

2022年5月17日

インパクトホールディングス株式会社（東証グロス・証券コード:6067）

試食販売の新技术模索、試食を伴わない実演調理で来店者の嗅覚・視覚へ訴求
～実施した店舗では半数以上の店舗で、通常より販売数が150%アップ～

SDGs 販促を推進するインパクトホールディングス株式会社（東証グロス・証券コード:6067）の完全子会社で、セールスプロモーション人材サービス事業を展開している cabic 株式会社（本社:京都府京都市中京区、代表取締役社長:岡野 泰也、以下「当社」）は、デモンストレーション効果アップを目的に視覚や嗅覚へ訴求する新感覚の試食を伴わない実演販売を開始いたしました。

◆ コロナ禍で自粛が続く試食販売、新技术模索

コロナ禍で、スーパーや百貨店の食品売場で試食販売や催事中止が相次ぎました。2022年3月下旬、まん延防止等重点措置は解除されましたが「自分が手に取る前にどんな管理がされていたのかが分からない」「感染対策や衛生面が気になる」などの理由から、試食販売に対する抵抗を感じる消費者が多く、スーパーや百貨店などは試食販売に未だハードルを感じています。

一方で、食品メーカーはコロナ禍で試食販売が実施できなかったことで「消費者の生の声がわからない」「売場の状況が見えにくい」という声が上がっています。また、まん延防止等重点措置が解除されたので「感染対策を講じたうえで試食販売を再開したい」「昨今の原材料や原油価格の高騰により、商品の値上げを行ったためこのタイミングで改めて商品の魅力や良さを訴求したい」などの相談をいただくケースが増えています。このような理由から、「アフターコロナ」に向け新たな試食販売の手法が求められています。

◆ 視覚・嗅覚へ訴求、売場で販売員が「シズル感」を演出

従来の試食販売は、販売員がその場で調理して消費者に試食していただくのが定番スタイルでした。コロナ禍では、試食販売の代替販促として小型のデジタルサイネージを売場に設置し、販促するケースが増えました。しかし、デジタルサイネージでは、販売員がその場で調理をしていないため「シズル感がない」など、対面での試食販売と比べると消費者への訴求効果が低減してしまいます。

このような背景から、流通小売、食品メーカー、消費者の三方よしを軸に、新たに試食を伴わない実演販売を開始することに至りました。



<ポイント>

- 経験豊富なスタッフを配置、実演調理で調理手順から完成までをわかりやすく説明
- 食欲をそそる匂いで消費者の足を止め、実演調理とディスプレイで嗅覚・視覚へ訴求
- 消費者へわかりやすい「見て」「楽しむ」を演出
- 試食を伴わないので消費者の抵抗感も低減

すでに東海エリアの食品スーパー20店舗で、試食を伴わない実演販売を実施した調味料メーカーでは、半数以上の店舗で通常時より販売数が150%アップしました。売場担当やメーカー営業担当の声として「焼肉屋や中華料理屋の前を通った時についつい振り返ってしまうあの食欲をそそる匂いが良かった」「試食をしなくても味のイメージがお客様に伝わり大変好評だった」という声をいただいております。

◆ 今後の展望

今回の試食を伴わない実演調理のように、今後も新たな販促手法を生み出し、流通小売業界に新しい風を吹き込み、売場の活性化に取り組んでまいります。

【サービスに関するお問合せ】

cabic 株式会社（インパクトホールディングス株式会社 完全子会社）

TEL:06-6467-4711 / E-mail:info@cabic.net