

やさいバス愛媛 流通DXで愛媛をもっとおいしく・楽しくする事業

採択事業者名 **やさいバス株式会社**
 コンソーシアム構成員 **株式会社伊予銀行／株式会社エムスクエア・ラボ／株式会社フジ・リテイリング生鮮食品事業部マルシェ事業運営部/アドラボアグリ株式会社**

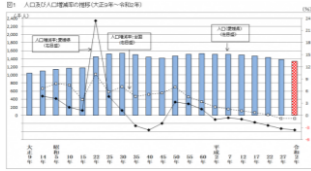
事業概要

目的

農水産・加工物の流通が抱える、情報と信頼の分断、という課題を情報流(商流)と物流をITと地域資産を活用し、食をベースに愛媛のコミュニティを美味しく楽しくつなぎ、商材および地域の価値を向上させる。

課題

市場外流通が増加する中で、つくる人、たべる人の間にある業務をつくる側が担う必要性が高まっている。しかし、急速な高齢化と物流コスト高により対応が難しく、農業の衰退に拍車をかけている。



解決策

やさいバスというECと共同配送を一体型にしたWEBシステムを活用し、出荷者と購買者を直接つなぎ、地域内物流をリーゾナブルに構築する。



取り組み内容

- ・やさいバスの運行範囲の拡大:宇和島-松山の一本から2本に。小売店舗でのやさいバスコーナーは14店舗に。
- ・小売店舗でのロス抑制対策:AIカメラによる来客数観測
- ・地域外への販売:やさいバス広島や、やさいバス北海道と連携し、各所へ出荷。愛媛フェアin北海道も開催した。
- ・ミマメンファーマーズを新たな活動拠点とし、参加出荷者数が増え活動拡大につながった。



検証項目

- 地域実装真直度
 - 出荷者数
 - 購買者数
 - 取扱高
 - 小売店舗数
 - 配送数
- 流通コスト抑制
 - 配送コスト
 - 出荷コスト
- ESGによる価値向上
 - フードマイレージ

取得データ

受発注、商品、物流(フードマイレージ)、各コスト、来店客数(エフマルシェのみ)

データ活用による考察・示唆

顧客数と気象条件の相関は、季節よりかなり異なることがわかった。また、気象条件以上に、周囲でのイベントの影響は非常に大きいこともわかった。長期でデータと撮り続けること、様々な条件の売り場で取得し続けることにより、来客数予測の精度を上げられるものと考えている。

成果と今後

成果(含む想定)

愛媛県内で生産された農産物が県内でしっかり評価され、食されることに加え、県外においても評価されることを

		実装前	実装後(～今年度)	今後3年
金額	金額	—	➢ 取扱高 2,500万円(税別)	➢ 取扱高 4億円
	重要指標	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 小売店舗では地場産コーナーが成立せずに困っていた。 ➢ 高齢化に伴い、産直店舗への納品が減ってきていた。 ➢ 生産者は出荷先への配送に、時間と労力の消費、また、物流費高騰で難しさを感じていた。 ➢ 最終売価を100としたときの出荷者取り分は40以下に。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 12店舗での産直売場を展開することができた。 ➢ 参画出荷者は73件に。 ➢ 出荷者の物流費の負担は0に。 ➢ 出荷者の手取り割合は、〇〇に。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ やさいバスの地場産コーナー展開を50店舗(25万×50店舗×12か月=1.5億) ➢ 域外への販売額 2.5億 ➢ 出荷者の最終売価100に対する取り分を平均55以上に。
定性面	定性面	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 農業の継続が危うい。 ➢ 大規模流通前提の単品大量生産でない農業経営が成立しなくなりつつある。多様な食材が手に入りにくくなる。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ やさいバス取り組みの理解者増 ➢ 若手が参画しているため、広がりが早く、一緒に成長できてミライが明るい。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 愛媛県にとり、やさいバス愛媛が必須な仕組みとして定着する。 ➢ 取扱いの幅を魚にも拡大し、漁業者とも連携をし、美味しいを強化する。

次年度以降の実装計画/見立て

すでに一部の小売業者とは、やさいバス採用店舗を増やす方向で進んでいる。東予便ルートの新設により、50店舗達成へ歩みを進める。広島への貨客混載便の実現、関西圏や海外(特にインド、アメリカ)への販売。そして、食育ライブによる給食の地場産率向上や、防災対策BISAIファームとの連携など、地域事業との連携による農業が地域に元気に存在することの価値向上、そして、農産物の価値向上につなげていく。出荷者150件、購買者30件、取扱高1億へ。