

在庫管理KPIと成果等

①バイヤーが在庫（売上）を確認する手間が省ける

システム側：在庫確認押下→在庫一覧ダウンロード→在庫確認までの時間を測る

作業側：対象日時の売上から個数を算出する時間を測る

→比較して作業効率の向上を狙う

②売上から計算した在庫の数より正確に在庫が分かる

作業側：対象日時の売上から個数を算出

システム算出在庫とのズレを計測

→在庫精度の向上を狙う

③適正在庫0からの乖離が分かる

適正在庫からの乖離を計測・未検知在庫
件数の算出

→他店舗展開時の異常在庫早期検出・
フードロス削減に

④他品種への展開時の効果算出

→在庫占有面積の改善



(考察)

i : QRシステムおよび
RFIDシステムのイン
センティブとしては、関連
した工数の削減および
情報把握の効率化が
主な視点である（左記
①②）

ii : 以上在庫および売
れ残り数などの監視によ
り無用なロスの軽減につ
ながる＝フードロスの削
減（③の要素）

iii : その他声優面積の
削減など店舗運営及び
関連光熱費などの諸費
削減の指標を得られる
（④の要素）

情報転載シートの作成（R3年度から継続中）

No.	生産者様		物流業者様	ベシア様物流センター	物流業者様	ベシア様店舗/本部
1	農作物の品目	品目	公開	公開	公開	公開
2	農作物の品目	量（個数、重量など）	公開	公開	公開	公開
3	農作物の特徴	産地	非公開	非公開	非公開	公開
4		大きさ	非公開	非公開	非公開	公開
5		味見（糖酸度）	非公開	非公開	非公開	公開
6		栽培方法	非公開	非公開	非公開	公開
7		農薬散布履歴	非公開	非公開	非公開	公開
8	農作物の品質等	収穫日	非公開	非公開	非公開	公開
9		食べごろ	非公開	非公開	非公開	公開
10	出荷情報	出荷日	公開	非公開	非公開	公開
11		出荷場所	公開	非公開	非公開	公開
12		出荷担当者名	公開	非公開	非公開	公開
13	生産計画情報	生産計画（量、時期）	公開	非公開	非公開	公開
14	生産者の情報	顔写真	非公開	非公開	非公開	公開
15		農場写真	非公開	非公開	非公開	公開
16		消費者へのメッセージ	非公開	非公開	非公開	公開
17		信用スコア	非公開	非公開	非公開	公開
18		生産実績	非公開	非公開	非公開	公開
19		GAP登録書	非公開	非公開	非公開	公開

- ▶ 本事業ではQRシステムにおいて輸出情報を添加し、対応できる商品をQRシステムで読み取る、必要な情報をすぐに引き出せる状態を形成するその際QRのセキュリティ設定を活用し
- ①それぞれの主体で必要な情報以外には非公開とする（上図参照）
 - ②上記対応における生産者対応等について調査を進めている



先行したヒアリング内容とQRシステムへの情報転載の要望について

	妙義ナバファーム	SYC出荷組合	マルコーフーズ	新井農園
ヒアリング 内容	・コンテナは1 way ・消費者の声を現場の従業員に届けたい →モチベーションアップにつながる ・自社でトレースの管理を行っている。出荷した日付からどこのハウスの物かのトレースまでが追える ・GGAP取得済み	・生産者＝レタスで24名全体で100名→調査対象者は約10名 ・商品特徴は朝取り（AM2時～収穫、日中の収穫だと光合成する為、品質的な劣化等のリスクがあるため） ・鮮度が重要視されるレタスの出荷の際のポイント（出荷管理の重要性） は収穫してからいかに早く予冷（芯温を下げる）できるか。 ・現在JGAP取得に向けて動いている	・ブロッコリーは現在作付面積を減らしてしまった為、スピナッチでの検証に変更 ・夏にテスト販売 ・商品姿はピローの袋	・【新井農園】→ダイサン青果引上げ→【CPフーズ】→【センター】 ・10～11月（完熟）、12月（貯蔵） 10～11月の完熟シャインマスカット500 ケース分に商品情報のQRを添付し検証 ・現状タグは業者に発注している →QRタグを印字できるか
QR/RFID（転記 したい情報など）	・ナバファームのYOUTUBE動画ページ ・妙義山の大自然に囲まれてる、こういう場所で作っているという情報 ・肉厚でよい生椎茸を販売する際の販促として「大人のBBQ」等の文句で ・生椎茸に関する豆知識（実はカサが開きかけている ときの方がおいしいなど） ・現在在庫管理での問題は無し	・ミネラル栽培、朝採り等の情報 ・店頭のサイネージとコンテナQRの情報を紐づけし、商品情報、レシピ等を流す ・組合として圃場の管理、栽培履歴などが楽に追えると助かる（現状は紙） ・コンテナに生産者番号、産地記載の紙を挟んでいる為こちらにQRを印字できないか	・袋に印字、もしくはシールにてQR添付	・なぜ糖度が高いのかの理由 ・栽培方法 ・シャインマスカット単品につけるタグにQRコードを印字し、商品情報を転機 ・5kg箱にQRコードを添付しトレース、 出荷日管理をしたい（今期から自社冷蔵を設置）

*** 作目により要望の際や特性があり、QR・RFIDシステムの有用性を確認する**

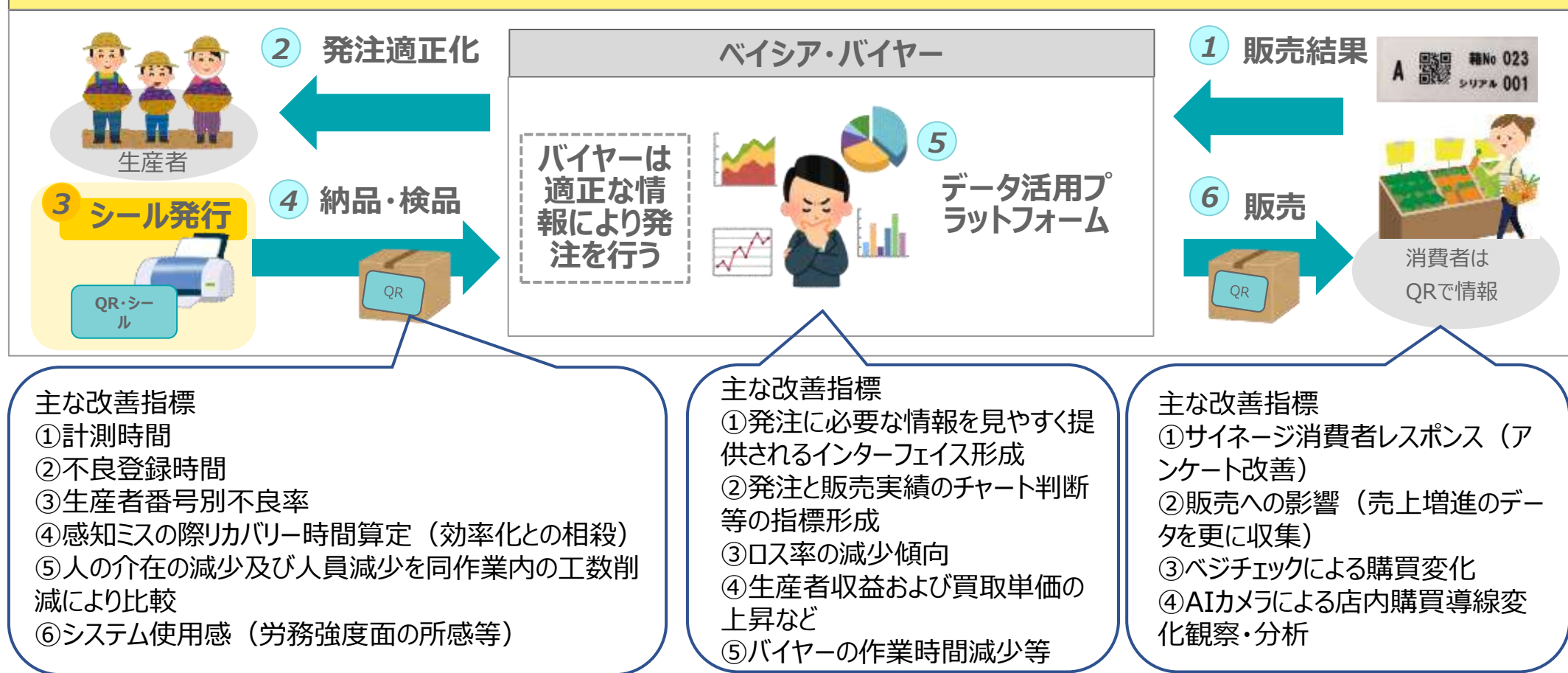
R4年度ヒアリングから見えた課題と消費者へのアピールポイントについて

	妙義ナバファーム	SYC出荷組合	新井農園
課題	・QRの添加方法 ・キャンペーン（アンケート回答してくれたら抽選で〇〇等）	・QRの添加方法（商品が裸） ・レタスは天気によって左右されやすく、2週間先の出方は予測できない→生育予測	・新井さん自身がスマホ等の端末操作が得意ではない（操作性に関して明快さが必要）→ダイサン青果で読み取りも可
ベイスアで管理したい情報		・店ごとの在庫数（RFIDの単価的に厳しい？） ・エマーソンとの連携	・収穫日→生産者入力 ・出荷量/日→生産者orダイサン青果入力 ・農薬の使用履歴→生産者入力 ・市況相場/週→ダイサン青果入力
消費者にアピールしたい情報	・生産現場 ・圃場景色 ・レシピ（週間ごと）+ 1品 特売の中で 素 ・ベイスアアプリと連動した買い得情報	・本日の圃場写真、収穫の様子動画/日ごと ・低温輸送（温度）	・食べごろ時期 ・保存方法 ・商品感想のフィードバック

*** 運用に際してより実効的な課題等の抽出と期待について比較し、農業者が導入インセンティブを感じる効果ラインについて検証を行う（実効費用対効果・販売促進効果等）**

事業におけるQRシステムおよびRFIDシステム検討のまとめ

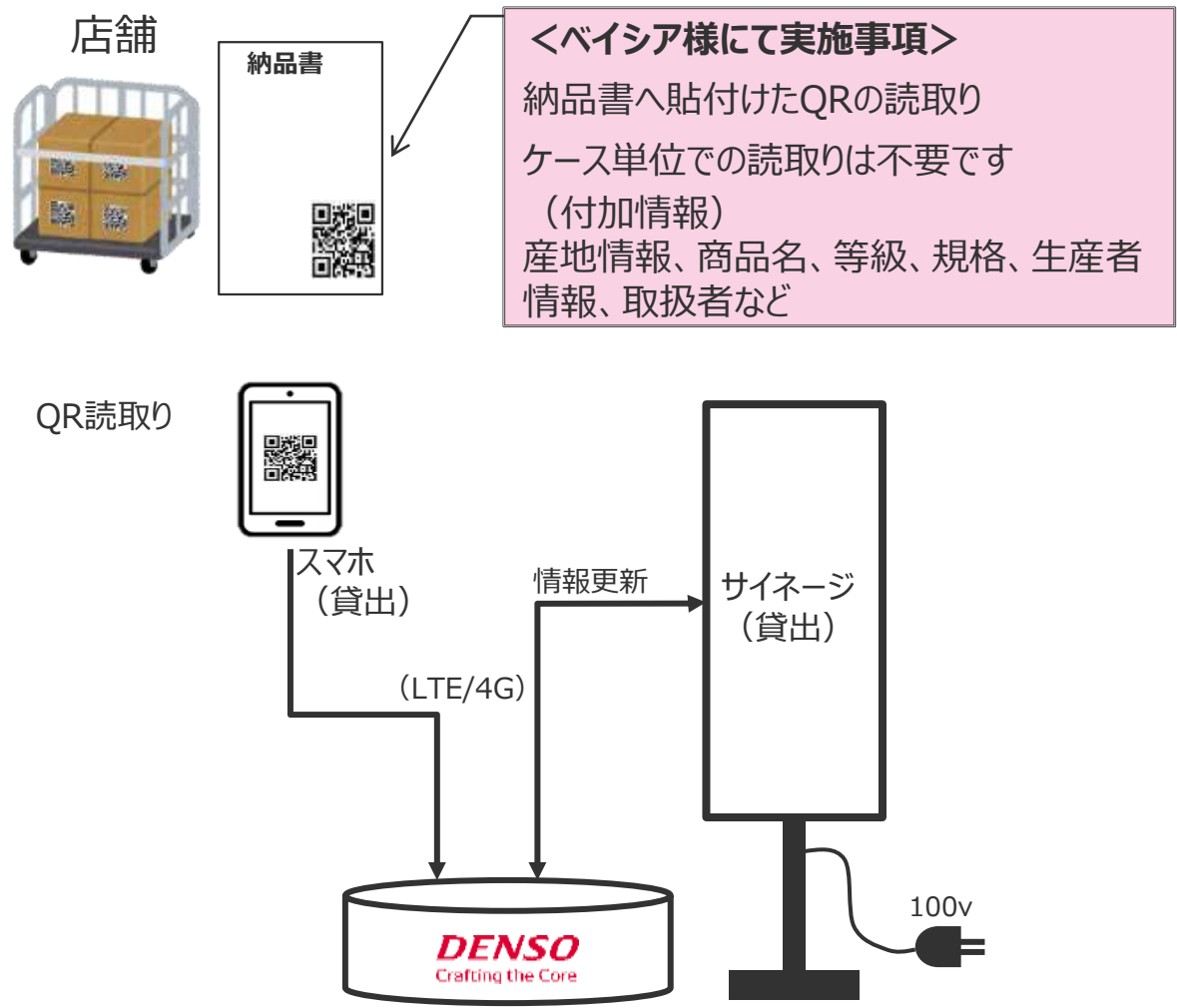
QR・RFID運用改善モデルと効果算定関係性



諸工程においてのKPIには時間的効率化を中心に要素を加え名目費用対効果を検証する

情報提供システムの実証状況

消費者への情報提供試験のレイアウト（サイネージ+ベジチェック：新座店で展開：R4年11月～R5年1月）



＊サイネージ情報＊
入荷ロット毎の情報
変更可能 →生産者
名、出荷日フードマイ
レージなど



＊提供情報＊
1：ベジチェック情報
＊野菜の摂取状況
2：追加情報案
・野菜摂取目安（この野菜をどれくらい多
めに買くと栄養補充できるかなど）
・野菜別栄養チャート（足りない野菜をど
の野菜で組み合わせ出来るか）等

消費者への情報提供試験のレイアウト（デンソー様資料より転載：新座店にて展開）

商品情報の発信



QR付カード サイネージ下へ設置



アンケートで知りたい内容

- SYCのレタスを選んだ理由
- 他社と比較したときの商品の魅力・課題
- その他感想

CONFIDENTIAL
関係者以外

設置イメージ



消費者への情報提供試験のレイアウト

サイネージ表示内容



ショート動画
ベトナム広報撮影
動画
1件
SYC提供動画
2件
ループ再生

商品情報
静的な情報
生産者情報

双方向の情報発信
(twitter)
生産者の情報発信
消費者のフォロー
SYC提供画像
+ツイート
5件
ループ



消費者からのフィードバックを得るため、アンケートを実施



QR付カード



DNでお客様アンケートとtwitterアカウントに繋がるQRを印字した名刺を作成
サイネージ近くに設置し、
お客様に持って帰っていただく



アンケート内容

- ・ レタスを選んだ理由
- ・ 他社と比較したときの商品の魅力・課題
- ・ 商品情報発信に関する感想・意見

左図に関して補足

①アンケートは現状実施継続10件程度（後述）

②カゴメ社との連携でベジチェックによる野菜摂取量を提示諸費導線への影響

③上記購買行動の変化を11月からAIカメラで追いかけて状況分析を計測中

* 双方向の情報提供と売上等および意識への介入効果を検証した

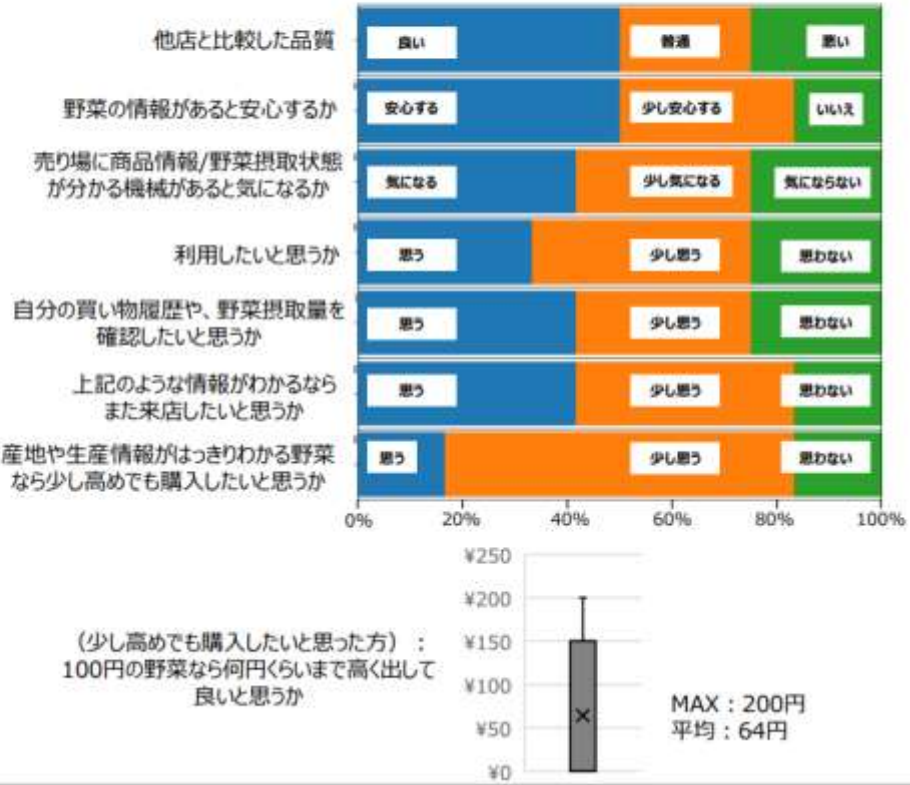
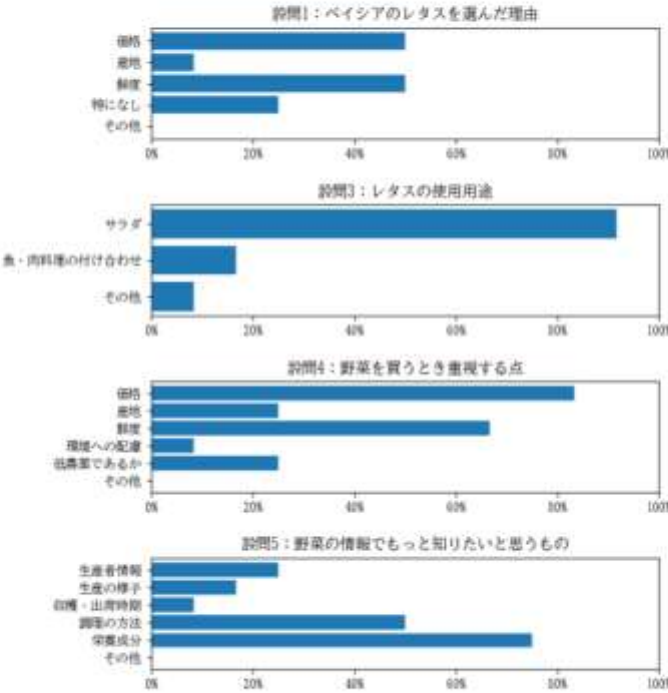
消費者への情報提供試験の結果および考察

- 全店舗平均で昨対比130%の売上向上に対し、新座店では昨対比**150%の売上向上**
- 消費者のフィードバックを取得し、野菜の情報、特に栄養成分・調理の情報・生産者情報に需要があることを確認

回答数：12件



消費者アンケートを実施



(考察)

- ①情報提供が前年比で150%の売上増進につながり、結果売れ残りの低減にもつながっている
- ②カゴメ社との連携でベジチェックによる野菜摂取量との相関可能性が高い

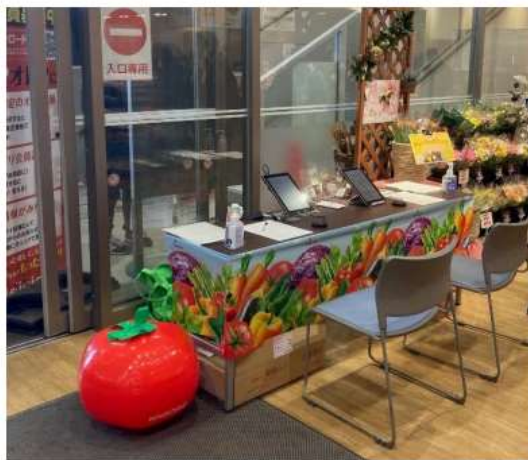
情報提供の有用性について

2023年1月28日（土）10時～15時 バイシア新座店様 ベジチェック測定会 アンケート結果

1. 野菜摂取レベル平均値：5.76 測定者：119名

2. これまでの測定回数について

	回答	構成比
本日が初めて	85	71%
2回目	15	13%
3回目	6	5%
4回目	1	1%
5回目	7	6%
毎月1回以上	5	4%
合計	119	100%



3. 来店頻度について

	回答	構成比
2回目15人		
変わらない	9	60%
週に1回・1回以上	3	20%
週に2回・2回以上	2	13%
週に3回・3回以上	1	7%
合計	15	100%

	回答	構成比
3回目6人		
変わらない	5	83%
週に1回・1回以上	1	17%
合計	6	100%

	回答	構成比
4回目1人		
変わらない	1	100%
合計	1	100%

	回答	構成比
5回目7人		
変わらない	3	43%
週に2回・2回以上	4	57%
合計	7	100%

	回答	構成比
毎月1回以上5人		
変わらない	3	60%
週に1回・1回以上	2	40%
合計	5	100%

4. 測定後、野菜を買いだと思いましたか（無回答1）

	回答	構成比
はい	111	94%
いいえ	7	6%
合計	118	100%

5. チャレンジしたい野菜摂取方法（複数の回答を選んだお客様有り）

	回答	構成比
新しい野菜料理	35	27%
朝に野菜を食べる	28	22%
野菜ジュースを飲む	35	27%
冷凍野菜の活用	13	10%
特になし	18	14%
合計	129	100%

考察

- ①アンケート結果により測定に一定のリピータが付き来店のモチベーション形成に繋がっている可能性が示唆された
 - ②野菜の購買意欲の上昇が示唆されている（上記4の項目）
 - ③AIカメラ考察からベジチェックの使用後に店舗滞在が長くなる傾向
 - ④売上の15%増進からベジチェックが野菜摂取の呼び水となり売れ残りの減少＝ロス率の削減に貢献する可能性が示唆
- * 野菜情報の添加から消費からのフードロス削減可能性が示されている

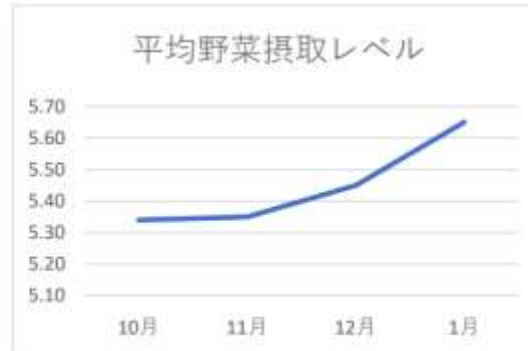
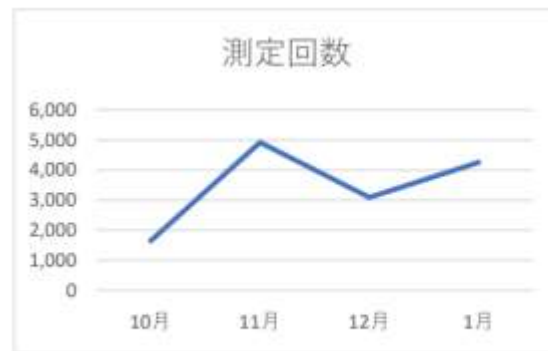
情報提供の有用性について

新座店様 ベジチェック 測定回数・平均野菜摂取レベル

	10月	11月	12月	1月	合計
測定回数	1,645	4,921	3,090	4,256	13,912

※10月21日設置開始

	10月	11月	12月	1月
平均野菜摂取レベル	5.34	5.35	5.45	5.65



考察

- ①測定回数は4か月総計で14,000回弱であり計測回数としては高水準であった
- ②野菜摂取レベルの平均値は上昇しておりベジチェックの存在が野菜摂取増進に一定の寄与をした可能性が示唆される
- ③期間中の売上増進およびロス率変化への一定の影響も予想される
- ④ベジチェックによる行動変容の可能性が示唆され消費からのフードロス削減の導線としての機能が期待