

青果物流通の現場から

最終回

ソーシャルネットワーク活用のすすめ

ほん だ しげる
本田 茂
中小企業診断士



ついてみてみましょう。

1. はじめに

皆さんはソーシャルネットワーク(以下SNS)を活用していますか？

Twitter や mixi など私用で使う方、最近 Facebook を始めた方も多いかと思います。自分の意見を発信し、情報を収集、仲間とのコミュニケーションに使えるなど便利なツールですね。

しかし、こうした機能を業務で使う人は少ないように思います。今回は SNS の農産物流通のツールとしての活用を解説します。

日本の SNS 人口は2010年2,310万人、2011年3,530万人、2012年5,060万人と加速度的に伸びています。

次頁の表は、5,600人を対象とした株式会社インプレス R&D によるアンケート調査を抜粋しました。

今まで若者中心の利用で最大利用者数を誇る mixi に代わって Facebook の利用者数が急増しています。実名なので信頼性が高いことから、社会人がビジネス目的で利用できること、読んだことを相手に知らせる「いいね」ボタンなど利便性の高い機能がついていることなどが伸びている要因です。

2. SNS の現状

それでは、まず SNS の現状に

	TWITTER	MIXI	FACEBOOK	LINE
利用率	26.3%	26.1%	24.5%	21.3%
前年利用率	15.5%	27%	8.3%	-
特徴	140 文字までの制限。MIXI に次ぐ国内第 2 位の利用者数。世界利用人口も多い。	実在の友人関係同士の利用が多い。国内第 1 位の利用者数。	実名のみ登録、世界利用人口が多く社会人、ビジネス目的の利用が多い。	10 代、20 代を中心に急増中。通話が無料でできる。

「ソーシャルメディア調査報告書 2012」株式会社インプレス R&D より

3. 活用するなら Facebook で

利用するなら Facebook です。理由は、ビジネス目的で利用する同業者が多く登録しているからです。私用で使う、匿名でネットの交友関係を広げるなら mixi や Twitter が合います。

試しに、実際取引している関係者の名刺にあるフルネームを Facebook で検索してみたら、全然ヒットしませんでした。つまり、まだまだ利用者が少ない証拠ですが、逆に言うと利用者が少ないからこそ、つながったらビジネスにつながりやすく、チャンスともなります。

4. リアルタイムの情報 収集に

皆さんは市況情報を毎日もしくは

は定期的にチェックされていると思います。しかし、市況情報は作成されてから皆さんの手元に届くのは 1 日遅れですし、速報である概況も半日ほど遅れますよね。

青果物情報はスピードが命です。筆者は朝に市場の動向を仲卸の現場感からつかみます。「キャベツが現場に全然ありません」なんて情報を朝 7 時につかんだら、その後に市場から平静を装って「キャベツ売ってあげたから、特注価格で出荷してくれ」なんて注文にうまく応えることができますよね。「朝、市場にキャベツが全然残ってないみたいですね。その価格では難しいですよ」のように。

このように、市場関係者や仲卸関係者には、写真付きで朝の状況を発信してくれる方がいます。スピードだけでなく、現場の微妙な感覚、いわゆる現場感も伝わって

来ますので、市場の動向をより正確につかむことができるのです。

5. 営業に活かす

こだわって農産物を生産しているグループは、Facebook や Twitter など情報発信をしています。既に JA の直売所でも Twitter での情報更新をしているアカウントも多数存在します。直売所だけでなく、自分が担当する産地部会の案内、情報提供、ピーク時の販売要請など実販売への応用はいくらでも可能になります。

まずは市場担当や仲卸と友達になり、日ごろから情報交換をするところからはじめてほしいです。友達になり、交流を続けたら、上述のとおりビジネスにつながりやすいというわけです。

6. どのようにしてネットワークをつくるか

まず、どのように友達をつくるかですが、アカウント登録したら、農業関係者、青果物関係の発信をしている方への友達申請をします。次に自分から情報発信を続けることです。リアルの世界で

も黙っている方はなかなか交友関係も広げられませんよね。自分の業務の情報を小刻みに発信し継続していくことで、農業関係者の友達申請がくるようになります。

よく情報を受け取るだけの受け身に回る方もいますが、できれば双方向の交流を図りましょう。相手に情報を発信することで自分も受け取れるのだと思います。

SNS のポイントは持続性です。それはバーチャル（SNS）の世界も日常の関係も同じです。日ごろから情報交換している方となら、リアルでの取引も十分可能です。

現に自分も SNS で知り合い、実際に会ったり一緒に飲んだりして交流を深め、また SNS で交流を続けるという経験が多くあります。SNS で知り合う→実際の知り合いになる→SNS でより仲良くなる→取引が始まる→SNS で交流を続ける。実際に会うことで今までの交流がリアルのものとなります。その後さらに SNS で交流を続けることでお互いの信頼関係を醸造することができるのです。この循環を繰り返す継続性こそがネットワーク形成のポイントです。

7. SNS の問 題点

ホテルのフロントの女性が、ある有名人が宿泊にきたこと、その部屋のシーツをもらう

という書き込みをして、問題になった事件があります。業務上の秘密がなんの抵抗もなく公表されてしまい、多くの不特定多数のユーザーに情報が筒抜けになるところが SNS の恐さでもあります。

自分は SNS の世界もリアルな人間関係として意識しています。自分のスマートフォンの向こう側に相手がいることを認識する、自分の情報が多くの方にみられることをよく考える必要があります。

自分だけの情報はいいのですが、他人のプライバシーや業務上の情報には特に注意が必要です。筆者も「これは発信して大丈夫か？」いつも自問自答しています。

8. 最後に

いかがでしたか？「私的な時間まで仕事をしたくない」「オン

今朝の河北。
昨日訪れた金華山黄金神社の常夜塔がボランティアの手で修復された記事です！
このお寺は個人所有なので、今回の被害の修復がなかなか進んでいません。
そんな中の明るいニュース。
個人でもやれる事は大きい。
それを可能にするのは、意思と継続だと感じています。
写真にタグ付けタグ付け終了位置情報を追加編集

いいね！・・・投稿のフォローをやめる投稿をフォローする・シェア・編集
編集

■■■■さん、■■■■さん、■■■■さん、他17人が「いいね！」と言っています。

(筆者の Facebook 発信例 写真はカットしてあります)

とオフの区別がつかなくなる」といった意見も多く、躊躇している方も多いと思います。しかし、時間を区切っても使うべきだと筆者は考えます。もはや SNS の存在は農業流通の現場でも無視できない存在になっているからです。

習うより使って慣れよ。SNS は登録して見ることに、楽しんでみることがポイントです。使えば使うほどより使いやすくなる、これが SNS の特徴でもあります。

1 年間の連載で、市場相場の仕組み、転送業者のからくりなど青果物流通業界の現場からの発信をしてきました。次回からは「園芸担当のための青果物流通のノウハウ」と題して、新人さんや若手、中堅の園芸担当者が参考になる青果物営業の実践編を連載していきます。楽しみにお待ちください。