

販路開拓

② やさいバス株式会社

「地域とつくる地産地消を推進する青果流通システム」(2022年全国イノベーション推進機関ネットワーク会長賞)

受賞理由：受発注・共同配送を一体としたWEBシステムを構築、生産者・物流事業者・購買者をつなぐDXとなっている。利用者は主に、専業農家と小売業者や外食などの事業者であり、共同配送を担う物流事業者はエリアの事業者へ依頼、共同配送の方法は、各エリア内に「バス停」と呼ばれる集配場所を設定、トラックが集配荷して、人を乗せるバスのように時刻表に基づいて周回している。生産者は最寄りバス停に出しに行き、購買者は取りに行くという運用となっており、バス停は、農家の軒先、商業施設、駅、市役所など、地域の協力を得ている。参加者の少しずつの協力で成り立っており、ITシステムとコミュニティづくりの両輪で地域実装している。静岡で創業、今では、千葉、茨城、神奈川、愛知、長野、青森、大阪、広島でも運営が始まっており、今後さらなる展開が期待される。

(実施者)

やさいバス株式会社

(事業の背景及び経緯)

戦後の経済合理化のもと、農産物の流通も農産物そのものの価値よりも、いかにまとめて安く東京に運べるかを追い求めた。結果、静岡産の農産物が一度東京へ運ばれ、売れ残りが静岡に戻されてスーパーの店頭で並ぶことになっているのが現状である。静岡だけでなく、全国の生産地を有する地方エリアは同じ状況である。収穫から購入されるまで4日以上かかるため、農産物そのものの価値が下がり、運搬距離も長く、CO2を無駄に排出している。そこで、課題の原因を生産者と購買者の連携回復と、地域内物流の構築とし、分散した生産者と分散した購買者を地域内をつなぐ流通システムを構築することにした。ECで個々に欲しいものを購入するののも一つの方法であるが、誰でも簡単にリーズナブルに地域の良質で新鮮な農産物が手に入れられるようになることを目的に、本事業を推進している。

(事業内容)

上記の目的を果たすため、受発注・共同配送を一体としたWEBシステムを構築した。生産者・物流事業者・購買者をつなぐDXである。利用者は、基本専業農家と小売業者や外食などの事業者で共同配送を担う物流事業者はエリアの事業者へ依頼をしている。共同配送の方法は、各エリア内に「バス停」と呼ばれる集配場所を設定し、トラックが集配荷して、人を乗せるバスのように時刻表に基づいて周回している。生産者は最寄りのバス停に出しに行く、購買者は取りに行くという運用である。バス停は、農家の軒先、商業施設、駅、市役所など、地域の協力を得ている。やさいバスは、ITシステムとコミュニティづくりの両輪で地域実装している。流通システムを各エリアの課題に合わせて、活用していただくという考え方にに基づき、各エリアの事業者へ担っていただくFC型の展開方法をとっている。静岡で創業し、今では、千葉、茨城、神奈川、愛知、長野、青森、大阪、広島で運営が始まっている。

(成果)

事業は、静岡から、千葉、茨城、神奈川、愛知、長野、青森、大阪、広島へと急展開しており、今年度内に、宮城県の一部、愛媛、香川、滋賀なども始まる予定である。コロナで2020年は前年比60%と落ち込み大変な思いもしたが、今はコロナ前の120%強まで持ち直し、地域内価値循環へ要望により展開依頼も増え、小売業者ともしっかり連携でき成長している。利用者は、事業者のみで出荷者が800件、購買者が2000件と順調に増加している。雇用も初期1名から、社員11名、パート11名と増えている。

これら経営的な観点の他、農業という社会基盤産業のプラットフォームのため、参画した方々の本業にも良いことが起きている。例えば、広島市内の企業（キリンビール、JR西日本広島支社等）が中山間地の道の駅の商品をまとめて発注、やさいバスで職場に届けるという企画を実施。まとめて発注すること、受取りを社員がみなで行うことで、社内コミュニケーションが活性化につながっている。

(事業に取り組んで苦労したこと)

これまでの八百屋が各店舗に配っていたサービスから、バス停に取りに行くオペレーションになるということで、そのメリットを理解していただくことに苦労した。メリットは、物流費の削減、鮮度向上、そして、実は購買者のオペレーションも効率よくなること。宅配で食材を購入しているといつ到着するかわからないからである。また、生産者側も取引のための伝票処理が不要になりラクになるが、最初はシステムへの登録などもあり、面倒くささだけが先行してしまい利用者が増えにくく状態が続いた。

(事業の成功要因)

出荷者からは、手取りが増えた、評価が返ってくるのでモチベーションが向上した、物流コストが下がったなどの効果があり、口コミで利用者が増えている。購買者からは、鮮度がよいのでお客様に好評でリピーターが増えた、大規模流通にはないものが手に入るなどの効果で売上向上につながっている。そして、物流事業者は、運転手がバス停で会う利用者から直接「ありがとう」といわれるということで、いつもは運んで当たり前で、何かあれば文句を言われる運転手のモチベーション向上につながっているようだ。基本設計として、地域の方々がそれぞれの方法で参画することで運営できるようになるため、自身の流通のように愛着をもって事業推進してくれることが、地域実装の成功につながっていると考えている。

やさいバスのシステムは全てwebブラウザで



Copyright [c] 2017 やさいバス株式会社 All Rights Reserved

価値分配比率

ITによる間接業務のコスト圧縮に取り組み、つくり手の価値分配比率を最大限に引き上げています。

【小売：市場流通】

生産者 40%	市場 8%	物流 17%	卸 10%	小売 25%
------------	----------	-----------	----------	-----------

【ネット通販】

生産者 50%	物流・センター費 50%
------------	-----------------

【運売所】

生産者（袋詰め、物流） 82%	手数料 18%
--------------------	------------

【やさいバス】

生産者 85%	手数料 15%	物流
------------	------------	----

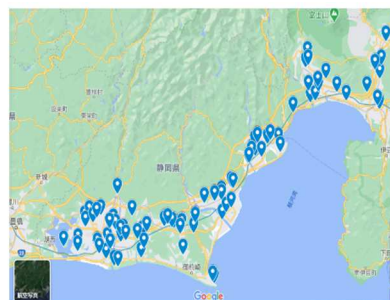
配送料は買い持ち!

5

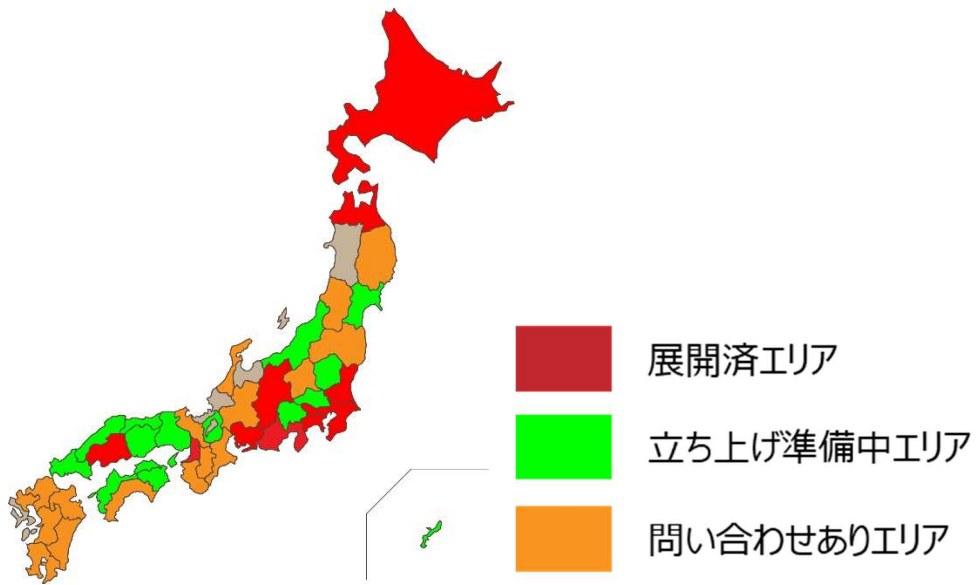
例) 静岡の2号車

このように、バス停を定時運行で集配して回ります。

到着時刻	出発時刻	停留所名
9:05	9:05	増田採種場
10:00	10:05	PAIZAO
10:40	11:05	アグリサービスジャパン
11:55	12:05	やさいバスターミナル1
13:00	13:05	やさいバスターミナル2
13:20	13:25	だいだい
14:30	14:35	こだわりっば掛川
14:40	14:45	麒麟倶楽部
14:55	15:00	愛農マート
15:10	15:15	とれたて食楽部
15:40	15:45	杉山青果



展開エリアのマップを最新にしました。↓



受賞から1年 やさいバス株式会社 2023.9.5

やさいバスは進化を続け、以下のように事業を拡大しています。

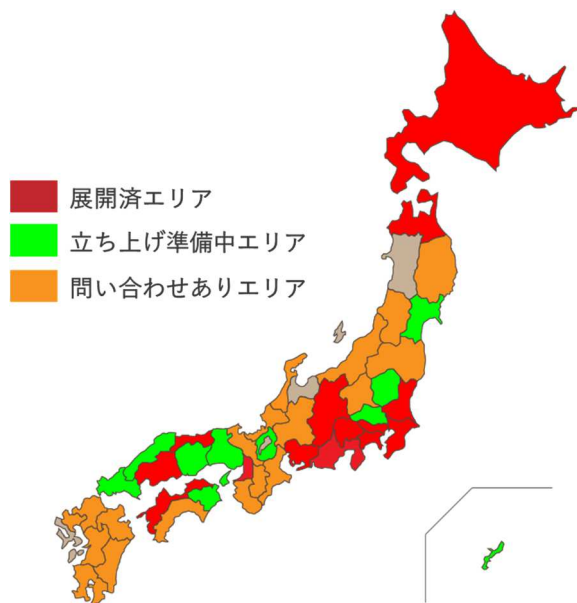
- ✓ エリアは愛媛・香川・鳥取での展開開始。滋賀、岡山、埼玉が準備に入っています。
- ✓ 登録ユーザー数は、3900件（昨年8月末）⇒5300件（今年8月末）
- ✓ 小売店舗での展開 100店舗（昨年8月末）⇒180店舗（今年8月末）
- ✓ メンバーは15人⇒25人へ

■地域コミュニティを強化することにつながる事例

- ✓ ファミリーマートと地域の惣菜企業（SA-Labo）が連携し、売れ残りを惣菜にすることで再度店舗で販売し、アップサイクルを実現しています。
- ✓ リーダー的生産者が地域のバス停を担い、かつ、取りまとめをし始めています。
- ✓ 親会社であるエムスクエア・ラボのアグリテック事業と連携し、地域実装する枠組み「SmartVillageLabo」の準備を開始しています。
- ✓ 共感いただける方々と共創するため、一般社団法人やさいバス倶楽部を創設しました。副業・複業・シニア・リフレッシュ等々

■DXな取り組み事例

- ✓ 商品ラベルに距離を表示しています。なるべく近くからのものを選んで購入いただけるように説明パネルも設置して、運用しています。商品が距離を持つことで、輸送時のGHG評価につなげることができます。



■アグリテックの成果：Mobile Moverによる防除の自動化

■ Smart Village Labo 機能構成図

