

通し番号	4796
------	------

分類番号	27-02-21-15
------	-------------

店頭でのレシピ配布だけでは、畜産物の直接的な販売促進には繋がらない

[要約] 3種類のオリジナルレシピを作成、配布し、レシピの主な食材の購買効果について検討した。レシピ1～3を30分づつ、計4回配布し、各レシピの畜産物購買数量を前日の同一時間と比較したが、購買点数に有意差は認められなかった。また、1週間連続でレシピセットを設置し、レシピ配布していない前週と比較したが購買点数、P I 値（来店者1,000名当たりの購買点数）に有意差は認められなかった。

畜産技術センター・企画指導部・企画研究課

連絡先 046-238-4056

[背景・ねらい]

農畜産物直売所で畜産物を購入する消費者の顧客分析（性別、年代、意識）と購買行動分析から、消費者への情報伝達や販売促進の方法について検討する。

[成果の内容・特徴]

- 1 当所とJAさがみ管理栄養士の共同でオリジナルレシピ1～3（図1）を作成した。レシピ1を30分間配布し、その後1時間間隔を開けてレシピ2、レシピ3、レシピ1の順に計4回配布した。これを平日6月12日（金）と休日6月14日（日）に行い、それぞれの調査前日を対照日として、レシピに記載した主な畜産物の購買数量をPOSデータから抽出して比較した。
- 2 入口で手渡しにより配布した6月12日は各30分で86名～171名が来店し、レシピ受取り率は平均34.2%（29.8%～38.5%）であった。また6月14日は161～199名が来店し、受取り率は平均25.3%（20.5～27.6%）で平日に比べてやや低い受取り率であった（表1）。
- 3 配布時間及び配布後30分間までのPOSデータによる対象食材の購買点数は平日休日とも対照日と試験日に有意差は認められなかった（表2）。
- 4 レシピセットの主な食材の1日の購買点数を総来店者数で除し1,000倍して、来店客数1,000名当たりの購買点数（P I 値）での比較では、対照週と試験週に有意差は認められなかった（表3）。

[成果の活用面・留意点]

- 1 特になし

[具体的データ]

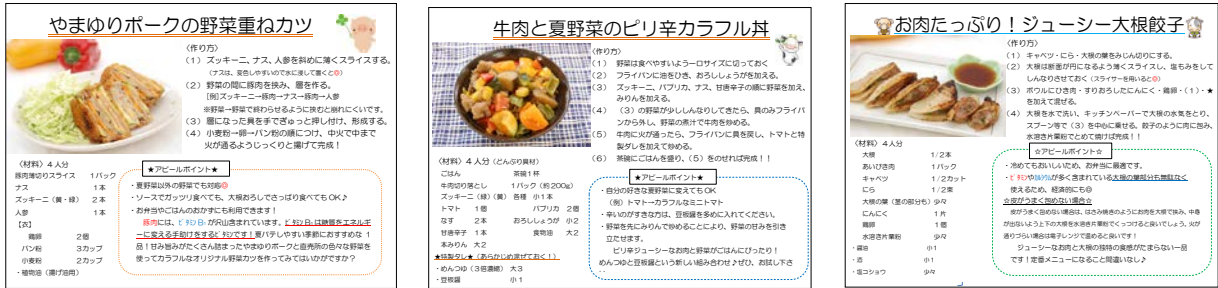


図1 配布レシピ（左からレシピ1、2、3）

表1 手渡しによる配布レシピの受取り率

配布日	配布レシピ	レシピ1	レシピ2	レシピ3	レシピ1	計
		配布時間	9:30-10:00	11:00-11:30	12:30-13:00	
2015/6/12(金)	来店者数(名)	171	138	91	86	486
	受取り枚数(名)	51	49	35	31	166
	受取り率(%)	29.8	35.5	38.5	36.0	34.2
2015/6/14(日)	来店者数(名)	196	199	163	161	719
	受取り枚数(名)	49	55	45	33	182
	受取り率(%)	25.0	27.6	27.6	20.5	25.3

表2 レシピ食材の購買点数

レシピ 配布時間	POSデータ 集計時間	対象食材	平日		週末	
			6/11 無配布日 (対照日)	6/12 配布日 (試験日)	6/13 無配布日 (対照日)	6/14 配布日 (試験日)
9:30-10:00	9:30-10:30	やまゆりポーク切落し・肩ロース・もも	10	3	10	12
11:00-11:30	11:00-12:00	牛肉切落し・肩・ロース薄切り	0	1	1	1
12:30-13:00	12:30-13:30	ひき肉(合挽き、牛肉、豚肉)	5	2	2	4
14:00-14:30	14:00-15:00	やまゆりポーク切落し・肩ロース・もも	5	4	0	3

表3 レシピ食材の購買点数とPI値

品目	6/29-7/5 レシピ無配布週 (対照週)		7/6-7/12 レシピ配布週 (試験週)	
	来店者数		来店者数	
	購入点数	PI値	購入点数	PI値
ズッキーニ	909	93.3	457	44.5
ナス	3,614	371.1	4,013	390.7
トマト	2,949	302.8	3,160	307.7
ダイコン	580	59.6	577	56.2
やまゆりポーク切落し・肩ロース・もも	277	28.4	304	29.6
牛肉切落し・肩・ロース薄切り	53	5.4	64	6.2

[資料名] 平成27年度試験研究成績書

[研究課題名] 農畜産物直売所を利用する消費者へのコミュニケーション手法に関する研究

[研究内容名] 販売促進活動による直売所への来店効果に関する研究

[研究期間] 平成27年度

[研究者担当名] 引地宏二