

令和5年度 宮古島市農産物流通実態調査及び共同配送モデル検討業務報告書（概要版） 令和6年2月29日 株式会社マイファーム

1. はじめに

宮古島市では、多くの農林水産物が地域内で生産される一方、住民は食料の殆どを地域外からの移入食材に頼って生活している。これらは、現実的な危機をもたらす可能性があると考えられ、過年度の調査においては、地域内経済循環を推進していくことが重要である、と仮説が立てられている。宮古島市において、特に青果物流通においては、少数の青果物卸業者や、出荷団体、生産者が独自に配送を行っており、市で実施している複数の調査によると、域内流通を推進するために新たな物流ルートを構築する際、既存のプレイヤー、並びに既存の仕組みだけでは、人的リソースや車両などの不足から、十分な対応が難しい現状が明らかになってきている。本事業は、こういった課題への対処として、共同配送モデルの構築、地域内供給などを通して輸送コストの低減や技術の向上を図り、生産者の『稼ぐ力』の向上を図る」ことを目的とする。

本事業は、以下の取り組みを実施する。

- (1) 市内青果物流通実態把握調査
- (2) 市産農産物市外出荷配送ルート実態把握調査
- (3) 市外出荷市産農産物競争優位性把握調査

2. 市内青果物流通実態把握調査

2-1. 背景と目的

本取り組みにおいては、市産農産物の共同配送モデルを構築することで、配送に関して生産者が抱えている課題を解決し、市内での青果物流量の増加を促す可能性を模索する。また、配送コストの削減を図り、生産者の稼ぐ力の向上に繋げる。

2-2. 調査結果及び概要（a. 市内で販売されている市産農産物の流通形態の実態把握）

調査品目：市内で販売されている市産農産物全般、調査対象者：生産者（30軒）、直売所2か所

※共同配送＝「第三者が物流機能を取りまとめ、配送を行う」という定義を定めヒアリングを実施した

【生産者に関するヒアリング結果（抜粋）】

- 自社・本人による配送の有無：市内向け農産物を栽培する生産者30軒すべてが、配送を自社・本人にて実施していると回答した。
- 配送頻度：配送頻度は、生産者の扱う品目により異なるが、繁忙期には毎日配送を行う生産者も多い（17軒の生産者が、繁忙期には毎日、もしくはほぼ毎日配達を行う、と回答した）。
- 配送にかかる時間
1時間前後の生産者が多いが、3時間/日、の配送時間を必要としている生産者もあり、農業経営における影響の大きさが明らかとなった。なお、配送のみならず、配送と同時に顧客との会話等の営業行為を行う生産者も散見されたため、配送時間の一部には営業時間が含まれる可能性も高い。

- ▶ 共同配送の実施状況（現在）：回答を得た 29 軒の生産者、すべてが共同配送の仕組み構築や、サービス利用などは行っていない。今後共同配送を検討する場合、わかりやすい仕組み構築や、理解しやすいサービスの在り方を心がけることが重要であると推察される。
- ▶ 配送を原因とし、取引を行わないケース：ヒアリングを行った生産者のうち、5 軒の生産者から、「配送等を理由として取引を行っていないケースがある」と回答を得た。
- ▶ 共同配送（物流機能のみ）を希望するか：条件により希望する 13 軒、希望しない 10 軒、希望する 3 軒との結果を得た。

なお、共同配送を希望しない理由として、「自己で配送を行うと、配送時に出荷先とのコミュニケーションを取れる」「配送と同時に競合などの価格動向を得られる」などの理由が聞かれた。さらに、共同配送モデルを希望する条件については、「販路の紹介も同時にされるのであれば、使いたい」「配達員が売り場の管理も行うなら使いたい」などの声が聞かれた。つまり、「共同配送モデル」においては、「物流機能」もさることながら、物流機能と同時に行われるマッチング機能や、購入・消費側からの情報の取得などが求められていることが本調査により明らかとなった。

【直売所に対してのヒアリング結果（抜粋）】

- ▶ 今回調査を実施した直売所においては、共同配送並びに、類する取り組みを実施し、「生産者→直売所」のルートにおいて農産物を集荷し直売所にて販売する仕組みは存在しなかった。
- ▶ 直売所に生産者が持ち込んだ農産物を、直売所が集約し市内ホテルや飲食店などに配送するケースは存在した。加えて、直売所の売り場に直接購入しにくる飲食店やホテル関係者などの存在や、その市内農産物を求めるニーズの高さは直売所も把握しており、仕組み次第では、これらの推進は地産地消率の向上に繋がるとの声も聞かれた。

2-3. 調査結果及び概要

(b. 調査収集した情報の分析を行い市産農産物の共同配送モデルの素案の作成)

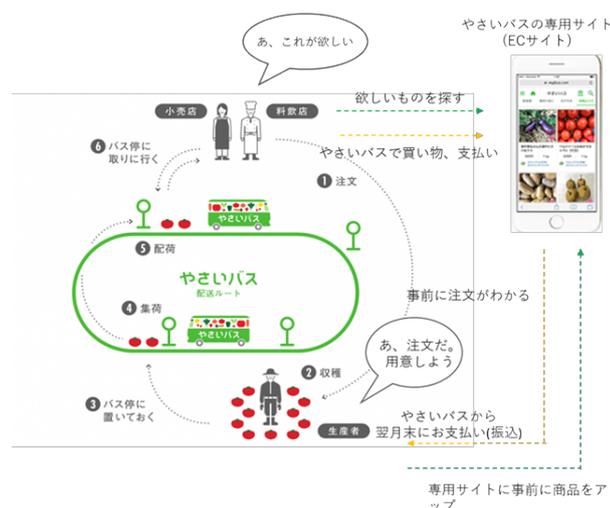
共同配送モデルの素案の作成においては、前項のヒアリングにおいて明らかとなった「運ぶ機能」だけでなく、販路拡大や購入者側とのコミュニケーションを含めた「共同配送モデル」が求められている可能性がある、という点に留意し、上記を満たすサービスを既に実施し、成果をあげている「やさいバス株式会社」に、宮古島市版モデルの構築について、先進事例の情報を基にアドバイスを求めた。この際、結果、宮古島市版のオリジナルの仕組みやシステム構築には、想定以上の期間が必要であること、またその費用も高額となる可能性が高いことが明らかとなった。併せて、オリジナルの仕組みやシステム構築を行う場合においても、その有用性を市民が認知し、積極的に取り組みに参加を行う機運を醸成できるような機会（実証実験）を持つことが望ましい、とのアドバイスを得た。実証実験の際には、やさいバス株式会社が持つ既存プラットフォームを活用することで、前述の長期間の開発や高価なシステム構築費が大幅に削減できる可能性があるため、やさいバス株式会社が持つプラットフォームを活用した実証実験を行うことを視野に入れ、宮古島市での共同配送モデルの素案作成をやさいバスと共同で実施した。

■現地調査の結果等

- ・ 購入者の意向等：購入者側のヒアリングにおいては、その地域内食材の利用に対する、高い意欲が聞かれた。一方で、市内向けの農産物を生産している生産者情報が手に入りにくい現状や、域内食材を利用する際に発生する、生産者とのやり取り、支払い関係の煩雑さなどについての課題感に関する声も聞かれた。
- ・ 生産者の意向等：ヒアリングを行った生産者は「共同配送モデル」について一定の興味を持ち、稼働時の参加意向も得られた。一方で、一部の生産者においては、どのような取り組みで、どのような効果を生産者にもたらすのかのイメージがわきにくく、取り組みに参加する際に障壁が発生する可能性が明らかとなった。

■やさいバスの仕組み

- ・ やさいバスは 2016 年に始まった青果の地域共同配送モデル。物流費を抑制する方法として、人が乗るバスのように、地域でバス停と称する集配場所を決め、保冷トラックで集荷配荷を繰り返しながら地域を巡回する流通モデル。



■やさいバス導入のメリット

- ・ 出荷者のメリット：バイヤーとの折衝（営業代行）、配送時間の削減、月末の請求処理時間の削減。
 - ・ 購入者のメリット：魅力ある地域食材の調達の委託、地域とのつながり強化による集客効果向上
- その他、やさいバスの宮古島市への実装時におけるルートや経済効果の測定などを実施。

宮古島市はホテルの増設など、観光客を含めた関係人口増が見込まれる一方で、物流コスト増、激しさを増す気象変動という背景を踏まえ、地産地消を促進する取り組みを早期着手することでメリットを得られる可能性が見い出せた。

3. 市産農産物市外出荷配送ルート実態把握調査

3-1. 背景と目的

市外出荷農産物の配送ルートを調査し、共同配送モデルを通じてコスト削減と生産者収入向上を目指す。市内外の物流一本化の効率化可能性も探る。

3-2. 実施内容

調査対象は、条件不利性解消事業利用者（系統外出荷含む）。調査品目は、「かぼちゃ」、「ゴーヤー」、「おくら」、「いんげん」、「冬瓜」、「マンゴー」及び本市農林水産物条件不利性解消事業を利用している農産品。

3-3. 調査結果及び考察

市外への農産物出荷量、時期、方法、配送ルートが明らかになった。大規模取引が主流で効率的な生産・出荷が可能。市内販売の拡大や共同配送の活用でリスク分散を図る生産者もいた。現状の配送方法に課題意識がなく行われている一方で、共同配送に対する期待と実現性に関する意見が分かれた。

4. 市外出荷市産農産物競争優位性把握調査

4-1. 背景と目的

市外へ出荷されている市産農産物の市場調査を行い、その実態を把握することで、市産農産物の競争優位性を明確化し、今後の市産農産物の戦略構築に繋げる。

4-2. 調査内容と手法

市外へ出荷されている市産農産物について、購入理由をオンラインアンケートでの調査を実施した。
調査対象：関東、関西、および沖縄（宮古島市を除く）の流通事業者、小売業者、飲食店計 20 社
調査対象品目：「かぼちゃ」、「ゴーヤー」、「おくら」、「冬瓜」、「いんげん」「マンゴー」の 6 品目

4-3. 調査結果

調査結果から、卸業態と飲食業態の価値観に違いがあることが明らかになった。卸業態では物量、入荷時期、安定性を重視する一方で、飲食業態では地域ブランドの価値を特に重要視していた。また、物量の安定性や品質の一貫性に関しては、両業態に共通の課題として認識されていた。

品目別では、マンゴーは市場関係者と飲食店や小売業者間で競争優位性の意見が分かれており、品目ごとのブランディングやマーケティング戦略の構築が市場シェア拡大に必要である。カボチャの競争優位性は出荷時期にあり、飲食業態から高評価を受ける一方で、卸業態と小売業態からは品質のばらつきが課題とされている。冬瓜は沖縄県内で大きな出荷量を誇り、他産地と異なる出荷時期がメリットであるが、物流と物量の改善が取扱拡大のために必要である。ゴーヤーは栽培環境が優れ、地域ブランドと品質で高い評価を受け、産地指定の注文も多い。インゲンのは出荷時期が他産地と重ならず、国産を求める需要が高く、特定の業務筋への販促が効果的であることが分かった。オクラは早出し産地としての評価を受け、取扱量が増加傾向にあり、関東では物量の安定性に課題があるが、関西では供給安定性が強みと評価されている。

5. まとめ

本調査では、市内共同配送モデルのニーズと期待される事項が明らかにされ、特に配送以外の「販売先開拓」「購入者とのコミュニケーション」「マーケット状況の把握」などの追加価値が重要であることが判明した。また、市外出荷に関する農産物競争優位性調査からは、品目別優位性と購入者の意向の違いが明らかになり、これらの情報が市外営業の効率化に寄与すること、さらに生産や加工段階での商品の方向性を考える上での重要な知見となることが示された。今回の調査結果は、市内の農林水産物の全バリューチェーンに関わる関係者に適宜知見として提供する他、今後、本調査の結果を元に、発展的な実証や追加調査などを実施することで、本調査結果が発展的に活用することが期待される。