



くすいなたん[®]

師走号

Vol.90

2011年12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

■ 初冬の候



寒暖の差が厳しいと思いきやぐっと冷え込んできました。冬は冬らしく寒くなってくれないと行動にメリハリが付きませんね。居酒屋さんの集客プランアイデアには、いろいろなお得をだしていますが、13時間飲み放題プランという記事を見ました。午後4時に開店して翌午前5時まで飲み放題というもの。料理6品ついて1人2,980円です。二次会移動なしの終電まで組と始発まで居座り組には、うけそうですよね!!しかし、くれぐれも飲みすぎ注意で!さあ、1年の締めくくりです。はりきっていきましょう!!

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15語

ゴルディロックス効果 と トム・ソーヤ効果

Goldilocks Effect vs. Tom Sawyer Effect

ゴルディロックス効果とトム・ソーヤ効果、両方とも物語の主人公の名前が使われているところがポイントです。

”トム・ソーヤの冒険”はご存知でしょう。読んだことはなくても題名だけは多くの方がご存知だと思います。”トム・ソーヤの冒険”は米国の有名な小説家、マーク・トウェイン(Mark Twain)が書いたお話で、少年少女向けの娯楽小説です。これもまた有名な”ハックルベリー・フィンの冒険”は、この続編です。

ゴルディロックスをご存知の方はきっと少ないと思いますが、”三匹の熊”のお話は多くの方がご存知でしょう。その”三匹の熊”のお話に出てくる女の子の名前がゴルディロックスなのです。”三匹の熊”はロバート・サウジー(Robert Southey)と言う英国の詩人が書いた子供向けのお話です。

この同じように子供向けの物語の主人公の名前がつけられたマーケティング用語と言うことで、今回はこの二つを取り上げてみました。クリスマスが近いですね。

ゴルディロックス効果 (Goldilocks Effect)

”三匹の熊”のお話、思い出していただけましたか。ゴルディロックスちゃんが森の中で熊のお家に入り込んでしまうお話です。ちょうどよい高さの椅子、ちょうどよい暖かさのスープ、ちょうどよい大きさのベットを使う話で、まあ、簡単に言えば「ちょうどよいものだけが残る」と言うことでしょうか。これがゴルディロックス効果です。

消費行動の動機付けなどの局面で考えなければならないことのひとつに、このゴルディロックス効果があります。たとえば、スタンプラリーの様な販売促進の手段をとる場合を考えて見ましょう。お客様に楽しんでもらうためには、幾つのスタンプを集めていただく仕組みにすれば良いのでしょうか。きっと、あまり簡単に達成できても、難しすぎてもだめですね。そんなときには「ゴルディロックス効果も考えないとね。」とか言うわけです。

トム・ソーヤ効果 (Tom Sawyer Effect)

”トム・ソーヤの冒険”にトムが塀のペンキ塗りをさせられるエピソードがあるのだそうです。そこでトムは友達に手伝ってもらうために、ちょっとした工夫をします。本当は楽しくないペンキ塗りを楽しそうにやってみせ、その上、手伝わせてほしいという友達の申し出を、いったんは断わるのです。これで、ペンキ塗りをしてみたい少年たちが大勢あつまってくるようになります。このように簡単に手に入らない状況をつくりだすと魅力が増すということをトム・ソーヤ効果と言います。

動機付けについて考えるときに、これも重要なヒントになります。「割引」のパラドックスがこれにあたるでしょうか。割引でお客様の関心を引こうとするとき、思い出したいのがこのトムソーヤ効果です。トムが友達にペンキ塗りを手伝ってもらいたいからと、お礼に何かをあげるという方法をとったらどうなったでしょう。きっとそれは逆効果になって、大勢の少年たちが集まってくるということはおきなかったでしょう。きっとペンキ塗りって大変で退屈なんだろうなと、みんなにバレてしまうからです。

高級店やきっちり御代を頂戴する事を前提とする店舗では、割引作戦は逆効果になることがあるといわれています。また、そのような割引による誘導はエスカレートさせて行かないと飽きられてしまいます。最近では、割引のように約束や契約による特典よりも、サプライズの提供の方が効果的だと考えられるようになってきています。何も約束をせずに「初めてご来店頂いてからちょうど一年になりましたので。」などと言ってプレゼントをすることができるなら、きっとお店のことを印象深く覚えて頂けるに違いありません。

こーいちのグルメ散歩

食道楽散人 木村 幸一

・さんば44 相模半白節成

野菜ソムリエのオーさんから、「相模半白節成(さがみはんじろふしなり)」で知ってますか?

と問われ、「残念ながらもちろん知りません」というのが私の答えでした。相模半白節成は、昭和30年後半まで全国幅広く栽培され、肉質はしっかりしているが、皮が堅いので、漬物用として人気がありましたが、現在の皮が柔らかくサラダなどにも向いている一般品種の台頭により、栽培されなくなり、今では「幻のキュウリ」と呼ばれているそうです。果実の上半分が濃緑色、下半分が白に近い黄緑色でその姿から市場では「河童」と呼ばれたそうです(すし屋でキュウリを河童とよぶのはここからきているとのこと)。若手農家の吉川さん(平塚市)が、昨年からは温室栽培で挑戦し、工夫を重ね、皮も柔らかく、病気もせず、光沢も美しい、苦味を抑えたキュウリづくりに成功し、今年の3月から市内の青果店やホテルなどに卸はじめたそうです。

吉川さんのキュウリでつくった「キュウリのスープ」はレストランで大評判のようです。

吉川さんのキュウリをはじめ美味しい湘南野菜を使っている、茅ヶ崎にあるレストラン「欧風食堂～カンティーヌ・マッシュ～」で、野菜栽培にチャレンジを続ける吉川さんの話を聞いた後の食事は、一段と美味しかったこと間違いありませんでした。

<当日のメニュー抜粋>

・前菜盛り合わせと自家製パン ・野菜のピクルス(吉川さんのガーキンキュウリ使用) ・ごぼうのポタージュ ・ラタトゥイユ ・にんじんのサラダ(感想:あまりにも野菜が美味しく今度は孫を連れてきます。) ・パスタ...蕪とトマトとルッコラのパスタ(感想:手作りパスタのモチモチした食感、火を通したプチトマトの甘さ、若葉のようなルッコラ。私の一押しです。) ・メイン料理(みやじ豚と地野菜のポトフ)、デザート(小松菜とさつまいものロールケーキ)...詳細省略。



機会がありましたら一度「相模半白節成」を試食してみてください。

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

Fujimoto