

農林漁業現地事例情報「農林水産分野におけるIT活用取組事例」

分類	② ITの活用による農林漁業関連情報の取得・発信の取組					
取組名	ホームページを利用した販売拡大					
取組主体	十勝本別「キレイマメの会」 (北海道・本別町)					
補助事業	1	地域ブランド形成促進事業	年度	平成18～19年度	交付主体	国(国土交通省)
	2	農産物付加価値向上プロジェクト活動支援事業	年度	平成19年度～	交付主体	北海道

取組の概要

IT導入の必要性、導入に至った経緯	<p>本別町で品種改良された「光黒大豆」を使用した加工食品ブランド「キレイマメ」のPRは同町のホームページ内で紹介されていたが、札幌市内の百貨店で常設販売を開始してから、さまざまなブログで取り上げられるなど大きな反響があった。</p> <p>そこで消費者へより詳しく商品を紹介するため、十勝本別「キレイマメの会」は、平成20年4月から専用ホームページを開設した。</p>
IT利用により期待される効果・目標	<p>専用ホームページの開設により、「キレイマメ」の商品や取組内容を詳しくPRすることができ、ブランドイメージの向上と売上げの増加が見込まれる。</p>
IT活用の概要	<p>武蔵野美術学院の学生がデザインした写真を用い、画面全体を高級感のあるブランドイメージの黒色でまとめ、写真を多用して各商品の特徴や加工業者等を紹介、販売場所も詳しく掲載している。</p> <p>ホームページは既存の設備で作成しているため、導入費・維持費はかかっていない。</p>
IT利用者の範囲	生産者、流通加工業者、消費者

取組の効果

① 効果のあった点	効果のあった点	販売(売上)拡大(平成19年の月平均と20年4月を比較)
	効果の割合	導入直前との比較:約90%(増加)
② 効果のあった点	効果のあった点	メール等による消費者の意見反映
③ 効果のあった点	効果のあった点	同町の知名度アップ

特記事項

<p>4月にホームページを開設して日が浅く単純に比較は出来ないが、4月の売上は19年の月平均と比べて、約90%増加している。特に「素焼黒豆」は3倍に増加しており、PRの効果と思われる。</p> <p>今後一層の販売拡大のため、ネット販売へ向けた改善を予定している。</p>
--

ITに関する課題と今後の展開

導入したシステムに関する課題・問題点	<p>①ホームページ内にカウンターが無く、閲覧数が把握できない。</p> <p>②販売拡大のためネット販売が必要。</p>
ITに関する今後の取組・展開方向	<p>同ブランドのPRを目的に制作されたホームページであるが、今後ネット販売や購入者の意見等を収集し販売戦略に活用するよう改善予定。</p>

利用者、(システム) 構築業者の感想 (声)

(利用者の声) 現在、購入できる場所が限られているためホームページ内から購入できるようにしてほしい。

取組主体の概要

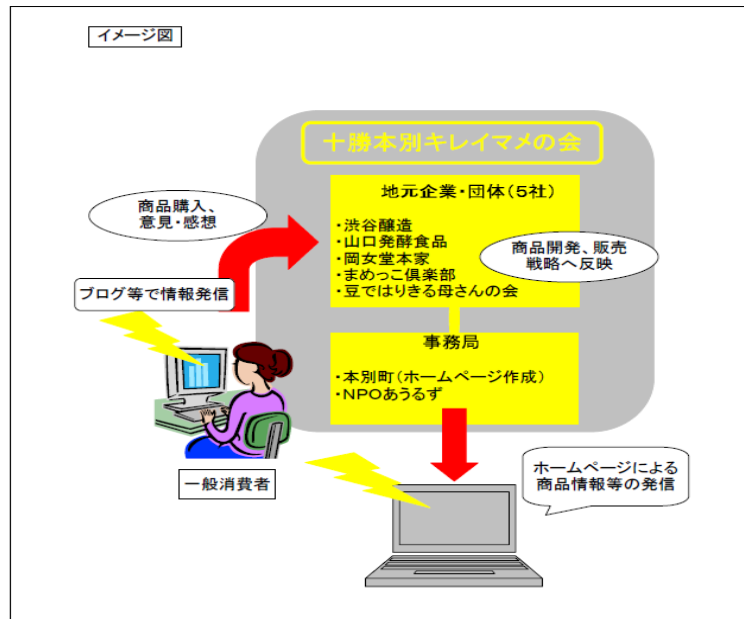
設立年次	平成19年
構成員	地元企業3社・2団体、オブザーバー (同町JA、商工会)、事務局 (同町、NPO 法人あうるず)、監修・アドバイス (武蔵野美術大学)
主な活動内容	特産加工品ブランド「キレイマメ」の販売戦略組織「キレイマメの会」は大手百貨店での商品陳列を目標として、活動的なOLをターゲットに黒大豆の高級感や付加価値を活かした販売展開を行っている。 現在、スイーツなどの新商品開発を進めており、開発後はブランド認知度向上と固有性確立のため他の商品と同様に商標登録を行う。また、小豆・金時を使用した赤シリーズも展開予定である。



ホームページトップ画面
黒大豆のイメージカラーである黒を基調としてレイアウトされている。



商品紹介
武蔵野美術大学の学生がデザインした写真を使い高級感ある商品紹介をしている。



情報収集官署名：北海道農政事務所 池田統計・情報センター

連絡先：015-572-2239