

# 「何が流行っているか」より、「誰を喜ばせるか」の snacks 経営が支持される。

文・イラスト

## 中谷彰宏

text & illustration by Akihiro Nakatani

### 「飲

食業界では、これから何が流行りそうですか」と、飲食店経営者に聞かれました。

「何が流行るか」という発想では、商売はうまくいきません。

「何が流行るか」という発想では、商売でうまくいく方法は、「何が」ではなく「誰に」です。

ビジネスの本質は、snacks 経営にあります。

私の実家は、snacks です。

snacks の正式名称は、snacks パーです。

snacks (軽食) も出すパーのことです。

snacks では、「どんなメニューを出すか」には、こだわりません。

snacks 経営で大事なことは、「誰に出すか」ということです。

「明日も、来るね」より、「明日は、休みます」と言われる店が流行る。

snacks からお客様が帰る時、「明日も、来るね」とは言いません。「明日、お休みします」と言っています。

snacks は、毎日来るお客様ばかりで、自宅の台所代わりになっています。

お店は、そのお客様の夕食を作っているのです。

毎日来ることが前提なので、休むと仕入れた食材がムダになるのを知っているのです、お客様は、出張先からでも「明日、出張先から戻れない」とわざわざ電話を入れます。

お店側は、お客様が飽きないように、メニューを替えます。

一人一人のお客様の好きなメニュー、苦手なメニューも把握しています。

毎日の体調を見ながら、風邪に効くメニューや、元気になるメニューを考えます。

snacks 経営において「何を出せば流行るか」という発想ではなく、「誰を喜ばせるか」なのです。

お母さんが、子どもたちのために、「何が流行っているか」とは考えずに献立を決めるのと同じです。

そこそこの良い立地なのに、店がコロナ替わる店舗があります。

その都度、流行りの業態のお店に替わりますが、意外に、経営者は同じだったりします。

その経営者は、「何が流行るか」を追いかけてしまっていて、「誰を喜ばせるか」を忘れてしまっているのです。「何を」に目が行き始めると、「誰に」を見なくなってしまうのです。「女の子へのプレゼントは、何が喜ばれますか」という質問は「誰に」が欠落しているのです。まず最初に「誰を喜ばせるか」を決めるsnacks 経営は、あらゆるビジネスに共通しています。

### Profile

1959年生まれ。主な著作に「グズグズしない人の61の習慣」「50代がもっと楽しくなる方法」「頑張らない人は、うまくいく」他1000冊を越す。

【中谷塾】で講演活動を行う。詳しくは、HPで。

<http://www.an-web.com/>

