

5. 消費者満足度による農産物直売所の評価と質的改善項目（情報）

[要約]

農産物直売所の利用客は、スーパーと比較して直売所の方が優れていると評価している。それは「鮮度」、「価格」、「安全性」、「味」といった評価が高いためである。一方、CS（消費者満足度）ポートフォリオ分析から今後の重点改善項目は「見た目」、「陳列」、「品揃え」、「内装」、「駐車場」である。

研究室名	経営研究室
------	-------

連絡先	(0869) 55-0546
-----	----------------

[背景・ねらい]

岡山県下の農産物直売所は毎年増加しているが、今後は販売品目が競合する商業店舗との集客競争の激化が予想される。そのため、商業店舗との比較検討を行い、直売所の質的な改善を図る必要がある。そこで、直売所の利用客へのアンケート調査から、直売所に対する評価および緊急に改善を要する項目を明らかにする。

[成果の概要・特徴]

アンケート調査は、平成15年9月に岡山地方振興局管内に位置する直売所3店舗の利用客1,195人に、普段利用しているスーパーと比較してもらったものである。

1. 総合評価は、「直売所が優れる」と「やや直売所が優れる」を合わせた71.3%の人が直売所の方が優れていると回答した。そして商品特性の6項目と施設特性の7項目との13項目全てがスーパーより概ね直売所の方が優れていると回答した（図1）。
2. 総合評価を上回って直売所の方が優れていると回答した項目は「鮮度」、「価格」、「安全性」、「味」の4項目に集中し、これらに関する項目への評価が高かった。一方、他の9項目は、総合評価を下回った（図1）。
3. 上記の9項目は総合評価より劣る項目であるが、これから先、緊急に改善を要するかどうかを判定するために、CS（消費者満足度）ポートフォリオ分析を行った。その結果、総合評価を下回る項目のうち、「見た目」、「陳列」、「品揃え」、「内装」、「駐車場」の5項目が重点改善の象限に位置し、緊急に改善を要することが判明した。（図2）。

[成果の活用面・留意点]

1. CS（消費者満足度）ポートフォリオ分析は、他の直売所の改善項目の分析にも適用できる。

[具体的データ]

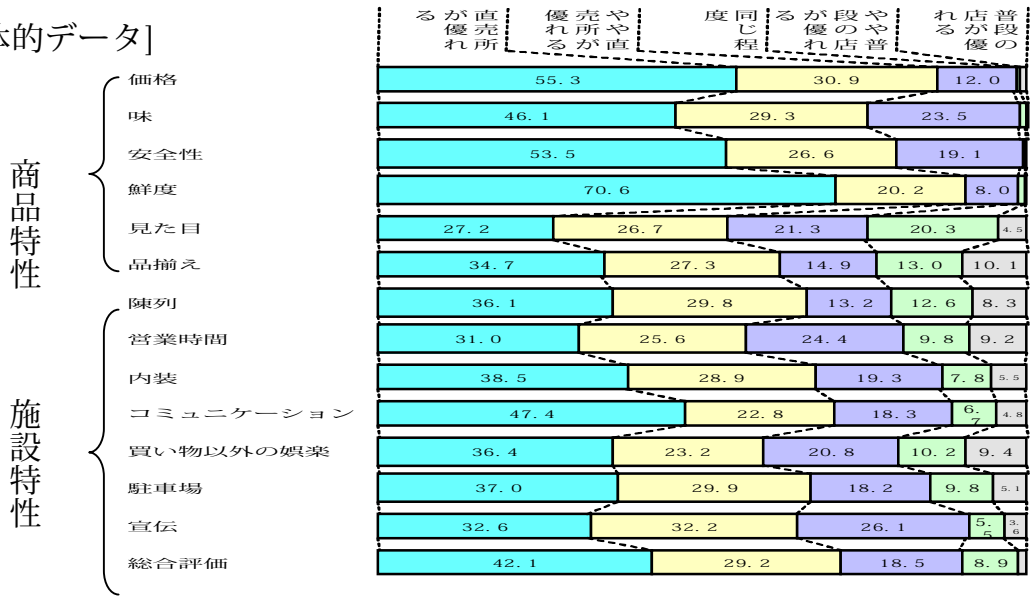


図1 消費者による直売所の評価

注1) 本図は平成15年9月に岡山地方振興局管内に位置する3店舗の利用客1,195人を対象に、普段利用しているスーパーとの比較の観点からアンケート調査をした結果である(有効回答率100%)。以下、図2も同様である。
 2) 総合評価は、消費者が直売所に対して直感的に感じた評価であって、他の評価項目とは独立して尋ねたものである。

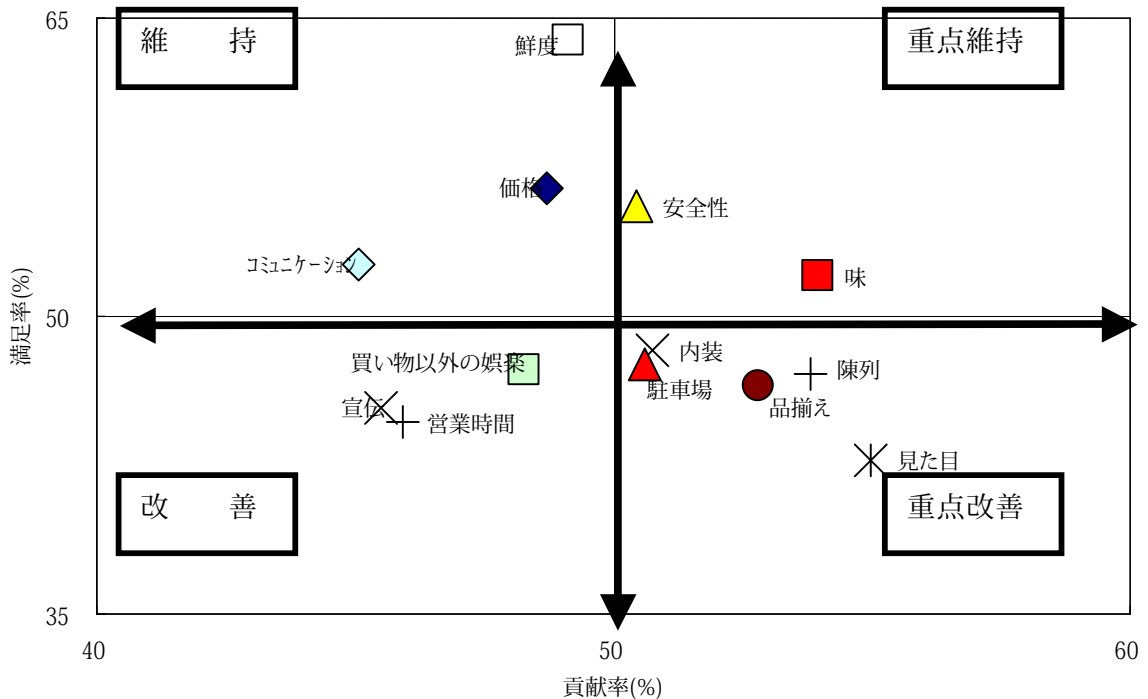


図2 CSポートフォリオ分析による直売所の改善順位

注1) 縦軸の満足率は、「直売所が優れている」と回答した総数を有効回答総数で除した偏差値、横軸の貢献率は「総合評価」に対する評価項目の相関係数に100を乗じたものである。また、相関係数はすべて有意水準0.1%で有意である。
 2) 象限に分けた縦軸は満足率の平均値を、横軸は貢献率の平均値を基準に作成したものである。

[その他]

試験研究課題・事業名：直売所の商圈分析と消費者行動の解明
 予算区分：県単
 研究期間：平成15～17年度