

広がる移動販売のニーズ

～ 人と人とのつながりが販路拡大の鍵 ～

経済産業省の推定では、高齢などのため日常の買い物に苦労する人は全国に600万人います。「買い物弱者」にとって、カタログから注文できて、戸配してくれるサービスはありがたいもの。しかし、店員さんや近所の人とのおしゃべりが買い物のちょっとした楽しみでもありますね。



そんなニーズに応えるべく、生協では移動販売を拡大することにしました。

コープさっぽろは、道内32市町村で移動販売専用の2トン車37台を稼働しています。店舗から遠い地域を中心に2013年度末までに計100台体制に増やし、2014年度に売上高を2012年の売上高の3倍近い20億円に伸ばす計画です。専用車一台当たり一日の平均売上高は8万5千円前後で、損益分岐点(8万円弱)を超えています。生鮮品を中心に1000品目を積み、担当者には定年を迎えた60歳以上の元店長らを再雇用し、人件費を抑えつつ収益を確保します。



セブンイレブンやファミリーマートでも移動販売は実施していますが、生協は各エリアの組合員をそのエリアの「お世話係」として、移動販売の車の到着を知らせたり、品ぞろえの要望を聞き取ったりと、「人と人とのつながり」を大切にされた販売促進を行っています。そ



うした要望の中から、お盆の時期にはお寿司を販売する、利用者の要望が強い介護食用セットを取り扱う、などといったニーズにきめ細かく応じて、生協らしさを追求しているのです。

日本生活協同組合連合会は車両の一括発注や成功例を共有する交流会を開催し、各地域の生協の取り組みを支援しています。