

35

山口県

JA山口県の
スケールメリットを
生かした販売戦略

J A 山口県

石川 幹郎

いしかわ

みきお



JA山口県のスケールメリットを生かした販売戦略

魅力的なやまぐちブランドの創出で、生産者と消費者をつなぐ

JA山口県 防府とくち統括本部 石川 幹郎



はじめに



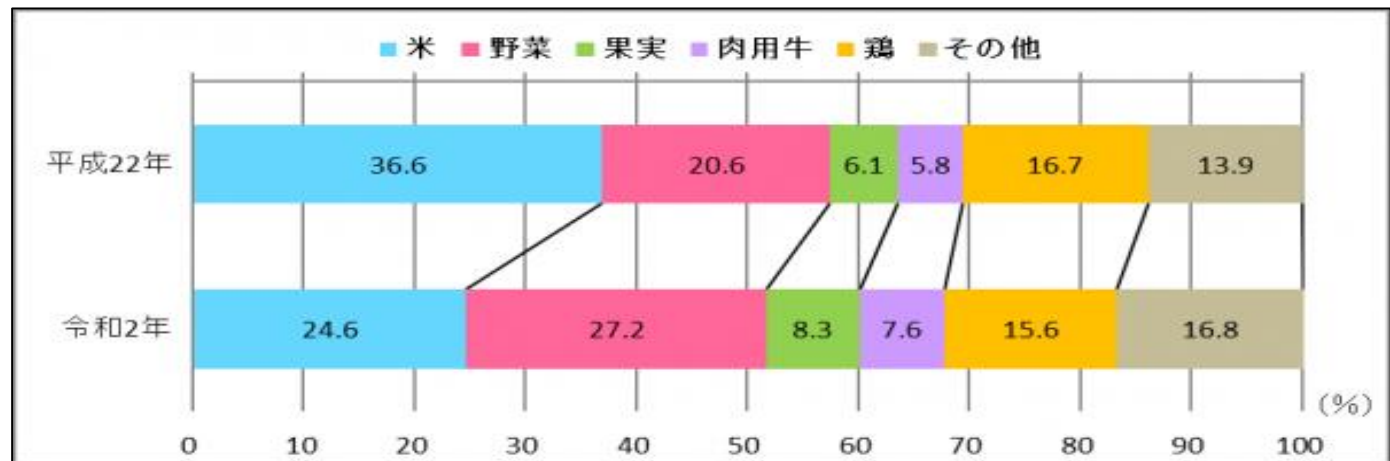
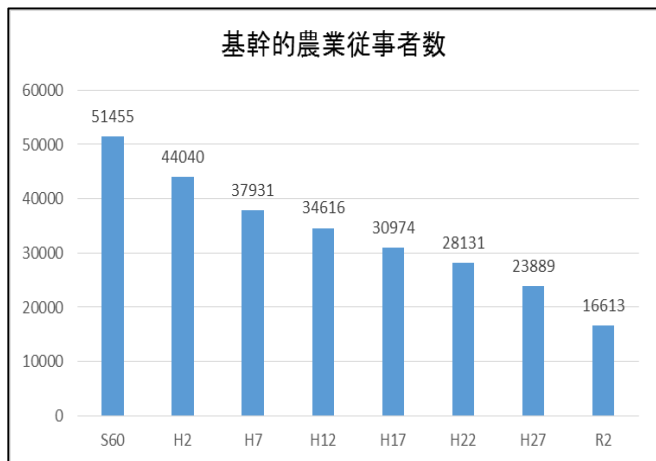
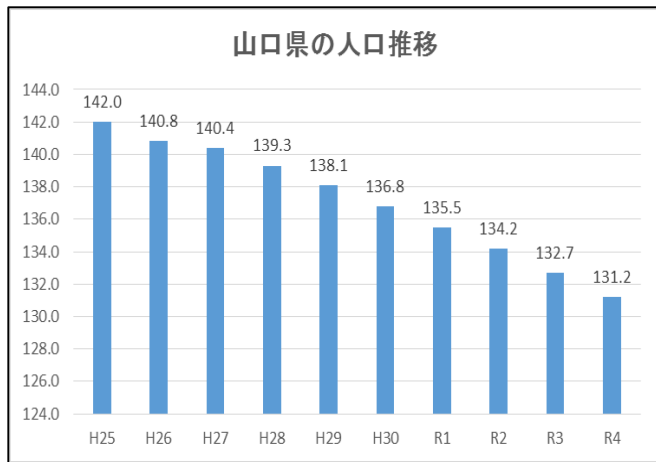
JA山口県 経営理念

わたしたちは、
親しみと信頼で人と人をつなぎ、
次代にわたり、
ふるさとの農業とくらしを支え続けます。



1、山口県の農業の現況

山口県の人口推移と農業生産と販売の概況



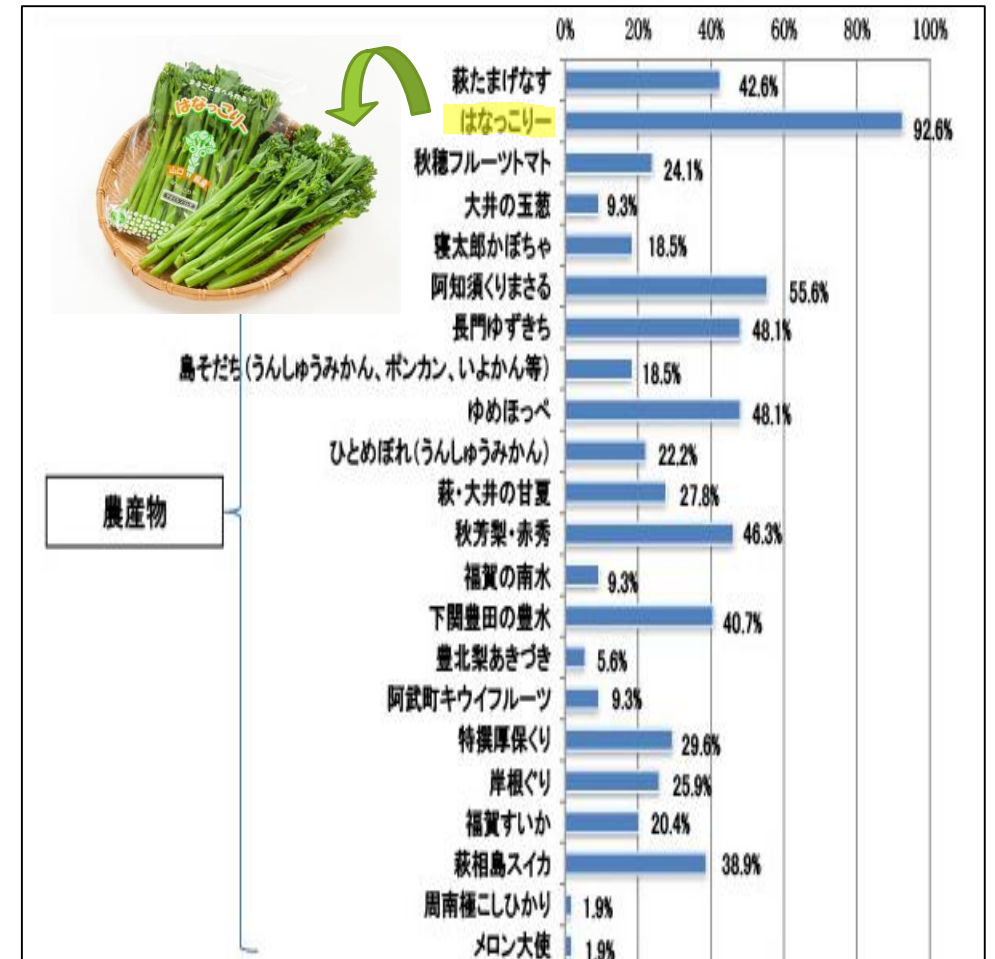
2、JA山口県の農産物販売を取り巻く課題

SWOT分析によるJAの農産物販売の現状把握

| | 好影響 | 悪影響 |
|------|---|--|
| 外部環境 | <p>【機会】</p> <ul style="list-style-type: none">・地産地消の浸透・食育活動の広がり・食の安全、健康志向の高まり・イベントでの出店・セールス・中規模の都市が周りにある | <p>【脅威】</p> <ul style="list-style-type: none">・他県の有名ブランド農産物・他業種、企業の農業参入・生産方法の多様化、販売の多角化・直販、ネット販売の拡大・大都市が遠い |
| 内部環境 | <p>【強み】</p> <ul style="list-style-type: none">・多種多様な栽培品目・県内各地での生産基盤・JAとしての組織力、行政との連携力・ブランドを作る力・これまで培ってきた販売網 | <p>【弱み】</p> <ul style="list-style-type: none">・少量多品目の生産方針で生産量が少ない・スケールメリットが発揮しづらい・生産者の高齢化、農業従事者の減少・農地の減少 |

2、JA山口県の農産物販売を取り巻く課題

山口県の農産物のブランド化について



3、やまぐちブランドを活用したマーケティング戦略

やまぐちブランドの周知、、農産物のストーリー付けにJAとして取り組む

ターゲットの細分化

【高品質・高級志向】

- ・山口県内の旅館や料亭、観光客向け
- ・高品質・高級志向向けの消費者に対して付加価値をつけて販売

高級志向消費者への4P

商品: 厳選され高品質(味・見た目・鮮度)
価格: 高い
流通: 品質の維持、都市部での販売
P R: 行政とも連携し、県外への販促

【一般消費者】

- ・一般家庭、一般的な飲食店
- ・地産地消や郷土料理としての販売
- ・県内ファーマーズマーケットでの販売

一般消費者への4P

商品: 高品質、鮮度がいい
価格: 普通の農産物よりは高めに設定
流通: 県内各地でのFMでの販路形成
P R: 県内のイベントでのPR

おわりに

農家個人では難しいブランド化 ⇒ JAがひとつになって取り組む



生産と販売の両立が必要 ⇒ 総合戦略部署の設置、JAが音頭をとる



生産者と消費者をつなげ、
将来にわたって必要とされ続けるJA山口県へ……