

特集

商売にあわせたICT活用

まずは、インターネットで情報発信を。



花月堂の人気商品の一つ、「プランタンヌーボー」。

暮らしに不可欠なICT
ICTは、数年前まで使われていたIT（情報技術）から一歩進み、送り手と受け手が情報を共有し、コミュニケーションできる技術と捉えられています。その代表的なツールといえばインターネットですが、既存のフックシミリや携帯電話などもその一つ。ICTの利用者は、全国で9千万人を突破し、もはやビジネスや生活に不可欠な存在



花月堂のインターネット事業部。3名体制で、1日2000個の受注に対応すること。

現在、私たちは日常の情報収集において、インターネットや携帯サイトなどのICT（情報通信技術）を頻繁に活用しています。生活に深くICTが浸透した時代、地方の一事業所や商店にどんな活用の糸口があるのか、実際の事例を通して探ってみましょう。

です。

まずは、昭和22年に創業以来地道に営業を続けてきた菓子店が、6年前から始めたネット販売の事例をご紹介します。

まずは店を知ってもらいたい。

盛岡市天神町の道路沿いに店を構える「花月堂」。地域の人たちは和洋さまざまなお菓子を買い求めに店を訪れます。そして、午後3時を過ぎたころ店舗の奥では、インターネットを通して申し込まれた商品の発送準備が行われていました。

今や、同店はロールケーキの花月堂として知られ、全国各地から毎日数百個の申し込みが入ってきます。花月堂が楽天の通販サイトを利用し、ロールケーキのネット販売を始めたのは2003年のことですが、そこには経営する立場として一つの思いがあったそうです。

「当店は商店街にあるわけではないし、店単体の力にも限界がある。今後の事業展開を考えた時、新たな手段の一つとしてインターネットに着目しました」。こう話すのは、同店の専務取締役・北田豊英さんです。

「まずは店を広く知ってもらうこと」を第一に始めたネット販売への取り組みは、遠方から

の申し込みはもちろん、外側からの口コミ力によって地元のお客様が店を再認知するという成果をもたらしました。実は、「ネットを見て初めて店を知った」という地元の人も多かったのだから。

ネット上では自社の強みが必要

全国各地から商品を集めるネット通販サイトでは、自社の強みが必要と考えた北田専務。当時は、洋生菓子をネット販売で取り扱う店が少なかったこと、よりオリジナル性や季節性を打ち出せることから、自社の得意分野でもあったロールケーキに着目。卵やバターなど岩手県産の素材も活かした新商品を次々に出しました。

現在、ネット販売の売り上げは全体の約25%を占めるほどですが、立ち上げ当初は社内の反応が鈍く、注文数の上昇やレビュー数のアップで、少しずつ社



ネット販売であっても、常にお客様の顔を思い浮かべる姿勢は変わりません。



「ネットの活用で、全国のお客さんに店や商品を
知ってもらうチャンスができたし、新たなビジネ
スの可能性が広がった」と花月堂の北田専務。

盛岡の特性を活かした 情報発信を

ところで、その必要性は感じても、「うちの商売とは関係ない」と思われる事業者も少なくないことでしょう。

員の意識が変化していったそう
です。

「通販サイトに出品すること
で売り上げが確約されるわけ
ではない。あくまで売る機会を
与えられただけ。自社の力で企
画をつくり、販売やアクセスア
ップに努めることが大事だと強
く感じています。ネットでは大
幅な売り上げ増を狙うのでは
なく、コンスタントに長く売
り続けることを大事にしたい。
そのためにも新しい商品や展
開を常に考える必要があります
と北田専務。「実店舗でもネット
でも、店への安心感と好きにな
らなくても努力は変わらない。
呼び込むためのやり方が違っ
ただけです」と続けました。

岩手県立大学のソフトウェア
情報学部の菅原研究室では、
大学教育の一環として、研究
開発テーマに関わるいくつか
のプロジェクトを立ち上げ、
地域の産業界振興や街の活
性化に大学の情報技術を役
立てる取り組みを進めています。
それは、農林水産業、経済
産業、観光、医療や福祉、
子育てなど、実に多岐に渡
っているのです。その中から、
いくつかを参考に、地方の一
事業所がICTを有効活用する
方法を、学部長の菅原光政
教授に教えてもらいまし
た。

例えば、紫波町の「産
直あかさわ」における情報
技術の活用。百以上の生産
者が出荷するこの産直では、
常にローテーションする
売り場と日々の入荷状況を、
消費者がタッチパネルで確
認できる入荷管理システム
を導入。さらに、生産者
には携帯メールで日々の
売り上げや在庫状況を報
告、消費

者に対しては、入荷予定の
紹介やおすすめ商品の掲
示などを行っています。こ
れらの情報はすべて同研
究室が一括管理。菅原教
授は、「日々の売り上げを
把握することで、生産者
自身も売り方に工夫する
ようになっていきます」と
話します。

また、盛岡市材木町の
「よ市おんらいん」では、
簡単に情報発信できるこ
とを第一に考え、携帯電
話からの口コミ投稿によ
る消費者の声を、プログ
形式で掲載。よりイベン
ト性を持たせるため、投
稿者には抽選で、商店街
で取り扱う商品が当たる
ようにしています。この
場合は、



菅原光政学部長。県立大学では、岩手県内の商店街情報の中に各
個店情報を掲載する、消費者向けの「岩手県商店街ポータル
サイト」の構築も準備中です。

「材木町よ市」という注
目度の高い催しを入り口
にして、商店街の個店へ
興味を促していくのが
狙い。この取り組みの
意味について菅原教授
はこう語ります。

「材木町は川沿いの護
岸も美しく景観も見
事。今後はそれも含
めて情報発信してい
ければ、街の魅力も伝
わるはず。今までは、
インターネットの活
用方法として、大手
の情報サイトなどに
依存する形が多か
ったけれど、地域の
事業主にとっては
リスクもあり、経
費もかかる。なら
ば、情報の入り口
として、地域の特
性をもっと活用す
べきです。盛岡の
住みやすさ、盛岡
が持つブランドの
数々をキーワード
にアクセスしてく
る全国の人は多
いはず。情報通信
技術を活用す
れば、それを起
点にし、実際の
街店、モノ、イ
ベントといった
情報への連鎖
が可能になる
のでは」。



研究室では、ICTの技術を地域で運用し貢献するとともに、その情報をさらに研究に活かしています。

無料PRできる システムを有効に！

ICTの活用方法は、自社
ホームページ制作したり、
大手サイトに登録したりと
方法もさまざまです。全
ての業種においてICTが
必要不可欠とは言え
ませんが、情報発信
することが信頼性の
向上につながるケ
ースが多いのも
事実。

当商工会議所のホームページに
は、会員向けサービス
として「メンバーサー
チ」という無料掲載ベ
ージがあり、産直のシ
ステムの生産者向けの
講習会。最初は何か
からという人も多
いそう。



今後の新しいサービスとして、
全国の商工会議所により運
営されている「ビジネスモ
ール」にも参加する予
定。まずは、それら
をぜひ利用してほ
しいものです。小
さな仕掛けが
新たなつながり
を生むその可
能性を持つ
のがICTの世界
です。身近な
小さな一歩を
踏み出して
みませんか。

取材／SANS A 企画編集委員会