

鳥羽塾:お客様の声 「集客マスタープロジェクト」  
台所門おざき(尾崎 雅一さん、尾崎 好洋さん、尾崎 契太さん)



手書きのチラシやポップ、DMを駆使することで、お客様を当店のファンにする方法を教えていただきました。今後ずっと鳥羽さんの元で、学び続けたいと思っています！

台所門おざき・代表取締役 尾崎 雅一さん（写真右）  
専務取締役 尾崎 好洋さん（写真左から三番目）  
常務取締役 尾崎 契太さん（写真左から二番目）

<取材先DATA>

台所門おざき

住所: 京都府京都市下京区猪熊通木津屋橋上る樽屋町383 ☎:075-343-1545

ホームページ: <http://www.daidokoromon.com/>

## ■ INDEX ■

**Chapter 1:** 台所門おざきについて

**Chapter 2:** 自らそば屋を経営している鳥羽洋史に信頼感・親近感を感じて入会を決意！

**Chapter 3:** 「お店のこだわり」、「美味しい理由」を手書きにチラシに！

**Chapter 4:** 2種類のチラシを同封したことで手書きチラシの効果を実感！

**Chapter 5:** 店から離れた場所に案内用のポップを設置して来店を促進！

**Chapter 6:** DM用のリスト作りやホームページ運営も少しずつ実践中！

**Chapter 7:** 継続的に学ぶことで商売に対する気持ちがよりポジティブに！

**Chapter 8:** 鳥羽塾が主宰するセミナーで同じ志を持った仲間との交流も！

## 台所門おざきについて

— まずは台所門おざきさんが、どのようなお店なのか教えてください。

**好洋さん:**創業が明治35年。今年で114年目になる京都の漬物屋です。

事業を始めたのは、私の曾祖父で、今の社長で3代目。私で4代目になります。

創業前は、伏見桃山で桃山だいこんを作っていた農家でした。曾祖父の代で、漬物屋になろうと事業転換を行うことになって、作っていた桃山だいこんをぬか漬けにして、天秤棒で売り歩くようになったのが始まりです。



尾崎 好洋さん



台所門おざき

ー 天秤棒！ まだ当時のものは残っているのでしょうか？

**雅一さん:**いえ、もう残っていないですね。

先代が、あまりモノを取っておく人ではなかったので、古い道具はほとんど捨ててしまいました。

そこから、三重県の大根を使った伊勢タクワンを中心に扱っていた時代、全国から仕入れた野菜を漬物にして卸売を主にやっていた時代を経て、現在の、小売を中心とした業務形態へと変わりました。

ー 今も卸売はやられているのですか？

**好洋さん:**はい。少なくともなりましたが、旅館、ホテル、高級スーパー、漬物屋さんに向けて卸しています。

それと、DMIによるお中元、お歳暮、頒布会販売なども行っています。

ー ちなみに頒布会とは、どのようなものなのでしょうか？

**好洋さん:**2ヶ月に一度、会員さんに当社独自のカタログお送りするというものです。

その時その時の季節のお漬物をおすすめさせていただいていることもあって、お中元やお歳暮に並んで、こちらもたくさんのお客様からご注文いただけており、弊社の柱の事業のひとつになっています。

ただ、それでも全盛期に比べて、漬物の売上がかなり落ちてきていたので、なにか売上を伸ばす手がないかと探していた時に、たどり着いたのが鳥羽さんだったんです。

ー 漬物はなかなか売れなくなってきているのでしょうか？

**好洋さん:** 売れなくなってきていますね。

私が若いころは、それこそ沢庵100キロが1日で売り切れたこともありました。

**契太さん:** 昔はこの辺にも、漬物屋さんはたくさんあったのですが、売上が落ちたことと、後継者問題もあって、どんどん少なくなっています。



「昔ながらの漬物屋さんが生き残るのは大変な時代になってきました」(契太さん)

自らそば屋を経営している鳥羽洋史に信頼感・親近感を感じて入会を決意！

#### 一 鳥羽洋史のことを知ったのは、どういった経緯からだったのでしょうか？

**好洋さん:** ネットで、店の売上を伸ばす方法を調べていたことがきっかけです。

色々調べているうちに、ハワード・ジョイマンさんというコンサルタントの方の存在を知って、まずはその方のメールマガジンを購読し始めたのですが、2014年当時、そのメルマガの中で、鳥羽さんが週に1回くらいで連載記事を持っていらっしゃったんです。

その記事で、鳥羽さんがかつての震災によって経営していたそば屋も自宅も失ったこと。借金をして再出発したものの、なかなか売上を伸ばせないこと。しかし、チラシやハガキDMなどをうまく使って立ち直ったことなどを赤裸々に書かれていて、面白い人がいるなあと思ったのをよく覚えています。

それで、すぐに鳥羽さんのメールマガジンの購読も始めたのですが、この時に、「集客マスタープロジェクト」という、お客さんを集める方法が学べるコースが開催されると知って、すぐに問い合わせをさせていただきました。

#### 一 どういった問い合わせをしたのでしょうか？

**好洋さん:** 「飲食店じゃないくても申し込んで大丈夫なのか？」ということです。

鳥羽さんは、飲食店を経営されていて、そのノウハウもコンサルティングに活かされています。そのノウハウや教えが、漬物屋という業種に活かせるのか、またそういった異業種でも、申し込んで大丈夫なのかを聞いてみました。

もちろん、大丈夫とのお返事だったので、すぐに申し込ませていただきました。  
これが2015年の2月頃だと思います。

ー メールマガジン購読して、すぐに「集客マスタープロジェクト」に申し込まれたようですが、申し込みに踏み切った理由はどこにありますか？

**好洋さん:** 一番は親近感を感じたからです。

メールマガジンからその人柄も伝わってきましたが、実際にお会いしても、やはり良い意味でコンサルタントという感じじゃないんですよ。

堅苦しくなくて、すごく親しみやすい。

あとは、ただ「コンサルタントだけをやっている方」ではなく、「実際にお店を経営している人がコンサルタントもやっている方」という安心感も、申し込みに繋がった大きな理由ですね。

鳥羽さんは、神戸でおそば屋さんを経営しているだけでなく、実際に繁盛もさせていますし、またメールマガジンを読んでも、お話が分かりやすい。

この人の元で学べば、きっと売上を上げる方法を、分かりやすく教えてもらえるんじゃないかなと思ったんです。



「うちが京都で、鳥羽さんが神戸と、距離が近かったのも、申し込んだ理由のひとつです」(好洋さん)

ー 鳥羽さんの教えを受けるまで、ご自身で試されていたことはありましたか？

**好洋さん:** 先ほど言っていたお歳暮などの際のDMはやっていましたが、それが小売としての売上にまでは結び付いていませんでしたね。

あとは割引券を付けたチラシのポスティングをやったり、お金を払って雑誌などの媒体に掲載してもらったりもしましたが、こちらも、もうひとつ結果には結びついていませんでした。

「お店のこだわり」、「美味しい理由」を手書きにチラシに！

ー 「集客マスタープロジェクト」では、どのようなことを学びましたか？

**好洋さん:** 手書きのチラシを作って撒くこと、ポップを貼ること、DMを送ること、ホームページを作ることで

す。

ー 学んだことは、実践はされているのでしょうか？

**好洋さん:** はい。

まだまだやりきってはいませんが、教えてもらったことは実践しています。

ー では、まずチラシについてはどのような実践をしているのか、お教えてください。

**好洋さん:** 手書きのチラシを作って、ご近所の方に向けて配っています。

これまではワープロを使ってキレイに仕上げていたのですが、鳥羽さんの教えはそれとはまったく逆の手法だったので、面白いなと思いました。

ただ、最初は私は字が下手なので、手書きはちょっとな.....と思っていたんです。

その悩みを鳥羽さんに打ち明けたら「尾崎さん、下手なのがいいんですよ！」と喜んでくださって、一度試してみようと、手書きのチラシを作る踏ん切りが付きました。

ただ、一番最初はどのようなチラシにすればいいのか検討も付かないこともあって、文面以外は、鳥羽さんに作っていただいたんですよ。

それを参考に、2回目以降のチラシからは私が自分で書くようにしています。



「尾崎さんの字は味がありますよね。だからお客さんも反応するんだと思います」(鳥羽)



鳥羽洋史がサンプルとして作ったチラシがこちら。

**好洋さん:** ただ、手書きチラシを始めたころは、本当に時間がかかっていて、ひとつ書き上げるのに二晩くらいかかっていました。

枚数を重ねるごとに、少しずつ要領を得てきましたが、それでもまだ一晩くらいかかっていきます(笑)。

内容を考えて、文面を考えて、その内容に合わせて写真も撮らないといけませんので、慣れるまで、まだまだ時間がかかりそうです。

そのため、DMも手書きのほうが良いと言われているのですが、こっちはまだ一部ワープロで作っています。  
もう少し手書きの時間が短縮出来れば、こっちの方も完全に手書きにしていければなと思っています。

## ー 具体的にはどのようなチラシにされているのですか？

**好洋さん:** 商品を紹介すると共に、当店の漬物のこだわりを語ったチラシになっています。

例えば千枚漬けの場合、スーパーだと100グラムで298円のところ、当店のものは140グラムで750円と、2倍近い値段で売っています。

なぜそんなに値段が違うのか……という部分をチラシに落とし込みました。

具体的に言うと、普通の千枚漬けでは、カブ数枚重ねてから昆布を敷いていますが、当店ではカブ一枚ごとに昆布を敷くようにしています。

また漬け時間も、当店のものは6日と、その辺の千枚漬けに比べて2~3倍の時間をかけています。

手間も原価も圧倒的に増えてしまいますが、その方が、千枚漬けのキモである粘りや歯切れなどが出来ますし、味も格段に美味しくなります。

そういった、私どもが売っている漬物が高いのには、ちゃんとした理由があるということ、そしてこだわりを持って作った当店の漬物が、値段の差以上に美味しいということが伝えれば良いなと思っています。



台所門おざきの「千枚漬け」のこだわりや美味しさを伝えたチラシ。

鳥羽さんと出会うまでは、そういったこだわりの部分は、自分たちから発言するものじゃないと思っていました。

でも鳥羽さんから「恥ずかしがらずにどんどん出してください」と言われて、確かにそうだなと思って、チラシに書くようになりました。

## 2種類のチラシを同封したことで手書きチラシの効果を実感！

### ー 手書きにして反応の違いとかは感じていますか？

**好洋さん:** 感じています。

これは近隣の方に向けたチラシではなく、お歳暮用としてお客様にお送りするチラシの例なのですが、ワープロで作ったチラシと、手書きのチラシの両方を同封してみると、手書きのほうに書かれている商品の方がウケが良くて、たくさん売れてくれるようになりました。



得意客に送っている2種類のチラシ。手書きのチラシに書かれた商品のほうが、より多く売れるという結果に。

まだお客様に向けたチラシは、完全に手書きに出来ていないので、そこはこれからの課題かなと思っています。

**雅一さん:** ちなみに、弊社のお歳暮のチラシはかなり反応が良くて、300枚送ったら、100枚は注文をいただけます。

鳥羽さんからも教えていただいたのですが、反応率33%というのは、かなり高い数字のようですね。

ただ悲しいことに、お漬物は単価が安くて、お歳暮でも3700円程度ですので、今後は、単価をもう少し上げるか、もっと注文数を集める方法を考えていきたいと思っています。

**好洋さん:** そういう思いもあって、今は近隣の方に向けたチラシに力を入れ始めています。

お歳暮やお中元といった季節の売上だけでなく、新規のお客様を増やすことで、小売で年間通して高い注文数を得ていきたいですね。

## 一 近隣の方へ向けたチラシは、現在どのような反応があったのでしょうか？

**好洋さん:** こちらは新聞折込で1万枚撒いて、42名の方からご来店いただきました。

ですので、反応率で言うと0.4%くらいですね。

ただこの数字は、チラシのクーポンを持ってきてくださった数です。その他にも「クーポンを忘れた」、「チラシを見て来た」と仰ったお客様も20名ほどいらっしゃいましたので、実質的には0.6%くらいかなと思っています。

それと直近に撒いたチラシは、単価の高い「千枚漬け」を前面に出していたこともあって、売上としては良い結果が残せました。

とはいえ、チラシの効果としてはまだまだ弱いかなと思っていますので、もっと反応が良くなるようにしていきたいですね。

**雅一さん:**時代の流れもあって、最近では、お客様の食べ物に対する意識が上がってきました。

例えば、化学調味料が使われているかをすごく気にされるお客様、漬物に対して深い知識を持っているお客様、そして高くても良いものを選ばれるお客様が、どんどん増えてきているんです。

ですので、近隣に撒くチラシに関しては、そういった「良いものを求めている方」に当社の商品の良さを訴えかけていければなと思っています。

また、チラシを読んでくださった方に、どのような漬物が美味しいのかという知識を与えることで、お客様の成長を促していきたいとも考えています。

**好洋さん:**そうやって、「お土産を買うなら台所門おざきの漬物にしよう」と考えてくださるファンを、どんどん増やしていきたいですね。



「良い物、安全な物が求められるのは、うちにとっては良い流れなんじゃないかと思っています」(契太さん)

店から離れた場所に案内用のポップを設置して来店を促進！

#### ー ポップでは、どのようなことをやられていますか？

**好洋さん:**商品の横や店頭には、商品のこだわりを語ったポップを貼るようになりました。



入り口脇には、お店のイチオシ商品を、各商品のそばには、その商品の説明を書いたポップを設置。

長文で思いをしっかりと語ることが出来るチラシと違って、ポップの場合は、パッと見て伝わるように、言葉を短くして伝えないといけないので、また違った難しさがありますね。

#### ー お客さんから、なにか反応などはありましたか？

**好洋さん:**まだ販促に繋がっているかまでは分かりませんが、ポップをじっくり読んで、ご購入いただく方は増えたので、ある程度の効果はあるのかなと思っています。

その他、大きな反応を得たポップと言えば、店から歩いて3~4分ほどのところにある倉庫の前に、お店への誘導を促すポップを置いたら、それを見てお客様が来てくださるようになりましたね。



常に一定の人通りがある倉庫前の扉に、

**契太さん:** 倉庫前には、「こんなお店です」、「こんな漬物が置いて 店舗の宣伝や商品のポップを設置。います」、「ぜひ立ち止まって見てください」……という張り紙や立て看板を設置しています。

「向こう(倉庫前)で見たから買いに来た」と立ち寄ってくださる方もいたので、それは嬉しかったですね。

**好洋さん:** 以前、小さな柴漬けの小袋を作って、その無料配布券を倉庫のポップがある場所に置いていたこともあるのですが、その時は、たくさんのお客様に来ていただきました。また同時に、意外と見てくださっている方がいるんだということも実感しましたね。

**雅一さん:** 中には、無料の柴漬けの小袋だけ貰って、なにも買わなかったお客様もいらっしゃいましたけど(笑)。



「無添加の柴漬けが20グラム入っています。1袋でご飯一膳は軽く食べられますよ」(雅一さん)

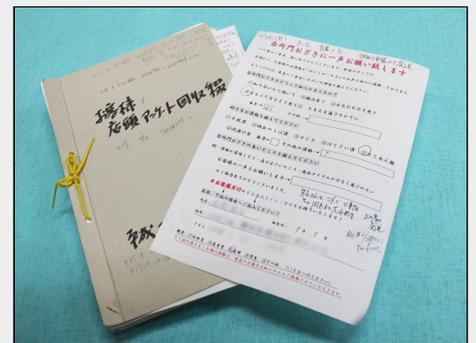
## DM用のリスト作りやホームページ運営も少しずつ実践中！

### — DMに関しては、どの程度実践されているのですか？

**好洋さん:** 今は住所を集めている段階です。

元々、お得意様や頒布会用のお客様には、以前からチラシと注文書を同封したDMをお送りしているのですが、今はさらに、お店で商品を購入してくださったお客様に、住所欄付きのアンケートを書いています。

リストとしては、随分集まってきましたので、まずはこちらのお客様全員にDMをお送りして、そこから反応をいただいたお客様に絞って、どんどん良いリストにしていこうと考えています。



鳥羽の教えを受けて集め始めたアンケートは、今や分厚い冊子一冊分に。

### — あとホームページも作られたとのことですが、それまではホームページはなかったということでしょうか？

**好洋さん:** そうなんです。

でも鳥羽さんから「絶対に作ったほうがいいですよ」と言われて、2015年4月くらいにオープンしました。

ただ、こちらはまだ作っただけで、そこまで更新も出来ていませんので、あまり集客は出来ていません。

これから更新や、集客をしっかりとやっていかないと考えています。

あとは、ホームページとは少し違うのですが、「うまいもんどットコム」という食品の通販サイトにも出店しています。

あと、鳥羽さんに教えていただいたことと言えば、「ぬか床」も売って見たらどうですかとアドバイスいただいて、「ぬか床と漬物のセット」と「ぬか床単品」を売るようにしました。

そして、売るだけでなく、ぬか床の先生になって、当店で買えばぬか床の管理の仕方や、美味しい漬物の作り方も学べるようにすれば、リピーターにもなってくれて継続的な売上が確保出来るというアドバイスをいただいて、なるほどなと思いました。

**契太さん:** スーパーなんかで安いのを売っているのは知っていましたが、それを当店で売るとするのは、思いつかなかったですね。

**雅一さん:** しかも、ぬか床を買ってくださったお客様の中には、ぬかでは作れない奈良漬とか千枚漬けも買ってくださいようになった方もいらっしゃったんですよ。



「ぬか床を買ってくださったお客様が、他の商品にも興味を示してくださいました。そういう意味でもやって良かったですね」(雅一さん)



こちらが台所門おぎきさんのHP。  
フリーのHP作成サービス・jimdoを使用。

継続的に学ぶことで商売に対する気持ちがよりポジティブに！

ー 「集客マスタープロジェクト」を終えて、継続して鳥羽塾のシルバー会員に入会されましたが、継続して学ぼうと思ったのは、どういった理由からですか？

**好洋さん:** 「集客マスタープロジェクト」での教えを受けて、すごくタメになったので、もっと勉強していきたいと思ったのが一番の理由です。

また、私はシルバー会員だと無料で参加できるセミナーにも積極的に出席させていただいているのですが、当店と同じような小規模なお店の方が多いということもあって、堅苦しさがなく、あまり緊張せずにセミナー参加できるのもいいなと思っています。

セミナーの頻度も2ヶ月に1回ですので、あまり負担にならず通えるのも良いところですね。

あとはメール相談や電話相談をしていただけるのも良かったですね。  
私はあまりメールが得意ではないので、電話で相談に乗ってもらっています。

#### ー どんな相談に乗ってもらっているのでしょうか？

**好洋さん:** 私が電話する時は、落ち込んだりとか、元気づけてもらいたい時がほとんどです(笑)。

商売のテクニク的なことよりも、落ち込んだ私に鞭打ってもらって、商売に前向きになれるように、気持ちを立て直していただいています。

#### ー 鳥羽洋史の元で学び始めて約1年になりますが、なにかご自身で変わったと思う部分はありますか？

**好洋さん:** お客様と、より積極的に会話をするようになりましたね。

それまでは、あまり店先でお客様と会話をしなかったんです。  
でもチラシを作った時に、説明しないと、商品の本当の良さは分かってもらえないことを知りました。

また、実際に喋って、お客様がどんなことを考えているのかを探ったり、このお客様にはどういった商品をすすめるれば良いのか考えることは、今後の商売のヒントにもなります。

あとは、実践していることではないのですが、気持ちの部分も変わってきましたね。

漬物業界自体が元気がないこともあって、私も以前は、商売に対して下向きだったのですが、鳥羽さんの教えを受け、また実践していくことで、少しずつポジティブになってきたんです。

売上の数字としては、まだまだです。

ただ、やる方向性、こうやれば売上が上がるんだろうなというのも見えてきたので、今後は、数字をもっと上げていけるんじゃないかと思っています。

当店のような小規模のお店は、鞭を打ってくれる人がいないので、つつい愈けてしまいます。

でも、学ぶことを止めてしまうと終わってしまうと思うんです。ですので、今後も鳥羽さんの元で、鞭を打っていただきながら、積極的に学んでいきたいです。

そうやって生きている限り、一生、学んでいければいいですね。



「鳥羽さんに鞭打っていただいたお陰で、売上アップに前向きに取り組めるようになってきました」(好洋さん)

## 鳥羽塾が主宰するセミナーで同じ志をもった仲間との交流も！

### 一 鳥羽洋史の教えを実践するにあたって、大変だったことや、やりがいを感じたことなどがあればお教えてください。

**好洋さん:** 大変だったことは、基本的にはどれもです(笑)。

でもチラシもポップも悩んで悩んで、大変な思いをしながら作っているだけあって、完成した時には、その分大きな達成感とやり甲斐を感じますね。

**契太さん:** あと、一生懸命作ったチラシをお客様が持ってきてくださると、嬉しくなりますね。

そんなお客様の中には、「近所に住んでいたのに漬物屋さんあったの知らなかった」と仰られる方もいて、その時は、お店を知ってもらえたという喜びもあります。

**好洋さん:** その他、通りすがりの方や、同業者、仕入先の方々から、「尾崎さん、またおもしろいチラシ書いたな」とか「お前にしてはおもしろいやないか」などと言ってくる方がいます。

そういった感想をいただけると、楽しみにしてくれる人もいるんだなと感じて、「またやろう！」という活力になりますね。

### 一 その他、鳥羽洋史の元で学べて良かったことがあれば、お聞かせください。

**好洋さん:** 鳥羽さんのセミナーには、異業種の方が参加されています。

そんな異業種の方々が実践されている内容を聞いて、商売についての色々なヒントを得られまたのは良かったなと思っています。

最近ですと、お好み焼き屋さんが、お金っぼいデザインの「金券」を付けていて、面白いなと思ったので、早速うちのチラシにも取り入れたりしました。



セミナーでヒントを得て作った100円券。

### 一 鳥羽さんの元で学ぶメリットは、どこにあると思いますか？

**好洋さん:** 小さなお店だけど、頑張って売上を伸ばしていこうと考えている、同じ志を持った仲間たちと知り合いになれて、交流が出来るだけでなく、そこから商売に関する様々なヒントを貰えることもあります。

また、よそのお店も頑張っているんだなと実感を得られるので、「うちも負けていられない！」と元気とやる気もいただけます。

私にとっては、パワースポットみたいな感じです。

もし入会を迷っている人がいるのであれば、ぜひ入ってみて欲しいですね。

### 一 今後、台所門おざきとしての目標をお教えてください。また、そのために鳥羽塾に求めるものがあればお教えてください。

**好洋さん:**売上は少しずつ伸びているとはいえ、まだまだです。ですので目標としては、小売での売上を2倍、3倍に伸ばしていきたいと考えています。

そのために、今やっているチラシやポップ、DMなどで教えていただいたことを、もっともっと実践していきたいですね。

鳥羽さんには、そんな目標を実現させるための、小売店に向けた具体的な売上の伸ばし方を、ぜひ教えていただきたいなと思っています。

鳥羽塾は、飲食店をメインターゲットにしていることもあって、教えていただける内容も、飲食店でそのまま使えるものが多くなっています。

今はその教えを漬物屋に置き換えて考えてはいるのですが、それに加えて、「小売店ならもっとこうやればいい！」という、ピンポイントな教えもいただけると嬉しいですね。

それと、ホームページの作り方や運営方法に関しては、まだまだセミナーで本格的に取り上げられていないので、ネット集客について教えていただければと思います。



取材日：2015年4月28日

↓鳥羽塾シルバー会員の詳細はこちら↓

[http://syoubai-hanjyou.com/member\\_lp](http://syoubai-hanjyou.com/member_lp)