

果物狩りをDX！ デジタルサービスの導入で果物狩り実施の工数の削減、顧客満足度向上を実現

採択事業者名 ノウタス株式会社

コンソーシアム構成員 ノウタス株式会社 | 伊予銀行 | 西条市 | 伊方町 | 丹原もぎたて倶楽部 | 戸田果樹園 | 株式会社田縁農園 | 株式会社NADA

事業概要

目的

地方に観光客を誘致するための手法の一つとして、日本の豊富な農業資源が活用できると考えている。観光農園にデジタルツールを導入することで農業体験を受け入れる際に必要な管理業務や精算業務などを簡素化し、価値のある体験を提供する。

課題

観光農園を行う農家にとって、農業体験を実施する際の予約管理、現地対応、精算といった業務は業務を圧迫する。また、これから観光農園を始めたい農家にとってもこれらの業務を構築し、運用していくのはハードルが高い。観光農園自体は農家のファンを増やし収入力を上げる手段となりうるが、どうしても手間がかかる。



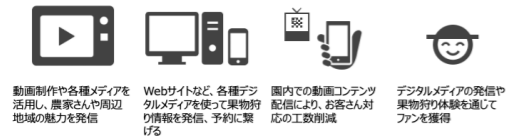
解決策

農業体験を実施する農家の業務をサポートするためのデジタルツールとして、「宣伝」「予約管理」「現地でのコンテンツ配信」をパッケージにしたサービスを農園に導入する。観光農園にとって人手のかかる業務をデジタル化することにより、工数の削減だけでなく顧客への手厚い対応を増やすことで体験価値の向上を可能にする。



取り組み内容

- プロモーションムービーの作成を行い、果物狩り客を集客
- アプリ「クダモノガリプラス」を用いて予約管理やを行う
- 農園内にQRコードを吊るし、果物狩り客に対して必要な説明を動画に集約
- ワーケーション人材を誘致し、各種業務をサポート



ノウタス・ワーケーション人材による各種サポート



検証項目

観光農園業務の業務効率化による経費削減
観光農園で発生する以下の業務をシステムで代替することでの業務時間・人件費の削減費用を検証

広告宣伝効果による来場者数増加
宣伝により来場した果物狩り客の数を検証

ファン獲得によるお取り寄せ・現地販売の売上増加
サービス導入により参加者とのコミュニケーションを重視することでのファン獲得数をヒアリングや商品販売数で検証

取得データ

実装先の業務実態の把握、アプリ導入による効果測定、実装先の声、来場者からの声等を取得

データ活用による考察・示唆

クダモノガリプラスのパッケージのうち、宣伝/集客の部分と、果物狩り当日の園内の動画コンテンツ配信が特に業務工数の削減や集客率アップ、ファン化に繋がることがわかった。逆にアプリでの予約管理はあまり需要が高くないことがわかった。収穫できる果物により効果が異なることもわかった。

成果と今後

成果(含む想定)

サービスの導入により、観光農園業務の業務効率化による経費削減、密なコミュニケーションの創出によるファン化が行えた。今後は更なる効果向上と、プロモーションの強化による来場者数の増加を狙う。

		実装前	実装後(～今年度)	今後3年
金額	金額	> -	> 業務時間削減: 1,350時間/年 > 人件費削減: 135万円/年	> 人件費削減: 1,500万円/年 > 果物狩り・販売収益: 約5,000万円/年
	重要指標	> 既に観光農園事業を実施している農家にとって、顧客対応の工数圧迫が課題。アルバイトへの給与支払いによる経費圧迫や、業務時間がなかなか取れないことも課題 > 観光農園事業未実施の農家にとっては、人的投資や設備投資が大変	果物狩り関連業務 30分削減/件 ワーケーション人材導入による業務削減 4時間/人 1農家あたり概算150時間の削減 時給1000円として削減費を算出	> 農家への導入数 > 1農家あたりの果物狩り収益 > 来場者のファン化を行うことによる1農家あたりの直販収益性向上 > 周辺地域での観光/宿泊を促す施策を実施することによる経済効果
定性面	定性面	> 観光農園未実施の農家にとっては、何から始めて良いかわからないため、なかなか開始するに至らないという声があった	> 本サービス導入と共に観光農園事業を開始した実装先からは、観光農園開始の工数も削減できたとの声があった > 既に観光農園として活動している実装先からも、プロモーション材料が増えた、工数が削減できたという声が多く上がった	> 観光農園をこれから開始する農家も、開始するハードルを低く、かつ観光農園による追加収入が期待できる > サービス導入により来場者のファン化を行う > 周辺地域の経済効果も高めることで、顧客の満足度・地域の収益性を最大化する

次年度以降の実装計画/見立て

実装の自走や継続の観点

既存の導入農家については一定の改善効果を得ており、来期移行継続的な運用のための調整を行っている。果物狩りプラスポータルサイトへの掲載や、動画撮影/編集を行い、今年度よりもプロモーションによる集客効果の向上、ファンの増加、リピート率の向上、直販収益向上を狙う。観光農園周辺の地域のプロモーションも同時に行い、周辺地域の経済効果をも高める想定。そのために自治体との連携を高める。

実装の拡大や新しい協業の観点

現在実装中の西条市、伊方町の他に、宇和島、内子町等の農家へ実装予定。MR等を活用したコンテンツの創出、決済系企業との連携で決済システムの導入を実施予定。