

直売所を地域のシンボルに!!

—現場体験を通して生産者さんの想いを伝える—

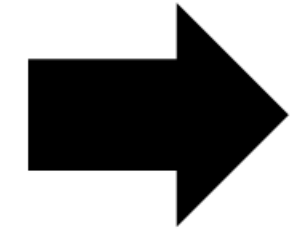
法文学部3年 川畑 日和

カミチクグループ

【1次産業×2次産業×3次産業=6次化】

牛の生産にかかるコストを管理することで、生産農家さんの経営を安定させ、安定した価格で牛肉を提供できる。さらに、安心安全な良質な肉をお客様に届ける。
→農家さん、食肉事業者、お客様、そのすべての人たちを幸せにする。

3次産業



(株)九州産直市場 お肉の直売所吹上店

市町村の集客が難しくなった物産館を活用した新たなビジネス「買って」「食べて」「贈って」が一つの施設内で完結する。

今回の課題

- ・直売所の来客数増大(特に若い世代)
- ・お客様に生産者さんの想いを届ける

①現場体験

直売所

- ・一つ一つ丁寧に販売
- ・地元の方、高齢の方が多い
- ・働いている方が皆いきいきとしている
- ・仕事への自信
- ・セルフ焼き肉の説明が足りない
- ・若い方が直売所に対して抵抗がある

農場研修

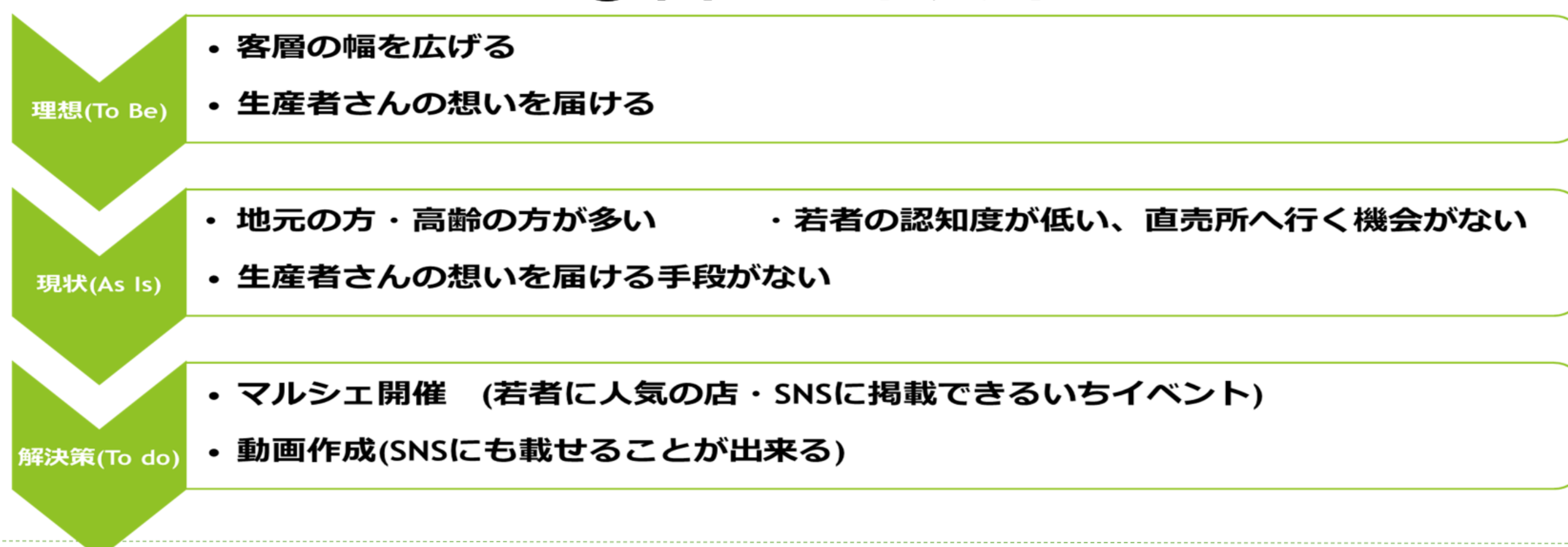
- ・皆さま牛を第一に考えている
- ・自分の仕事に対して自信を持っている
- ・一頭一頭牛の変化を注意深く観察している
- ・飼料にこだわりがある

- ・もっと幅広い世代に知ってもらいたい
- ・生産者の想いを多くの方に知ってほしい

マルシェ開催

・若者に人気のお店に出店依頼(若い人に直売所を知ってもらう)
・SNSでイベントを拡散する
・マルシェと直売所の両方で商品を買ってくださった方には、抽選でお肉をプレゼント!!

②課題解決案



動画作成

(店内モニターで流す)

- ①セルフ焼き肉の利用方法
- ②お肉を販売する方々の肉へのこだわりが分かる動画
- ③生産者の方々の想いを伝える動画

③結果・反省

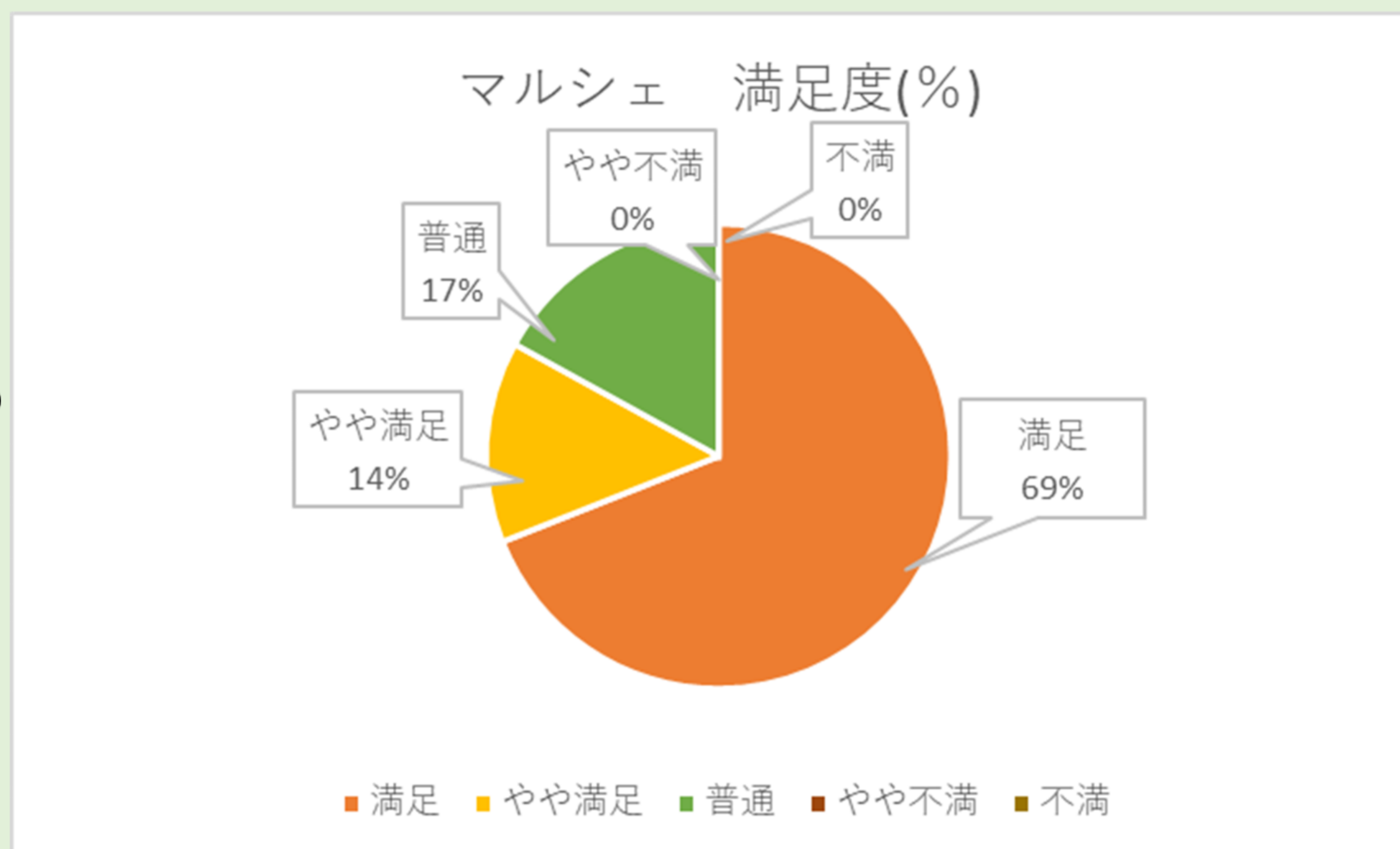
○良かった点

- ・雰囲気良さ
- ・新規顧客の獲得・年齢層の拡大
- ・売上・客数・販売点数の向上
- ・直売所の商品を利用したSNSへの投稿
- ・出店者さんに対するプラスの影響(認知度UP・新規顧客獲得・新たな交流)
- ・またイベントを開催してほしい等のご意見

×改善すべき点

- ・スタンプラリーに参加してもらうための工夫
- ・自分たちも出店すべきだった(キッズイベントなど)
- ・広告(お店の人に頼りっきり)
- ・直売所の混み具合への配慮

	9月23日	普段の平均	
売上	1680千円	約1200千円	約40%UP
客数	561名	約400名	約40%UP
買い上げ点数	3,171点	約2,500点	約27%UP



○良かった点

- ・動画を見てくださった方々の満足度
- ・売上・販売点数の向上
- ・セルフ焼き肉の認知度・利用促進
- ・SNSで流せる媒体のため、今後も多くの方々に見てもらえる見込み有り
- ・それぞれの動画合計で7000回ほど再生されている(2023、12月時点)
- ・お店の方々からのお褒めの言葉

×改善すべき点

- ・動画をもっと見てもらえるような工夫をすべき
- ・前もって動画を流してる事の告知など



マルシェと動画作成2つの面から課題解決を行った結果

- ・売上・来客数・販売点数の向上
- ・セルフ焼き肉の利用促進
- ・マルシェ目的だった方にもお肉を食べて、動画をみて「カミチクグループ」の6次化、生産者さんの想いを知ってもらえた



今後の課題と展望

・SNSをうまく活用する

今回のイベントでもSNSの力の偉大さを痛感した

・競争店が増えていく中での他との差別化の工夫

セルフ焼き肉をもう少し押し出すべき!!イベントを開催したり、学割、レディースデー、子育て応援キャンペーンなど

得たスキル

・主体性

今までしたことのない経験を自分たちの力でできたからこそ自信が付いた。

・計画力

イベントや動画作成の企画をするうえで、先のことを見越して行動できるようになった。

自分自身の今後の課題

・思考力

楽観的に考えてしまう癖があるが、今回のイベントでより一つ一つのこと興味を持ちに深く考えるべきだと感じた。

・創造力

アイデアを出す際に、固定概念にとらわれてしまいがちなところを感じた。もう少し、柔軟な考えや、独創的なアイデアが出せるようになりたい。