

# UXプロジェクト 農業実証実験ハナウタカジツ 成果報告資料



2023年3月16日

# 目次

---

1. 本プロジェクトの背景・目的
  2. 実証実験の取り組み内容
  3. 取組成果
  4. 今後の展望
  5. 次年度の取組
  6. 今後の課題
-





# 本実証実験において取り組む課題

## 背景

- **ECサイトで新規顧客やリピート客を増やしたい**
  - 農作物のEC市場が拡大する一方、膨大な選択肢の中から、商品を選んでもらう工夫が必要である。
  - 果物は送料が高く、試食や少量での提供が難しいため、新規顧客や見込み客の獲得が困難である。
- **試供品やチラシを同梱するプロモーション方法の効率的・継続的なビジネスモデルを確立したい**
  - 一部役割を外部委託するなど効率的なプランを策定する必要がある。
  - 諸費用（委託先への人件費、経費等）を差し引いても利益を保てるモデルを策定する必要がある。

## 目的

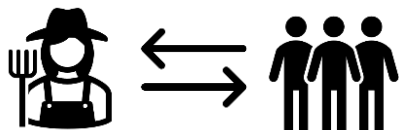
- **ECサイトでの購入者にチラシと実物の試供品を同梱する**
  - “買ってみようかな”と思わせるようなチラシや実物を同梱することで、二次購買や相互送客に繋げる。
  - 少量ではあるがおまけの実物を入れることで、顧客満足度向上によるリピート増加を目指す。
- **集荷場・ECサイト・提携農家を巻き込んだビジネスモデルの実現可能性を検証する**
  - 集荷場・発送の役割を外部委託し、委託先への費用等を考慮した上で収益性を担保できるようなプランを策定し、実施する。
  - 農家同士の横のつながりを形成し、継続的に共同で事業を行えるようなネットワークを造成する。

# 本プロジェクトの目的

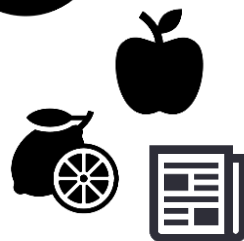
試供品やチラシを梱包したことで、どのくらいお客様が増えるのかを検証します。「食べチョク」に登録されている熊本市内の農家の皆様に、UXプロジェクトにもご参加いただきたいと思います。



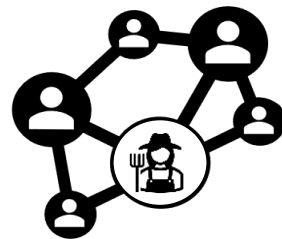
- 送料が高い
- 試食ができない



- 一度買い物をして終わり



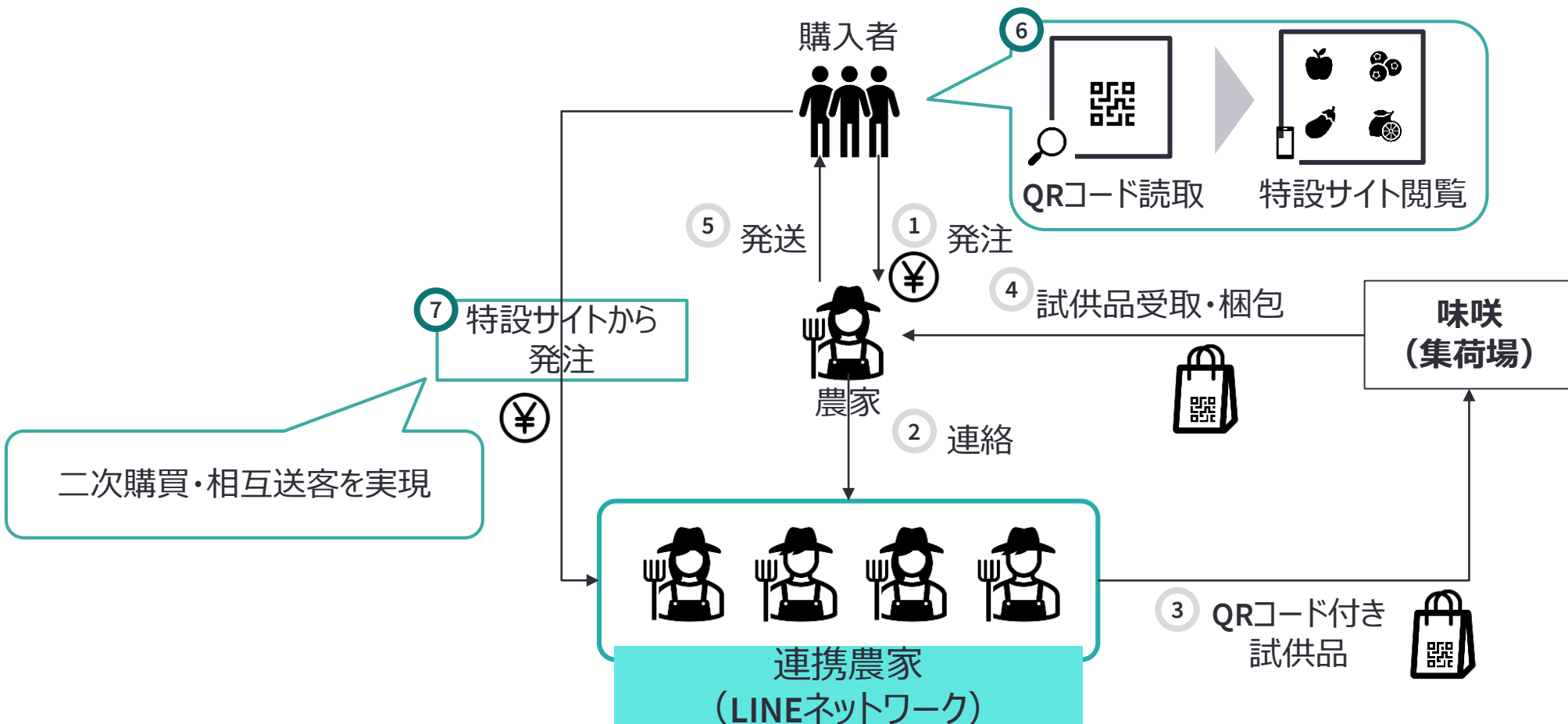
- お試しができる
- 色々な商品を知れる



- 二次購買の促進
- ネットワークの拡大

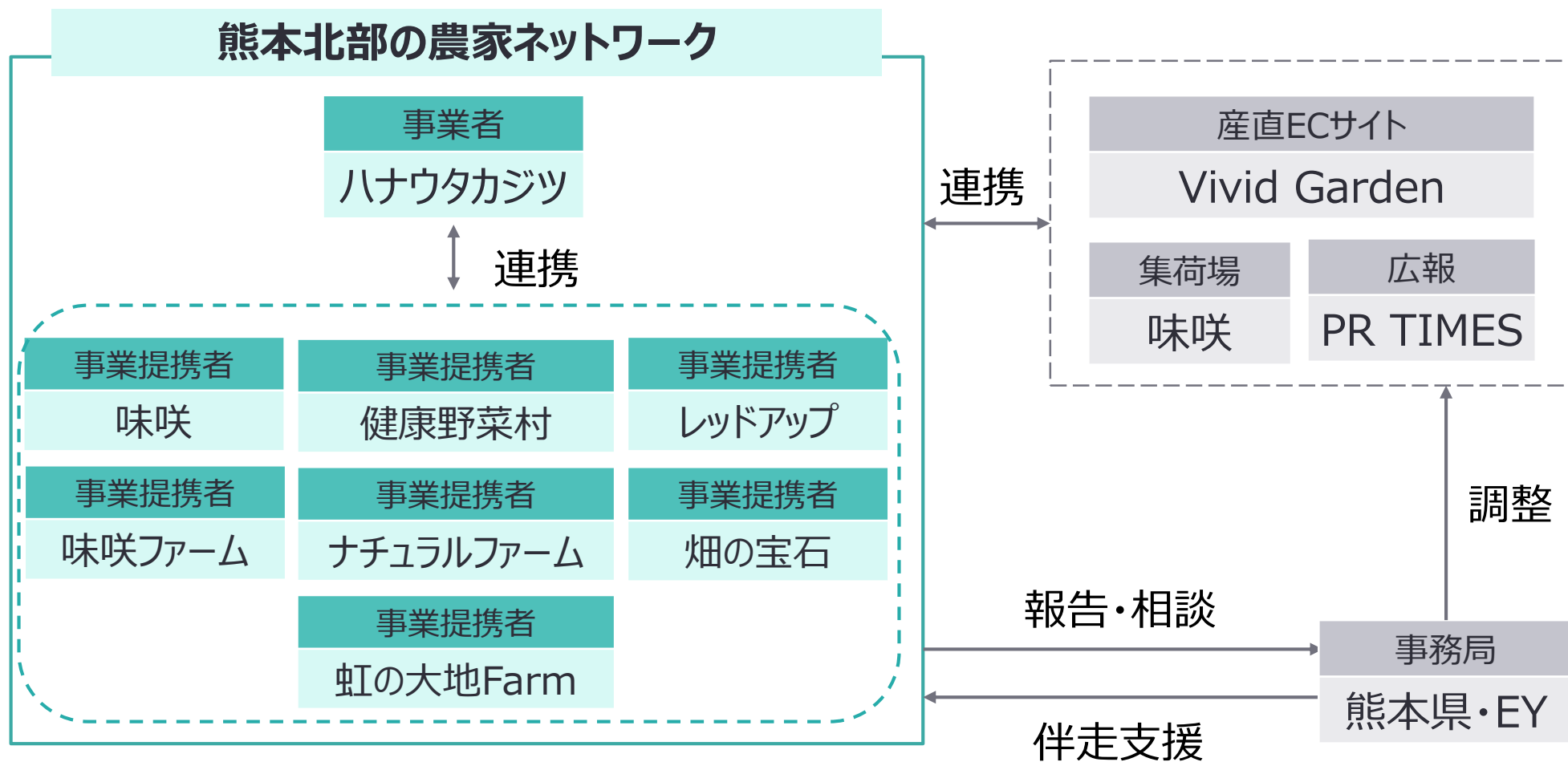
# 本プロジェクトの仕組

- 受注数に応じて希望する試供品の数を連絡し、連携農家は試供品を集荷場へ配送
- 受注農家は配送された試供品を受取り、購入者へ受注商品と共に発送
- 購入者は同梱されている試供品を体験し、二次購買・相互送客へつなげる

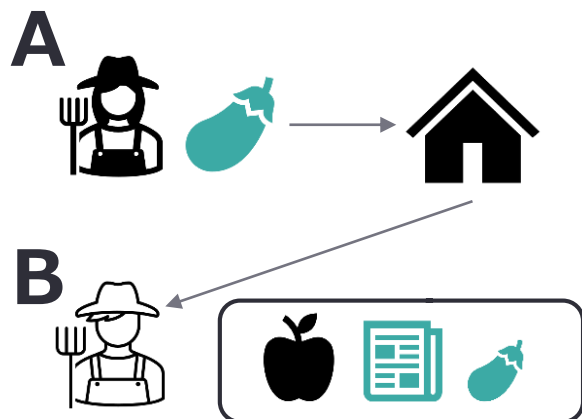


# 農業実証実験の座組

- 熊本県北部の7農家さんへ本実証実験の趣旨・目的を説明し、ご賛同いただいたことで“熊本県北部の農家ネットワーク”を形成
- ハナウタカジツも含めて、8農家連携による実証実験が実現

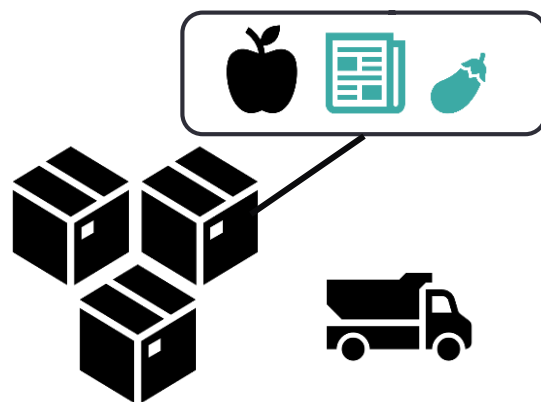


# 具体的な取組内容

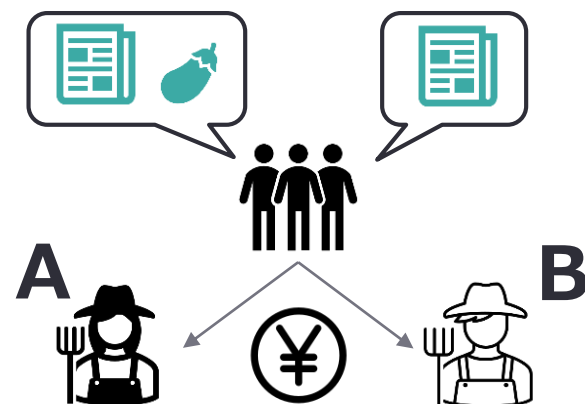


A : 指定の試供品  
を味咲に持っていく

B : 試供品を受取り  
チラシと共に同梱する



B : 購入者へ発送  
する

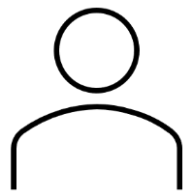


A : 試供品とチラシ  
経由での購入者を  
把握

B : チラシ経由での  
購入者を把握



# お客様の声



お客様 A



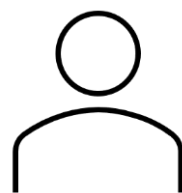
はるみかんのご注文、ありがとうございました。  
今回、近くの農家さんの農産物を「農家のオススメ農家さん」としておまけで少しお入れしております。

▼農家のオススメ農家さん

<https://note.com/hanauta33/n/n02ce34ff11fb>

2022/12/09 22:22

今日受け取りました。早速頂きましたが、とっても美味しいです。果汁もたっぷりで甘くて適度な酸味もあって満足です！おまけもありがとうございます😊



お客様 B



2022/12/10 17:36

昨日、届きました。  
おまけのお野菜、とても嬉しいです🥬

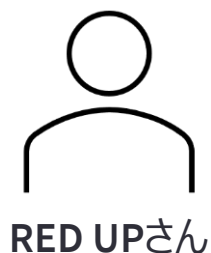
みずみずしくて、甘酸っぱい味♪  
薄皮ごとも食べるし美味しいですね🍊  
ありがとうございました。



# 連携農家さんの声



急に寒気が来ていますが、寒冷地への常温発送の対策は何かされていますか？



試供品を持ち込む際に、気になっていた飲食店に寄ることが毎回の楽しみになりました。



自社で行っている定期便に、きんかんを入れたいと思いますので、お見積もりを下さい

UXプロジェクトを通して、関係性が深まり、ほかの話題についてもスキルシェアやモチベーションUPにつながった

# 特設サイトへのアクセス状況

この取組の成果として、連携していただいた農家さんのことをより広く知ってもらうことができました



シール・チラシのQRコードを  
読み取り

試供品数 **736**



農家のオススメ農家さん

♡ 10

#ハナウタカジツ  
2021年12月6日 19:59

▼ 目次

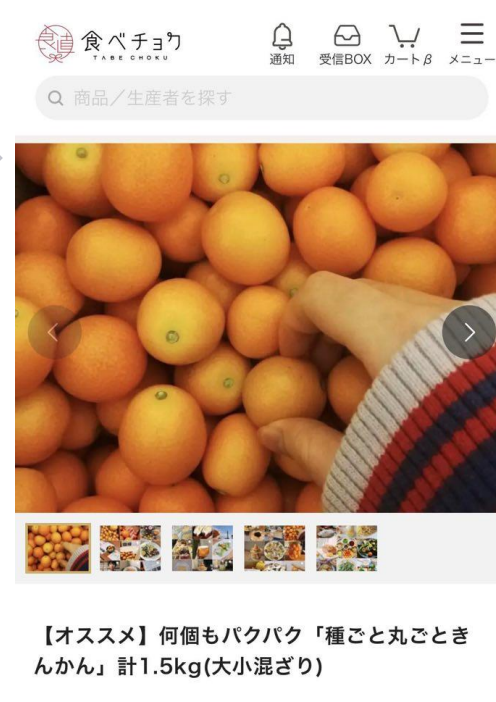
■ レッドアップさん

■ 健康野菜村さん

■ 紅のオリーブさん  
■ ナチュラルファームさん

2023年11月～1月の

アクセス数 **610**



特設サイトから注文

**7**

# 期間中の売り上げと前年との比較

昨年度の売り上げ(商品数)

令和3年度	11月	12月	1月
ハナウタカジツ	35	67	49
健康野菜村	9	8	13
虹の大地farm	1	2	5
レッドアップ	8	13	27
合計	53	90	94

今年度の売り上げ(商品数)

令和4年度	11月	12月	1月
ハナウタカジツ	113	88	43
健康野菜村	4	7	4
虹の大地farm	3	1	2
レッドアップ	16	20	13
合計	136	116	62

昨年度の同月に対して、売り上げ(商品数)237→314アップとなったことから、売り上げ増加策としても有効であることがこの実証実験で立証できました

# 県北部から県全体へ波及

この取り組みの仕組みを、県全体の農家へ波及させ、熊本県全体で農家ネットワークを構築することで、農家全体の収入の底上げにつなげることが可能と考える





# ネットワークを拡大

1. 今回の実証実験の結果を元に 県北農家のネットワーク拡大に向け、今回の取組から得られた効果の訴求活動を行います。
2. 販路やマーケティングのスキルなどの情報をシェアできるようなLINEグループの設置
3. 今回の実証実験を熊本モデルとし、県内の他地域もしくは他県でも近隣の農家同士で連携が起きるような情報発信

# 今後の課題

各地で近隣農家のコミュニティが出来た際に、

① お試し品などを持ち寄っていく際の数の取りまとめ

② 集荷場所の選定

と言ったプロジェクトを牽引する地域のリーダーが必要になってきます。