

# 地産地消のための無人販売所デジタルマップの推進計画

A promotion plan for a farm stands digital map for purchasing of local produce

Team Ray

直簞絵里 皆木峻介 的野大輝 荒木万友理 前原陽子 三浦大河 関口怜那

指導教員：安田賢憲

1)創価大学経営学部経営学科 安田研究室

キーワード：地産地消, 無人販売, 農家, デジタルマップ, アプリ

## 1. はじめに

私達は、メンバーの農業体験から採れたて野菜の魅力を知り無人販売の促進活動を始めた。分析を進めると①無人販売を営む農家に売れ残りが出ていること②もっと利用したい消費者がいるにも関わらず、利用しにくいことの2つの課題があることがわかった。そこで私達は無人販売所の課題を解決し、地産地消の推進を目指す。

## 2. 八王子市の農業の現状

八王子市の農業の特徴は、都市農業であることや、農産物生産量が東京都の中で最も多いことである。都市農業は、消費拠点である都市やその周辺で農業が行われるため、生産者と消費者の距離が近く地産地消に向いている。八王子市は「安全・安心な農産物の提供と付加価値農業・地産地消の推進」を掲げ、地産地消に対して力を入れている。八王子市(2016)によると、農家の野菜の出荷先として最も高い割合を占めるのが個人直売である。個人直売とは、農家が直接庭先で消費者に販売する販売形態であり、地産地消に寄与できる。八王子市は「はちおうじ農産物直売所マップ」の作成など個人直売への支援をしている。また独自調査(N=26)によると、個人直売は有人・無人に分かれる中、その約9割は無人販売であった。したがって、私達は地産地消を推進するため、無人販売に着目した。

無人販売の現状を知るために農家と利用者ヒアリングやアンケート調査(N=524)を行った。農家

は①規格外野菜を販売できる②販売手数料がかからない③出荷・運搬の手間が少ないなどのメリットがある。利用者は①新鮮な野菜が手に入る②地元の農家を応援できるなどの利点を感じていた。よって、地産地消を担う無人販売は、農家・消費者双方に魅力的な販売形態であることが分かる。

## 3. 無人販売の課題と原因

しかし、農家と利用者の双方に課題があることがわかった。農家の課題は、無人販売所の65.8%(108軒)で売れ残りが出ていることだ。売れ残りは八王子市全体で年間4,320袋に及ぶ。売れ残りが出ている農家の特徴として「立地が悪い」「SNSやHPなどのデジタル媒体でのPR活動ができていない」ことが挙げられる。一方、利用者の課題は、無人販売所をもっと利用したいのに利用しにくいことが挙げられる。無人販売の利用者の中で、特に30~50代の主婦の80%が無人販売所の利用意欲があるにも関わらず利用できていない状況にある。このことから、30~50代の主婦をターゲットに選定した。ターゲットの特徴として育児や仕事で忙しい日々を送っているが野菜に新鮮さ・美味しさを求めている。また、可能であればスーパーより無人販売所の野菜を購入したいと思っているほど無人販売所のファンである。無人販売所を利用しにくい原因としては、①無人販売所の位置情報が分からないこと②野菜の販売状況が分からないことの2点だ。①は、利用者は新たな無人販売所を利

用したいと思っても、知る手段がないため利用できていない。②は、ターゲットは家事等で忙しく昼以降に無人販売所を訪れるが、不定期な休業や販売量の少なさから、無人販売所に訪れても野菜を購入できない時がある。また、販売状況を知る手段がないため、無人販売所を訪れても購入できないことがある。独自調査(N=56)によると、所在が分かれば利用したい人は78.3%、販売状況が分かれば利用頻度が上がる人は82.6%いる。

以上のことから、消費者に“位置情報と販売状況”を提供すれば利用頻度が向上し、“売れ残り”が減少すると指摘できる。

現在、八王子市では無人販売所を含む個人直売所が掲載された「はちおうじ農産物直売所マップ」が提供されているが、正確な位置情報やリアルタイムの販売状況も分からない。私達は、この現状を改善するため、以下のような施策を提案し、検証を実施した。

#### 4. 施策の概要

私達は、無人販売所の所在と販売状況が分かるアプリ「MUJIP」を提案する。アプリの利用イメージは以下の図の通りである。



図1：アプリ利用イメージ

この施策を実現させるために、農家・消費者に以下の協力をしてもらう。農家には、①営業開始時の販売する野菜の写真更新②営業終了時の連絡③臨時休業日の連絡をお願いする。また、消費者には無人販売所利用時の販売状況の更新をしてもらう。

この施策によって無人販売所の位置情報と販売状況を提供することにより、消費者の無人販売所の利用状況を改善する。

#### 5. 施策の効果・検証

施策のニーズ測定と効果測定を目的に検証を行

った。ヒアリング検証では、施策のターゲットとなり得る農家と消費者に声をかけ、施策の利用意思について尋ねた。プロトタイプ検証では、農家と消費者にご協力いただき3日間で行った。この検証では、LINEのオープンチャットを利用し無人販売所の住所、販売状況の情報を提供した。ニーズ測定では、施策に協力したい農家は64.7%、消費者は56.3%いることがアンケートから分かった。さらに、プロトタイプ使用後にサービスを継続利用したいと回答した消費者は5人中4人いたことから施策に対してニーズがあることが分かった。効果測定では、5人中全員が「利用頻度が増加する」「新しい販売所を利用する」と回答。そして、利用頻度と一回当たりの購入量の増加により、無人販売所での野菜の総購入量は1.5倍上がった。また、検証にご協力いただいた農家や八王子農業委員会の方から本施策は無人販売所の売れ残り減少に繋がるという声を聞くことができた。これらのことから、消費者と農家の双方にニーズがあり、購入量の増加、売れ残りの減少に効果があると言える。

	施策利用前	施策利用後
利用頻度/月	5.8日	8日
利用店舗数	2.2箇所	3.7箇所
1回あたりの購入量	2.8袋	3袋

図2：検証結果

#### 6. 八王子市への提案

私達は引き続き、八王子市の地産地消の要である無人販売所の利用促進のために、農家と消費者の声に耳を傾け、MUJIPの改善を重ねていく予定である。その知見をぜひ八王子市にご活用いただきたいと考えている。具体的に、私達は八王子市の無人販売所の利用促進のために、従来のアナログの農産物直売所マップにMUJIPの提供価値である「リアルタイムの販売状況」と「正確な位置情報」の2点を加えた「デジタルマップ」の作成を提案したい。そして、2023~24年での実現を目指して、市役所、JA八王子、サイバーシルクロード八王子に私達の提案をお伝えする機会をいただきたい。