



チーム1

千田霞

川口瑞穂

# 食べたいリンゴを届ける

手間の掛からない販売作業と注文管理を実現する

# 目次

- コンセプト ……P2
- 現状と問題点 ……P3～P4
- システムの概要 ……P6
- システムの詳細 ……P7
- システムの応用 ……P8～10
- 結論 ……P11



# コンセプト



## 現状の問題

手作業が主の販売作業とデータの取り扱い

- ・入金の確認、注文との突合せに時間が掛かる
- ・データの転機ミス、商品の送付ミス  
増える注文に追いつけない



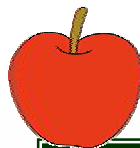
## 解決策

データの取り扱いをシステム上で一元化  
・転記ミス、送付ミスをゼロにする



## システム導入

- ・伝票の自動印刷
- ・注文の突き合せ作業の自動化
- ・注文表への自動記録

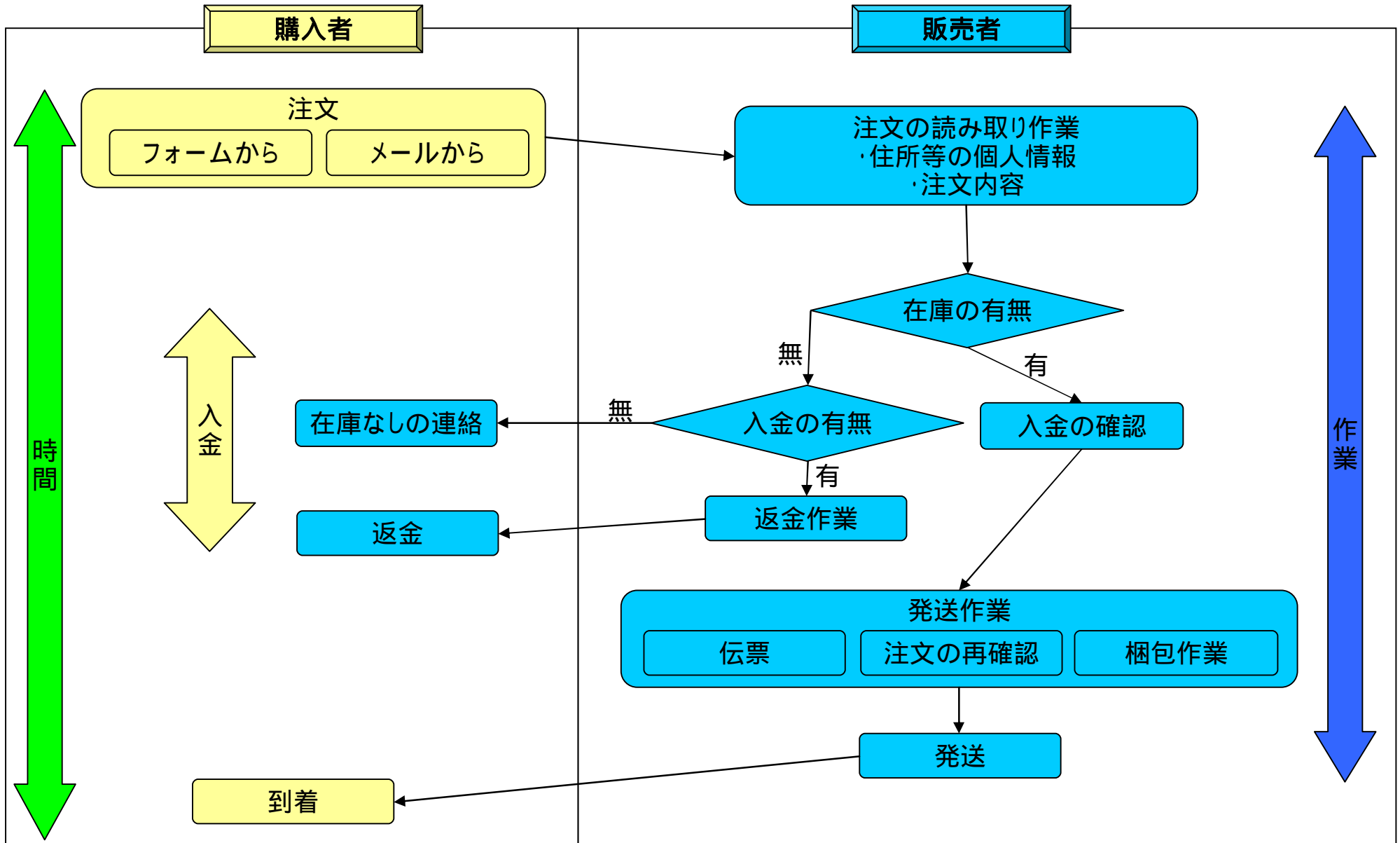


## 結果

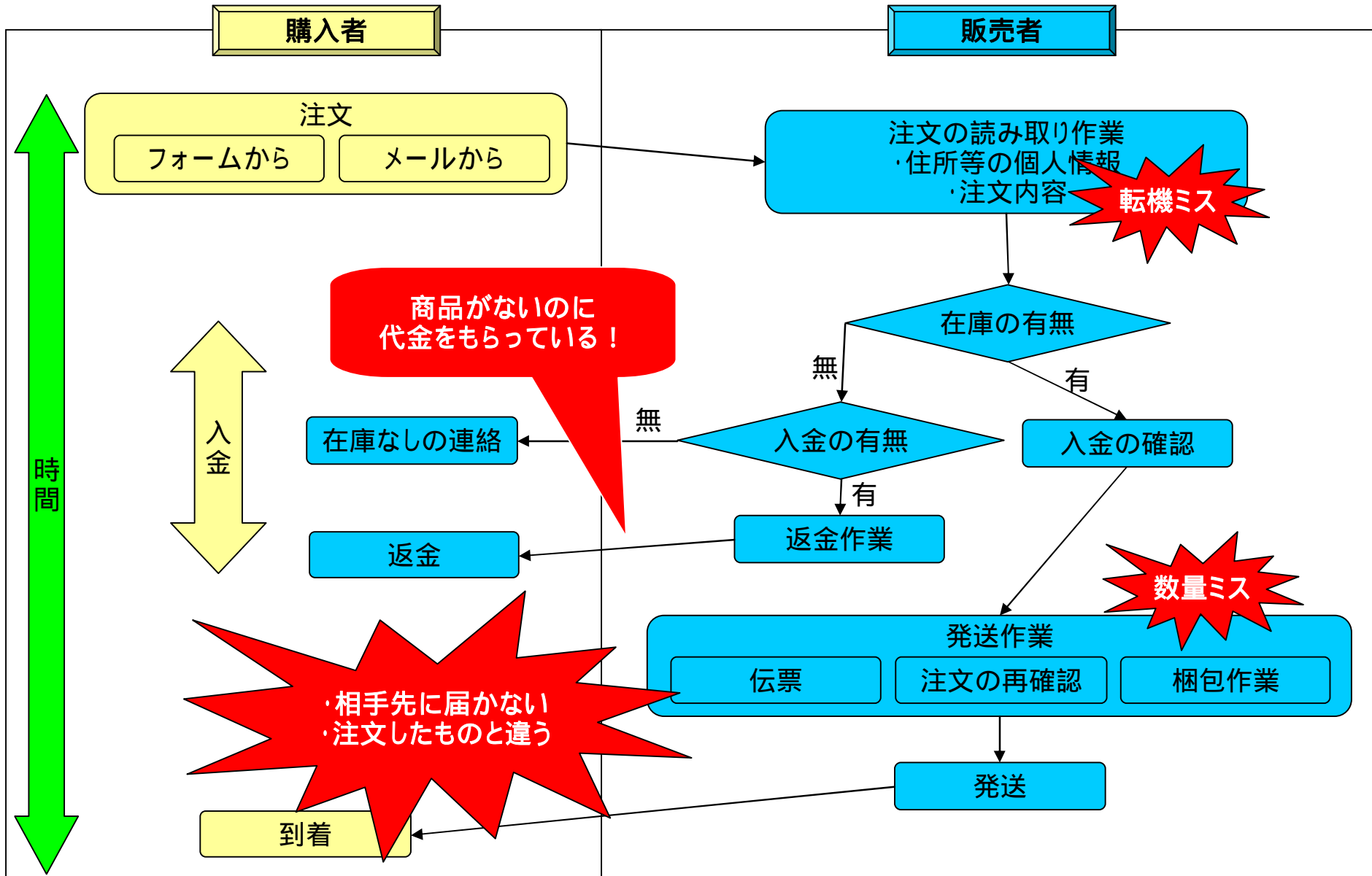
販売作業の手間を減らし、  
注文管理・記録を自動化



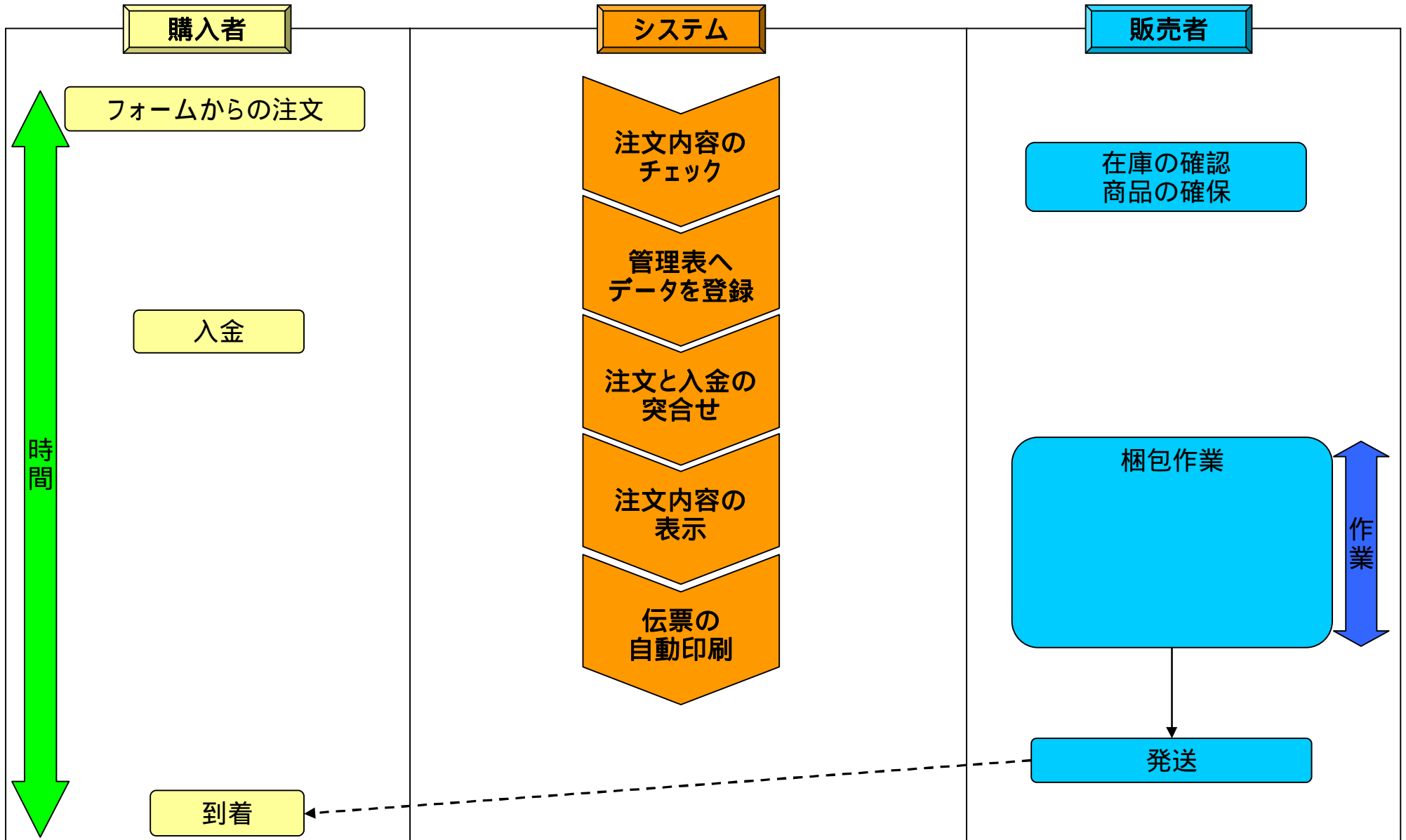
# 現状の問題点(1)



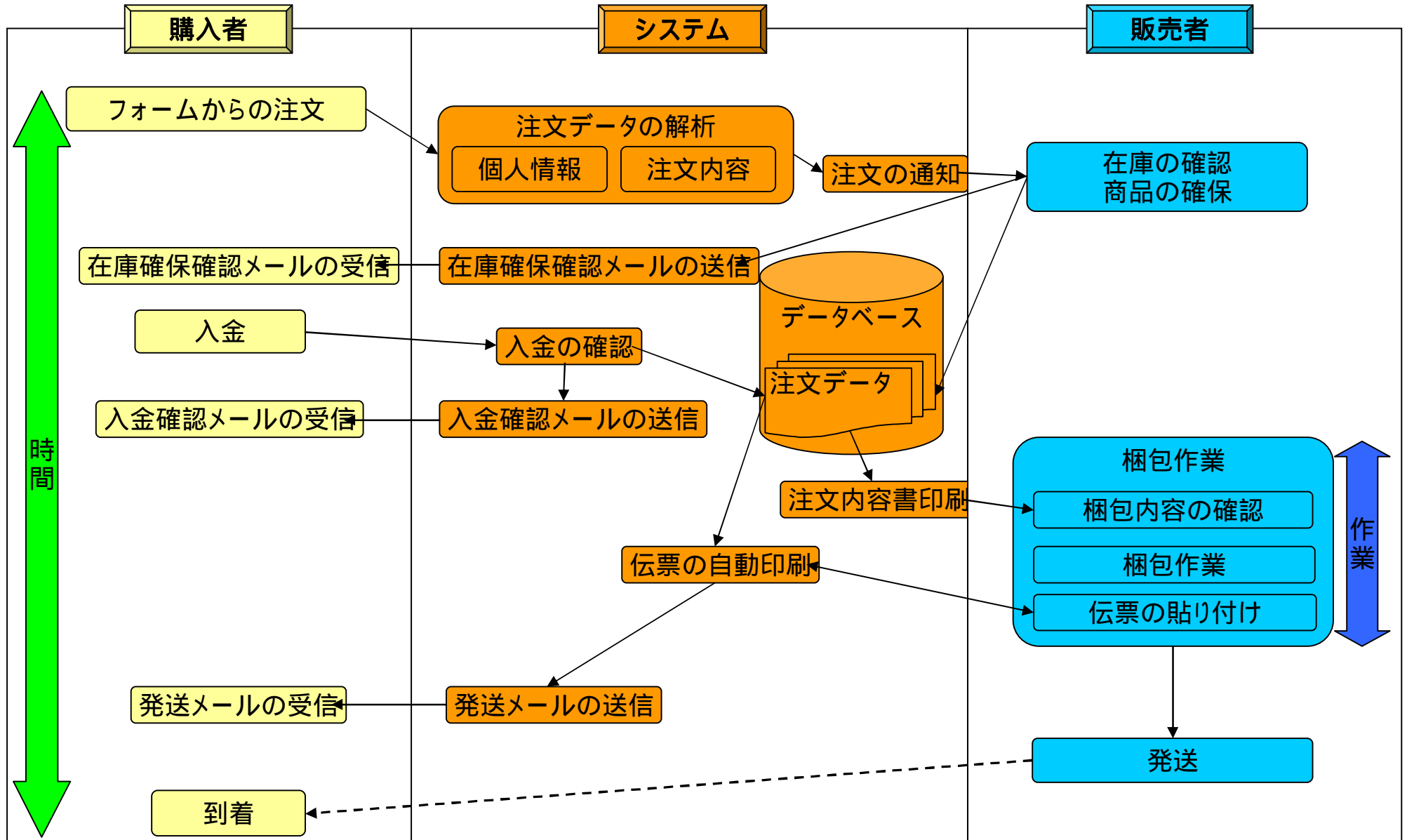
## 現状の問題点(2)



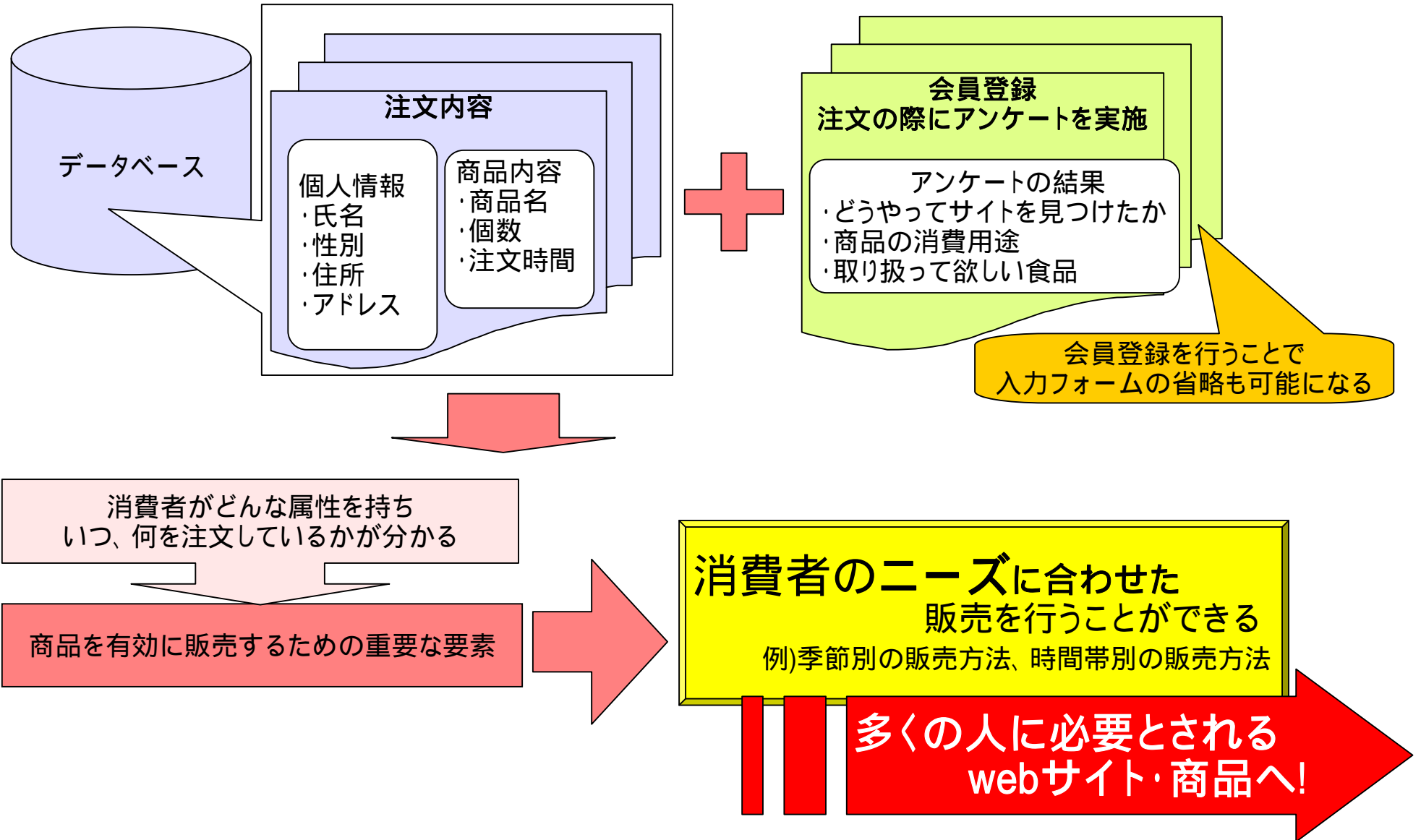
# システムの概要



# システムの詳細な流れ



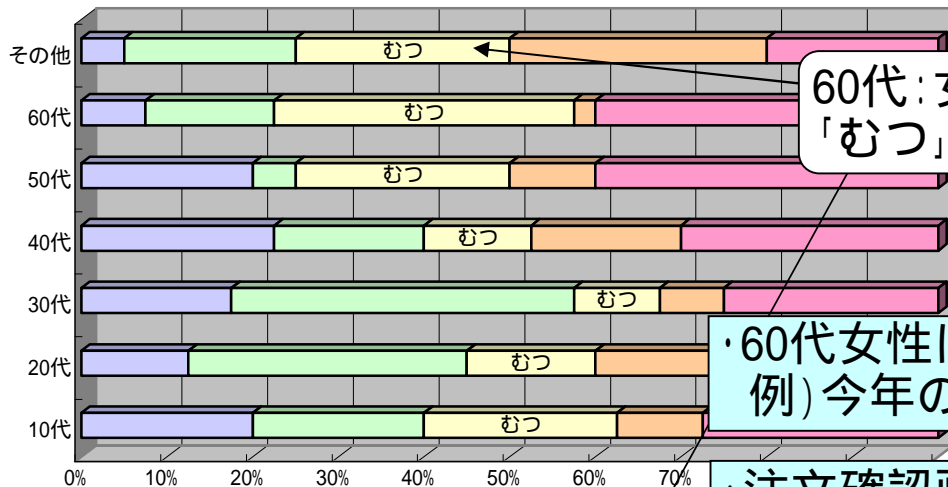
# システムで集めたデータの活用





# 顧客データの活用

2007年-リンゴの種類別の注文内訳(年代別)

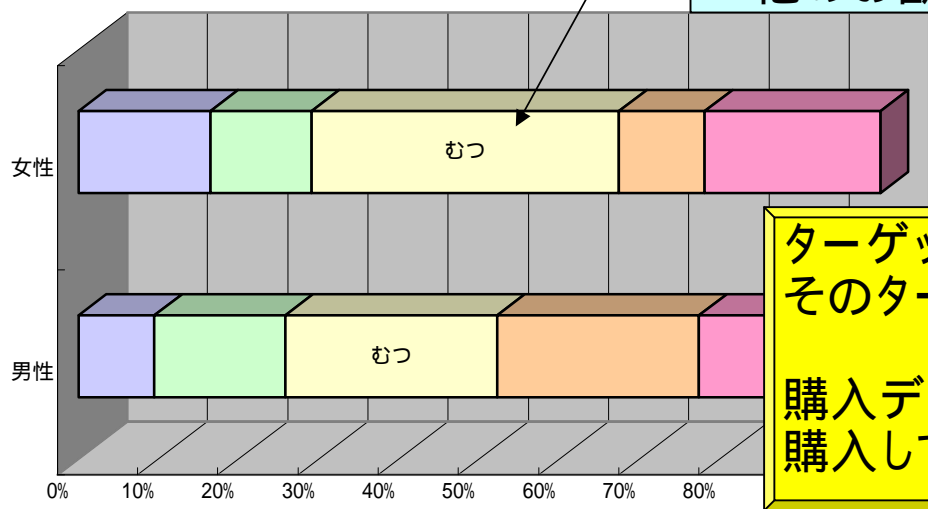


60代: 女性の場合  
「むつ」が人気

・60代女性に、メールマガジンで「むつ」をアピール  
(例) 今年のできばえ、美味しさの秘訣、小話など

・注文確認画面を表示する際、  
「ご注文内容確認」にプラスして、  
「他のお勧め品」として「むつ」関係の商品を表示

2007年-リンゴの種類別の注文内訳(男女別)



ターゲットを狭く絞って、  
そのターゲットに適した商品をオススメできる

購入データからの情報であるため、  
購入してもらえ可能性が高い

# 集めたデータは厳しい日本の青果市場で勝ち残るための武器となる

## 日本の厳しい青果市場

- ・国内農業総生産出額の減少  
毎年、約5%程度減少
- ・着実に増加するネット通販の参加企業  
毎年年率5%で成長  
(経済産業省調べ)  
競合他社の増加

さらに厳しくなると  
予想される青果市場

しかし

顧客の詳細なデータ + 分析・活用

= **消費者のニーズ**

消費者のニーズを理解し、  
販売に生かすことで高い満足度を与える販売を実現

増える競合他社との差別化、厳しくなる青果市場で  
販売対象である消費者のニーズを知っていることは  
勝ち残るための武器となる

ニーズを知らない販売では勝ち残るのが厳しく  
ニーズを知った販売は勝ち残ることができる

# 結論

## システム導入前の問題点

### [販売]

- ・注文が増えることで、伝票・注文表の転記ミスが発生、結果として相手への送付ミスとなる
- ・また、同様の原因で付き合い合わせ作業に時間が掛かっている

= 業務作業が破綻しかけている

### [経営]

- ・エクセルファイルで管理してはいるものの、分析していないため、注文が増えている要因、リピーターがどんな人なのかが分からない
- ・厳しい日本の青果市場に対応する術がない

## システム導入後

### [販売]

- ・注文データの扱いの自動化
- ・管理表への自動記録・管理
- ・販売時に行う作業を減らし、注文が増えても作業負荷が増えない

### [経営]

- ・「いつ」「誰に」「何を」販売したかをというデータを活用し、今後の販売の方向性を明確化するための重要なデータとなる「消費者のニーズ」を知ることが可能
- ・管理表より得た顧客データを分析し、消費者の目的・特長に合わせた商品の販売

**顧客の購買動向を商品の販売動向に生かすことができる**