

贈答用リンゴを直接販売する 生産者が顧客を拡大する方法

《贈答用リンゴの販売ターゲット》

贈答用リンゴの多くが、生産地の地元消費者によって購入されていることがわかっています。したがって、リンゴ生産者はまず地元消費者をターゲットに据えると、効果的な販売戦略を立てることができます。一方、顧客を地元以外の消費者にも拡大したい場合には、産地と直接関わりを持たない消費者をいかに獲得するかということが重要となります。

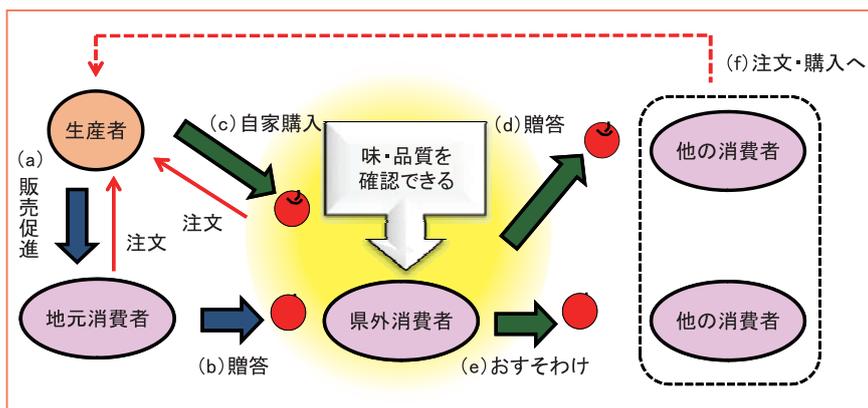
《県外消費者を対象としたアンケート調査》

生産者から直接リンゴを購入した県外消費者は、購入のきっかけとして「他の人からいただいたりんごが気に入った」ことをあげています。また、リンゴを贈答で入手した県外消費者の半数以上は、「同じ生産者から自分でもリンゴを購入したい」と答えています。つまり、リンゴの贈答は、新たな顧客を掘り起こす可能性を秘めているのです。

さらに、消費者の9割以上に「おすそわけ」の習慣があるということがわかりました。「おすそわけ」は、消費者の自主的な行動ではありますが、他の消費者にいわばサンプルの配布を行ってくれるということです。贈答の場合と同様、新たな顧客の獲得につながる可能性があります。

《贈答用リンゴの顧客拡大プロセス》

以上のことから、図のような顧客拡大プロセスが提示できます。まず、生産者は地元消費者に対して積極的に販売促進活動を行います (a)。地元消費者は贈答用としてそれを購入



図／贈答用リンゴの顧客拡大のプロセス

生産基盤研究領域
磯島昭代
ISOJIMA, Akiyo



写真／贈答用リンゴ

し、県外に住む親族や知人に贈ります (b)。リンゴを受け取った県外消費者は実際にそれを食べて、味や品質を確認し、気に入った場合には自分でも同じ生産者に注文して自宅消費用に購入したり (c)、他の消費者に贈答したりします (d)。また、この贈答入手した県外消費者は、受け取ったリンゴや自分で購入したリンゴを近所の人などに「おすそわけ」として配ったりもします (e)。そうしてリンゴを手に入れた消費者が、また新たな顧客となって各自でリンゴを購入し、また他の消費者にも配ることにより、さらに顧客が拡大していく可能性があります (f)。

リンゴ生産者が地元消費者だけでなく、県外の消費者にも顧客を拡大したいと考えた時には、購入する顧客だけでなく、贈答を受ける消費者や「おすそわけ」をされる消費者のことも視野に入れて、商品のアピールをすることが大切です。そして、彼らが「購入したい」と思った時に確実に注文ができるような方策を考えることが重要となります。