

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	県内拠点設置	あり
コンソーシアム構成員	有限会社フローラルクマガイ／株式会社伊予銀行／株式会社エムスクエア・ラボ／PLANT DATA株式会社／テラスマイル株式会社	所在・役割	愛媛県喜多郡内子町/営業拠点

事業概要

1. 事業の狙い

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。

2. 県内のターゲット事業者

愛媛県内の農家・特に売り先に困っている、高単価で生産物を販売したい農家

3. 紐づく課題

市場外流通が増えてくる中で農家負担は増え続けている。どうしても取扱量が減るため、物流コストが上がることで、また、販売までを一貫して農家が担わなければならないこと。上記課題を、共同物流ECを使い、農家と販売者をおいしく、楽しく繋いでいく我々やさいバスの仕組みを県内に根付かせることで、今後持続的に農業を行っていくための土台を作る。

4. 実施内容

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げ、地域内物流をリーズナブルに構築する。

※月次スケジュール
4〜6月：フローラルクマガイでのデータドリブンな販売戦略検討
8月：大三島での温湿度、土壌水分情報を計測開始
10月：真穴での勉強会
11月：フローラルクマガイでの勉強会
11月：うるるんトマトを広島そごうで販売開始
1月：最終報告会



解決策(サービス/プロダクト)	デジタル活用の要素
- やさいバスシステムを使った共配物流により、物流コストを下げる - バーチャル八百屋システムによる、生産者・購買者の関係の親密化、やさいの購買価格の向上を目指す - データドリブンな農業による農作物の安定供給 - 精緻な生産予測システムによる販売戦略の最適化を行い、売り上げを最大限にあげていく	取得データ 収量予測値、販路戦略データ、温湿度データ、土壌水分データ、人流データ データ活用による考察・示唆 収量予測から販売戦略を立案し、すべての生産物を効率よく売りさばく方策を検討し実施した。今回対象にしたうるるんトマトは、販売初日にほぼ全量売り切ることができ、上記方法が有効であることが示唆された。 今後収量予測精度がより向上することにより、販売者との良好な関係性を気づくことができる。

成果と今後

成果(含む想定)

	実装前	実装後(～今年度末)	今後3年の見込み(～2028年3月末時点)
経済効果	やさいバス地域内配送としての愛媛県エリア展開なし ※ヤマト配送のみは個別に対応	取扱高6,641万円 生産者、購買者登録数: 合計91件 取扱高 2022年度: 1,167万円 2023年度: 2,500万円 2024年度: 2,974万円	取扱高4億 事業者数: 300件以上 ※2026年度以降は、単年で1億円の売上を達成。
KPI進捗	【KPI ①】 2024年度の取扱高(県外出荷は3割程度を目指す) 3500万円 【KPI ②】 勉強会&先進事例への視察(コア生産者事例の展開) 6回以上 【KPI ③】 生産者における作付計画&収量予測による販売率向上50→60% 10%以上	目標には届かなかったが、昨年実績を超える取扱高となり、県外出荷も増やしてきた。 2974万円 県外5.4% 生産者むけのふり回り会(報告会)を3回、視察会は3回の合計6回実施した。 6回 シーズン進むことで収量予測にもつづいた出荷先の確定率が上がり、最終的には100%になった。 60%	-
デジタル人材輩出	【アクティブ】 やさいバス参画農家 【ポテンシャル】 やさいバス説明会参加農家 【関心層】 勉強会参加の事業者	【アクティブ】 77社×1名 77名 【ポテンシャル】 22社×1名 22名 【関心層】 16社×1名 16名	【アクティブ】 100名×1名 100名 【ポテンシャル】 50社×1名 50名 【関心層】 30社×1名 30名
	定性的/非連続な価値 (具体的な行動変容/組織変容など)	具体例 愛媛県の野菜を他県に出せる量、種類が大幅に増えている。体制が整い売り場に対してやさいの安定供給ができるようになっている	

新規実装・協業に至った事例※県内

新規実装	秀長水産	IT導入の補助・海外展開での協業
協業	やさいバス香川	連携をして、西日本展開を目指す
新規売先	カスミ	関東大手のスーパーでの売場確保
新規売先	国分北海道	北海道大手スーパーとの取引開始
新規売先	ハローズ	中四国スーパーでの取扱交渉開始

その他の“for 愛媛”要素

- ・愛媛県内の農業事業者が、今後の取り組みにつながる関係性を築けた。
- ・愛媛県産の生産物の品質の高さを広島の売り場に認知させることができた。
- ・愛媛県産物の海外展開に向けた準備を進めることができた。