



ニュースレター第127号



メニュー名をどうやって考えるか？常識を覆すネーミングとは？

<変わった名前の食パン屋さん>

ここ数年生食パンブームがまだ続いています。もうブームでなく1つのジャンルとして確立されたと感じています。そんな食パン屋さんに気になる名前が数多くあります。「君とならいつまでも」これは弊社の近くある食パン屋さんの名前。「キミイツ」なんて勝手に自分たちで省略して販売しています。私もこのパンが好きで良く購入しています。実はこのオーナーさんは元キッチンカーでたこ焼を販売していた会社です。以前弊社にお越しになったことがあります。

そんな変わった名前の食パン屋さんのプロデュースしている人が「岸本拓也」という男性。以前ラジオに出演していたら私と同じ年でした。そんな彼が名付けた名前が以下のお店です。

本物はすごかった リンゴの次 ゴージャス先生 泣かせてごめんよ 歴史は変わる 考えた人すごいわ この後どうする？
許してちょんまげ 産まれたてのライオン モノが違う アゴが落ちた 誰にもあげない 愛してる人きみだけ だきしめたい
街がざわついた あせる王様 午後の食パン これ半端ないって！ 君は食パンなんて食べない 生とサザンと完熟ボディ
迷わずゾッコン ここに決めた どんだけ自己中 ちょっと待ってえー スターの昼寝 そして僕らはパン星人 まさかナンパ君に惚れた

Nice to meet you～あなたに逢えてよかった～ ツツパリの宿命 ～肌の純愛物語～

もうやりたい放題(笑)ただ、商品力は高いです。どのお店も美味しい食パンを提供しています。あえてパン屋さんと思わせないネーミングで興味を惹かせるやり方です。

<会話を誘発する作用も>

変わった店名だと必然的にお客様との会話も増えやすいです。スターバックスのコーヒーのサイズを「S」「M」「L」にしない理由は「Tall(トール)」ってどれくらいの量ですか？とあえて聞いてもらうためのサイズ名だと聞いたことがあります。あえて会話を増やしてファンを作る手法は鯛焼き・たこ焼でも使えると思います。あんこ→「定番」と読んでもらうことで常連感を感じ取ってもらうとか。お客様に楽しんでもらう工夫も今後は必要になってくると思います。

<今年1年を振り返る>

今年はツイッターが一番の印象に残りました。個人アカウントを作成して10年以上立ちますが「バズる」経験は初めてでした。そして1000件以上を超えるメールのご注文。222万人がああのツイートを閲覧してくれたという事実には驚愕しました。全国にはフードロスへの意識も高くお断りした人も「無駄にならず良かった」と言ってくれた人が多数いらっしゃいました。来年以降もSNSは引き続き活用しながら皆様に情報を提供したいと思っています。また今年もキッチンカーの反響が大きかった1年でした。こちら併せて情報発信をしていきたいと思っています。本年もお付き合いいただきありがとうございました。



三ツ星キッチンカー養成所
セミナー



キッチンカー開業セミナー



豊吉公式 Twitter



株式会社豊吉ホームページ

