

**比較検討」**

讃岐うどん、これはうまくない!

正直がっかりです。

もう二度と行かないぞ~。

(飯の恨みは怖いです)

先日、我が家の自宅がある駅前のイオンでのことです。

ショッピングセンターの中にテナントとして、新しく讃岐うどん「三四郎」がオープンしていました。

現在大流行の郊外型うどん「丸亀製麺」と同じだな~と、思い釜揚げうどんを注文しました。

するとこれが不味いのです。

麺が伸びているし、コシもまいち。(午後5時過ぎということもあるのか?)

半分食べてやめました。

人間はどうしても過去の体験・経験と比較分析しています。

つまりは、今回の私のケースでは丸亀製麺と自然に比べているのですね。

その結果、もうこの店のランクは・・・Cランクの価値・・・と頭の中で判定されているのです。

又、こんなこともあります。

そのお店の前に「坂井精肉店」という「ソカツ屋」さん、があります。

すごいネーミングでしょう! 坂井精肉店 という名前ですよ。

イメージされますね。

・・・生産者直送、鮮度が良い、肉の目利きのプロ・・・そんな感じかな?

この店名や安さと美味しさのバランスから、それなりに繁盛しておりました。

ところが、一ファンとして残念な結果となりました。

サービスレベルが以前と比べると大幅にダウンしたと実感しております。

何故か?

それはコストダウンがあまりにもミミチイ!

胡麻すりの器が以前は大きかったのが、小さくなっており、ソースのタレが壺の容器にあったのが、味気ないドレッシングの様な容器(社員食堂じゃないんだ)から直接かけるようになっている。

以前はお漬物がサービスで壺の容器から取り放題だったのが、ほんの小さな付け合わせだけに。

そして何故だか肉まで小さく薄くなっているような気がして、なんだかガッカリです。

これは、以前のイメージと比べ・・・比較分析すると・・・サービスダウン・・・価値2ランクダウン!

**<コメント>**

人間は、自然と比較分析しているのです。

(他のお店との相対的比較、同じお店での以前と現在との時間的絶対的比較があります)

つまり事前期待と事後実感とのギャップが問題です。

事前期待が高く、事後実感が低ければ、不満となります。

注意しなければならないのは、同じお店でも、以前のイメージと比較分析しているのです。

少しずつレベルアップ(品質とサービスレベル)していかなければ、不満に繋がるのです。

今回の坂井精肉店の付帯サービスのレベル低下は、経営側ではどう考えているのか?

コストダウンの一環としての対策としたら、最悪の結果をおよぼすのでは?と感ずります。