



紹介者

石井 智康

石井食品  
取締役社長

遠藤 直紀

ビービット  
代表取締役



## グルメの投資対効果

経済同友会の皆さんはおいしいものに目がなく、日々おいしい食事を探求されている方が多いのではないかと想像しています。ここ数年にわたった自粛期間も終わり、グルメを満喫されていることと存じます。

日常が戻ってきたことで私も幸せな気持ちでいっぱいですが、人気店は予約が取りづらくなってきましたし、インフレもあり料金はうなぎのぼりです。

ふと立ち止まって考えると、支払い額が1万円から2万円に増えてもおいしさが2倍になるわけではないですし、最初は感動したお店も訪問回数が増えると驚きが低減していき、効用が悪化していく感覚もあります。

なんとか活路がないか考え、二つの道筋を見いだしています。一つ目はまだ値段が上がり切っていないジャンルの料理を楽しむこと。二つ目は地方の探索です。

まず注目しているのが古くて新しいジャンルのインド料理です。普段使いのお店と見られがちですが、インド料理と言っても実際には北から南まで多種多様ですし、コース仕立てのモダンインド料理も誕生しています。銀座の「SPICE LAB TOKYO」は会食でも利用できる水準にまで洗練されていますが、フレンチやイタリアンの高級店と比べると値段は抑えられています。東欧や南米など同様のジャンルはまだまだあるはずです。

次に地方です。たとえ遠くからであっても自分のレストランを目的地として訪れてもらうことを目指し、特色と品質を高めているお店が増えつつあります。一例として富山の「L'évo」は地産地消型のフレンチで有名になってきていますが、値段は東京にある同水準のお店と比べると控えめです。週末の息抜きがてら、日本全国に散らばる特色のあるお店を訪問するのもなかなか良いものです。

企業経営において投資対効果を高めるように、これからも積極的にグルメの投資対効果を探求していきます。

▶▶ 次回リレートーク

吉松 徹郎

アイスタイル  
取締役会長 CEO