

# 鶏卵の直売所における顧客満足度調査

～経営改善の方策を調べよう！～

安藤貴洋（豊田加茂農林水産事務所農業改良普及課）

【平成23年9月20日掲載】

## 【要約】

豊田加茂地域の養鶏農家の多くは、直売による鶏卵の有利販売に取り組んでいる。直売比率向上のため、農業改良普及課は養鶏農家とともに、直売所1店舗で、来店者に対しアンケート調査を行った。アンケートデータにCS（顧客満足度）分析を用いることで、直売所利用者のニーズと改善方策を明らかにすることができた。

### 1 はじめに

豊田加茂地域の養鶏農家1戸当たりの平均的な飼養羽数は約2万羽で、全国平均の約4万羽と比較すると小規模である。しかし、養鶏農家は、大消費地である豊田市、名古屋市に臨む地の利を活かし、直売による鶏卵の有利販売に取り組み所得確保を図っている。

効率重視の大規模経営と一線を画し、今後も所得を安定的に確保していくためには、鶏卵の直売所に来店する顧客ニーズを踏まえて直売比率の向上に結びつく経営改善を行う必要がある。

### 2 調査方法

鶏卵の直売所1店舗で、平成21年10月18～19日に、表1のアンケートを行い、151人の購入者から回答を得た。レジ通過直後に、その場でアンケート用紙への記入を依頼する方法をとった。

表1 アンケートの設問

内容	回答法	選択肢
弊社についてのあなたの評価をお聞かせください。（味、新鮮さ、価格が適切、1パックの卵の数、品切れがない、店舗の雰囲気、店舗の清潔さ、安全・安心、高級感、接客態度、サービス・トラブル対応、PR紙、総合評価の13項目）	単数回答	1. 不満 2. やや不満 3. どちらとも言えない 4. やや満足 5. 満足

### 3 分析方法

CS（Customer Satisfaction）分析を用いた。CS分析とは、マーケティングなどに用いられる手法で、顧客の顕在的・潜在的ニーズを測り、機能改善の優先度を明らかにし、経営資源の投入方法や経営改善の方法を検討するものである。各評価項目の満足度（満足若しくはやや満足と回答した割合）と重要度（総合評価と各評価項目の相関係数）を標準得点化し、満足度を縦軸に重要度を横軸にとりCSグラフを作成

する。CSグラフの見方は表2のとおりである。

表2 CSグラフの見方

象限	分野	説明
第I象限	重点維持分野	重要度も満足度も高い領域である。これまで顧客満足度を高めるために行ってきた努力の蓄積であり、その店舗の強みに相当する。
第II象限	維持分野	満足度は高いが重要度が低いので、そのまま維持することが求められる領域である。
第III象限	改善分野	満足度も重要度も低く、総合的な満足度にはあまり貢献しない領域である。
第IV象限	重点改善分野	重要度は高いが満足度が低い領域である。ここに位置する項目は弱みに相当し、総合的な満足度を高める上で、最優先に改善すべき項目である。

#### 4 調査結果

アンケートの回答者151人のうち表1の全ての項目について回答のあった93人を対象にCS分析を行い、図1においてその数値をグラフ化した。

第I象限にプロットされた評価項目は、味、新鮮さ、接客態度、安全・安心、店舗の雰囲気、サービス・トラブル対応であった。第IV象限にプロットされた評価項目は、PR紙のみであった。

よって、この分析結果から、この店舗の総合的な満足度を上げるにはPR紙の改善を優先して行うことが望ましいと推察された。

#### 5 最後に

鶏卵の直売において、顧客満足継続し、顧客との信頼関係を築いて行くことは、最も重要な課題である。顧客満足向上のためには、顧客のクレームに耳を傾けるとともに、アンケートやヒアリングにより顧客ニーズを正確に収集する必要がある。

顧客が求めているものを探り、そこに焦点を絞った改善を繰り返すことが、直売所繁盛の近道ではなかろうか。

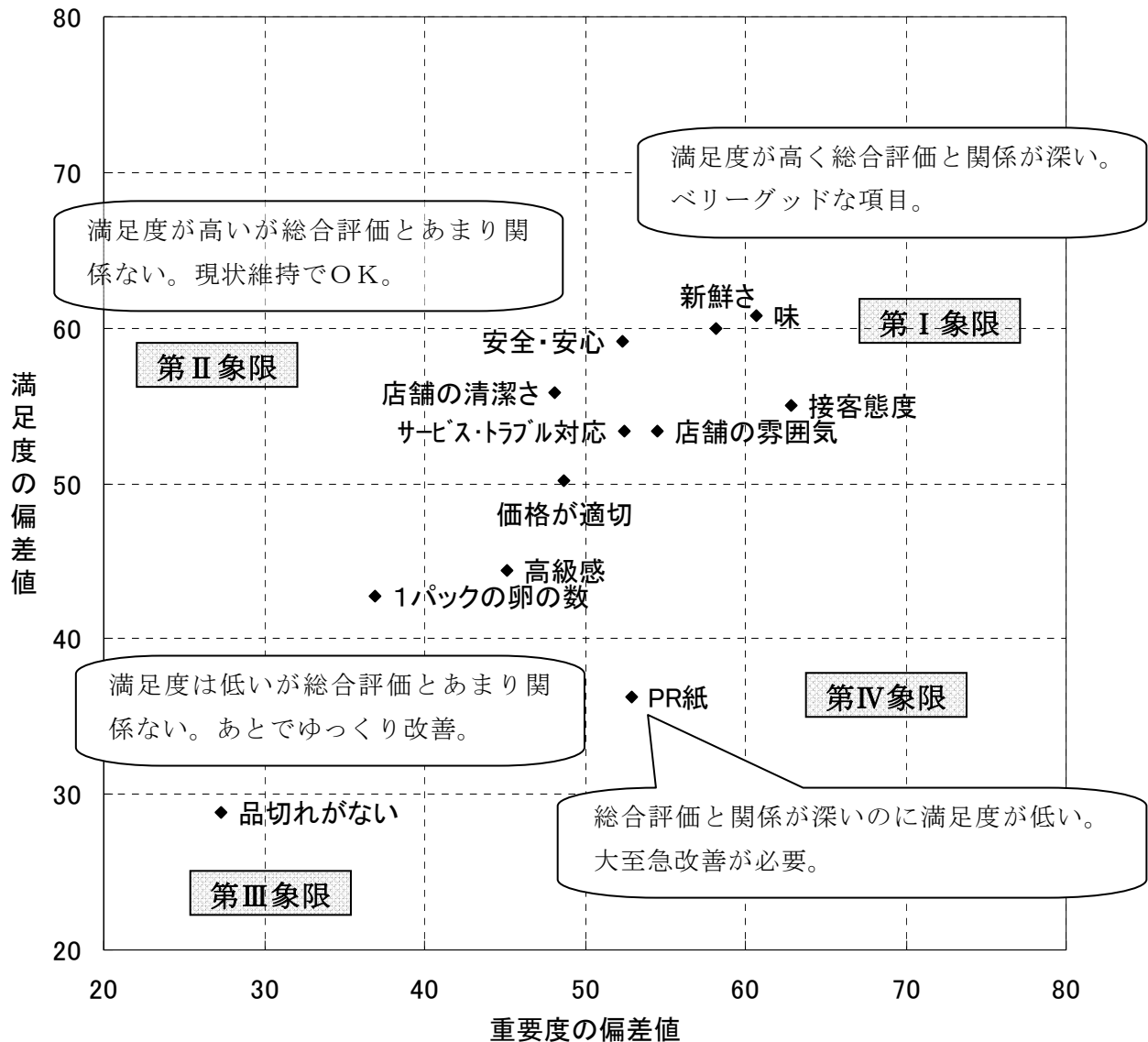


図1 CSグラフ

5 参考図書

- 管民郎. すべてわかるアンケートデータの分析. 現代数学社. (1998)
- 管民郎. らくらく図解 アンケート分析教室. オーム社. (2007)