

出荷予定や取引結果、相場予測…



スマホで農家からの出荷予定を確認する販売担当者
(高知県須崎市で)

ツール導入 効率化へ

高知県須崎市の青果卸・須崎青果は、スマートフォンやパソコンで出荷者とやりとりできるツールを導入し、業務を効率化している。その日の出荷予定をツールに入力してもらうことで、同社の販売担当者が個々の出荷者に連絡する回数が半減。相場情報の発信にもツールを活用し、「双方の販売環境が向上した」（同社の市川義人社長）という。

青果卸では、日々の出荷情報や取引結果について、電話で生産者に確認・報告することが多い。同社でも従来は5人の担当者が日に50件以上連絡し、「午後にはやっと営業に回れる状況だった」（市川社長）という。

須崎青果が導入したのは、日本事務器（東京都渋谷区）の開発したツール「fudoloop（フドループ）」。

農家が出荷予定量などを入力することで、販売担当者は各出荷者の状況を一度に確認でき、連絡に費やす時間を大幅に削減できる。

一方、農家にとっては入力手間となる。日本事務器は「継続してもらうには農家にもメリットが必要」と、須崎青果と出荷者間のメッセージ機能を追加。同社が短中期の

高知県須崎市 須崎青果 生産者と連絡スムーズに

相場予測を発信し始めると口コミで良さが広まり、積極的にツールを活用する出荷者は14人から140人へ増えたという。

メッセージでは、単価の高い品目の情報だけでなく、供給過剰などマイナスイメージも発信。「関東では世帯数が減り、1袋5個入りより3個入りが売れる」などの助言も盛り込み、農家も返信することで、信頼関係を深めている。

日本事務器によると、市場の買参人も「出荷予測の精度が上がった。おかげで想定より量が少なく他市場に買い付けにいかねばならないような事態が減った」と効果を実感しているという。

同社は空いた時間を商談に回すなどし、5年間で売り上げが17億円伸びた。若手や女性の社員も増えている。同社のツールの利用料はおよそ月7万円だが、市川社長は「ツール導入にかけた時間やコストは回収できている」と話す。