

# 福島県の産学連携物流ビジネスモデル構築

## 最適出荷量を判断

### 「味よく無駄も抑える」

有機野菜などの生産や流通工程にサプライチェーン・マネジメント（SCM）のノウハウを応用し、堆肥（たいひ）生産から農産物出荷、流通、販売までを一貫して管理するビジネスモデルが、福島県内の産学の連携により構築された。農産物は生産量や生産時期が天候に左右されやすいが、消費者が求める量をタイムリーに供給する体制を整えることで、品切れや売れ残りが少なくなり、価格も手ごろになるメリットが期待される。

ビジネスモデルは、福島県築ってきた生産流通の手島県梁川町のマクタアメニティ（幕田武広社長）が約三年前から独自に構

術指導も行うとともにスーパーなどで独自ブランドで販売。供給、品質の安定化を図ってきた。従来の手法を「有機農産物の物流システムモデル」に「昇格」させるため、昨年十一月から、福島大や東北農業研究センターとの共同研究に着手。経済産業省の「新連携対策委託事業」にも採

のデータ・情報を加味し生産計画を作成。契約農家間で作付け時期などの調整も行う。小売店での過不足がないよう、最適な出荷量と出荷先を指示

早大理工学術院の片山博教授（経営システム工学）は「消費者満足度の向上や物流合理化など多

② サプライチェーン・マネジメント（SCM）情報通信技術などを活用し、供給、生産、倉庫、店舗を効果的に統合するための生産物流システム。適切な量を、適切な場所へ、適切な時期に生産・転送し、サービステレベルを維持しながらコストの最小限化を図る。トヨタ自動車のカンバン方式などが成功例。

する仕組みも設ける。有機農産物の安定供給と量販体制が整う結果、価格も抑えられ、小売店や消費者、農家ともにメリットがある。生産地と消費地が近く、流通コストが抑えられるのも利点。同様のシステムは畜産や花き、果物の分野などにも応用が利くとい

くのメリットを持つ、新たなビジネスの先進的成果と評価。同時に、「有機農産物は市場規模が小さく、実用化には起業支援が必要だ」と指摘する。幕田社長は「有機農産物の物流システムの確立と拡充を目指して、今後も取り組んでいく」と話している。

# 有機野菜手ごろ価格に



マクタアメニティの独自ブランド「EMオーガ」の有機野菜を販売している福島市内のスーパー

新流通システムの特徴は、生産量と消費量を調整する仕組みをつくり、売れた分だけ補充する「消費優先」の考えを、農業分野にも取り入れた点だ。堆肥や農産物の生産能力、市場ニーズなど