

手作りPOPに工夫を

販売を促進するのにPOPがある。熱心なところはこまめに出している。手書きで味わいを出すという手法だ。

ボール紙で商品名、値段、ポイントを書いたもの、「味わい豊かで甘味と酸味のアクセントがきいています」など一言を入れたもの、生産者の産地や名前、1個売り、2個売りの値段を入れたものなど。午後になり売れ残るとすかさず値段を下げる。ちょっとしたことが、売り手が実際に味わい、キャッチを打ち出す。こまやかな対応が人の目を引き、売り上げにつながる。あるいは料理に「今が旬」と簡単な説明を書くなど、訴求を促すためにもPOPは欠かせない。

印刷して簡潔なキャッチ、値段、内容などのPOPをつけるのは、今では珍しくない。その時に売りたいもの、メインにしたいものは、さらに凝った掲示がされていたりする。例えば、まんじゅうに顔写真入りで手作りの様子などを入れることで、そこだけしかないという商

キャッチコピーが売り上げに直結

品を打ち出すものだ。こういう宣伝は、スーパーのようなところではなかなかまねのできない手法といえるだろう。

POPの横に、小さなレシピや調理の仕方を掲示し、かつそれらを小さな印刷物にして、持ち帰ることができるようにしているところもある。農産物の中には、どうやって食べるのと気になるものも少なくない。

何種類かのジャガイモ、色と品種のこととなるニンジンなど、バラエティーに富ませる売り方しているところもある。ジャガイモではマッシュ、揚げ物、煮物などに向くなど、品種ごとの違いと特性を出しているところもある。使い手にとっては、うれしいPOPの例だろう。

生産現場の生育の様子などを掲示して、その産物の背景を見せているところもある。消費を促すものに、栄養価を掲示しているところもある。野菜と肉のバランスのよい食べ方と「貧血予防」「血液サラサラ」「免疫力アップ」などを絵で見せる手法だ。これによって関連商品の購入につなげ、客単価を上げる狙いがある。

◇次回は2月15日付



2019年(平成31年) 1月18日 金曜日 月4回金曜日発行

農地を活かし 担い手を応援する 農業委員会ネットワーク機構

発行所 全国農業会議所

〒102-0084 東京都千代田区二番町9の8 中央労働基準協会ビル ☎03-6910-1130 ©全国農業会議所2019 ホームページ <https://www.nca.or.jp/shinbun>

お申し込みは、お近くの農業委員会へどうぞ