



ORA 外食ビジネスセミナー

日時 平成28年2月24日(水) 15:00~17:40

会場 浪速区/ORA大会議室

「月刊 食堂」編集長 通山茂之氏のセミナー 人手不足を嘆く前に外食業界がすべきこと 「お値段を上げよう！」

今回のセミナーは講師に「月刊 食堂」編集長の通山茂之氏を迎え、「お値段を上げよう！」をテーマに、雑誌編集長として外食産業を外から見る通山氏の独自の考えを学ぶ講演会を行いました。

講師

「月刊食堂」編集長
通山茂之氏



Pick UP

1 はじめに

2 価値を売るための「3S+1P」

3 「教育方法の変革」で接客力を上げる

4 ディスカッション・座談会

1 はじめに

講演会のはじめに通山氏が伝えたことが、
日本における外食産業の地位の低さでした。

「海外に行くと日本の外食産業は値段が安いことがよく分かります。

消費者にとって安いのはいいことですが、その安さがどう捻出されているのかが問題で、人件費から捻出されているという現状がいいことではありません。

値段を上げ、地位を上げ、それを従業員に還元して、従業員の労働力やアイデア、努力、人生に対して正当な対価を支払うことが重要です」と、通山氏。

利益を上げるためではなく、従業員の誇りを守るために、
価格を上げる恐怖に打ち勝って欲しいと通山氏は語ります。



2 価値を売るための「3S+1P」

そんな通山氏が考える、
ここ10年の消費行動で注目すべき変化が、
「組客数の減少」と
「スマートフォンの発達」、そして
「外食機会の減少」です。

そして価値を売るために必要なこと、
つまりヒットメニューの条件が、
「Story(ストーリー)」、
「Special(スペシャル)」、
「Surprise(サプライズ)」
の3つの「S」と、
料理に発信力を持たせる
「Photogenic(フォトジェニック)」の「P」です。



ヒットを生むためには
メニューに物語性や特別性、驚きが必要で、
SNS上での情報格差の大きい最近では、
メニューが情報として発信されることを想定した上で
メニューづくりを行うことが重要であると説きます。

3 「教育方法の変革」で接客力を上げる

そして講演会の終盤は「教育」についての話でした。

教育に関して通山氏が考えていることが「最近、教育しない教育、つまり従業員をお客さまに育ててもらおうというやり方を考えている会社が多い。そのため必要なことが、従業員とお客さまとの間のコミュニケーションを円滑にするために様々なしかけである」ということです。

ここでは、通山氏が知る、変わった取り組みを「しかけ」として準備している店の事例で、
外食産業の最新の接客方法を紹介しました。



4 ディスカッション・座談会

講演の次に行われたのが、
通山氏を囲んでの**ディスカッションと座談会**です。

質問の内容としては、講演でも多く触れられた、
通山氏が知る「**価値を売るための**」**外食産業の最新のメ**
ニューについて、自店と同じ業種の店の実例に関する質問
が最も多く挙がりました。

また、**価値を高める(客単価を上げる)ための策として、**
メニュー単品の値段を上げるのではなく、
ドリンクなどと組み合わせて提案することなどがアドバイス
されました。

その他、**客単価のボーダーラインや店長の資質、研修につ**
いてなど、幅広い質問に答えました。



通山氏の考えがより深く伝わる濃密な
雰囲気漂っていた今回のセミナー。
座談会での受講者の質問と通山氏の
回答にも熱気があり、とてもためになる
時間となりました。