

2021年9月30日

各 位

きめ細かなサービスでエリアを拡大する移動スーパー

～人口減少・高齢化社会に対応する課題解決型ビジネス～

株式会社いよぎん地域経済研究センター（略称IRC、社長 重松 栄治）では、このたび標記の調査結果を取りまとめましたので、その概要をお知らせします。

なお、詳細は2021年10月1日発行の「IRC Monthly」2021年10月号に掲載予定です。

記

【調査概要】

- ・ 人口減少と高齢化が進むことで、日本の社会構造は大きく変化しつつある。移動スーパー事業は、こうした地域社会に着目した課題解決型ビジネスであり、収益を確保しつつ巡回エリアを拡大している事業者が少なくない。
- ・ 商品を購入する消費者の視点で、移動スーパーを他業態と比較すると、店員とのやりとりを楽しんだり、商品を手にとって確認できるメリットがある。
- ・ 移動スーパー利用者の8割程度は後期高齢者で、うち、運転免許を返納するなど実店舗での買い物が困難な人が半数以上を占める。警察庁の統計では、県内の運転免許証の自主返納数（20年は7,147件）は年々増加しており、移動スーパー事業にはまだ拡大の余地がある。
- ・ 移動スーパーが成功を収めている要因としては、足で稼ぐ地道な需要調査や、販売員の地域貢献意欲、きめ細かなサービスが社会課題の解決につながっていることが挙げられる。
- ・ 移動スーパーを利用する高齢者の声では、「タクシーで店舗に行くと往復5,000円かかるので、移動スーパーが来てくれて助かっている」、「家の電球が切れたので、販売員の方に相談して換えてもらった。離れて暮らす家族には頼みづらいのでありがたい。」などがある。

以 上

【本件に関するお問い合わせ】 株式会社いよぎん地域経済研究センター（担当：西田） TEL (089) 931-9705

はじめに

人口減少と高齢化が進むことで、日本の社会構造は大きく変化しつつある。移動スーパー事業は、こうした地域社会に着目した課題解決型ビジネスであり、収益を確保しつつ巡回エリアを拡大している事業者が少なくない。

1. 食料品小売業店舗数の将来推計

将来の食料品小売業店舗数は、1店舗当たりの売上額は不変と仮定すると、人口と同割合程度の減少が見込まれる。

2040年の店舗数はすべての圏域で減少するが、特に「宇和島圏」（15年比▲43.1%）や「八幡浜・大洲圏」（同▲40.0%）で、大幅な減少が見込まれる。店舗数の減少と高齢化により、店舗へのアクセスが困難になる人々が増え、商品を顧客の元へ届ける配達ニーズも増していくとみられる。

2. 移動スーパー事業の現状

（1）他業態との比較

商品を購入する消費者の視点で、移動スーパーを他業態と比較すると、店員とのやりとりを楽しんだり、商品を手にとって確認できるメリットがある（図表-1）。詳細は後述するが、特に後期高齢者の支持を集めているようだ。

図表-1 各業態における消費者のメリット・デメリット

	移動距離の少なさ	価格	商品の種類数	商品実物の確認	店員とのコミュニケーション	近隣住民とのコミュニケーション
スーパー（実店舗）	○～×	◎	◎	◎	△	△
ネットスーパー	◎	○	○	×	×	×
生協など宅配サービス	◎	○	○	×	△	◎
移動スーパー	◎ ^(注1)	○	× ^(注2)	◎	◎	◎

注1：販売エリア内に限る 注2：事前の電話で個別注文は可能
資料：事業者ヒアリングなどをもとにIRC作成

（2）取り扱い商品

移動スーパーは、実店舗にある食料品など400品ほどを積み込んで運搬・販売する。野菜や果物、肉、魚といった生鮮食品をはじめ、総菜やアイスクリームなども取り扱っている。とりわけ、総菜

やバナナ、ミニトマトといったすぐに食べることができる商品がよく売れるそうだ。

（3）事業拡大の背景

移動スーパー事業にはまだ拡大の余地があり、その背景には実店舗数の減少と顧客層の拡大がある。

移動スーパー利用者の8割程度は後期高齢者で、うち、運転免許を返納するなど実店舗での買い物が困難な人が半数以上を占める。警察庁の統計では、県内の運転免許証の自主返納数（20年は7,147件）¹は年々増加しており、移動スーパーの潜在顧客も増えている。事業者の話でも、今後5～10年は団塊の世代（現在72歳～75歳）が80歳代となるため、新規顧客の増加が見込めるとの声があった。

3. 移動スーパー事業が成功を収めている要因

移動スーパーが成功を収めている要因として考えられるのは、以下の3点である（図表-2）。

図表-2 移動スーパーが成功を収めている要因



（1）足で稼ぐ地道な需要調査

高齢者層を対象に新規顧客の開拓をするには、SNSでの広告やチラシのポスティングはほとんど効果はない。そこで高齢者が住んでような家を1軒ずつ訪れてニーズを聞き取る地道な活動で、巡回エリアを広げている。

（2）販売員の地域貢献意欲

移動スーパーは、販売員の地域貢献意欲に支えられている。販売員は、巡回場所に足を運ぶ人の

¹ 2015年比で75.5%増加している

顔を思い浮かべながら、喜んでもらえそうなものや、そろそろ必要になりそうな商品をしっかり考えて積み込むようだ。こうした販売員の日々の積み重ねが、購入点数の増加やリピート率の向上など事業拡大に大きく貢献している。

(3) きめ細かなサービスで社会課題の解決に

移動スーパーの最大の強みは、サービスの質の高さにある。住民が集まりやすい集会所や駐車場のほか、個人宅にも立ち寄る。さらに利用者は、事前に電話をすることで希望の商品（実店舗の取り扱い商品）を持ってきてもらうことができる。

移動スーパーの販売場所では、利用者が集い「久しぶりじゃね」、「元気だった」といった交流が生まれる。販売員も近況報告をしあったり、購入品を利用者の家まで運んだり、時には家事を少し手伝ったりもする。温かみのあるやりとりを楽しみにトラックに立ち寄る人も多い。

こうしたきめ細かいサービスによって、移動スーパーは生活インフラとしてだけでなく、高齢者の見守り、地域コミュニティ活性化など、地域の社会課題の解決につながっている。

おわりに

かつて、移動販売は郊外や中山間地域を中心に多く見られた販売形態だったが、その後のスーパーやコンビニの出店増加に伴い大幅に減っていた。

現在、再び移動スーパーが、収益確保と社会課題の解決に向けた取り組みを両立させたビジネスとして巡回エリアを拡大している。

今後も人口減少・高齢化社会における新たな消費者のニーズを捉えた課題解決型ビジネスの創出に期待したい。

(西田 賢治)

～移動スーパーを利用する高齢者の声～

- ・ タクシーで店舗に行くと往復5,000円かかるので、移動スーパーが来てくれて助かっている
- ・ 足腰が弱いので、購入した商品を販売員の方に玄関まで運んでもらっている。
- ・ 事前に希望の商品を注文できるので便利だ。トイレットペーパーや下着、布団を家まで届けてくれた
- ・ 魚島にもチャーター船で移動スーパーが来てくれる。井戸端会議をしながら到着を楽しみに待っている
- ・ 家の電球が切れたので、販売員の方に相談して換えてもらった。離れて暮らす家族には頼みづらいのでありがたい