

カロリーアンサー通信

株式会社ジョイ・ワールド・パシフィック営業本部 東京営業所

〒104-0028 東京都中央区八重洲二丁目2番1号

住友生命八重洲ビル5階 青森県東京ビジネスプラザ内

OTEL 03-5201-7005 ○FAX 03-3271-0701 ○ <http://www.j-world.co.jp/>

責任編集者：小田桐 英夫 携帯 090-2027-0396



Vol. 29

ご挨拶

みなさん、こんにちは 芭蕉の奥の細道ではありませんが月日の経つのは本当に早いものです。年が明けたと思ったら、もう6月も終わりです。相も変わらず行きかう年だけが日々の旅となりカロリーアンサーを売り歩いて老いを迎えようとしております。が、少し立ち止まってもいいですか。漂泊の思いは私とてやまず、いつの日かまだ見ぬパラダイス（byカリートの道）やR66をEASY-RIDAER CHOPPERで駆け巡ってみたいと数十年思い続けております。キーウエスト、ハバナ、モヒート、パパ・ダイキリ、コイーバ、いつも目に浮かぶ彼方の夢ですが枯野に向かう前にぜひとも実現したいと思います。（切ないですね！）

最近読んだ面白い（独断と偏見の極みですが）コラムを紹介します。

読売から（アメリカのメイヤーという学者が考案した）

亭主を早死にさせる10か条

- ① 夫をうんと太らせる。砂糖、菓子をうんと食べさす。
- ② とりわけ大事なのは、夫をいつも座らせておくこと。
- ③ 酒をうんと飲ませる。
- ④ 動物性脂肪をうんと食べさせる。
- ⑤ 塩分の多い食べ物に慣れさせる。
- ⑥ コーヒーをがぶがぶ飲ませる。
- ⑦ 煙草をすすめる。
- ⑧ 夜更かしをさせる。
- ⑨ 休暇旅行に行かせぬ。
- ⑩ 最後の仕上げに、終始文句を言っていじめる。

いかがですか？みなさんの家庭にかぎって、まさかですね。

出自は忘れましたが適業収という哲学者が「B層」グルメに群がる人というコラムを書いていた。

要約すると…日本最大規模のグルメサイト「食べログ」でラン

キングの不正操作があってマスコミや消費者から信頼を裏切る行為だと非難されましたがこのような行為は昔からあって「ステルスマーケティング」という宣伝行為だと。わざわざ業者やソーシャルネット・ワーカー（セミプロ）に依頼しなくても自作自演でランキングを吊り上げているケースもある。（そういえば昔からサクラという古典的手法がありました）しかし、それよりももっと大きな現象がある。料理について細かい論評を述べたい人たちが携帯で料理の写真を撮ることを躊躇わない人たちが増えており、その人たちが生半可な基準や価値観で一流を貶め、三流の店を持ち上げて情報配信する。結果、ろくでもない店がもてはやされ行列の店となる。これをB層グルメ（浅はかな価値観に踊らされマスメディアに煽動され易い知的弱者をさす）といい、安いわけでもない店に誘蛾灯に引き寄せられるように行列を為すのだそうです。（逆にB級グルメは安くて旨いものである）やり手の店はこうしたB層グルメの知見や行動パターンを分析し「産地直送」「期間限定」「有機栽培」「長期熟成」「秘伝」「巧の技」といったB層の琴線に触れるキーワードを組み合わせて行く。こうして、日本全国の駅前からデパート、SCのグルメコートに至るまで同じようなチェーン店が立

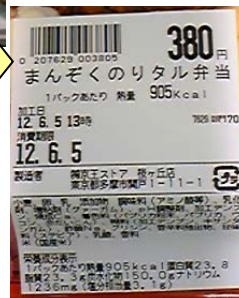


ニュースコーナー

ち並ぶようになったのだと。極めつけは「豚骨と鶏がら、魚介、30種の野菜を三日間煮込んでスープを作りました」みたいな闇ナベ系ラーメン屋もこれにあたると。鍋に水と材料を入ただけなのに「これが私の作品です」と一端の料理人のような顔をしている素人が増えていると。これは何も料理の世界だけでなく社会全体にB層的な価値観が蔓延し一流と三流、玄人と素人の境界が失われてしまったのだと結んでいます。

自身を振り返ってみるとタニタ食堂の批評や床屋談議など所謂、B層にそっくり当てはまるのかなとも一瞬は思いましたが皆さんご安心を！私、舌には自信もありますし日本全国、旅しながら土地々の味を堪能しております。（安くて旨いB級グルメですよ）転勤難民として5年目になりますがお酒のアテやまんまのオカズは今でも自作です。大根おろしに鹿児島産の梅シラスをのせ少し醤油を垂らしてください。自宅で出来る簡単なお通しです。玉子の素揚げにケチャップとウスターソースをからめた自作のおばんざいは娘が絶賛してくれました。また、床屋談議もそれぞれ一国一城の主ばかり、規模の大小に関係なく社会の荒波をくぐってきたオヤジばかりですから本音が思わず出てしまいます。

● お店訪問



4月に納品した桜ヶ丘（我が故郷にも同名の地区がありますが）のスーパーを訪ねました。担当のバイヤーと店舗をまわり売場の写真を撮らせていただきました。弁当と惣菜、寿司類の一部に表示を開始し売場には大小の告知パネル（栄養表示を始めましたという）を掲示しお客様に案内をしたそうです。表示を始めて一ヶ月後の訪問でしたが表示による売上げの減少などは皆無であったそうです。今後は個別包装への表示だけでなく棚ごとの食品へショーカード（カロリー表示）による案内も始めるそうです。また、客層に考慮した減塩メニューの提案や近隣のコンビニとの差別化も大きな課題として取り組んでいるという事で（それ以上ではインタビュー出来ませんでした）カロリーアンサーも微力ながら貢であります。スーパー1店舗の年間売上げが15~20億円規模だとし二が3店舗~5店舗も出来れば大きな脅威だと思います。（桜ヶ丘のス

具体的な戦略貢献できれば本望で近隣にコンビニスーパー周辺40(す)仕事の帰り、したし一人用のなスイーツなどが目白押しで私面白さに雲泥の差があります。や析力なののでしょうか。「おとなコしていくのでしょうか。興味のタトも対抗して「スーパープレミアム薄でスミマセン）また、ご要望があればメニュー開発も派遣が可能となりましたのでこの場をお借りしてどはお訊ね願います）次回、生産完了後（7月20日ヶ丘方面、大仙市方面、成田市方面、新木場方面へ納いただきましたお客様には、もうしばらくお待ち願うこいて運用基準などをしっかり固めていただきたいと思います。

0m以内には実際にコンビニが4店舗立地していまコンビニには毎日のように寄ります。価格も下がりま新しいメニュー、300円未満で味わえる結構リッチが普段、買い物をしている駅前のスーパーとは商品のはりポイントカードなどから得られる購買情報の分ンビニ研究所」は中高年層の購買意欲を今後どう刺激ネが尽きません。スーパーマーケットム研究所」でも作りましょうか。（軽や栄養測定に際しプロのスタッフご案内申し上げます。（料金体系な近辺）出来たてのアンサーは新百合品予定となっております。ご契約いとなりませんが導入後の展開につ

八重洲ショールームのデモ機もお色直しを施しました。（地味なシルバーからフェラーリレッドへ変身！）皆さまの来社をお待ちしております。

● 小田桐の独り言

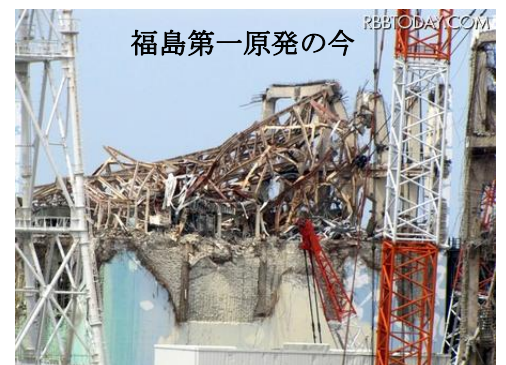
万一、消費増税と社会保障一体改革法案が成立せぬ場合に首相が解散を決断するのだと、よって増税に反対している議員たちは首相の本気度に震え上がり胆力を思い知らされているというニュースがありました。床屋の中ではそりゃあ「舌力」の間違いだよと。あの方は昔から命を懸けるとか政治生命を賭けるとかという言葉が好きで連発していたじゃないかと。民主自民の税制調査会のメンバーも社民党の阿部知子議員に言わせれば上から目線で国民の暮らしの実体を全然わかっていないと看過しておりました。F氏もN氏も共に大蔵官僚上がりで言われてみれば偉そうに見えますね。（実際に偉いのでしょうか）私から見れば人生の大先輩ではあるのでしょうかが修羅場で働けるのかな？という疑問符だらけです。前号でも話題は持ちきりでしたが下請けを泣かせない仕組みを作るだとか国民を守るだとか仰々しく発言しそのこと自体に大儀はあるが肝心の心がないだけでなく実体を知らないから何一つ私達の胸に響いてこないのだと思います。外務大臣がシリアの大使を呼びつけて国外退去を命じましたが、そのこと自体は現在のシリア情勢を鑑みますと至極当然の処置ではありますが、しからば日本がシリアのアサド政権に対し普段からどういうメッセージを投げかけ和平調停に対しどんな行動をとっていたのでしょうか。（欧米並みに）それこそ右習いに見えたのは床屋の我々だけでしょうか。（外務大臣としての資質はあるのでしょうかが経験不足をカバーするガムシャラさの前に格好付けだけが目立ちます）商売の為に国家を毀損するような大使を何故、首にしないのでしょうか。福島第一の事故調も予想通りでしたね、結局は責任転嫁のオンパレードでしょう。そもそも議事録を作成させなかった意図はこの日を予見し責任を問われないための先手とは勘ぐり過ぎでしょうか。いずれにしても増税を中心とした緊縮政策一本やりでは国内の総需要をさらに落ち込ませ、さらには生産や雇用の低下を招くだけです。（増税の逆効果）



多くの国民上に立つ不甲斐ない
〇〇たち



加えて輸出産業は円高で大ダメージ。新聞テレビ、御用学者は政府財務省の有能な広告塔に成り下がり増税が唯一の国際信用担保だと大合唱ですが私がIMFだとしたら日本は暗証番号のいらぬキャッシュディスプレイに映ります。潜在的な日本の底力を内外に強かに発信し（ハゲタカファンドや格付け会社を黙らすくらい強烈に）増税に頼らずインボイス、宗教法人の固定資産課税など不公平・不平等政策の見直しなどを実行し内需拡大、雇用創出、出生率の圧倒的な向上政策、被災地復興こそが政を担う人の本分だと強く思います。（鶯の床屋から）



福島第一原発の今



自衛隊により救出された子供

ご商談申込用紙

本製品へのお問合せは、電話、E-mailまたはFAXにてお申し込み戴けます。
(太字、太枠の部分へ必要事項ご記入の上、FAX 又はメールにてお送り下さい。)
ご希望のいずれかを○で囲んでください。

1、ご商談内容

① 説明訪問希望 ② お見積り希望 ③ デモンストレーション希望

2、ご希望商談場所

① 八重洲ショールーム ② 青森本社 ③ 御社指定場所

3、ご希望日程、お時間

第一希望日時	
第二希望日時	

※ご希望戴きました日時の調整について、ご連絡させて戴きます。

企 業 / 法 人 名		
御 住 所		
御 担 当 者 様	(ふりがな)	
	(お名前)	
御 連 絡 先	TEL	FAX
	E-mail	
御社への御連絡方法	TEL ・ E-mail ・ FAX (いずれかを○で囲んで下さい)	

※ご記入いただきました情報は本製品販売以外の目的では使用しません。

連絡先

TEL: **03-5201-7005** (月～金 AM9:00～PM5:00)

E-Mail: hideo@j-world.co.jp Mobile 090-2027-0396

FAX: **03-3271-0701** (24時間受付)

株式会社 ジョイ・ワールド・パシフィック

本 社 : 〒036-0162 青森県平川市館山前田 85-2

東京営業所 : 〒104-0028 東京都中央区八重洲 2-2-1

住友生命八重洲ビル 5階青森県東京ビジネスプラザ内

担当 : 小田桐