

観光農園のDXを推進することで、農園のブランド力が向上 地域内外のファンを獲得できる！？

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 | 株式会社Root

県内拠点設置 あり

所在・役割 西条市/営業・CS

事業概要

1. 事業の狙い

観光農園に特化したデジタルサービスを実装し、農業体験の収益性と顧客満足度の向上を実現する。
Webメディア、イベント等で集客を行い、周辺地域の観光資源への送客も行うことで、地域全体の収益向上を目指す。

2. 県内のターゲット事業者

観光農園事業者
自治体

3. 紐づく課題

観光農園を実施する農家は対応事項の多さから顧客との十分なコミュニケーションや現地ならではの体験を与えられていない。
本来の目的であるはずの農園のファン獲得につながっておらず、来訪者の周辺地域観光の送客も行えていない。



4. 実施内容

①観光農園に本サービスを導入し、プロモーション、予約、果物狩り中の各種業務、精算、その後の連絡等をデジタル化し、工数削減と顧客満足度の向上を両立させた。
②各種メディア、イベントで訴求を行い、観光客の誘致を行った。
③ワーケーション人材を活用し、デジタルに慣れていない農家の支援や、農作業の支援を行った。



解決策(サービス/プロダクト)

本サービスは、プロモーション、予約、果物狩り中の各種業務、精算、その後の連絡等をデジタル化し、工数削減と顧客満足度の向上を両立させるものである。
観光農園情報を掲載するWebアプリケーションを通して予約、情報発信を行い集客し、園地にQRコードを設置し読み込むことで様々な説明の動画を再生することができる。



デジタル活用の要素

取得データ

観光農園の掲載情報
顧客の予約情報
農園や果物の説明動画データ

データ活用による考察・示唆

顧客の予約情報を活用して、周辺地域の観光施設が表示されるようになり、地域へに周遊も促す仕組みを作ることができた。
動画データをうまく活用することで農家の対応業務が削減され、その分来場客とF2Fの価値あるコミュニケーションに集中でき、結果としてファン獲得に繋がる。

成果と今後

成果(含む想定)

	実装前	実装後(～今年度末)	今後3年の見込み (～2028年3月末時点)
経済効果	業務効率化: 15分×時給1000円×年間予約件数5千件/農家 売上向上: 50万円/農家 観光客による現地消費: 200万円/農家	➤ 48,750千円 業務効率化: 1,250千円 売上向上: 500千円 観光客による現地消費: 2000千円 2023年度: 5社 2024年度: 8社	➤ 251,250千円 業務効率化: 1,250千円 売上向上: 500千円 観光客による現地消費: 2000千円 2027年度: 23社
KPI進捗	【KPI ①】 業務効率化による業務時間削減(合計/年)	440時間	受付業務における対応時間の削減 約10,139時間
	【KPI ②】 宣伝効果による農家の売り上げ向上(年)	384万円	各所で実施したイベントで売上向上 392万円
	【KPI ③】 観光客誘致による現地消費	1286万円	全国のイベントで観光客誘致実施 1644万円
デジタル人材輩出	【アクティブ】 システムを導入し、主として業務活用	【アクティブ】 8農家×2名 16名	【アクティブ】 23農家×2名 46名
	【ポテンシャル】 農園の作業スタッフ	【ポテンシャル】 8農家×4名 32名	【ポテンシャル】 23農家×4名 52名
	【関心層】 勉強会参加者	【関心層】 参加者12名 12名	【関心層】 参加者30名 30名
定性的/非連続的な価値 (具体的な行動変容/組織変容など)		具体例 農園の説明をスタッフが行うと習熟度の違いにより内容を統一することが難しかったが、動画にて行うことで説明の質が統一でき、業務効率化以外にも導入効果があった。	

新規実装・協業に至った事例 ※県内

新規実装	輝り果樹園	本サービスの導入
新規実装	ふじブドウ園	本サービスの導入
新規実装	ひのいちご園	本サービスの導入
協業	キタマネジメント	大洲地域の農家紹介
協業	プラントデータ	収量予測と予約受付枠の自動連携可能性について協議

その他の“for 愛媛”要素

オンラインラジオを活用し、トライアングル愛媛の取り組み自体の全国に周知した