



くすいなたん

師走号
Vol.161
2017年12月
毎月20日発行

飲食店向け情報満載かわら版
毎月発行

発行人 藤本高司
発行所 フジモト株式会社



今年もご愛読ありがとうございました！
来年度も何卒よろしくお願致します。

飲食店舗さま向けにかわら版を毎月発行します

■ 歳末の候

酉年も最後の月となりました。外食マーケットを振り返ると業態を顧客ニーズに合わせてブラッシュアップ出来ているお店が、お客様の支持を頂いています。商いとしては当たり前のことですが、どうも外食はブレてしまい、本末転倒なことをしてお客様が離れて行ってしまふことが多いですね。自店の立ち位置を考えて、徹底した顧客優先を判断基準に店舗運営をお願いします！！

並べて覚える

廣告社ふれいん 竹田清人

■ お店で使えるマーケティング用語集 第54語 ■

アイゼンハワーの決定マトリックス と アンゾフの成長マトリックス The Eisenhower Decision Matrix vs. The Ansoff Matrix

雑多な情報を整理する時に、図を描いて考える方法が幾つもあります。この中で、とても簡単で分かりやすいのがマトリックス（座標）を使う方法です。横軸と縦軸を決めて、情報整理をします。これは中々使いやすい方法なので、いろいろな局面で活用することが出来ます。今回はこのマトリックス活用から有名なものを二つ取り上げてみたいと思います。

■ アイゼンハワーの決定マトリックス (The Eisenhower Decision Matrix)

横軸を緊急度、縦軸が重要度で、行動計画を整理する方法です。これによって図は大きく四つの象限 (quadrant) に分けられます。それぞれの象限毎に対策があるので簡単に整理しておきましょう。

- ① 緊急で重要な作業… この様な作業は日常的に発生している可能性が高いので、作業の効率化を目指します。
- ② 緊急ではないが重要な作業… 一番時間を使ってしまふ作業になりがちです。ときどき振り返って本当に重要なかを検討する必要があります。
- ③ 緊急だが重要でない作業… 大きな達成感があるのでこの作業は良です。部下などにどんどん任せるべき仕事です。
- ④ 緊急でも重要でもない作業… 自身の満足感の為に組み込まれていることがあります。例えば休憩や娯楽などのように。この作業に必要なのは節度です。

実行計画を作る時に、この様なマトリックスを活用して、それぞれの行動の意味を一度見つめ直して見るのも良いかもしれません。

■ アンゾフの成長マトリックス (The Ansoff Matrix)

ロシア生まれのアメリカの経営学者イゴール・アンゾフ (H. Igor Ansoff) が1957年に書いた論文の中で提案した製品市場戦略上の方法論です。製品市場戦略、要するにどうやって製品の売り上げを伸ばすかを市場と製品との二つの切り口から整理するための図です。

この図も四つの象限に分けられます。それぞれの象限について簡単に整理してみましょう。

- A 市場開発… リスクは高いですが、大きな成果を上げられる可能性があります。
- B 多様化… 投資や調査など必要で製品開発以上にリスクが高いですが、長期的に大きな利益を得られる可能性があります。同心多様化、垂直統合など多様化の方法については幾つかの提案がされています。
- C 市場参入… 競争相手との戦いに勝つのが重要なので、資金が豊富にある企業なら取りやすい方法かもしれません。
- D 製品開発… 投資が必要でリスクも高いですが、長期的な利益を得られる可能性もあります。

今回は大雑把な説明になりましたが、マトリックスは実際の店舗経営に当たって、状況を整理するためのツールとして利用するには比較的分かりやすいだろうと思います。メニュー替えなどの場合や新しい店舗の出店計画などで、活用されるのは如何でしょうか。

アイゼンハワーの決定マトリックス



アンゾフの成長マトリックス



拘りの逸品

藤本 高司

★その24 デバ地下「ラファイエット」さん

オペラ座の裏に構えるヨーロッパ最大規模の百貨店「ラファイエットグルメ館」デバ地下のご紹介です。

この最大の魅力は食材を選びその場で頂けることに尽きます。気軽に好きな食材と調理方法をお願いしてリーズナブルに楽しめる。至福のひと時です。



ギャラリー・ラファイエット
Address : 40, Boulevard Haussmann 75009 PARIS
URL : <https://haussmann.galerielafayette.com/ja/>

ワイン小噺

営業 伊藤久美子

♪ オレンジワインはいかがですか

ワインもすっかり日本の生活に浸透し「ワイン第7次ブーム」と呼ばれる昨今、EUともEPA締結が大枠で合意され、益々手頃な価格でワインが味わえますね。

数年前からの白ワインブーム、よりナチュラルなワインが好まれる傾向です。ワインの基本5タイプ、白・赤・ロゼ・スパークリング・酒精強化ワイン（ポートワインなど）に加えて、第6のタイプとも呼ばれている、それがオレンジワイン。

ワイン発祥の地とされるジョージア（旧グルジア）では8,000年前からワインが造られています。遙か昔には、メソポタミアを経由してエジプトまで運ばれ、かのクレオパトラも好んで飲んでいたとのこと。

そのため、ジョージアワインは別名「クレオパトラの涙」とも呼ばれています。

このワインは古来から大切に守られてきた製法、「クヴェヴリ製法」で今も造られており、ユネスコ無形文化遺産に登録されています。

ブドウ果実だけではなく、果皮、種、果梗と一緒に甕に入れて醸造するので、果実味もタンニンもしっかり感じられるオレンジワインが生まれるのです。

土に埋めた甕の中、ほぼ一定の温度・湿度でゆっくりと時間をかけて発酵させるので、ジョージアでは「ワインを造る」といわず「ワインを育てる」というそうです。

現代のワイン醸造とは全く違う古代からの製法のオレンジワイン、クレオパトラに思いを馳せながらグラスを傾けてみませんか。

