

アグリビジネス 経営塾



2004.4.30

本当に知っておきたいマーケティング講座 ①

マーケティングの基本は生活者の理解から

有限会社エヌ・コンサルタンツ 代表取締役 中小企業診断士
西村 健一

販売とマーケティングの違い ／消費者と生活者の違い

マーケティングとは自社が提供する商品やサービスを通じて、「顧客を創造していく」ことです。その焦点は自社の商品を優先的に購入してくれる「顧客をいかに多く獲得していくか」であり、そのためにどのような戦略を立案し、実行していくかということになります。商品を効率的に流通させ、代金回収を行うという「販売（セリング）」とは論点が異なります。

残念ながら農業界においては、マーケティングを販売や流通の一技術と捉える傾向があります。生産者が産み出したモノがまず前提としてあり、マーケティングを「モノを売るための技術」と考えてしまうのです。これは、生産者側の視点しか持っていないため、消費者はただモノを受け取る存在だと考える誤った認識です。このような考え方を「プロダクト・アウト（製品主導）」と呼びます（消費者という言葉も実はプロダクト・アウトの考え方から来ています）。良いモノさえ作っていれば売れる、安くしさえすれば売れると「売ること」だけを考えてしまうと、モノを選ぶ顧客の姿を見失ってしまいます。

考えてみてください。顧客は「モノそのもの」を買うことが目的なのでしょうか。人がモノを購入する目的は、そのモノによって自分が考える生

活を実現していくことです。例えば、無農薬栽培の野菜を購入するのは、その野菜によって健康に配慮した生活を送ろうとするからです。カット野菜を購入するのは、調理時間を短縮し他の活動に時間を割こうとするからです。このように、自分の信条や価値観に基づく生活実現のために人は最適な購買活動を行うという考え方に基づく顧客像のことを「生活者」と呼びます。マーケティングを検討する際にまず理解しなければならないのは、自社が対象とする生活者はどのような人々なのかということです。これは直販のみならず、卸市場を通じた出荷や小売チェーンへの一括納入、あるいはJA等を通じた系統出荷の場合であっても同様です。

マーケティングとは、生活者が、その生活や価値観に照らし合わせて相応しいと考えるモノを、彼らが求める時と場所で、彼らが求めるようなカタチで提供していくことで、自社のファンになってもらうことです。このような生活者を起点とした考え方を「マーケット・イン（顧客主導）」と呼びます。

生活者理解のための切り口＝「4C」

自社が対象とすべき生活者とはどのような人たちなのか。これを理解するための考え方として、「4C」というものを紹介します。

①顧客価値（Customer value）

生活者が求める価値は何でしょうか。品質や価格といったモノそのものに関するものだけではありません。安全性や希少性、ライフスタイルへの合致具合などもポイントです。そして、それはどのようなライフスタイルや信条、ライフステージ（年代）に基づくのか検討します。

②顧客コスト（Customer cost）

生活者は購入にどれだけのコストをかけているでしょうか。顧客コストには、提供するモノが生活者にとって持っている優先順位が反映されます。ここでは価格ではなく、購入するための金銭的・時間的なコスト（それを手に入れるためには遠くまで行くなど）、情報収集活動に関するコストなども合わせて検討してください。

③利便性（Convenience）

生活者はそのモノを手に入れるために、どの程度の利便性を求めるでしょうか。小売チェーン店で簡単に手に入ることを優先する、少々苦労してもデパートや専門店などで求める、あるいは直販あるいは予約をして求めようとするのでしょうか。そしてそれはどのような考え方に基づくのでしょうか。

④コミュニケーション（Communication）

生活者は、そのモノについてどのような情報をどのような形で得たいと考えるでしょうか。メディア情報から？店頭で販売員から？それとも陳列品の表示内容からでしょうか。求める内容は生産地や生産者情報、それとも品質や成分を重視するか、あるいは調理方法や家庭での保存方法でしょうか。

自社の生産物を食べてもらいたい生活者像が見えてきたでしょうか。次回からは、このような生活者に選ばれるための方策を解説していきます。

西村健一氏による連載が今週号より始まりました！

今週号より、当協会の「21アグリビジネス塾」の講師としてご活躍いただいている西村健一氏（中小企業診断士）の連載が始まりました。

西村氏のプロフィールを簡単にご紹介いたします。昭和37年生まれ、大阪府出身で、大手証券会社で中堅・ベンチャー企業の育成指導やシステム開発プロジェクトのマネジメントなどを経験後、コンサルタントに転身。現在、（有）エヌ・コンサルタンツの代表取締役を務めていらっしゃいます。

当「アグリビジネス経営塾」では、会員のみならずぜひ知っておいていただきたいマーケティングの基本についての講座をご執筆いただきます。どうぞお楽しみに！

基本計画の見直し情報が当協会HPからアクセス可能に

当協会のHPでは、「何でも農政情報」のコーナーに代わり「食料・農業・農村基本計画見直し情報」のコーナーを新設しました。過去の会議資料等必要な資料が、農水省のHPをたどらずに、入手できるようになりました。どうぞご活用下さい。

当協会の高木勇樹顧問が4月30日付けで顧問を辞任されることとなりました。この間賜りましたご指導、ご助言に感謝申し上げますとともに、引き続きご支援いただきますよう、よろしくお願い申し上げます。

「アグリビジネス経営塾」196号
2004年4月30日発行

発行：
社団法人 日本農業法人協会
東京都港区虎ノ門1-25-5
虎ノ門34MTビル
〒105-0001
H.A.G.
1981 AGRICULTURE GROUP
Tel : 03-5156-0365 Fax : 03-5156-0366
E-mail : hojin@nca.or.jp
HP : http://www.hojin.or.jp/