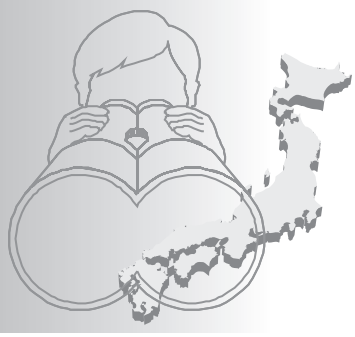
日本列島組合探検隊



連携による事業展開　岩手の宿泊観光情報ポータルサイト「岩手の宿」の開発

～岩手県旅館ホテル生活衛生同業組合（岩手県）～

◆背景と目的

平成19年春、平泉の世界遺産登録を目指す動きが強まる中で、観光客誘致の増加を図るための施策として、岩手県内の旅館ホテル業の魅力を引き出し、余すことなく顧客に提示するための知恵や技術を結集するツールを整備する必要性が確認された。

その結果、岩手県商工労働観光部、岩手県立大学ソフトウェア情報学部、IT民間企業を巻き込んだ産学官連携の形で、岩手県の旅館ホテルの宿泊情報や旅行プラン情報を主体とした顧客と組合員各社を結び付ける双方向型のソーシャル・ネットワーク・システム（SNS）として、宿泊観光情報ポータルサイト「岩手の宿」を開発し、岩手に訪れる顧客を創造するとともに顧客満足度の向上を目指すこととなった。

◆事業・活動の内容

「岩手の宿」の開発仕様や設計画面に対しては、開発委員会と開発作業部会の連立形式で検討を進めた。また、開発途中にシステムへの要望収集と参加協力を兼ねて、組合内の支部毎に講習会を開催したが、熱心な意見や質疑が行われ、有意義であった。

◆成果

サイト開設後、サイトへのアクセス数は、目標の日当たり1,500PV（1ページビュー=1ページ閲覧）に対して、リリース後8ヶ月間の平均は日当たり1,200PVとなっている。また、組合員への予約誘導については、目標であるアクセス数の2%に対し、リリース後8ヶ月間の平均が13%となっている。

【組合の概要】

所在地：岩手県盛岡市中央通3-14-31　3F
電　話：019-622-7214
設　立：昭和33年4月　　組合員：353名
ＵＲＬ：http://www.iwate-navi.jp/

組織・機能を活かした事業展開　消費者の視点に立った組合ブランドの構築による販路拡大

～岡山米穀研究協同組合（岡山県）～

◆背景と目的

「お米」は、消費者の日々の生活に欠かせない商品であるため、昨今の消費者動向では、価格に敏感に反応し、低価格のものが好まれる傾向がある。また、商品の特性上、付加価値が付けにくく、産地ブランド等は広く知られているが、それが必ずしも付加価値となり価格に転嫁することができていない。

さらに、昨今の家庭環境の変化等と併せて、次第に少量パックのものが売れ筋となることが目立ってきている。

◆事業・活動の内容

「良質な『お米』を手にとりやすいサイズで」というブランドコンセプトを構築し、「お米」のプロである組合が産地、食味等を厳選した「お米」を少量パックにしたものを組合ブランド商品として販売することとした。また、既存のパッケージが販売業者にとってメリットが多いが、消費者にとってはデメリットの方が多いことに着目し、パッケージで差別化を図り、消費者に対する訴求効果を高めることとした。

◆成果

良質な「お米」にプレミアム感を出し、価格に対する弾力性の低い消費者に対し、日頃の「ご褒美」としてちょっと贅沢な商品を購入していただく。また、「良質な『お米』を手にとりやすいサイズで」というコンセプトから、そういった顧客だけでなく、単身者や少人数の家族等にターゲットを拡げることができ、そういった消費者が購買の中心としているコンビニも有望な市場となる。都市圏では、単身者、少人数の家族がかなりの割合を占めており、今後都市圏への進出も含めて市場規模の拡大も見込める。

【組合の概要】

所在地：岡山市築港栄町5-38
電　話：086-265-7448
設　立：平成13年5月　　組合員：5人

※本コーナーは、全国中央会が取り纏めた「先進組合事例」をもとに編集しています。