



## 松前屋女子・東京出張報告

急に寒くなってきた10月、松前屋企画室の女子2名で、展示会出展のために東京へ出張してきました。健康法師は残念ながら今回はお留守番…。これはチャンスっ！とばかり、展示会終了後、東京見物☆ではなく、社会勉強！をしてきました。(←ちょっとお上りさん気分…。)



ジャストなタイミングで新宿伊勢丹百貨店の食品売り場『キッチンステージ』にて、「昆布の水塩」と「ウミナチュレ」が取り上げられており、2週間に渡って販促バシバシ状況が続きます。百貨店のグロッサリー売り場の一面にかっこいいレストランを設置して、一流シェフの料理を、観る・食べる・自宅で再現する、そのために料理に使用された商品を買う！というコンセプトの売り場。まあ大掛かりでビックリというか、ここまでしないとその商品は売れないのか？！という疑問も…。今回水塩・ナチュレが使われるのは、ミシェランで★★の日本料理の名店「銀座 とよだ」の岡本料理長のメニュー。キッチンを覗かせてもらうと、水塩のボトルがなんだか我が家のボトルよりも高級に見えます。シェフのオーラに感謝！



そして、もう一件は…。

良品工房さんの直営のセレクトショップで、駅ナカ商業施設『オカッテ』(高級住宅地の二子玉川駅)。日本各地の美味しいものを集めて紹介するだけでなく、どうしたら手に取ってもらえるか、買っていただけるかという「見た目」や「使いやすさ」を消費者目線で考えて、作り手・売り手・買い手の距離を近づける活動とのこと。5席程度のキッチンスペースがあり、全国から生産者を招いて週替わりでランチを飲食させるなど、使い方のコツや商品のこだわり・開発秘話まで聞きながら食事をしてしまうという、小さいながらもよばりなお店でした。松前屋もこのお店にアドバイスをもらって、新商品のプロジェクトを進行中！(お楽しみに)



本格派な新宿伊勢丹と家庭的なおカッテ。どちらも情報発信や表現のツールとして飲食まで提供しているという点が印象的です。生産者・販売者そして買い手まで巻き込んで互いに情報交換をしまおうというお店です。誰が調理するのかやスケールは別としても、その場で食べて経験させてしまうという説得力。物販もここまでやるかっ！というTOKYOの知恵者たちが運営する最先端の小売りへの執念のようなものを見る思い。あっぱれっ！