

シェアオーナー制度の実装定着による一次産業の新しい形 Pocket Ownersで実現するDX4.0(IX)

採択事業者名

EXest株式会社

コンソーシアム構成員

テレビ愛媛 | 愛媛大学社会共創学部 | JAひがしうわ

事業概要

目的

消費者が「推し」農家を作り、生産者と消費者の新しい関係(シェアオーナー)を構築するPocket Ownersを県内の一次産業従事者に導入いただき、愛媛県、中四国、全国からオーナーを募集。オーナーコミュニティを活用した新しい産業構造を構築し、生産者にとってよりチャレンジしやすい環境を創造する。

課題

2022年の取り組みにより、オーナー制度に関して、一定の評価は得られたものの、生産者の数やオーナーの数、生産者のアクティブレートなどには課題があった。慣れないデジタルを活用し、情報発信を実施することや、集客の難しい
地方の農業体験イベントへなど、
①生産者をどう増やすのか、
②オーナーをどう増やすのか
③各自のアクティブ化を実現することが重要であった。



解決策

愛媛大学インターン生、愛媛県専用のプロジェクトマネージャーを活用することで、農家へのアプローチを増やし、登録数を増加させる。また、インフルエンサーに枠を提供し、体験を楽しんでいただくことで自らのSNSで情報を発信していただくことを実施した。フィード機能も拡充し、オーナー自らが投稿できる機能を実装、アクティブ化を促した。



取り組み内容

愛媛大学社会共創学部学生と連携し生産者へアプローチ
生産者50名を達成するために、まずはメールにてアプローチ

インフルエンサー(フォロワー合計57万人)との連携
インフルエンサーと連携し情報発信を実施しています。フォロワーに対して認知が上がることでオーナーになっていただきます

オーナーからのフィード投稿機能の実装

生産者からの情報伝達だけでなく、オーナーが投稿することで、いいねやシェアなどのアクションのアクティバートを狙いました。



検証項目

愛媛大学と連携することで返信率などが高まるか?
一次生産者260名をリストアップ、160名へ連絡し、42名と面談、40農家にコンテンツ制作を実施しています。2022年からの継続生産者と合わせて49名となりました。

インフルエンサーマーケティングの価値
自分が信頼するインフルエンサーだからこそ、体験価値を伝えやすいのでは、という仮説を検証します。

オーナーからのフィード投稿機能の実装
双方向コミュニケーションを重視し、オーナーからの情報発信機能を実装、リリースしています。実際にオーナーからの投稿も増えてきており、生産者の満足度も高まっています。

取得データ

愛媛大学生からのメールの反応率は、EXest社からのメールの半王立の2.5倍程度高い結果となりました。またオーナー投稿機能はフィードのアクティブ化が実現、投稿数が実装前の約4倍になりました。

データ活用による考察・示唆

一次産業従事者は、やはり地元の大学生がチャレンジしていることを応援していただける気質があることがわかりました。また、フィード機能も充実させていくことで、生産者のモチベーションも上がり、アクティブ化に相乗効果になることがわかりました。インフルエンサーに関してはまだ十分なデータがありません。

成果と今後

成果(含む想定)

#最大100文字程度

		実装前	実装後(～今年度)	今後3年
金額	金額	<ul style="list-style-type: none"> オーナー制度: 非公開 イベント: 非公開 商品開発関連: 非公開 	<ul style="list-style-type: none"> オーナー制度: 非公開 イベント: 非公開 商品開発関連: 非公開 	<ul style="list-style-type: none"> オーナー制度: 非公開 イベント: 非公開 商品開発関連: 非公開
	重要指標	<ul style="list-style-type: none"> 少量多品種農家の販路問題 自ら販路を開拓し、EC・道の駅で販売。拡張性が少ないことが問題となっている B級品/規格外品問題 減農薬、化学肥料不使用などこだわりを持つ農家ほど廃棄率が高く、経営に大きなインパクト 労働力の不足問題 繁忙期間散散期における構造的な労働力問題 	<ul style="list-style-type: none"> 生産者登録者数 コンタクト数>返信数>面談数>登録数=コンテンツ数 生産者アクティブ率 フィード機能利用者数 オーナー数(toC) 認知>興味関心>サイト内検索>購入 オーナー企業数(toB) コンタクト数>面談数>購入枠数 	<ul style="list-style-type: none"> 生産者登録者数 コンタクト数>返信数>面談数>登録数=コンテンツ数 生産者アクティブ率 フィード機能利用者数 オーナー数(toC) 認知>興味関心>サイト内検索>購入 オーナー企業数(toB) コンタクト数>面談数>購入枠数
定性面	<ul style="list-style-type: none"> 農家の高齢化によるITリテラシー不足問題 「安いいいものが買える」ではなく、「単価は上がるが付加価値がつくため、高くても価値がある」をどう理解してもらうか 	<ul style="list-style-type: none"> オーナーのアクティブ化を実現することで、生産者のアクティブ化が可能になるのでは。 企業への販売を実施し、人的資本に資する取り組みを実施する。 必要機能の洗い出しと実装計画を立てる 	<ul style="list-style-type: none"> サブスクリプション機能の実装 企業と連携 生産者のリアルタッチポイントを作り、体験価値を顕在化する(Pocket Owners standなど) 愛媛県内の企業と連携し、オーナー制度を広げる 加工品プロジェクトを年6回実施する 	

次年度以降の実装計画/見立て

生産者サイド(登録数、イベント数、アクティブ率など)

- オーナーを増やしていくことで、生産者内認知率を高め、リファラルで増やしていく
- 地元テレビ局と連携し、定期的な露出を目指す

オーナーサイド(オーナー数、イベント参加者数、プロジェクト参加数)

- リアルなタッチポイントを増やしていく(Pocket Owners Standの実装、WUとの連携)
- 愛媛県内企業と連携(人的資本経営からのアプローチで社内の人事組織育成での活用を提案する)
- インパウンドも視野に入れ、商品開発プロジェクトなども定期的の実施する

愛媛拠点の確立

- プロジェクトマネージャーの採用、大学との連携を広げ、愛媛での拠点設立を視野に入れ活動する