

くすなたん

神無月号

Vol.4

2004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

長い残暑も終わり漸く秋の気配を感じてきました。季節の変わり目には、四季がある日本はすばらしいなといつも思います。空の色、街の香り、風の音、出不精の私も思わず愛犬と散歩に出かけたくになります。季節の賜物を食べる季節です。飲食店の皆様も季節メニューを取り揃えて秋の装いでお迎えできる準備と季節のお便りもお忘れなく。秋商戦は始まっています。運動会や学園祭などイベントの多い時ですから店舗モチベーションにあわせてメニュー作り、販売促進が大切です。

(カラーのお話は今月号お休みします)



食材のお話

アイゴ

藍子 スズキ目 アイゴ科 Siganidae



アイゴの仲間は、アイゴ、ハナアイゴ、ヒメアイゴ、シモフリアイゴ、アミアイゴ、ゴマアイゴ、などが日本近海で見られます。

食用としては、スクガラスが有名です。ヒレに毒腺をもった 鋭いトゲがあり調理には注意が必要です。特に夏場は、磯魚特有の臭気が多くあまり好まれていない魚です。しかし、肉離れが良く干し物としては肉に味わいがあり絶品です。また、この魚は、月齢に同調性産卵をすることで有名です。満月や新月を中心にして一斉に産卵をします。ハナアナゴは、上弦の月にシモフリアナゴは新月に産卵をします。潮の満ち引き、月光の変化、引力の変化、いろいろな要因が有るようですが神秘的なお魚です。

有名なスクガラス

同じ大きさで同じ方向を向いている魚の瓶詰めを見たことは有りませんか？

沖縄の名産品のスクガラスです。アイゴの稚魚(=スク)を塩漬けにして瓶詰めにしたものです。瓶の中で発酵して独特の旨味(塩辛風味)を醸しだします。

沖縄では、島豆腐に乗せてスク豆腐として食します。ヒレが強いので頭から食べるようにします。内地では入手が困難ですが、春先は、捕れたてをから揚げにすると最高の美味です。

お酒の肴に手間がかからず、酒が進み、喜ばれる事間違いなし。

貴方のお店のお手軽な一品に追加してみてもは！！

こーいちのグルメ散歩



さんぽ1 お昼ごはんの楽しみ

仕事から、お昼は渋谷や新橋などでとることが多いのですが、どこでとってもお昼はいつも楽しみです。

10月某日渋谷でお昼になりました。急な階段を降りる一寸足場の悪い地下のお店ですが、いつも混んでいます。このお店は、御飯とお味噌汁がめっちゃ美味しいのです。透き通るようなアツアツの御飯と、味噌の香りがほわーとする作りたてとしか思えないお味噌汁がでてきます。お昼はこれだけで結構と思えるくらい美味しいです。

この日私が食べたのは

御代わり自由の炊きたてツツツ御飯

作りたてとしか思えないお味噌汁。具は豆腐とナメコ。しかもナメコ軍団入り。メインは煮た銀むつと煮びたしナス。

銀ムツは口の中でホロツとくずれ、なすはしっかりと味がついてます。

小鉢 2ツ...モロヘイヤとエノキダケの炊き合わせ(シャキシャキする歯ざわり)イカ煮つけ(甘からい味つけがいい)

おしんこう...しば漬け

で、一番高い970円でした。

焼きしゃけ、いくらどん、焼きさんまなど6種類は900円です。

12年ほど前、高松に単身赴任しておりました。休みには独身者らが私のところに集まります。酒と作りたてのご飯、味噌汁が目的です。それぞれmy箸、my茶碗、myお椀をもっています。茶碗は小ぶりのドンブリくらいあります。いつも数時間経過したごはんと煮返しの味噌汁しかたべていない連中には、炊きたて御飯、作りたての味噌汁がなによりのご馳走だったようです。

私にとっては美味しい御飯と作りたてお味噌汁をだすお店が、また行きたくなるお店です。



フジモト(株) 顧問 木村幸一

NEWS 改正卸売市場法の成立

生鮮食品流通の卸売市場が本格的な競争時代を迎えます。主なポイントは 全国一律の卸委託手数料の自由化 第三者販売、直荷引きの規制緩和 電子商取引の現物未入荷の卸し可能(委託手数料は09年4月からそれ以外は05年4月から実施予定) 飲食店にとっては、より新鮮な安全な食財が適切な価格での入手が出来る事は良い事です。

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

コンサルタント 藤本高司

その2 数字からお客様の顔が見えてくる

高円寺店 パスタ部門比較

ランチ		2003年06月		2003年05月		2003年04月		2003年03月		2003年02月		2003年01月		2002年12月		2002年11月		2002年10月		2002年09月	
順位	数	前年比	コード	メニュー名	単価	原価	販売個数(h)	シェア	回転率	構成比	販売価格	構成比	粗利	前年対比	前月対比	メニュー番号	説明	金額P	金額I	金額R	金額G
1	13	0.0	123	季節野菜パスタ	680	224	95	2.1%	2.1%	64,600	1.0%	43,282	3.3%	13	0.0			1,407	1,407	1,407	1,407
2	14	95.1	124	パブリコ	900	297	805	17.5%	18.2%	724,500	11.6%	485,415	28.4%	14	130.0						
3	9	0.0	158	ペペロンチーニ	1,000	330	142	3.1%	3.2%	142,000	2.3%	95,140	5.0%	9	82.4						
4	3	87.0	155	イタリアンソーセージ	1,100	363	1,202	26.1%	27.2%	1,322,200	21.2%	885,874	42.4%	3	87.0						
5	5	83.1	168	イカスミ	1,200	396	383	8.3%	8.7%	459,600	7.4%	307,932	13.5%	5	83.1						
6	6	0.0	185	イカと明太子	1,280	422	153	3.3%	3.5%	195,840	3.1%	131,213	5.4%	6	0.0						
7	11	169.7	159	ナポリ風	1,350	446	56	1.3%	1.3%	75,600	1.2%	50,652	2.0%	7	169.7						
Sランク					1,052	347	2,836	60.3%		2,984,340	47.9%	1,999,508									
Mランク					2,050	677	1,403	30.4%		2,876,400	46.2%	1,927,188									
Gランク					1,955	645	188	4.1%		367,600	5.9%	524,074									
合計							71%	4,427	100.0%	6,228,340		4,450,770									

今月は、メニューの評価について説明します。メニューを部門別に整理が出来ましたら(8月号参照)その部門毎に単価の安い順番にメニューを並べていきます。(左記表を参照)全ての部門を纏められれば理想ですが、主部門と飲料部門は整理して下さい。単価の安い順番に単価、原価、販売個数、シェア、販売個数構成比、売上計、売上額構成比、粗利を埋めていきます。シェアは、販売個数を来店人数で割ります。この数字の大きいメニューはお店の売れっ子NO.1です。稼ぎ頭とは違うことも忘れずに。次に全体の販売合計金額と販売個数を出します。金額÷個数で平均の価格単価(PI値)を求めます。この金額がお客様のその部門での値頃価格です。この表が出来てしまえばお客様の顔が見えてきます。また、シェアを安い単価順に上から平均価格単価(PI値)に含まれるメニュー分を足して行きます。金額PI値が2000円と仮定すると2000円までのメニューのシェアを順に足して下さい。さあ、値頃価格までのメニューでのシェアは合計で何パーセント有りましたか？40%ですか50%ですか70%ですか。このシェアの理想は60%です。値頃価格までに収まるメニューをSランクと称します。次の高価格帯メニューをMランクメニュー、最も高価なメニュー価格帯をGランクと3ランクに区分けしてメニュー単品分析を行います。このランクシェアは6-3-1の法則と言いい値頃価格内は60%、値頃より少し高い価格は30%以内、最も高い価格は10%が理想です。最近ではGランクメニューは5%弱になる傾向があります。対前年当月対比、対前年同月対比において値頃価格の推移を把握して行きます。メニュー戦略は、店舗の実力(環境、規模、知名度、業態業種、接客、商品力)を把握しお客様の利用動向推移を分析する事から始まります。飲食店舗において大事な事は、このお店は「いくらで食べられるのか、いくらで飲めるのか」「何が食べられるのか、何が飲めるのか」を明確にお客様に植え付ける事です。基本的な事ですが一番大切な事です。お客様は無意識の中で飲食店舗の値頃、メニュー内容、店作りをイメージして利用動機に合わせてセレクトします。そのイメージを覆す事が一番危険です。メニュー評価として調理に時間が掛かる物、店舗レイアウト上、サービスに負荷が掛かる物などはマイナス要因、技を見せられる演出効果があるもの、追加相乗効果のあるメニューなどはプラス要因として評価しましょう。

