

くつどい、にぎわい、つながる

移動販売が、地域のコミュニティの場に！

全国的な傾向として、郊外型の大型商業施設が増加し、昔ながらの商店街がなくなりつつあります。この状況は、車の運転をしないう高齢者にとって「近くで買い物できる場所がない」という深刻な問題を生み出しています。その支援策として盛岡市では、1月から3月までの2カ月間、2つの地区をモデルに「買い物利便性向上事業」をスタートさせました。

まずは、小さな仕掛けでスタート！

「おはようございます」。「今日は、何があるの」。「寒さが続く2月の午前中、盛岡市前九年3丁目にある厨川老人福祉センター駐車場で、ミニ移動販売「青空さかなっこ市」が開かれました。鮮魚類をはじめ、野菜や日々の食料品がずらり並んだ店先に、一人また一人とお客さんがやってきます。買い物客の中心は車を持たない高齢者の皆さん。「一番近

いスーパーでも、30分は歩く。今年は雪も多くて歩きにくいから、ちょっとした買い物にとても助かっている」と、皆、口を揃えて話します。

これは、市が盛岡市商店街連合会に委託し、1月から3月までの実証実験を行う「買い物利便性向上事業」の取り組みの様子。地元の鮮魚店の協力を得て、毎週火曜日と木曜日の午前中、前九年と厨川の2カ所を巡回して開催します。いずれの地区も、店を開くのは30分程度ですが、町内会を通じたチラシ配布や口コミによって徐々に情報が広まり、5回目となったこの日は、まだ商品が並ばぬうちから買い物客がやってきました。

きっかけは、高齢者の声から。

同事業のきっかけとなったの

は、他ならぬ住民の声。一昨年の市長と住民の懇談会で、高齢者が買い物に不便を感じているとの声が多くあがったことから、市内の町内会数カ所でアンケートを取り、具体的に何が困っているのかを調査しました。それをもとに、この事業がはじまったのです。

「買い物サービスのシステムとして、空き店舗の活用や食材を宅配するパターンもあります。その運営には多額の経費がかかります。この事業の目的は、高齢者の皆さんの買い物支援をするため、継続的ビジネスモデルをつくりあげること。今事業の移動販売は、経費もさほどかからず、業者側も効率的に売上をあげることができる。さらに、『自分で商品を見て選べる』ので顧客の満足度も高いようです」と話すのは、市商工課



お客さんが待つ場所へと出向いて店を開く移動販売は、昔ながらの行商を思い起こし、どこか懐かしさを感じます。



の時館公親さんです。

前九年地区に来ていた買い物客の一人は、市街中心部の百貨店までバスで買い物に出かけることも多いそうですが、生活全般の品をまとめ買っていると半日ばかりなのだとか。「近所には小売店がないので、春先以降も来てもらえたら…」との声には、移動販売継続への強い期待



「ありがとね。足元に気をつけて帰って」。こんな店先での一言も嬉しい。

が感じられます。

前九年地区の販売場所は、厨川児童老人福祉センターの駐車場を利用。実のところ、春以降は公園利用が増えるので、継続的な利用が難しい面もあります。センターの館長・佐藤一昭さんは、同事業スタートに向け、町内会と行政のパイプとなつて動いた一人であり、同町内が抱える問題についてこう話します。

「年々、近隣の小売店は店を閉め、買い物に不便を感じる住民が増えています。1、2年前にセンターで町内総会を開いた際、住民からも、それに対する不安の声がたくさん出ました。この近所で産直市を開けないか、町内会で店を運営できないかなど、様々な要望が出たのですが、実現性に乏しいこともあり話は



「鮮魚類など、干物一枚から買える気軽さもいい」と買い物客。

そのままになっていたんです。そんな時、市や会議所から移動販売の話を持ちかけられたので、タイミングが良かった」。

今後の継続には、場所の確保が課題ですが、「住民の強い思いがあれば、きつと方法は見つかるはず。公園内の東屋を利用する等、まずはやってみることに。また、継続していくためには、民間に移行した場合も、町内会やセンター、そして行政と一緒に関わって整備していくことが大切では」と佐藤さんは言葉を続けました。

継続のために 住民ができることを！

2カ所目の移動販売は、厨川3丁目にある空き店舗駐車場を利用。チラシ配りの窓口となつたのが、厨川3丁目第一自治会長・上野政晴さんです。同自治会の世帯数は30軒ほど。上野さんは、少しでも多くの利用者が訪れるよう、近隣の自治会にもチラシ配布を依頼し、地道な声かけをしています。

「この周辺は高齢者世帯が多く、何十分もスーパーまで歩くのは大変。『青空さかなっこ市』は、鮮魚類に加え、豆腐や納豆、野菜類など、品揃えに工夫をしてもらっています。できれば3月以降も続けてほしいです

が、そのために、私たちも利用者を増やす努力をしていかなくでは」と上野さん。

2つのモデル地区共に、住民の要望が一つの形になった今、課題は「買い物不便をどうにかしたい」から、「移動販売を続けるためにどうするか」と、より具体的になっています。事業の立ち上げは行政ですが、住民サイドがいかにかこの事業運営に参加していくか、それが継続への大きな鍵といえます。

来年度以降は 他地区で展開を！

一方で、盛岡市商店街連合会の事務局である、会議所の産業振興グループ・花井おさむリーダーも、この実証実験に確かな手ごたえを感じています。

「今回の事業をやってみて、予想以上に継続を願う声は多い。課題もありますが、うまくベースをつくれれば他地域にエリアを広げられそうです。ただし、その地域でうまく軌道に乗り継続できるかは、買い物に不便を感じる高齢者が増えている現状を、地域全体の問題と捉え、自主的に改善に向けて取り組めるかどうかのポイントとなるはず」と花井リーダー。

既存の鮮魚店に委託する移動販売は、実際に試してみると運



右から盛岡市商工課商業係長・時館公親さんと、会議所の産業振興グループ・花井おさむリーダー。

営経費も少なく、通常営業と平行して効率良く売上をあげられます。加えて、高齢者の皆さんの感謝の声は、売る側にとっても商売を越えた大きなやりがいになっていくそうです。今回の実験でビジネスモデルを作り上げ、鮮魚店ばかりでなく、八百屋さんにも参加していただくなど、来期への前向きな展開も検討したいとのこと。

この取り組みは、大型店舗が増えたことで浮き彫りになった高齢者の買い物支援としてはじまったものですが、主婦層や会社員にとっても移動販売は便利で楽しみな買い物システム。地域の住民や商業者、そして行政が力を合わせて取り組むことで、それぞれの地域に合った移動販売のしくみを創りあげていけるのではないのでしょうか。