

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**

| 勉強会の実施概要 | |
|----------------------|---|
| 勉強会の目的 | 登録生産者がより有効にPocket Ownersを活用できるようにするため |
| 勉強会の当初のゴール想定と結果 | 登録生産者に対しフィード投稿機能を説明すれば、Pocket Owners内でのアクティブ率が高まり、オーナー募集に対して一定の効果を得られると想定した。その結果として、オーナーの購入は6件出現した上、生産者のエンゲージメントも高まった。 |
| 参加者 | トライアングルベース:しましま農園・山媛ファーム・ オンライン:JAひがしうわ・宇和島農産・スマイル農園たかの・戸田果樹園 |
| 協議アジェンダ | <ul style="list-style-type: none"> • Pocket Ownersを活用しての感想や課題感のフィードバック • フィード投稿機能の活用方法に関して • 農業体験イベントの実施に関して |
| データに基づく協議ポイントの整理 | Pocket Owners内の情報発信機能を有効活用している生産者は相対的にオーナー獲得率が高いため、フィード機能をアクティブにすることでオーナーを獲得できるのではないか、また農業体験イベントなどで生産者との関わりを持っていただくことで、よりオーナーになっていただく可能性が高まるのではないかと考えた。 |
| 主なデータ項目 | ・フィード投稿数・オーナー獲得数・農業体験イベント参加者のオーナー申込の割合 |
| 協議におけるガイドライン (含む具体例) | 1投稿につき、PV数がどの程度増加したのかを検証 生産者の投稿へのリアクション(エンゲージメント)を計測 情報発信の最適な頻度の検証 情報発信の最適な内容を検証 |
| 「実装成果」実現に向けた示唆/考察 | 投稿が増えることでPV数は増える傾向にあった 生産者の情報発信により、オーナーの満足度が高まり、リピート率に影響を与える可能性が示唆された 農作業体験だけではなく、生産者のキャラクターがわかる内容も支持された |



| データ活用・協議の具体例 | | |
|--------------|---|--|
| | 実装前 | 実装後 |
| 重要指標例 | 生産者のフィード投稿数 → PV数、オーナーの反応(いいね、コメントなど) → オーナー制度の購入 → リピート率 | |
| データ取得 | <ul style="list-style-type: none"> • 生産者の自主性に任せて農業イベント(定植、収穫など)のタイミングでのみ投稿 • 投稿数は生産者によってばらつきがあるものの、1週間の平均投稿数はPOs全体で1.5回程度 • 投稿する生産者にも偏りが見られる | <ul style="list-style-type: none"> • 1投稿につき500円というインセンティブをつけることで生産者の投稿を促した • 内容に関しては農業関連だけではなく、広く幅を持たせることを指示することで内容の差による反応率を検証 |
| データ利用 | <ul style="list-style-type: none"> • 生産者に一存していたためデータ活用できていない | <ul style="list-style-type: none"> • 生産者の投稿数とオーナーの反応を計測 • PV数を中心に増減を比較した • 購入まで繋がるかどうかを検証 |
| 実行 | <ul style="list-style-type: none"> • 生産者に一存していたためサービスとしてのアクションはなし | <ul style="list-style-type: none"> • 9農家合計・37日間で232の投稿 • PV数も500%上昇し、一定の効果が見られた • ただし、購入につながったのは4件のみだった |
| 協議 | <ul style="list-style-type: none"> • 投稿することでオーナーが増える、オーナーとのコミュニケーションが活発になる、という仮説のもと投稿を促す仕組み、きっかけを展開 | <ul style="list-style-type: none"> • 最も投稿を実施していただいた農家(戸田果樹園)はオーナー募集期間が終わっていたため、コンバージョン計測が難しかった • 投稿数とPV数には一定の相関が見られたため継続して展開をしていく • 内容の検証に関しては定量的なデータ取得が十分でなかった |

| データ活用・協議による成果 |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • 生産者の投稿数はインセンティブによってコントロールが可能になったことがわかった • 投稿数がオーナー獲得数に影響を与えることがわかれば投稿数を増やすことができるため、サイトがアクティブ化する。そのための中間指標を設計し、生産者に共有することが重要だと感じた • オーナーの投稿機能を作ることで、生産者主導だけではなく、生産者がreplyする形を作ることができればよりフィードが活性化するのはのではないかと仮説を立てることができた • 投稿内容に関する差異が明確にならなかったため、今後の検証事項として投稿内容による反応率→購入率の差異などを可視化したい |

勉強会実績