

12月 作業報告	trima開発 ・ガイドフォーラム発表 ・各種ページを日本語化（アプリのベースを日本語化しました） ・ユーザー向け機能実装 ・ユーザー向け予約機能・決済機能 ・事業者向け予約確認機能・予約通知機能
	12月の自己評価 総合 ■■■■■■■■■■□/ 90 点 ・家庭の事情で在宅作業でしたが、集中して一気に各機能を追加しました。 ・細かいデザインは後回しにしています。 ・事業者向け機能やUI、ユーザー向け機能やUIそれぞれで、矛盾が発生しているような気がします。詳細は最下部記述。 ・猫の事情は解決したのでこれから出社できますが、出社するとなると地下鉄移動によるコロナ感染が正直怖いと感じる今日この頃です。
1月 作業予定	・TOPページの修正 ・事業者向け導線を分かりやすくする ・社内にてユーザー、事業者、管理者に分かれて実際に使ってみて不自然な部分やバグなどのチェック ・社外テスター向けに使ってもらい、主に登録から予約受付までの導線がうまくハマっているかを探る ・事業者登録がスムーズにいくようにする （体験登録内容を事業者が修正する度にチェックする必要があるのか、ないのかなど決める必要あり）
相談と報告	・ユーザー側がまとめて予約できる部分の導線やUIの正解が見えていません。以下、相談。 →現在、カートという概念を作っていますが、カートに入れても、その間に他の人が予約してしまう懸念（そうさせないとすると、今度はみんながカートに入れたまま決済しないと、その体験は売り切れ表示になってしまう懸念）があり、他のプラットフォームのように一度ずつ決済させる方が実は良いのでは？という疑問が湧いてきています。何か良いアイデアはありますか？ →予約の際に、まず旅行メンバーの情報を作成しないといけませんが、少し手間に感じます（2回目以降の手間は省けますが、最初の手間が多少あります）事業者が予約する顧客の情報をどこまで欲しいかという部分と、ユーザーがどこまで負担に感じるかのバランスを見ないといけません。 →今後、絶対に最初からシステム化されていないといけない部分、最初は不要な部分、最初はマニュアルで良い部分に優先順位をつけ、取捨選択しながら進めないと時間とリソースのバランスが取れなくなる可能性があります。別途、表で説明します
農家と顧客の交流ツール	・農家（またはccc）が、最良の顧客と相互交流できる ↓ 農家ごと、事業者ごとにLINE公式アカウント（LINE for Business）を作る ●公式LINEは複数の管理者で顧客とのチャットが可能で、リンクを埋め込んだりメニューを作成したり、予約（正式なものは要るなび連携、数個ならリッチメニューカスタマイズでも簡易的に可能）を受けたり、スタンプカードを作成したりできます。 ●毎月合計PUSH配信数（チャットでなく一斉連絡）は1000通まで無料（15,000通/月→5,000円/月）。個別チャットは無料。

農家と顧客の交流ツールに予約や決済が絡む場合
<p>目的</p> <p>1・農家さんが最良の顧客と相互交流できる</p> <p>2・農作物の予約や購入もできる</p>
<p>1、農家による公式LINEのみ</p> <p>→佐藤農園公式LINEから交流</p> <p>→LINEから野菜を購入するとなると決済が絡むのでLINEのみでは少し難しい気も（LINE送金やPayPay送金、銀行振り込みなどが許容されるならOK）</p> <p>→キャンセル・返金やクレーム対応なども全て農家負担</p> <p>メリット：難しいEC管理が不要、いいものを好きに高く売れる、交流感がある</p> <p>デメリット：チャットベースなので注文が多いと面倒、顧客対応負担が生まれる</p>
<p>2、農家による公式LINE + 農家によるECサイト</p> <p>→佐藤農園.comのようなECサイトをstore.jpやshopifyなどで運営</p> <p>→サイトから注文</p> <p>→農家が個別に発送</p> <p>→キャンセル・返金やクレーム対応なども全て農家負担</p> <p>メリット：注文が多くても整理できる、いいものを好きに高く売れる、交流感がある</p> <p>デメリット：EC管理作業が生まれる、顧客対応負担が生まれる</p>
<p>3、農家による公式LINE + 農協によるモールのECショップ</p> <p>→農協などの団体が「熊本農作物販売所.com」のようなECサイトをstore.jpやshopifyなどで運営</p> <p>→その中に農家のページが複数あり、農家ごとの公式LINEへの入り口がある</p> <p>→注文があると農家または農協が発送</p> <p>→キャンセル・返金やクレーム対応などは農協負担？</p> <p>メリット：農家のEC管理作業がない、顧客対応負担がなくなる</p> <p>デメリット：交流が必須ではなくなる（農協から買って終わりが可能）、従来通りと変わらずいいものを好きに高く売れる感は少ない</p>

CCCと顧客の予約受けツール（農家の方と違い、メインは交流よりも予約受付目的？）
<p>目的</p> <p>観光客の飲食店予約（その他の予約）を受けられる</p>
<p>方法</p> <p>上記の3方式で公式LINE運営のみ、または予約用ECサイトの併用で予約をうける</p>
<p>デメリット：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・すでに国内向け単発予約サイトが多くあるため、そちらに埋もれてしまう ・trimaが目指す最終形態と違い、飲食店などの単発予約サービスを作ると、trimaが解決しようとしている「予約がバラバラ問題」を助長してしまう可能性 <p>※CCCの直接的な見込み顧客とチャット相談ができるなどになると話は別かもしれません</p>