

持続可能な地域の野菜流通を目指して

— やさいバスの取組み —

主任研究員 小針美和

1 生産者と購買者がおいしいを共創する 新しい流通

青果物の広域流通体系が整備されたことで、消費者はいつでも野菜を購入できるようになった。一方で、地元でとれた野菜でも大都市の市場を経由するため鮮度が落ちたり、味がよくても日持ちのしない完熟野菜は流通に乗りづらく輸送コストもかさむなど、地域の野菜を地域で食べる、という一見単純なことが実際には実現しにくい仕組みとなっている。

やさいバスは、このような青果物流通の課題認識のもと、農業ベンチャー企業の株式会社エムスクエア・ラボが考案、やさいバス株式会社が運営する“生産者と購買者が『おいしいを共創する』する仕組み”である。

同社が独自に開発したEC(電子商取引)システムにより、注文・決済等をデジタル化・データ化して商流を徹底的に効率化するとともに、エリアを限定した共同物流網の構築により高鮮度での配送を実現。直売所や道の駅、青果店、卸売業者の倉庫などを「バス停」(集出荷場)に設定し、冷蔵トラックがバス停を巡回することで、購買者はECサイトで注文した品物を生産者が出荷したその日のうちに受け取れる。生産者・購買者の双方が最寄りのバス停までのラストワンマイルの工程を引き受けることで共同配送による物流コスト削減を実現した(第1図)。

生産者を起点とする農産物ECは、そのほとんどが物流手段として既存の宅配便を利用しているのに対し、やさいバスは、ECとMaaS(Mobility as a Service)の融合で、地域の生産者と消費者をつなぐ新たな仕組みを創出しているところに大きな特徴がある。

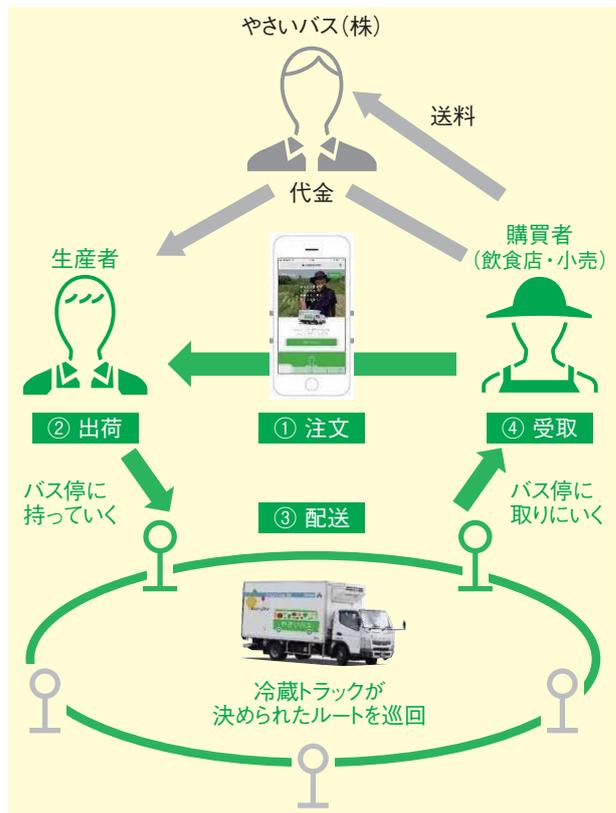
2017年の事業開始以来、その取組みは全国

から注目を集め、現在は1都7県(広島、愛知、静岡、長野、神奈川、東京、千葉、茨城)で13ルートが運行されている。登録利用者(生産者・購買者の合計)は3千人にのぼり、やさいバスが走る運行ルートの合計距離は1,700kmを超えている。

2 やさいバスの地域チームづくり

同社の加藤百合子社長は「やさいバス事業の大きな目的は、“野菜を売る”ことの前にある、“新しいコミュニティを作る”ことにある。オープンイノベーション(社外の知見や技術、アイデアなども活用し、新たな価値を生むモノやサービスを創り出すこと)の考え方のもと、地域

第1図 やさいバスの仕組み



資料 やさいバス株式会社HPをもとに作成

の生産者、飲食店等の事業者、物流業者、行政、JA、地域金融機関などの関係するステークホルダーが集まり、それぞれの思いや課題を共有し課題解決に向けてワンチームで取り組むことが不可欠」と語る。

また、ラストワンマイルの利用者負担のように、地域の共益を最大化するためには、参画者それぞれがファーストベストから少し我慢したり、皆で協力しなくてはいけないこともある。「物流会社だけが頑張っている、無理してやっている」といったように、特定の人にしわ寄せがいくようでは持続可能とはいえない。

そのため、運用開始までに時間がかかっても皆できちんと話し合い、参画者にそれぞれ役割があり皆が守れるルールを作ることで、“無理なく、楽しく、おいしい”仕組みをデザインしていくことが重要としている。

3 それぞれの地域のやさいバス

やさいバスのもうひとつの特徴は、解決したい課題や参画者の属性に合わせて地域ごとにカスタマイズして展開するところにある。そのため、運営は地域によってさまざまだ。

例えば、やさいバスがスタートした静岡では、飲食店を購買者のメインとしてルートが設計されたが、神奈川や茨城では、食品スーパーからの声がけをきっかけに事業化され、バス停にもスーパーの店舗や配送センターが多く活用されている。

このほか、広島では、農村部にある道の駅を生産者のバス停として、生産者が道の駅に出品した商品をやさいバスのECサイトに掲載。購買者は広島市内のオフィス街に勤める提携事業所で働く社員で、ECサイトで注文した商品を事業所ごとにまとめて共同配送し、注文者は職場で商品を受け取る職域的な取組みとして事業をスタートした。今後はJR等との連携により、電車やバス等の既存の公共交通機関を活用した貨客混載による新しい配送

システムの実証事業も計画している。

また、運行エリアが拡大するなかで、各地域の登録生産者や運営事務局担当者をオンラインでつないだ「やさいバスサミット」を開催するなど、地域を超えた交流の輪も広がりつつある。運用上の悩みごとや工夫点などを関係者が共有し、互いに実践に生かしていくことで、やさいバス事業全体のブラッシュアップにつながることも期待される。

4 魅力的な売り場を作るために

コロナ禍で飲食店が休業や営業自粛を余儀なくされ、外食向け取引が減少するなかで、やさいバスでは事態の長期化も見越し、地域を巡回するやさいバスの機能を生かした新たな野菜の販売スタイル「ご近所八百屋」を展開している。地域住民に野菜を売りたい事業者(個人を含む)がやさいバス登録生産者の野菜を一括注文し、自社や店舗のスペースの一角を売り場に変えて販売する仕組みで、コロナ禍での買い物弱者や生産者への支援にもつながるとして、参画事業者が増えている。

また、百貨店やショッピングモール、スーパーのなかにやさいバス商品の販売スペースを常設する動きが進展するなど、これまでの飲食店を中心としたBtoBに加え、新たなBtoBtoCの取組みが広がりつつある。

飲食店では野菜を調理して客に提供するが、小売では野菜そのものが売り場の顔となる。そのため、それぞれの地域で生産される野菜を生かしつつ消費者に飽きさせない魅力的な売り場を、販売者と生産者が協力して継続的に作り上げていくことが今後さらに重要となる。

21年6月には茨城、7月には千葉でも新ルートが運行しており、鳥取では事業実施に向けた最終準備が進められるなど、事業エリアは全国に拡大している。進化を続ける取組みに今後も注目していきたい。

(こばり みわ)