

◎ 「豆腐店の今後の展望」で講演会、80名が参加—東京都豆腐商工組合
強み・弱みを分析、自由な発想で新製品・新サービスのアイデアを—吉倉講師



東京都豆腐商工組合と東京商工会議所千代田支部は14日、東京ガス滝野川研修所で「豆腐店の現状と今後の

展望」をテーマに講演会を開いた。講師は、中小企業診断士でM&Fコンサルティング社長の吉倉英代氏で、同組合にとって最大の課題だけに80名が参加した(写真)。

開会に当たり平田久志副理事長が、柳本恵三理事長が先週末に退院し自宅で静養していることを報告するとともに、「豆腐業界を取り巻く環境が厳しいとの話は毎回出されるが、今日は、まさにこのテーマで講演会を開催する。ぜひ明日からの仕事に生かしてほしい」とあいさつした。

吉倉氏は、商社、保険会社(2社)を経て、中小企業診断士として8年間コンサルティングを務めてきた。今回は、コンサルタントの視点だけではなく、消費者の視点で豆腐店の今後の展望について講演した。講演では、まず豆腐製造業の現状を概観するとともに、他の業界の動向としてパン小売店の動向を紹介した。それによると、パン小売業商店数は1985年をピークに減少傾向をたどるが、その中でも製造小売りをを行うフレッシュベーカリー(焼き立てパン店)は増加傾向(07年は微減)となっている。同店は、店内で焼き上げ、焼き立てを販売、種類が豊富で、価格は高めな

がら調理パン、菓子パン、食事パンなどを販売している。焼き上がり時間を店内表示したり、新商品投入が頻繁、ポイントカードなどサービス提供に熱心などの特長がある。

これに対し、豆腐店の強みとして、手作り、生もの(鮮度が高い)、対面販売、国産大豆使用など差別化も可能、その一方で弱みとして、大量生産できない、長期間の保存がきかない、材料費が高い、閉店時間が早い—などを挙げた。こうした豆腐店の強み、弱みとの内部環境と、外部環境を分析し、活路を見つけるべきと指摘した。

特に新製品、新サービスが必要であり、そのアイデアを考えなければならないが、「アイデアとは既存の要素の新しい組み合わせである」とし、アイデア発想法を紹介した。オズボーンのチェックリストと言われ、転用、応用、変更、拡大、縮小、代用、入替、逆転、結合—の9つで発想するもの。吉倉氏の別のセミナーで出されたアイデア例として、「拡大」ではバケツで売る豆腐、ナイフで切る堅い豆腐、「縮小」ではそのままみそ汁に入れるカット豆腐、「代用」では豆腐ふりかけ、豆腐麺、「結合」では薬味を付けた豆腐、チョコをトッピングしたデザート豆腐—などが紹介された。すぐ実現するのが難しいアイデアもあるが、自由に発想することの重要性を強調した。

なお、その後の質疑では青年部の江原会長らが、関東豆腐まつりへの取組みで東京の大豆(JA東京みなみ、日野市)を使って豆腐を作り「江戸小町」とのネーミングで販売することなどを紹介した。

◎ 食品表示セミナー、製造・流通向けに全国19か所で—農水省・三菱総研

農水省では食品表示の適正化を推進するため、食品の製造業者や流通・小売業者を対象にした技術セミナーを、11月から来年1月にかけて、全国19か所(埼玉、新潟、那覇、札幌、熊本、松山、金沢、旭川、京都、福岡、徳島、名古屋、仙台、下関、神戸、東京、大阪、広島)で開く。実施主体は三菱総研で、主に△食品表示制度の概要△食品表示の適正化に向けた改善ポイント△食品表示の適正な

実施に向けた取り組みの重要性—について、講義が行われる。

各開催場所ともに、午前10時～午後12時30分は製造業者向け(定員100人)、午後2時～4時30分は流通・小売業者向け(定員200人)のセミナーが行われる。参加費はテキスト代として500円が必要。参加申し込み、問い合わせは、三菱総研内の事務局(電話03-3277-0554)まで。