

買い物弱者こそお客さま



広島工業大学名誉教授 中山勝矢



(写真1) 食材を各戸に配達している配送車の例
(これは生協を母体とするpal-systemで、毎週予め注文を受け、週1回決まった日に配達をしている)



(写真2) (株)モルツウェル 野津積社長
(株)モルツウェル提供

子どものころ毎朝、勝手口で「信濃屋で一す。何かご用は…？」と叫ぶ元気な声を聞きました。つまりはご用聞き。母は「お醤油1本お願い」などと応えていたものです。

戦争で人手やモノが減るにつれ、ご用聞きも配達も廃れました。電話が珍しく車もないころです。各人が店に出向き、求めたものを両手に下げて帰ってくるようになりました。

時代が変わって最近では、大規模なスーパーマーケットに押されて古くからある商店街は寂れる一方。目につくようになったのが宅配の小型トラックやバイクです。(写真1)

● 買い物弱者

実際に東京で団地に住んでみると、車も自転車もない一人住いの老人が多いのに驚きます。健康のためとはいえ、杖や歩行器を使い30分も歩く買い物は楽ではありません。

食材や弁当の宅配利用者が急速に増えた理由はこれです。驚いたことに近くのスーパーでは、客の要望に応じて、買った荷物を自宅まで有料で運ぶサービスも始まりました。

押し寄せる高齢化と過疎化とともに、地域の公共交通網は崩壊、馴染みの店は消えていきます。その結果、日常の買い物さえ困難な「買い物弱者」が残されることとなります。

農林水産省の調べでは、自宅から500m以内に生鮮食料品を扱う店がなく、自転車にも乗れない人が全国でなんと910万人。島根県の場合では6.5万人に達するとあります。

平成26年度の第22回中国地域ニュービジネス大賞にモルツウェル(株)が応募してきました。事業は高齢者施設向けの食材販売、在宅高齢者弁当配達に、^{つもる}買い物弱者支援とあります。

この三つ目は何なのか。是非とも直接、社長の野津積さんにお考えを伺おうと、審査を担当する方々と一緒に、松江市黒田町のオフィスをお訪ねしました。(写真2)

平成8年に全国ほっかほっか亭のFCとして開業。翌年には宅配システムを導入。FCの中でナンバーワンになったとあります。店舗数も平成24年までに7軒になりました。

さらにその後、高齢者施設向けに真空調理や真空パックの試みに成功し、扱いの品数は500アイテム一日6000食を超え、配送先は600世帯。その開拓者精神には敬服します。

話は尽きません。でも社長は、苦勞よりは未来を語るのですから聞いていて面白い。その中で、買い物弱者へ情報伝達人の必要性に触れられたのです。目を見張る思いでした。

● 町のお店の情報伝達人

平成23年春、着想実現に向け、松江市市民部、NPO法人まちづくりネットワーク島根プロジェクト、NPO法人プロジェクトゆうあい、(株)みしまや、(株)メディアスコープなどと協議を開始。

その結果「ごようきき 三河屋プロジェクト協議会」を立ち上げます。買い物支援の対象として松江市雑賀地区2600世帯、100事業所にヒアリングを開始します。(写真3)

そして翌24年4月には、地元スーパーの商品を中心にこの地区で本格的な事業を開始。食材に限らず、トイレトーパー、お線香、石鹸、クリーム、文具類など幅があります。

さらに布団・カーペットのクリーニング、町のパン屋の焼きたて商品の販売とお届けまで、提携商店の取り扱う品ならずすべてというわけです。なお1回の配達料は324円です。

このビジネスモデルでは提携商店の扱い商品をベースにカタログを作り、値段よりも運ぶことに意義を見出しているのです。見慣れた商品なので消費者は安心できます。(写真4)

野津社長さんはこのモデルを「毛管血流物流」と呼んでいます。単に卸から小売、消費者への一方通行ではなく、客の求めが情報として生きている点が重要だと強調します。

世には似たビジネスがあります。しかし主要な取扱品は惣菜と食材に偏っています。その点では未来性としてニュービジネス大賞の奨励賞が与えられました。なお、これらの事業全体を支える職員は、平成25年末で75人でした。

HP <http://www.morzwell.co.jp/>



(写真3)ご用聞きと配達に笑顔で応じる客と職員
(株)モルツウェル提供)



(写真4)地区の客に配られるカタログの例
(株)モルツウェルの資料から作成、左上にお線香、中央に洗剤等日用品、右側は焼きたてのパン)