

これからの農業経営を考えるマーケティング情報誌「アグリカルチュラル・マーケティングニュース」

AGRI

cultural Marketing News 2017 AUTUMN



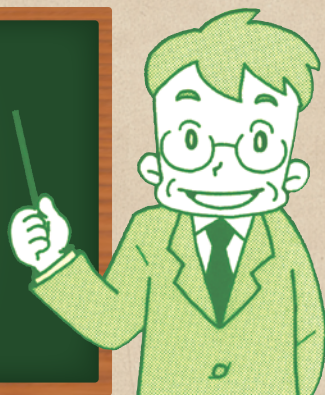
農業にマーケティングを活用しよう!

お客様が選ぶ理由をつくる
ブランディングとは
いったい何だろう?

主婦100人に聞きました!
農産物をブランドで
選ぶことはある?

チャレンジする農業をレポート!
生産者が
販売の現場を調査

農業にマーケティングを活用しよう！



よく聞くけど、

ブランドとは

そもそも何だろう？

ブランドは皆さんも興味のある話だと思います。

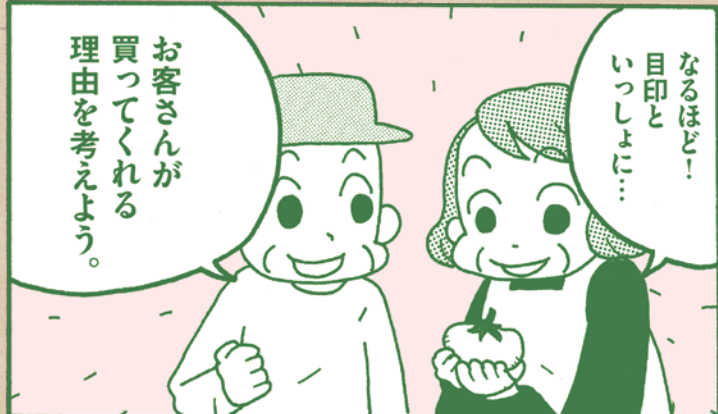
「あの憧れのブランド品を購入したい」「うちの製品ももっとブランド力を上げたら良いのに」など、日常でブランドの話をされているのではないですか。

でも実は皆さんが考える「ブランド」と、マーケティングで言うそれとは少し違うかもしれません。

製品を高く売るためのもの？だからロゴマークを付けて「ゴージャスに見せよう？いいえそうではありません。」

ブランドとはコンセプト。このコンセプトが顧客の購入理由になるので簡単に言うと、「ブランドとはお客様が買ってくれる理由」になります。漫画でわかりやすくお伝えします。

ブランドを作るってどういうこと？

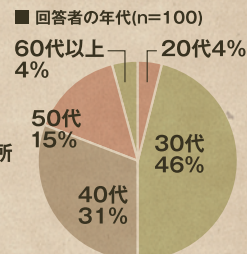


消費者が
気になるポイントを
知ろう!

主婦100人に聞きました!

野菜を選ぶとき、 ブランドで選ぶことはある?

■ アンケート対象
静岡県内在住
主婦100名
■ 実施日
2017年10月
■ 実施機関
(株)販売促進研究所



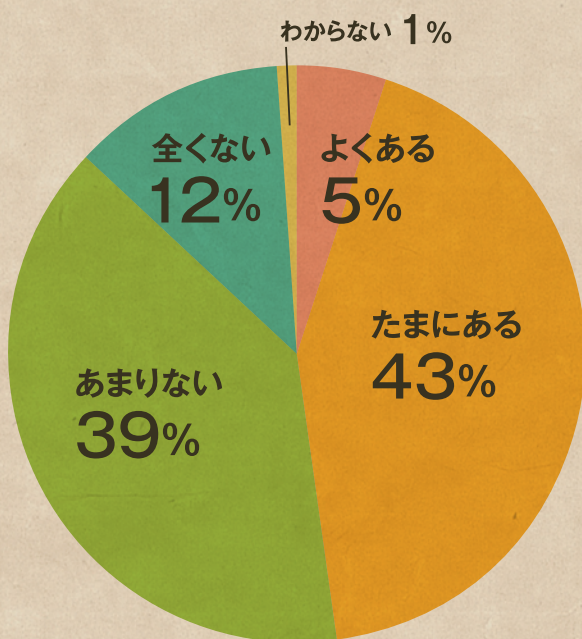
静岡県に住む主婦の皆さんは、ブランドで農産物を選んでいるでしょうか?

アンケート結果によると、**ブランドを意識して買うことは、たまにあるという人、あまりないという人が多く、ブランドへの意識が高い人はまだ少ない**ようです。

また、農産物の中では、果物系の方がブランドで選ばれることが多くなっています。

DATA.1

ブランドを意識して
農産物を選ぶことはありますか?



DATA.2

ブランドで選ぶことのある農産物は何ですか?



① ブランディングするには、今がチャンス!

DATA1のようにブランドで選ぶ人が少ないということは、強いブランドがまだ少ないということ。DATA2を見ると、ブランドで選ばれている農産物の上位は「果物系」が多く、野菜ではトマト以外はあまり多く挙がっていないため、特に野菜系はチャンスです。

② お客様が選ぶ理由は何か?を考えるのがポイント。

単にマークを作って貼るだけでは強いブランドにはなりません。

商品がたくさん並ぶ店頭では、お客様が選ぶきっかけになるような特長を伝えることが必要です。



チャレンジする農業をレポート！

新しいことに取り組んでいる事例をご紹介します。

消費の現場を知る

温室メロン生産者

アローマメロン

広島に調査に行ってきました



静岡の特産品であり、全国で高級果物として販売されている「温室メロン」。
県内でも地域ごと様々なブランドがあります
が、今回は、アローマメロンを作っている生産者さん達の取り組みをご紹介します。
静岡県温室農業協同組合では、県の西部農林事務所に相談し、今後のブランド強化と販売拡大のために調査を行う事になりました。生産者自らアローマメロンが多く消費されている広島を訪れ、市場・仲卸・販売店・一般のお客様にインタビュー調査を行うというものです。この取り組みについて浜松支所の根本さんにお話を伺いました。

生産者が消費の現場を直接見ることで発見

◎実際に現場で調査してどうでしたか？

A 現場で声を聞いたり、売り場を見て回るのは初めてでしたが、気づくことがたくさんありました。

広島の方々のメロンの使い道も、発見があったし、思った以上に静岡のメロンに対する評価が高く、私たちのメロンを高級品として扱っていただいていた。目利きの鋭い専門店に並ぶメロンをより多く作れるよう、頑張っていました。

また、アローマメロンというブランドがあまり浸透してないこともわかりました。他の産地のメロンと一緒に並ぶ売場では、もっと表現をわかりやすくし、担当の異動の多いスーパーなどの販売店さん用にも、もっと情報を提供する必要があります。わかりました。



消費者がわかりやすいブランドの伝え方を考えていく

◎調査の結果をどのように活用していますか？

A 販売店が売りやすく、消費者がわかりやすいツールづくりを始めたいです。静岡のメロンは高級メロンとして認識していただいていることがわかったので、高級感を出せる店頭POPやパンフレット、箱などを組合で整備



することにしました。これまではバラバラのイメージのものもあったのですが、統一したブランドイメージを作っていく予定です。

生産者仲間と皆で話し合っています



販売現場と協力して消費者によりよい商品

◎今後について教えてください。

A 今回の調査は、生産者が販売活動というところにもう一度目を向けることができるよききっかけになったと思います。

私たちは美味しいメロンを作るのが役割ですが、消費者に届けてくれるのは、卸さんや販売店さん。仲卸の方々も積極的に意見交換をしてきたので、今後もコミュニケーションをとりながら、販売しやすい提案をしていきたいと考えています。

ポイント

作る専門であった生産者が自ら、消費の様子を探っている。

消費の現場を知った上で必要なツールを準備している。

販売する人々と連携しながら、ブランドづくりを進めている。

JAバンク静岡からのお知らせ 《JAで取り扱っている農業資金のご紹介》

農業近代化資金

気象の影響や病虫害の発生等自然環境に影響されやすい農業経営を支援するため、農舎建設等の設備資金や果樹の植栽等運転資金を有利な条件でお借入ができる制度資金です。

特徴

- ① 低金利…県からの利子補給等により低金利。
- ② 最長15年のご融資期間…条件により最長15年のお借入が可能。
- ③ 認定農業者向けの特例措置…認定農業者であれば金利等の優遇あり。

JA アグリマイティー資金

農業経営における設備資金や運転資金に加え、太陽光発電設備や他行からの借換え等、農業に関するあらゆる資金に対応したJA独自のオールマイティな農業資金です。

特徴

- ① あらゆる資金に対応…農地購入や太陽光発電設備等、農業近代化資金ではカバーしきれないご利用目的でもお借入可能。
- ② 便利な使い勝手…最大3億円、最長20年のお借入が可能。
- ③ 農業近代化資金と併用可能…併用により、便利でお得な資金計画を設計。

★上記は「JAバンク静岡保証料助成(保証料全額助成)」「JAバンク利子補給(最大1%の利子補給)」の対象資金です！※ご利用目的により一部対象とならない場合もございます。

※詳しくはお近くのJAにお問い合わせ下さい。

発行：静岡県信連 農業部

〒422-8621 静岡市駿河区曲金3丁目8番1号 [電話] 054-284-9528 <http://www.jabank-shizuoka.gr.jp/shinren/>