

ニーズ分析、経営者のアンテナが試される



「日頃からの情報収集が欠かせない」と話す橋本教授

橋本堅次郎・日本文理大経営経済学部教授

二毛作ビジネスを成功させるためには。日本文理大で副学長を務める橋本堅次郎・経営経済学部教授(68)＝流通経営＝に聞いた。

重要なのは、現状の収益と将来の可能性の両立。まずは自社の強みが何かをきちんと把握し、世の中の動きも常にウォッチする必要がある。しかし、ただ流行に乗るだけでは事業として失敗する可能性も高まるので注意が必要だ。

例えば去年はタピオカドリンクが大流行したが、現在は下火になりつつある。コロナ禍で外食産業はテイクアウトがトレンドだが、収束後も浸

透していくかどうかは分からない。目先の利益だけでビジネスを成立させようとする、一過性の金もうけに終わってしまうかもしれない。

プロントは代表的な成功例。まだ二毛作ビジネスという言葉がなかった時代に先進的に取り組んだことで、店舗数と売り上げを伸ばし、全国チェーンとして有名になった。初めてプロントの存在を知ったときはこんなビジネスがあるのかと驚いた。客のニーズに合わせ、新業態にも着手している。

経営者がいかに成功の種を見つけられるかも大切。サラ

ダ用ドレッシングやレストランなどを手掛ける「ピエトロ」(福岡市)は創業時、パスタ店だけだった。あるとき、社長が恩人に振る舞った野菜ドレッシングが好評だったことから事業化。看板商品として全国に知られるようになった。

客がどんなものを求めているのかを分析する、経営者のアンテナが試される。新型コロナウイルスの影響で飲食店は集客も利益も厳しい状況だ。生き残りをかけるため、二毛作ビジネスを検討していく価値は十分ある。今後ますます増えていくのではないかな。