

## 贈答用リンゴの顧客拡大にむけた 「おすそわけ袋」の消費者評価

贈答やおすそわけなど消費者間で行われるリンゴの授受は、農家直販における顧客の拡大につながる可能性があります。特におすそわけは、通常であれば生産者が直接アクセスできないような消費者にリンゴが届くため、新たな顧客を獲得する絶好の機会となります。そこで、おすそわけ先の消費者に商品のPRをするとともに、生産者への注文が可能となるためのツールとして「おすそわけ袋」を考案し、その活用可能性と「おすそわけ袋」に対する消費者の評価を明らかにしました。

### ☆技術の概要

1. 「おすそわけ袋」はリンゴを受け取った消費者が、おすそわけをする際に使用する小分け袋です（図1）。商品をイメージするデザインと解説、生産者の連絡先を記載することで、おすそわけ先の消費者に商品のPRをすることができます。
2. おすそわけ先の消費者は、「おすそわけ袋」に記載された情報を見て、生産者に直接注文することができるようになります（図2）。
3. 「おすそわけ袋」に対する消費者の評価はおおむね良好で、おすそわけする際に利用される可能性は高いと言えます。また、おすそわけ先の消費者に商品の情報を伝えるとともに、購買意欲を喚起する効果があります（表）。



図1 おすそわけ袋

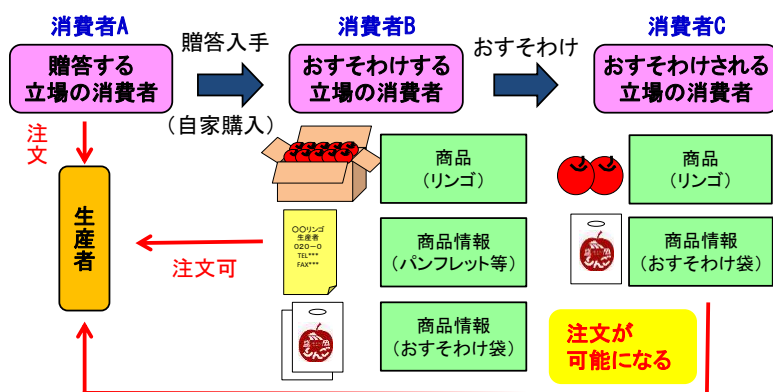


図2 「おすそわけ袋」の効果

消費者	評価内容	評価率 (%)
消費者A (贈答する立場)	「おすそわけ袋」を良いと思う	87.7
	自分が贈る時にあった方がよい	77.4
消費者B (おすそわけする立場)	届いたリンゴをおすそわけをした	94.0
	(そのうち、「おすそわけ袋」を利用した)	86.3
	次回も「おすそわけ袋」がついている方がよい	90.7
消費者C (おすそわけされる立場)	「おすそわけ袋」の解説を読んだ	76.7
	自分でも同じ生産者から買いたい	76.7

### ☆活用面での留意点

1. 贈答用リンゴを直接販売している生産者が顧客拡大を図る際に活用できます。さらに、リンゴ以外の果物の贈答についても応用の可能性があります。
2. 「おすそわけ袋」の単価は使用する色数や印刷枚数によって異なります。今回の調査では1枚当たり32円（税抜き）のものを、1箱に2枚ずつ入れています。

(農研機構東北農業研究センター 主任研究員 磯島 昭代)