



Chubu

ビジネスづくり編

静岡発の「やさいバス」が 日本と世界の 農業流通改革に挑む

“新しいビジネスづくり”に成功している中部の中小企業を紹介する特集。今回は、静岡県から農家と購入者をつなぐ流通改革に挑む(株)エムスクエア・ラボ。コロナ禍において存在感を増し、今や日本全国で運営され、世界でも走りはじめようとしている「やさいバス」誕生の背景や発展の理由について紹介する。

☆

農家の課題を突き詰めて生まれた受発注&共同配送システム

社会には知られていない農業の課題に着目

地元産の農作物を地元のスーパーで買えば、新鮮なものが手に入り、地元農家への貢献にもなると誰しも思うだろう。間違いとは言いきれないが、実はそこに非効率な構造があることは、あまり知られていない。

例えば、静岡県で採れた野菜が地元スーパーに並ぶまでには、関東の卸売市場を経て4日ほどかかる。販売価格には、その間の物流コストが上乗せされるため、農家の利益は他地域で販売される場合と大差がないこともある。地元で採れたものを、他地域を経由せずに地元で販売すれば、新鮮で安価な野菜を提供することができ、しかも農家の利益アップにもなるはず。この一見すると当たり前の流通を実現しようと立ち上がった女性に、農業関係者のみならず、さま

ざまな企業からも注目が集まっている。その人物が、エムスクエア・ラボ代表取締役の加藤百合子さんだ。

キャリアにこだわらず活躍できる道に突き進む

加藤さんは、高校時代、環境問題や食糧難に興味を持ち、東京大学農学部に進学。農業機械の開発を学んだ。その後、イギリスの大学院で修士号を取得すると、NASAの宇宙ステーション食糧生産研究プロジェクトに加わるため渡米。2001年には日本



☆
エムスクエア・ラボ創業に至るまでの経緯を語る加藤さん(46)

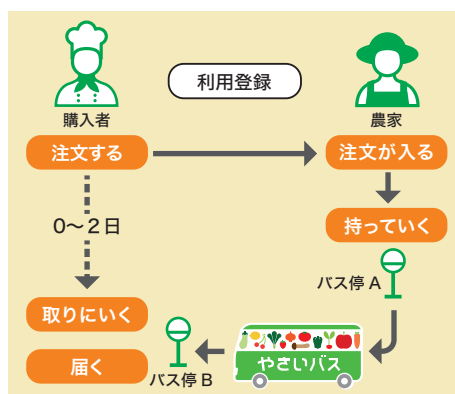
企業 DATA

企業名：(株)エムスクエア・ラボ 代表者：代表取締役 加藤 百合子 創業：2009年
従業員数：19名(グループ総数/2020年10月現在)
事業内容：農業シンク&アクションタンク(流通改革・生産改革・教育改革・農業生産)
所在地：牧之原市布引原1076-2 TEL：0548-25-5150 URL：<https://www.m2-labo.jp/>

に戻りキヤノンに就職した。素晴らしい経歴を積み上げてきた加藤さんだが、結婚を機にあっさりキャリアを転換し静岡県に移住。夫の親族が経営する会社で産業機械の開発に携わることとなった。二人の子どもに恵まれ、子育て、家事、研究員として多忙ながら充実した日々を送っていた。しかし、ふと改めて自身のキャリアを考えたとき「興味のあった農業にもう一度携わりたい」と思い立ち、2009年に農業分野の課題解決を手掛けるシンクタンク、エムスクエア・ラボを創業した。

生産者と購入者を直接つなげる 受発注&共同配送システム「やさいバス」

エムスクエア・ラボが手掛ける流通サービスが「やさいバス」。農家と購入者がWebを介してコミュニケーション



ンを取り、農家は注文が入れば農産物を直売所や道の駅、青果店、卸売業者の倉庫などにある集出荷場のバス停まで持って行く。バス停には冷蔵設備を搭載したトラック「やさいバス」が巡回し

ており、購入者は自身が指定したバス停まで農産物を取りに行く。これまでは、農家が宅配事業者を利用して取引先に配送しようとすると、配送料が野菜と同程度になる場合もあったが、こうした地域の共同配送システムなら、配送コストの大幅な削減が可能となる。



☆ バス停にて野菜出荷作業の様子

農家の声に耳を傾け成長を妨げる課題を発見

加藤さんが「やさいバス」事業をはじめたきっかけは、農家との交流だった。起業前に半年間、静岡大学の「静岡農業ビジネス起業人材育成講座」を受講した際、農家から多様な課題を聞いた。当初は農産物を海外にPRする事業を開始したが、さらに農家と関わる中で、より本質的な課題解決に注力すべきと方向転

換し、流通改革を実現するためのサービス開発へと舵を切った。

地元産のものが他地域を経由することで鮮度が損なわれる点や、配送コストが消費者の購入価格に転嫁されている点の解決。さらには、「売ったはいいが消費者の顔が見えないため、何のためにつくっているのかわからなくなる」という不満や、「こだわりを持って高品質の農産物をつくっても他の農家の農産物と混ぜて売られてしまう」ため、「より良いものをつくる」努力が報われない状況だった。

地域の未来のために大手企業も賛同 多様な企業との連合によって事業を開始

事業構想を経て、2014年ごろから周囲に声をかけはじめると、約50社が「やさいバス」事業の設立協議会に集まった。さらに、自動車メーカーのスズキや物流企業の鈴与が出資を申し出るなど、大手企業からも課題解決への想いを託された。

「すぐに事業を開始したものの、農家や飲食店には理解がなかなか得られなかった」と加藤さんは当時を振り返る。コストが下がると説明しても、使いにくいWebサービスより、電話やFAXによる従来の注文方法が良いと断られる日々が続いた。そうした中、2016年度に静岡県と共同配送事業の実証実験を行うこととなった。当初の想定では単純な共同配送の仕組みだったが、農家と購入者がもっと直接的につながるよう受発注システムを導入したことで参加者が増えてきた。また、その頃実施された宅配送料の急激な値上げも事業化の追い風となった。2017年には「やさいバス」事業を子会社化し、静岡県からはじまった巡回エリアは、愛知県や長野県といった中部圏、さらに関東圏や広島県へと広がっていった。



システムに抵抗があった農家もやってみたら「こんなに簡単だなんて!」と喜びと驚きの声をあげている

農業団体や物流サービス企業との連携が進み日本全国を席卷

こだわりの農産物や農家と出会う 信頼できるプラットフォームとしての機能

加藤さんが事業において最も大切にしているのは「信頼」だという。その姿勢は「やさいバス」の仕組みにも表れている。

どのような農家でも「やさいバス」に登録できるようにすると、農産物の品質低下や事業そのものの信頼性を担保できなくなる恐れがある。そこで、地域における人のつながりによる信頼性の担保を重要視し、既存登録農家の紹介があって、はじめて新たな農家が登録できるようにした。これにより、購入者に安心感を与えることができるようになった。

小売店や飲食店が、こだわりの農産物の栽培農家を探す際も「やさいバス」がその情報プラットフォームになったことで、好みの農家と出合いやすくなった。小売店や飲食店にとっても個性が出しやすくなり、地域との連携をPRすることで集客につながったり、こだわりの農産物として価格に転嫁することで、利益率の向上にもつながったりするなどの効果が生じている。

「やさいバス」がもたらす農家の差別化と安定化

農家にとっては、自らの個性を出せるとともに、他の農家との差別化もできるようになった。購入先の農家を指名できる仕組みも取り入れており、従来のように農産物がまとめられて他の農家と均一の価格で出荷されて

いた状況が変化。土壌や栽培方法などにより付加価値を付けたり、購入者の声を聞くことで栽培する野菜を見直したりすることもできるようになった。また、販売チャンネルが増えたことで、新たな売上を獲得。経営の安定化にも寄与している。



参加者同士のコミュニケーションが可能なので、購入者の本音が農家に届き、ほしい野菜の相談もできる

コロナ禍の対策によって農家での存在感が増した

順調に思えた「やさいバス」事業だったが、2020年の新型コロナウイルス感染拡大による飲食店の営業自粛などに伴い取り引きが激減。売り先に困った農家から多数の相談が寄せられ、影響を最小限に防ぐ緊急策として、当初はBtoBのみだったが一般消費者も購買可能にし、取り引き量を保てるようにした。それによって、農家の登録者数は5・6月の2カ月間でそれまでの約2倍に達し、新たな販売チャンネルとして期待が寄せられている。

農業への圧倒的影響力を誇るJAや ヤマト運輸と連携して全国をつなぐ

2020年には、九州各県でも「やさいバス」が走り始めている。九州地区のJA全農と経済連とともに事業を

人手不足を解消する農業ロボットを開発

農産物の物流問題もさることながら、高齢化と労働人口の減少が進む中、農業の現場では人手不足の問題に直面している。そこで、エムスクエア・ラボとスズキが共同開発したのが、農作業をサポートする農業ロボット「モバイルムーバー」。農地での搬送作業や屋外作業を軽減する全長100cm、幅60cm、高さ50cm、最大積載量100kgの小型のトラクターで、荷物や人を搬送できる。さらに多彩な作業機を付け替えれば、農薬散布や雑草処理作業などにも応用できる器用さを持つ。

スズキの障がい者用電動車いすに搭載しているサスペンションをベースにしているため、デコボコした道でも安定した走行が可能で、遠隔操作が可能なりモコン付きのタイプまである。一般的なトラクターに比べ価格は半額以下で、小規模農家にも購入しやすい。公道での自動走行が可能になれば、将来は農産物の流通サービスに組み込むことで、さらなる効果も期待できる。



運営するという一大構想で、これまで競合していた農業関連団体と連携するという大きなターニングポイントとなった。「農業振興や地域の未来のために、あらゆるしがらみを超えたオープンイノベーションの場をつくれたことは一つの革命」と、加藤さんは事業の発展が農家のビジネス環境を変えたことを実感している。

全国各地に広がりつつある「やさいバス」は、当初は地産地消の仕組みとしてデザインされた。しかし、農産物の自給率が100%を超える地域では、余剰分の農産物を県外に出荷することで、より多くの売上を獲得できるという声があがった。

そうした食の分配ニーズに対応するために、ヤマト運輸との連携も開始した。「やさいバス」独自のネットワークでエリアをまたいで運べるようにするには、配送料を上げざるを得ない。しかし、ヤマト運輸と連携すれば、全国にある約4,500カ所の拠点が長距離用バスターミナルのような存在となり、同社の拠点間でのエリアを越えた配送が可能となった。さらに、全国のヤマト運輸の拠点がバス停にもなるため、「やさいバス」が走っていないエリアでも農産物を購入できるようになった。

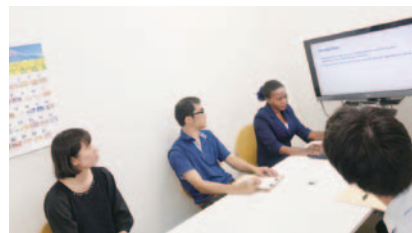
世界中の農業・農家が抱える課題解決に向けて

日本の農業流通に大きな変革をもたらした「やさいバス」は、ケニアや南アフリカ、インドといった海外展

開も視野に入れている。加藤さんがノーベル財団のイベントで登壇した際、当時、東京大学農学部 に在籍していたケニア人女性留学生が来場し、その後、インターンシップを体験。ケニアでも「やさいバス」を走らせたいと夢を描いた。そこで、加藤さんはアフリカでのサービス開始を思い描き、以前にエムスクエア・ラボへ見学に来た南アフリカ大使館に連絡を取り、具体的な取り組みをはじめた。

「生産地と生活エリアが離れている限り、鮮度を維持したまま安く運ぶことは世界共通の課題」という加藤さんの考えと、農家の努力の結晶を載せる「やさいバス」は、海を越えて走りはじめようとしている。

文：(株)広瀬企画 広瀬 達也
写真：☆印／岩瀬 有奈 撮影
無印／(株)エムスクエア・ラボ 提供



「やさいバス」をケニアで走らせる夢を叶えるためインターンシップに励んだHellenさん



Chubu
ビジネスづくり編

農業の力で子どもに「生き抜く力」を養うアグリアーツ事業



現在の日本の教育は、横並びや教師の労働過多など多くの問題があり、自ら課題を見つけ、挑戦する機会が欠如していると加藤さんは考える。さらに、地域社会では地域内資源の不活性化や農業の衰退も課題になっている。「このままでは、地域からは新たな人材が育つことなく、勢いが失われてしまう」という思いから、Glocal Design School「アグリアーツ」を立ち上げた。これは、教育に地域資源を取り込み新たな価値観を持つ若者を育てることで地域の再活性化につなげることを目指す取り組み。子どもたちが週末に農業経営や加工、流通を含めた各種学習プログラムを受け、長期休暇中には首都圏在住の子どもたちを対象に静岡県で農業体験スクールを開いている。

