

事例2

**開催目的は「付加価値の提供」
 料理の楽しさとコンロ操作を伝授**

有限会社 ミヤタガス



宮田充社長、幸恵さん

有限会社 ミヤタガス
 代表者:宮田充
 所在地:埼玉県幸手市中4丁目26番21号
 TEL:0480-42-2858 従業員数:●名

**講師は社長の奥さま
 すべてが手づくりの料理教室**

ミヤタガスさまが料理教室を始めたきっかけは「この場しのぎの売り方ほしなし。買っていた高機能のコンロを使こなさないと、ガスの料理は楽しさ」とお客様に思っていたくまでが責任」という社長の熱い想いからでした。

3カ月に1回、2年間続けている同社の料理教室。講師を務めているのは社長の奥さま、幸恵さんです。「最初はメーカーの先生にお願いしていたのですが、4回目の時、急遽先生



料理教室の様子。写真中央が講師役を務める幸恵さん

の都合がつかなくなつて...お客様には声をかけてしまつて、地元タウン紙にも料理教室開催の案内を掲載してしまつたし、本当に困つてしまつて。追ひ詰められて、やるしかない!」となつたわけです。でもやってみたら楽しくつて(笑)と幸恵さん。それから幸恵さんが講師を務めることに。1回の参加人数は5名前後。外からもよく見える店内で、コンロの台を設置して行います。

最初はハウジングからの代替講師だったものの、幸恵さんが講師役をすることで思わぬメリットが生まれました。参加するお客様

と密に接しているため、「お名前が(ウ)小さなお子さんを連れてくる」「ご年配のお客様さま」など顔を思い浮かべることができ、ご参加のお客様に合わせたメニューを考へることができたのです。また、講師役を通じてお客様と接する時間も増え、検針時にお礼や感想を伺つこともできるようになり、お客様とのコミュニケーションもより深いものとなりました。

お客様への声かけから終了後のフォローまで自社で行うミヤタガスさま。料理教室を開くにあたり、幸恵さんが一番気を遣つているのは、メニューづくりです。ポイントは、「とにかく簡単で家でも1度つくれること」と、「コンロの機能を2通り使うこと」。毎回の目標はお帰りの際に、「こんなに簡単に何でもできるのね。」と言つていただくと幸恵さんは話します。

また、親子で参加するお客様には「母親」の視点でお話しすることも忘れません。「ーHがダメというわけではありませんが、子どもには火は危ないもの、ということをきちんと教えるべきだと思うんです。間違つた使い方をすれば危険だけど、正しく使えば安全で、料理が楽しくなる、というところを学んで欲しい」。

目的を見失わないことが大切

同社では料理教室をあくまで「買っていたお客様さまへの付加価値」ととらえています。そのため声をかけるのは基本的に購入していただいた方が、買い替えの相談を受けたいです。「目的がぶれてしまえばただのイベ

ンターで終わつてしまいます。買つていただいたものに対して最後まで責任を持つ姿勢をわかつていただければ、値段だけで他社へ移られることもありません」と宮田社長は語ります。同社ではタウン紙や自社HPを活用して、料理教室の様子を紹介しています。そうすることで、「今のガスコンロ」を知っていたか、ことにもつながるからです。「お客様は最新のガスコンロをほとんど知りません。ひと昔前のコンロとーHを比べて、ーHの方がカッコイイと思つてしまつたんですね。まずは知つていただくことが大事。売つたままではただの商品。料理教室という付加価値をつけて、お客様さまから頼りにされるお店をめざしています」(宮田社長)。料理教室は、お客様との信頼関係の強化につながっています。



完成したメニューは彩りも華やか