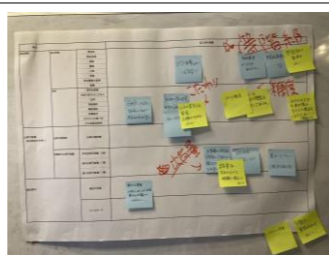


# 「生産者・需要者 情報連携サービス」開発 生産者と需要者の合同ワークショップによりサービス要件を明確化

採択事業者名 (株)インダストリー・ワン  
コンソーシアム構成員 伊予銀行(株)

勉強会の実施概要	
勉強会の目的	情報連携サービスの活用が商談機会創出につながることを需要者から説明頂き、サービス活用に対する生産者の理解を醸成する。また、サービスの継続的な運用にあたっての想定課題を抽出し、サービス要件の精度・解像度を高める。
勉強会の当初のゴール想定と結果	当初は勉強会を1回実施することを想定していたが、商流によりニーズが異なることから、異なる商流をターゲットに2回実施した。
参加者	上記構成員に加え、県内小売事業者1社2名、県外仲卸事業者1社3名、愛媛県内生産者8名が参加した。
協議アジェンダ	サービス利用シーンを説明した後、サービス利用時の課題および解決施策に関する意見交換を行った。
データに基づく協議ポイントの整理	生産者・需要者が継続的に利用できるサービスを設計するため、需要者が求める情報に対して、生産者が負担なく入力・更新できる情報について協議した。
主なデータ項目	商品情報、販促情報、季節毎の出荷実績・出荷可能量・出荷見込み
協議におけるガイドライン (含む具体例)	青果物をロスなく販売していくためには、生産者と需要者が円滑に情報連携していくことが重要である。しかし、需要者が必要とする情報と、生産者が連携している情報は、質・連携頻度の点で齟齬が生じている。この齟齬を埋めることで、商談の頻度と確度を向上させ、販売ロスを削減する。
「実装成果」実現に向けた示唆/考察	生産者が負担なく入力・更新できるレベルの情報を連携することで、需要者が生産状況に応じた売場作りを推進していける可能性が示唆された。また、販促資材作成や出荷可能量算出の自動化機能を加えることで、生産者の入力負担を削減することができる。



データ活用・協議の具体例		
	実装前	実装後
重要指標例	アンケートにより、下記項目を評価 ・生産者が、需要者との情報連携によって売上向上を実現できると感じられるか ・生産者が、継続的に情報入力・更新できると感じられるか	
データ管理	・ 担当者の経験、顧客からの要望に応じて、都度営業マテリアルを作成	・ マーケットニーズをもとに最適化された営業データ項目に基づいて情報を入力
データ作成	・ 販促資材(販促資材やレシピカード等)を自社で作成 ・ 顧客からの要望に応じた単位で、出荷可能量を都度計算	・ 販促資材を自動生成 ・ あらゆる単位の出荷可能量をワンクリックで表示
販路開拓	・ 生産者は年数回の商談会参加や電話営業によって販売先を開拓	・ オンライン上で通年を通して全国の需要者と接点を構築することが可能
営業	・ 一度商談が不成立となると、その後継続的に商談機会を得ることが困難	・ 一度商談が不成立となっても、継続的に商談機会を得ることが可能

要件定義フェーズであるため、実装前後の運用は想定で記載

## データ活用・協議による成果

協議に参加した生産者が、売上向上の可能性や利用の意向を示していることから、サービスの有用性を確認できた。

