

令和7年度「物流DX」成果報告書（抜粋）

1. 事業テーマの概要

(1) 事業背景・目的

- 目標達成に向け、スケーラビリティのあるセグメントを対象に選定。面的にDX支援を行えるだけでなく、他業種展開も見込める配送業務がある業種（「卸売・小売」、「宿泊業・飲食サービス業」、「製造業」、「農林漁業」）へアプローチ。
- 貨客混載事業の課題解決と県内特産品の販路開拓を目的に推進。
- 低迷する物流量に対し、新たな販路（ライブコマース等）を活用し生産者の想いを商品とともに配信することで、発注数の拡大と、ファン創出を実現する。あわせて、バス運転手の業務負荷や支援機関のメリット不足といった課題解決を狙う。

(2) 事業の特徴

- 小規模事業者、販売拠点「ひろしま夢ぷらざ」、エンドユーザーをつなぐ新たな物流システムを構築。

(3) 事業内容・スキーム

- 小規模事業者が集荷拠点まで持ち込み積載、その後はバス路線を活用して輸送。「ひろしま夢ぷらざ」までのラストワンマイル配送は人材派遣サービスで対応。ライブコマースを通じて販路開拓（販路DX）を推進し、「ひろしま夢ぷらざ」で商品を受け渡し。
- 広島県商工会連合会が連携して現場支援を実施。

2. 実施方法と結果

(1) 実証内容

- 参加事業者3社（もぐもぐ農園、増田屋、藤本農園）が商品を出品。
- 配信拠点、受信拠点、MC配置、集荷方法（バス利用）、ラストワンマイル配送、商品受け渡しの運用を具体化。
- 令和7年12月、令和8年1月にかけて2回のライブ配信と配送実証を実施。

(2) 実証結果

- 第1回配信では実際の商品を使った配信から「ひろしま夢ぷらざ」までの配送を試験的に実施。システムの接続・配信・購入・配送の各機能を確認し、大きな問題なかった。
- エンドユーザー向けのライブコマース配信の本番実証（第2回配信）にむけて各種広報を実施。
- 第2回配信ではライブ配信及びアーカイブ配信の視聴者数、商品クリック数、購入数を確認。参加事業者は在庫対販売比40%以上を達成。
- 視聴者アンケートによると、ライブコマースへの評価が高く、商品理解や購買意欲の向上に寄与していることが確認できた。また、商品受け取り場所として、自宅またはコンビニなどを半数以上が希望している。

○事業者からは、配送方法として貨客混載は配送料は妥当だが、集荷拠点へ運ぶ手間やコストが課題とされた。

3. 今後の展開

(1) 振り返りと課題

○参加事業者は、ライブコマースによる商品説明は販売促進に有効と実感。

○配送においては集荷拠点まで参加事業者が運ぶこととしたため、運ぶ手間が課題となった。新たな集荷方法の検討が望まれる。

○広島県商工会連合会等の支援体制構築は一定の効果があったものの、継続的な参加事業者の増加が課題。

○配信時の通信環境の確保など技術面の課題も指摘された。

(2) 今後の展開

○本年度の検証結果を踏まえ、各課題に対する重点的な検証計画を策定。

4. 参考

[物流DX | 広島県DX推進コミュニティ \(公式ホームページ\)](#)

<https://hiroshima-dx.jp/logistics/>