

特集 事業における「協同」の多様性に学ぶ

01

地域の「人」のために移動販売ができること
〜有限会社安達商事(あいきょう)の取り組み

岩橋 涼 (京都大学大学院農学研究科博士後期課程)



移動販売車「ひまわり号」

はじめに

近隣の店がなくなり、食料品など日々の買い物に不便や困難を感じる買い物弱者は、車を運転できない高齢者を中心に深刻な問題となっている。経済産業省では、こうした買い物弱者への支援として、①身近な場所に「店を作ること」、②家まで「商品を届けること」、③家から「人々が出かけやすくすること」の3つをあげている¹⁾。

家まで商品を届けるといえば、生協には無店舗事業の個配があり、配食サービスや移動販売をおこなう生協もある。一方、こうした支援のあり方については、宅配や買い物代行を含め、生協以外にも多様な取り組みがみられる。

本稿で注目するのは、移動販売である。移動販売は、伝統的には行商としておこなわれてきた形態であり、今日では、個人、スーパーなどの小売業者、生協など担い手は様々である。しかし、買い物弱者をめぐる多様な取り組みがあるなかで、地域の高齢化や人口減少がさらに進めば、事業として維持するのは簡単なことではない。また、行政との連携といった場合、地域に暮らす人々にとっての役割と事業としての移動販売を、連携のなかでどう位置づければよいのだろうか。

本稿では、鳥取県日野郡日野町、江府町を拠点とする有限会社安達商事(あいきょう)の移動販売に着目する。あいきょうは、店舗4店、コンビニエンスストア(ローソン)1店、移動販売車5台で事業を展開しており、1993年から移動販売をおこなっている。この地域には、かつて鳥取県西部生協があったが、経営悪化により倒産し、元生協職員であった安達享司氏が、1990年、生協店舗を引き継いで事業を開始した。あいきょうは、地域のなかでどのような移動販売をめざしてきたのか。安達氏へのインタビューを中心に、移動販売のあり方と地域における役割について考えてみたい²⁾。

あいきょうの成り立ち

鳥取県日野郡日野町、江府町は、県南西部の中国山地に位置する。人口減少が進んでおり、高齢化率は40%を超える過疎山村である。

かつて地域で12店舗を展開していた鳥取県西部生協は、1985年、経営が悪化し、事実上、倒産した。黒字であった2店舗を残して共同購入を始めるという再建計画もたてられたが、結局、生協の再建計画は失敗に終わった。当時、安達氏は、生協で商品部に勤めていたが、辞めていく職員がいるなかで、「再建できる」という思いをもっていた。店がなくなれば、地域の人が困ると考え、また、一緒に店をやってきた職員からも、なんとか自分たちでやっていきたいという声があったことから、元職員とともに黒字であった店舗の一つ（日野町の根雨店）を引き継ぐかたちで、1990年、有限会社安達商事を設立した。

当時、生協や農協は、地域住民に、せいきょうさん、のうきょうさん、と呼ばれていたことから、「せいきょう」という名前のまま店を始めようとしたが、屋号として「せいきょう」は使えなかった。十分な資金もなかったため、「せいきょう」の看板の「せ」の部分を変え、あいきょうとして再出発することとなった。

しかし、あいきょうを始めた2年後、米子市内などに展開するスーパーが近隣に出店し、国道沿いにはショッピングセンターができた（現在は閉店）。他店との競合では、品目数や価格面に加え、駐車スペースがないということも弱点の一つになっていた。「買ってやりたいけど」という元組合員の言葉もあったが、「人間関係だけでは、なかなか商売できん」という厳しい状況の

なか、1993年、自分たちが出かけていこうという考えから始まったのが移動販売である。



あいきょう1号店の根雨店（日野町）

あいきょうによる移動販売

1トン車で始まった移動販売は、その後、3トン車の「ひまわり号」、2トン車の「小ひまわり号」2台、軽トラの「こまわり号」が導入され、現在は計5台で集落を巡回している。今年3月には、鳥取県と日本財団の共同プロジェクトにより、財団からの助成を受けて3トン車の「ひまわり号」は新型車両となり、商品棚の配置など、内装も新しくなった。

「ひまわり号」の巡回ルートは江府町を中心に3ルートあり、1ルートにつき週2回巡回している。「ひまわり号」は、食料品、生活用品、雑貨など約800品目を載せることができ、集落の公民館や集会所に車をとめる。停車時間は、15分～20分程度である。

各地点に近づくと、車から音楽を流し、集落の有線を使用して住民に移動販売車が来たことを知らせる。買い物に訪れる人の多くが高齢の女性で（なかには男性もいる）、場所によって人数は1人～10人程度

と様々である。買い物客同士で会話を楽しくむだけでなく、従業員とも顔見知りであるため、話をしたり、「前にお願ひした〇〇はある?」「〇〇がほしいんだけど」というように、商品の要望も気軽に伝えている³⁾。「ひまわり号」は、従業員2名(うち1名は運転手)で集落を巡回している。1人がレジを担当する間、もう1人が買った商品を買物かばんや袋に入れるのを手伝ったり、商品の入った袋をシルバーカーに乗せたり、あるいは家まで運ぶこともある。



会計が終わった商品を、従業員(出入口側)が買い物客のかばんに入れるのを手伝う



ひまわり号
(荷台が外側にスライドして広がる仕組み)



ひまわり号に買い物に訪れた住民

ひまわり号には、冷凍庫・冷蔵庫が搭載され、生鮮食品が数多く並ぶ。精肉、鮮魚、刺身、寿司なども販売され、とくに鮮魚は、生協で鮮魚担当だった安達氏が、毎朝、境港から仕入れている。

あいきょうの移動販売は、一日の移動販売の途中で、1、2回ほど近隣の店舗から商品の補給をおこなう。たとえば、あるルートでは、買い物客が多い集落を1か所まわると、すぐに従業員が不足する商品をチェックし、電話で店舗の従業員に連絡して必要な商品を準備してもらい、店舗での補給をおこなってから次の集落にむかう。移動販売では、後にまわる場所ほど商品が少なくなるという問題があるが、あいきょうでは店舗からの補給によって、対応している。

現在、あいきょうの店舗は、1号店の根雨店、JAの業務委託で引き継いだ3店舗、フランチャイズ契約を結んだローソン1店舗(江府町)がある。このローソンも受け手がいなかったものを、2008年にあいきょうが引き受けた。移動販売車には、ローソンの商品もものせている。店舗の売上は減少傾向にあるが、移動販売の売上は増えつつあり、事業全体の約20%を占めている。



ひまわり号の冷蔵庫

あいきょうが事業を始めた当時から、この地域の高齢化・人口減少は、さらに進んでいる。国勢調査によれば、江府町は、1990年から2010年の20年間で、人口が4,528人から3,379人となり、高齢化率は23.0%から40.5%に上昇した。同様に、日野町も人口は5,377人から3,745人に減少、高齢化率も23.9%から42.0%に上昇している。

こうした状況の中で、移動販売のあり方も変わってきている。安達氏によれば、2006年に3トン車を導入した当時、商品を見て選んで買えることは、大変喜ばれたという。しかし、徐々に、3トン車をとめる公民館や集会所にも出てくるのが難しい人が増え、できるだけ家の近くにとめられるよう2トン車が導入された⁴⁾。そして、



小ひまわり号 (2トン車)

最後に導入されたのが軽トラで、これは家の軒先にまで商品を持っていくことができる。冬は雪深いこともあり、軒先まで持ってきてくれるほうがいいという声もあがっていた。最近は、軽トラの売上が上がってきているとのことである。

移動販売から広がる取り組み

こうしたあいきょうによる移動販売の取り組みは、行政との連携やその他の取り組みにもつながっている。2008年には、鳥取県と「中山間集落見守り活動支援事業」の見守り協定を締結し、行政との連携のなかで、一人暮らしの高齢者（75歳以上）の見守りに取り組んでいる。安否の確認は、全集落をまわる移動販売で、あるいは店舗でおこなわれ、さらにあいきょうを利用していない人に対しては、従業員が家を訪問する。行政とは、月1回、情報を共有する場を設けている。

また、日野町の公立病院である日野病院とは、2011年から、移動販売に看護師が同行する「看護の宅配便」を始めた。日野町と江府町で、それぞれ偶数月、奇数月に月1回、3トン車のひまわり号のコースに看護師が同行し、問診や健康診断をおこなっている。安達氏は、「元気なお年寄りをケア」し、できるだけ長く在宅してもらうこと、そのために「でかけていく」ことが、地域にとって重要だと考える。

さらに、「移動図書館」という取り組みもある。これは日野町の日野図書館との連携によるもので、移動販売車の後ろに、車に本を積んだ「移動図書館」が同行し、貸し出しをおこなうものである。また、図書館を身近なものにするために、集会所や病院、あいきょうの店舗などにも図書館の本

が置かれ、本の返却は移動販売を通じておこなうこともできる。このように、あいきょうの事業は、買い物の支援にとどまらない活動に広がっている。



店の一角に置かれた図書館の本
(あいきょう根雨店)

地域のなかのあいきょうの役割

あいきょうの事業において、安達氏は、「地元の人が地元を守っていく、食と暮らしを守って、地元の雇用を守る」と語るように、地域の人と人との支え合いを大切にしている。そして、苦しいときでも、「人に喜んでもらうために何をすべきか」というのが、経営者としての安達氏の思想である。また、事業としての継続性については、やはり行政との連携も重要な点となる。移動販売を、儲かるかどうかという「ビジネス」だけで考えると、1人、2人しかいない集落に商品を持っていっても採算が合わない。しかし、あいきょうの移動販売車は、そうした集落を含む全集落を巡回している。安達氏は、「そこで生まれて、そこで育て、そこで生きていきたいという、その人たちをどう支えていくか。果たすべき責任

があるのではないか」と考える。「本当は行政がやるべきことも含んでいる」というが、行政ができないことを自分たちがやる、そのために町や県からの補助や、様々な人たちでの「コラボレーション」があり、そうした関係性のなかで、あいきょうは事業に取り組んでいるのである。

また、あいきょうでは、2010年からは、早稲田大学を拠点とする学生団体「つなぎや AiTie (あいたい)」のインターンシップの受け入れをおこなっている。毎年、大学生が夏と冬にスタディーツアーとして江府町を訪れ、あいきょうでのインターンシップや一人暮らしの高齢者の訪問などをおこなう。約1週間の夏のツアーでは、インターンシップや交流活動を通じて感じたことや考えたことを、定められたテーマに沿って、報告する場が設けられている。この報告会には、地域住民が訪れるだけでなく、江府町の職員も訪れる。学生との交流について、安達氏は、「来てくれるだけでうれしい。地域の人たちも待っている」と話す。また、早稲田大学でのイベントで、江府町の物産展がおこなわれるなど、相互の交流が続いている。

おわりに

本稿では、あいきょうによる移動販売を中心に、その取り組みを紹介してきた。あいきょうの事業には、事業として継続するための経営的な視点だけでなく、その根底には、地域と地域の人を第一に考える安達氏の思いがある。

しかし、高齢化と人口減少は、あいきょうの拠点である日野町、江府町ともに、深刻化している。移動販売についていえば、様々なタイプの移動販売車を活用するなど

の対応をとっているが、利用者の減少は経営にとって切実な課題である。

買い物弱者をめぐる問題は、商品が手元に届けば解決するものではない。現実には、その地域に暮らす人々が、日々の生活で感じている苦労や困難が複雑に絡み合っている。地域に目を配り、地域の「人」のために何ができるかという視点にたてば、商品の供給だけでなく、暮らしのなかでの様々な支援・対応のあり方が考えられる。それらを、どのように具体的なかたちにしていくのか。今回の事例が示唆を与えてくれるように思われる。

本稿の執筆にあたり、有限会社安達商事の安達享司様をはじめ、職員の皆様には大変お世話になりました。心より御礼申し上げます。

- 1) 経済産業省 (2011) 「買い物弱者応援マニュアル (第2版) 『買い物弱者を支えていくために～24の事例と7つの工夫 ver.2.0』」
<http://www.meti.go.jp/policy/economy/distribution/manyuaruver2-1.pdf> (2016年9月2日閲覧)。なお、経済産業省 (2015) 「買い物弱者応援マニュアル ver.3.0」では、対応策として、①家まで商品を届ける、②近くにお店を作る、③家から出かけやすくする、のほかに「④コミュニティ形成や、基盤となる⑤物流の改善・効率化の取組み」が加えられている。http://www.meti.go.jp/policy/economy/distribution/150430_manual.pdf (2016年9月2日閲覧)。
- 2) あいきょうの取り組みは様々な文献で紹介されているが、近年まとめられたものとして、以下のものがある。関満博 (2015) 「鳥取県日野町・江府町／山間地の閉鎖店舗を引き継ぎ、移動販売」『中山間地域の「買い物弱者」を支える移動販売・買い物代行・送迎バス・店舗設置』76 - 96、新評論。
- 3) あいきょうへの取材 (2016年8月22日・23日) では、移動販売車に同乗させていただいた。その時の様子をふまえたものである。
- 4) 移動販売車の導入にあたっては、県や町からの補助金を受けている。