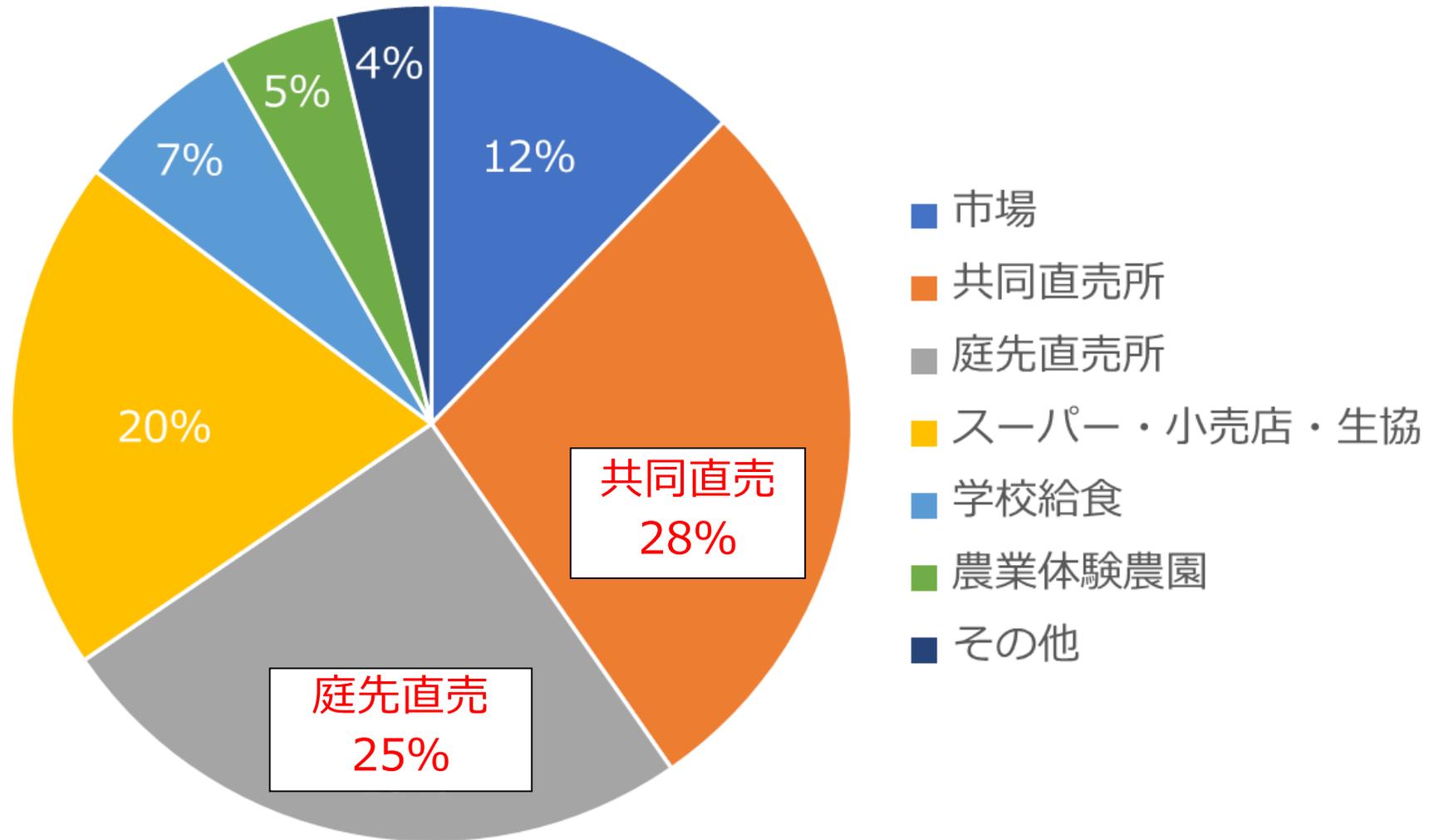


直売を主体とした経営管理システムの構築



令和5年度東京型スマート農業成果発表会
スマート農業推進室 保坂三仁

東京都の農産物の販路



東京都の農業経営体における野菜の出荷先・販売方法

(平成30年度 野菜・花き生産農家の出荷・販売に関する実態調査)

農産物直売所の特徴



	利点	課題
消費者	新鮮で安価な農産物が近所で買える	小規模店舗で品揃えが読めず、欲しい品物があるかわからない
生産者	輸送や販売の手間・コストが少ない	農作業の合間に畑から売れ行きの確認に行くのは難しい

民間企業との共同研究で、**庭先直売所をリアルタイムで撮影・公開するシステム**を試験開発・効果検証

「見えベジ」システム概要

直売所のリアルタイム映像を撮影
スマホで使われるSIM通信により、クラウドに送信
(動体検知により来客を撮影しないカメラ)

Webカメラ



クラウドサーバー

直売所のリアルタイム映像を
位置情報と合わせて発信

ウェブアプリ



消費者メリット

直売所に行かなくても、
スマホを見れば品揃えがわかる



生産者メリット

スマホで売れ行き状況を見て、
補充や片付けのタイミングがわかる

既存アプリとの比較

	一般的なSNS X, Instagram	自治体 アプリ
生産者と消費者の双方向 コミュニケーション	○	×
位置情報機能による 経路案内	△ リンク貼れば可能	○
無料で利用	○	○
リアルタイムの販売情報	△ 手動発信	△ 手動発信

既存アプリとの比較

	一般的なSNS X, Instagram	自治体 アプリ	見えベジ
生産者と消費者の双方向 コミュニケーション	○	×	○
位置情報機能による 経路案内	△ リンク貼れば可能	○	○
無料で利用	○	○	△ カメラ、通信料負担
リアルタイムの販売情報	△ 手動発信	△ 手動発信	○ 自動化

試験設置の様子



カメラ設置



試験サイトへの画像表示

▶ 都内生産者10戸の直売所に設置して生産者ヒアリング、消費者アンケート調査による効果検証

見えベジを利用した生産者の評価

無人店舗

<補充> 売り場の空きを確認してから補充に行けるようになった。

<栽培管理> 売れ行きを見て収穫量の調整ができるようになった。

有人店舗

<集客> 若年層の来客が増えた。

共通

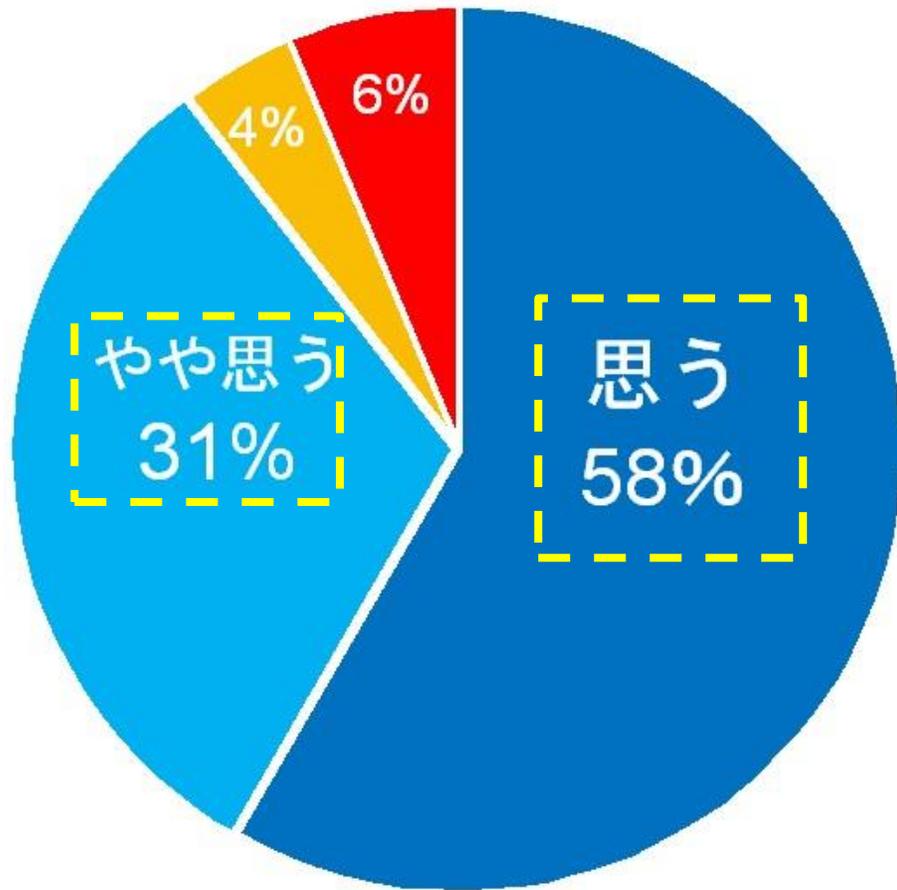
<売り場改善> 他の直売所を見て売り場を工夫した。

その他

<地域コミュニティ効果> 自分だけでなく他の生産者の売り場も見られるので、地域一括で取り組むと住民サービスに直結する。

見えベジを閲覧した消費者の評価

このシステムは直売所の買い物に役立つと思いますか？（直売所の購買客へのアンケート調査 N=48）



- 思う
- やや思う
- どちらとも言えない
- あまり思わない
- 思わない

➤ 約9割が「買い物に役立つ」と評価

令和4年3月17日 「見えベジ」を一般リリース



アプリに機能統合し、どこからでもリアルタイムで見られます



➤ Veggie株式会社が運営

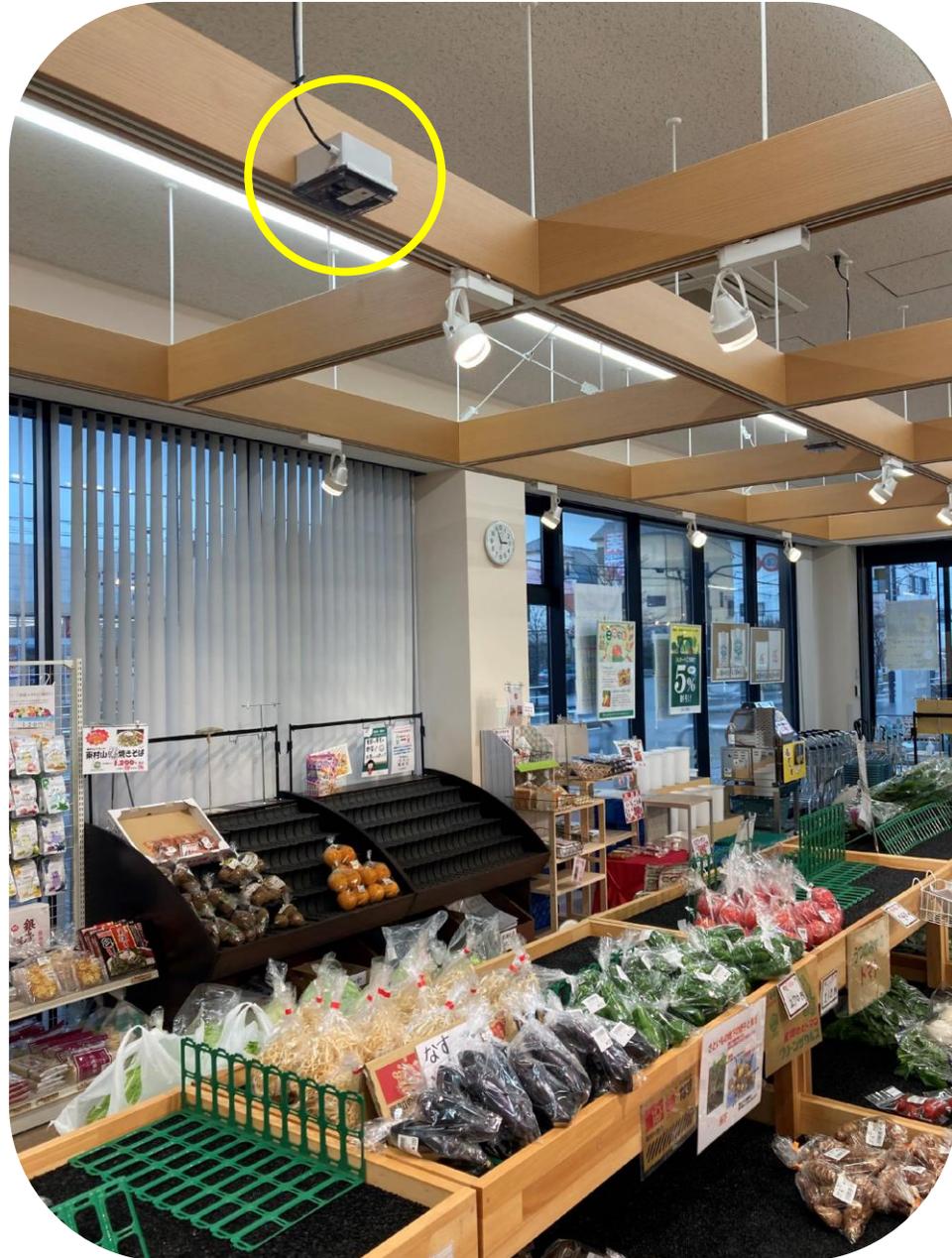
- ・「チョコバイGO!」サイト内で「見えベジ」運用
- ・カメラの販売

スマホアプリのダウンロードも不要です。

チョコバイGO



共同直売所の設置例



「見えベジカム」を設置して
直売所のリアルタイムな状況
を発信しています！



スマホやPCで「チョクバイGO」の清瀬新鮮館ページへ
お進みいただき、ご自宅で直売所の出荷状況を確認して
からご来店いただけます。



こちらのQRコードから
清瀬新鮮館の出荷状況が
確認できます！

※JA職員および出荷者も、同機能を利用いたしますが、あくまで出荷状況の確認が
目的であるため、データの保存等はいたしません。

JA東京みらい清瀬新鮮館

共同直売所での効果（生産者ヒアリングより）

- 店舗全体の様子が感覚的に把握できるので、短期的な作業調整に最適
 - ・直売所から売上の通知がメールで届くが、直売所の出荷数量は厳密に管理していないため
 - ・売上メールは長期的な傾向把握には重要
 - ・包装が違うと、自分の品物の売れ行きがより明快。
- 直売所全体の売れ行きのトレンドを把握できる。
 - ・現地では、農産物の出荷者、品目、品質、価格をチェック。
画像を見て次期作付けの参考にしたり、価格を変更

三宅島お魚センターへの見えベジ試験導入

- 三宅支庁産業課からの要望
- 出荷者の農家、島民、観光客からの「売り場の現状を見たい」という意見を反映
- 農総研から試験的にカメラを貸与し、センター役員、支庁職員向けのカメラ画像サイトを作成
- 三宅支庁産業課から、サイト閲覧者へのアンケート調査を実施。

期間：11/29～12/8

対象：三宅島に赴任中の東京都職員

人数：20名



試験利用の様子

★試験サイト

新鮮！三宅島産の野菜の直売

【現在の販売状況】

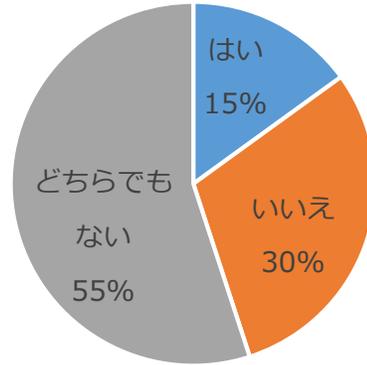


★カメラ設置の様子

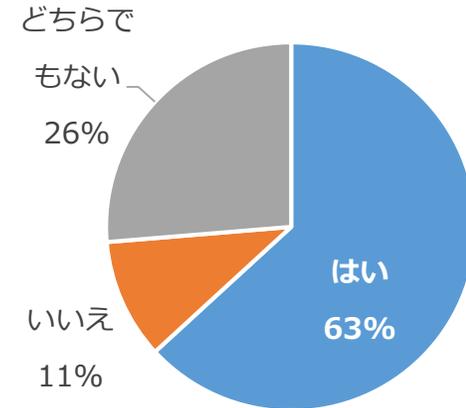


島民アンケート結果（三宅支庁産業課の調査による）

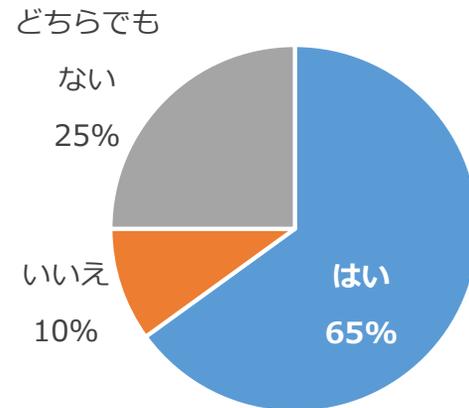
カメラの導入後、お魚センターに行く回数は増えましたか？



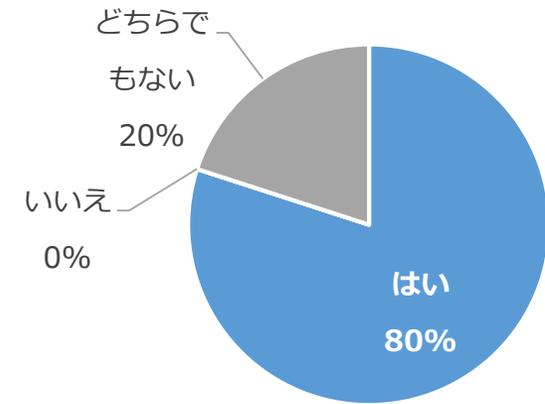
売り場を確認できることによって、お魚センターの利便性は向上したと思いますか？



どんな農産物が置いてあるか判断できましたか？



今後もお魚センターに直売所カメラを設置してほしいですか？



- 利便性向上と農産物判別の評価が高く、設置希望は約8割、設置反対はなし。
- さらに、観光客向けの発信効果も期待できる。

今後の普及展開に向けて

➤ 利用者は増加傾向

- ・ユーザー数の増加
- ・導入直売所も増加（19か所：2024年2月時点）

R4年度：庭先3件、共同2件

R5年度：庭先1件、共同2件

➤ 農産物直売所以外の見える化

（小売店、体験農園、公園など観光名所、etc）

➤ マイクロ物流の進展に応じたマーケティング手法の確立

リリース後のユーザー数推移

