

くずなたん

水無月

Vol.72

2010年6月

毎月10日発行

発行人 藤本高司

発行所 フジモト株式会社

飲食店向け情報満載かわら版
毎月発行

飲食店舗さま向けにかわら版を毎月発行します



■ 向暑の候

関東地方も漸く入梅した模様です。うっとうしい季節ですが草花には恵みの雨。雨の日を楽しめるぐら心の余裕が欲しいですね。2003年5月9日に打ち上げられた小惑星探査機「はやぶさ」が約7年かかって地球に帰還しました。想像もつかない遠いところで探査機自らの判断で小惑星に近づき、サンプル採取や科学観測をして地球に戻ってくるなんて凄い！の一言です。様々なトラブルを乗り越えてミッションを成功させた感動の物語ですね。太陽系46億年の歴史。新発見情報が楽しみです！！さて、今月からワールドカップ南アフリカ大会が始まりました。飲食店にとっては開催日程が気になるところです。影響が大きいですが、参加型販促など知恵を絞って一緒に楽しめるイベントで盛り上がりましょう！！

Shimaちゃんのおいシーサー

うちなー支店
Shima

9びいんなー 夏バテ防止にナーベラー

「はいさい」・・・5月～6月の沖縄は、梅雨でジメジメした日々が続いたかと思えば、からっと晴れたり、予想もつかない天気日々悩まされています。特に週末の天気が微妙で計画が立てられない状況ですが、この梅雨が明けると夏本番のスタートです。海では、休日を利用した泊まり込みのビーチパーティーや磯釣り、沖釣り、ダイビング等のアウトドアが楽しくなる季節になります。同時に夏バテ防止の料理がどんどん出てくる季節になります。皆さんも、良くご存じのゴーヤー等の家庭料理が、食堂等でお目見えます。

今回は、ゴーヤー同様夏バテ防止と言われている「ナーベラー」を紹介しましょう。「ナーベラー」とはヘチマの事で、本土ではタワシや化粧水等でよく知られていると思いますが、沖縄では家庭料理として大活躍です。

作り方は、「ナーベラー」を1～2センチ輪切りにし、鍋に入れ水はほとんど使わず「ドゥー」汁(ドゥーとは自分の事を指し、ここではヘチマのこと)を出し、お味噌ベースで豆腐やホークを入れ煮込み完成。ご飯もすすみ、夏バテ防止には抜群の料理です。(ビタミン・ミネラルが豊富)

ちなみに、私の家ではソーメンを入れお汁にしたりしています。

大分前の話ですが、私の兄の知り合いが本土から来沖した際に、「ナーベラー」料理を食べさせてみよう、母に作ってもらいました。何も言わず食べさせたところ、「美味い！！」の絶賛で全部食べた後に「これ、ヘチマだよ」と言う目目を丸くして驚いていました。(これっていいわ！?)

「ヘチマって料理にするとこんなにおいしいものなの？」と言いながら、おかわりまでして食べていました。(内心、ホッとしました)

県内では、「ゴーヤー、ナーベラー」を自宅で栽培している所が多く、この時期になると近所から頂いたり、玄関に置いてあったり、毎日がゴーヤーとナーベラーのローテーション。これが、まさしく夏バテ防止。

晩酌のおかず！！ゴーヤスライス。ゴーヤーを千切りにし、醤油とお酢を入れ鰹節をまぶし、出来上がり。ぜひ試してみてください！！

では、「ナーベラー」編。この辺で「くずなたん」(失礼しました)。



フレッシュNEWS

第1回泡盛商談会 開催！

沖縄県酒造組合青年部が、飲食店向けの商談会を開催します

沖縄には年間約600万人の観光客が訪れ、その7割程度がリピーターと言われています。彼らは来沖する度に「のんびりできる」沖縄の自然だけではなく、文化、歴史と興味を広げています。そんな彼らを虜にするのが、沖縄の「泡盛」。今回沖縄県酒造組合青年部は、飲食店向け商談会を初めて開催いたします。

20社の酒造所が、沖縄から各社自慢の泡盛を持ち運び、造りへのこだわりから、おいしい飲み方、新しい飲み方、料理との相性にいたるまで、お勤めのアイデアをご提案します。また同じ会場で、「繁盛の神様」として名高い土屋光正氏(株式会社パシオ代表取締役)を招いて、「繁盛店の方程式」と銘打った飲食店の経営に活かせるセミナーが開催されます。

泡盛をメニューに加えて、新しいお客様への扉を開きましょう。

事前申込みが必要(先着順)。

セミナーは定員があるので、早めの申込みが必須です。

日時:2010年8月4日(水)11:00～16:30(セミナー13:00～14:30)

会場:すみだ産業会館サンライズホール(JR/東京メトロ錦糸町駅南)

主催:沖縄県酒造組合青年部

問い合わせ:商談会運営事務局 株式会社DMC沖縄

TEL098-857-9215

e-mail plan@dmc-okinawa.co.jp



フレッシュNEWS

Coming Soon

フジモトでは、個々のニーズにあったクーポン券を作成できるツールを開発中です。お持ちのプリンタで印刷できますので、限られたお客様だけに配布する少量のクーポンも発行可能。

割引金額をどうやって割り出せばいいかわからない！という場合も、フジモト独自の計算式を使えば簡単です。

組数や、客単価などを入力するだけで、即座に数値を導きます。

また、デザインも洋風、和風、中華風、甘味系など多種多様に揃えてあります。

お好きなデザインで作成することができますよ！

近日中に、フジモトのホームページで公開いたしますので、お楽しみに！！



並べて覚える

お店で使えるマーケティング用語集 第3話

広告社ぶれいん 竹田 清人

今回は、「ライフ(生涯)」というキーワードで二つの用語を取り上げてみようと思います。ライフサイクルコストとライフタイムバリューです。費用と価値でちょうど反対の言葉のように見えますが、反対どころか全く関連の薄い別々のジャンルの言葉なのです。

ライフサイクルコスト:生涯費用とライフタイムバリュー:生涯価値

(Life cycle cost vs. Life Time Value)

ライフサイクルコストは製造物に掛かる費用を調達から廃棄まで総合的に考えた費用のことです。これを考えなくてはならないのは、「作るのは簡単でも、廃棄するのが難しい物」があるからです。最近、注目をあびている、「エコ」にも関係してくる言葉です。リサイクルできる物であれば、ライフサイクルコストには、リサイクルにかかる費用まで含めて考えるということなのです。

飲食店での例を考えてみると、どんな食材を使うかはライフサイクルコストを考える必要のある分野です。最近では地域によっては洗浄などの前処理や、ごみ処理費用等が高くなる傾向にありますから、前処理が終わった、ごみが出る量の少ない材料を活用すれば、ライフサイクルコストを下げられる可能性があります。

また、複数店舗を経営している企業では店舗という不動産その物のライフサイクルコストが重要になります。多くの賃貸物件では契約条件に撤退時には借り手が独自に作りつけた造作は取り外すという「原状復帰」が条件になります。したがって出店のときに、この原状復帰費用についても把握しておく必要があるわけです。大雑把に言うと、

出店費用+家賃+維持費+原状復帰費用が店舗の不動産としてのライフサイクルコストになると言った按配です。

ライフタイムバリューは、ライフサイクルコストとは、ジャンルのまったく違った言葉です。これは、ちょっとお客様に失礼な表現になるかもしれませんが、ご来店のお客様一人ひとりが一生涯、どれくらいのお金を落としてくださるのかと言う考え方です。年齢の違う、同じ位の経済状況の二人のお客様が初めてお越しになったとすれば、年齢の上のお客様より、年齢が若いお客様のライフタイムバリューの方が高いだろうと想定できるわけです。また、店の側を見れば、「リピート率の高いお店」のお客様のほうが、「リピート率の低いお店」のお客様よりライフタイムバリューが高いこととなります。

ライフタイムバリューが高いお客様は、将来的に、より多くのお金をお店で使ってくださると想定できる訳です。ですから、ライフタイムバリューが高いお客様には再来店を促進するための費用を、それなりに掛けられることとなります。この考え方は通信販売などの世界で発展した考え方なので、単純には外食のマーケットには適用できないでしょうが、考え方のヒントにはできそうです。

Fujimoto

発行所

フジモト株式会社

http://www.fujimoto.co.jp

〒166-0011

東京都杉並区梅里1-7-7SKTビル2F

TEL03-5378-6830

FAX03-5378-6823