

## お客様が、美味しいから来るお店より、ぶらりと来るお店が、繁盛する。

文・イラスト

中谷彰宏

text &amp; illustration by Akihiro Nakatani

## 飲

食店にお客様が来る目的は、何でしょうか。

「美味しいものが、食べたいから」  
「お腹がすいたから」

そう考えている経営者の飲食店は、長続きしません。

お客様は、「ぶらりと来る」のです。目的があるうちは、そのお店は流行りません。

目的がなくなつてからが勝負です。目的がないのに、来てもらえるようになると、繁盛店になります。

スナックは、まさにぶらりと来るビジネスモデルです。

常連さんは、「もう食べて、飲んで来た」と言います。

それでも、ぶらりと来なくなるので

す。飲食物を売らない飲食店が、繁盛す

るのです。

食べ物より、

会話を求めている。

何も要らないわけではないわけではありません。

飲食物は要らないかわりに、コミュニケーションが要るのです。

すでに飲んでいる人が、飲食店に来るのは、会話を求めに来ているのです。

「美味しいものを食べたいから」と考えてしまうと、美味しいものを作ることに必死になります。

美味しいものを作るために、一番、お客様が求めている会話の時間が削られます。

せっかく美味しいものを出しているのに、お客様が来ないというお店は、この落とし穴にハマっています。

自分の店より、美味しくもないし、値段が安いわけでもないお店が、なぜ繁盛するんだということに不満を持ってしまうのです。

美人だけと口下手なホステスさんより、話しやすいホステスさんのほうに人気が出るのは、お客様が求めているのは、会話だからです。

ネット社会になって、一見増えているように見える会話ですが、生会話の

機会が圧倒的に減っています。

ネット通販の便利さは、会話が要らないことです。

ネット社会だからこそ、生の会話の飢餓感を感じているのです。

お客様は、会話にお金を払ってくださっているのです。

これは、飲食店に限ったことではありません。

すべてのお客様が、会話を求めに来ています。明治9

年創業の銀座の大和屋

シャツ店の菱沼三彦店

長は「しゃべりに来てください」とおっしゃっています。

銀座の老舗の老舗たる所以は、しゃべりに来るお客様がいることなのです。

## 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/>



ネット社会になって、一見増えているように見える会話ですが、生会話の

