

◇産地や生産者の現状を分析をする

「自分らしさ」整理シート作成

市場のニーズや競合との位置関係を把握できたら、次は自分たちの現状分析を行います。「自分たちは成功要因を満たすためにどのような経営資源を持っているのか?」「成功要因に繋がる強みは何か?」「逆に弱みは何か?」など理想と現実のギャップを把握して、理想を実現するためのマーケティング戦略を考えていきます。

農産物等の生産現場での自己分析の場合は、以下のような整理シートを利用して、自分たちの置かれている生産環境を「自分らしさ」として整理してみましょう。

「自分らしさ」整理シート

要素	内容
1. つくる人	生産者や組織の理念・姿勢
2. つくる場所	地域の自然（気候，土壌，水），歴史，文化などの生産環境
3. つくるもの	生産している品目，品種，種類など
4. つくり方	独自の栽培技術や加工技術
5. とどけ方	品質保持技術，販売方法，販売場所など
6. 食べ方	昔ながらの食べ方，新しい食べ方，楽しみ方など

この「自分らしさ」整理シートから、商品開発に生かせる「種（シーズ）」を探し出し、そのシーズを活かして消費者のニーズに応えることができれば、そこから商品のアイデアへと進めていくことができます。

農産物の場合は、その地域の特色など「つくる場所」を整理することで、他産地との違いが見えやすくなるんだね！



「自分らしさ」整理シートの作成

アイデアの種や素であるシーズは、①つくる人、②つくる場所、③つくるもの、④つくり方、⑤届け方、⑥食べ方の6つの要素に分けられます。これらの要素について話し合いながら、書き出してみましょう。

産地や生産者自身では、「つくる場所」や「食べ方」についてのキーワードが出づらいため、関係機関など第三者からの意見も取り入れて整理するとよいでしょう。

1. つくる人 : 生産者や組織の理念、姿勢、生き方などを記入します。
「〇〇で一等米比率を100%にする。」などの目標ではなく、「〇〇で地域の人々の健康と幸福に貢献する。」などと言った、ポリシー的な内容が良いでしょう。
2. つくる場所 : 地域の気候、地形、土壌、水、歴史、文化などを記入します。
農林水産物は生産環境の影響を受けやすいため、この要素は特に重要です。
生産環境や郷土の歴史等を新商品のセールスポイントにできるかもしれません。
3. つくるもの : 生産している品目、品種、種類などを記入します。
過去につくっていた在来野菜や伝統野菜、研究機関などが新しく開発した品種などは重要なシーズといえます。
特に品種の違いが「自分らしさ」を活かせるポイントになる場合が多いので、可能な限り品種まで記述しましょう。
4. つくり方 : 独自の栽培技術、加工技術などを記入します。
先人から継承されてきた匠の技や篤農家技術、女性起業グループや地元メーカーが開発した加工技術などが該当します。
他の商品と差別化できるような栽培や加工技術があれば一番良いのですが、そうでない場合は、新たな技術等を導入する検討材料にもなります。
5. とどけ方 : 鮮度や品質保持のための技術、販売方法などを記入します。
農林水産物は工業製品に比べ鮮度や品質が落ちやすいため、届け方のシーズは大切です。
他の商品と差別化や、新たな技術等を導入する検討材料になります。
6. 食べ方 : 昔ながらの食べ方、新しい食べ方、楽しみ方、贈り方などを記入します。
地域に伝わる独特の食べ方などは、食べ方も含めた消費者への提案として新商品のセールスポイントになるかもしれません。

「自分らしさ」整理シートの例

要素	内容
1. つくる人	消費者に選んでもらえる美味しいトマトづくりを目指します。
2. つくる場所	全国有数の日照時間と清流の水を利用して生産している。 夕日のきれいな海岸と、文化歴史の薫る町。
3. つくるもの	ハウス桃太郎, 桃太郎ファイト, 桃太郎はるか, 王様トマト, ソプラノ
4. つくり方	・土耕栽培, 養液栽培(ロックウール型) ・減農薬・減化学肥料栽培
5. とどけ方	・段ボール箱でトラック輸送し卸売市場へ ・朝取り新鮮トマトの試食販売(〇〇市スーパーで)
6. 食べ方	料理レシピ(冷やしトマト, サンドイッチ, トマトスパゲティ, トマトラーメン, シチュースープ)の提供

関係機関等の協力体制のもとに、もう少し、本格的な自己分析を行いたい場合は、組織のビジョンや戦略を企画立案する際に利用する現状を分析する手法の一つである「**SWOT分析**」が活用できます。

SWOT分析では、組織の外的環境に潜む「機会」、「脅威」を検討・考慮したうえで、その組織が持つ「強み」と「弱み」を確認・評価することで、産地や生産者の現状を分析することができます。

〈引用文献〉

・星野康人(2010)『消費者ニーズに応える商品とは』H22年度アグリビジネス対応研修資料