
Chap3

マーケット・ニーズに対応可能な品目・産地に関する調査

小売・流通事業者へのインタビュー
外食事業者へのアンケート・インタビュー

小売事業者へのインタビュー D株式会社

- ✓ 首都圏に展開する食品スーパーであるD株式会社は、ご当地企画を実施する中で新幹線物流による朝どれ出来立ての食品を店舗販売。顧客の声も良好で継続的に企画に合わせて利活用

インタビュー概要

<概要>

- 日時 2021年9月1日 17:00-17:40

<会社概要>

- 首都圏に約300店舗展開する食品スーパーマーケット
- 一日当たり65万人のお客さまが来店。地域ニーズにきめ細かく対応した商品、サービス提供に強みを持つ

<活用状況>

- 新幹線輸送は社内企画の一環で活用、仕入品の売行きは好調
 - ✓ コロナ禍で旅行できない中、お客さまに地域産品を提供する企画
 - ✓ 当初計画したものは100%売り切り、一部日持ちするビールは余ったが2、3日で完売

インタビュー内容

新幹線物流

[新幹線物流]

- 新幹線輸送の輸送対象物は予定通りの時間、配送物の質も高いことで満足
 - ✓ 収穫、梱包、輸送の各段階で卸の社員が立会い、リアルタイム確認
 - ✓ 到着時間はもう少し早いと良い。店舗の販売折返しが14:00、11:00着ならば更に良かった(実際は14:30に販売開始)
- 一方で制限もあり。今回は大宮着ゆえ埼玉の店舗であったが、本来は都内店舗を想定
 - ✓ 輸送量および時間帯は更なる工夫や事業検討の余地があると認識
 - ✓ 笹団子は好評でもっと仕入れたかった、また鮮魚取扱があれば相当に売上貢献した

[販促・顧客の声]

- お客さまの評判は上々、こんなに良いもの買えるとは、これは嬉しいといった声
 - ✓ 朝獲れ 茶豆は全然香りが違う、甘みが感じられた等
 - ✓ 笹団子 出来立ての柔らかさたるや!、味がここまで違うとは等

- 販促は1週間ほど前から実施し、[店内案内][店頭チラシ配布][店内放送]を実施

[事業収支]

- 運送経費で新幹線物流以外の帳合コストが負担として大きかった
 - ✓ 今後複数企画する中で帳合挟まない形でのトライアルも検討

他

- 今後、新函館北斗発の新幹線物流でイカ、トウモロコシを運んで都内店舗で販売を実施する計画
- 低単価の物は厳しく、高単価の物がメインになってくる点は否めない
- 途中駅乗降が出来ればもっと可能性が広がる

小売事業者へのインタビュー E株式会社

- ✓ 全国展開するE株式会社は鮮魚メインで新幹線物流トライアルに参画、店舗販売を実施
- ✓ お客さまからの評価や鮮度共に高評価だが、現地での工数削減、対象駅の拡大の要望が大きい

インタビュー概要

<概要>

- 日時 2021年9月8日 17:00-17:40

<会社概要>

- 全国に123店舗展開

<活用状況>

- 2021年5月後半から新幹線物流(北陸・上越)を利用、お客さまの評判は上々
 - ✓ 石川は季節問題(7、8月のシケ)もあるが対象魚種が少ない点が残念
 - ✓ 新潟は距離が近く、3:00のセリ落とし品を新潟駅に10:00に搬入
- 大宮実証実験では13:00に店舗着、鮮度が良い、珍しいという声。PR観点でも有用

インタビュー内容

新幹線物流

[新幹線物流]

- 現地梱包の手間に課題、梱包をより簡易、スムーズに行えれば使い勝手が良くなる
 - ✓ 例えば規格品を提供してもらい、現地では入れるだけに出来れば、工数削減可能
- 常温輸送による鮮度劣化への懸念は若干ある
 - ✓ 夏開始なので車内常温も低い設定だが、冬になると高くなるので鮮度面は不安
 - ✓ 鮮度劣化に伴うアニサスキス影響は最も怖い
- 鮮魚では季節で獲れる魚種が異なるので、季節に応じて使う駅を変えられると良い
 - ✓ アオリイカは石川(5月)→新潟(7月)となる
- 現在の輸送量(40箱)は、本音を言うともっと積みたいが需要への対応はできている
 - ✓ 今配ってるお店は20店舗程度で、許容範囲内ではある

[輸送価格への認識]

- 水産の輸送コスト比較では新幹線物流は圧倒的に安い認識
 - ✓ 航空便のコンテナは搭載量大、コスト高で、便数減で高止まり(3倍程度)
 - ✓ トラック(陸送)利用時は個数を決めて混載できるので、結果として割安
- 小売価格には輸送コスト、梱包コストも乗せている
 - ✓ 梱包材は現地で手配、調達して漁連が対応
 - ✓ 朝獲れ自体は関東近郊で赤帽を用いて実施、赤帽と遜色ない水準ではある

他

- 朝獲れ鮮魚の取扱は行っているため、店舗での受け入れ態勢は出来ている
- 魚種によっては新幹線物流では割高になるものもある点には留意
- 輸送途中で氷が解けてしまっていることはあるが、クリティカルな問題ではない認識
しかし、コールドチェーン対応はしてほしいところである

小売事業者へのインタビュー F株式会社

- ✓ さまざまなチャネルを持つF株式会社は、地方から東京、東京から地方の両方を新幹線等物流を利用して実施。新幹線で運ぶことによる新鮮さをアピールできることは良いが、産地側の物流網整備、オペレーション面での利便性向上の要望が大きい

インタビュー概要

<概要>

- 日時 2021年12月17日 15:00-16:00

<会社概要>

- 2021年に関連会社4社が一つになり、F株式会社として開業
- コンビニ等のリテール、飲食店等のフーズ、ミネラルウォーター等の飲料、他に商業施設を展開

<活用状況>

- 地方創生・東京駅等の話題創出を目的に、飲食店との連携や各種イベントを実施し、青果・魚介類など鮮度が付加価値となる地域産品を新函館北斗や金沢、伊豆急下田から輸送
- 新幹線輸送の下りを活用し、東京に来られない地域の皆さまにむけて地方中核都市へ催事出店

インタビュー内容

新幹線 物流

[新幹線物流]

- 定時制と速達性、話題性があるのが良い
 - ✓ 新幹線で運ぶことで、鮮度が良いことが分かりやすく伝わるのが良い
- 産地側のファーストワンマイルがなく、駅までの輸送が厳しい
 - ✓ 伊豆急下田は市場と駅が近く良いが、金沢等は駅までの距離があり厳しかった
- 事前の調整が必要で、天候により採れないときなど、直前にキャンセルできない
 - ✓ 実施2カ月前には声かけ、荷姿の確認をしている
- 輸送量が限られている
 - ✓ 旅客が増えてきたときには増やせない

[輸送価格への認識]

- フェアなどを1店舗1イベントで実施する際は割高イメージはある
 - ✓ 多店舗合同で実施できると、1商品あたりの物流費を低減できるので良い
 - ✓ 弘前のアップルパイ販売の利益幅は大きくなかった（出店者談）
 - ✓ 産地から市内の小売店に回すと、トラック輸送と変わらない（出店者談）
- PR事業としてやるなら良いが、通常業務・事業としてやるには高い認識

他

- 新鮮であることが付加価値になるものの人気は高い
 - ✓ 鮮魚、果物、野菜、花卉、生菓子、出来立てのスイーツ等
- 話題性を創出できるものなどは成功させやすい
 - ✓ 自治体とも連携して実施したレストランフェアなどのイベント
- 催事出店の新潟実施では、開始前から行列ができるほど人気があった
- 催事出店であっても、消費期限が短いものは扱いにくい

流通事業者へのインタビュー G株式会社

✓ 大手食品商社であるG株式会社からは、実証への参画、事業目線で見たと際の課題を把握

インタビュー概要

<概要>

- 日時 2021年9月8日 10:00-10:45

<会社概要>

- 食品専門商社のグループ会社で、首都圏一都五県を対象に加工食品、酒類の卸売事業を展開
- 生産者、メーカー、生活者を繋いで様々な食のニーズに応えることをモットーとする

<活用状況>

- 2020年11月、12月に新幹線物流を用いた実証実験に参加、取引先の流通小売事業者での地域産品展の開催を連携実施
 - ✓ 取引先のコロナ対策 D社との連携企画で連携。北海道等、定番のキャンペーンはネタ切れ感があつたところ、新幹線で新たな地域魅力発見
- 売上インパクトはそこまで大きくないが、子どもが描いた新幹線の絵の展示等を通じてお客さんからの評価、満足度は高い

インタビュー内容

新幹線物流

[メリット]

- 新幹線を使うメリットは速達性に起因する高鮮度産品の輸送にある認識
 - ✓ 新鮮な朝どれ野菜は生産者、仲買人に結構無理を強いている状況
 - ✓ それ以外の銘菓や加工品は通常の陸送便で対応可能

[課題と要望]

- 新幹線物流での品質保持には改良余地ありで、冷蔵、冷凍の取扱にも拡大を希望
 - ✓ 車販準備室の冷蔵庫はサイズの段ボール格納は不可能
- 小売店での売値設定は非常に難しい問題で常に頭を悩ませている
 - ✓ 希望価格や類似商品の価格より高すぎるとSNSで叩かれる懸念があるが、一方で高く売らないと、収益が取れず事業として成立しない
 - ✓ 現状では、新幹線物流便では長続きしない可能性がある

[事業拡大に向けて]

- 事業拡大には単価アップ、輸送量拡大の前に価格の細分化が必要
 - ✓ 輸送料金が画一的で高いのは否めず、少なくとも商品カテゴリ、輸送日、重量に沿った料金の細分設定は必要。また、現状の労務単価積上方式は事業センスない
- 輸送量は現状の40箱で十分な認識だが、積込駅での輸送時間の余裕のなさは解消を望む
- 物流に係る不確定要素の排除も課題として認識して欲しい

他

- 新幹線物流単体では損失。輸送品の確認、トレースにスタッフを張っているため
- 魚、野菜は収穫量が読めない部分があり、キャンセル料を含めて明文化してルール作りが必要
- 事業としては商品開発、卸売まで幅広く行っており、様々な分野で新幹線物流との親和性は高い認識

流通事業者へのインタビュー H株式会社

- ✓ 名古屋本拠の魚介、食品卸で、新幹線物流大宮実証実験の荷主でもある
- ✓ 高鮮度な鮮魚を中継点が少なく輸送可能に高評価だが、輸送量、輸送コストには改善要望

インタビュー概要

<概要>

- 日時 2021年8月24日 16:00-16:50

<会社概要>

- 生鮮、冷凍、加工食品、総菜までを一手に取扱う総合食品卸
- 日本の産地、食文化と向き合うことがモットー、産地に入り込んで拘りの商品を見つける点に強み

<活用状況>

- 新幹線物流は鉄道会社からの声かけで開始、上り下りとも定期的に利用するが実証レベルという認識
 - ✓ 需要者見合いでは(上り=Iスーパー1/週、E株式会社2/週)(下り=豊洲市場1/週)で実施
 - ✓ 大宮実証実験でもトライアルでE株式会社及びJ株式会社が需要者となっている

インタビュー内容

新幹線物流

[メリット]

- 新幹線物流と水産物での一番のメリットは速達性、当日水揚げおよび販売が可能
 - ✓ 鮮度観点でも中継ポイントが少ない分、他手段に比べて優位
 - ✓ アフターコロナでの飲食店の夜営業再開を見越すと、新函館北斗および仙台発便の利活用も行いたい。特に三陸は陸送ネットワークが整備されているので狙い目
 - ✓ 駅と市場が近い地理環境の所では新幹線物流は最大価値を発揮

[課題と要望]

- 現在の新幹線物流の課題は輸送量、輸送コスト
 - ✓ 輸送量 需要はすでに確保、輸送可能量を増やして取扱高を増やしたい
 - 利用可能便数は増やし、輸送量、ニーズの拡大への対応を希望
 - 現状取扱高で400~500万/月を1000万/月程度にしたい
 - ✓ コスト 漏水対策コストを勘案すると航空便、陸送便に比べて高い認識
 - 梱包コストで10分500円程度が追加発生
 - コスト観点だと漏水コスト勘案すると圧倒的に高い認識、1,000円/箱(漏水込みで1,500円)程度が要望
- 北海道産品はどうしてもJR貨物を絡ませないと厳しいところ、連携を取って欲しい
 - ✓ 例えば生さんまの取扱で日本一だが、最盛期は10tトラック1200箱を道東から東京に輸送。その際にはトラック1台で50万かかり、輸送コストだけで1,000万の経費

他

- 商品がまさに水物なので予定が確実な世界でないことは勘案した取引を行いたい
- 今の時期は漁獲量が少なく魚価高な季節なので、秋口になれば状況は変わりそう
- 農水省には水産セクターの規制緩和推進、卸売市場の柔軟性向上を期待したい
 - ✓ 今のままでは新幹線物流はもとより、輸出なんか無理な世界になりかねない
 - ✓ セリを待たずに売れるBtoCの仕組みも構築してほしい

流通事業者へのインタビュー K株式会社

- ✓ 北海道の鮮魚卸で新函館北斗発の新幹線物流を定期利用。従来より単価高い鮮魚を当日中に輸送でき、納品先からも高評価。事業拡大に向け輸送量、柔軟性の向上を強く望む

インタビュー概要

<概要>

- 日時 2021年8月26日 11:00-11:50

<会社概要>

- 全国に函館揚げの鮮魚を届ける魚類仲卸として事業展開
- ミシュラン掲載店などの高級店、有名店に納品、目利きやメ技術に強み。前米大統領トランプ氏の晩さん会にも、船上神経メ釣りぶり、函館産エゾアワビを納品

<活用状況>

- 2021年4月より新函館北斗・東京間で海産物を5日/週にて新幹線物流を定期利用
 - ✓ 積み荷は、朝どれ鮮魚(ウニ、ヒラメ、タラ、キンキ、毛ガ二等)を5-8箱/回
 - ✓ 卸先は都内の有名店および高級店(ホテルや飲食店)

インタビュー内容

新幹線物流

[メリット]

- 新幹線物流のメリットはコスパ、鮮度保持、PR力にある認識
 - ✓ コスパ 料金は2,200円/箱で通常の陸送、空運に比べると若干高いが、航空便減便を鑑みるとコスパは良い認識
 - 今後、輸送可能量が拡大するなら20-30箱/日程度までは取扱希望
 - ✓ 鮮度保持 東京着便は鮮度、確実性の双方から高い評価を顧客からもらっている
 - ✓ PR 顧客からは新幹線で運んだという新しい価値も料理の売りになっているとの声

[課題と要望]

- 現在の新幹線物流の課題は追加コスト、利便性の向上、柔軟性の向上
 - ✓ コスト 航空便の専用コンテナと比較すると梱包のコスト、手間がかかる
 - 発泡スチロール 400円+5-10分程度/箱に工数がかかっている
 - 市場から新函館北斗駅までの輸送コストも追加となる
 - ✓ 利便性 東京着時間はもっと早くしたいので増便を期待
 - 1便早い時間帯の利用を考えており、セリの時間帯を考慮して検討中
 - 追跡確認できない点も不便に感じる検討中
 - ✓ 柔軟性 再配達の柔軟性も確保してほしい
 - お客さま不在時に当日再配達不可、翌日通常時間帯で別途料金発生する点は不満

他

- 取扱のきっかけは総合物流会社からの紹介、航空便の代替手段として活用
 - ✓ 航空便利用時は全国に翌日着だったが、現在は東京=高評価(新幹線物流)、大阪=評価ダウン(クール便でも鮮度落ちる)な状況
- 当日の不漁、天候不順時には、注文内容が揃った段階で発送。連絡とって柔軟に変更

流通事業者へのインタビュー L株式会社

- ✓ 北海道の水産仲買人(EC事業者)で新函館北斗発の新幹線物流を定期利用。漁師、店舗の双方からの厚い信頼を基に、ストーリー性重視の商品開発を行う。取扱車両数の増分を強く望む

インタビュー概要

<概要>

- 日時 2021年9月3日 13:30-14:00

<会社概要>

- 水産卸売市場内に作業場を構える水産仲買店。取引先は1,000件以上全国に取引先を持つ
- 全国の鮮魚店店主、地元漁師との積極交流を通じ双方から厚い信頼
- 強みはストーリー性と柔軟性で鮮魚、魚介がどこで誰にどうやって獲られて取扱われたかを情報発信(WebおよびSNS等)

<活用状況>

- 首都圏への8便/日のうちの1便を新幹線物流を利用している
- 函館からの輸送は定期航空便が無くなり、急激に輸送効率が低下。航空便代替としての機能を望むが、輸送量および柔軟性にまだまだ改善の余地がある

インタビュー内容

新幹線 物流

[メリット]

- 現状で当日輸送を首都圏にできる唯一の手段であり、今後漁獲量が拡大する局面では活用、輸送量も増やそうと考えている
 - ✓ 現在は休漁期およびコロナ影響で水揚げ自体が少ない
 - ✓ 飲食店や小売店からは即日便であれば取扱いたいという声が聞かれる

[課題と要望]

- ファーストマイルのサービス(市場から新函館北斗駅)は提供してほしい
 - ✓ 現状では自社で運ぶか、K株式会社と共同輸送で駅まで運んでいる
 - ✓ JR物流は現地協力会社と組んだサービス提供(混載便)を目指して動いている
- 数量が増えれば数社で協力しての箱買い(40箱)輸送契約も可能になる
 - ✓ 現在は同じく新幹線物流を利活用する他社と混載便を作って新函館北斗駅まで運んでいる
- 東京着時間をもっと早めることが出来れば良い
 - ✓ 東京駅からの陸送部分は相当こなれて短縮しているが、列車時間は難しい
 - ✓ セリ、梱包、輸送の時間を考えると今の3便目を使うしかない

他

- 新幹線物流利用のきっかけは首都圏取引先からの声かけ
 - ✓ 首都圏拠点での新店開業(居酒屋/回転寿司)にあたっての水産物手配

外食事業者へのインタビュー Mレストラン

- ✓ 東京郊外、高価格帯のコースメインのイタリアン。新幹線物流による高鮮度の鮮魚や野菜には魅力を感じるが輸送時間の見えなさ、ストーリー性、コースへの組込の観点では取扱は厳しい

インタビュー概要

<概要>

- 日時 2021年8月10日 14:45-15:30

<店舗概要>

- イタリアンの伝統とオーナーシェフの日本テイストをミックスさせたコース料理をメインに、窯焼きピッツアや洗練されたワインにも定評がある調布の名店
- 国内の名店やイタリア各地の星付きレストランで修業を積む
- ランチ、ディナーの両方で営業、ランチはピザかパスタを選べるコース。ディナーは10,000円のコースのみで2か月に1回内容が変わる

インタビュー内容

新幹線 物流

[食材について]

- 朝獲れ野菜は魅力的だが、一口で違いを感じて感動しないと使えない
 - ✓ 普段からお客さんが食べているもので食感、味覚が全く異なる食材(アスパラ、筍、トウモロコシ等共通の味覚基準があるもの)
 - ✓ 産地での獲れたては空気等の環境要因も重要、シーンは大事
- 産直は価値があるが、必ずしも鮮度、新鮮さは求められない認識
- ストーリー性と味が求められるが、突き詰めると味に依拠

[店舗属性]

- 朝獲れ、新鮮は単価が高くなる認識で対応可能な店は限られる
 - ✓ 高級ゾーン 常に予約満載なお店。中~高級ゾーンでは食材の調達安定性如何で判断せざるを得ない
 - ✓ 毎回同じ生産者、生産品を安定的に調達できるならば可能性ありだが高リスク(食材単一で扱うためコース設計が難しい)

[メニューとの絡み]

- コースは2か月切替で産直食材は1品入れるが、新鮮、鮮度はウリでない
 - ✓ お店では熟成ジャガイモ、王様シタケ、唐津牛、シラス等、仕入れて冷凍庫にストックし当日に使う

他

- 仮に安定調達できるならば、コースの組み方が変わってくる
- 生鮮食料品以外の方が当店で取扱う幅が広いと思う
 - ✓ ワインやご当地銘菓や加工品
- 当日収穫の野菜等は、何時にお店に到着するかが大事。仕込を考えると午後の早い時間には来ていないと厳しい

外食事業者へのインタビュー Nレストラン

- ✓ 都内、千葉の中価格帯の鉄板焼き業態。鮮度が明確に出る葉物野菜や鮮魚の取扱いに関心
- ✓ 鉄板焼き料理人のコミュニケーション手段としても使えそうとのことで導入に好意的

インタビュー概要

<概要>

- 日時 2021年8月19日 14:00-15:00

<店舗概要>

- 千葉県船橋市で開業し、都内に進出、現在6店舗を展開
- 創業コンセプトは今までにない鉄板焼き店をやりたいという考え。食べて飲んで1人1万円の鉄板焼き店を実現

インタビュー内容

新幹線 物流

[食材について]

- 売りとする食肉は牛肉、鶏肉共に現状で満足しており、介在余地は無い
- 野菜は市場仕入だが鮮度が良い野菜に出会うことは少なく、仕入れた段階でへたっていることもあり加工するが不満はある
 - ✓ 朝獲れ、変わった食材も良いが、日常遣いの野菜が一番嬉しい。葉物野菜、産直野菜を新幹線物流で取扱うならトライアルで仕入れたい
 - ✓ 果物系では食後のフルーツやレモン等に興味
 - ✓ 別件で各地の鳥鍋に入れるキノコを探している

[店舗属性]

- 鉄板焼き業態は営業中の作業量が多く、仕込、調理を含めてマルチタスクを同時に処理する能力が求められる
 - ✓ 仕入食材は確実に安定調達できるものでないとスタッフの負荷
- 一方で新幹線物流はPR観点もあるが、興味からお客さまの会話のネタになりそう

[メニューとの絡み]

- メニューのこだわりは中心である肉(牛肉、鶏肉)だが、それ以外にも粉物やワインも
 - ✓ コースに入ってる野菜にも鮮度等、しっかりコダワリを出したい

他

- 魚、肉は鮮度維持のための技術が発達した影響で、そこまで求めている
- 鶏肉は契約肉卸が前日の最後に絞めたものを仕入れており、十分に新鮮
- 普段東京では食べられない新鮮なものや普段使いたが鮮度高いと価値が上がるものは新幹線物流に適しているのではないかと

外食事業者へのインタビュー O株式会社

- ✓ 全国展開する老舗居酒屋チェーン。本体のブランドでの取扱は厳しいが、他社とのコラボ企画や店舗を活用した新規事業(産直市など)の取扱いに興味あり

インタビュー概要

<概要>

- 日時 2021年8月27日 11:00-11:45

<会社概要>

- 3種類の店舗の居酒屋事業を全国に350店舗近くを展開
- 昔ながらの総合居酒屋チェーンで居心地の良さ、入りやすさを売りに様々な企業とのコラボを実施、居酒屋というコンテンツを活かした事業展開を図る
- 旅行、ラーメン店、割烹等とコラボを実施

インタビュー内容

新幹線 物流

[施策への認識]

- 新幹線物流には興味あり商材は限られると思うが活用方を考えたい
 - ✓ すぐの取扱はないが、搭載可能物を確認して可能性を模索したい
 - ✓ 高単価で鮮度重視なものが対象となる認識
- 輸送料金は航空便に比べて割安な印象(ラストワンマイル込みなら重視)
 - ✓ 店舗まで運んでの料金設定は非常に良く、現場は助かる
 - ✓ 特に生鮮は物流で躓くことが多いので、タッチポイント少ない本件は魅力が大きい

[食材について]

- 加工品よりは生鮮品、単価は高価格帯のものが適している印象
 - ✓ 野菜は単価的に厳しいが、果実、フルーツは取れたてが謳えるものならば有効
 - ✓ 熟したほうが良い商材は新幹線である理由はほとんどない
 - ✓ 本丸は海鮮物。ウニ、甲殻類、高級魚といった単品商材なら意義がある
 - ✓ 加工品でも搾りたて生原酒のような地域消費されうるものも可能性あり
- 現在の取引先から仕入れることのできない商材を仕入れられそう

[店舗属性]

- 常時取扱うことは難しいかもしれないが下記を想定
 - ✓ 日替わりメニュー、他業態とコラボした店舗産直市

他

- 新幹線以外の在来線特急の方が自社には活用余地が大きい
 - ✓ とくに踊り子は海産物、果実の双方で可能性があり、金目鯛やワサビに関心
 - ✓ かいじ、あずさ輸送も果実の観点で魅力
- 大きな懸念やハードルは特に見当たらない

外食事業者へのインタビュー プレストラン

- ✓ 食材としての昆虫を世の中に提案し続けるベンチャー企業。鮮度の問題で地元でしか流通していない商品・鮮度が重要な商材について取扱いに興味あり

インタビュー概要

<概要>

- 日時 2021年8月24日

<会社概要>

- 東京都内で昆虫を使った高価格帯コース料理等を提供する飲食店を開業
- このプレストランに集う20代の4名は各々が起業家精神に溢れ飲食店営業をしていない月～木は各々が自分の専門分野で活動
- 代表シェフは三ツ星レストランで6年半海外修行後に当店舗に従事

インタビュー内容

新幹線 物流

[施策への認識]

- 新幹線物流には興味あり鮮度の問題で地元でしか流通しない商品を中心に提案希望
 - ✓ 高単価で鮮度重視なものが対象となる認識
 - ✓ 新幹線はトラック輸送と比べ低振動なのが魅力的
- 配達時間の正確性、小ロット対応可能、話題性について魅力を感じる
 - ✓ 新幹線物流の売りの速さ、正確性から鮮度の問題で産地でしか消費出来ない商品が手に入ることに魅力を感じる

[食材について]

- 産地でしか消費されていない商材や振動に弱い商品を提案して欲しい
 - ✓ ガスエビ、ホッカイシマエビや鮮度が重要なウニ、ホヤ、ハタハタ。秋はキノコ系（トキイロヒラタケ）
 - ✓ 日本酒、ビールの搾りたては振動に良くないので新幹線物流は都合が良い

[店舗属性]

- 金・土曜日は7,000円のコース（ドリンク別）1本の提供なので小ロットではあるが新幹線物流の商材を使うことに興味あり
 - ✓ コースメニューで提供

他

- 懸念、その他
 - ✓ 現在も地方から食材を供給してもらっている。1箱2,000円台。同じぐらいの送料価格なら許容できる
 - ✓ 販売商品・価格・発注可能頻度が明確になった時点で案内を希望

外食事業者へのインタビュー Q様（元R株式会社取締役）

- ✓ 人気料理番組の料理人の元で修行。その後、新興飲食チェーンの役員歴任後、独立。個店でも扱える量・価格であれば興味あり

インタビュー概要

<概要>

- 日時 2021年9月7日

<概要>

- 20代の時に人気料理番組の料理人に師事し、裏方として活躍。
その後、外食新興チェーンのR株式会社の取締役となり、多くの新事業体のメニュー開発を行う。
ニューヨークの新店舗立ち上げにも参画、ミシュラン取得に導く。
2021年冬に独立し東京都内で飲食店を開業しつつ、メニュー開発コンサルなどを行う。

インタビュー内容

新幹線 物流

[施策への認識]

- 新幹線物流には興味あり、独立して店舗を出店するので個店でも許容できる条件か確認したい
 - ✓ 時間の正確さ・産直で生産者の名前を出せることは魅力的

[食材について]

- 生産者の名前が出せるものはPRになる

[店舗属性]

- 個店でも扱える条件かを知りたい
 - ✓ 複数の食材を注文した場合、各々のケースで納品されるかどうか。混載にしてもらえると個店は発注しやすい
 - ✓ 優先順位は高くないが一次加工（鮮魚）まで出来ると個店での利便性が上がる

他

- 個店が消費出来る量・送料をカバーできるかが課題
 - ✓ アラカルトで出す店よりもコースで出す店の方が商材を消費出来るので二重が高いのではないか
(新幹線物流なので次の日に商材を消費するとなると意味がない)
 - ✓ 優先順位
 1. 混載便（他の発注商材）
 2. 時間の正確さ
 3. 一次加工できる

外食事業者へのインタビュー S株式会社

- ✓ 全国展開するウェディング施設運営及び飲食店舗展開。飲食店の方であれば現在も産直商品を取寄せしており興味あり

インタビュー概要

<概要>

- 日時 2021年10月14日

<会社概要>

- ウェディングプロデュースの会社として設立。「日本のおもてなしを世界中の人々に」をミッションに掲げホテル・レストランを展開
- 歴史的価値の高い建築物をリノベーションし再利用している店舗が多いのが特徴
また、共通のブランド名を使ったチェーン展開はしておらず店舗ごとに異なるコンセプト・デザインが特徴

インタビュー内容

新幹線 物流

[施策への認識]

- 条件が合うなら使いたい
 - ✓ 配達時間の正確性、小ロット対応、産地直送、鮮度の高さ、話題性に魅力を感じる
 - ✓ 但し、速さよりも流通していない食材に魅力を感じる
 - ✓ 鮮魚の方が相性が良い。レストランにはシェフがいるので、どんな魚でも対応が出来る。「お任せ」パックでも対応が可能
- 自社の施設が駅近の施設が多く親和性が高い
 - ✓ 出店している立地が駅から近いと施設が多く食材が早く届くというメリットを享受出来る

[食材について]

- 鮮魚が魅力的。且つ流通していない食材に魅力を感じる
 - ✓ シェフがいるので魚を下ろすことは可能。鮮魚はその日に採れるものが違うので来るまでどんな食材がどうか分からない「お任せ」でも対応可能

[店舗属性]

- ウェディング施設での使用は厳しいが、レストランであれば現状も産直商品を取っており新幹線物流の商材には興味がある
 - ✓ レストランのメニューに使用

他

- 送料を無料という見せ方は出来ないか
 - ✓ 商品価格にのせても送料無料という見せ方は出来ないか。
イメージだと商品の価格が産直なので安く、新幹線を使うことで物流費が高く結果、通常の宅急便と値段があまり変わらないという形がベスト

外食事業者へのインタビュー Tレストラン

- ✓ ミシュラン店舗を複数抱える外食企業。現在も産直食材を使用しており興味があるので紹介して欲しい

インタビュー概要

<概要>

- 日時 2021年10月11日

<会社概要>

- 都内にイタリアンレストランをオープン。
- 現在はTレストランで約20店舗運営
子会社のUレストランで約20店舗を運営
- Tレストランのスペイン料理のVレストランとUレストランの同じスペイン料理のWレストランがミシュランを取得している。

インタビュー内容

新幹線 物流

[施策への認識]

- 新幹線物流には興味あり、現在も産地から商材を送ってもらっている
 - ✓ マルシェでの名刺交換、銀行主催のマッチング商談会で出会い産地の商材を購入
 - ✓ 専門性が高い商材のどんな商材を供給してくれるのかに興味あり
- シェフがいるのでどんな商材に対しても対応可能
 - ✓ お楽しみBOX的な商品供給でも対応できる

[食材について]

- 自社でも現在産地から食材を送ってもらっている
 - ✓ 秋田のキノコ、山菜、ジュンサイ（翌日着）、金沢自然農法の野菜（翌日着）
九州の牛肉、イノシシ（中1日）、北海道の昆布、鮭、鱈、ウニ等を購入

[店舗属性]

- 店舗の運営スキルが高いのでお客さまに本日のおススメが出来る
 - ✓ 店舗に商材を売切る力がある。「今日は●●産の●●が入荷しているのでいかがですか？」等とお客さまにおススメすることで食材をPRすることが出来る

他

- 新幹線物流を使う際の料金の許容度
 - ✓ 実際に今も宅急便を使って産直を取っているため感覚的に今の金額の1.5倍程度なら許容できる

外食事業者へのインタビュー Xレストラン

- ✓ 日本のホテルの歴史には欠かせない企業の飲食店舗。新鮮、生産者の顔が見える産直である
新幹線物流には興味あり

インタビュー概要

<概要>

- 日時 2021年9月28日

<会社概要>

- XレストランはY株式会社が手掛けるモダンジャパニーズレストラン。
- Y株式会社は明治時代に、自宅の一部を外国人に宿として提供したことが始まり、以後日本有数のホテル経営に携わる。日本のホテルの歴史には欠かせない企業。

インタビュー内容

新幹線 物流

[施策への認識]

- 新幹線物流には興味あり。料理人がいるのでどんな商材でも対応できる
 - ✓ 商品が届くまでどんな商材が来るか分からない。パッケージでも可能
 - ✓ 新鮮であること、産直で生産者の顔が見えることに魅力を感じる
- コストがどの位かを知りたい
 - ✓ 新幹線物流を今回初めて聞いたので、コストがどの位になるか具体的に知りたい

[店舗属性]

- 興味があるのでどんな商品が供給できるのか。コストがどの位であるのかを知りたい

他

- ITの力は必要ではないか
 - ✓ 産地（漁師・農家など）と購入者を繋ぐ仕組みが必要ではないか。産地も自然が相手なので毎回必要な量だけが収穫できる訳ではない。通常の注文以外にも余った食材を販売する仕組みや売り先づくりが必要
 - ✓ その中で大手ではなく、こだわりの個店に販路を持っている問屋と組むのも一考（この●●という商品は●●という店に持っていけば買ってくれるが出来る問屋を想定）

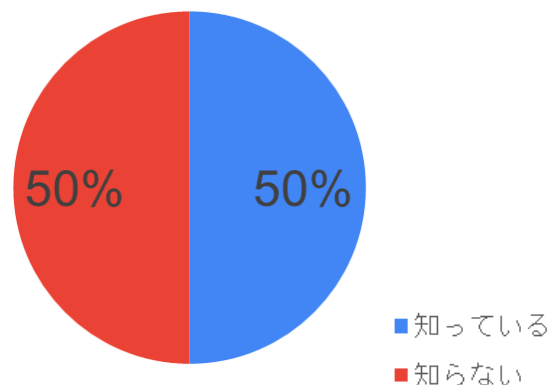
飲食店アンケート結果（店舗数合計402店）

- ✓ 多店舗展開をしているところは、新幹線物流を知っている事業者が多い
- ✓ 新幹線物流に興味を示す事業者は、店舗数の規模に関係なく興味を示す事業者が多い

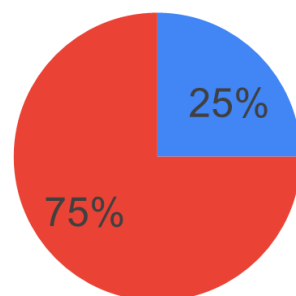
新幹線等物流の取組みについての理解

新幹線物流の認知度

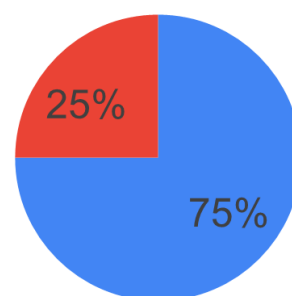
<全体>



<3店舗以上の事業者>

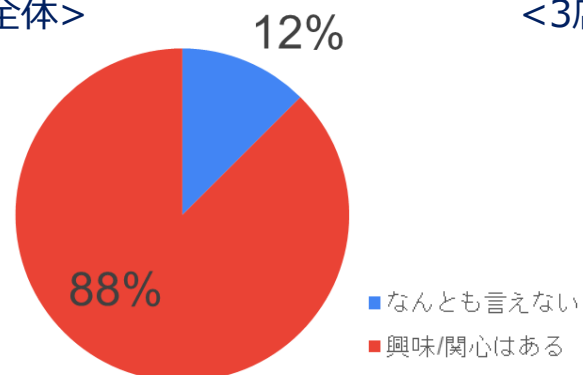


<3店舗未満の事業者>

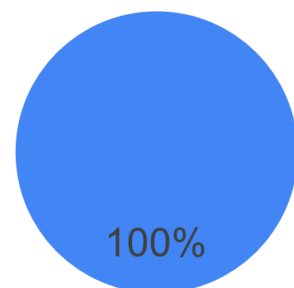


新幹線物流の関心度

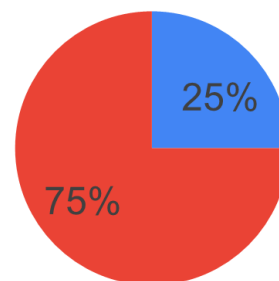
<全体>



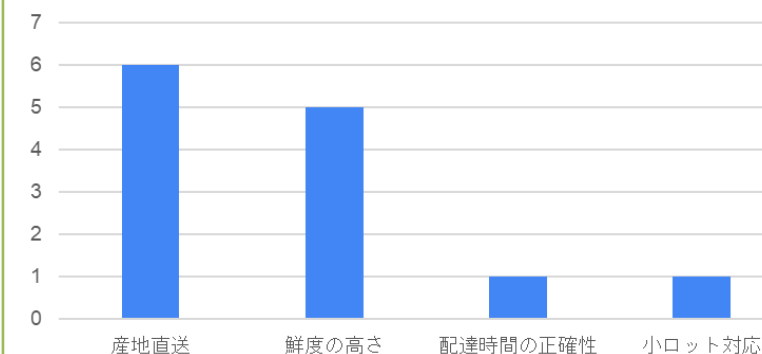
<3店舗以上の事業者>



<3店舗未満の事業者>



新幹線物流の魅力



新幹線物流の懸念点

