

2016年2月8日 東北ハイテク研究会 勉強会

新しい顧客獲得のための 「おすそわけ袋」の提案

農研機構 東北農業研究センター
生産基盤研究領域
磯島 昭代

- 輸入果物が低価格の大衆果物として定着
- 果物の家計消費は長期的な減少傾向

- 贈答用果物生産による高級品市場への参入
- 宅配便等を利用した消費者への直接販売の増加



どうやって顧客を獲得するか

- 果物消費に占める贈答用果物の割合は高まる
- 贈答用果物を購入するのは果物生産地の地元消費者が多い
- 地元消費者の多くが生産者から直接購入

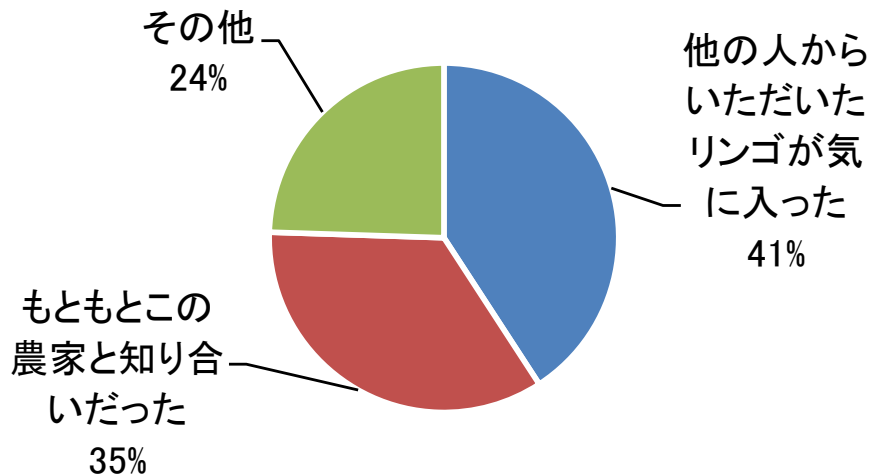


第一の販売ターゲットは地元消費者

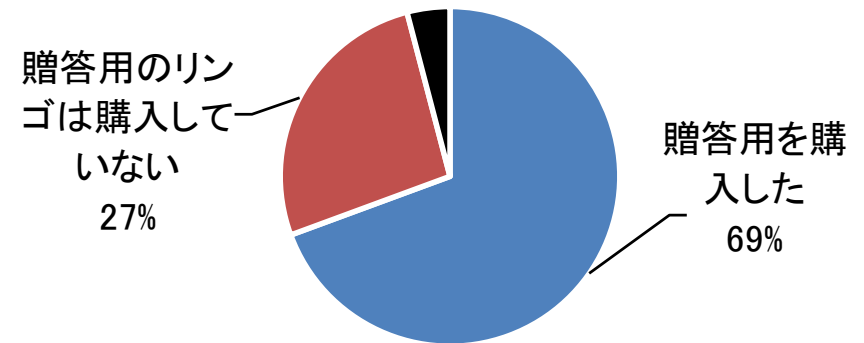
BUT

地元消費者以外に拡大する方法は？

自家購入のきっかけ

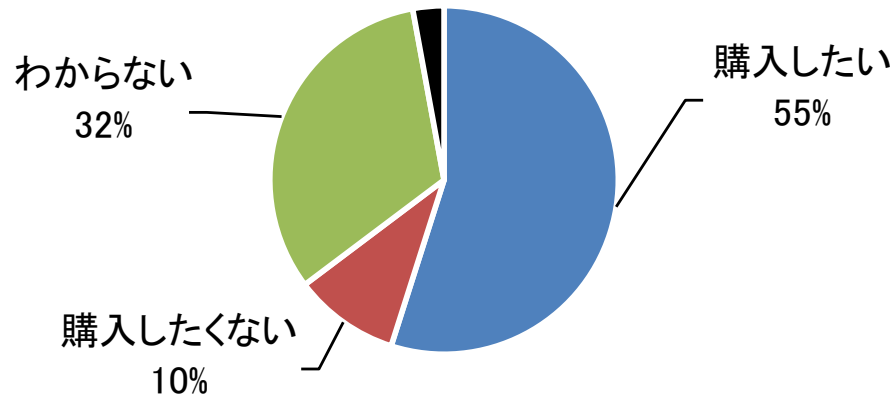


自家購入者の贈答利用

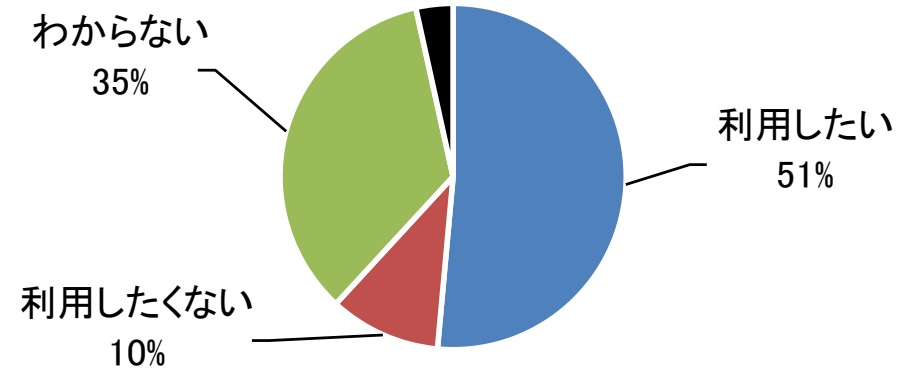


- いただき物が購入のきっかけ
- 他の人への贈答としても利用

購入意向

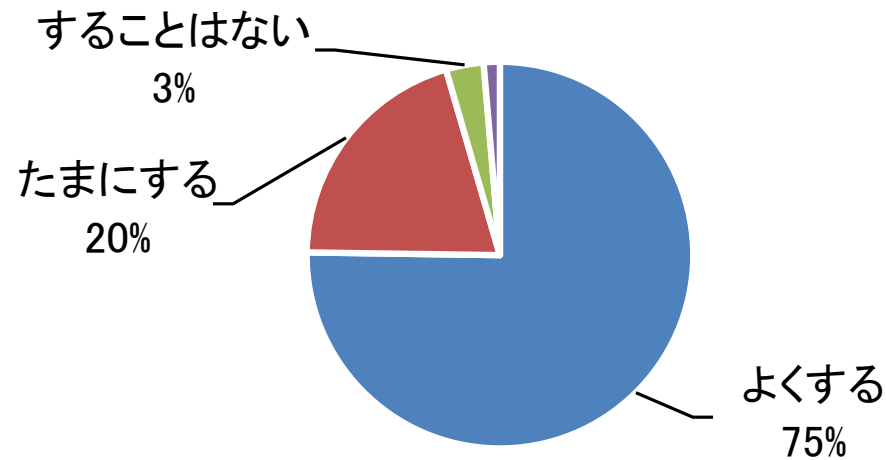


贈答利用意向

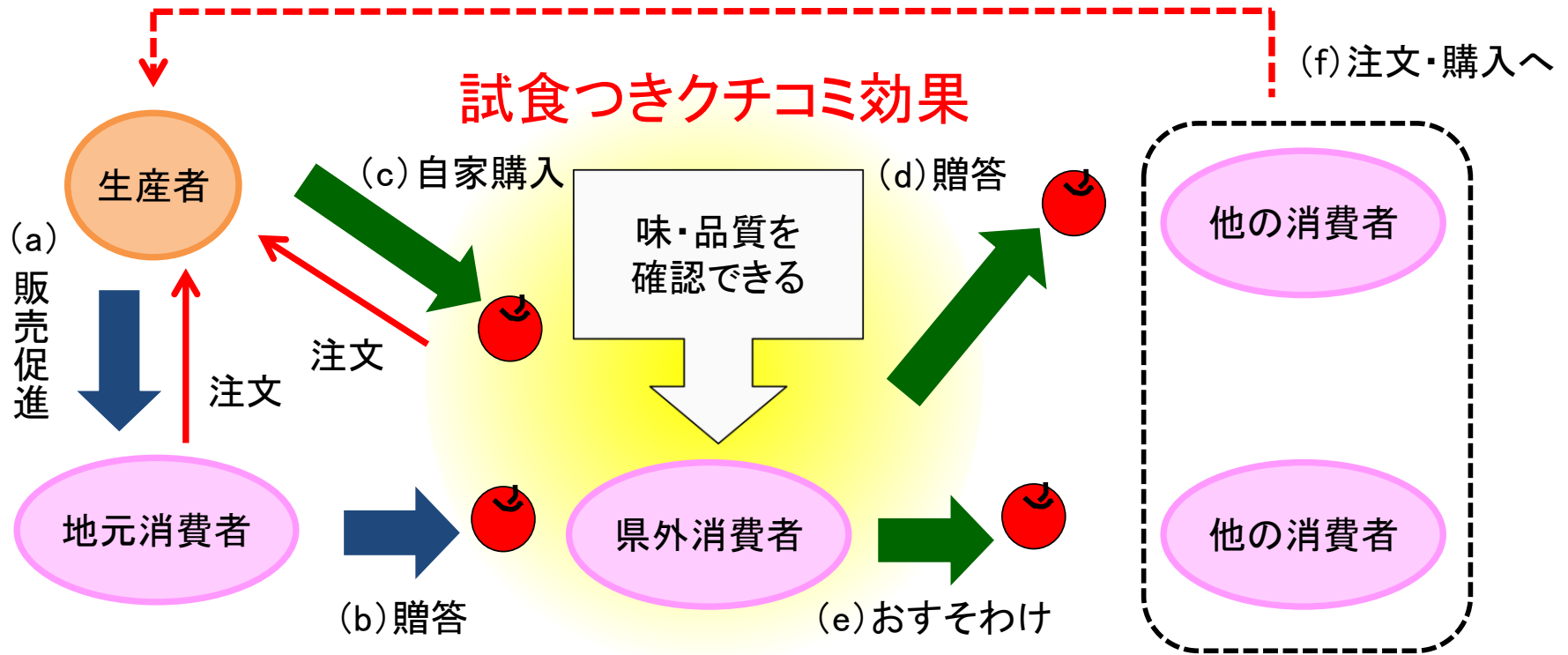


- 贈答された消費者は新たな顧客候補

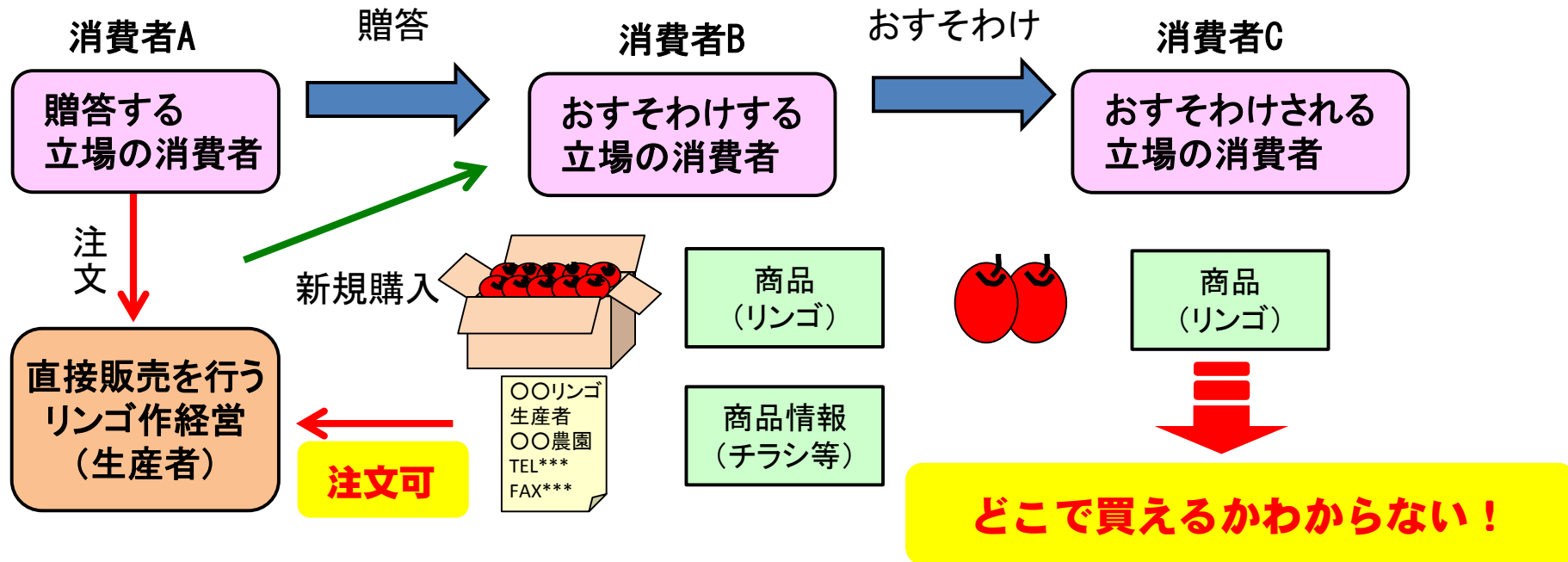
身近な人へのおすそわけ



- 消費者の多くがおすそわけをする



通常のおすそわけ

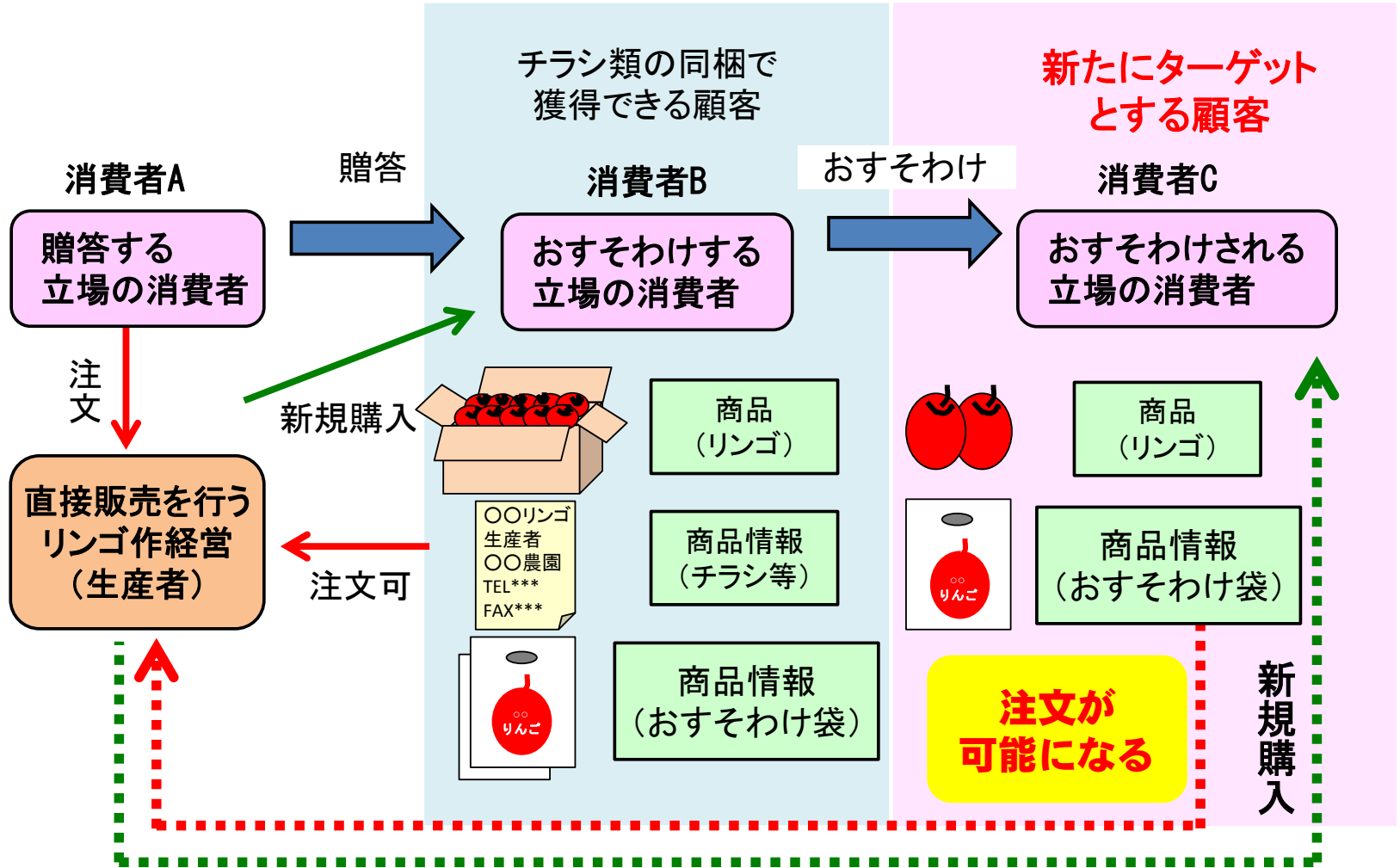


「おすそわけ袋」の概要



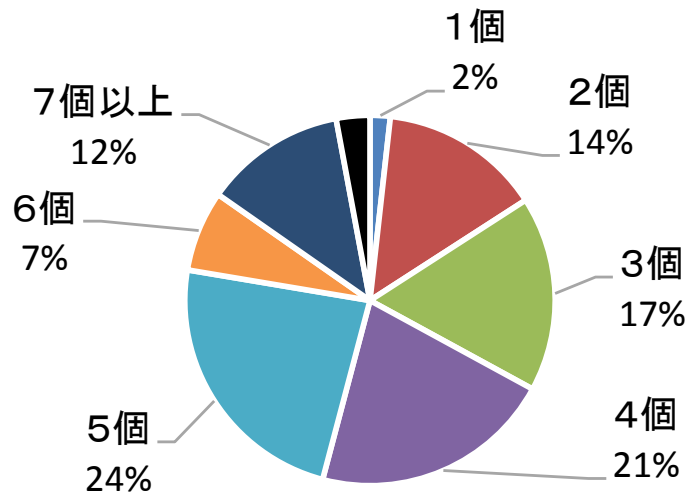
- 商品をイメージするデザイン
- 生産者の連絡先、商品の特徴や経営のこだわり
- 共通の袋の場合は個別の情報をシールで貼付

「おすそわけ袋」の導入

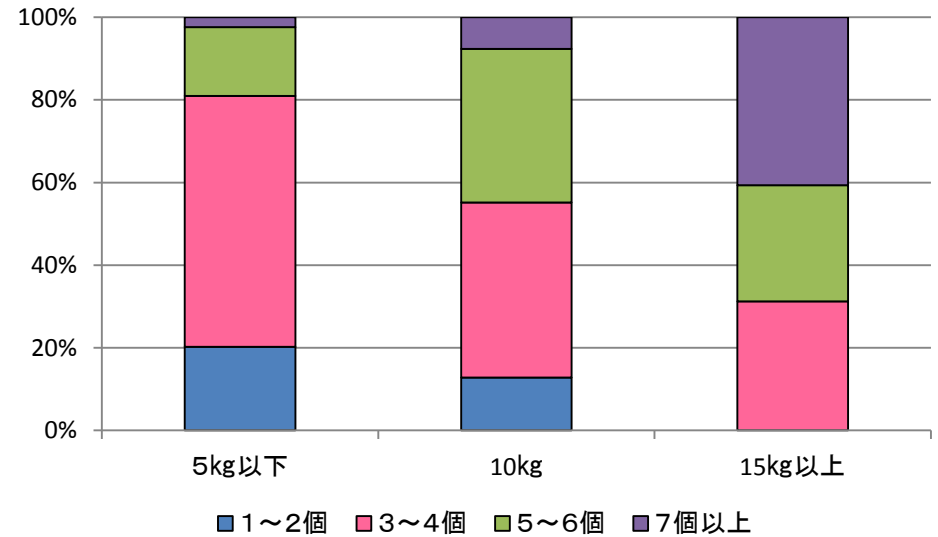


「おすそわけ袋」のサイズ

一人あたりにおすそわけする個数



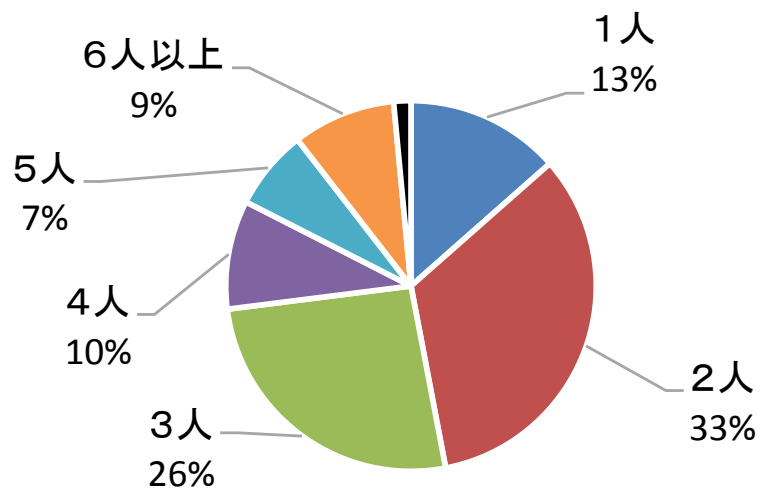
入手量別おすそわけ個数



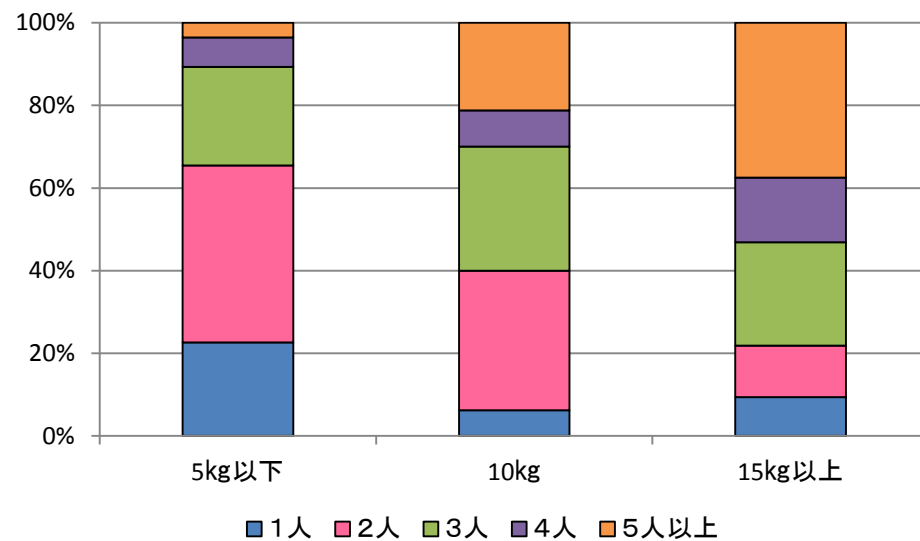
- リンゴが3~5個程度入る大きさ
- 入手量が多いとあげる個数も多くなる

「おすそわけ袋」を入れる枚数

おすそわけする人数



入手量別おすそわけする人数



- おすそわけする相手の人数は2~3人
- 入手量が多いと相手の人数も多くなる

おすそわけに関する消費者の意識

- おすそわけをした相手に喜ばれると自分も嬉しい
- おすそわけをする相手には商品の良さを知ってもらいたい
- おすそわけをするのが好きだ
- 良い物をおすそわけすると誇らしい気分になる



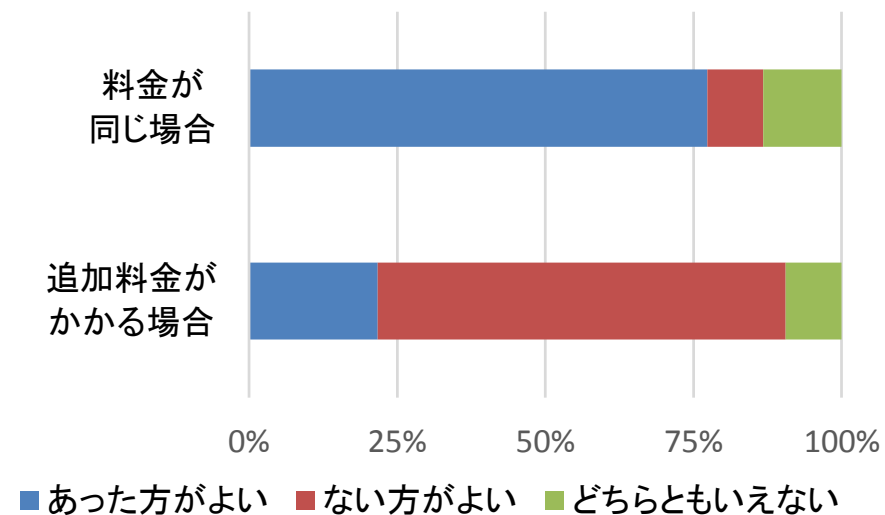
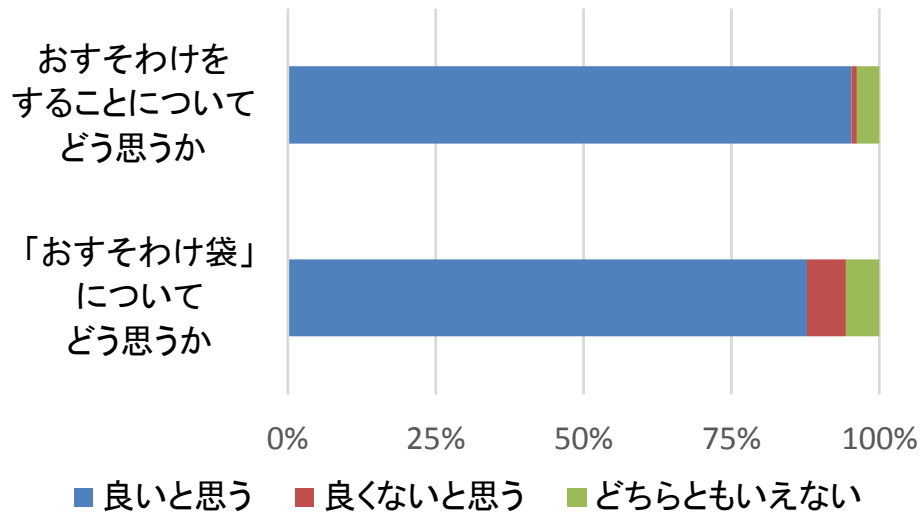
- 使って楽しく、相手にも喜ばれるデザイン
- 商品の良さがわかりやすく記載されている
- 宣伝的になりすぎない

「おすそわけ袋」の作製費用

作製時期	生産者／団体名	サイズ	色数	単価（税抜）
H22年	M協議会	A4	表1色、裏2色	8千枚－32円／枚
H24年	S農園ほか	B4	表2色、裏1色	8千枚－34円／枚 1万枚－30円／枚
H25年	K果樹園	B4	表4色、裏1色	8千枚－49円／枚 1万枚－42円／枚
H26年	H市	B4	表フルカラー 裏1色 袋地着色	1万枚－58円／枚 1万2千枚－57円／枚
H26年	I町	B4	表1色、裏1色	1万枚－35円／枚

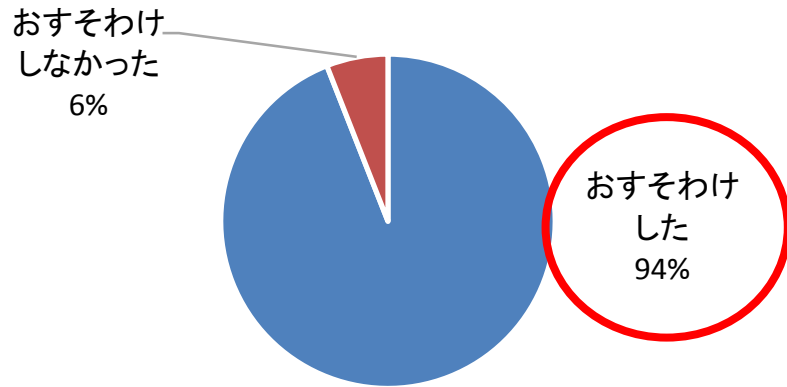
- 袋の材質や色数、発注する業者、デザインの有無によって異なる
- 最小ロット数8千枚で25万～40万円

贈答する立場の消費者の「おすそわけ袋」に対する意識

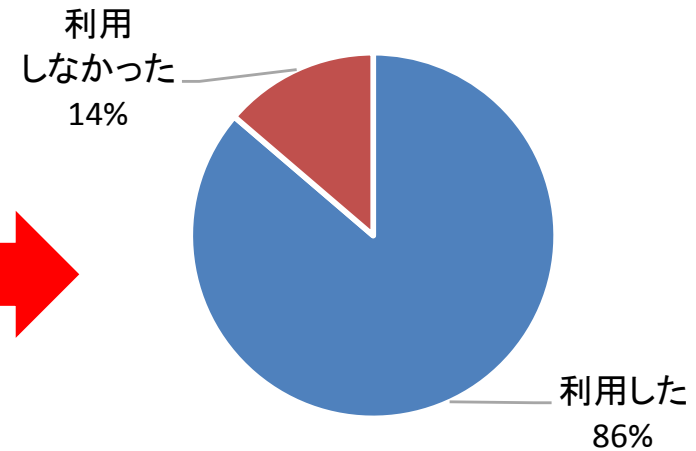


- 「おすそわけ袋」に対する評価は良好
- 料金が同じであれば「おすそわけ袋」は入っていた方がよい

リンゴのおすそわけの有無



「おすそわけ袋」利用の有無



- おすそわけした消費者の多くが「おすそわけ袋」を利用
- 「おすそわけ袋」は便利、次回もあった方がよいという声が多数

おすそわけされる立場の評価

届いたリンゴのブランドを知っていた	52.2%
「おすそわけ袋」に記載された解説を読んだ	76.7%
「おすそわけ袋」を良いと思う	85.6%
自分でも同じブランドのリンゴを買いたいと思う	76.7%

- 「おすそわけ袋」の評価は良好
- 「おすそわけ袋」はおすそわけ先の消費者に商品情報を伝達する
- 購買意欲を喚起する効果がある

「おすそわけ袋」導入の効果

地域	人数 (人)	箱数 (個)	金額 (円)
北海道	2	10	41,800
東北	7	63	247,715
関東	11	40	164,200
近畿	1	1	3,400
合計	21	114	457,115

- 「おすそわけ袋」を契機とした新規注文が21件確認される
- 次のシーズンへの影響は未知数

- 個別経営単独で導入
- 数人の生産者グループで導入
- 自治体主導で導入
- 農産物直売所
- JAほか



- 製作費用や配布枚数、目的によって検討
- デザイン、アピールポイントをどうするか

- 「おすそわけ袋」は生産者だけでなく、消費者にとってもメリットのあるツール
- インターネットとの連携で効果を高める
- 他の果物にも応用可能

ご静聴ありがとうございました