



ほふる

◆建設的な生き方へのお手伝い (Just do it!) ◆

～あなたの悩み事は当社までご相談下さい～

【今月の一冊】 自分のままで突き抜ける無意識の法則

梯谷 幸司 著 大和書房

ホームページ URL <http://primecorporation.jp/>

発行日 2021年6月1日 Vol. 224

発行元 有限会社プライム・コーポレーション

代表取締役 渡邊 敏徳

〒401-0015 山梨県大月市大月町花咲147番地

TEL 0554-22-2810 FAX 0554-22-2859

過去最高益

今、コンビニやファミレスなどいろんなお店で“唐揚げ”を販売しています。まさに唐揚げブームの状況にあります。ところでみなさんは“唐揚げ”と“フライドチキン”の違いをご存じでしょうか？『唐揚げ』は“肉自体に下味をしみこませて、衣をつけて揚げる”のに対して、『フライドチキン』は“肉自体には味付けをしないで、揚げる前または揚げた後で衣に味付けをする”というもので、『唐揚げ』が中まで味が染み込んでいるのに対して、『フライドチキン』は、衣の部分にだけ味が付いているという分け方だそうです。

『フライドチキン』と言えばケンタッキー・フライド・チキンですが、飲食業はコロナ渦で多くのお店が撤退、閉店の危機にさらされています。そんな中で2020年4月から6月の営業利益は10億円を越え、会社始まって以来の最高益となりました。

ケンタッキー・フライド・チキンは、どうしてコロナ渦に業績を伸ばすことができたのでしょうか。元々テイクアウト中心で“中食”という家庭外で調理された食品を購入して持ち帰る、あるいは配達等によって家庭内で食べる食事の形態をとっていたこと。

また、ドライブスルー対応になっているお店が全店の3割(約400店)あったこと。そして、コロナになる前からデリバリー対応店を80店舗増やす計画(4月～6月で44店舗)をしていたことがあげられます。

しかし、もっといろんな戦略を実行していました。そのひとつが「ハレの日」から「日常食」というイメージづくりです。「ハレ」の日には、晴れ着を着たり、神聖な食べ物である餅や赤飯を食べたり、お酒を飲んで祝ったりする「特別な日」でありました。日本ではクリスマスにケンタッキー・フライド・チキンを食べるという「特別な日」でした。世界中でこんなにクリスマスにケンタッキー・フライド・チキンを食べるのは日本だけだそうです。



また、「今日、ケンタッキーにしない？」という高畑充希さんを起用したCMから「日常食」をPRしてファンづくりにも力を入れました。他にも「毎日10時から16時までケンタランチが500円から！」などいろんなキャンペーンやサービスに取り組みました。偶然によくなることもありますが、やはり積極的にコロナに対応した戦略を行っていったことが良い結果をもたらしたのだと思います。

夢の十ヶ条

- 第一条 夢は、自分がどのような状況であっても、自由に描くことができる
- 第二条 すごいことだけが夢ではない。身近で些細なことでも、素晴らしい夢がたくさんある
- 第三条 夢を描くときは、できるかできないかを考えないこと
- 第四条 夢は、雰囲気を感じるほどまで明確にすること
- 第五条 まわりの人や社会に役立つ夢を持つ
- 第六条 夢は、同時にいくつでも持つことができる
- 第七条 常に、いま目指している夢を、ひとつ以上は持っていること
- 第八条 その夢を考えると、ワクワクすること
- 第九条 夢とは、どんな困難を乗り越えても、達成したいものであること
- 第十条 行動してこそ夢、行動の伴わないものは、幻である

DREAM DREAM DREAM

(福島正伸先生の資料より)



【座右の銘にしたい名言】



もし今日が人生最後の日だとしたら、今やろうとしていることは
本当に自分のやりたいことだろうか？

(スティーブ・ジョブズ／アメリカの実業家、アップル社の共同創業者)