

経営のヒント211 商いはたねやに訊け

お菓子には物語がないといかん」

先日、カンブリア宮殿で「たねや」がテーマに放送していました。

たしか、本棚にたねやの本があったなど探してみると「商いはたねやに訊け」という本があり、このお盆期間中に改めて読み直してみました。すると気にかかる文章がありましたから、ご紹介します。

お菓子には物語がないといかん」

小さい頃、お菓子の国なんてものがあつたらなあ。砂糖や飴やチョコレート。子供にとっては夢の国や。ほんな国なんてあらへんということをお子は皆知ってるわ。夢や。夢さかい物語になる。夢物語やな。お菓子は三度の食事と違って、気持ちがちよっとよそ行きになるもんや。

そこに物語が生まれてくる。物語のない菓子なんか雰囲気もあらへん。ほんなもの誰が買うや。

新しい菓子ができると、担当者が見せに来る。味も含めて、この菓子にどんな物語が創れるのか。

わしは無意識のうちにそれを見てるんや。

そんなとき、わしはよくちょっとした料亭の雰囲気やら料理の話をする。こういふところへ行くときは、義務的な三度の飯と違って気分やちょっとしたよそ行きになるもんや。出てくる料理もそれなりに工夫がしてある。

そんなとき「この魚は三陸沖のどこそこの荒海でこれこれという漁師さんが今朝釣ったものです」なんて聞かされたら、もの最高やな。目の前に三陸沖の荒海。そこでの一漁師の姿が浮かび、しぜんに物語が創れるし、魚も余計においしゅうなる。

わしはいつでも思うてる。たねやは、やれ近江商人や近江やと言うてるけど、歴史も季節も物語。

要するにドラマとして見んとあかんということや。ドラマ性のない人間ほど退屈なものはないが、お菓子も同じ。ドラマのない菓子なんか売ったらあかん。

和菓子は水を、洋菓子は空気を売いなさい。

和菓子は水分が60~70%。多いものは80%を超える。

最近、夏になると和菓子としてゼリーなんかも盛んに売られるようになったが、ゼリーなんか90%。

ほとんどが水や。ただしこれが味を支えている。

某薬品メーカーのスポーツドリンクは最高や。しかし、あれから水分を抜いたら単なる薬や。とらことは、水が味をつけているのと同じや。

魚なんかもそうやな。笹とかヒバの葉の上に置いて売っている魚は新鮮で何となく透明や。

生き物は新鮮なときだけ保水作用があるから、笹やヒバの葉が魚をのせる器の役目を果たし、枯れる時には同時に魚の新鮮度も落ちるといふことやろうけど、ああいうのは憎い演出やね。われわれが無意識に新鮮度を計っている元は水とらことや。

いずれにしても、和菓子は水が決め手と言うてもええくらいや。反対に洋菓子の焼き物はほとんどが空気や。空気が美味しさを演出している。五味五感。口に入れて、渾然一体となって味を左右する。

水と空気をうまく組み合わせたら最高のお菓子が出きるといふことかな

<経営のヒント>

物語性(ストーリー性)と言います。物語には夢や雰囲気、イメージが想像出来なければいけない。

歴史も季節も物語。ドラマ性のない人間も魅力もないと同じですね。

魅力を付ける為には、ドラマ、つまりは物語を語れなければいけないのですね。

人間として、あなたはどんなドラマを描いていきたいと思いませんか？

商品も全く同じなんでしょうね。魅力を感じさせるにはドラマ性がないといけんよな！(方言でした)