



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

## 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. 7 》

### [ 瞬速3分飯セット ]

「消費行動」の視点から売り場を作る

『パックご飯』を製造しているメーカーを特集しているテレビ番組をみました。一人暮らし用に開発した『パックご飯』ですが、当初コンビニでは全く売れず、最初に火がついたのは大阪のスーパーだったそうです。大阪の主婦が「一人分の昼食にぴったり」と口コミで広がったそうです。商売ってどこで火がつくかわかりませんね。最近では、『パックご飯』の市場拡大とともに、値ごろ感が広がってきました。また、一食分（パックご飯1個）がコントロールしやすいので食事制限にも有効とか。そこで、こんなアイデアがひらめきました。手軽さ、手早さで考えたら、「パックご飯」以外にも気づかないだけですぐに食べられる食品は多くあります。

### 瞬速3分飯セット

たとえば、こんなコンセプトの「売り場」を設置します。

★瞬速3分飯セット★

\* 本日のおススメ \* 《セットの写真》

セットの写真には、◎ご飯 ◎みそ汁 ◎牛肉コロッケ ◎サラダが写っています。これらの商品は、帰宅後、3分以内で用意ができ、すぐに食べられる商品ばかりです。実は、これらの商品はどこのコンビニ・スーパーでも販売して

おり、知っていればすぐには買える商品ばかり。

◎ご飯…パックご飯 ◎みそ汁…お湯を入れるだけのみそ汁 ◎牛肉コロッケ…冷凍食品 ◎サラダ…惣菜（冷蔵） しかし、売り場がそれぞれ違い、こういう買い方をするお客さんはなかなかいません。特に冷凍食品や冷蔵食品は、それぞれ冷凍ショーケース、冷蔵ショーケースで販売されていて、目的買いのお客さんしか目もくれません。実際、惣菜をレンジで温める程度の時間でできる冷凍食品（お弁当用）もたくさんあり、おかずを一品追加するにはちょうどいい商品です。この売り場には、写真のほか、各料理で使った「商品パッケージ」とその商品が置いてある「売り場」を紹介します。※本来なら商品を集めておき、すぐにセット購入できると便利なのですが、冷蔵・冷凍食品なので売り場紹介のみです。

さらに写真には、総カロリー数と1食あたりの金額もあわせて表示します。※冷蔵・冷凍食品は（1パック6個入り）など、小分けできる商品も多いため、金額は個数で割った金額です。いわゆる「提案販売」ですが、各売り場への誘導にもなります。コンビニへ毎日のように行っている人でも、冷凍ショーケースをのぞいてみたことがない人が多いのでは？ ちょっとのぞいてみると、なかなかの品揃えで、手早く美味しくいただける食品もたくさんありますよ。

\*-\*\*

★アイデアコンセプト★  
**販売力は提案力**

\*-\*\*



《**アイデアの解説**》 考えることって、かなり“労力”を使います。それが毎日なら正直うんざりします。だからかわりに考えてあげるのです。「いつも違う」だけで、買わなくても楽しみが増えます。つい見たくなります。多くの人が毎日同じ生活パターンだから、アクセントが欲しくなるのです。「調理する手間を減らす」だけでなく、日常のアクセントを提供する。これはコンビニ・スーパーにしかできないサービスポイント。

※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。