

平成25年6月30日

各位

株式会社 徳 ・ 株式会社 傳六
ノリックス株式会社 ・ 有限会社 和公
代表取締役 鷲岡和徳

前略、今月も業務に専心いただきありがとうございます。

昨年から大阪市住之江区にある相愛大学様と産学連携の協定をさせていただき、管理栄養士を目指す学生と私どものお店のコラボ弁当の販売などを手がけ、新聞社の取材を含め多くの世間の耳目を集める事が出来ました。

本年度も来年の3月の販売を目指し、6月からプロジェクトをスタートさせました。学生にお弁当の献立を考えていただく前に、商品開発に関する基礎知識を養って頂くため、昨年同様、私が学校で講義を3回程度行ないます。内容は、この手紙で私がいつも皆様に申し上げている事が中心で、その最大のポイントは「**作る立場・売る立場**」から「**使う立場・買う立場**」への移行です。自分たちが作りたいもの、自分たちの食べたいものを作るのではなく、自分たちの考えた商品がお客様のどのような暮らしに貢献出来るのか、販促や売り方ではなく「商品」そのものが商品開発の本命策と考えます。どうすればお客様の、世の中の食の困ったを解決する事が出来るのか、もっと「いい品質のモノが安く」、もっと「欲しいものばかりが豊富に」、もっと「速く」もっと「気軽に」「自由に」「便利に」、もっと「美しく」、更に言えば他店の商品と比べると「良すぎる状態」にならないかを考える事が重要です。講義をしながら、自分のお店の商品はどうか、お客様の立場で、買う立場の商品になっているのか、といつも自問自答しています。

商品作りというのは今までなかったものを新たに作る事ではありません。自分のお店のヒット商品を更に「使いやすく」、「より美味しく」する事も商品開発ですし、必要な品質部分は残し、ある部分の品質を捨て、価格を下げる事で結果的に相対的な価値をあげる事（トレードオフ）も商品開発といえます。そして、学生の方々に強く申し上げるのは繁盛店視察（ストアコンパゾン）をする事が商品開発をするのに最も大切な事であり、実際に足を運ぶだけでなくチラシやホームページを比較する事も視察と考えます。私どもの会社でも営業職、調理職を問わず、他店を知る事、繁盛店と我が社のサービスを含む商品や店舗を比較し、良いところを参考にし、改善につなげる事は会社の成長の一番の施策と考えます。特に、皆様の自宅の近くに必ずあるセブンイレブンは店舗数15,000店舗、売上高3兆5,000億円の日本一の小売店です。つまり、セブンイレブンの売れ筋が日本の小売店で最も売れている商品であり、言い換えればセブンイレブンは日本の小売業の縮図であると私は考えます。普段何となく利用するコンビニが、最も世の中の売れ筋商品を研究する最適の場であり、そのような意味を持って皆様がコンビニから様々な学びを享受いただく事を希望いたします。

【徳の経営理念】

「私たちはお客様のために常に新しいことに挑戦し、食生活に**新たな価値**を創造しつづけます。」

【徳のモットー】

「一膳入魂」～うまい料理は世の為、人の為～

すべては自分のために。

すべてはお客様のために。

すべては会社のために。

すべては社会のために。

来月も一緒に頑張りましょう

草々