

# 中間取りまとめ以降の取組状況(地方自治体・民間事業者の取組)

---

## 地方自治体での取組 P19～22

- 新潟県 : 物流効率化事業、新潟県版の流通合理化検討会の開催
- 三重県 : 養殖カキの輸出事業、短リードタイム出荷への対応のための検証
- 青森県 : 総合流通プラットフォーム「A!Premium」事業
- 鮭川村 : 都内のイベントでバラの配布、「食品等の流通合理化に向けたセミナー」に元木村長登壇
- 仙北市 : ドローン輸送の実証事業、ヤマト運輸との包括協定
- 八幡浜市 : 青果物のパレット化に向けたヒアリング、アップクオリティとの貨客混載事業
- 小浜市 : 農山漁村振興交付金を活用した水産加工施設整備、地場品目の販路拡大

## 民間事業者ヒアリング P23～26

- 移動販売車事業 : (株)とくし丸、京王電鉄(株)、(株)カスミ
- 無人決済店舗 : (株)TOUCH TO GO

## その他の事業者との意見交換等

- 貨客混載 : JR東日本グループ会社
- 事業ヒアリング : 青森県庁、青森県漁業協同組合連合会
- 輸出事業 : (株)山神
- パーソナル・モビリティ : 東洋大学 ライフデザイン学部 人間環境デザイン学科
- 食料品アクセス問題 : 北海道経済連

## 【参考9】各自治体での取組（進捗、その他事業）について①

### 新潟県

事業：国土交通省 物流効率化事業の実施

背景：新潟県は県土が広く、輸送距離が長い。また、青果物は比較的少量多品目で輸送効率が悪く、多頻度輸送は生産者の負担となっている。

内容：内容：ヤマト運輸と青果物少量多品目輸送の効率化へ向けて実証（R2年10月頃～取組開始）

#### ○その他取組

- ・新潟県版の流通合理化検討会を立ち上げて課題の共有化と対応策の検討を実施予定（第一回 R2年9月18日、第二回 R3年1月予定）
- ・県内の流通実態に関して、R2年12月末の取りまとめを目途に調査中
- ・県営住宅で移動販売車による試験販売を実施  
→新潟県が土地を提供し、ローソンと地元商店の商品を積んだ移動販売車で販売

### 三重県

事業：養殖カキの輸出事業

内容：4つの輸出事業者がそれぞれ輸送事業者（ヤマト運輸含む）を通じて、羽田空港、関西国際空港、那覇空港から海外（シンガポール、台湾、香港、タイ等）へ輸出をおこなっている。

ポイント：①知事のトップセールスによる商圈拡大 ②県独自の衛生管理基準の策定

課題：三重県産品全般として、首都圏、関西圏、九州地域への物流環境が整っていない。

#### ○新型コロナウイルスによる影響

- ・航空便の減少や輸出先国の行動制限に伴う需要減少による輸出の停滞  
→シンガポール向けについて11月から徐々に回復も、4～10月は前年数%程度まで減少。

#### ○その他取組

- ・強い農業担い手づくり総合支援交付金を活用し、選果施設に鮮度維持装置を導入。  
トマトの鮮度保持に活用。
- ・通販事業者からの短リードタイム発注に対応するために、産地と消費地の中間にストック機能を持つ必要があり、効率性について検証予定。

## 【参考10】各自治体での取組(進捗、その他事業)について②

### 青森県

事業：ヤマトグループとの連携による総合流通プラットフォーム「A!Premium」事業

背景：首都圏や関西圏の大消費市場に対して時間、距離、物流コスト面で地理的不利を抱えていた。

内容：青森県産の生鮮品を仙台空港等を活用した航空便にて輸送することで商圈を拡大

ポイント：①港湾空港課が取組を主導 ②知事取組姿勢 ③大阪分室の設置による営業の強化

④ヤマト運輸のインフラを活用した決済により、出荷者のリスク軽減 ⑤出荷者の協力体制

成果：西日本を中心に販路を拡大したほか、A!Premiumの営業をきっかけに生鮮品以外の県産品の販路拡大にも繋がっている。取引個数は年に1回取りまとめ、毎年4月下旬に公表している。

#### ○新型コロナウイルスによる影響

- ・航空便の減少や機材の小型化により航空便輸送で対応できなくなったため、輸送手段を臨時的にトラック輸送に切替えて対応中。着時間が遅くなった。
- ・中食、内食の需要拡大により新たな商材の検討やto C向けのサービスの検討が必要。

### 鮭川村

事業：JAグループと三菱地所が主体となり、R2年7月末～8月に大丸有にてイベントを開催し、10,000本のバラを鮭川村のバラ生産会社がアップクオリティのあいのり便を活用して輸送。

背景：新型コロナウイルスによる花きの需要減少に対する支援として実施

課題：流通容器や台車の規格の統一、地域での集荷システムの構築、高速交通網の整備

#### ○新型コロナによる影響

高速バスが9月以降に一部路線運休

#### ○その他取組

- ・10月6日に開催した国土交通省主催の「食品等の流通合理化に向けたセミナー」に元木村長が登壇。
- ・アップクオリティの「バスあいのり3丁目テラス」にて鮭川村のきのこを料理の食材として利用。

## 【参考11】各自治体での取組（進捗、その他事業）について③

### 仙北市

事業：ドローン輸送の実証事業

取組：農産物の運搬実証実験としてRFIDタグによる商品管理の実証をR2年11月30日に実施

工夫：市道および河川上空を飛行経路に設定することで認可手続きを最小限にした

課題：ドローン本体と送信機との電波の伝送距離が数百メートルと限りがあるため追走と安全運航のための監視体制が必要。

#### ○その他取組

- ・R2年11月19日ヤマト運輸と地域包括協定を結び、8つの項目について連携をしていく。
- ・国家戦略特別区域会議の下に近未来技術の実証実験に関するワンストップセンターと分科会を設置予定。  
企業誘致や関係省庁との規制緩和に係る議論をスムーズにすすめるきっかけとしていく。
- ・水素燃料ドローンによる実証をR3年3月頃までに実施予定。

### 八幡浜市

事業：JAとして柑橘類の流通合理化に向け、パレット化を進めるにあたり、現状の共同選果場では導入が難しい状況。そのため、地域の物流拠点となる共同選果場の再編を検討。

#### ○その他取組

- ・R元年12月～(株)アップクオリティ、(株)アゴラ、伊予鉄バス(株)、愛媛県が連携し、高速バスを利用した、温州みかん、不知火等の柑橘類の貨物輸送を開始
- 新型コロナウイルスによる影響
  - ・R2年4月以降は八幡浜－東京線の高速バスの運行停止や週末のみ運行により、取組が止まっている

# 【参考12】各自治体での取組(進捗、その他事業)について④

## 小浜市

事業：農山漁村振興交付金を活用して、廃校となった小学校を改修して水産加工施設（CAS導入施設）を整備。関西を中心とした都市部への安定的な出荷を目指す。

特徴：生産量が多くないことから、市場を通さない販売方法を実施

課題：小口輸送の効率化、小浜市産品の認知度・ブランド力の向上

### ○新型コロナウイルスによる影響

- ・小浜よっぱらいサバの京都ホテル・料理屋向けの本格流通を目指していたが、取組が遅れている。
- ・未利用・低利用魚を活用した商品開発や冷凍加工品等のEC販売の取組みを開始。

### ○その他取組

- ・高度冷凍加工を活用して、よっぱらいサバを香港向けに初出荷。国内に関しても、冷凍品のため近隣県だけでなく、東京を始めとする首都圏への流通の拡大を検討。
- ・ふくいサーモン、若狭マハタ、若狭くじ等のその他品目の販路拡大へ試験販売等を実施。

## 参考資料

**県内初 地域のお買い物を支援します♪**  
**県営住宅で移動販売車による試験販売を実施**

県営住宅では、少子高齢化や人口減少に伴って入居者の高齢化が進行するとともに、空き室等の未利用財産が増加しています。  
こうした状況を踏まえ、入居者の買い物支援及び地域住民の交流機会の創出を目的に、食料品や日用品の移動販売を、民間企業と連携して試験的に実施します。



**開催日**  
令和2年10月21日(水)～11月18日(水)までの毎週水曜日  
販売時間：午後1時～午後3時まで

**内容**  
(株)ローソン・(社)福)豊田福祉会・紀の屋(地元商店)の商品を移動販売車(1台)で販売します。



**販売品目**  
※1日の限定  
※利用は一定の範囲で無料に限り、スタッフのスキルと経験による。  
※販売品目にはお米も含まれます。

**お問い合わせ先**  
土佐運輸株式会社(本社)・若狭市役所(若狭支所)  
山崎 誠司  
TEL 029-280-9444-5442

販売内容は随時変更へ！

新潟県

仙北市

## 仙北市とヤマト運輸株式会社との連携と協力に関する包括協定(抜粋)

### ◆目的

仙北市とヤマト運輸株式会社が包括的な連携のもと、相互の厳密な連携及び協働により、物流・人流の活性化、ドローンを活用した物資輸送、災害対策、安心安全な地域づくり、その他市民サービスの向上と地域の活性化を目的とする。

### ◆連携状況

- 連携-1 物流・人流の活性化に関すること
- 連携-2 安全・安心な地域づくりに関すること
- 連携-3 広報・魅力発信及び観光支援に関すること
- 連携-4 資産品の国内外への販路拡大に関すること
- 連携-5 災害対策に関すること
- 連携-6 地域の福祉に関すること
- 連携-7 人材育成に関すること
- 連携-8 その他ヤマトグループと仙北市が協働して取り組む活性化に関すること

# 【参考13】民間事業者による取組について①(移動販売車)

## 株式会社とくし丸

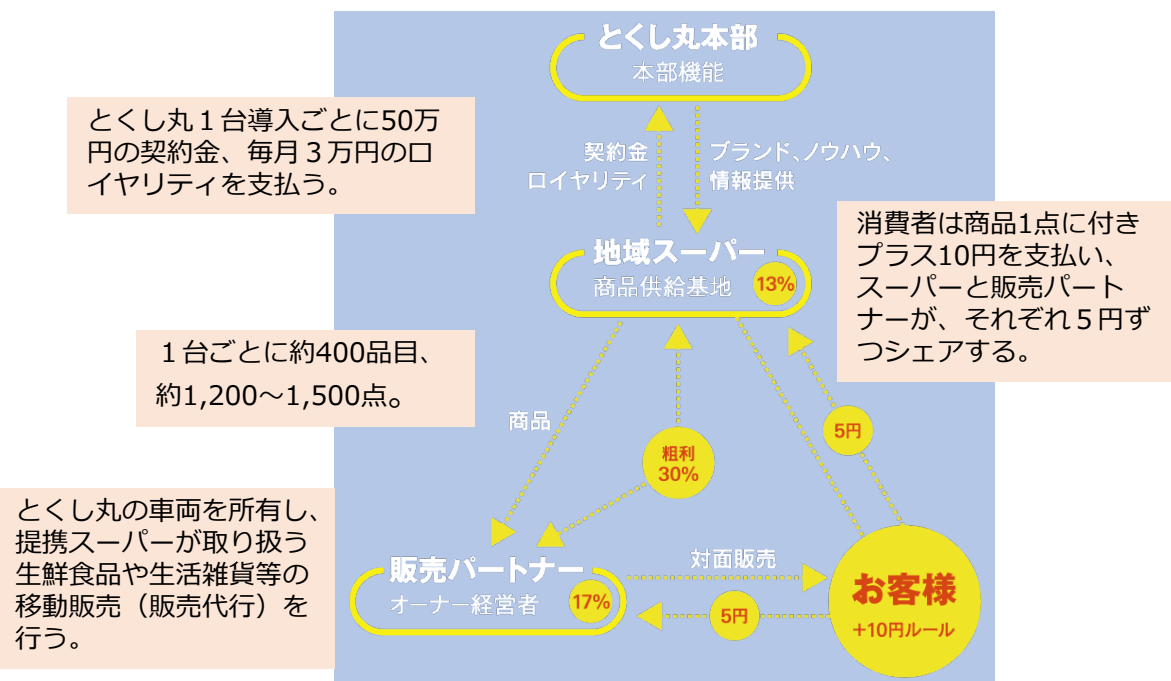
事業：オイシックス・ラ・大地(株)の子会社（事業本部は徳島県、人員は徳島と東京に各10名）

背景：2012年から移動販売事業を開始し、現在は全国で600台弱稼働。

内容：実際に移動販売を実施する販売パートナーととくし丸の関係は、直接契約ではなく、スーパーを介した間接契約。車両のルートはバッティングしないように調整している。

課題：過疎が深刻な地域から要望があるが、近隣に提携しているスーパーの存在が必須。また、日商8万円売れる地域でなければ事業継続ができない。そのため、車両購入費の補助と経費（1日6,000円前後）に対する助成金をもらって成り立っている地域もある（徳島県美馬市）

展開：今までは基本的に民間でできることは民間でやるという姿勢で取り組んできたが、今後は行政と民間とが力を合わせていきたい。また、JAや全農と連携し、直売所からとくし丸を走らせることを実施したい。



## とくし丸 運営小売りからの情報

- ・販売パートナーの収益は年間500万前後
- ・天候により売上が左右されずらく売上が計算できる
- ・店舗のそばの住民でも移動販売車を必要とする人が想定より多くいる
- ・小型店舗（100万/日）からすると売上の10%近くを占めることから、影響は大きい
- ・店舗従業員へ理解が浸透し、協力体制が構築されると、販売パートナーの負担は少なくなる
- ・台数を増やすためにはドライバーの採用が重要であり、早期退職を募る会社等と連携しながら窓口を広げようとしている

## 【参考14】民間事業者による取組について②（移動販売車）

### 京王電鉄株式会社

企業：西東京を中心とした鉄道事業、子会社に小売業や不動産業をもつ。（売上1,288億円）

背景：丘陵部の団地などで、近隣に商店がなく食品が手に入りにくい買い物弱者の課題解決のために開始。

内容：5市（多摩市、日野市、八王子市、調布市、稲城市）56カ所で実施。車両は2 t車1台（約650品目）、軽自動車4台（約250品目）、子会社の京王ストアの商品を販売。単に消費者の手元に食品を届けるのではなく、利用者側の手に取って選んで買い物できる楽しみも重視。

人員：販売員は2 t車では3～4名、軽自動車では1～2名。祝日含む月～金の運行。多客時は商品補充や販売等に応援を出す。

課題：販売は土地所有者の承諾を得た場所に限っている。そのため、公民館駐車場や公園などを使うためには自治体との連携が不可欠（連携協定、覚書を締結）。条件にあった販売場所の確保が課題。

「店舗でピッキング→積載→移動→売り場設置→販売→片付け→次へ移動」となると、実際に販売できる時間は2～3時間。人件費は8時間分（休憩1時間）かかるため、販売時間に対しコストがかかる。

内容：大きな狙いであるコミュニティ醸成・活性化のために自治会との関係構築にも注力。

要望：自治体の協力があると住民の理解が得やすく、場所の確保、告知活動もスムーズにいきやすい。車両購入費や運営経費の助成金があると、事業の安定運営に繋がる。

展開：採算面は厳しい状況ではあるが、移動販売事業を続ける予定。



5号車は、環境に優しいアイドリングストップ機能を備え、積載・販売時の排気ガス排出ゼロに。お客様との会話もしやすくなった。

# 【参考15】民間事業者による取組について③（移動販売車・無人店舗）

## 株式会社カスミ

企業：茨城県を中心に関東圏で店舗展開している食品スーパー（売上2,681億円、190店舗）

### 移動販売車

事業：移動スーパー

背景：近くにスーパーがなく、移動手段がない方へ生鮮品を中心に食品を提供  
同じ曜日、同じ時間、同じ場所での地域コミュニティが自然形成

内容：買い物が不便な地域に商品を届ける移動販売を、行政や地域社会と連携し、実施。軽車両の移動スーパーを利用することで、お客が車両に乗りこまずに買い物を楽しむことができ、足腰の弱い人にもやさしい移動スーパーとなっている。生鮮食品や惣菜、牛乳、パンなど約500品目を提供。

要望：本当に買い物に不便を感じている方の把握と販売場所の提供

展開：2013年に運行開始。現在7市1町433カ所、合計車両10台で運営。実施エリアの拡大。



### 無人店舗

事業：オフィススマートショップ

背景：買い物が不便な地域の方々への食料品購入の場として出店。  
スマートフォンを使った新しいワクワクの買い物体験を提供

内容：スマホだけで買い物ができる無人店舗

U.S.M.Hのアプリ「Scan&Go Ignica」をダウンロードし登録すれば  
携帯で商品バーコードを読み取って自身で精算ができる。

要望：地域住民の方々に「Scan&Goの体験場所」として公共の場に展開の許可

展開：2019年12月に茨城県と包括連携協定を締結、2020年3月から事業開始  
オフィスや公共・商業施設に出店。



# 【参考16】民間事業者による取組について④(無人決済店舗)

## 株式会社TOUCH TO GO

- 企業：J R東日本グループのJR東日本スタートアップ(株)と画像認識技術に知見のあったサインポスト(株)による合併会社
- 背景：システムを企業に導入してもらう仕組みを提供している。提供するサービスは、カメラによる人の追跡、センサーでの商品の認識、非対面決済などの要素技術を組み合わせたもの。2回の実証実験を経て、令和2年3月高輪ゲートウェイ駅に実店舗を設置。
- 内容：狙いとする市場は平均日販が15万円前後のマイクロマーケット。小売りと競争しようということではなく、小売業を支援するサービス。最終的には、住宅地や過疎地での導入を目指している。無人決済システムを設置するにあたっての規制はほとんどなく、食品衛生法上の許可と酒類販売の許可程度。ただ、お酒の販売については、年齢確認をする必要があるため、バックヤードに従業員が控えて確認をしている。
- 展開：4年以内に100カ所展開を目指しており、来期ではまず無人決済システム（TTG SENSE）を20カ所導入したい。

早朝・夜間スタッフ不足に悩む小売店、  
店舗運営が困難な地方売店、  
ガソリンスタンド併設の店舗など

### 箇所当たりの日販

平均日販2.3千円

平均日販150千円

平均日販500千円

平均日販1,600千円

飲料自販機



狙う市場

コンビニ



スーパー



無人AI決済システムの提供  
既存の設備での導入可能  
※店舗の修工・照明カスタムは別途料金

低額な月額使用料  
アルバイト人件費  
数人分の月額利用料



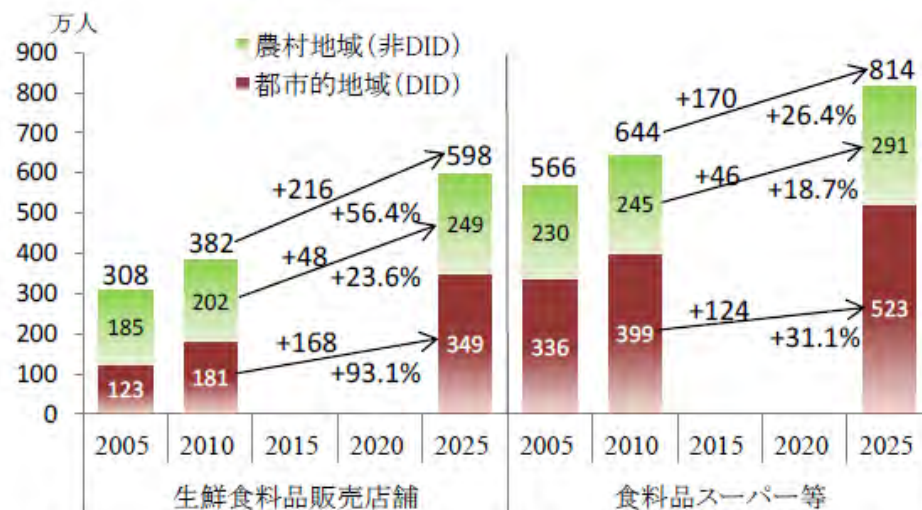
ターゲット『マイクロマーケット』

人件費を削減することで、店舗の採算性を取れる業態にする。

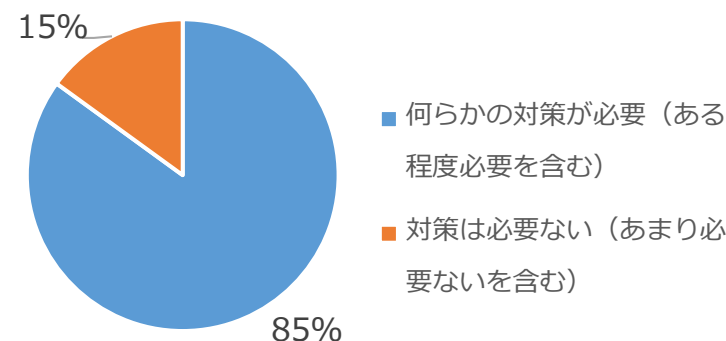
# 食料品アクセス問題 アンケート調査結果

- 飲食料品店の減少、大型商業施設の郊外化等に伴い、農村地域だけでなく都市部においても、高齢者を中心に食料品の購入や飲食に不便や苦勞を感じる「食料品アクセス問題」が顕在化。
- 全国の市町村を対象に行ったアンケート調査によれば、全国の市町村の約85.0%が現時点で「何らかの対策が必要」と考えている。そのうち対策を必要とする市町村において、市町村または民間事業者のいずれかで対策が実施されている割合は87.2%で、前年からほぼ横ばいで推移。

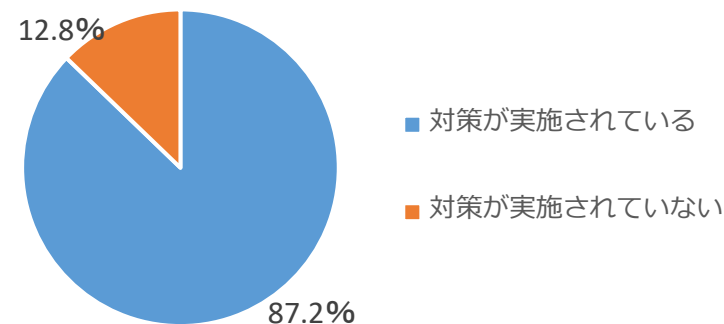
■店舗まで500m以上で自動車がない人口の将来推計（65歳以上）



■対策を必要とする市町村の割合



■対策を必要とする市町村において、市町村または民間事業者のいずれかで対策が実施されている割合



資料：農林水産省「食料品アクセス問題に関するアンケート調査」（令和元年11月実施）

# 食料品アクセス問題への対応

- 農林水産省は、全国の地方公共団体や民間事業者等が、食料品アクセス問題の解決に向けた取組に役立てられるよう「食料品アクセス問題ポータルサイト」を開設(H24年6月)。農林水産省の施策や調査結果等の紹介のほか、関係府省・団体の施策や取組等について、ワンストップでの情報提供を実施。

## ■関係府省・団体の施策や取組についてもワンストップで閲覧可能に



# 目次

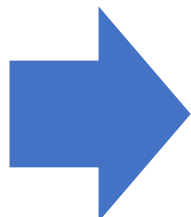
---

|                                              |         |
|----------------------------------------------|---------|
| 1． 食品流通の合理化に向けた取組について（課題・対応方策）               | ..... 3 |
| 2． 中間取りまとめ以降の取組状況<br>（工程表、広報、地方自治体・民間事業者の取組） | ..... 6 |
| 3． 農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略について                     | .....30 |
| 4． 次期総合物流施策大綱の検討状況                           | .....32 |

# 農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略(概要) ～マーケットイン輸出への転換のために～

## 戦略の趣旨

- ・ 2025年2兆円・2030年5兆円目標の達成には、海外市場で求められるスペック（量・価格・品質・規格）の産品を専門的・継続的に生産・販売する（＝「マーケットイン」）体制整備が不可欠



- マーケットインで輸出に取り組む体制を整備するため、
- ・ 速やかに実行するもの
- ・ 令和3年夏までに方向を決定し、実行するものを実行戦略として取りまとめ

## 3つの基本的な考え方と具体的施策

1. 日本の強みを最大限に活かす品目別の具体的目標を設定

① 輸出重点品目(27品目)と輸出目標の設定

② 重点品目に係るターゲット国・地域、輸出目標、手段の明確化

③ 品目団体の組織化と海外における国の支援体制の整備

2. マーケットインの発想で輸出にチャレンジする農林水産事業者を後押し

① リスクを取って輸出に取り組む事業者へのリスクマネーの供給を後押し

② 専門的・継続的に輸出に取り組む「輸出産地」を具体化、輸出産地形成を重点的に支援

③ 大口ロット・高品質・効率的な輸物流の構築のため、港湾等の利活用、輸出物流拠点の整備 等

3. 省庁の垣根を超え政府一体として輸出の障害を克服

① 輸出本部の下、政府一体となった規制の緩和・撤廃の取組

② 輸出先国の規制やニーズに対応したHACCP施設等の整備目標の設定、目標達成に向けた認定迅速化

③ 日本の強みを守るための知的財産の流出防止対策の強化 等

4. 国の組織体制の強化

農林水産省に「輸出・国際局」（仮称）を設置し、政府全体の司令塔組織である農林水産物・食品輸出本部の運用等を通じて、同局を中心として、輸出関連施策を政府一体となって実施する。