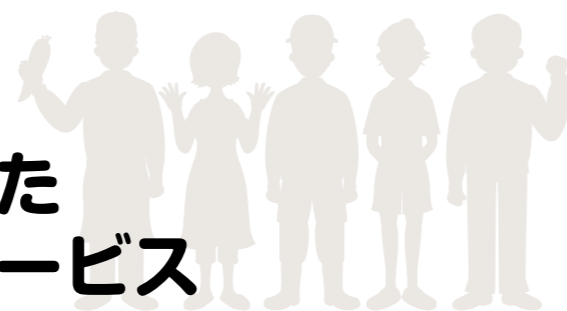


農業

商業

農産物の集荷にあわせた 買い物弱者向け宅配サービス



- 農産物直売所とスーパーが集配トラックを共同運行
- 中山間地域の買い物弱者に日用品を配達
- 復路を活用し農産物を集荷して空の荷台を有効利用



シナリオ

- 中山間地域の高齢小規模農家は、農産物直売所に出荷する意欲はあるが、高齢化が進み、自ら車を運転して出荷することが難しい状態にあった。
- 同地域に一番近い農産物直売所は、車で行くしかない平坦地域にあり、農業者が農産物を持ち込み、売れ残りを引き取ることを原則としていた。
- また、同地域では、流通機能や交通網の弱体化が進み、日常の買い物が困難な状況に置かれた高齢者への対策が課題となっていた。
- そこで、農産物直売所が地元スーパーと連携し、トラックを共同で運行して、日用品の配達・農産物の集荷サービスを開始した。
- 往路はスーパーの日用品を積んで買い物弱者への宅配を行い、復路は高齢小規模農家の農産物を集荷し、直売所・スーパーで販売する。

役割

農産物直売所（平坦地域の地元農業者で構成）

- 中山間地域の高齢小規模農家の出荷意向を取りまとめて、効率の良い集荷ルートを構築する。
- 直売所の販売動向を分析し、高齢小規模農家に対して、売れ行きが良く、収益力の高い農産物の栽培を提案する。

スーパー

- 中山間地域の「買い物弱者」となっていた高齢者向けに、日用品を宅配で販売する。
- 十分な農業技術と生産意欲を持つ高齢小規模農家の農産物を集荷して店舗で販売する。

効果

農産物直売所

- 農産物の集荷量が増大し、売上げが向上する。
- 中山間地域の特色ある農産物を取り扱うことで、集客力が向上する。

スーパー

- 新たな販路開拓を実現することで、売上げが向上する。
- 青果売場の品揃えで大手スーパーとの差別化が図られ、集客力が向上する。
- 買い物弱者対策の社会貢献性が評価され、企業イメージが向上する。

副次的効果

中山間地域の農業者

- 出荷に伴う作業負担を増加させることなく、出荷量の拡大を実現することで、所得が向上する。

Column

買い物弱者問題と持続可能な生活圏の再生

- 中山間地域だけでなく平坦地の農山漁村においても、住民の高齢化や商店街の衰退により、高齢者が日用品を買うことができない買い物弱者問題が発生している。
- 農産物直売所を中核的な拠点として、買い物弱者のところまで生鮮品や食料、日用品を宅配することで、持続可能な生活圏を再生する。
- また、空き店舗を農産物直売所の支店として位置づけ、午前中だけ、地域の高齢者が交代で店番を担当するなど工夫すれば地域コミュニティの再生にもつながる。