



# ニュースレター第32号



## 固まらない目玉焼き 変わり種ソース、シーズニングのご紹介

たこ焼き屋さんのソースの種類は年々増えています。飽きられずに繰り返し来店してもらうためにもソースの種類はあって損はないと思います。そこで今回は弊社のお客様が実際に提供しているソースをご紹介します。

### <たまご+てりやきソース=てりたま>

某大手たこ焼きチェーン店でも提供しているメニューですが、個人のたこ焼き屋さんでも簡単に提供できます。お客様がメニューを見た瞬間、「こんな味かなあ〜」と予想もしやすく、大人から子供まで幅広い層に人気のメニューです。

#### ■提案商品■

### キューピーたまごスプレッド 1kg/6

一般的にサンドウィッチなどに使用する玉子です。たこ焼きの上にたまごを乗せます。その上からてりやきソースをかけて完成です。マヨネーズは玉子の上からかけるときれいに仕上がります。原価は普通のソースよりも高くなりますが、大手のチェーン店が扱っているメニューなのでソースの認知度は高いはずです。



### <味噌シーズニング>

フライドポテトに使用できるシーズニングです。フライドポテトもケチャップだけでなく、チーズソースやシーズニングなどバリエーションが増えてきたメニューの1つです。また、フライドポテトは「●g」という表示を打たないため、比較的粗利の高い商品です。夏に向けてオリジナルのフライドポテトのメニューを考えてみるのも面白いかもしれません。

#### ■提案商品■



### 味噌屋のシーズニング（山葵みそ・青唐みそ）

代表的なシーズニングはバター醤油、バジル、バーベキュー、カレーなどがあります。味噌のシーズニングは他にないので差別化が図れます。規格も10gの小袋なのでお客様へ手渡しできます。

ポテトだけでなく、焼きそばや揚げ物のトッピングとしてもご利用いただけるので幅広いメニューに活用できると思います。



# ニュースレター-第33号



## 固まらない目玉焼き 消費税5%→8%に向けての準備

今年4月より消費税は5%から8%へ増税されます。さらに来年の10月には8%から10%へ上がる予定です。そこで、何を準備しておいたほうがいいのか？転嫁はするべきなのか？転嫁方法は？先日参加したセミナーの一部をご紹介します。

### <消費税は転嫁すべき！転嫁しないと負担はいくら？>

売り上げが1日30,000円のお店の場合

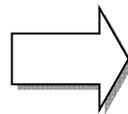
消費税が5%の場合

	税込	うち消費税
売上	30,000円	1,428円
仕入	8,400円	400円
	21,600円	1,028円

消費税が8%の場合

	税込	うち消費税
売上	30,000円	2,222円
仕入	8,640円	640円
	22,000円	1,582円

- ① 納税する額が1,028円から1,582円へ増加（約1.5倍）
- ② 仕入だけが増加するためお店の負担が大幅に増えます

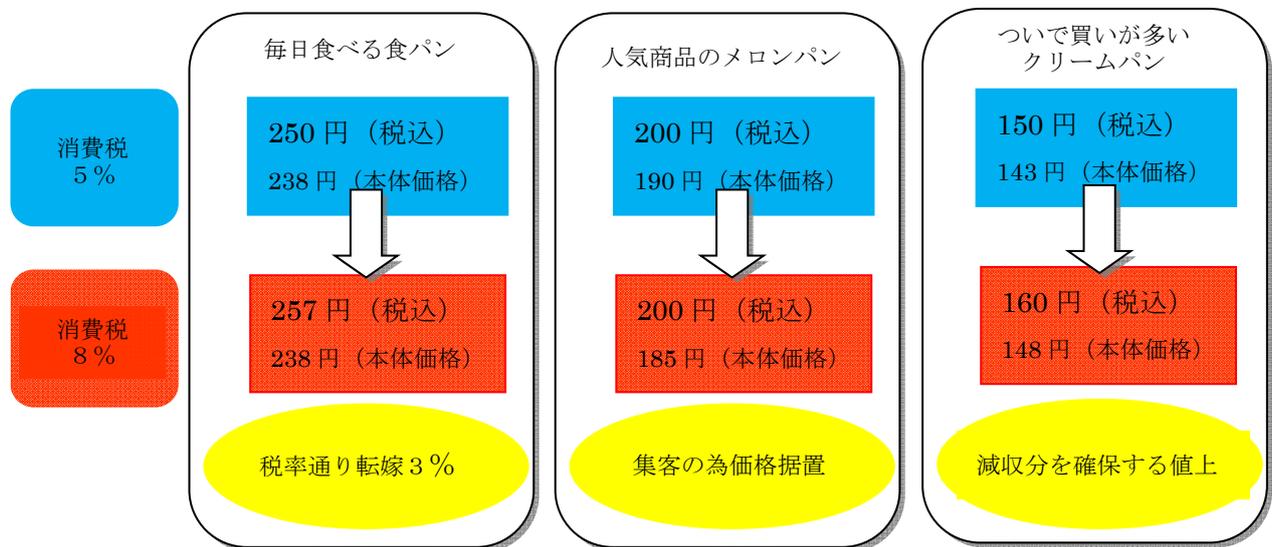


## どうやって転嫁するのか？

### ■商品価格にメリハリを

例) 町のパン屋さんの場合

- ・売れ筋、定番品、イレギュラー品を見極めて値上げと据置を組み合わせる

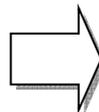


### ■既製商品の見直し

- ・既製商品の価格を変更せず、商品の提供方法や組合せなどを変更することで付加価値を高める

例) 小売店（スーパー）の場合

- ① カット野菜の品揃え充実→ニーズに合わせた加工
- ② オーガニック野菜の仕入れ→ニーズに合わせた発掘
- ③ お買い上げ商品の調理サービス→有償サービス開始



工夫次第で、既存の商品を新商品として提供でる！  
価格だけでなく品揃えでメリハリをつけて増税を乗り切ろう！

## <納税までにいくら資金を貯めておけばいいのか??>

決算の2か月後にやってくる消費税の支払い。毎月いくら貯めておけば安心なのか? シュミレーションしてみました。

### ■月商が100万円のお店の場合■

	預かった消費税額 (借受消費税)	会社に残っている消費税 (概算)	税率8%の場合	税率10%の場合
卸	税抜き売上×8%	×20%	1.6%	2.0%
小売		×30%	2.4%	3.0%

<8%の場合>小売店

100万円×0.024=24,000円

<10%の場合>小売店

100万円×0.03=30,000円

注:あくまでも概算の目安です。毎月の積立の参考にしてみてください。

注:「仮受消費税」と「仮払消費税」を相殺され、残額が納付されるべき消費税として計上されます。

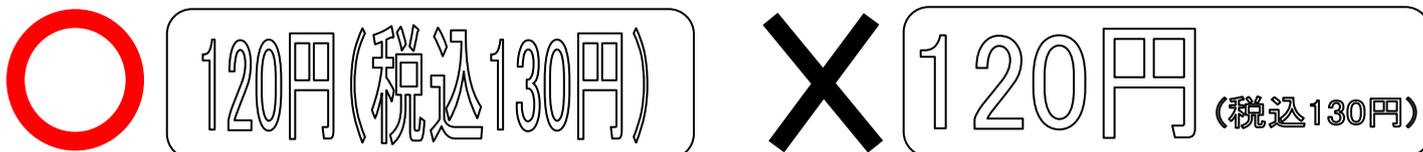
## <商品の表示について>

平成25年10月1日から平成29年3月31日までの間、総額表示義務が緩和されています。

① 外税表示は消費者に誤認されないための対策。以下の表示は29年までは使用できます。

- ・(税抜価格)・(税別)・(本体価格)・(+税)・(+消費税)
- ・「当店の価格は全て税抜表示となっております」というPOPの告知

② 税抜価格の強調表示は税込み価格を明瞭に表示する必要があります。



★言い方を変えると平成29年4月以降は税込み表示をしないといけないということです。

★今回の優遇措置に乗っかるメリットはたい焼き、たこ焼きのお店にはないと思われます。

## <他店情報>

今回の増税で10円刻みに上げるのか? 5円刻みか? 1円? 迷っているお店も多いようです。あるお店では5円単位で値上げするそうです。お客様によってはおつりが面倒なのか、偶数買いをするケースが増えたということでした。また、奇数買いでも「5円(ご縁)がありますように」という意味もあるから5円刻みの値上げと理由を話していました。

## <最後に・・・>

消費税増税はチャンスです。普段見直さなかった商品を見直し、改良し、売れる商品にブラッシュアップさせる絶好のチャンスです。また、今までの材料費高騰を価格へ転嫁するには絶好のタイミングです。値上げをチャンスだと捉えるお店はきっと強いお店になっていくと私は思っています。



# ニュースレター第34号



## 固まらない目玉焼き 合わせ技で新メニューを考える

今回は他店ではあまり見られない中身を新提案したいと思います。普段目にしないメニューでお客様を驚かせてみてはいかがでしょうか？今回ご提案するのは「合わせ技」です。以前「あんこ+豆乳クリーム」をご紹介しました。今回も〇〇と××を合わせると△△という形でご紹介します。

### <イチゴジャム+あんこ=いちご大福風>

某コンビニでイチゴジャムとあんこを入れたパンが発売されていました。きっといちご大福を意識した商品だったのでは？ということのでたい焼きでも挑戦してみました。

ソントン) フレッシュイチゴジャム・京日あんこ

- ① 通常の生地にあんこ40gを入れる
- ② あんこの上に10gのジャムを乗せる
- ③ あんこが温まってきたら反対側と合わせ完成

#### <味の感想>

- ・焼いている最中の香りが物凄くいいです！集客に繋がるかも？
- ・あんこの甘さとジャムの酸味が程よくあっています。
- ・上記レシピよりさらにジャムを増やせばさっぱりと食べられます。



### <イチゴクリーム+チョコレートクリーム=アポロ風>

昔懐かしい「アポロチョコ」をモチーフに挑戦してみました。メニューに「アポロチョコ」とあれば注文しやすいかもしれません。

ソントン) エブリショコラ・とちおとめミルククリーム

- ① 通常の生地チョコ20g強を入れる
- ② チョコの横にイチゴクリーム20gのクリームを入れる
- ③ クリームが温まってきたら反対側と合わせ完成

#### <味の感想>

- ・イチゴの香りでお客様を集客できます。
- ・分かりやすいネーミングと予想できる味で注文しやすい商品になります。



## 次のイベントはイースター？今年は4月20日！

ここ数年でようやく市民権を得られ始めたハロウィン。これに続けとホテルやレストランでイベントを開催しているのが「イースター（復活祭）」です。ハロウィンは収穫を祝う、かぼちゃメニューで売場は賑います。日本国内の認知度は80%に達します。一方イースターの認知度は40%どまり。イースターは「命の復活の象徴」として卵料理や卵に模したスイーツが売場を賑やかすことになりそうです。

ではたい焼き、たこ焼きがどうこれに乗るのか？たこ焼きにかけるソースを「てりたまソース」。卵を1個入れたお好み焼き風たい焼きを期間限定で発売する。焼きそばには目玉焼きをトッピング。などアイデア次第で乗られるイベントとして捉えてみてはいかがでしょうか？



# ニュースレター第35号



## 固まらない目玉焼き 季節のあんこ・変わり種のアんこ

たい焼、今川焼の種類がバラエティに富んできました。今まではクリームやフィリングで種類を増やしていたのを今度は「あんこ」で増やしてみてもいいのでは？という提案です。先日の展示会で変わった製餡メーカーさんとお話しできました。その時のご報告です。

＜1年を通したメニューを考える＞

春

桜あん  
よもぎあん  
茶葉入りあん

夏

ずんだあん  
あんずあん  
レモンあん

秋

渋皮くりあん  
皮付おさつ  
むらさきあん

冬

パンプキンあん  
黒豆あん  
いちごあん

メニューを考えた時、行き詰るのが「夏」です。夏はこの他に「青梅あんこ」もあります。これだけの種類があれば1年間通して提案できると思います。この他にも「りんごあん」「カフェオレあん」「まるごと落花生あん」「アールグレイ紅茶あん」などがあります。季節に捕らわれず、お客様とのコミュニケーションの中で新たな提案をしていくのも面白いと思います。

＜奇抜なアイデアと創造力で勝負する＞

この会社の面白いところは「なんでもあんこにする！」という所です。展示会の時、試食したのが「桜海老あん」「トムヤムクンあん」「イタリあん」など奇抜なあんこでした。基本的に白いんげんを使用し、その上から原料や香料を加えてオリジナルのあんこを作ります。結論から言うと味は「甘い」んです。そして試食の感想は・・・美味しかったです！最後にその食材の香りが抜けていく所が原料をうまく生かしていると思いました。

今挙げたあんこは全てオリジナルの商品です。「桜海老」は静岡のお土産店がお饅頭の中身として開発したそうです。ご主人が「普通のアんこだけではおもしろくない。オリジナリティのある地場のあんこを作りたいっ！」という考えから開発がスタートしました。製造ロットも要相談なので地場を生かしたあんこを考えている人はぜひご検討してみてくださいはいかがでしょうか？また、通常なら冷蔵保存しないといけない商品を、常温商品に変えてPB製造してくれることも可能です。

## 付加価値はどこにある？どうつける？

最近よく聞くのが「付加価値をつけて・・・」言いたいことは分かります。じゃ、どうしたら付けられるのか？今食品メーカーが取り組んでいる付加価値は「大人の○○」「プレミアム○○」という手法です。素材にこだわり原価と価格も併せてあげるという方法です。具体的に挙げると、「うまい棒」「たけのこの里・きのこの山」がいい例です。子供の頃食べたお菓子が大人向けとなって進化しました。

プレミアムな要素が明確に打ち出せれば価格はあげられるはず。「プレミアムたい焼き」、「大人のたこ焼き」など考えてみるのも楽しいかもしれません。





# ニュースレター第36号



## 固まらない目玉焼き 夏向け商品はかき氷だけじゃない？

先月に続き展示会で見つけた商品をご紹介します。今回は夏向けの商品を取り上げます。

### <フラペリッチ・氷カフェ・カクテル用アイス>

出来合いの氷に牛乳を混ぜるだけ！といううたい文句で大々的に紹介していました。これは味付きの氷を手で揉み解し(下写真参照)、グラスに入れて牛乳を注ぐドリンクです。氷のシャリシャリ感と牛乳の優しいマイルド感のあるドリンクです。注文ごとに作るのでロスもなく、長期保存できるのでお勧めです。

完成したドリンクにホイップクリームやチョコレートシロップ、チョコチップなどをトッピングすれば更に高級感が増します。種類は抹茶、ショコラ、キャラメルマキアートがあります。

さらに牛乳の代わりに炭酸水やカルピス、アイスティーを注ぐタイプの商品もあるので種類は豊富です。冷凍設備があればすぐに導入できる商品です。



### <粉から作るアイスマルク>

手作りが流行る昨今、自家製アイスはいかがでしょうか？牛乳とミックス粉(素)で簡単に出来ます。作り方は下記の通りです。

- ① ボウルに粉1：牛乳4の割合で混ぜ合わせます
- ② 泡だて器で馴染ませてからとろみが出るまで混ぜ合わせます
- ③ 容器に②を移して冷凍庫で3時間冷やし固めます
- ④ スプーンやアイスクリームディッシャーで盛り付けます
- ⑤ クレープやパンケーキ、ドリンクのトッピングにもご利用いただけます



作成者 株式会社豊吉 豊吉正徳  
平成 26年 5月 26日作成



# ニュースレター第37号



## 固まらない目玉焼き 高価格帯商品は景気が良くなっているから？

4月のニュースレターに「付加価値をどう付ける？」という記事を掲載いたしました。そもそも、なぜ世間では高価格帯の商品が好調なのでしょう？新聞では連日、大手企業のベースアップ、や黒字決算の記事で賑っています。しかし彼らだけの消費だけで高価格の商品が流通しているとは思えません。日本の金融総資産は1500兆円とされています。その60%を65歳以上が保持しているそうです。現役を引退された団塊の世代が総資産の半分以上を持っていることとなります。そこをターゲットに企業は今、品質の高い商品を投入しているのです。では我々の業界で何を提供できるのか？その商品のご紹介です。

### <フライドポテト>

一般的にファストフード店にあるシュースtringポテトが多く、スタンダードになっています。しかしメーカーには最初から味や衣のついた商品もカタログにあります。シュースtringよりも2~3割増しの原価ですが他店にはない味で勝負できます。

フライドポテトは「〇〇g」と重さも表示しないため量で調整すれば原価も抑えられるはずです。

味つき・衣つき		オリジナルの味つけ・コーティングはバイキングやおつまみに最適です。	
			
<b>25</b> C0034 コロガリスアッシュースtringカット	<b>26</b> 24319 クリスピーキュレーターカット	<b>27</b> C0095 クリスピーコート ジェリエンヌ	<b>28</b> 24G スパイスレーキュレーターカット
規格 4.5Lb (2.04kg) × 6	規格 5Lb (2.26kg) × 6	規格 4Lb (1.81kg) × 6	規格 5Lb (2.26kg) × 6
調理方法 油調:180℃ 2分30秒~2分45秒	調理方法 油調:180℃ 2分30秒~3分	調理方法 油調:180℃ 2分15秒~2分30秒	調理方法 油調:180℃ 3分15秒~3分45秒
特長 分厚いコーティングがクリスピー感を持続させます。	特長 幅5/16インチ(7.9mm)×38インチ(9.5mm)ストレートカットにクリスピーな衣を付けました。	特長 幅4.7mm角のポテトにクリスピー感たっぷりの衣をコーティングしました。	特長 幅9.5mmカットのポテトにスパイスな衣をコーティングしました。

### <ジャンボ串各種>

弊社ではジャンボ串各種100g~120g(牛ハラミ・豚バラ・牛タン)を常時在庫しております。この他にカシラや鶏モモなど部位の指定を頂ければ特注で製造いたします。

グラム指定もできるのでこれからのイベントの年齢層によってご注文いただけます。

サイズが大きい為1人のお客様が食べ歩くと連鎖して売れることもあります。1本あたりの単価も500円~と高いので売り上げを伸ばす商品として重宝されています。



今回ご紹介した商品は主にお祭り、野球場、サッカー場、サービスエリア、夏フェスなど人が集中する場所で売れやすい商品です。また、これらの商品は高価格なだけでなく、お客様が食べ歩くと他のお客様を呼ぶ効果も期待できます。この他にも連鎖しやすいアイテムとして「チュロス」暑い日には「かき氷」などが挙げられます。この夏イベントの出店がある方は是非ご検討下さい！



# ニュースレター第38号



## 固まらない目玉焼き 人手不足から解消するには？

ここ数か月、お客様からの相談内容に増えているのが「人材」です。アルバイトの人員が不足している。学生が辞めてしまった。などの相談が年々増えています。新聞やテレビでも同様の報道がされています。大手牛丼チェーン店ではお店を休業するという動きまで出てきました。そんな中、大手はどのような手を打っているのでしょうか？

リンガーハットでは1度に大量注文が来ても1人~2人のスタッフで商品を仕上げる事ができる厨房機器を自社で開発しました。

### 『人が集まらない→仕事内容の見直し→1人分の働きをする厨房機器の開発』

求人にも力を入れるのではなく店舗の業務内容を見直して少人数でも効率よく生産できる環境を構築して人で不足を解消しようとしています。では、たい焼きやたこ焼き店に置き換えてみて、何ができるのでしょうか？

実演販売における業務は各店それぞれですが基本的には、仕込→調理→販売→片づけの流れだと思えます。そこで見直せそうなのは「販売」です。会計は券売機の導入です。お金のやり取りが無くなるだけで作業は軽減されます。また、お金を触っての調理を嫌うお客様もいるので衛生的に見てもよいはず。さらに注文の聴き間違いもないうに閉店後の計算の手間も省けます。1台の導入で多くの仕事が簡素化されます。

ただ、デメリットもあります。フェイス to フェイスの販売がない為、セールストークによる単価アップが図りにくくなります。また、顧客を掴むお客さんとの会話も減ります。更に卓上タイプの券売機でも価格は安くはないので初期投資がかかります。

求人にも力を入れて強い組織を作るのか？券売機や厨房機器の導入で少数精鋭のお店を作るのか？各店の対応が迫られている時かもしれません。

## アイストッカーのご案内

**JCM JCMコックシューズ**  
サイズ: 22 22.5 23 23.5 24 24.5 25 25.5 26 26.5 27 27.5 28 29 30 cm

●フットケア効果の安心・快適な履き心地  
●ソール部分の特殊なクッション性で疲れを軽減  
●防水・防臭効果で清潔な履き心地  
●フットケア効果は、お肌に優しく、お肌にやさしい  
●履き心地がよいので長時間履いても疲れにくい  
●履き心地がよいので長時間履いても疲れにくい  
●履き心地がよいので長時間履いても疲れにくい

**1,514円**

**JCMサボコックシューズ**  
サイズ: 22 22.5 23 23.5 24 24.5 25 25.5 26 26.5 27 27.5 28 29 cm

●フットケア効果の安心・快適な履き心地  
●ソール部分の特殊なクッション性で疲れを軽減  
●防水・防臭効果で清潔な履き心地  
●フットケア効果は、お肌に優しく、お肌にやさしい  
●履き心地がよいので長時間履いても疲れにくい  
●履き心地がよいので長時間履いても疲れにくい  
●履き心地がよいので長時間履いても疲れにくい

**1,514円**

**製氷機**  
氷は丸みがあり柔らかさを表現! 氷の透明度が高く上品さを表現!  
独自の製氷システムで無駄を排除し製氷能力を向上  
離氷時は氷が1個ずつ出来上がります!  
最大限に節水し製氷コストを削減します!

40枚製氷機 電圧:100V/製氷能力:約40個/24h/消費電力:220W  
JCM-I-40 外形寸法:W500×D450×H800mm  
**135,000円**

55枚製氷機 電圧:100V/製氷能力:約55個/24h/消費電力:220W  
JCM-I-55 外形寸法:W630×D525×H800mm  
**175,000円** 圧倒的な安さ

電動かき氷機 電圧:100V/最大製氷約20個/全製氷約7分/30min  
JCM-IS 外形寸法:W320×D400×H450mm  
**39,800円**

**アイスライザー**

**冷凍ストッカー**  
-20℃でしっかりと冷凍保存  
鍵付で安心保管  
カゴ2個、霜取りヘラ付き  
庫内は丈夫な鋼板仕上げ  
キャスター付きで移動可能

JCMC-142 外形寸法:734×600×840mm 有効内容積:142L 電圧:100V 庫内温度:-20℃以下 **32,000円**

JCMC-206 外形寸法:978×600×840mm 有効内容積:206L 電圧:100V 庫内温度:-20℃以下 **45,000円**

JCMC-266 外形寸法:1184×600×840mm 有効内容積:266L 電圧:100V 庫内温度:-20℃以下 **60,000円**

8月から秋にかけてイベントが増えてくると思えます。大きなイベントになればなるほど、必要になるのが「ストック場所と機材」です。そこで弊社とお付き合いのある什器会社のアイストッカーをご紹介します。一般的な価格よりもお安く提供できますので今後のイベント用に購入を考えてみてはいかがでしょうか？

アイストッカーだけでなく、製氷機やアイスライザーもあるので併せてご検討下さい。



# ニュースレター第39号



## 固まらない目玉焼き 無水硫酸カリウムアルミニウムって何??

無水硫酸カリウムアルミニウム＝「みょうばん」(以下アルミニウム)のことをいいます。明礬(みょうばん)は天然の鉱物です。近世まで大分県の別府・明礬温泉一体が屈指の採掘場でした。しかし、現在では食塩のように工場で作られるのがほとんどです。このアルミニウムですが、昨年から1部の間で話題になりました。厚生労働省は2011～12年度に、様々な食品に含まれるアルミの量を調べ、食事の調査をもとに年齢層ごとの摂取量を推計しました。このうち1～6歳は、平均では許容量の4割におさまったものの、多くとる5%の人は国際的な基準の規定する許容量を上回ったのです。7歳以上はいずれも許容量内でした。つまり6歳以下の子供には良くない食品添加物だと言えます。

### <どんな食品に含まれているのか?>

1～6歳の子供はアルミの4割を砂糖類・菓子類、3割を穀類からとっていました。アルミは自然界にも存在し、生鮮食品にも含まれますが、膨らし粉(ベーキングパウダー)に含まれるミョウバンなどが影響しているとみられています。膨らし粉を使う食品には一部の菓子パンや、ドーナツ、蒸しパンなどが挙げられます。ミョウバンは浅漬けの色をきれいにしたり、生ウニの形崩れを防いだりする目的でも使われています。

### <今後の業界の動き>

大手の菓子パンメーカーでは、数か月前からアルミニウムが含まれていない膨張剤に切り替える動きが広がっているということですが、厚生労働省は近く、パンや菓子、それに製粉業者の業界団体に対してアルミニウムの使用量を減らすよう、**自主的な取り組みを要請する**ことにしています。

専門家による部会の会長で静岡県立大学の若林敬二教授は「今の食事ですぐに問題になるというわけではないが、より安全にするために基準を作ることになった。国際的な基準を参考にしながら、国内での使用実態を考慮に入れ、基準を作っていきたい」と話しています。

### <目安となる摂取量の基準とその影響は?>

アルミニウムの暫定耐容週間摂取量を「1mg/kg/週」としている記事も多いのですが、2011年に「2mg/kg/週」に改訂されています。「暫定」ということもあり、まだまだ参考程度の値であると考えた方がよさそうです。では摂取し続けるとどうなるのか?実はこれといった判例がありません。神経の発達に影響がでる。アルツハイマー病の発症。DNA傷害の誘発。などいろいろ言われていますが**今現在、確証がありません**。しかし、国際基準と比較したときの日本の基準は甘かったのかもしれない。こうした結果が不確かな状況でも厚生労働省は先手を打ったのだと私は感じました。

### <弊社としての取組み>

ここまでをまとめると・・・。アルミニウムは体に害があるらしい→どんな症状かはまだわからない→世界基準に合わせると摂取量は控えた方がよい→食品メーカーさんから働きかけましょう!と言ったところでしょうか。

以前弊社でも欧州(デンマーク)でたい焼き店を開業したいという会社と折衝しました。しかし原料に含まれる「みょうばん」が使用禁止の為、話は流れてしまいました。このように、弊社の取り扱っているミックス粉のベーキングパウダーもアルミニウムが含まれているものがあります。商品によってはメーカーと相談しながらアルミニウムが含まれていない粉(アルミフリー)を今後は随時開発していくこととなります。今までと変わらず、安心安全な商品を提供できるように取り組んでいきます。

(引用元:朝日新聞デジタル・NHK Newswebより)

作成者 株式会社豊吉 豊吉正徳  
平成26年8月25日作成



# ニュースレター第40号



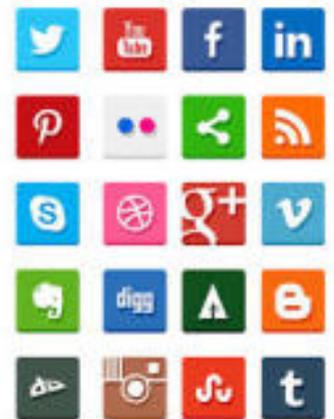
## 固まらない目玉焼き 写真撮影されるのを前提に仕上げますか？

ここ数年、ソーシャル・ネットワーキング・サービス（以下SNS）のユーザーが急速に増えています。そこでは、旅行に行った思い出の1枚や仕事中に発見した面白おかしい光景、時事ネタに関する自分の意見なども友人、知人へインターネットを通じて、報告するのが当たり前になってきました。そんな中で、一番写真の掲載が多いのが「食べ物」です。何かの記念日の食事風景から日常的な昼食、飲み会の様子まで幅広く撮影されています。撮影された写真は自分の友達へやはり報告（拡散）されています。

そんな世間の動きに早く反応したのが居酒屋でした。料理が映えるための照明を考えたり、この照明で撮影すると綺麗に取れる場所を店員さんがお客様へ積極的に告知したりしているようです。お客さんは綺麗な写真を友人に報告でき、そのお店は写真が宣伝になります。お互いのニーズが一致した関係だと言えます。

いい事ばかりが目立つように感じますが逆パターンもあります。某有名チェーンが「1分以内に提供チャレンジ」というのを数年前に取り組んでいました。1分を超えると無料券を配布。という無茶なキャンペーンでした。すると時間を気にするあまり出来栄の悪い商品が続出しました。そして見栄えの悪い写真を次々に掲載されてしまい、完全に悪いイメージだけが残るキャンペーンとなってしまいました。

食品の見た目は1番大事です。どんなお店でも普段から提供するときには気を配っているはずですが、ただ、その商品が写真に撮られ、1個のたい焼きが何千人に見られる可能性が今の時代はあるのです。商品の仕上がり、割った時の中身の見え方など再度見直すのもいいかもしれません。



### < SNSを活用してみても？ >

自身の商品の写真を掲載して、勝手に評価されたりするSNSですが、お店側が活用することもできます。弊社のお客様でも利用している人が多くいらっしゃいます。ケータリングで営業している人は日々出店場所やその日のおすすめメニューを常に発信しています。顧客をネット上で掴んで来店してもらおうという事が出来るのもSNSの特徴です。しかもスタートする費用は0円です。書店でもSNSを活用し、集客する方法などを説いた本が並んでいます。SNSに興味を持った方はお気軽に弊社へもお問い合わせください。

### < 秋の定番メニューに食い込めるか？ >

秋になると菓子メーカーが多数の秋メニューを投入してきます。栗、さつまいも、かぼちゃなど。秋から冬にかけてスイーツ業界は季節感を前面に出した商品を発売できるように日々開発しています。そしてここ数年、冬らしい食材として「リンゴ」を使用したスイーツが目立ち始めてきました。たい焼きでもリンゴを使用したメニューを販売しているお店もあります。次の定番はリンゴ餡が来るような気が……。まだ取り組んではないのですが……。(汗)



# ニュースレター第41号



## 固まらない目玉焼き 国際化社会へ向けての準備は??

年々、訪日外国人の数が増加しています。訪日する外国人の多くはアジア圏だそうです。特に中国人の買い物は都心の百貨店の売り上げを支えているとも言われています。そんな訪日客は都心に留まらず、地方の観光地にもお金を落としています。オリンピックの開催も決まり、日本への注目は日々高まっているはずです。当然、たい焼きやたこ焼きという日本ならではの商品にも町で見かけたら彼らは興味を持つはずで

す。先日訪問したたい焼き店では焼いている様子をスマートフォンで撮影していました。魚の形をしたお菓子。シャバシャバの液体が丸まっていく様子は新鮮に見えているのです。ではお店では何を準備すればいいのか??言葉を覚える必要はないと思います。ただ、現地の言葉のメニュー表記があれば、お客さんは注文しやすく、販売もしやすくなるはずです。ということで調べてみました。

### 日本語

たい焼き  
あんこ  
クリーム  
たこ焼き  
ネギ  
ソース

### 中国語

鯛魚焼  
红豆沙  
奶油  
章鱼小丸子  
葱香  
酱汁

### 韓国語

붕어빵  
앙금  
크림  
타코야키  
파  
소스

<情報元> 中国語...中国法人の店舗のメニューを引用 韓国語...韓国飲食店の方とインターネットで確認済み

メニューで扱いそうな言葉を調べてみました。これをメニューに記載すれば指さしと数字の確認をただで販売できます。読み方も発音のアクセントも必要ありません。仮に間違った表現であっても観光客から指摘されれば新しいコミュニケーションが生まれるかもしれません。国際化が増々進み、突然海外のお客様が来店してもあわてない準備として検討してみてもいいでしょうか?

## 不良在庫の紹介

現在弊社では右のアイテムが不良在庫として眠っております。秋のお祭り、スキー場、アイススケート場の出店など人が集まる場所での販売に是非ご活用ください。価格は別途相談できますのでお気軽にお問い合わせください。

### ① ジャンボ串各種 120g

ハツ・牛ハラミ・豚バラ・豚かしら・牛タン

※ハツが不良在庫ですが併せて他の種類も提供できます

### ② フランクフルト 75g



# ニュースレター第42号



## 固まらない目玉焼き 会話力で他店と差をつける

コンビニではホットコーヒー戦争が勃発しています。100円という手ごろな価格で新しい購買層を開拓しました。そんなコンビニのコーヒーはセルフサービスです。そんな中、ローソンだけが店員がコーヒーを淹れてくれます。大手3社の中では唯一の提供方法です。なぜセルフではないのか？

ローソンでは「ファンタジスタ制度」という接客制度を設けました。この制度は接客のスキル向上を推進するために発足しました。一般的にコンビニの買い物中に店員とのコミュニケーションは0です。ここにローソンは目を付けました。会話や接客のあるコンビニで他社と差をつけようとしたのです。実際コーヒーを淹れてくれている間に話をかけられた経験が私もあります。また、お店によってはコーヒーを購入した人に個包装のお菓子をプレゼントしてもらいました。どこでも購入できる「コーヒー」という商品に「接客」という付加価値を併せて販売することになりました。大手の小売店が目を付けた「接客」について今回は書こうと思います。

現在、日本人の4人に1人が65歳以上の高齢者と言われています。その65歳以上の1/4の人が1人暮らしをしているそうです。65歳以上といえば、仕事も引退し社会との接点が減ってきているはずですが。そんな人に何気ない会話が提供できればリピーターになるのではないのでしょうか？特に手すきの時間帯だと声をかけられることも多いはずですが。その時の対応で次の来店があるかないかの分かれ道なのかもしれません。できる限りお客様の話を聞いてあげられるお店が残っていくのかもしれない。

ただ、忙しい時間帯に、長時間話し込まれるのは困りものです。そこは仕事に支障をきたさない程度に話を切ることもテクニックです。それでも、会話をしているとお客様を呼んでくれる効果も期待できます。店先で私がお客様と世間話をしていると知らず知らずのうちに売れ始めて在庫がなくなるなんてこともよくあります。店先に誰かが話をしているのを見ると他のお客様は寄り安い心理が働きます。無人のお店にはどことなく行きにくい心理が働きます。会話のキッカケづくりとして下記のことが挙げられます。話しかけられて、そこから広げたいときの参考にしてみてください。

### 「たちつと中に入れ」

「た」 食べ物

「ち」 地域

「つ」 通学・通勤

「て」 天気・天候

「と」 富(景気)

「な」 名前

「か」 体(健康)

「に」 ニュース

「は」 はやり

「い」 異性

「れ」 レジャー

### タフ・テーマ

野球  
政治

熱心なファンや政策、  
などは摩擦が起きや  
すいのでそのテーマ  
になった場合は聞く、  
うなずくことに徹した  
方が無難です

あくまでも話をするというよりは聞く時間の方が長いと思います。普段の鬱憤を話したいという欲求を満たせば満足するお客様も多いはずですが。気持ちをスッキリさせて商品を購入してもらおう。そんなお店があると地域から重宝されると思います。



# ニュースレター第43号



## 固まらない目玉焼き 「5 S活動」で重要なのは躰。

80年代から90年代にかけて「S」というキーワードに注目が集まりました。そしてSの数が増えていき、近年では「5S」という言葉が当たり前のように定着しつつあります。この5つのSですが、内容は以下の通りです。

### 整理

要るものと要らないものの区分をして、要らないものを一掃すること

### 清潔

整理、整頓、清掃が何時も維持されていること。ピカピカの状態。

### 整頓

「何を、どこに、どの様に置くか」を決めて実施すること

### しつけ

職場の規律やルールがいつも正しく実行出来るようにすること

### 清掃

ゴミ・汚れのない状態にする

この5Sは飲食業界に限らず、メーカー、商社、金融など他の業界でも取り組んでいる活動です。職場には必要不可欠な活動（要素）になると思います。ここで注目したいのが「しつけ」です。

現在、法人で運営している飲食店では人不足で悩んでいます。そして雇用できても教育が行き届かず離職する。ということが繰り返されています。人材教育が飲食業界では急務の課題となっています。言い換えれば教育が強い会社は永続的に成長するとも言えるかもしれません。また、「しつけ」は個人事業主には関係のないように感じますが、自分自身の立ち振る舞い、お店の運営方針などが「しつけ」にあたると思います。天候が悪いと開店時間が遅れる。私用で臨時休業する。などが続くと集客に大きく左右されてきます。

先日、利用した居酒屋さんのアルバイト教育についてご紹介します。このお店は宮崎の地鶏をウリにしているお店です。そしてアルバイトの学生は就業前の研修で屠殺場（とさつば）見学をします。その見学で自分たちが提供する商品の命の重みを学びます。すると店内のスタッフは器に残った地鶏の油を使ってご飯を混ぜて提供し、最後まで地鶏を楽しんでもらおうとしていました。研修からスタッフに職場や商品の誇りを植え付けているのだと思います。賃金を稼ぐ。の他にプラスαとして仕事をする意義まで教育しているのだと感じました。ちなみにこのチェーン店でアルバイトをする学生の就職率は他の学生よりも高いそうです。



記念日でもないのにこんな盛り付けをしてもらいました♪

### ポイントカードの昇進制度

ここのお店の会員カードはちょっと変わっています。名刺サイズのカードに「主任」という肩書でお客様の名前を記入します。（あだ名でも可）主任→課長→部長→・・・会長と来店回数で昇進していき、サービス料理のランクも上がっていくのです。来店回数を増やすポイントカードにも遊び心が感じられるお店でした。