

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 WINTER



どんな秘密が
あるのかな?

農業にマーケティングを活用しよう!

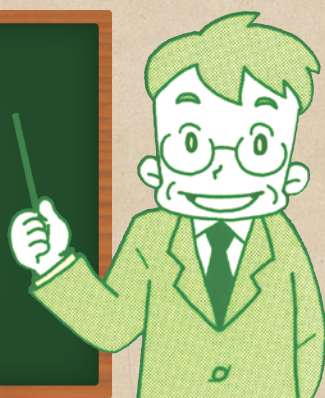
そもそもマーケティングとは?
なぜマーケティングが
必要なの?



チャレンジする農業者さん
お客様視点の
毎販売とは

主婦100人に聞きました、
ふだん野菜を選ぶときの
ポイントとは?

農業にマーケティングを活用しよう！



そもそも マーケティング とは……？

「最近、モノが売れない」「消費者の好みが多様化している」という話をよく耳にしませんか？このように以前と同じやり方ではうまくいかないケースが農業に限らずどの分野でも増えています。

そんな時代に必要となってくるのがマーケティングです。

マーケティングで大切なのは「お客様視点」。

買ってくれるのは誰か？その人が買いたくなる商品は何か？そこからモノづくりを始めることが重要になります。

マーケティングが注目される理由をマンガで、事例を取材記事でご紹介していきます。

なぜ、マーケティングが必要なの？ その①

ねえ、最近マーケティングってのをよく聞くけど……

私達にも必要なの？

え？

うーん、農家だし……

その答えは……

わっ！！

教授！！

ズバリ必要です

なぜですか？

一つには「人口減少」という大きな流れがあります。

日本の人口は1900年から100年間で3倍に増えましたが、2000年から次の100年でまた1/3に減少すると推定されています。

1900年 2000年 2100年

人が減れば大量生産大量消費の時代は終わる……

たくさん食べ物

少ない人口

人が多くなれば大量生産大量消費となるけれど……

たくさん食べ物

たくさん人口

ヒントは近々にありますよ！

人口が減る。つまり、お客さんの数は減るのに、商品は増える一方ですよ。

なるほど……

どうしたら良いのですか？

お客様が求めているのは何かという視点で作られた物です。

それが、マーケティングの考え方の基本です。

例えば、毎年100種類以上の新商品が生まれているといわれる缶コーヒー市場。

そんな中で生き残っているのは、自社が作りたい物ではなく……

がんばっていきましょ！

さて！！

それじゃ今日も

だからマーケティングは必要なのね！

なるほど！！

「お客様視点」は
消費者を
知ることから!

主婦100人に聞きました!

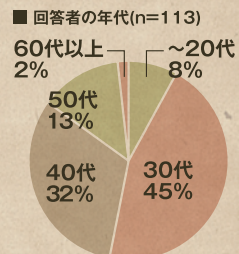
野菜を選ぶとき、 産地は気にする?気にしない?

静岡県に住む主婦の多くの方が野菜を選ぶときに産地を気にしており、地元産や国産を選んでいるようです。

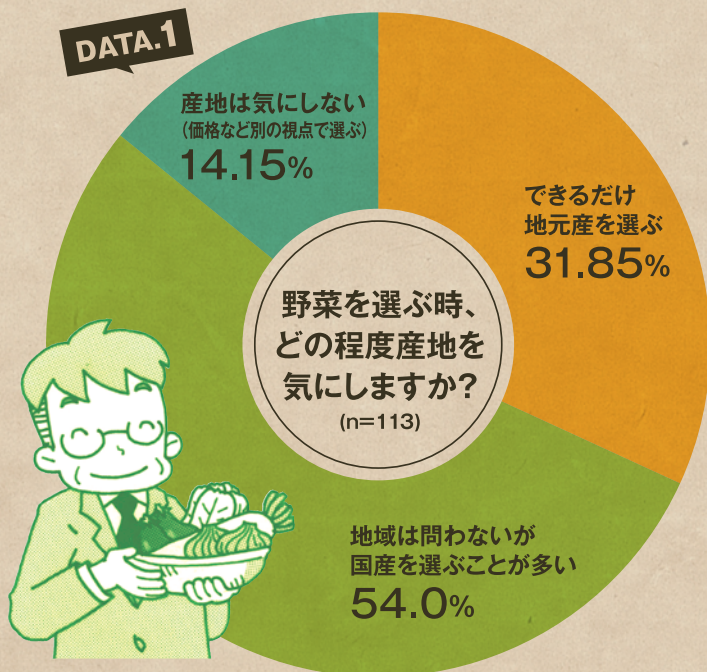
つまり、「国産」は大きな強みになります。

価格については、5~10%くらいまでなら国産の方が高くてもそちらを選ぶ人が多いようです。また、2倍以上の値段を出しても国産を選ぶ人も17.7%と、価格に関係なく国産を選ぶ人も比較的多くいることがわかりました。

■ アンケート対象
静岡県内在住主婦113名
■ 実施日
2016年11月
■ 実施機関
(株)販売促進研究所



DATA.1



DATA.2

「外国産」の農産物と比較して、どのくらいの
価格の差であれば「国産」を購入しますか?



JAバンク静岡のマーケティング支援

最近よく耳にする「マーケティング」。聞いたことはあるけれど一体何をしたらいいの?という疑問に対し、JAバンク静岡では解決に向けて以下のようなサポートを実施します。

magazine マーケティング情報誌の発行

「AGRI cultural Marketing News」 年4回予定
マーケティングの基礎的な話をわかりやすくお伝えします。

seminar マーケティングセミナーの開催

お客様視点の考え方を、事例を交えながら
各地でお話させていただきます。

※その他のイベントのご案内等も今後の誌面でお知らせします。

website 農業経営支援サイト「アグリウェブ」

農業経営の様々なお悩みについて「税務」「労務」「マーケティング」等における基礎知識や事例紹介から、解決のヒントをご提供します。

<https://www.agriweb.jp>



詳しい内容についてはお近くのJAまで!

取材 チャレンジする「農業者」さん！

新しいことに取り組んでいる農業者さんをご紹介します。

今回は**苺**の

「なかじま園」さん

です。

有限会社なかじま園
専務取締役 中島正子さん

すく
やつちやう
性格
なんです！



とにかく「すくやる」のが強み。

勉強したら
即実践してきました。

◎ブランド作りに優れている会社として大変有名ですがどこかでマーケティングを学ばれたのでしょうか？

A はい、そもそもマーケティングは県のアグリビジネススクールで学びました。自社の強み、弱み、商品に対する思いなどを学びながら自分の頭の中が整理されました。

その日に教わった事は会社へ帰り、すぐに実践しました。まずは行動に移す「すくやる」タイプなのです。講師の先生に学んだ通り、自分の思いが伝わり、なかじま園が苺農家であることを認知していただけるよう、ロゴ作りから始めました。



夫は作る、私は売る。
だからうまくいったんだと思います。

◎会社での分担はあるのでしょうか？

A 夫が社長で、苺の品質管理から生産まで担当します。私が専務で、苺の販売、カフェの運営を担当しています。

作る側と売る側を分けているので自分が何をすべきか明確になります。二人の話し合いで全て決めているのでジャッジがいつも早いのもかもしれません。

カフェと苺の販売は別で考えていますが、だんだんと相乗効果が出てきました。

◎主な収益はカフェになりますか？

A カフェに来られる方と、苺を買われる方は違います。求めるものが違うということ。でも最近になって、カフェのお客様が苺を買っていただくようになってきました。

今は2つの業態を行ってはいませんがうちはあくまでも「苺農家」ですので、苺を直接お客様に販売することが主な仕事になります。

美味しい苺を良い状態で食べてもらいたい。そのために必要なことをやってきました。

◎成長のポイントは何かと思いますか？

A 当初、苺は宅配での贈り物には向かないと考えられていましたが傷みにくい容器の開発でそれが可能になりました。販売当初はもちろんお客様はゼロです。

それを、広告を使わず、クチコミで広げていきました。まずは身内や近所の方、そこからありがたいことに広がってきました。

販売当初、あることに気づきました。お届けするお宅が不在だと、宅配会社は何日も置かれてしまう。そうすると、新鮮で美味しい状態の苺を食べていただけない。そこで宅配前に送り先さまに必ずお電話するルールを作り、新鮮で美味しい苺を食べていただく仕組みを作りました。

最近では電話の私の声で「ああ、苺屋さんだね。」とわかっていただくほどになっています(笑)。

カフェも
楽しい
挑戦でした



なかじま園 農園カフェ(直売所)
静岡市葵区羽鳥本町11-21
<http://www.ichigo15.jp/>

消費者感覚は重要。
自分が受けてうれしいサービスを自社でもやる。

◎顧客の状況は把握されているのでしょうか？

A お客様の半分ぐらいはリピートのお客様です。私が一人で管理しています。毎年よく購入していただくお客様には4月以降にできた大玉の苺をサプライズでプレゼントしています。私自身、色々な通販を試して、そこでうれしかったサービスを真似するなどして自社に取り入れています。

「自分がお客様だったら」という視点でサービスを考えるのは重要なポイントだと思っています。

＼ 成功のポイント /

送り先に必ず電話をし、
良い状態の苺を食べてもらう仕組みを作った。

広告に頼らず、
クチコミで顧客拡大をした。

上得意の顧客には特別なプレゼントをして
リピート率を上げている。

【創刊に寄せて】

新聞や雑誌で「マーケティング」というキーワードを良く見かけるようになりました。変化の激しい時代に効果的な経営手法として紹介されています。

しかし、「マーケティング」を農業経営にどのように活かせばよいのでしょうか。当誌「AGRI cultural Marketing News」の「AGRI cultural」には農業の「発達」や「促進」の意味が込められております。誌面では県内消費者へのアンケートや農業経営の実例紹介等を通じ、農業者所得の向上に繋がる「マーケティングのいろは」をできるだけわかり易く解説していきます。少しでもご参考に、明日からの農業経営にお役立て下さい。

発行：静岡県信連 農業部

〒420-8621 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/>