



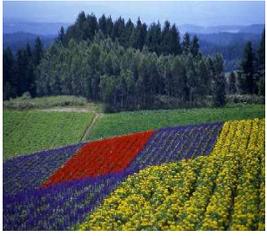
くすなたん

8月号 Vol.2
2004.8.10 毎月10日発行
葉月号

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

飲食店舗さま向けにかわら版を毎月発行します

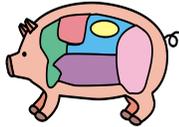


秋暑の候

厳しい暑さは当分続きそうですが、暦の上では秋になりました。気温が一度上がるとビールが1万本売れるなんて聞いたことがありますが、皆さんの店は夏商戦の真っ盛りかと思えます。夏祭り、花火大会に加えて今年はアテネオリンピックとイベントが盛りだくさんな8月となりました。少し景気も回復の様子ですかね。百貨店、専門店では秋の装いに変わって来ましたが、飲食店は一步遅れての雰囲気作りです。9月に向けてのメニュー戦略、飲料戦略をイベントと共に準備に取り掛かりましょう。

食材のお話

イベリコ豚 (IBERICO)



長い間、スペインの豚肉は輸入禁止でしたが、ここ1~2年でようやく輸入が本格化してきました。スペインの極上黒豚 イベリコ豚を紹介します。ハモンイベリコが最も有名ですが、骨付きロースやスライスの香草焼き、カツレツなど素材を活かした料理はシェフの腕の見せどころです。

イベリコ豚はスペインのイベリア半島沿いのコルク樹の原生林森林地帯で放牧されて育てます。誕生から2ヶ月まではミルク食、離乳から100キロ前後までは樹の森で運動をさせて天然穀物飼料、草の根、牧草で骨を強くします。モンタネーラと呼ばれる放牧期間で体重を180キロまで育てます。モンタネーラの期間にオレイン酸を多く含むどんぐり(ベジョータ)の実を食べて半年間で90キロも太ります。この飼育の仕方ではイベリコ豚のグレードが分かれています。

Bellota ベジョータ(どんぐり) モンタネーラにて50%増体したイベリコ豚

Recebo レセボ(餌を補助) モンタネーラにて増体出来ず穀物飼料を与えて飼育したイベリコ豚

Pienso ピエンソ(飼育) 飼料を与えて出荷重量まで飼育したイベリコ豚

オレイン酸をたくさん含みビタミンB群、ビタミンE、抗酸化物質の豊富なイベリコ豚は血栓や動脈硬化を予防します。

こだわりの一品にくわえてみては?!!

カラーのお話

ギリシャ編

前月号ではギリシャ国旗に触れましたが、今月号もオリンピックの開催地「ギリシャ」を通じて色彩を考えたいと思います。

国の南東にエーゲ海が広がり、食べることが大好きなギリシャの人々の料理は美味しく美しい物がいっぱい。ワイン造りは、ヨーロッパワインの発祥地、それだけにワインの製造は全土で盛んです。



オリーブオイルやトマトペーストをベースに、肉や魚、野菜などの新鮮な素材をふんだんに使用している自然食、それら色とりどりの料理の盛り付けは白いテーブルクロスに白い皿が多く見られます。白は有彩色、無彩色の中でも最も明度(明るさの度合い)が高く、清潔で新鮮なイメージを与えます。また、背景色としては一番多く使われる色です。しかし、何でも合うかというところでもなく、料理の色合をばかしてしまったり、鮮やかに見えすぎてかえってどぎつくなってしまうことがあるのです。ギリシャでは、様々なシーンで上手にそして効果的に白が使われています。真っ白な大理石はパルテノン神殿やアテイクス音楽堂など数々の世界遺産や名所、建造物に使われています。これらの歴史的な「白」がギリシャの色彩のベースにあるのかもしれない。

次号は、配色の基本について勉強していきましょう。また、フジモトHP上に順次、色彩コーナーを開設していきます。

カラーコーディネーター 岩崎浩一

パナティナコスタジアム



1896年ここで第一回近代オリンピックが開催されました。古代にはここにパンアテナ大祭の競技場がありました。アルデイトス丘の緑を背景に、まばゆいばかりの白いペンテリコンの大理石でできています。



注)写真及び一部の文書はギリシャ政府観光局HPより掲載

まめ知識

変形労働時間制とは

ワークシフトのシステム導入時に良く質問を頂きます。労働基準法で法定労働時間は原則1日8時間、週40時間と決められています。オフィスワークでは無いサービス業の飲食店舗では、週8時間の労働時間を遵守していくことは不可能です。閑散期の労働時間を短縮してその短縮した労働時間を繁忙期の労働時間に充当できる制度です。

制度の種類

1ヶ月単位の变形労働時間制、1年単位の变形労働時間制、1週間単位の非定型的变形労働時間制、フレックスタイム制。

飲食店舗の算数学校

お客さまに満足なメニュー価格のつけ方!! 編

その1 メニュー分類・整理の方法

先月号に引き続きメニューの分類整理の仕方について表を参考にして行きながら説明します。店舗でのメニューブックを参照してメニューの分類・整理から始めましょう。メニューアイテムを部門・単品の2階層に整理します。(先月号は表が不備で分からないという声を頂きて失礼しました。再度説明します)

例えば、パスタ アラカルト サラダ スープ 飲み物 デザート(下記表を参照下さい) という様にメニュー全てを部門別に整理します。この分類の仕方はとても重要です。必ず6部門以内に収めて下さい。6部門以上に分けても数字が読取れずマネジメント出来ません。

次に仕訳した部門・分類に販売合計金額、販売数、全体客数を集計して表を作ります。(下記表の説明 a売上(店舗全体の総売上) b客数(店舗全体の来店総客数) c個数(店舗全体での総販売個数) d金額(部門に属するメニュー単品の総販売額) e構成比% (d/a) f販売個数(部門に属するメニュー単品の総販売個数) g構成比% (f/c) h金額PI値 (d/i)

定番メニューの構成比が大きいのは当然ですが、客単価を上げていくには他の部門がどのくらいの構成でどのくらいの価格帯が売れているのかいつもチェックしていく必要が有ります。この表は、**部門構成比**、**部門価格帯**を掴むことが目的です。

最近では、電子レジスターでも下位層分類での集計機能が出来る機種も増えています。パソコンへも簡単にデータ移行することも可能です。EXCEL(表計算)を利用して数字を掴んでいきましょう。

この部門分け数字には、**店舗オペレーションの実態**が隠されています。お客様へのアプローチからお勧め、飲料の追加注文、一品のお勧め、デザート、ディジェスティフ、お客様に満足してお帰り頂くためのスマートな気の利くサービスがこの部門数字には隠されているんですね。次号はメニューの分析手法を紹介します。

コンサルタント 藤本高司

	売上(a)	客数(b)	個数(c)	01パスタ			02アラカルト				03サラダ							
				金額(d)	構成比(e)	販売個数(f)	構成比(g)	金額PI(h)	金額	構成比	販売個数	構成比	金額PI	金額	構成比	販売個数	構成比	金額PI
2002年度11月	23,077,120	11,501	19,373	16,900,140	73.2%	10,103	52.1%	1,673	452,500	2.0%	380	2.0%	1,191	1,258,400	5.5%	2,684	13.9%	469
2003年度11月	22,513,700	10,583	18,405	15,831,200	70.3%	9,651	52.4%	1,640	580,000	2.6%	410	2.2%	1,415	1,358,000	6.0%	2,785	15.1%	488
伸び率	97.6%	92.0%	93.7%	93.7%		95.5%			128.2%		107.9%			107.9%		103.8%		
				04スープ			05飲み物				06デザート							
				金額	構成比	販売個数	構成比	金額PI	金額	構成比	販売個数	構成比	金額PI	金額	構成比	販売個数	構成比	金額PI
				700,980	3.0%	2,560	13.2%	274	3,485,100	15.1%	3,546	18.3%	983	280,000	1.2%	100	0.5%	2,800
				680,000	3.0%	1,780	9.7%	382	3,684,500	16.4%	3,654	19.9%	1,008	380,000	1.7%	125	0.7%	3,040
				97.0%		69.5%			105.7%		103.0%			135.7%		125.0%		

