



ニュースレター第112号



いま既にある食品に手を加えることでブームで終わらせない手法を調査してみる

先日、新宿高島屋へ行ってきました。少し変わったたい焼きを調査しに行ったのですが気になる商品があったので今月はそれを紹介します。い焼きは来月にお伝えします。

さてその変わった商品は「モンブラン」です。催事場に行ったのですがそのモンブランを求めて50人以上の人が並んでいました。たい焼き屋さんの販売員の人に聞くと朝の開店前から既に50人以上の人が並んでいます。そのモンブランがこれです。



その場で和栗のペーストを専用の絞り機でモンブランに仕上げます。催事で販売していたのは一番右のカップタイプです。1個1200円で販売されていました。もちろん催事でもその場で絞りっていました。絞っているとき、食べているとき、ずーっと写真を撮っていました(笑)

さて、このモンブランの仕掛け人がこの会社です。エイムエンタープライズ株式会社 (<https://aim-e.com/brand.php>) です。ここの志賀社長が先日テレビでインタビューを受けていました。その中で面白いコメントがあったので紹介します。

『スイーツの怖さは、普遍的なものがないとどんどん落ちていっちゃう。一過性のものだけだと、スイーツ業界って命が短いので去年のタピオカじゃないけどやっぱり長く続かないので。』

『常に新しい商品が登場するスイーツ業界では、ブームに乗れば売れるのも早いけど、その分廃れるのも早い。流行に乗るのではなく、誰もが知っている定番スイーツに一手間加えることで長く儲かるお店を作ろう!』

なるほど!これは共感できるコメントです。確かにここ数年のブームはスイーツに限らず一過性が目立っていましたね。海外から来たメニューは特に当てはまっていると思います。ハットグ、電球ソーダ、チーズタッカルビ、ポップコーン、パンケーキなどは最たるものかもしれません。

逆にブームで終わっていないのが「かき氷」。昔からある商品に手作り蜜や純氷を使用することで大きな需要を広げることができたと思います。この理論はかなり信ぴょう性があると思います。

ちなみに、この志賀社長、次は「クレープ」に注目しているそうです。『今まで日本にないスゴいクレープを開発するので期待しといてください。』とインタビューで答えていました。個人的に注目したい会社だと思いました。

ところてんとモンブランの合わせ技で一気にブームを巻き起こした会社が考えるクレープ。次はいったい何と合わせるのでしょうか?あ。私はこのモンブラン食べていないです……。行列に耐えられず断念しました。