

【プロデューサー藤田徳子の体験談】

ある日の夕方、仕事帰りに立ち寄ったスーパーの食料品売り場での出来事。

(※写真は、すべてイメージです)

ノープランで訪れた肉売り場で
試食販売のデモンストレーションが
行われていた。



※写真はイメージです

疲れた仕事帰りに、マネキンさんの笑顔にほっこり癒される。

※写真はイメージです



急に寒くなった時の、「芋煮」



これは「旨い！今日、作ろう！」

※写真はイメージです

美味しい試食と共に



+



レシピももらった。

※写真はイメージです



早速、肉売り場で**特売**の肉を買う！



※写真はイメージです

肉を手にして、隣の野菜売り場に行って里芋、ゴボウ、長ネギなどレシピに書かれている野菜を買おうとした！



※写真はイメージです

ところが！「里芋」が、売り場がない！



ゴボウはあったが、「今からササガキにするのは嫌だな・・・」、ゴボウのササガキは、ない！！

※写真はイメージです

結局、スーパーをハシゴして、里芋、ゴボウのササガキ（水煮）など材料を購入。



その晩の夕食は、何気なく、仕事帰りに立ち寄ったスーパーで試食した、「芋煮」が登場した。

※写真はイメージです

プロデュースってなんでしょう！？

1. プロデュースができていたといえるのは、どの点でしょうか？

- 急に寒くなった時期の試食販売のメニューで「芋煮」を提案。
→季節に応じたメニューがコーディネートできている。
- 「芋煮」は、東北地方の地域イベント・風物詩。
→だれもが知っている「肉じゃが」ではなく、敢えて、東北地方以外では、あまり知られていない「芋煮」を試食販売のメニューにしている。
- 煮込み料理の中でも、比較的短時間で作れる「芋煮」
→仕事帰りの買い物客の多い夕方、時間をかけずに作れる献立が用意されている。
- レシピが用意されていた。
→材料を用意すれば、早速作れる。
- 試食販売のデモンストレーションコーナーの横に、芋煮に使える特売の肉がある。
→肉を手にするきっかけ、購買する後押しになる。

2. プロデュースがもう一歩足りなかったのは、どの点でしょうか？

- 肉売り場の横の野菜売り場に、「里芋」がない。
→試食販売のデモンストレーションの献立（「芋煮」）に欠かせない材料が用意されていない。
（隣のセクションの野菜売り場に情報伝達できていなかったのか？）

3. 「トータルプロデュース」するって、どういうことでしょうか？

BETTER その1

肉売り場の隣に試食販売のレシピにそった
イベント用コーナーを作る



※写真はイメージです

BETTER その1

レシピにそった材料を用意しておく。

→試食販売のデモンストレーションの横に、

イベント化(にぎわいを創る)して販売コーナーを作る。

《効果》お客様は売り場を巡らずに手っ取り早く必要な品が入手で

き、販売側はイベントのにぎわいが演出できる。(手っ取り早さから、

献立を即決するでしょう!?)

BETTER その2

試食レシピに記載の野菜をセット販売する



※写真はイメージです

BETTER その2

レシピに合わせた適量の材料をセット販売する。

→ 「BETTER その1」 をさらに発展！

適量(1人前、2人前、3人前・・・)を**レシピに必要な食材をセット売り**にしておく。

《効果》お客様は一品ずつ量を考えながら選ばなくてもよい、販売側は「ついで買い」の購買につながる。(「家の冷蔵庫にストックがあるかもしれない？」と思いつつ、面倒なので「ついでに・・・」とつい手が伸びますね。)

BETTER その3

カット野菜や皮むき野菜をセット販売する



※写真はイメージです

BETTER その3

料理に合わせてカットされた野菜をセットしておく。

→ 「BETTER その2」 をさらに発展！

セット販売するレシピに沿った野菜を、**料理に合わせたカット野菜**にする。

《効果》お客様は、調理の手間が省ける、販売側は、カット野菜で付加価値販売につながる。(夕方の帰宅途中の買い物であればな

おさら、少しお高くつくなと思っても、手間ヒマの省略を優先しませんかね?)