

売るより買うほうが難しい(8)

実際に買う人、使う人の立場

有限会社 良品工房
代表 白田 典子

この前、ふらりと立ち寄ったデパートの地下食品売り場で、「すごい!あなたはエライ!」と拍手を送りたくなってしまふ、試食販売のおばちゃんがあった。

試食販売にお客さんが群がる光景なんてめったに見ないのに、鮮魚売り場のそのおばちゃんのまわりには、二重・三重の人垣ができています。

興味をひかれて立ち止まってみると、その日に試食販売をしていたのは刺身用のアジの切り身。見ると試食販売の台の上には大きな寿司桶に白ゴマや青じそをたっぷり入れた酢飯がこんもりと盛られ、おばちゃんがせっせと小さな「握り」を作って小さなお皿に入れている。そこに醤油とみりんで作ったタレにアジの切り身をさっとつけたものを、手際よく載せていく。その手つきは惚れ惚れするほど鮮やかだ。

「アジの手まり寿司。脂がのってておいしいよ〜」。威勢のいい声に、みんな「私も、私も」と手をのばし、作るはしから「手まり寿司」はなくなっていく。私も後ろから手をのばして1ついただいてみたのだが、アジは脂がのってておいしかったし、「今晚のおかずは何にしようかな」とちょうど考えていたところだったから、即座に「今日はこれにしよう」と決めて、カゴに入れた。

同じ脂がのったいいアジだったとしても、ただ単に刺身として醤油で食べさせられていたとしたら、買う気になっていなかったに違いない。もちろん商品そのものがおいしかったこともあるけれど、試食販売なのに「寿司」という食べ方が意外だったし、何よりそのおばちゃんの手間ひまのかけかた、「お客さんにおいしく、楽しんで食べてもらおう」という心意気を感じて、「よし、買った!」という気持ちにさせられたのだと思う。スーパーを歩いていると、特にお休みの日なんかは3人くらいの試食販売の人に出あうけど、このアジの切り身のような、「試食販売で思わず買いたくなる」体験は本当にまれだ。同じ商品を食べさせてくれるのでも、買い手が食べたい、買いたいと素直に思えるような食べ方を考えてくれれば、試食販売をしている場所の前をもっと堂々と歩けるのに、と思う。

「食べてみたい」と思うものは、その日の気分によっても大きく左右される。これは売り手として経験したことだが、秋の初めに実施した催事で、旧だけものすごく暑い日があった。日替わりでいろんな麺類を試食販売していたのだが、ちょうどその日はスープの付いた「ラーメン」の日にあたっていて、本当はうどんや蕎麦を冷たくして食べる試食に切り替えたかったのだが、お店側の「たくさん発注してしまったので」という強い希望で、そのままラーメンの試食販売をすることになってしまった。結果は散々。

お客さんにはスープの湯気を見ただけで売り場に近寄ってきてくれず、挙げ句の果てには「こんな暑い日にラーメン?冷やし中華なら分かるけど」と、お客さんに笑われる始末。せっかく試食販売をやるなら、お店の都合の押し付けで「売ってやろう」ではなく、「よりおいしく食べてもらいたい」という姿勢が大事なのだと改めて思った。

試食販売に関して、売り手としてこんな経験もしたことがある。奔連続で「割の「買いたい」という支持を得ている「ひじき混ぜ合わせご飯の素」。炊いたご飯に混ぜるだけ、という簡単・便利で、味や見た目もバッチリの「みんながえらんだいいもの」認定商品だ。これを最初の頃、小さなトレイに盛ってフォークを添えて試食販売をしていたのだが、売れ行きはいまいち。そこで多少手間はかかるが、小さな真ん丸のおにぎりにしてサランラップで包み、竹のカゴや雰囲気のある和風のお盆に載せて、お客さんに自分で手にとって食べてもらうようにした。

すると、トレイよりも気軽に手にとることができるようになったためか、食べてもらうチャンスがぐっと増え、試食をしたがる子どもも上手に食べられるので、お母さんたちにも喜ばれるようになった。

「よりおいしく食べてもらいたい」という姿勢。これって、一般のお客さんだけにではなく、小売店のバイヤーさんに商品を食べてもらおうときにも通じる、大事なことだ。

メーカーさんから「小売店のバイヤーさんが、

商品を持っていても、試食すらしてくれない」という声を聞く機会が増えている。入社以来、そのメーカーの売り上げをぐっと伸ばしている営業マンのMさんに、「これってどう思う?」と聞いてみた。

『僕も最初是对応悪いな、と思いました。ただよく考えたら、商談の場に試食を持っていても食べてもらえないのは当たり前。バイヤーさんは嫌になるほどいろんなものを食べてるわけだし、おなかがいっぱいのときに食べたとしたら、おいしいものだって、そんなにおいしく感じられないでしょう。だから僕は商談会なんかの場では、あえて試食をしない。バイヤーさんもおなかですくときはあるはずだから、都合を聞いてあとからサンプルを送るようにしています。家で食べてもらったって、いいと思うんですよね。』また、ここ数年で売り上げを数倍に増やしたメーカーの社長さんは、こんなことを言っていた。

『自分の商品をお店に売り込むときには、「この商品はこの棚で販売して欲しい」、「この商品の隣に並べたらきっと売れる」という話をするんです。どの商品の横に置かれるかで、自分の商品の見え方も変わってくるし、お店の人は商品だけじゃなくて、提案が欲しい。お店の人と一緒に売り場を作っていくという気持ちで商談にのそんでいます。』

「いいもの」を作るだけでなく、それをどう手渡すかは言うまでもなく大事。さらにパッケージや商品説明などを通じて、買い手にどう手渡すか、だけでなく、お客さんとの「つなぎ手」であるお店の人にどう手渡すかも大事。

つくり手から売り手、売り手から買い手へ。いい「手渡し方」のバトンリレーが、買い物が楽しくなるお店を作るのだと思う。

法人協会ニュース

地域担い手経営基盤強化総合対策実験事業の第3次募集が行われています

この事業は、皆さんが農業用機械施設等の導入に際し、融資残の自己負担部分への補助や追加的な信用供与等の新たな支援を総合的に実施するものです。これまで、設備投資に対する国の補助事業では、共同利用施設でないとか、助成対象となる機械施設等のメニューが少ないなど、ニーズに必ずしも十分に対応できていない面もありましたが、この事業では、「個別経営であっても助成対象とする」など、メリットを拡大しています。

本事業の第3次追加募集が行われています。

第3次募集期間：12月5日（水）まで

(各地方農政局等により募集期間が異なる場合があります)

提出する資料

実施要望地区総括表(様式号)

地域構造改革プロジェクト整備計画書(案)

提出形式及び提出先

(1) 提出形式：原則メール

(2) 提出先：経営構造対策班普及推進係

提出資料の様式など、詳細は農林水産省HPもしくは協会HP(会員専用ページ)にて掲載中です。ご不明な点は当協会(03-5156-0365 稲垣・新井)までお問い合わせください。

GAP普及推進研究会が開催されました
28日、自主的研究会である「GAP普及推進研究会」が開催されました。研究会には会員が28名、ASC会員から5名、農林水産省でGAP推進担当をされている生産技術課の安岡澄人課長補佐、オブザーバーとしてG bba GAP審査機関であるSGSジャパン(株)の向井正弘事業部長にご参加頂くなど、高い関心を示すものとなりました。

第回目である今回の研究会では、まず会の代表として山野 豊氏(青森県・片山りんご(株))、副代表として函師賢児氏(宮城県・有 函師農園)、松本 武氏(熊本県・有 松本農園)が選出されました。その後、会の活動方針について議論がなされた他、農林水産省からの来年度GAP手法導入・推進にかかわる事業についての説明、当協会のGAP普及推進についての取り組みや、GAP認証を受けている会員5社からの事例報告も行われました。

今後、会員間での情報交換や連携強化を深め、GAP導入に際しての課題抽出と解決を図っていき、やがてはGAP認証を受けた研究会メンバーと食品事業者とのマッチングなどができればと思います。

GAP認証を取得されている方、または取得を予定している方は是非ご参加ください!

なお、当日の議事概要、資料等は当協会HPに近日中に掲載いたします。

アグリビジネス経営塾 第346号

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.hojn.or.jp/>)

TEL:03-5156-0365/ FAX:03-5156-0366

MAIL:jku@hojn.or.jp

©(社)日本農業法人協会 2007

本紙掲載記事の無断転載を禁じます。