

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

勉強会の実施概要	
勉強会の目的	本取り組みの進捗状況や成果、導入による効果を訴求し、本サービスへの関心を高めることで実装先農家を獲得しデジタル化を加速する。
勉強会の当初のゴール想定と結果	次年度以降の実装先農家の獲得を目的としていたが、3農家が導入に向け前向きな反応であり、具体的な条件等を調整中である。
参加者	上記コンソーシアムメンバーに加え、10件ほどの農家が参加。
協議アジェンダ	事業概要説明の他、今年度導入の成果報告を行い、来年度のサービス改善方針を報告し、参加いただいた農家からサービスに対しての要望をヒアリング、ディスカッションを行った。
データに基づく協議ポイントの整理	実装農家へのヒアリングをもとに、観光農園実施における業務負荷、サービス導入における効果の重みづけ等を行う。 また、インバウンド対応や直販の売り上げ増加等、新しい効果の確認を行う。
主なデータ項目	観光農園関連業務削減時間、ワーケーション人材導入による業務削減時間、果物狩り客増加数、リピーター増加数、直販等の売り上げ、周辺地域への波及経済効果
協議におけるガイドライン (含む具体例)	アプリの機能、園内で視聴する動画の種類等によって観光農園関連業務の削減度合いが異なるため、業務内容のヒアリングや顧客へのヒアリングを通じてサポート内容の最適化を行う必要がある。 園内で視聴する動画コンテンツの充実により農家の工数削減、参加者の満足度向上法が可能。
「実装成果」実現に向けた示唆/考察	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。今後は集客と園内での満足度向上に力を入れるべきか。



クダモノガリプラス
notas agri tourism company



今年度の取り組み一覧

サービスの概要

データ活用・協議の具体例		
	実装前	実装後
重要指標 指標例	果物狩り関連業務削減時間 ワーケーション人材導入による業務削減時間 業務削減による費用削減効果 リピーター顧客創出率、直販収益の増加	
データ取得	果物狩り実施に関わる業務は全てアナログな手法 電話での予約対応・道案内、顧客への口頭での説明、情報誌への広告掲載など	<ul style="list-style-type: none"> デジタル予約による顧客情報の取得 動画による道案内 QRコードでの園内コンテンツ動画再生 施策によるSNSによるプロモーション 業務削減時間ヒアリング・算出 アンケート、ヒアリング等による満足度調査
データ活用	・ノートや顧客台帳等へ連絡先を記載	<ul style="list-style-type: none"> 施策実施による業務時間削減ポイント示唆抽出 顧客属性の取得による会場の改善示唆抽出 動画の再生回数・繰り返し再生箇所分析によるコンテンツの需要分析、園内のQRコード設置箇所の改善示唆抽出 プロモーション施策のCVR改善示唆抽出
実行	・参加前後の連絡のみにしか利用せず	<ul style="list-style-type: none"> 業務時間をより削減できる施策・コンテンツ内容の考案サイクル 会場の動線や設備設置などの改善サイクル プロモーション施策の運用改善サイクル
協議	・口頭で得た意見を元に会場の改善等を行う	<ul style="list-style-type: none"> 実施結果を元にKPI、注力施策を策定

データ活用・協議による成果
下記を達成。 <ul style="list-style-type: none"> 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 顧客満足度や売り上げ向上に関するデータ取得・改善は来期のテーマとして扱う想定

勉強会実績