

新年 謹賀

新年あけましておめでとうございます。

皆様には健やかな新年をお迎えのこととお慶び申し上げます。本年も引き続きご愛顧を頂きますよう宜しくお願い致します。

昨年の漢字は「災」となりました。6月18日の大阪北部大地震、その後の大雨、暑すぎる7月、9月4日の台風21号と本当に災害の多い年となりました。テレビ画面の上部に、枚方市の文字がテロップで流れるのを見るたびに、今までこのようなことは無かったのと思っていた。被害にあわれたお客様も多く、数店舗のお客様が閉店となってしまいました。今年は昨年のようにならないように願っています。

さて、2025年大阪で万博が開催することとなりました。2020年のオリンピックの後、景気も下降線になるだろうと思っていましたが、大阪は5年延びました！有難いことです。前回の万博に私も行っております。ただただ人が多かった事、太陽の塔の地下に入った事、足を何度も踏まれた事が記憶に残っています。2025年に私は60才になっています。どのような年になっているのか、自分のことですが楽しみにしております。

それでは本年も皆様のご期待にお応え出来ますよう日々努力してまいりますので、今後とも変わらぬご愛顧の程宜しくお願い致します。

2019年1月

ミネヤ食品工業株式会社
代表取締役 平峯 由浩

定休日のご案内

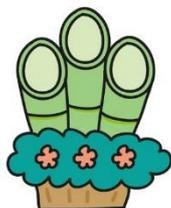
2019年

1月9日(水)

2月6日(水)

3月6日(水)

4月17日(水)



※毎週日曜日は定休日
祝日は通常どおり営業いたします。



新しい年が
すばらしい年で
ありますように

今回のおすすめ商品

おすすめです。

麺の太さを大きくちやんぽん麺
もちっと感を再現
野菜たっぷりちやんぽん麺
鍋じょうゆのまろやかな汁



新しく生まれ変わりました

ちやんぽん麺が

わが社の人気商品

新
ちやん
ぽん
麺



『四割の真面目な話』

製造部 藤井 一成

毎度、ご利用いただきありがとうございます。

早いもので12月になり、平成最後の年の瀬を迎えようとしています。(この記事が掲載される頃には、1月ですが…)

ご存知の通り、5月1日より新元号となる事が決定しており、カレンダー業界関連はどこよりも先に情報を得ようと神経を尖らせているかと思えます。

2000年の時に二千円札が発行された様に、一時的なものではありますが、このような行事に盛り上がる文化が日本にあるのは確かです。

そこにラーメン業界も『平成最後のラーメン』『新元号記念ラーメン』というキャッチフレーズを使って便乗することで、二度ほど集客力アップの見込める機会があるかと思われます。

もちろんその際には**弊社製麺**を宜しくお願い致します。



『今年のご目標』

営業部 岡林 勝亮

旧年中は大変お世話になりありがとうございました。

本年も変わらぬご厚誼のほどお願い申し上げます

今年も背伸びせず、身の丈にあった、自分らしい生き方でこれからも一步一步懸命に歩いてこうと思います。

ラーメンを食べたお客様に美味しかった、麺を変えて良かった、といってもらえるような営業をこれからも目指していきます。

加えて、お客様の信頼を勝ち得るサービスと、満足の行く商品作り、ニーズに答える姿勢が大事だと思います。

常にポジティブに考え、周りの空気を変える様な役割が出来たらと思います。

今年も色々な人々に出会いながら成長していきたいと思います。

皆様のご期待にお応え出来ますよう日々努力してまいりますので

今後とも変わらぬご愛顧の程宜しく願致します。



『チャレンジ』

配送部 小寺 義人



市内北エリアを配達させていただいている小寺です。

プライベートでは昨年の10月に第3子が生まれ、幸せですが生活苦に陥っています（笑）

さて、今年の5月には年号が変わるということですが、新しく何か始めたり、チャレンジの年ではないかと感じています。皆さんは何かチャレンジしてみたい事はありますか？

私は趣味という物が思いつかないので、1つくらい見つけて続けて行きたいと思っています。

何かお薦めがあれば教えていただけたら嬉しいです。

よければ、皆様も何かあればチャレンジしてみたいはいかがでしょうか？

では、今年も何卒よろしくお願い致します。





『繁盛ラーメン店の価格戦略』

ラーメン業界は人不足です。おそらく、改正入管法が施行されても焼け石に水。抜本的な改善にはなりません。時給は他店他業種より高く設定して募集する必要があります。

ですので、自店の商品価格は高く設定せねばなりません。

1/1、4/1 は価格改正の大チャンスです！

まず、デフォルト商品は700円以上に設定したいものです。できれば『780円』が、もっとも理想的。安くても『690円（税別）』にしましょう！具たくさんな商品や、付加価値の高い『鯛ラーメン』『濃厚ラーメン』などなら『800円』をこえても大丈夫でしょう。東京ではデフォルトが『ラーメン880円』というのも当たり前に見るようになってきました。

『ラーメン』で「明らかに安い」と感じる価格は都市部で599円以下、郊外なら499円以下ですので、よほど店舗展開をしている大手でない限り、難しいと思います。「あっさり醤油」「あっさり塩」なら原価が低いので599円以下の提供が可能かもしれません。

ただし、こういった『安くてシンプルなラーメン』をメイン商品に設定すると、お客様は「物足りない」「普通以下」と感じ、再来店はしません。この場合は、セットメニューを充実させ、599円以下のシンプルなラーメン単品だけの注文率を1割以下におさえる工夫が絶対条件です。

650円よりも680円の方が安いと感じるなど、実際の価格と安さ感は別物です。工夫をすれば『思いきった値上げをしても客数ダウン一切ナシ』も可能です。

景気が悪くない今だからこそ出来る値上げ。エストの支援先では、あらゆるノウハウを使って値上げをたびたび実行していますが、一昨年、去年、今年は値上げによる客数ダウンは一切なし。

人材不足になる前に、不景気になる前に断行しましょう！！



(株)エスト・フードコンサルティング 久連松秀明
売上アップのご相談は03-3249-0165（平日10-18）まで



ミネヤ食品工業（株）

TEL (072) 867-0039
FAX (072) 856-0201
<http://www.mineyashokuhin.com>

