

アグリビジネス 経営塾



2004.9.16

本当に知っておきたいマーケティング講座 ④

生活者の4Cに対応した生産者の4Pを考える(2)

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

今回はマーケティング戦略を考える上で必要とされる生産者側の視点としての「4P (product=生産物・出荷物、price=価格、place=流通チャネル、promotion=プロモーション) と生活者側の視点としての「4C」(customer value=顧客価値、customer cost=顧客コスト、convenience=利便性、communication=コミュニケーション)の関係について解説しました。今回は、この4Pのうちのproductとpriceについて詳細に考えていきます。

Product: 生産物・出荷物の価値はモノそのものだけではない

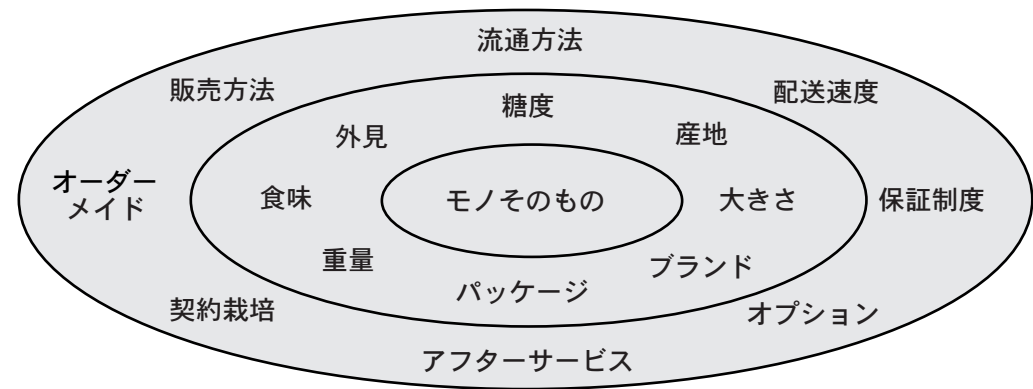
生活者にとって皆さんが提供するモノ(生産物・出荷物)の魅力とはどのようなものでしょうか。他の誰が作ったものでもなく、皆さんが丹精込めて作ったものを生活者に選んでもらうためには、他と何らかの点で違う魅力を持っている必要があります。このような他とは異なる魅力を生み出すポイントを「差別化(あるいは差異化)要素」と

いいます。では、どのような切り口で差別化を考えればよいのでしょうか。

図をみてください。これは商品の三層構造と呼ばれるものです。中心がモノそのもの(例:米、牛肉など)です。この部分で差別化を図ることは今まで世の中になかった新しい作目や品種などを市場に提供していくという方法になります。これはなかなか難しいですね。そこで実際の差別化はその外側の円もしくは一番外側の円の部分で考えていきます。2番目の円は食味や糖度、大きさ、色合いなどモノがもっている特徴で差別化する切り口です。産地やブランド、生産方法なども同様です。一番外側の円はモノの提供の仕方など、モノそのものは他と変わらないが、生活者へのアプローチの方法を変えることで差別化する方法です。直販、返品保証、会員向け契約栽培など、販売方法やサービスなどで差別化を図ります。よく検討すれば必ず差別化要素は見つけられるものです。

なお、差別化においては必ず備えていなければいけない条件が2つあります。

差別化要素を考えるための「商品の三層構造」



①顧客価値の創造

差別化の効果は、受け手である生活者にとって価値を生み出すものでなければなりません。例えば、作り手である皆さんが、いかに他の同業者と違う飼育・生育方法や加工方法を用いたとしても、それによって生み出される差別化要素が生活者にとって価値があるものでなければ意味を持ちません。

②知覚価値の提供

見る、触る、味わう、嗅ぐ、持つ、使う、保存するなど、生活者が五感で明確にわかる差別化がされている必要があります。作り手だけがわかる、同業者ならわかる、小売店や卸売業者ならわかるというだけでは、生活者の支持を得られません。

Price: 価格決定力を取り戻してこそ経営

ここでいう価格とは、生活者が実際に支払う最終価格のことです。卸売市場での約定価格のことではありません。農産物の特徴は、季節的な要因や天候などの要因が避けられないという点にあります。このため、確実に出荷できるよう、系統出荷や卸売市場経由での出荷という「他者による価格決定」が当たり前となってきました。農業法人の計画的な経営を考えるならば、売上と利益の源泉となる価格の決定権は、自らが持つべきです。しかしながら、従来の農業界では生産者側が生活者への最終提供価格の決定に関与する機会は驚くほど少なく、かつそれが当たり前になってしまっています。

価格は、一般的には市場での需要と供給のバランスで決定されます(卸売市場でのセリなど)。しかし、明確に差別化された魅力あるモノにおいては、ライバル品との魅力の比較ならびに生活者の価値観(=いくらまで支払ってもよいか)で価格が決定されます。つまり、顧客に明確な価値提供が可能なモノに関しては、流通業者に対して生産者側から「当社の〇〇は、ライバルとこのように違い、生活者も△円まで出してくれるはずなのです。また、生活者に直販することで完全に価格決定権を持つこともできます。

そのためには是非とも、生産者である皆さんが生活者の購買の現場、つまりは小売の店頭などを幅広く、定期的に自ら観察・調査していく必要があります。

「農業法人アンケート」未報告の方は大至急ご回答を!

8月に会員の皆様にお送りした「農業法人アンケート」につき、まだ報告をいただいている会員の方には先週FAXで督促をさせていただきました。農業法人の経営実態と生の声を伝える重要な手段ですので、ぜひご協力下さい。

「農業法人女性経営者ネットワークづくりに向けた意見交換会」参加者募集

10月19日に開催を呼びかけました女性経営者等の集まりもまだご返事が少ない状況です。女性の方々ぜひご参加下さい。

日本農業法人協会の新メンバーより自己紹介です。

名取美海(なとりふみ)と申します。9月の初めから勤務させて頂いております。大学では畜産の勉強をし、主に授乳豚の行動を勉強していました。豚の行動観察をさせてもらうため、大学時代にはよく一般農場にお邪魔させていただいておりました。前職ではお豆腐の生産工場に勤務しておりました。大学時代、仕事を通していつも農業と食が私の身近にありました。人間が生きていくためには食と農業が必要不可欠であり、またそのつながりもとても重要なことだとつくづく感じています。まだまだ勉強不足で色々ご迷惑をおかけすると思いますが精一杯頑張りますのでよろしくお願い致します。

「アグリビジネス経営塾」216号
2004年9月16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/