

花き業界の物流 2024 年問題に関する考察

花き生産コース

1. はじめに

私は、1年生の時に行われたインターンシップで岐阜生花市場の仕事を体験した。市場で特に興味を持ったのが物流である。的確な物流がなければ都会の中核市場からでも、販売店には健全な商品は届かない。当たり前のことかもしれないが花き業界は物流こそが生命線なのである。

2. 研究の方法

岐阜を中心に活躍する有限会社大野園芸でのインターンを通して、花き物流を間近で体験し、現在の花き物流の問題点を見つける。そして、2024年問題について協議しあう京都2024年シンポジウムに参加し、物流問題解決の提案をする。

3. 結果及び考察

(1) 花き物流の問題点

私が考える花き物流においての一番の問題点は物流拠点の少なさだといえる。有限会社大野園芸での体験を通して私は生産者からの集荷を中型車で行う大変さを知った。狭い道が多く駐車、移動が大変困難だからだ。

(2) 花き物流問題の解決策

私はまず、地方に流通拠点を設置するべきだと思う。2024年の労働時間の減少により地方が集荷困難地域になることが予想される。図1のように物流拠点は荷物のルートスマートにする働きがある。物流拠点の増加は物流全体を円滑に進め、近年値上げが続く花きの運賃改善にもつながるだろう。

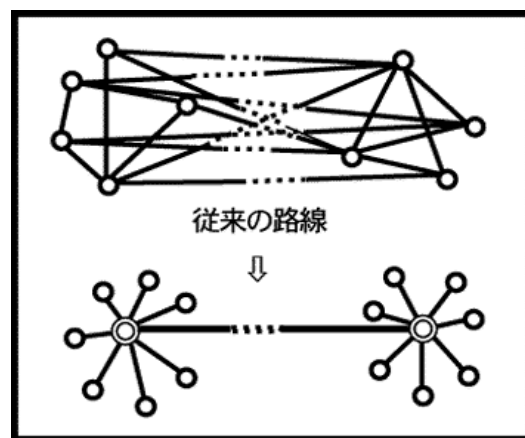


図1 物流拠点をを用いて円滑になった物流網のイメージ図

図2のような市場から花屋やスーパーなどの最終目的地への物流は距離の短さに対し、手間と時間がかかるため、効率が悪く採算が合わないことが多い。このことは「ラストワンマイル」問題と呼ばれ、運送業界で以前から存在する宿命的な問題となっている。

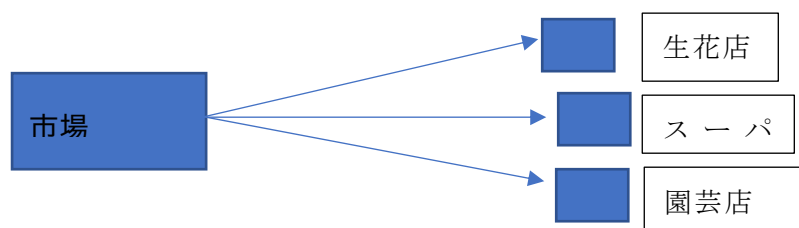


図2 ラストワンマイルのイメージ図

(3) ラストワンマイルを克服した花のサブスク事業と学内サブスクの提案

(ア) 花のサブスクとは

花のサブスクとは、月額で一定料金を払うことで、毎月提供している会社から季節に合った花を受け取ることができるサービスである。注文を受けた花きを郵便物として投函することで配送費を劇的に減少させ、ラストワンマイル問題を克服した。会社によってプラン内容は様々で、自分に合ったプランを他社と比較しながら探せることが魅力だ。花のサブスクのパオイオニアで最大手のブルーミーは、経済産業省が主催する「日本スタートアップ大賞 2022」において、農林水産大臣賞を受賞した。

(イ) 学園内サブスク

郵送以外でラストワンマイル問題を克服できないかと検討し、解決案として学園内の花を使用した学園内サブスクリプションを考えた。これは、アカデミーで栽培した花をアカデミーや農大の職員に花をサブスクで販売するビジネスモデルである。図3のように、配送センターから各個人に宅配便で配送するコストが、職場で花を渡すことで配送費をほぼ0に抑える事ができ、ラストワンマイルが克服できるというアイデアである。この学園内サブスクはSNSプロモーションの授業で紹介動画を作成し、YouTubeのアカデミーチャンネルにアップロードした。

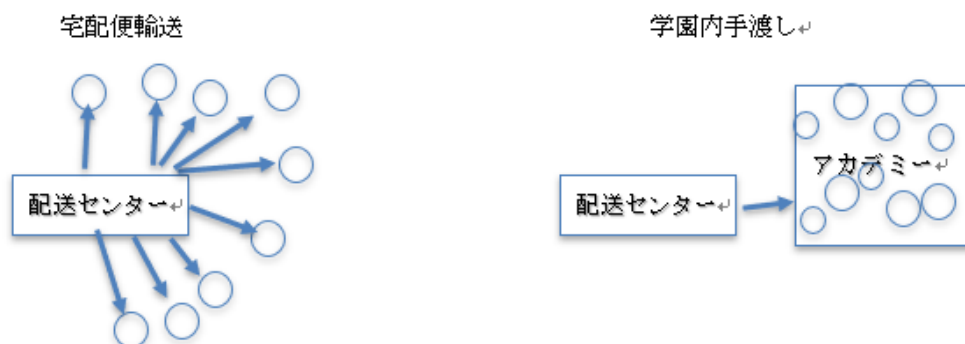


図3 学園内サブスクモデルのイメージ図