



LINE

「産学連携プロジェクト」は、県内の食の事業者が抱える課題を学生と事業者が一緒になって解決に取り組むプロジェクトです。8月に始まったこのプロジェクトは、神奈川大学経営学部中見ゼミの学生たちが事業者から課題を聞き出すことから始まり、新商品の開発や新しいビジネスモデルの採用など、学生らしい視点からさまざまな解決方法が提案されました。3カ月にわたる取り組みを紹介します。

野菜の新しい販売方法を提案する

サブスクリプションで新鮮野菜を販売

ブランドの価値を伝えるために

つま正は、大きなホテルから小さなレストランまで、業務の用途に合わせた業務野菜と最新の野菜情報を届けています。新鮮な野菜や効能や味の違いのある価値ある野菜を揃えた「いいものいっぱいマルシェ」を開催しているほか、自動車ディーラーでの野菜販売や、車から降りないで購入できるドライブスルー八百屋も運営しています。

つま正チームでは、「マルシェ」「ディーラー」「ドライブスルー」「高級野菜」の4つをキーワードにして、さまざまな販促プロモーションを検討しました。

販売チャネルの認知度向上には、つま正公式LINEの導入や販売所でのリーフレット配布、リピーター獲得のためにはサブスクリプション販売が検討されました。

また、高級野菜のマーケティングとして、通販サイトの活用や生デトックス野菜ドリンクなどを検討しました。





サブスクリプションでリピーターを掴む

ウェブサイトなどに加え、顧客により直接的に情報を発信できる公式LINEを開設しました。また、公式LINEを通じてイベント情報やレシピ情報を発信することで、認知度向上・利用客増加を狙いました。さらに、「匠が選んだ珍野菜セット」のサブスクリプション販売も提案しています。

つま正 代表取締役 社長の小山正和さんは、「野菜の価値を向上させるためにはどうすればよいのか、コロナ下での効果的なプロモーション方法はなにか、などを悩んでいた中で、新しい販売チャネルを作るための提案をしていただきました。学生さんたちとの共同作業は社内の意識改革にもつながったと感じています」と学生たちの提案を高く評価しています。

また、「プロジェクトの開始当初はまったくといっていいほど野菜の知識がなかった皆さんが野菜のマーケティングからレシピの提案などまで、ここまでの内容に仕上げてくれたことに驚いています」と学生たちの成長にも驚きを見せました。



消費者目線で、野菜の価値を提案

つま正チームは、「マルシェの活性化とWEBへの取り組み」「ディーラーとのコラボを周知するには」「ドライブスルーの活性化」「生デトックスドリンク野菜セットのプロモーション」の4つの班に分かれて、それぞれの視点から活動内容を検討していきましました。

野菜の知識がほぼゼロの状態から始まった「生デトックスドリンク」のレシピづくりでは、高級野菜のカット販売や、それを使って何杯のドリンクが作れるのか、作り置きをするための方法など、いろいろな検討が行われました。「つま正さんにはご迷惑をおかけしました」と振り返る学生たちですが、さまざまな角度から消費者目線での提案ができたようです。

小山さんは、「結果が出るのはこれからですが、これがスタートと考えて取り組んでいこうと思っています」と消費者目線の販促の取り組みに期待を見せます。「ホテルクオリティーの野菜」など、知られていなかった同社の価値も発見することができた取り組みでした。



