



テーマ

顧客視点の大切さ

■ほんのちょっとした違い

4月と5月はコロナの影響で仕事が激減して時間ができたため、ランチタイムに飲食店のお弁当巡りをした時の話です。

当社も月の売上が対前年比で半分以下になるなど厳しい状況ですが、飲食業に比べたらまだまだ天国です。地元の飲食店を応援するつもりで始めたお弁当巡りでしたが、路上でひたむきにお弁当を売る姿を見て、逆に私がとても勇気をもらいました。

売上が上がらず、気持ちが沈んでどうしようもないときは、自分よりもっと苦しい思いをしている人の力になろうとすると、不思議と力が湧いてきます。

毎日違うお店のお弁当を食べながら、ある重大なことに気付きました。それは店内で食べるランチの方が、お弁当よりも格段においしいことです。

私はグルメではありませんし、食べ物の好き嫌いもほとんどありませんが、なじみのお店のランチの味は知っています。お店で食べるランチはあれだけおいしいのに、なぜお弁当になると味が落ちてしまうのかずっと考えていました。

その答えは自宅でお茶漬けを食べた時にやっと分かりました。お茶漬けは冷や飯をおいしく食べるための一つの方法ですが、お弁当の味が落ちてしまう原因の一つは「食べ物の温度」です。

確かに店内で食べる時はホカホカですが、事務所に持ち帰って食べる頃にはすっかり冷めています。「お弁当は冷めた状態で食べる」ことを考えた場合、いつもの店内ランチをそのままお弁当箱に詰めただけでは、確実に味は落ちてしまいます。お弁当用として作り方を一工夫する必要があります。

といっても私は料理人ではありませんので、普段は敷居が高くて入りにくい「割烹料理店」のお弁当を買ってきて、さっそく楽しい比較調査をしました。

一口食べて驚いたのは、ご飯がすごくおいしいことです。見た目は一緒ですが、ただの白米ではなく薄味がついたご飯です。冷めてもおいしいようにと、しっかり考えて作っていることが分かりました。まさにプロの仕事です。

ご飯でさえもその品質ですので、おかずはいうまでもありません。何を食べてもおいしくて箸が止まりませんでした。たぶん店内で同じものを食べたら、お弁当の金額では食べられないだろうなと思いました。圧倒的なコストパフォーマンスの良さに、私はすっかりファンになりました。

「冷めた状態」でお客様が食べる状況を考慮しないと、今後ウーバーイーツなどで食事のデリバリーが当たり前になった際、思いがけなくお店の評判を落とすことになりかねません。

「顧客の立場で考えること」は実はとても難しいですが、「顧客の立場で行動すること」は意外と簡単で常に新しい発見があります。

料理長が自分のお店のお弁当を「すっかり冷めた状態」で試食していれば、きっと「顧客視点のお弁当の作り方」が自ずとひらめくはずですよ。

顧客の立場で行動し、気付いたことを素直に取り入れることが、日々変化していく市場のニーズに追いつくための一つの方法です。

言われてみれば当たり前のことですが、立場が上になるほど忘れがちになるので注意が必要です。
以上

7月の税務・労務カレンダー

・7月10日迄

- 6月分の特別徴収税額・源泉所得税の納付期限
- 納期特例適用の場合 所得税源泉徴収税額（1～6月）納付

・7月31日迄

- 6月分の社会保険料、子ども・子育て拠出金の納付期限
- 6月に賞与を支給した企業は、徴収した社会保険料を納付
- 社会保険の【被保険者報酬月額算定基礎届】の事務手続き