

r e p o r t

事例レポート ③

# 直売所の欠品をなくしたモバイル活用「これだすシステム」

## ニセコビュープラザ直売会

ニセコ町の道の駅「ニセコビュープラザ」直売会の「これだすシステム」は、直売所での欠品を少なくするため、効率的に農産品の補充ができるようにしたシステムである。2004年から運用開始し、直売所の棚にある品物が何個売れたかを、定時に会員農家の携帯電話にメールで知らせる。農家は農作業を行いながら売れ行き情報を常時把握し、適切な時間に農産物を補充することができるようになり、その結果、欠品を少なくすることができた。

直売所の画期的なシステムとして話題を呼んだ「これだすシステム」の内容と導入するまでの経緯、導入後の取り組みについてお聞きしました。



ニセコビュープラザ直売会会長  
三浦裕一さん

### 欠品を少なくした画期的なシステム

私たちの直売会は平成9（1997）年の開設以来、来場者数も売り上げもずっと右肩上がりが続いてきました。規格外農産物を安く売ることが評判を呼んだのですが、同時に自分が生産した農産物以外は売らないというルールを徹底してきたことが、皆さんの信頼を獲得したのだと思っています。

しかし、商売繁盛の裏では、予想していなかったいろいろな問題が起こっていました。まず、お客さんが多くなり、特に土日などは午前中に売れ切れてしまう農産物もあるほどの人気で、品物の補充が間に合わず、欠品が多くなりました。遠くから来てくれた観光客などに、「せっかく遠くから来たのに、品物がない」と不満を言われることも多くなりました。直売所で販売管理に当たる事務員は、お客さんから不満を言われるたびに謝罪し、欠品を極力少なくしようと農家に電話で「品物が少なくなったから早く補充して」と催促していました。しかし、そのことが皮肉にも、一部の会員農家に、特定の会員にだけ欠品情報を流しているという不公平感を抱かせることになりました。よかれと思ってやっていた事務員が、お客さんと会員農家との板ばさみになっていったのです。

一方、農家は「これだすシステム」が導入されるまでは、勘に頼って品物を補充していました。しかし、農作業を中断してまで運んだ農産物も、店頭でまだ売れてなければ持って帰らなければならなかったのです。

そうした状況の中では、お客さんが増え、売り上げが増加すればするほど、ロスや悪循環が大きくなっていくのではないかと予想できました。それらを一挙に解決したのが、「これだすシステム」です。

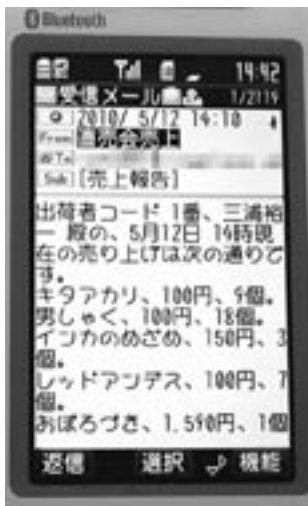


農家は売り上げ状況が携帯電話で常時把握できて、欠品前にタイムリーに品物の補充ができるようになりました。お客さんはいつも新鮮な農産物を買うことができ、事務員は本来の事務作業に力を注げるようになりました。今、思えば非常に画期的なシステムだったということです。

### 大口顧客に対しても平等な応札システム

「これだすシステム」は、売上状況の通知だけでなく、大口顧客の注文に対しても威力を発揮しました。システム導入以前は、事業者などから何十キログラム、何十箱といった大口の注文があると、事務員は頼りになりそうな農家から順番に注文数がまとまるまで個別に電話をしていました。しかし、そのことがここでも会員農家間の不公平感になっていきました。

そこで、「これだすシステム」では、大口注文があると生産物ごとにグループ分けされている会員農家全員に注文数量が一斉に通知され、応札できる数量を知らせるように促すのです。応札は早いもの順に機械的にまとめられ、注文数量に達すると終了し、会員に結果が知らされるのです。すべて機械が処理していくので、不公平感は全くありません。大口注文が一斉配信で一挙に集荷できるようになったため、非常に効率がよくなりました。



売上状況通知メール



大口発注メール

### 直売会が踏み切った全員モバイル

レジを通ったものが売上げデータとして蓄積されるのがPOSシステム<sup>※1</sup>です。そのデータのなかで、売れた数(情報)が農家に配信されるのです。例えば、ジャガイモの「きたあかり」が何袋、「インカのめざめ」が何袋、お米の「おぼろづき」が何袋売れましたという情報がメール配信されるのです。1時間おきにでも、6時間おきにでも、1日に1回でも、その人の都合に合わせて、知りたい時間の設定が自由にできます。

現在は、会員農家全員が携帯電話を使っています。高齢の会員は最初は携帯電話を操作することへの抵抗感がありましたが、一度使ってみると意外と簡単に操作できることがわかってきました。農作業などを行いながら、いつでもどこでも売り上げ状況が分かるし、注文が一斉に配信されてきますから、本当に便利です。

### 「これだすシステム」導入までの道のり

直売会は無人直売所からスタートしました。缶かんを置いて料金を入れていってもらうのです。私は春先、アスパラガスを売っていたのですが、商品はなくなっているのにお金が入っていないことがよくありました。缶に入っている料金が実際の売り上げ(無くなっている商品の金額)より1割も少ない人もいました。そんな状況ですから、無人販売のときは100円、200円の低額商品しか置けませんでした。

平成14(2002)年にレジスターが入りました。直売会のやり方がみんなに評価されて、お客さんがどんどん増えていったのです。ニセコ町がこれまでの開け放しの建物を屋根囲いのある建物に増改築してくれたので、会員も60名程度に増やしました。レジスターの導入や建物の改築のおかげで、高額な農産物を置くことができるようになり、夏季だけの販売を通年化しました。当時は、これで全てがトントン拍子に進むように思っていたのですが、先ほどお話ししたとおり客は増加するのに売り上げ情報がなくて欠品が続くなど、商売繁盛の裏側でいろいろな問題や悩みが起きました。

※1 POSシステム (Point of sale system)  
販売時点情報管理。物品販売の売上実績を単品単位で集計する手法・システム。

会員農家の間で交わされていた、農作業をやりながら売り上げ情報がリアルタイムで把握できればいいのという話を、当時、町から直売会事務局に出向していた職員が聞き、システム構築のために「ふるさと財団<sup>※2</sup>」の補助事業を見つけられました。

### ブランド化と販路の拡大のために

「これだすシステム」は、売上状況を通知する機能やPOSレジ・システムなど、総合的な売上管理システムで、直売会を支える画期的なものでした。しかし残念ながら、このシステム自体が消費者や顧客に直接アピールして、ブランド化や販路の拡大に機能するものではありませんでした。

そこで、直売会を通して、会員農家（生産者）と一般消費者、大口顧客事業者などがもっと密接につながるシステムとして、「直売所総合販売管理システム」を昨年5月から一部運用しています。

まず、消費者が最も関心の高い生産者情報や生産履歴情報が買い物客の携帯電話で見ることができるようになりました。われわれ直売会が厳しいルールを設けて、これまで最も努力してきた会員農家自らが生産したものしか売らないということが、生産者情報や生産履歴情報という形で、自信をもって消費者に提供できるようになったのです。直売会は札幌近郊のお客さんが8割以上もいます。食の安全安心の意識が高い都市部の消費者にアピールできるシステムになっています。



#### ※2 ふるさと財団（通称）

正式名称は「財団法人地域総合整備財団」。1988年、都道府県、政令指定都市の出捐による財団法人として発足。地方自治の充実強化のため、地方公共団体との緊密な連携の下に民間能力を活用した地域の総合的な振興及び整備に資する業務を行うとともに、地方公共団体が実施する長期資金の融資業務を支援し、地域における民間事業活動等の積極的展開を図り、活力と魅力ある地域づくりの推進に寄与することを目的とする。



直売所の模様

次に、大口顧客のための受発注システムがあります。ホテル、ペンションなどの地域事業者は、これまで直接買い物に来てくれたり、電話注文してくれていましたが、ネット上で通販できるシステムを組み込み、昨年実証実験は終わっています。取引高によって値段が変化するシステムや商品集荷配送システムもあって、直売所を通さなくても、配送車の運転手がハンディターミナルを持って直接農家のところに行き集荷し事務処理も済ませるのです。

そのほか、レシピ情報、口コミ情報評価機能など、インターネット情報発信システムやネットショッピング機能も入っています。

### 右肩上がりがかいつか止まる危機感

私は平成20年の春から直売会の会長をやってきて、現在3年目になります。会長として一番心配しているのは、昨年の暮れくらいから売り上げが少しずつ減少し、今年の天候不順がさらに追い討ちをかけている状況にあり、しかも近隣市町村に直売所が相次いでオープン、競争が激しくなっていることです。

このため、先ほどお話しした直売所総合販売管理システムを早く全面運用し、また、直売会の目玉になる加工品なども検討しています。

ニセコビュープラザ直売会HP

<http://www.viewplaza.jp/>