

AGRI

CULTURAL Marketing News 2019 WINTER



今注目されているお店だね。

農業にマーケティングを活用しよう！

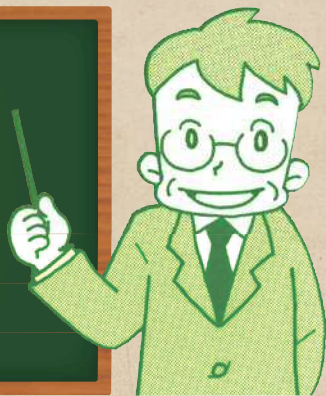
お客様にずっと買い続けてもらうために、何ができるか考えよう。

主婦100人に聞きました、リピートしているお気に入りの農産物は？

新しい八百屋のカタチ
食を豊かにする
チャレンジする農業をレポート！

農業にマーケティングを活用しよう！！

お客様に買い続けてもらうには？



リピート客の重要性とは

せっかく作った商品もひとくさ
ん売れるようにしたい。そんな時、
新しい販路、新しいお客様へ届ける
ことを最優先に考えていませんか？
新規客を開拓することは大事です
が、既に買ってくださっているお客
様にリピート購入してもらうこと
も忘れずに考えてみましょう。
既に買ってくださっているお客様
は、商品のことをもっと知っていて、
体験しています。つまりゼロから
知ってもらう必要がないのです。
新規客を獲得するコストは、既存客
の5倍かかるとも言われています。
リピート客は、商品の「ファン」
です。ファンになったお客様は、繼
続して買ってくれる、値下げしなく
ても買ってくれる、クチコミで広げ
てくれる等、良いことがいっぱい。
ぜひファン作りに力を入れていき
ましょう。



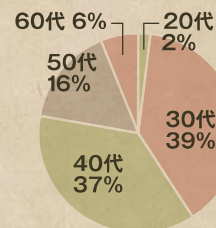
消費者が
気になるポイントを
知ろう!

主婦100人に聞きました!

野菜や果物でリピート購入している お気に入りがありますか?

■ アンケート対象
静岡県内在住
主婦100名
■ 実施日
2018年12月
■ 実施機関
(株)販売促進研究所

■ 回答者の年代(n=100)



静岡県の主婦の皆さんは、野菜や果物で特定のブランドをリピート購入しているのでしょうか?

リピート購入しているブランドがあるという人は約3割。

その作り手から知りたい情報としては、

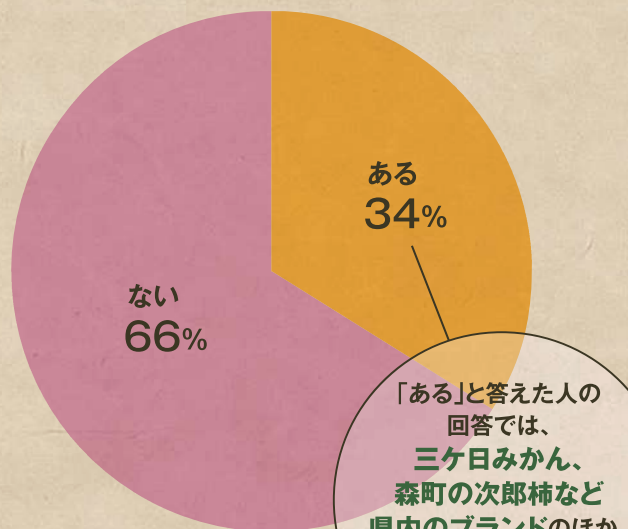
「旬の時期・収穫時期などのお知らせ」「栄養や健康の情報」が

多く挙がりました。

DATA.1

野菜や果物で、リピート購入している銘柄や
ブランドはありますか?

(生鮮品・加工品どちらでも)

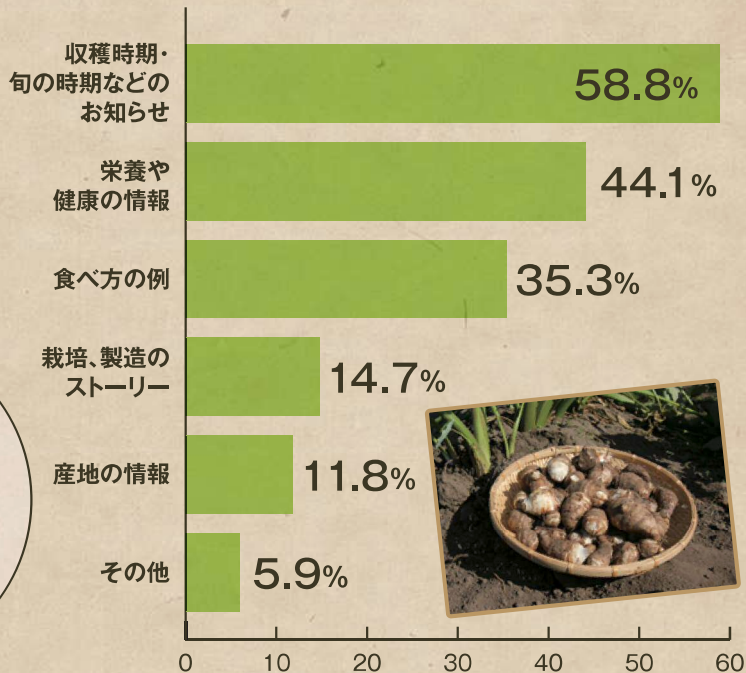


「ある」と答えた人の
回答では、
三ヶ日みかん、
森町の次郎柿など
県内のブランドのほか、
お米もお気に入りの
ブランドがある人が
多いようです。

DATA.2

そのブランドの生産者・製造者から
どんな情報が欲しいですか?

(DATA1であると答えた方34名に質問)



① リピート購入してくれるファンを増やそう!

3人に1人はリピート購入するブランドがあると答えています。一度買って気に入った時に次も買ってもらえるように、ブランドやコンセプトをわかりやすく伝えましょう。

② 旬の時期のお知らせなど、定期的な情報発信を。

DATA2を見ると、旬の時期や収穫時期の情報を欲しい人が多いことがわかります。旬の情報は購入のきっかけになりやすいので、ダイレクトメールやSNSなどを上手に使うのがお薦めです。



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。

地方の農業と都市をつなぐ

これからの「食と農」とは

株式会社アグリゲート

農産物の生産から物流、販売までを一貫して行う株式会社アグリゲート。東京・神奈川に16の店舗を構える「旬八青果店」では、規格外品や珍しい農産物も含めた新鮮な青果が並びます。代表の左今克憲氏から、新しい形の八百屋として人気を集めている秘密を伺いました。



食業界における課題を解決したい

◎なぜ食業界で起業しようと思ったのですか?

A 旬八青果店のミッションとして「都市の不慣れた食生活」の解決を掲げています。もともと福岡から大学進学で東京に来て、都市にはおいしいものが届いていないことを感じていました。また、学生時代にバイクで地方を回った際には地域の農家さんの厳しい現状を聞いていましたし、農業の現場では出荷できずに多くの農産物を廃棄しているという課題もあります。消費者側と生産者側の両方の問題が頭の中にあり、食業界で起業しようと考えていました。

自社で一気通貫させ、産地と消費地をつなぐ

◎生産から流通、販売を一貫してやる理由は?

A 自社農場を持ち、生産から仕入れ、流通、販売まで一気通貫することで、従来の常識を変えられると考えています。まず、販売する店舗を持っていることで消費者のニーズがわかります。それを生産の現場にフィードバックしたり、作付け計画や仕入れ計画に活かします。また、生産の現場を知っているからこそ、販売現場で消費者に想いやストーリーを伝えられます。それをつなぐ流通も自社で行うことで、無理なく効率的に新鮮な農産物を運ぶことができます。



情報という価値を付加してお客様に届ける

◎他の八百屋と違うところはどこですか?

A 旬八青果店は新鮮おいしい・適正価格をコンセプトにしています。一番の特徴は接客販売ができることです。規格外でもこんなにおいしいとか、ちょうど熟していて食べごろだ

とか、直接お客様に伝えながら販売しています。農家さんでは規格外で捨ててしまっていたものでも、自分達から見れば価値がある。そんな価値を伝えながら販売しているのがポイントで、情報を伝えるPOPにも力を入れています。



お客様に喜んでもらえる提案力や発信力

◎お客様にリピートしてもらったコツは?

A 日々、お客様の反応を見ながら売り方や伝え方、価格などを試すことを習慣化しています。社内SNSを使ってアルバイトでも日報を書き、気づいたことや次の日への改善点を書き込みます。また、例えば旬ではない時期にイチゴが欲しいというお客様がいた場合、要望に応じてイチゴを仕入れるのではなく、どんな用途で使うかを聞きながら、今の季節はこの果物を使う方が美味しいですよとお薦めする。そうするとお客様にも満足していただける。全てのニーズをそのまま受けるのではなく、そんな提案力も必要だと思っています。

情報を共有する社内SNS



お客様の問題を解決する価値の提案

コンセプトを明確にした店舗・接客サービス

生産～販売を自社で行い縦割りの壁を解消

ポイント

アグリウェブ 会員登録方法

ステップ①
こちらのQRコードからアクセスしてください。



ステップ②
「会員登録はこちらから」をクリックし、「農業者専用会員登録サイト」に必要な事項を入力してください。

ステップ③
会員登録時に入力いただいたメールアドレスに「登録完了メール」が届きます。



アグリウェブとは?

農林中央金庫が運営しているウェブサイトで、全国から農業に関わる人が集まり、農業経営者を支えるための情報交換や相談の場を提供する会員制ウェブサービス(無料)です。現在、会員数は3,500名(うち農業者は1,400名)を超えており、掲載コンテンツは450以上。全て専門のコンサルタントに記載頂いている「農業経営専門サイト」としては国内最大のサイトです。

【主なコンテンツ】

- ① 基礎知識……農業経営に関する「労務」「事業承継」「法人化」の各分野についての基礎知識を掲載。
- ② コラム事例集……農業に関する「労務」「税務」「6次化」「事業承継」「流通・販売」「生産管理」等の13ジャンルの中から週2回配信。
- ③ 全国相談窓口……事務局が選んだ専門コンサルタントに、無料で「労務」「税務」「事業承継」「マーケティング」等の農業経営相談ができます。
- ④ 各種データベース……「農業登録情報」「病害虫雑草図鑑」「要素障害」「青果物物況」「気象情報(1kmメッシュ天候予測等)」があります。

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/>