

付加価値を生み出すみかんの販売方法の組み合わせ

1220496 玉井 稔二

指導教員 那須 清吾

研究背景

みかん農家が減少している原因として、昔からの農家=低収入というイメージが未だに残っていることや、農家の高齢化が急速に進んでいること、少子化による母数自体の減少などがある。また、現在多くのみかん農家が JA 組合員で JA に出荷する系統出荷という形態を取っていることもあり、多くの中間手数料等がかかってしまい、みかん農家の収益が伸びないことも原因の一つである。しかし、みかん農家の中にも多くの収益を上げている農家も存在しているのは確かなことであり、その要因として販売方法が大きく関係していると考えた。そこで、今回は農家=低収入のイメージを払拭するために、みかんの販売方法を工夫することでより稼げるようにしたいと考えた。

研究目的

本研究の目的は、愛媛県のみかん農家の販売行動のメカニズムと傾向を分析すること。また、より付加価値を生み出すことができる販売方法の組み合わせを提案することにある。

調査・分析方法

直接販売と間接販売を組み合わせているみかん農家の販売行動の仮説を立て、みかん農家 11 名にインタビュー調査を行う。インタビュー調査の結果を分析し、みかん農家の販売行動要因をモデルにする。モデルを基に、販売行動の傾向と利益を最大化できる販売方法の比率を求める。

分析結果

インタビュー調査の結果を回帰分析すると、直接販売と間接販売を組み合わせているみかん農家の販売行動要因は「品質」「心理的要因」「出荷量」の 3 つであることが分かった。

考察・結論

まず、みかん農家の販売比率に与える要因として、「品質」「心理的要因」「出荷量」の 3 つがあげられるという結論に至った。利益を最大化できる比率を求めることに関しては、今回の研究では観測数の不足、販売行動における定性的な要因をすべて定量的なものとして扱うことが難しいことから、みかん農家の販売行動の傾向までしか分析できないことが分かった。リスクマネジメントを行いながら、利益を大きくしようという農家の心理傾向があることや、良いものを高い値段で販売するという考え方よりも少し劣るものをどれだけ高く売ることができるかという考え方の方が多いことが分かった。出荷量が多い農家は、直販の比率を上げた場合でも一定数以上の間接販売利益を得ることができる。よって、出荷量が多い農家は直販の比率が高くなっているのではないかと考えられる。観測数を増やし、多くの要因を見つけることで研究の精度を高めることができる。