

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とか。

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
知ってもらお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
好きになっても、努力は変わ
らない。呼び込むためのやり
方が違うだけ」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
わたっているのです。その中
から、いくつかを参考に、地
方の一事業所がICTを有効に
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
をするようになっていきます」
と話します。

「材木町よ市」という注目
度の高い催しを入り口とし
て、商店街の個店へ興味を
促していくのが狙い。この
取り組みの意図について菅
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
それらも含めて情報発信し
ていけば、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、地域の事業主にとつて
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
にアクセスして全国的に
認知されたい。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
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。



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、自社で
ホームページ制作をしたり、
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
要不可欠とは言いきれませ
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、
会員向けサービスとして「
メンバーサーチ」という
無料掲載ページがあり
ます。また



産直のシステムの生産者向けの
講習会。最初は荷物
から少ない人も多いそう
です。

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、それを活用してほ
しいものから。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