



くすねたん[®]

神無月号

Vol.88

2011年10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

■ 清秋の候

厳しかった残暑も終わり紅葉の便りを聞くにつれ秋の訪れを感じます。10月いっぱいはいくく涼しい会社も有りますのでノータイ姿のビジネスマンが半分ぐらいでしょうか？私もノータイで過ごしてましたが、10月1日よりしゃきっとネクタイを締めました。一度外してしまうと楽々なのでちょっと首が苦しいですね。決して太ったわけではありません。。。さて、10月は繁忙期を迎える年末に向けて来客促進の大切な月です。10月の来客が12月繁忙期を左右します。徹底的な顧客志向で挑んで下さい！！ デイナー時間は、回転率を望む時代ではないですよ！！

並べて覚える

広告社ぶれいん 竹田清人

お店で使えるマーケティング用語集 第13話

レッドオーシャン と ブルーオーシャン Red Ocean Strategy vs. Blue Ocean Strategy

この二つの言葉は、世界的に有名なビジネススクールのINSEAD(インシアッド)の教授である、W・チャン・キムとレネ・モボルニュが書いた、「ブルー・オーシャン戦略」(ランダムハウス講談社)と言う本の中に登場しました。その本の中で二人は、未開拓の分野に進出すれば、他との競争が少なく、競争に明け暮れて消耗してしまうより良いと主張しています。競争のある世界、競争のない世界を表す言葉として海を持ち出したのは、中々秀逸な選択だと思います。ちなみに、INSEADはもともとヨーロッパの学校でしたが、現在は校舎がフランスとシンガポールにあるようで、アジアのビジネスに対する世界の関心の高さを象徴しているようです。

レッドオーシャン (Red Ocean Strategy)

同じ市場に多くの企業が参入している場合、過当競争になりやすいので、この状況を血みどろの戦いをイメージさせる「レッドオーシャン」と表現しています。ただし、マイケル・ポーターが「競争優位の戦略」(ダイヤモンド社)の中で言っているように、企業間の競争は必ずしも価格競争の様な単純で力任せのものになるとは限らないので、血みどろの表現は酷すぎるかもしれません。

ブルーオーシャン (Blue Ocean Strategy)

ヨットやモーターボートなどのシースポーツの趣味を持つ人は二つのグループに分けられると言われてきました。一つはレーサー派で、もう一つはブルーオーシャン派です。ブルーオーシャン派は他の船と競うことを楽しむレーサー派の人とは違い、ただ、陸上の雑踏を離れて、沖合いの青い海で波に身を任せられれば満足する人たちです。

このブルーオーシャン派の様に、既存のビジネスから、はるか沖合いで、新しいマーケットを切り開く戦略を「ブルーオーシャン戦略」と言います。確かに、競争のないビジネスは売り上げもあげやすく利益率も高くなり非常に有利なビジネスが出来そうですが、ブルーオーシャンの名前の通り、沖合いに船を出す勇氣と、高い技術的な裏づけが必要になりそうです。

ブルーオーシャン戦略はある意味でイノベーション戦略でもあると言えるでしょう。外食の世界でも全く新しい業態を開発することが出来れば、このブルーオーシャン戦略が取れることになります。

こーいちのグルメ散歩

食楽楽散人 木村 幸一

・ さんば43 イチジクの食べ比べ

横須賀線東戸塚駅からバスで10分ほどのところに、畑総面積約6000坪の「Yours Garden 門倉農園」があります。奥さまとご両親それにボランティアの人達が果物や野菜を育て、食育、畑仕事、収穫作業、果物好き、野菜好きの皆さんが集まる農園にしています。果物畑には柿、みかん、梅はもちろんイチジクもあります。



9月18日(日)門倉さんのご協力をいただいて、スロ・フード横浜主催で、イチジクの食べ比べを企画しました。なんと22名の一般のお客様が集まりました。イチジクの語源は、一日で実が熟すから、あるいは一月で実が熟すからなどと言われているように、あっという間に熟してしまいます。畑まで来て食べるなら、樹で完熟したイチジクを食べることができます。門倉さんのイチジクはフランスから入ってきたパナーネです。果肉がネっとりしていて糖度は26度を超えるほどで甘みの中に少し酸味があります。果皮は淡黄褐色ないし茶褐色で、果肉は赤く大きめで食べごたえがあります。欠点は(?) 痛んだり落下しやすくまたやわらかいので輸送に向かない事です。



食べ比べですから、もっぱら関西以西で栽培され、関東ではめったにお目にかかれない蓬萊柿(ほうらいし)と、国内販売約80%と言われる榊井(ますい)ドーフィンを取り寄せました。蓬萊柿は少し小ぶりで適度な甘みとほのかな酸味があります。熟すとお尻の部分が割れやすく、日持ちの悪いのが欠点です。榊井ドーフィンは栽培しやすく収量が多く、裂果もすくなく、皮が比較的強いので輸送性に耐え日持ちも良い。少し大ぶりで肉質は柔らかく、ほどよい甘みで酸味はすくなく、さっぱりしています。

畑のパナーネの樹から完熟の実をもぎとり席にもどりませす。芝生に置かれたテーブル席には蓬萊市、榊井ドーフィンも用意されました。各々の方に好みのイチジクをお聞きしたら、それぞれ三分の一の均等になったのには驚きでした。デザートは門倉さん手作りのイチジクのコンポート・アイスクリーム添えて、これがまた絶品でした。お土産は農園でとれたサトイモと生ビ・ナッツそれにイチジク4個で、皆さん得した気分のようなのでした。とても素晴らしいイチジクの食べ比べの日になりました。次の企画には皆さんもご参加ください。スロ・フード横浜(<http://www.y-slow.com>)のHPを見ていただければ幸いです。

フレッシュNEWS

Fujimoto/Betrend 共催 パワーアップフォーラム2011 in 沖縄 セミナーレポート



去る9月28日、ビートレンド様との共催で、スマートフォンとソーシャルメディア活用についてのセミナーを沖縄産業支援センターにて開催いたしました。定員40名を大幅に超えるご応募をいただき、お陰様で大盛況のセミナーとなりました。ご応募、そしてご参加いただきましたお客様には、厚く御礼申し上げます。セミナーでは、主にスマートフォンユーザーの動向と、その活用ツール「betrend」のご紹介、そしてご常連様を作るための販促方法のご提案など、盛りだくさんの内容となっております。計3時間皆様にご聴講いただきました。



セミナーの一コマ。地元企業様の賞品が当たる抽選会も行われました。



最後には皆様にご挨拶し、お土産をプレゼント！

Fujimoto

発行所 フジモト株式会社
〒166-0011 東京都杉並区梅里1-7-7SKTビル2F

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

TEL03-5378-6830 FAX03-5378-6823