

IT ツールで作成した通販サイトから良質な野菜をお届けし、農園ファンを獲得

2020 年 01 月 10 日 | やすだ農園



大手スーパーに卸すと安定した売上は保証されるものの、利益は限られ、地方の大規模産地がライバルとなる。「東京で作る野菜」の付加価値を、お客様にどうご理解いただくか。やすだ農園は、IT ツールを使い開設した通販サイトにその答えを求めた。

安田さん 「70 アールの畑で、年間を通じ 50～60 種類の野菜を育てています。ビニールハウスを使った大量生産ではなく、そのときそのときの旬に合わせた露地栽培が特徴です。地方から出荷される野菜は店頭で並ぶまで時間がかかるので、完全な“食べ頃”の少しだけ前に収穫し、輸送中に成熟させることが一般的ですが、私たちは東京都内での生産という地の利から、本当に美味しくなる時期に収穫、お届けできることに自信を持っています。収穫した野菜は大手スーパーの他、東京都内のレストランや、レストランとお取引のある青果店にご愛顧いただいております。また自宅の庭先やイベントで直売も行っております。」



【課題】東京で作る野菜の価値を、どう高めていくか

安田さん 「大手スーパーには安定した量をお買い上げいただいておりますが、卸値はどうしても抑えられてしまいます。また自分の農園での豊作不作と関係なく、地方の生産地での出来不出来によって、価格の上がり下がりが生まれます。やはり家族4人で働いた分の人件費を考慮した上で利益を出すためには、できるだけ安定した高価格で販売することが必要です。そこで、この東京という農家が少ない地域で野菜を作っている『希少性』に付加価値を見出し、その価値をご評価していただけるお客様に、より多くお買い上げいただきたいと考えるようになりました。たまたまテレビで、地方の農家さんがホームページを作り、販路を広げているというニュースを見て、『これだ』と感じました。」

【導入】通販サイト作成ツールを活用し、IT知識無しでサイトを完成

安田さん 「まず自力でホームページを作ろうと参考書を買って読んでみたのですが、なかなか難しく、一旦は断念しました。ところがその後、東京都の『チャレンジ農業支援事業』を確認すると、専門家によるホームページ作成支援が含まれていることが分かり、申請して活用させていただきました。ホームページ開設後はテレビの取材やイベントでの直売でホームページをご案内したことなどもあり、アクセス数は増えてきました。そんな中、お客様から『通販はやってないの?』という声をいただくことが度々あったのです。でも当時は『ホームページ作りすら手に負えなかったのに、通販サイトはととてもとても…』というのが正直なところでした。ところが、妻が参加したセミナーで『BASE』という通販サイト作成ツールに巡り会えたことで、その悩みは解決しました。必要な項目を入力するだけで、簡単に通販サイトができたんです。ここで何を売るかが、次の課題となりました。」



【効果】“何をどう売るか”しっかりと考えたことが成功に直結



安田さん 「庭先の直売のように『人参ひと袋』とか『水菜ひと束』といった形でホームページに掲載しても、それぞれ送料も掛かり、お客様の気を引くことはできません。いろいろ考えた末、1 カ月くらいしてたどり着いた結論が『この農園の特徴である“旬の野菜”を武器にしよう』ということでした。つまり、その時々旬の野菜の詰め合わせを“春色”“夏色”という風に季節の名前を付けてセット販売するという方法です。これがおお客様の心をうまく掴むことができたのでしょう。一度購入いただいたお客様がリピートでご利用されたり、そうしたお客様からの口コミで新規のお客様がご利用されたりと、順調に伸びていきました。またプロモーションの一環として、『BASE』の機能を使ったライブ配信もやっています。畑を巡りながら、ここでこんな野菜を作っています、この辺りの野菜が旬なのでセットにしています、などご案内するような内容です。このライブ配信からホームページをご覧になり、購入いただくケースも増えています。」

【展望】他の農家さんと協業で“東京ブランド”の高付加価値化を

安田さん 「通販をはじめて2年弱ですが、まだまだ伸びていく手応えを感じています。やはり最初に『何をどう売るか』を考え、農園のカラーを打ち出していったところが良かったのだと思います。実際の店舗であれば、棚を空っぽにして1 カ月放っておくことはありえません。しかし、ネットだからこそじっくり品揃えを考えることができました。それが順調な滑り出しにつながったのです。ただこうした通販サイトも、ツールがなければとても手がけることはできなかったでしょう。現在はイベントの直売でもホームページと通販サイトをご案内し、やすだ農園のファンを増やす取り組みを続けています。そして次に考えているのは、私たちのように東京で農業を営む他の農家さんとの協業です。“地のもの、旬のもの”の美味しさを、ネットも活用しつつ皆で PR すれば、“東京ブランド”の農作物の付加価値をもっともっと高められると思っています。」



社名：やすだ農園
主な事業内容：野菜の生産、販売
所在地：東京都西東京市西原町
従業員数：4 名
創業年数：1910（明治 43）年
代表者：安田 弘貴



ここからアプリの事例ページはこちら