのでロスは0
- ② お客さんを待たずに営業できる
- ③ 広いエリアで勝負ができる

<デメリット>

- ① 宅配要員の人件費が発生
- ② バイクやメニューなどの投資が必要

以前会社の近くでたい焼き屋さんの宅配サービスもありました。しかし1年ほどで閉店してしまいました。宅配の難しさを感じました。

ただメニューやお店のチラシの投函(ポスティング)は広告効果として高いものがあります。ポスティングを継続的に行うことが集客へ繋がる近道です。

出店場所情報

下記店舗にて出店可能な店舗のご紹介です。
詳細はお問い合わせください！

ミーナ津田沼 (移動販売車・催事)
 イーアスつくば (移動販売車)
 マルエツ井土ヶ谷店 (テナント)
 桶川マイン (テナント)
 大井競馬場 (テナント)
 ウィラ大井 (移動販売車)
 大井食品館 (移動販売車・催事)



かなり立派なメニューになっています。
これだけしっかりしたメニューやチラシが投函されていればお客様の足もお店に運ぶはずです。







ニュースレター第16号



他店の第3・4番目のアイテム

暑い夏が終わりたい焼きや今川焼きが売れる季節に入っていきます。通常メニューのあんこ・クリームの補佐としての位置づけになる変りダネ。今回は他店で販売しているそんな変化球を紹介します。味は間違いなく美味しい！リピート率も高い！ただ幅広い人にはイマイチ人気がない・・・そんな商品をご紹介します♪



①カレー各種(ビーフ・キーマ・トマト・辛口・ホテルカレー黒豚など)

カレーは大人から子供まで人気の料理です。そんなペーストを焼き菓子で提供しています。

②ピザ(ピザソース+チーズ)

甘いたい焼きや今川焼きが苦手な人には訴求効果がありました。香りも強くお客さんを呼び込む力もあります。

③豚まんの具

ネーミングが難しい商品ですがお客様の気を引く商品です。一度買った人のリピート率は高かったです。

④コーンポタージュ

ガリガリ君「コーンポタージュ味」がブームになった今年、流行の味になるかもしれません。たい焼き・今川焼きの生地との相性が実はいいんです！

⑤紅芋あん

さつまいもあんや栗あんは秋の定番ですが紅芋は他店にはない商品です。

あんこ・クリーム・しろあん・チーズ・チョコ。これらの定番アイテムに割り切るのが上記だったら面白いお店になるかもしれません。



※サンプル・見積もりはいつでもご相談ください。

い。

こだわりは中身だけ??

「国産小豆使用」「国産小麦使用」「厳選した牛乳を使用した〇〇」よくたい焼き屋さんで最近見かけるうたい文句です。また、これから開業する人の問い合わせも「国産」にこだわるオーナーさんが増えてきています。

<国産の材料=安心安全=高くても買う価値がある。>

そんな流れができつつあります。さらにこだわりたい！そんなオーナーさんは卵や水に目をつけてはどうでしょうか？原発事故後、水を気にする人も増えてきました。これからは水に気を使っているお店も評価されるようになると思います。さらに水だけではなく産地も気にする人もいます。小さい子供に食べさせるものこそ気をつけたい。そんな時に「〇〇産の卵使用！」お客様に安心を伝えて買ってもらう。今はそういう時代なのかもしれません。



ニュースレター第17号



日々進化する冷凍食品



今年も夏が終わり、たい焼・たこ焼のシーズンがスタートです。毎年取り扱う冷凍食品ですが年々味がよくなっている気がします。重さや目方は変わらないのですが味が進化しているようです。

これはメーカーさんに聞いた話ですが、少しずつ味は変えているということでした。まったく同じ味を同じように提供しては消費者に飽きられるということです。

これは他の食品でも同じでは???と思い弊社のお客様にも聴いてみたところレシピを少し替えているという人も中にはいました。常に美味しく仕上げる為の研究は欠かさないという話も聞けることができました。

ただ、気をつけなければいけないのは「劇的に変える」ことのリスクは常にあるということです。分かる人には分かる。そんな変化があってもいいかもしれません。写真は弊社で取り扱える冷凍食品です。

- ・最近人気があるのが「から揚げ」ブームに乗って見積もりの依頼も増えています。
- ・若干ブームが去りましたが「肉巻きおにぎり」も相変わらずの人気です。
- ・銀だこが増えてから「揚げだこ」という冷凍食品も登場しました。イベントやお祭りに向いた商材です。

手間を掛けずに品揃えを増やしたいという要望に冷凍食品は向いているのかもしれませんが。この他にも冷凍食品は扱えるので、町内会のお祭りなどの出店がある場合はご検討ください。

ベビーカステラ大人気!

この1ヶ月。ホームページから「ベビーカステラ」の問い合わせが絶えませんでした。使用目的は「学園祭」「地域のお祭り」「新規事業」など様々です。弊社では希少性の高い「ベビーカステラミックス」という商品があります。きっとそのページがヒットしたんだと思います。

個人的に「ベビーカステラ」という商品に対して売れる!美味しい!という気持ちがあったので反響の大きさに正直、驚いていました。さらに、社内ではベビーカステラのノウハウが実は・・・「0」でした。

これはイカン!!ということで早速弊社オリジナルのレシピを完成させることになりました!私もベビーカステラという商品とよく向き合ったことがなかったので勉強になりました!取れ数、原価など弊社オリジナルのレシピが完成しました。ご興味のある人はお問い合わせください。これだけ問い合わせがあるということは売れる商品かもしれませんよ!



新商品情報

普段使用している布巾を使い捨てにしてみてもいかがでしょうか?

弊社では写真のような「エアードスター」を取り扱うこともできます。

「タオルや布巾だと洗濯の手間が・・・」という意見も多いはず!そんな手間を解消してくれます。いつも綺麗な布巾があるお店はお客様からも清潔感のあるお店。

という印象を植え付けられます。

サンプルもあるのでご検討ください!



作成者 株式会社豊吉 豊吉正徳
平成24年10月27日作成



ニュースレター第18号



セミナーに行ってきました

今月の初めにセミナーに参加してきました。テーマは・・・無題です（笑）参加者も少なかったので各人の相談を中心に話を進めていただきました。そんなセミナーの内容を今回は少し触れてみたいと思います。

<人口の移り変わりについて>

高齢化社会が進んでいる昨今、こんなデータがあります。

2012年現在	2030年
65歳以上	50歳以上
(人口の25%)	(人口の50%)

間違いなく高齢化は急激に進みます。その時お店は何をするのか？

- ・メニューの文字は見やすいですか？
- ・時代に合ったメニュー構成ですか？
- ・お客様の胃袋の大きさにあっていますか？

時間とともにお客さまも年を重ねます。長く商売を続けていくうえで年々変化していかなければお店は継続的な営業は出来ないということです。

<入ってもらう姿勢>

アパレルや家電量販店は店内を散策して何も買わずに帰る人が多いお店ですよ？飲食店は店内に入ると食べずに帰る人はいないはずですよ。にもかかわらず、「営業中」の札1つで済ませているお店が多いんです。

「いつでもウェルカムですよ～」というお店の姿勢が伝わらないとお客さんは来てくれません。たい焼きやたこ焼きも同じです。近くにより安い環境を作ってみてはいかがでしょう？「メニューだけでも見ていきませんか？」や「焼いているところだけでも見学しませんか？」など気さくに寄れるお店作りを考えてみてはいかがでしょう？

<セミナーを受けた感想>

普段気にしない発見や気づきがありました。お店を経営しているとどうしても一人で考え込むことが増えると思います。すこし外に出て第三者の意見を聞くのもいいかもしれません。話を聞いて参考に出来ることは実行する。自分の意見に沿わない話は聞き流す。そんなスタンスでもいいので外に出かけてみるのも必要だと感じたセミナーでした。

試食は1個食べる

ある食品メーカーの新作は必ず一人1個食べることになっているそうです。理由は「食べ始め」「食べ進め中」「食べ終わり」の3か所の感想をそれぞれ記載していくそうです。

よくメーカーからのあんこやクリームの新商品を鯛焼きにして食べることがありますが、どうしても1口ずつで終わりにしてしまいます。それではお客様が食べ終わった後の印象が分かりません。大変だとは思いますが、今後の新作をリリースする際は是非1個。または1食（1人前）を食べてみてください。お客様の満足感が分かるようになるはずです。

また、新作だけでなく自身の商品を見直す意味で1食たべるのも必要なことかもしれません。



作成者 株式会社豊吉 豊吉正徳
平成24年11月24日作成



ニュースレター第19号



持ち帰り商品で単価を高める

たい焼きやたこ焼きで一番ありがたいお客さんは大量購入！
ですね？？きっと訪問先へのお土産として活用している
と思います。しかし昔に比べ10個20個買う人が年々
減ってきています。反比例して1個だけのお客が増える
昨今、どうやって多く買ってもらうか？
がお店を経営する上での肝になってきます。
そんな苦労から生まれた？商品があったのでご紹介します。
「ラップクレープ」都内にお店がいくつかあります。
クレープを手のひらサイズにして販売しています。小さくても
中味は中々の具沢山です。
実演ではないのでどこかの工場で製造しているようです。
クレープ生地を巻き込み右の写真のように綺麗に箱詰めして
販売しています。もちろん販売個数は1個からでもOKです。
1個200円！という強気な価格です(笑)箱は2種類5個用
(50円)10個用(100円)で販売しています。箱代を
請求するところは今の時代ならではだと思います。
通常クレープという商品は1人1個。贈答用には向かない
商品です。そのクレープを贈答用＝まとめ買いへ訴求する
商品へ切り替えたアイディアは素晴らしいですね。
普段使わない箱や包装紙を使ってまとめ買いをお勧めしてはいかがでしょうか？



新商品情報

たこ焼き屋お好み焼の生地に加えることで他店にはない味や風味をだす
出汁の素が弊社にはあります。「鰹節だし」(写真右)です。液体なので生地に
浸透しやすく使い勝手のいい商品です。元々はうどんやそばのつゆに使用
するための商品でしたが、弊社では生地に使用することをオススメしていました。
そんな鰹節だしに続く新商品を今回はご紹介します。



「粉もののだし」ネーミングはそのままです(笑)(写真左)メーカーが新商品として弊社に紹介していただきました。
鰹節だしとの大きな違いはチキンエキスの有無です。今回の商品にはチキンエキスは入っており動物性の香りが
強調されています。人によっては好き嫌いがあるかもしれません。両方ともサンプルを用意してあります。
既に鰹節だしを使用している方は食べ比べてみてはいかがでしょうか？
また、今まで弊社のだしを使用したことがない人は是非この機会に両方を試してみてはいかがでしょうか？
1月より弊社に在庫しますのでお気軽にお試しください。