



くすなたん



長月号
Vol.110
2013年9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

■ 初秋の候

お盆が明けて流石に朝晩は、秋の気配を感じられるようになりました。オリンピック・パラリンピック、TOKYOに決まりましたね！！『TOKYO』のカードを見たときは、感動しました。7年後って短いようで随分と長い年月です。おぎゃあと生まれたベビーちゃんが、小学校に通うまでに成長します。技術革新、環境の変化が早い時代ですが、足元を固めて7年後の祭典を楽しめるように日々努力したいと改めて思いました。消費税も上がります。メニュー変更の検討にはいっていると思いますが、便乗値上は駄目ですよ！！ 逆にとるアイデアを練りましょう！！



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28語 ■

キャラクターマーケティング と

ストーリーマーケティング

～ Character Marketing vs. Storytelling in Marketing ～

■ キャラクターマーケティング (Character Marketing)

キャラクターと言えば思い出されるのが、彦根市の“ひこにやん”、熊本県の“くまモン”のような、ゆるキャラではないでしょうか。キャラクターのコンテンツは多数開かれているようで、つい先日開催された、日本百貨店協会開催の「ご当地キャラ総選挙」では、2013年のトップ当選は船橋市の“ふなっしー”となりました。また、ちょうど8月19日から「ゆるキャラグランプリ2013」がエントリーを開始して、9月17日からの投票です。

このような状況ですから、**キャラクターマーケティング**という、ゆるキャラとか〇〇キャラとかのデザインを決めて、その着ぐるみやグッズを使って目立つことだと思われてしまいそうです。

確かに巧く行けば、このやり方はかなりインパクトがありそうです。なにしろ覚えてもらうためにはとても分かりやすい方法ですよ。ただ、本来の**キャラクターマーケティング**はもう少し広い意味を持っています。商標の一部に創設者などの人の顔がついている物がありますが、これも**キャラクターマーケティング**と言えるでしょう。また、既に出来上がっている他社のキャラクターを借りて売り上げを伸ばすのも、**キャラクターマーケティング**です。マンガのキャラクターを使った子供用品などは実にたくさん売られていますし、お土産にもご当地限定の〇〇ちゃんグッズなども人気の様です。人や擬人は印象に残りやすいのです。

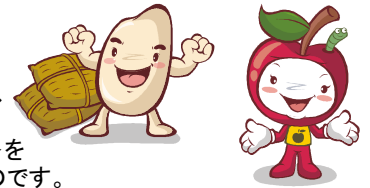
このように、**キャラクターマーケティング**は、商品を覚えて頂いたり、多くの人を知っているイメージを活用する事によって、購買動機を高める仕組みです。

■ ストーリーマーケティング (Storytelling in Marketing)

キャラクターマーケティングを突き詰めると、そのキャラクターに物語が出来上がってきます。借り物のキャラクターであれば、既にそれが物語の主人公だったりする場合も多いでしょう。言い換えれば大なり小なりキャラクターは役柄を持っているのです。

この物語の方に焦点をあてれば、それが**ストーリーマーケティング**です。そして、この物語の中ではキャラクターの存在を埋没させてしまうやり方もあります。そうすれば、主人公はお客様自身になりこちらは物語作りに専念することになります。

ストーリーマーケティングにはとても良い副次効果があります。ストーリーを作り上げて行くことで、サービスを提供する側が、自分たちが提供している<何か>をいつも意識していることができるのです。



良く「コンセプト」という言葉を使いますが、外食店舗がスラム化してしまう可能性の一つにコンセプトの喪失があります。一言でいうと「何屋だか分からなくなる」現象です。お客様、従業員、経営者、取引先など関係者全員に分かりやすいストーリーが提示されていれば、お店の「コンセプト喪失」は起こりにくくなります。

ストーリーマーケティングでよく引き合いに出されるのは婦人服のロイスクレヨンです。彼らはカタログをStory bookといっています。我々もメニュー「御伽草子」にする手があるかもしれませんが、でも、これはもう誰かが、やっていそうですね。

Shimaちゃんのおいシーサー

うちな一支店 Shima

21びいんなー ★サクナ(ポタンポウフウ)編★

「はいさい」…まだまだ、日差しの強い9月です。気温も高く天気も崩れやすく豪雨等が続いておりますね。各地での被害に関して、お見舞い申し上げます。

9月は第2弾で「サクナ」(ポタンポウフウ)を紹介します。

「サクナ」は海沿いの岩場に多く自生していて、ビタミンCを多く含んだせり科の多年草です。海岸で見つけるとただの草にしか見えません。「サクナ」は、ほろ苦さと香りもあり魚汁などの臭み取りにも多く用いられます。

又、地方によっては「長命草」とも呼ばれ古くから、高血圧・咳や喘息・神経痛等にも効果があると言われていました。又、老化や生活習慣病などの抗酸化作用も高い植物とも言われているそうです。食べ方としては、「ヒージャー汁」(山羊)や「魚汁」等臭みのある物の薬味や和え物・天ぷら等で食します。又、肉類と煮込んだりしても良いです。

「サクナ」の収穫時期は1月～4月頃ですが、昨今では栽培も多く通販などで手に入れる事が出来ます。「サクナ」(ポタンポウフウ)を使った商品も色々あるらしいので、一度、取り寄せてみてはいかがでしょうか？

又、海岸沿いで見られる「サクナ」は自然界で自生し、天然なので栄養価も高いと思います。来沖で海岸に行く機会があれば、「サクナ」を探してみてください。

「サクナ」は、長命草と呼ばれるくらいなので、大分身体には良いと思いますよ。食べて、元気になりましょう！！

では、薬草第2弾「サクナ」(ポタンポウフウ)編。この辺で「ぐぶりーさびら」(失礼します)。

お祝い 東京オリンピック開催地決定「おめでとうございます！！」。



Fujimoto

発行所

フジモト株式会社

http://www.fujimoto.co.jp

〒166-0011 東京都杉並区梅里1-7-7SKTビル2F

TEL:03-5378-6830

FAX:03-5378-6823