

「地域農産物における販売促進アイテムの開発と、それを活用した販売効果の調査」

小見 洋市* 石川 章弘**

概要

共同研究先企業は県内の個人事業所で、アスパラガスや干し芋の生産販売を行っている。

今回は、茨城県を代表する地域農産物「干し芋」の販売促進を目的として販売促進アイテムを開発し、試験販売により売れ行きを調査した。また、販売時の陳列について、インターネットにて、既存の販売陳列写真と、販売促進アイテムを使った陳列写真を並列し、目を引く陳列について調査した。

結果、試験販売では、販売促進アイテムを使用した場合のほうが、既存の製品の2倍の数量が売れた。また、インターネットによる陳列のアンケートは、65件の回答を得ることが出来、販売促進アイテムを使用した陳列が目を引くとの回答が60件あった。

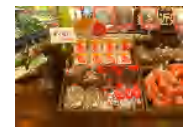
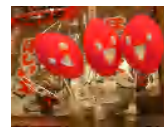
これらの調査から、販促アイテムを使った陳列は目を引かせるための手段としてかなり有効であり、販売数量にも影響を及ぼすものと推察できる。

個人事業所では大がかりな広告宣伝は難しい面

があるが、販促アイテムといった小物を使うことで、同業他社との差別化を図ることができ、なおかつ、直販所などでは多くの個人事業所が同じような製品を並べることもあるため、このような差別化を図るのは有効な手段といえる。

また、そのような差別化により地域内での競争が高じていけば、地域全体の製品価値も高まるのではないかと考えられる。さらにそれが進めば、他地域との競争に発展、ひいては県内農業の製品価値の高まりにもつながるのではないかと考える。

共同研究先企業では、さらにパッケージの大きさや販売方法などの検討を重ねていきたいと考えている。



開発した販促アイテム
*おみ農園 **産業連携室

販売陳列写真