

# おいしいだけでは 売れない

なぜ  
売れたのか？

---

無印良品の“食”の象徴的存在  
「バターチキン」は、  
なぜヒット商品となったのか？  
Cafe&Mealの料理監修、  
レトルトの味づくりなど15年以上  
良品計画の業務支援を行ってきた  
食のコンサルタントが  
フィロソフィー  
成功に導く思考と仕組みを解説。

---

「無印のカレー」はなぜ売れたのか？

食品ビジネスで成功する思考(フィロソフィー)と仕組み

定価1650円