

3 それぞれのタイプが直売所に期待していること

(1) レシピについて

直売所を利用する皆さんが欲しい情報を図1に示しました。最も多かったのは『野菜がいっぱい食べられるレシピ』でした。

しかしタイプによって、レシピに求めている具体的な内容は異なっていることがわかりました。

例えば、料理にかける手間はできるだけ省きたい‘時短と商品関心タイプ’は、「簡単な調理方法でできるレシピ」が欲しいと思っています。

また、お料理好きな‘食と健康マルチ関心タイプ’は、「旬の野菜・果物を使ったレシピ」や「珍しい野菜・果物のレシピ」を欲しいと思っています（図1）。

新しい食品は積極的に買う方ではない‘料理関心保守タイプ’も、「珍しい野菜・果物のレシピ」は欲しいと思っています。

レシピに関する要望は高いのですが、「レシピのカロリー、栄養成分の表示」や「野菜や果物の栄養成分の表示」はどのタイプでも30%以下と、全体的に低い傾向でした。

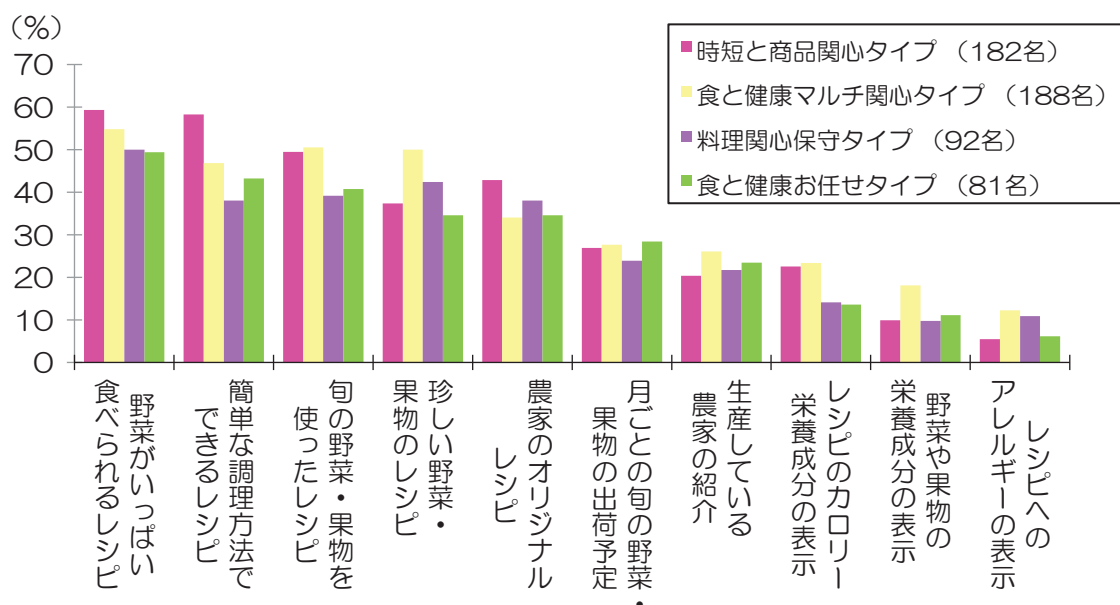


図1 タイプ別の直売所に求める情報（2015年調査）

この後、レシピに盛り込む要素について、さらに調査を行った結果が図2です。

‘時短と商品関心タイプ’は、「作り置きできる野菜おかず（常備菜）」や「野菜を使ったメインおかず」、「野菜の使い切りレシピ」を求めています。

‘食と健康マルチ関心タイプ’は、「作り置きできる野菜おかず（常備菜）」を求めている他、「疲労回復」や「低カロリー」など健康を意識したレシピにも関心があることがわかりました。

料理時間とジャンルなど、さまざまな視点でのレシピを提供することで、お客さまの関心を高め、農産物の購入につながることを期待できます。

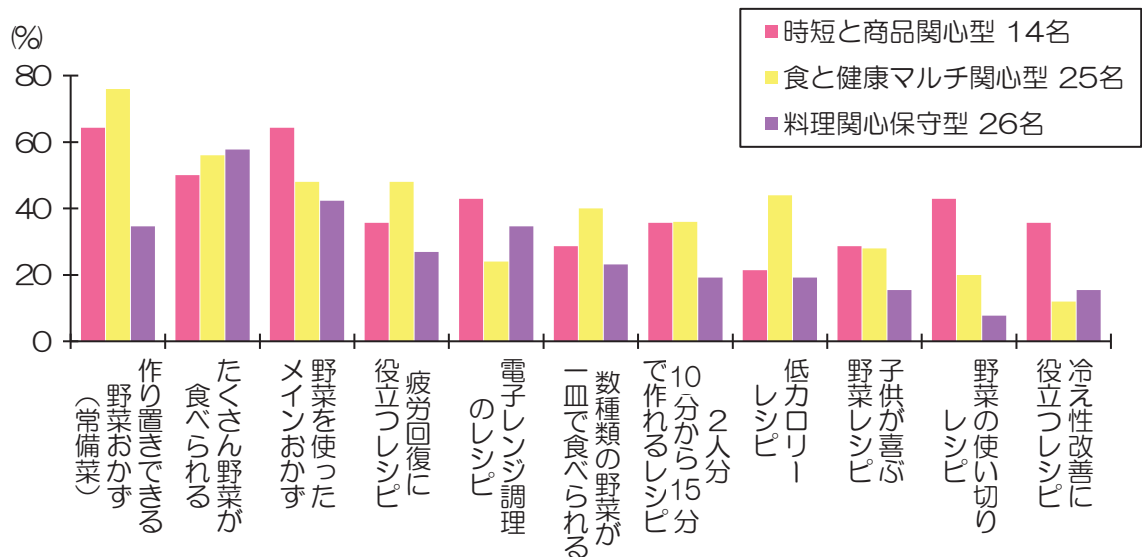


図2 類型別、直売所のレシピに求める要素 (2017年調査)

(2) イベントなど催し物について

直売所で開催して欲しいイベントなどの内容は、「直売所の農産物と使った料理の実演と試食」の要望が、どのタイプも共通して高く、特に高いのは「時短と商品関心タイプ」でした (図3)。

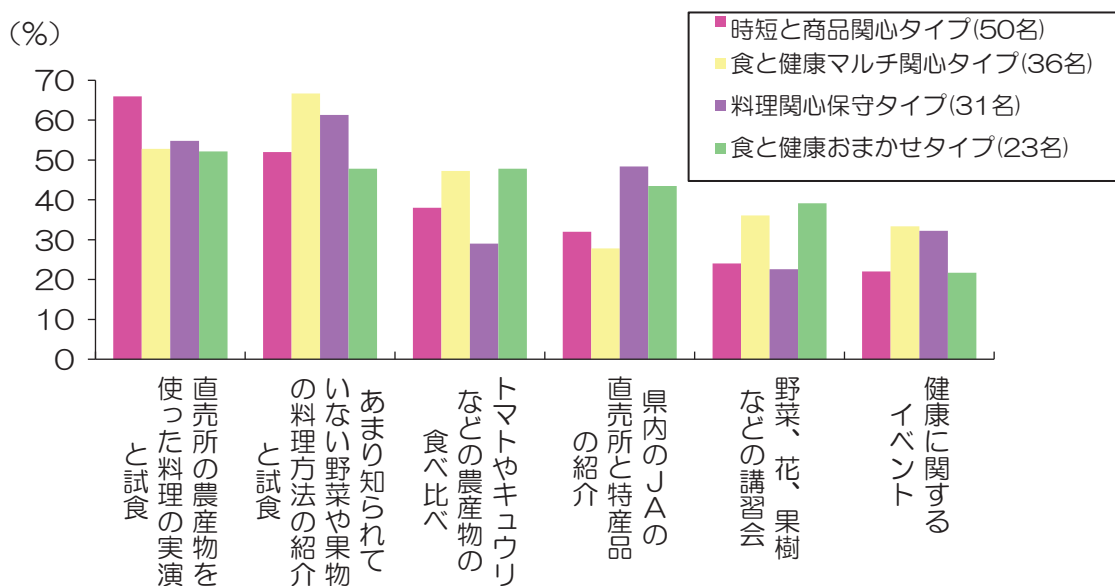


図3 タイプ別の直売所で開催してほしい企画

利用者は、レシピ提供だけでなく、実際に実演や試食で体験したいというニーズがあることがわかります。

「珍しい野菜・果物のレシピ」が欲しい「食と健康マルチ関心タイプ」と「料理関心保守タイプ」は、レシピ提供だけでなく、「あまり知られていない野菜や果物の料理方法の紹介と試食」もしたいと思っています。

出荷量が多くなる旬の時期の農産物は「たくさん食べられる」に注目して、新野

菜や珍しい野菜・果物は、出荷が始まった早い段階で、実演や試食会を行ってレシピを提供すると関心が高まります。

特に、'料理関心保守タイプ'は、新商品には飛びつかないと推定されるタイプですが、一方でお料理が好きな方です。試食がきっかけになって食材に関心を持ち、購入に結び付けることができるかもしれません。

さらに試食に続いて、「トマトやキュウリなどの農産物の食べ比べ」への要望がありました。利用者は「自分のお気に入りを見つけたい」と思っています。たくさんの生産者が色々な品種の農産物を出荷している直売所だからこそ、試食の機会を数多く提供して、お気に入りを見つける提案をしてみてください。

この他、'料理関心保守タイプ'と'食と健康おまかせタイプ'は、県内の他のJA直売所と特産品の紹介の要望が高くなっています。

さらに、男性の割合の高い'食と健康おまかせタイプ'では、「野菜、果樹、花などの講習会」の要望があります。「家庭菜園やプランター園芸での栽培方法を学びたい」、「果樹の剪定の方法を学びたい」という具体的な意見も寄せられています。野菜苗、花壇苗の出荷時期に合わせた園芸イベントの開催もおすすめです。

このような結果をもとに、直売所での「食育・農育」、さらに「商品開発」をテーマに、4つの視点で以下のご提案をします（図4）。

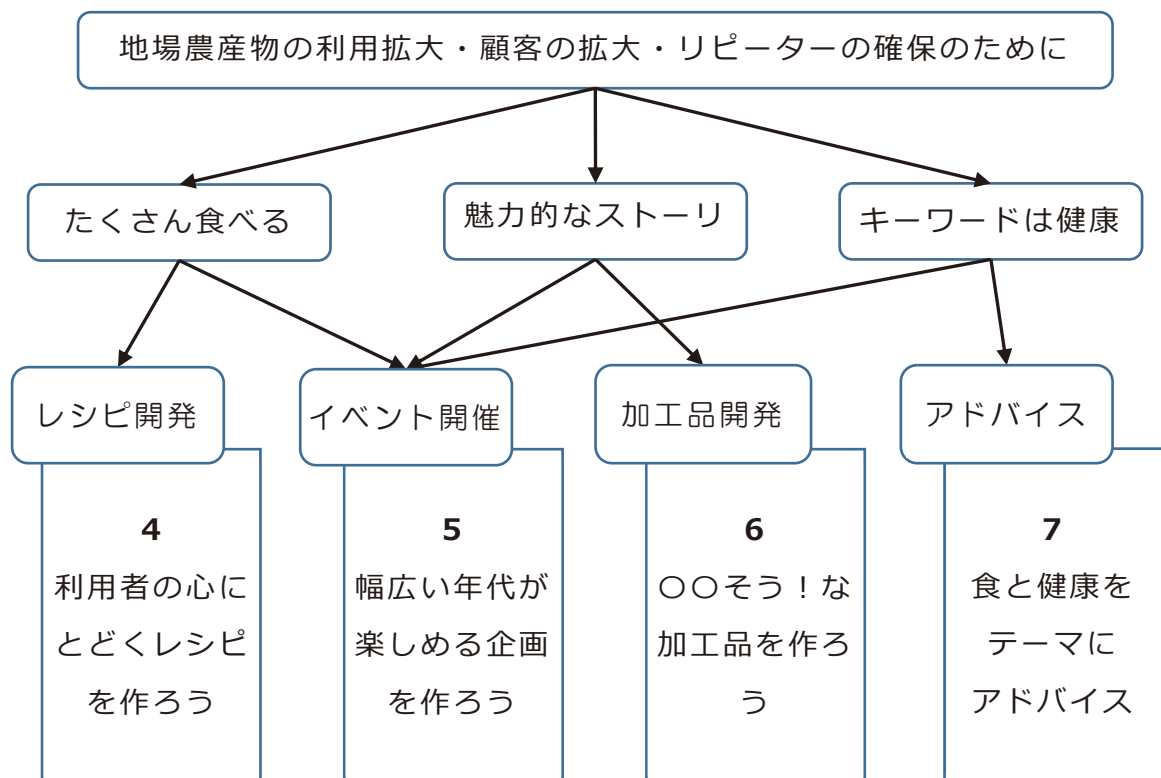


図4 直売所の顧客ニーズに基づく提案

直売所の強みは、利用者との情報交流です
今、改めて利用者との交流・体験を見つめてみませんか