

売るより買うほう  
が難しい(3)

## 心を動かされる言葉って？

有限会社 良品工房  
白田 典子

先日買い物に行った近所の店での話。入り口近くに寒天が山積みになっており、「今、TVで話題！」とのPOP。そうよね、今、すごいブームだもんねと納得。野菜売り場に行くと、ゴーヤにもまったく同じ、「今、TVで話題！」のPOP。ネギ、トマトにも少し言い回しは違うが、テレビの健康番組で話題になった食品であることが案内されている。なんだか手抜きっぽいなあ…と思いつつ豆腐のコーナーに行くと、ここにも「今、TVで話題！」との派手なPOPが。確かにテレビの健康番組で話題になった食品が売れるというのはわかるけど、この手の安易なメッセージで逆効果では、「私たちお客って、もしかしてバカにされてる？」という気分にはさせられる。なんだか「はあーっ」と大きくため息をつきたくなりました。

別の店での話。ショウガが2種類並べられており、中国産の大きなもの(128円)には「魚の臭み消しなどに、たっぷりお使いください」の表示。一方、高知産の小さいもの(238円)には、「香りが強いので、薬味などにどうぞ」と書いてある。このように書いてあれば、ふだん中国産のショウガを敬遠しているお客も、「そうか、魚の臭み消し。煮魚なんかの時に使えばいいのね」という気づきがある。ちょっとしたことだけど、気が利いてるなあ、と感心した。

いま、お店には、たくさんの文字情報が溢れている。店側は1つでも多く商品を買ってもらおうと、あの手この手で情報を繰り出してくる。でも、そのやり方が的外れで買い手の心に届いておらず、せつかくの努力の水の泡…なんてことは意外と多いのではないかと思う。では、いったいどんな「言葉」に私たちは心を動かされるのだろうか。

か。

近所のママ友に集まってもらった井戸端会議で、こんなことを言ったモニターさんがいた。

「買い物に行く店の選択肢が3つあるけど、少しくらい高くてもいいから新鮮なもの、おいしいものが欲しいっていうときには、A店に行く。なんでそう思ったかっていうと、おつとめ品のいちごに、“ジュースにしてください”って書いてあったの。どう見ても生で普通に食べられるような品質のものなんだけど、その表示を見てさすが！と思った」。

有機栽培などで他と比べて価格の高い商品や、お店が売りたい商品には、理由を説明する表示があったり、生産者の顔写真を貼ってあったりして、一生懸命その価値を伝えようとしている店が多い。でも、おつとめ品や安売りの商品に、その理由や食べ方が提案されているような店はほとんどないのではないだろうか。

私などはふだん、店の思惑に引っかからないぞとばかりに、棚の奥の方に手を伸ばし、賞味期限の長い牛乳を引っ張りだしたりするタイプだが、もし、賞味期限の短い牛乳が20%オフになっていて、「クリームシチューなどに、たっぷりお使いください」と書いてあったとしたら、嬉しくなって今日のメニューはクリームシチューに変更、なんてこともあり得ると思う。

そのときの井戸端会議では、こんな意見も出ていた。

「うちが使ってる生協のパルシステムは、カタログの表示方法が最近変わったの。前は添加物が入っていないことが表示してあったんだけど、今は“主原料には添加物を含みませんが、副原料には入っている可能性があります”なんて書いてある。添加物が入っていることを書くのって、売る側としてはリスクがあると思うんだけど、逆にそれが信頼につながるよね」。

添加物が入っていません、ということを声高にうたっている店は多いけど、もはやその言葉はあまり買い手の心に響いてはいない。

「朝採り野菜」の表示を見て、それは当日の朝じゃなくて、前日の朝のことかもしれない。だから収穫日をはっきり書いて欲しい、という声もあった。店がよかれと思ってしていることが、こんなふうに買い手の不信感を招いてしまっていることもある。

買い物は相対比較で、「絶対にコレ！」なんていう買い物は、特にスーパーではほとんどない。卵1つ選ぶにしても、「白いのとピンク色の、どっちにしよう？コレにはビタミンE強化って書いてあるけど、いったいほかとどこが違うの？」と、迷ってしまうことがしばしばある。どれも同じに見えて値段以外に決め手がない。迷った挙げ句、たいてい「ええいこれでいいや！」となってしまう、買い物を楽しむことができないのである。

種類がたくさんある商品には、簡単でいいからどこがどんな風に違うのかという説明や、こうやって食べたらおいしいというような提案が欲しい。

「新鮮だとか安心だとか、いいことばかりを言わない店の方が信用できる」というのが、モニターさんたちの共通した意見。売り手が出したい情報と買い手が知りたい情報。この2つの間には、まだまだ大きな溝がありそうだ。

## 法人協会ニュース

### 政策委員会・基本政策委員会を開催しました

5月18日、政策委員会が開催されました。委員会では先の三役会議で出された「産業としての農業の確立」「夢と希望を与える農業」「国家や地域への貢献」などのキーワードについての議論やビジョン及び政策立案を進めていく上での留意事項について活発なディスカッションが行われました。多くのご意見を頂きながら、充実した政策論議ができればと思います。是非ご意見をお寄せ下さい。

### JGAP導入指導員研修のご案内

食品の安全や農業が環境に与える影響が大きな話題となっている一方、農業の経営体が組織化され、大規模化されていく中、効果的な農場管理のあり方が問われています。

このような状況において、JGAP（適正農業規範）が2005年より試験導入され、農産物の生産側と需要側の両方からその普及拡大が求められています。

日本GAP協会ではJGAP導入指導員育成研修を開催します。

記

<日時> 2006年6月12日（月）13日（火）

<場所> ちよだプラットフォームスクウェア  
（東京都千代田区神田錦町3-21）

<参加費> 40,000円  
（消費税、テキスト代、弁当代を含む）

<定員> 15名

<ご連絡先>

日本GAP協会 事務局 担当：武田氏

TEL：03-3251-0831/0832

FAX：03-3526-9494

本紙に関するお問合せは下記までお願いします。

社団法人日本農業法人協会

(HP:<http://www.hojin.or.jp/>)

TEL：03-5156-0365/FAX：03-5156-0366

MAIL：[juku@hojin.or.jp](mailto:juku@hojin.or.jp)

© 日本農業法人協会 2006

本紙掲載記事の無断転載を禁じます。