

試験研究成果普及情報

部門	経営	対象	普及
課題名：顧客ニーズの把握にもとづいた農産物共同直売所の経営管理手法の開発			
〔要約〕アンケートを活用して直売所の顧客ニーズを把握し、運営改善項目の重点化と出荷者に対する改善動機付けを図る方法を開発した。			
キーワード：直売所、顧客ニーズ、アンケート、動機付け、便益価分析法			
実施機関名	主 査	農業総合研究センター企画調整部経営調査室経営調査室	
	協力機関	安房農林振興センター振興普及部改良普及課	
実施期間	2005年度～2006年度		

〔目的及び背景〕

農産物直売所において、顧客ニーズの把握は基本的な運営管理項目としてきわめて重要であるが、ニーズを継続的に把握しその結果を活用していくためには、時間的制約が大きく困難な場合も多い。また、顧客ニーズと出荷者の思惑の違いを意識しないままに改善対策を立て、十分な効果を上げられないケースも見られる。そこでこれらの課題をふまえ、顧客ニーズにもとづいた直売所の簡易な経営管理手法を開発する。

〔成果内容〕

簡易な経営管理手法として、下記に示すアンケート活用による経営管理手法を開発した。

1 アンケート項目の設定と内容

- (1) 利用者と出荷者に対して同一項目によりアンケートを行い、利用者の場合は「どのような考えで買い物を行っているのか」、出荷者の場合は「利用者が何を考えて買い物をしていると思うか」について質問する。
- (2) 調査項目数は、購入品に対する品質や価格、量、品揃え程度や買い物のしやすさ等に関わる項目を、直売所の実態に合わせて、20程度選定する。
- (3) 1つの調査項目に対して、その満足度と重視度の2つを調査する。満足度はそれぞれの項目ごとにその満足度を5段階で評価し、重視度は全調査項目を対象に、重視する順に順位付けを行い、1位を5としてスコア化する。

2 アンケート結果の解析

第1段階 重視度・満足度ともにグラフにプロットし、意識のちがいを確認する。

第2段階 項目別に重視度×(5-満足度)=要改善スコアを計算し、改善必要項目を重点化する(便益価分析法の活用)。

第3段階 出荷者が想像する顧客の要改善スコアから顧客が考える要改善スコア差し引き、問題に対する出荷者の意識程度を明らかにして出荷者に対する改善への動機付けの方法を検討する。

成果の概要の図は、県内のある直売所で実施した結果である。顧客は価格や仕入れ品の問題解決を要求しているが、これらの課題に関する出荷者の改善意識は必ずしも高くない。

そこでこれらの問題の重要性を認識するように、出荷者に対して特に動機付けをはかることが必要であることがわかる。

〔留意事項〕

- 1 利用者のアンケート結果は、利用者の年齢、住居等属性を把握して解析する。
- 2 回収したアンケートについては、統計的検定を行って判断することが望ましい。
- 3 直売所で行うイベントを利用して、日常的な経営管理として継続実施することで、効

果を高めることができる。

[普及対象地域] 県下全域

[行政上の措置]

[普及状況]

[成果の概要]

第1段階 利用者ニーズの把握と意識の違いの確認

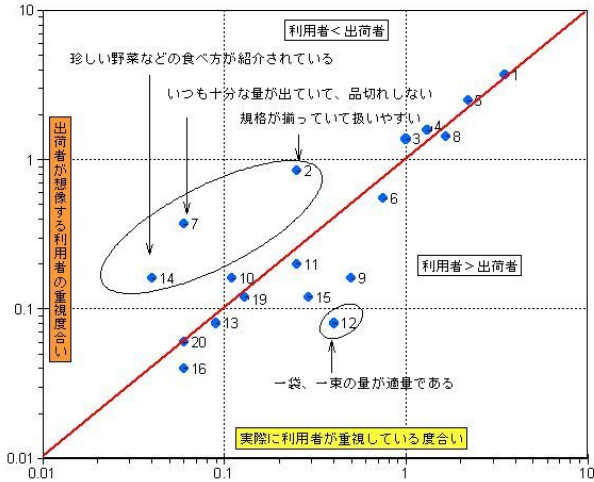


図1 利用者と出荷者の意識の違い(重視度)

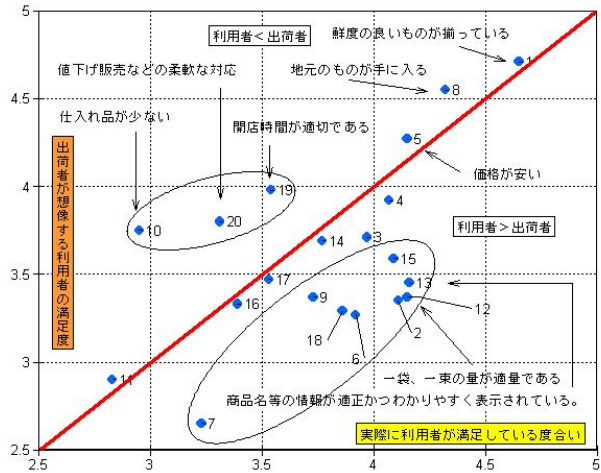


図2 利用者と出荷者の意識の違い(満足度)

第2段階 要改善項目の選択

個別に下記を計算する	満足度	重視度	要改善スコア
価格が安い			1.88
仕入れ品が少ない			1.09
地元のもが手に入る			0.95
種類が豊富である			0.93
季節による品揃えの差が少ない			0.90
鮮度がよいものが揃っている			0.87
普通手に入らない珍しいものが手に入る			0.82
安全な作り方をしているものが手に入る			0.78
味がよいものが多い			0.78
いつも十分な量がでていて、品切れしない			0.78
生産者とのコミュニケーションが図られている			0.72
値下げ販売など、状況に応じた柔軟な対応をしている			0.58
開店時間が適切である			0.58
販売スタッフの対応が適切である			0.57
買、物をしやすい棚割など適切なレイアウトをしてある			0.54
規格が揃っていて扱いやすい			0.54
直売以外のサービスも充実している			0.54
珍しい野菜などの食べ方が紹介されている			0.51
一袋、一束の量が適量である			0.44
商品名等の情報が適正かつわかりやすく表示されている			0.39

図3 要改善スコアを利用した改善項目選択

第3段階 出荷者意識の把握による今後の取り組みの検討

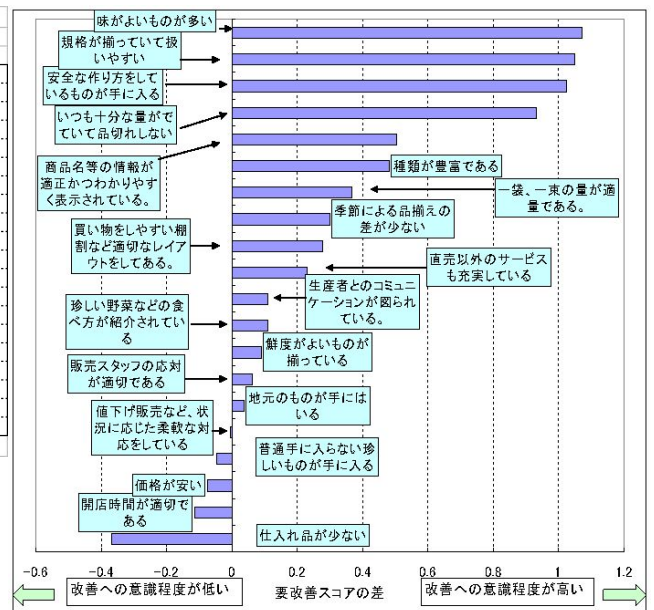


図4 要改善スコアのの違いから見た出荷者の意識程度

[発表及び関連文献]

梅原彰「関東東海農業経営研究、第97号」(2006年12月掲載予定)

大浦裕二「農産物直売所における販売改善マニュアル」(第6回日韓農業経営情報化フォーラム2006)

[その他]