



\*▼\*/ \*▼\*/ \*▼\*/ \*▼\*/ \*▼\*/ \*▼\*/ \*▼\*/ \*▼\*/

## 明日から使える!? 商売繁盛のヒント

サービスコンテンツプランナー 小島章裕

《 vol.14 》

### [ WEBレシピマーク付き ]

お土産品販売の秘策!

先日、おいしそうな「生うどん」のお土産をいただきました。こんなお土産の時は、家族がそろそろ時に調理します。麺類の調理担当は私。（妻は茹で加減が甘いから）パッケージに書かれた「作り方」を見ながら調理している時、ひらめいたアイデアがきょうのネタ。使い慣れたサイトなら、なおさら作りやすいです。

#### WEB レシピマーク付き //

うどんやラーメンなどの調理をするお土産のパッケージに、従来の「作り方」解説に加え、レシピサイトのマークを掲載します。そのマークには、コード番号を載せておき、そのコードを入れると一発で検索される仕組み。

〇〇サイトに詳しい作り方を掲載しております。

《コード番号 00000》

これにより、パッケージではスペースの問題で省略した「作り方」も詳細に記載できます。今のレシピは「少々」とか「適量」はNGですからね。こだわりの食材だからこそ、最適な調理方法で食べてほしいです！ また、他のユーザーが投稿した調理例も多数掲載されると、作るのが楽しくなりそうです。若年層にもアピールできそうです。友達にお土産を買っていく時も「このうどん、おいしいよ。あのレシピサイトに詳しい作り方が載っているから参考にして食

べて」と手渡せます。普段から利用しているレシピサイトで掲載されていたら、自分用のお土産にも買いたくなります。レシピサイトの中ではマイナーなサイトが積極的に「お土産」を製造しているメーカーに営業して、採用してもらい、知名度を高める戦略も一つです。お土産屋さんで手には取っても、「作り方が面倒だね…」で買わない人もいるので、このネックの解消が売上増のポイントの一つ。

\*-\*\*

★アイデアコンセプト★

## 使い慣れた WEB サイトが入り口

\*-\*\*



《**アイデアの解説**》 購入の動機は、価格だったり、おいしさだけではありません。お土産なら小分けしやすいお菓子だったり、同僚にウケるパッケージだったり。あるいは自分用だったり。今は「インスタ映え消費」という言葉もあります。ひと昔前なら、SNSで写真を公開するためにレストランに行ったり、旅行に行ったり、商品を買ったりなんて、考えられません。購入動機は多様化していますので、自分が考えた調理法を公開したいがために購入する動機は十分にあります。

※本コラムの内容は作者の意見です。各人の責任においてご利用ください。本件により生じる損害・トラブル等について、一切責任は負いません。

※本コラムの無断転載を禁じます。