

移動スーパー ひまわり号
鳥取県日野郡江府町

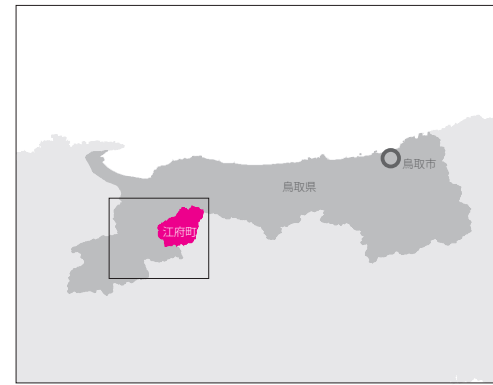


川岸の空地に停車して展開するひまわり号



「ひまわり号」の車内

鳥取県日野郡江府町にある地域密着型のスーパー・あいきょうは固定店舗に加えて、移動販売車「ひまわり号」を運営している。4台の「ひまわり号」は江府町と隣の日野町のほぼすべての集落を定期的に巡り、地域の人々の生活の重要な一端を担っている。



鳥取県日野郡江府町

日野郡江府町は、鳥取県の南西部、大山の南側の麓に位置する標高 100m ～ 600m の地域である。鳥取県 3 大河川の一つである日野川が南北に流れ、日野川の支流である俣野川・船谷川、小江尾川の 3 つが町内を横断している。その谷筋に沿って集落が広域に分布している。

面積・人口

面積：124.66 km²

人口：3551 人、世帯数 1140

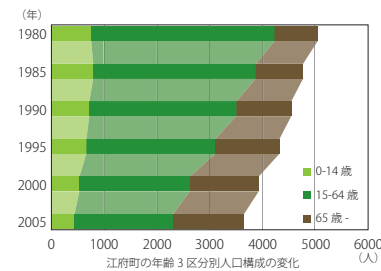
人口密度：28.5 人 / km²

年齢 3 区分別人口：0-14 歳 336 人 (9.5%)

15-64 歳 1850 人 (51.8%)

65 歳以上 1365 人 (38.7%)

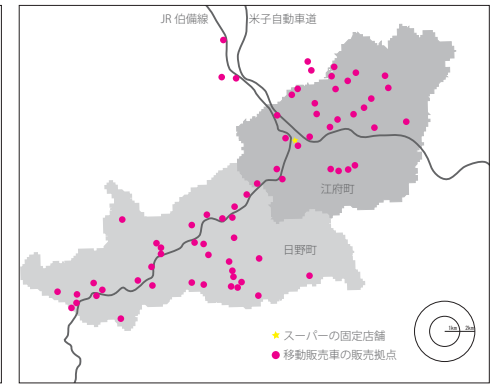
人口減少と高齢化が著しく、アクセスしにくい山間の集落に元農家の高齢世帯が多数ある、典型的な中山間地である。



山と川に囲まれる山間の集落

坂道と赤褐色の石州瓦が特徴的

大山を望む町



歴史と産業

江府町一帯は古くから農村集落のあった地域である。また、明治時代に近代製鉄が興るまでは、山砂鉄の採取とたたら製鉄がこの地域独特の重要な産業であった。現在は、水資源の豊かさを活かし、中国電力の水力発電用のダムとサントリー天然水の工場がある。

江尾駅付近の商店街をはじめとするまちの中心部は、近世にうまれた城下町・宿町によって形成された。現在の商店街には、スーパー・金融機関・医療機関などが数軒並ぶが、他は廃業した店舗もいくつも見られ、寂れている。また、道幅が狭く駐車場も充分にないため、自動車利用者には不便である。

他の地域へのアクセス

江府町は米子市まで 25km と近く、米子市への通勤者も多い。鉄道：JR 伯備線 (1928 年に開通)

江尾駅-米子駅 約 30 分・480 円

バス：日のバス日野本線

江府-米子 約 1 時間 8 往復/日

自動車：米子自動車道 1989 年に開通

町営バス

以前は町内路線バスが運行していたが、2009 年から日本交通に委託して町営バスとして運行を開始している。

江尾駅を起点に 7 路線、各 6 往復/日
料金は一律 200 円/回 (小人 100 円)



路肩に停車、展開して販売する



入口の階段にも商品が並び



車内で買い物する様子



冷蔵庫の前に特売品の箱が並び

地域密着のスーパー「あいきょう」と山間地を巡る移動販売車「ひまわり号」

1990年、地域の生協の倒産後に、元従業員たちが立ち上げた地域密着型のスーパー・あいきょう。江府町と隣の日野町に固定店舗を2軒ずつと、江府町にローソンを1軒経営している。15年ほどまえ、近隣に大型小売店が開業し、売り上げが下がったことをきっかけに、買い物の不便な山間地で顧客を獲得するべく始めたのが移動販売車「ひまわり号」である。徐々に商圏を拡大し、現在では江府町とその隣の日野町の30集落ほぼ全域をカバーできるようになった。

ひまわり号は大きさの違う3種類、計4台が月～土まで週6日稼働し、ひとつの場所を週2回以上訪れている。利用者の多い地域は大きな車で、道の狭い小集落は小さな車で、というように道の状況や集落の規模を考慮して巡る場所を決めることができるのが、3種類の車を持つことのメリットだ。



ひまわり号が展開する様子

「ひまわり号」の1日

ひまわり号の1日はスーパーに仕入れられた商品の積み込みから始まる。店舗に十分な駐車場がないため、台車で少し離れた駐車場まで往復するというなかなか骨の折れる作業だ。移動販売車を担当するのは、大きい車で運転手+販売員の2人、他は1台につき運転手1人。境港から仕入れた新鮮な魚をはじめとした冷蔵品・冷凍品。さらに在庫が減っているものを補充。車内には生鮮食料品、乾物、日用品、作業着、植物の種類など約800種類もの豊富な商品が並び、スーパーでの積み込みが終わると、次はローソンの店舗から、惣菜・菓子を数点積み込む。

積み込みを終えると集落へ移動。集落に入るとスピーカーから演歌を流し、到着を知らせる。さらに町内放送でその日のお買い得品を宣伝する積極的な営業。

所定の位置に停車すると、車体が横に伸びて、折りたたまれていた床が開き、内部に買い物のスペースができる。1か所の買い物客は2人ほどの少ない場所もあるが、多い場所では15人ほど集まる。30分～1時間ほどして客がいなくなると、床が再び収納され、次の拠点へと移動する。

数か所で販売すると売れ筋の商品は随分減ってしまう。足りない商品を固定店舗に電話で注文し、他の小さな車で次の拠点まで持ってきてもらい、補充しながら集落を巡っていく。

これを1日に10か所ほど繰り返し、1日の販売ルートが終了すると、固定店舗に戻って冷凍品だけ店舗の冷凍庫に戻す。車庫で電源を取り、冷蔵庫が一日中稼働しているので多くの商品を積んだまま、ひまわり号は翌日の出勤を待つ。

「ひまわり号」の空間

「ひまわり号」は大：3t車1台、中：2t車2台、小：軽トラック1台の計4台。どの車も効率よく多くの商品を陳列できるように改造されている。大・中は車内で買い物をすることが

できるので、天候にも左右されない。背面の扉が上に開いて屋根になり、その下に店先のような空間をつくる。更に、冷蔵庫・冷凍庫を装備しているため多くの生鮮食料品を扱うことができる。固定店舗で特売品を店頭で陳列するのと同様の工夫もみられ、客にとっても買い物の楽しみが得られる空間になっている。

移動販売の拠点

「ひまわり号」は地域内の人が集まれる場所に停車する。公民館前の広場や川岸の広いスペース、ときには民家の前庭にも。スピーカーから流れる演歌や町内放送で移動販売車の到着が知らされると地域の人が集まりはじめる。

移動販売の拠点に近い家の玄関先やガレージで、道端で、話しながら移動販売車を待つのも、地域の人たちの楽しい習慣になっているようだ。

福祉活動としての機能

同じスタッフが週2回以上訪れることで、個々の客の様子を細かく把握している。普段利用する客が来なければ、家の前まで行って声をかける。買い物した荷物を運ぶのが困難な客には、玄関先まで運ぶ手伝いをする。このようにして地域密着の移動販売車は地域の見守り活動としても機能している。

ひまわり号の採算

スーパー「あいきょう」では売り上げ全体の約25%を移動販売車が占めている。固定店舗・移動販売それぞれの収支は分からないが全体では、黒字を保っているという。しかし、こういった事業は、行政の助成金なしには成り立たないのが現状である。「ひまわり号」は、福祉の取り組みとして、日野町から車両の助成を受けている。

コンビニ商品の移動販売

これまで店外での販売が禁じられてきたコンビニの商品が移動販売車に乗せられて、コンビニの地域でも売られる、というのは他に例を見ない新しい試みである。コンビニの良さは、一律に安定した商品供給ができることである。それを活かし、今後コンビニの移動販売車がうまれる可能性もあるだろう。

一考察一

ビジネスとして成立することの必要性

移動販売や買い物支援の実例が全国的に増えている。多くはボランティアによって支えられているのが現状である。今はそれで充分かもしれない。しかし、長く続けることを考えるとビジネスとして成立することが必要不可欠だろう。事業者は利益を上げ、地域の雇用も増やそう。地域住民は、買い物の場と共に近隣のコミュニケーションの機会も得る。そんな相互利益の形がこれからの地域の在り方ではないだろうか。

きめ細かなサービス

ひまわり号は、大きさの違う車を使い分けることで、需要や集落の特徴に対応しながらどの場所にも週2回以上訪れる、という質の高さを持っている。さらに、固定店舗の店頭と同様に特売品を陳列するなど、車の使い方にきめ細かな工夫が散りばめられている。地域の人への思いやりが感じられる。

他のサービスとの複合

地域の見守り活動としても機能している移動販売車。今後は、さらなる展開として、他のサービスとの複合の可能性もあるだろう。移動販売車を軸に、商品に留まらない様々なサービスが複合していくことも可能だ。例えば、具合が悪いことを伝えると医師に連絡したり、薬を持ってきてくれたり、といったものだ。いわゆる、まちの御用聞き。その際には、これまでそれぞれに営まれてきたサービスを、どのように繋ぐかが課題になるだろう。

楽しめる空間と人の交流の良い循環

「ひまわり号」の良さは、狭い車内ながら使いやすく、楽しく買い物ができるよう工夫されている空間である。単にものが運ばれてくるのではなく、そこで買い物をする楽しみがある。また、移動販売の拠点の近くには待ち合いの場所が自然にできて、人がそこで話しながら待っている。

どちらか一方ではどこか寂しい。買い物を楽しめる空間と、そこに集まる人が少しの時間を過ごせる場所の両方があることが、私たちの日常を豊かにしてくれるのではないだろうか。