

## 『8月の「オンライン懇談会」の続き』

理事 木田洋一

今回は、8月23日にみなさんと「広報オンライン懇談会」でお話した「流れが逆転」についての話題の続きを書きます。

何故、こんなことをするかというと、私が話した「時代の大きな流れが逆転する」時期だということについて、日本広報支援機構のメンバーが言った考えに違和感を感じたので、その違和感を少し考えてみたいのです。

30年近く続いていて今や当たり前になったデフレから、インフレの時代に移りつつあるという認識では、みなさん一致しているのです。ただ値上げの広報戦略も考えないいけない、という私の意見に、「今は、値上げがニュースになるが、もうしばらくすればニュースにもならない」「別にシラッと値上げしておけばいいのでは」という考えが出ていました。

本当にこれでいいのでしょうか？ どんな変化でも利用することが広報、ビジネスではないのでしょうか？

高度経済成長、バブルというインフレの時代を今の若い人は知らない。そして年配者も忘れかけています。でもあのインフレの時代はどんなビジネス、広報だったのかをもう一度考えてみてください。

当時の広報・宣伝は、高品質、高機能にして高価格の商品を競って売り出していました。

もちろん、あの時代と同じように単純に高品質で高価格の商品を出せば売れるという時代ではありませんが、既存の安さが売りの商品は徐々に値上げをせざる得ません。だったら同時に新しく高品質のブランドを打ち出したらどうでしょうか？

いやいや、高品質の商品はすでに別の会社が出しています、とても太刀打ちできませんよと言われるかと思います。しかし、敵も値上げしないといけない時代なのです。

その隙間を狙ったらどうなのでしょう？ 安さが売りのところが、ちょっと変わったもの、高品質の別ブランドを出したら、消費者はどう感じると思いますか？

全然反応しない層もある一方で、新しい層を顧客に出来るかもしれません。

もちろんこれが正解とは言えませんが、とにかく、日本人の身体に染み着いたデフレから、これからはインフレが続くような気配です。

頭だけではなく身体にもどっぷりと染み着いた「安さが善」という発想を捨て去って、一度今の時代、これからの時代を感じる事が、流れの変わり目の広報戦略では一番大事ではないでしょうか？

## ◇『古いようで新しい戦略』

代表理事 竹原信夫

### ◎取材活動の東奔西走

コロナ禍の中で、一時期は取材がなかなか入らずに掲載企業数も少し落ちてしまいました。でも、最近はようやく取材が入り始め、取材活動に東奔西走しています。

取材はありがたいことで、多くの方にお会いでき、良い話をたくさん聞かせていただきます。新しい出会いも生まれます。ボクの人生やビジネスにも良い影響を与えてくれています。

## ◎堺のちくまさん

先日、取材させていただいたのは、堺にあります超有名なおそば屋さんでした。屋号は「ちく満」で、「ちくま」と呼ばれています。

実はこちらのお店は、ボクは子ども頃から知っていました。父が学生時代に下宿していたお寺がこの近くにあり、時々ご挨拶と一緒に訪問。

## ◎子どもの頃、新聞社でも

すると、ちく満から出前してもらって、こちらのおそばをいただいていた。生卵を潰けて食べる独特のおそば。その味は今も記憶に残っています。

もう一つ、ちく満の思い出があります。大阪梅田の桜橋にある産経新聞社に勤めている時、ちかくに分家のちく満がありました。

## ◎11月初旬から新店舗

新聞編集の仕事でフラフラになり、やっと一息つけた午後2時前後にちく満でそばを食べるのが日課でした。美味しいそばで、ストレス解消、午後からのエネルギー源にしていました。

思い出深い本店にお邪魔するのは、何十年ぶりのこと。たまたま今は本店を新築中で、11月初旬から新店舗での営業を始められる予定です。

## ◎社長インタビュー珍しい

来春には15台の駐車場も完成し、グランドオープンする予定です。店主の社長さんに取材させていただきました。

「取材はほとんどお断りしています。今回はご紹介もあり、特別です」と、お出迎えしていただきました。確かに、グルメ番組が多いですが、ちく満はほぼ出てきません。社長のインタビューも珍しいそうです。

## ◎独特のスタイル

メニューは、せいろそば1品のみ。これも珍しいです。あとは日本酒、ビールと鰹節・ねぎとわさびにお出しをかけた突き出しだけというシンプルさです。

蒸し器のせいろに入った温かいそばを、お椀に生卵を落としてさっと溶き、わさびとネギの薬味を投入。アツアツのお出しを入れて食べる独特のスタイルです。

最後に熱いそば湯を注ぐと一気に満足感が高まります。通常のそばよりも長めに湯がき、モチっとしてふわふわした柔らかい食感が特色です。「他のメニューを加えないのは舌の味を変えないため。シンプルなせいろそばを味わってもらいたいからです」と、こだわっておられます。新店舗が出来ると、倍の量がある2斤せいろそばが復活するそうです。

## ◎単品メニューの1本勝負

堺には美々卯、かん袋、小島屋と名店があります。その中で、ちく満を含めて単品メニューで頑張っているところが多いです。

メディア露出をあえてせずに、歴史を感じさせるメニューでの1本勝負です。変化の激しい時代にマッチした古いようで新しい老舗の戦略だと思いました。