

竹内謙礼の

顧客をキヤッチ

千葉県にある自家焙煎（ばいせん）コーヒーの専門店「イデカフェ鎌ヶ谷本店」の朝市が大人気だ。毎月第一日曜日の朝8時から焙煎したてのコーヒー豆を販売。周囲に梨畑しかない不便な立地にも関わらず、店頭には行列ができ、両手いっぱいコーヒー豆を抱えたお客がひっきりなしに出入りしている。

「1.5kgの大袋にコーヒー豆を入れて販売していますが、毎回、完売です」

そう話すのは朝市の仕掛け人の井手寛喜取締役。しかし、社内で提案したときは、いまひとつの反応だったという。

「町はずれのコーヒー豆の専門店に、朝から人がくるはずがないとみんなに言われました。でも、私自身が朝の焙煎したてのコーヒーの味が好きだったので、そのおいしさを少しでも多くの人に知ってもらいたいと思って、スタッフにお願いして朝市を手伝ってもらったこと



月1回の朝市の日には焙煎したてのコーヒーを求めて行列ができる

にしました」（井手取締役）

ローカル紙に小さな広告を出すだけの、こぢんまりした朝市をやる予定だった。しかし、蓋を開けてみると予想以上の人がコーヒー豆を買いに来てくれた。その後、口コミによってさらに来店客が増え、併設しているカフェのモーニングも大盛況となった。月に1回の朝市で買えるプレミアムなコーヒーが、お店全体の付加価値を引き上げている。

魚や野菜の産直品のイメージが強い朝市だが、コーヒーをはじめとした食料加工品の直売企画にも活用することができると、朝の特別感の雰囲気や財布のひもを緩めてくれて、「朝早く起きて良かった」という気持ちがある。さらに満足度を引き上げてくれる。朝市の活用はお客も売り手側も両方に幸せを感じさせてくれる販売方法なのである。

（マーケティングコンサルタント）

コーヒーの朝市