



くすくすなたん

霜月号
Vol.89
2011年11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

■ 向寒の候

秋が深まってきました。今年の秋の実りは、震災や気象不順で影響が出ているものが多いですね。岩手岩泉の松茸も例年の半分以下の収穫でした。TPP参加が外食マーケットにも大きな影響を及ぼすと思われますが、グローバルマーケットという意味ではこの方向と私は思います。多くを語る場では有りませんが、専門性、技術、ノウハウを持って取組んでいく、当り前の姿ではないでしょうか。サンペリグリノ世界のベストレストラン50位に2店舗も日本のレストランが選ばれています(12位と20位)世界の距離が短くなった時代です。厳しさと共にチャンスは大きくなりました!!



並べて覚える

廣告社ぶれいん 竹田清人

お店で使えるマーケティング用語集 第14話

地理的調査 と 民族誌的調査

Geographic research vs. Ethnographic research

地理的調査 (Geographic research)

地理的な条件を調査するのが「地理的調査」です。たとえば、店のある町の人口を調べたり、その町の特徴を調べたりするわけです。関連の深い交通機関について調べたり、近くの商業施設や公共施設、競合店舗等について調べることもあるでしょう。よくテーマになるのがメッシュデータです。店舗の商圏の中に何人の方が住んでいて、それはどんな方なのかを調べる基礎となるデータのことで、

公開されている情報として使いやすいのは、総務省の統計局から出ている統計データでしょう。

<http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/eStatTopPortal.do>

簡単な人口統計などはインターネット上で調べることが出来ます。

<http://www.e-stat.go.jp/SG2/toukeichiri/AggregationSet.do>

国勢調査の時点のデータで少し古いですが、色々といじってみると楽しいです。

民族誌的調査 (Ethnographic research)

最近話題のエスノグラフィックリサーチ、これは、ちょっと面白い調査です。民族誌の研究者の様に顧客や見込み客を調査します。たとえば、聞き取り調査だったり、詳細な観察だったり、執拗な追跡調査だったりするわけです。定性的なことを調査することで、簡単なアンケートや定量的な調査では見えてこない、人々の潜在的な要求や行動原理をしっかりと把握することができます。

有名なのはITメーカーのインテルの事例です。インテルは文化人類学者や心理学者を中心にした「People and Practices Research」と言うチームを持っていて、世界中の人々の生活を観察して回っているそうです。きっと彼らが、日本に来て電車に乗っている人々を観察したら、「スマートフォン用のICチップの開発に力を入れない」と再認識するに違いありません。コカコーラやノキア、韓国サムスンなどの事例も有名だそうで、日本では花王や大日本印刷が活用しているという話です。

飲食店なら、失礼にならないようにしなければなりません。人類学者になった気もちでお客様を、観察するのが簡単な調査になるでしょうか。たとえば、サンプルケースの前でお客様はどんな風にされているかとか、席に付かれてまず何をなさるのかとか、どの入り口から、いらっしゃる方が多いか、どちらへ帰られるのか、どんな服装をされているのか、買い物帰りならどんな袋をお持ちなのか。この様に考えると、色々なテーマが見つかるかと思えます。下げ物の残り具合を観察する調理長の姿勢も一種のエスノグラフィック調査ですかね。

この二つの言葉に共通する、グラフィック graphic というのは、ギリシャ語の「書くこと」を意味する言葉から生まれたそうで、記録のことだそうです。きっと飲食店では開業時に色々調査されるでしょうが、そのあとのマーケット調査は、なおざりになっているのではないのでしょうか。開業のときの調査を記録に残し、同じテーマで毎年定期的に内容を洗い直して、状況の変化等に対応できるようにしておくのが大切だと思います。集めた情報を見ているときと良いアイデアも浮かんでくるはずですよ。

食器なんでも豆知識

食器研究家 ケイ・大勝

三十四豆 陶器と磁器 ~和食器の特徴を振り返って~

キンモクセイの香りが途絶えた頃、冬の到来を迎えます。ストーブを出して点火すると暖房の匂い。私は、秋の次の冬の匂いを楽しんでいます。

11月3日は文化の日です。“昭和23年(1948年)に制定された国民の祝日に関する法律によって文化の日とされ、「自由と平和を愛し、文化を薦める。」祭日と定められた”そうなんです。

文化を薦める日ということで、今回は和食器の特徴を一部ピックアップして良さを説明することで、和食器の文化の普及に貢献いたします。

今回は和食器の中でも、「陶器」と「磁器」についてお話しします。

【陶器とは...?】

いわゆる「土もの」といわれておりまして、粘土を900~1200度で焼き上げて作られます。手触りはザラツとしており、土の感触を楽しむことができます。磁器より気密性が低く、吸水性が高いです。丈夫とは申せませんが、土の温かみと、独特の表情を楽しむことができます。また、使えば使うほど味わいが出てきます。

【磁器とは...?】

もともとは中国で発達した食器で、陶石などの石が原材料となっております。手触りはツルツルとして、薄く、シャープなフォルムが美しいです。日に当てると透けて見えます。繊細な印象とは裏腹に高温1300~1400度で焼き上げるため、気密性が高く頑丈です。そのため吸水性が低く匂い移りもしにくいのです。

以上を踏まえて、私のそれぞれの食器の使い方のご提案です。陶器は吸水性が高いため、それぞれの食材や飲料の水分を吸収いたし、それが味となっていきます。その反面その匂いが移りやすいので、長く、同じものを入れるコーヒーマグとして使用するのはいかがでしょうか。

磁器はそれとは反対に、匂いが移りにくいのでいろいろなお茶を入れる急須として使用するのはいかがでしょうか。味、香りを吸着せず、ストレートに出して頂くのが特徴です。

食器を手にとってみると、古くからの歴史と、沢山の職人さん達の魂を感じます。



プロカメラマン撮影のフリー写真素材・無料画像素材のプロ・フォトより