

地元スーパーの山間部移動販売

山形県西置賜郡小国町

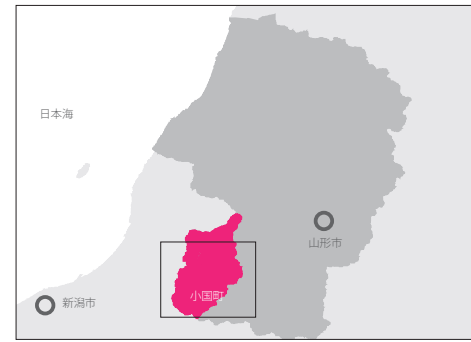


移動販売車から流れる音楽を聞いて買い物にくる山間部の住民



ショッピングモール エコーにて集荷をする移動販売車

山形県西置賜郡小国町のショッピングモールエコーは山間地域の消費者を対象に移動販売サービスを行っている。店舗が母体となっているため、移動販売商品の出荷量にロスの少ない経営体制が可能となっている。販売ルートはお客さんのいるところならどこへでも、というように移動販売車の運転手が経験をふまえて適宜調整を行う。山間地域に住む高齢者には大切な生活サービスの役割を果たしている。



山形県小国町

小国町は、山形県の西南端、新潟県との県境に位置する。両県庁所在地である山形市と新潟市のほぼ中間地点（それぞれ約80km）にある。

面積・人口 (2010年7月31日現在)

面積：737.55 km²
 人口：9,109人、世帯数：3,252世帯
 人口密度：12人/km²
 高齢化率：31.2%(2005年国勢調査)
 年齢3区分別人口：0-14歳 1,294人(14.2%)
 15-64歳 4,781人(52.5%)
 65歳以上 3,034人(33.3%)

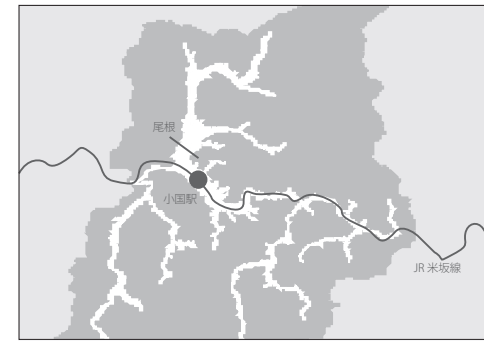
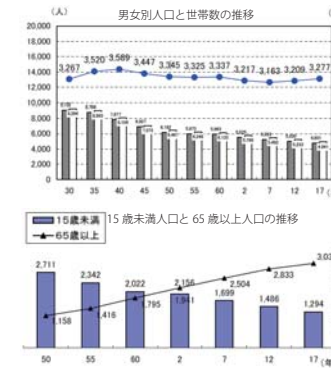
小国町の人口は、1955年の18,366人をピークに減少をたどり、人口減少、少子高齢化の傾向ははっきりと表れている。

地勢

小国町は越後山脈にできた断層盆地で、1000m級の連山に囲まれ、他地域と隔絶した環境を形づくっている。生活の舞台となる平地は全町域のわずか3.7%で、町土の94.5%は山林で占められている。

気候

気候は、概略的には典型的な日本海型の気候に属す。冬期には全国屈指の豪雪をもたらし、積雪は町中心部でも2mを超えることが多く、山間奥地の集落では4mにも及ぶ所がある。



産業

歴史的に小国駅前のセラミクス事業所(コバレントマテリアル・日本重化学工業)が町の開発史の根幹といえる。1936年に国鉄小国駅が開業、その2年後に日本電興が操業開始。

1954年に水力発電ダム(赤芝ダム)が完成した。現在は山間地域にも関わらず第一次産業が少なく、第二次産業従事者が多い地域となっている。

交通

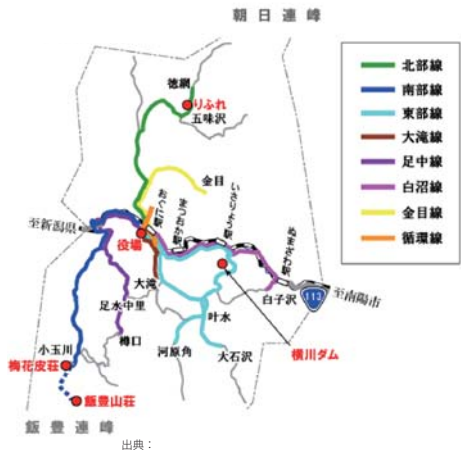
新潟市まで90km、山形市まで80km、米沢市まで47km
 鉄道：JR小国駅上下各5本/日
 新潟駅(2時間)、山形駅(2時間30分)、米沢駅(1時間30分)
 バス：山交バス(新潟~小国町役場~山形)上下各2本/日

地域内交通 町営バス

小国駅を中心に8路線、運行本数は平均50本/日、路線別には3~9本/日とばらつきがある。
 運賃は距離に応じて上がり、最大は700円(南部線)、循環線は一律100円。

医療施設

医療施設は小国駅を中心に半径1km以内に8つあるが、各集落にはない。



出典：

小国町の生活を支える

ショッピングモール エコー

JR 小国駅前近くに店舗を構えるショッピングモール エコーは 2007 年から山間地域への移動販売事業を開始した。同年、地元大企業のコバレントマテリアルグループの傘下となる。

移動販売を始めたきっかけは、不景気だった。店舗への買い物客が減り、その対応策としてかつて小国町で行われていた事業形態である移動販売を考えた。しかし移動販売事業が小国町から衰退した理由の一つに営業時間が長いわりに収入が少ないという効率の悪さがあった。それでも待っているだけでは客は来ないため、買い物客が容易でない山間部のお年寄りを対象に移動販売事業を開始した。



店舗からの仕入れ商品をレジ打ちする販売員



山奥にも店舗が現れる



移動販売車内で買い物をする住民の方々

エコーの移動販売形態

移動販売の営業は月曜日から金曜日の午前から夕方まで。曜日ごとに異なる方面へ出かける。1日に回る停車場は10カ所前後で滞在時間は短ければ5分、長ければ40分と、客の数や買い物の量に応じて異なる。客は1カ所につき1~5人程度で女性高齢者が1番多く、次に男性高齢者が多い。天候が悪くても車が走れる限りは営業を行う。停車場は多様で、集落の中心に停車したり、個人住宅に横付けしたり、公民館や老人ホームにも停車する。場所によっては一軒のお宅に客が集まってもらうパターンもある。移動販売車到着の合図は「水戸黄門」の主題歌で、停車位置に近づくとスピーカーから大音量の音楽が流れ、客がやってくる。

仕入れは店舗から

仕入れはショッピングモール エコーの商品棚から行っている。エコーは生鮮食品を主に扱っているが、日用雑貨や文房具、家電など、多様な商品を揃えている。移動販売車にも野菜・魚や肉といった生もの、アイスなどをはじめ豊富な食料品を積み、またトイレトペーパーや文房具などの日用品も常備している。

一週間のサイクルとしては月曜に移動販売車に商品を積み、金曜に全て下ろす。不足した商品や賞味期限の短い商品は週の途中で「エコー」の商品棚から適宜追加・交換する。移動販売に出かけた1日の途中で品切れ商品がでると、商品を追加するために「エコー」に戻ることも珍しくない。このように商品管理をレジを通して行うことで容易に集荷・返却が行えるし、商品の出荷量も明確となる。

販売員の柔軟な販売方法

エコーの移動販売はおおまかなルートや時間だけがあって厳密なものではない。それは運転手であるエコーの従業員の方がほぼ1人で仕入れ・車の運転・販売を行うことで成り立っている。どの地域のどの家に消費者がいるか、その人の好みは何か、その人の持病なども把握し、家から停車場までその人ならどれくらいかかるかといったことを考えながら客を待つ。いつも来る人が来ないと近所の人に安否を聞くこともある。足の不自由な人には家まで商品を運ぶ。しかし自分から訪問したり、押し売りをするのはしない。その距離感が消費者にも安心感を与えているようだ。そして2週間訪れても誰も顔を出さない停車場は移動販売ルートから外す。逆に客から要請があればそこを停車場として増やすことも行っている。

山間部に点在した家々を回るため、たった1軒、1人のお客さんのために訪れることもある。ほとんど個人宅配かと思うような丁寧なサービスだが、注文した商品だけが届くのではなく、小さくても店舗で商品を選び、自分で買い物をすることができるのは個人宅配との大きな違いである。それに加えて好みの商品を言付けておけば次回に運んでくれる。店舗で商品を選ぶ良さと、宅配のメリットを兼ね備えているといえる。



この日は会合のため例外的にコミュニティセンターに移動販売車が訪れる



高い所の商品を取ってあげる販売員



移動販売車での買い物を終え家へ帰る住民



小国町山間部の豊かな自然

エコーの移動販売車両

エコーが所有する移動販売車は1台。冷蔵庫付きの中古の移動販売車を70~80万円で購入。しかし冷蔵庫は故障していたため、購入後に冷蔵庫と外装の修理を行った。

移動販売を行う上での支出としてはガソリン代・電気代(冷蔵庫等)・仕入れ代がある。ガソリン代・電気代をまかなうために商品の値段は+20円程度に設定している。販売員が店頭での販売価格を全て把握しているため、商品に値札を付ける必要がない。値札を付けないことで商品の集荷時の時間短縮だけでなく、商品をスーパーの棚に返却する際にも値札をはがす必要がなく、所要時間の大幅削減となる。

一考察一

山間部生活での買い物の1つのこたえ

驚いたことにこの地域には5~6つの移動販売業者が訪れる。スーパーのように様々な種類の商品をのせたもの以外に、肉屋・魚屋といった専門に特化したものもある。山間部に住みながら、移動販売によって買い物の選択肢があることが消費者の生活に楽しみをもたらしている。

もともとエコーは新しい市場を開拓するために移動販売を始めたが、今では移動販売が地域の生活を支えているという面を事業者のエコーも消費者も互いに認識しているようだった。販売員は「高齢者の助かる、という言葉があるからやめられない。この商売が持続するようにとお客さんは商品をあえて買ってくれていると感じることがある」と語っていた。移動販売が営利目的に終止するのではなく、事業者と消費者が互いに助け合う役割を認識することで小国町の山間部での生活が成り立っているようだ。

販売業者がいくつもあり、買い物に選択肢がある。そしてその移動販売は販売者と消費者の互いの思いやりによって支えられている。この連鎖が小国町の山間部での生活を支えている。

地元密着型の強み

コバレントマテリアルはエコー以外に診療所を営んでいる。小国町には小国町立病院という病院があるが、眼科と耳鼻科はエコーの診療所にしかない。コバレントマテリアルは小国町に強く根ざした企業で、多くの雇用も生み、欠かせない存在となっている。そのブランド力が移動販売となっても活かされているのではないかと。馴染みのある地元企業が移動販売に来てくれることは安心感も大きい。

小国町のように移動販売がビジネスとして成り立ち、競争が起こっている場合、単にサービスを提供するだけでは今後の存続が難しいのではないかと。現在エコーの移動販売は1人の販売員の働きによって利益が出ている部分が否めない。消費者の減少や販売競争など、近い将来小国町の山間部の状況は変化する。固定店舗があることで、比較的安定した利益を生むことができ、仕入れや返却も簡単にできる。将来、固定店舗の強みを活かし、いかに地域の変化に対応した移動販売を行えるかが課題となるだろう。