

成功する人は本を読む

私を動かした この一冊

BOOK

意識的な「心理戦略」で 記憶に残る店に



蟹江 脩礼氏

(株)すずや
代表取締役

1975年生まれ。東京都出身。23歳の時に、神奈川・溝の口に1号店となる『すずや』本店を出店する。神奈川・川崎市内を中心にドミナント展開。人情味があり地元で愛される店づくりを目指し、現在、地域に密着した居酒屋を4店舗経営する。特に「地産地消」の取り組みに注力し、「売り」である地場野菜は市内の契約農家まで毎日足を運んで自身で仕入れを行なうなど、「生産者→飲食店→消費者」と直結した安心感のある食材の提供に努めている。地元でファンを掴みながら、長年商売を続ける「居酒屋のおやじ」を永遠のテーマに日々奮闘中。

本書の紹介の前に、私事です。が弊社の取り組みについて紹介をさせていただきます。

「私の一日の仕事は仕入れから始まります。毎朝、地元の契約農園に行き、採れたての野菜を仕入れます。雨の日も雪の日もです。こだわりの栽培方法で育った地場野菜はとても濃厚な味わいがあります。そのためお店での提供方法はできる限り、素材の味が引き立つようにシンプルな調理を心掛けています」。読者の皆様、うちのお店の「売り商品」は言わずともお解りけたでしょうか？（単にお店の宣伝をした訳ではありませんから…笑）

この内容は本書で学んだ「心理戦略」のひとつです。改めて読み解くと、日頃のメニュー等の打ち出し方もひとつ工夫するだけでお客様への響き方が違い、それを意識して実践することの重要性を感じます。弊社の事例では、毎朝仕入れる野菜への安心感を持たせ、来店につながるという戦略で、売り商品は「野菜」、それがどのような価値があるのかという「特徴」、そして来店に誘導するための「提供方法」について、ニュアンスを変えて3つのポイントについて表現しました。

著者の説く「メンタリズム」とは何か。本書によれば、それは行動や態度、言葉などから相手の心理を読み解き、思うままに誘導する技術のこと。決して特殊能力や超能力ではないそうです。そのテクニックを実践するためには、表情や仕草など相手の反応に気を配り、相手の心の中を推し量って読み解くことが重要であると解説されています。

また、メンタリズムとビジネスは親和性が高いとのこと。メンタリズムを実践することが、より良い関係づくりの助けとなるとも書かれています。私たち飲食業界に必要なのは、お客様のニーズを読み解き、期待に応えること。まさしくメンタリズムの真意と共通する点が多々あるのでは、と感じました。



『一瞬でYESを引き出す 心理戦略。』

メンタリストDaiGo / 著
ダイヤモンド社 1300円＋税

人の心を読み、操る「メンタリスト」として一躍脚光を浴び、企業コンサルティング等も手掛ける著者が、その技術をビジネスに活用する方法をまとめた一冊。

※この連載では、読書家の経営者やシェフの方が、毎月リレー形式で、感銘を受けた本、商売や経営のあり方、生き方に影響を与えた本を紹介しています。