

コンソーシアム活用による「特選旬青果便」受発注システム（案）

安全・安心・高品質保持で顧客の信頼を獲得

『市場直送が売り』

現代の商取引では価格もさることながら、安心・安全が最優先される。企業モラルに委ねられる要素が強く品質保持が絶対条件になっている。

現状

納入業者間での品質のバラツキが散見され、結果的には、顧客からのクレームが発生しているケースが見受けられる。業界トータルでは、時間・費用・労力のロスを招き場合によっては、取引停止となることも。

システム基本内容

1. 第三者の品質管理体制を持たせる事で信用度アップ

品質管理は、システム内に統一基準の規格を導入し、定期的なアンケートや品質テストの実施により、商品品質、サービス内容の評価を実施する。

2. 実稼働者をシステム化する。

1で実施した評価情報を定期的に構成業者に伝達する事によって、参加事業者への注意喚起（取扱停止）

3. 商流もコンソーシアムを介する事を基本とする。

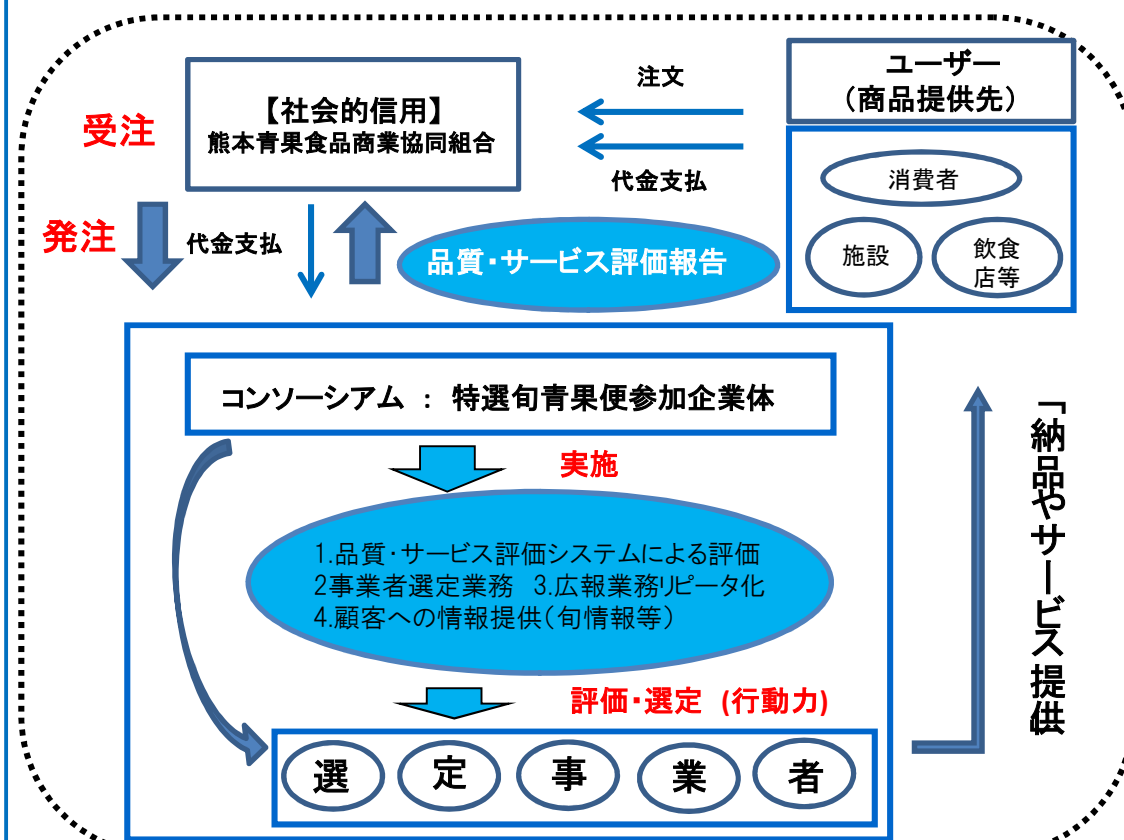
構成業者は受注情報などトータルの情報、また基本的な商品コースなどの紹介を受ける。そのため、運営費として、取扱高の5%~10%を拠出する。

4. 物流に際しては既存システムを当面利用

当面の間は、各構成業者の既存設備を利用する。将来的には、コンソーシアム内で複数業者による、共同配送の構築などの配送コスト削減の道を模索する事を検討する。

展開イメージ

組合の社会的信用力とコンソーシアムの行動力がポイント



効果

新システム稼働時は発注側・構成業者・ユーザーの3者各々が納得する品質の保持が実現し、コンソーシアム構成業者全体のレベルアップが期待される。