

平成も20年目となります。昭和の最後に、当時の官房長官だった小渕恵三元首相が、新元号の『平成』と書かれた色紙を持ってテレビに映っていたのが、つい先日のです。時の経つのは早いものですね。この1年も「気がついたら終わっていた」とならないよう、日々を大切に過ごし『充実した1年』にしましょう！

## トレンドを斬る!

終戦直後、ビールがなくて飲めない庶民のために、本物のホップを使ったビール風味の安くておいしい『ホッピー』が作られ、

下町の労働者の多い地域で大ヒットしました。しかし、いつの間にか飲む人たちは激減。『ホッピー』の存在は忘れられてしまいました。が、ここ5年で売上げが3倍増！この快進撃のヒミツは、配送トラックをオシャレに、ドライバーを女性に、と、直接お客様の目につかない細部にいたるまで、従来のイメージをガラッと一新したことにあります。



## 365日 が楽しくてたまらない! 「商売のヒント」

### 今月の商売のヒント:【ダイヤモンドは、磨いてこそ価値が出る】

あるスーパーの店長からお米の売り方を教えていただきました。実は、そのスーパーもちょっと前までは、あまりお米が売れなかったそうです。「こんなに美味しいお米なのに! どうしてお客さんは、もっとたくさん買ってくれないのだろうか?」店長は随分と悩んでいました。そして、去年の夏のことです。店長は、1軒の古い喫茶店に入りました。そのお店は、かき氷が美味しいことで評判でした。はじめてそのお店に入った店長は、その種類の多さに驚かされました。生イチゴや生バナナをふんだんに盛り合わせた上から濃厚なミルクが惜しげもなくかけられたものや、きな粉と黒ミツを混ぜ合わせた蟻でも糖尿になりそうな甘いシロップが滴り落ちるかき氷がズラッと並んでいました。「これがかき氷?」と店長は漏らしたそうです。お店の中は、若者たちで溢れていました。喫茶店にコーヒーを飲みに来るのでもなく、カレーを食べに来るのでもありません。わざわざ、かき氷を楽しみに来ているのです。その値段は、600円から1000円を超えるものまでありました。店長は、ふと思いました。元は「水」なんだと。いくら有名な天然水を使用しているとはいえ「水」には違いありません。それが、1000円で売れるのです。生のイチゴや甘いシロップを使ったところで原価は知れています。水を氷へ。氷を削ったらシロップをかけるだけです。元は「水」なんです。



いくらミネラルが豊富な美味しい水でも、「水」のままでは大して売れません。ダイヤモンドでさえも原石のままでは、だれも見向きもしません。磨いてこそ売れるものです。今のカタチを変えなければと思いましたが。新潟産のコシヒカリのままではダイヤモンドの原石と同じです。もっとお客さんに身近なお米になるようにコシヒカリを炊きました。それをおにぎりになると白米の2倍の値段で売れました。さらに、にぎり寿司になると白米の5倍以上の利益をもたらしました。いくら自分たちがいい素材だと思っても、それが相手へと伝わらないことには1円にもなりません。お客さんは素材ではなく食材が欲しいのです。



