

歳時記

## 縮心 外食

〜もつともつと美味しく、もつと楽しく〜

今年世界的エルニーニョ現象による異常気象が続き、干ばつや大雨など各地で大きな被害が出ています。

日本においては連日猛暑が続き、まるで亜熱帯地域のようなようです。

新聞では冷房器具や飲料の大幅な増産がされていると報道されています。しかしながら、残念なことに酒類は伸び悩んでいます。

なぜか？



暑すぎて逆に売れないのです。

高温のために、外出を控える傾向にあり、家飲みが増えています。先日、お父さんのお小遣いが戦後二番目に低いと発表されましたが、これもボディーブローのように効いています。給与の昇給や賞与の伸びも大企業中心であって、90%以上の中小企業には余り恩恵が出ていないようです。

この猛暑で行動半径がにぶると強いのがコンビニです。最近のセブンイレブンのCMのキーワードは「近くて、便利」です。以前は「あいてて、良かった」ですが、今はいたるところでコンビニが乱立して開いているのが当たり前です。

コンビニが1店開店すると、近くに酒屋さんや食堂、スイーツ店(最近はドーナツ店)、本屋さん、そして銀行ができるのと同じです。

ただ看板が出ていないので、そのことに気がつかないのです。最近では本屋さんで電子化とコンビニの影響で毎日1店ずつのペースで閉店しています。

セブン食堂もセブンカフェもかなりレベルが高いので、あなどれません。

セブンのスパゲティはサイゼリヤの値段や味と比べるとどうですか？

あの出来立てコーヒ―は缶には出せない風味が出ていませんか？

コンビニで買えば、時には個室(車の中)で食べられるという利点もあります。

そのコンビニ、セブンだけで年間15000店以上出店しています。(サイゼリヤの総点数より多いのです。)マクドナルドの大苦戦もコンビニのカフェの影響もかなり大きいと思われれます。(マックは依然前年売上を割り込んでいます。)

今や飲食店の最大のライバルはコンビニのようです。勝つには味のレベルを上げるしかありません。価格勝負は絶対危険です。

**付加価値を高めてお店独自の魅力作りに励むべきです。**

個人店では個人店での強みをより強化すべきです。何が出来るかもつともつと頭を捻ってください。彼らは大量生産、大企業の強みを生かしてくるでしょう。

こちらは「手間をかける」ことを惜しんではダメです。

今年のような異常気象はこれから当たり前になるかもしれません。企業も働く時間や働き方が変わるでしょう。

**変化の時ほどチャンスです。**

家電のラオックスは中国人の爆買いにより昨年の利益のなんと79倍！に増えました。小さいからこそ変化に対応しやすいです。チャンスに気がつかないだけです。