

なりきりマーケット

第4回:「プレミアム」に魅せられて



いつかは食べたいミート矢澤の最上級弁当

東京駅に隣接する大丸デパートの地下に、「日本一広いお弁当売り場」があります。全長60メートルにも及ぶメイン通路「お弁当ストリート」には、数多くのお弁当屋が軒を連ね、連日大勢のお客で賑わっています。オープン当初には多くのメディアに取り上げられました。その際に、よく取り上げられたのが「ミート矢澤」というお店です。何故このお店が注目されたのか？それは「日本一広いお弁当売り場で一番高いお弁当」を販売しているからです。果たしていくらの弁当なのか気になりますよね。正解は、なんと9,600円！ハンバーグやステーキが売りのこのお店。最上級弁当「極味（きわみ）弁当」がその値段です。

先日出張で東京に行った際に、噂のミート矢澤に立ち寄りました。仕事を頑張ったご褒美に9,600円の弁当に手が伸びかけました。しかし、財布と相談した結果、結局一番安い1,500円のハンバーグ弁当を購入しました。

ミート矢澤の店頭には常に行列ができています。私



今井進太郎 Imai, Shintaro
グローバルマーケティング(株)代表取締役。1979年長岡市生まれ。県内企業の販売・営業活動の支援を行っている。「新潟マーケティング大学」を主宰。にいがた子育て応援団「トキっ子くらぶ」を展開中。

は、みんなが何を注文しているか気になりチェックしてみました。さすがに誰も9,600円の弁当に手を伸ばしません。でも、2,000円や3,000円の弁当は飛ぶように売れていきます。デパ地下のお弁当売り場の相場は、1,000円前後。それに比べればいい値段の弁当が次々に売れていくのです。

スーパーやコンビニなどお店を見渡せば、高級感のある特別な商品、つまりプレミアム商品が多くなっています。プレミアムビールは定番になりましたし、素材にこだわったプレミアムな食パンも人気を博しています。プレミアム商品を提供することの消費者への効果は絶大です。プレミアム商品が売れば、客単価が上がります。もし、それが売れなくても、高価格帯の商品が売れやすくなります。実際、ミート矢澤の弁当の最低価格は私が買った1,500円ですが、9,600円が頭にある私はそれを高いと感じませんでした。松竹梅で、「竹」（中級品）と「梅」（下級品）の商材だけ用意すると、「梅」が一番売れます。最上級の商材「松」を用意すると、「竹」が一番売れます。それが消費者の心理ではないでしょうか。更に、最高級品となればマスコミが放つてはおきません。Facebook等のソーシャルメディアでも絶好のネタとなり、拡散されるでしょう。

ちなみに、1,500円のハンバーグ弁当はというと、とってもしューシーで大満足。消費者にとっては「お値段以上」が一番ですね。