

高齢社会に対応した御用聞き宅配サービス 「わんまいる」の取組み

～美味しさ、健康、地産地消にこだわった商品を全国へ宅配～

堀 田 茂

御用聞きは売り込まない 聴くこと！

小生、幼い頃に両親が離婚し、母方の祖父、祖母から大変甘やかされて育てられたせいもあり、人懐っこい性格で、周りの者を笑わせたりする事が大好きで、お節介で人情に厚く、中学生時代は生徒会長を務めておりました。当時PTAの役員は、町の酒屋さん、米屋さんの経営者の方が多く、中学3年生の時に酒屋さんの経営者から相談されアルバイトに行きました。そして高校3年間酒屋でアルバイトを行い、持ち前の明るさと人懐っこい性格が受け、得意先のお客様にも大評判で、酒屋の店主さんからも君なら直ぐに独立できるからと就職を勧められました。同級生にも酒屋さんや米屋さんのご子息もいて、二人とも金持ちそうだったので、酒屋になれば金持ちになれる、大きな家に住める、そんな単純な考えにプラスして晩酌をされる御家庭は一家団欒でむつまじく思え、両親や兄弟が居ない僕にとっては、凄くあこがれでした。

そんな一家団欒の楽しい夕食に欠かせないお酒や食品の取り扱いはとてもやりがいのある仕事に感じましたが、当時の酒屋と言え、ご自宅を一軒一軒、週に一度決まった曜日決まった時間帯に訪問して切れたものが無いかと御用聞きに回る仕事でした。例え取り扱いのないものでも一緒に買って届けるのが当たり前な時代（下町の長屋では物々交換が当たり前な時代で助け合い、お互い様の精神

の地域コミュニティが存在し、冷蔵庫は電圧が低く近所に氷屋さんが多く存在していた時代）に、そのような御用聞きを効率よく行うために世帯数や得意先件数、交通状況や道路事情を考慮してルートを設定して独自の御用聞きシステムを完成させていき、午前・お昼・夕方・夜便と一日4便を設定し、1時間に5件を上限に一軒当たり約5分間の御用聞きを行うことにしました。

御用聞きのポイントとしては、売り込まないこと、聴くこと、早起きは三文の徳などがありますが、聴くことは十文の徳と昔の商売の諺にもあります。聴くという字は、耳と徳の二つから成り立っており、聞けば徳をするという意味で、同じ聴くの中でも耳だけで聴かずに相手の様子、顔つき、顔色、雰囲気など全体を見て聴くことが大切だと酒屋仲間の先輩達から教えられました。

室町時代から商習慣として行われてきた御用聞きですが、日本の文化、日本古来独自のマーケティング手法が今や大切になって来たように思います。日本建築には勝手口がありますが、勝手口は門番を通らなくても出入り業者と認められた者は勝手に行き来できる事から勝手口と名付けられ、ご用達として認められた商家の者だけが通うことが許されました。酒屋、米屋、魚屋、八百屋、・・・台所を預かる重要な任務です。もし紛い物でもお届けしようものなら、打ち首獄門に処罰されます。いつもの商品を切らさないように、そ

ほった しげる：株式会社ファミリーネットワークシステムズ 代表取締役社長（創業者）

して飽きられないように季節の商品をご案内します。奥様は奥の間に居る事から奥様と呼ばれるようになったと聞き及びます。そんな暮らしが江戸中期の頃に一儲けした商家に広がり、明治、大正には警察官や公務員宅、学校の先生、お医者さん宅などに広がり、戦後高度成長の中、忙しく働く町工場や工務店、商店宅へ普及し、一般化していきました。

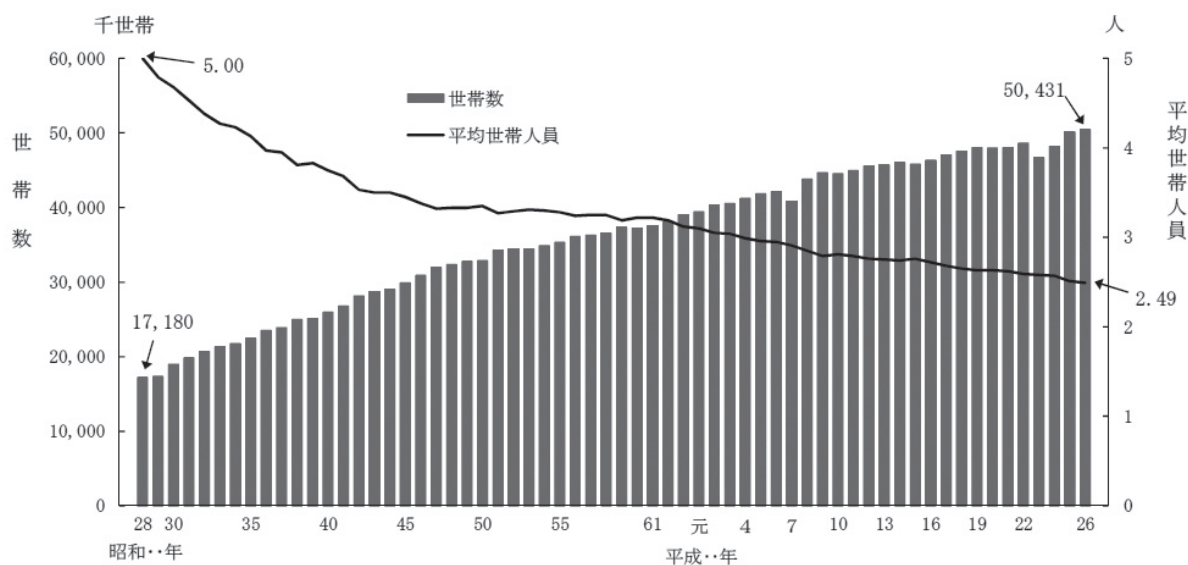
現実味を帯びる高齢社会

しかし、人口増加、特に1980年頃から次第にマイホーム主義がブームになりローンで住宅を購入するようになると、それまで家にいた奥さんもパートで外に勤めに出かけるようになって、奥さんなのに昼間に家にいなくなり、正に御用聞き崩壊の時代となりました。また、一般家庭においては、それまでは毎日仕事がない人も多かった時代から高度成長で仕事がいくらでもある時代へと移り変わり、給与も月給制になって、お金が入った日に入用買いする計り売りから、一ヶ月分をまとめて計画購入するようになり、袋や箱に入れら

れて販売されるようになりました。

当初、精米されたお米が袋に詰められて販売された時は、一斗15kg入りでしたが、1985年頃から10kgに減少、2000年頃から5kgに減少しての販売となりました。瓶ビールも633mlの大瓶主流から350ml缶24本入りが主流になり、そして6缶パック、今日では1本単位での販売が普通となりました。お酒も量り売りから一升瓶、一升パック、720ml瓶、300ml瓶となり、醤油は最近、酸化しない特殊パックに入れて販売されています。このような背景の原因の一つとして核家族化、離婚率増加や未婚比率の増加が挙げられますが、それにより世帯人数が減少し、高齢夫婦の単独世帯、高齢単身世帯が増加して、国の大きな問題にまで発展してきました（図1、2）。

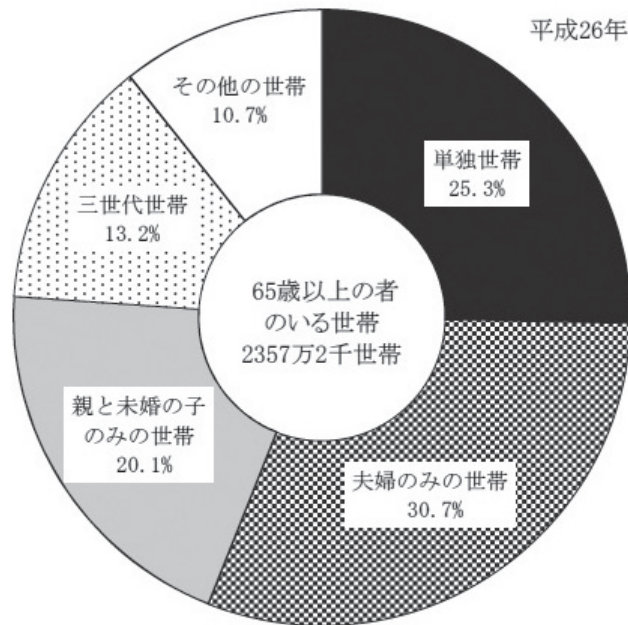
規制緩和による食品スーパー、量販店、365日24時間営業のコンビニチェーンの躍進、食糧管理法の廃止、酒の小売免許自由化などにより町の自営業者による小売店の多くが廃業に追い込まれ、インターネットやスマホの普及で新聞販売店も減少しています。



注：1) 平成7年の数値は、兵庫県を除いたものである。
 2) 平成23年の数値は、岩手県、宮城県及び福島県を除いたものである。
 3) 平成24年の数値は、福島県を除いたものである。

出典：厚生労働省 平成26年 国民生活基礎調査の概況 <http://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/k-tyosa/k-tyosa14/dl/02.pdf>

図1 世帯数と平均世帯人員の年次推移



注：「親と未婚の子のみの世帯」とは、
「夫婦と未婚の子のみの世帯」
及び「ひとり親と未婚の子のみの世帯」をいう。

出典：厚生労働省 平成26年 国民生活基礎調査の概況
<http://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/k-tyosa/k-tyosa14/dl/02.pdf>

図2 65歳以上の者のいる世帯の世帯構造

このような高度成長戦略の大都市部への
 集団就職、マイホーム化、給料の振込み奨
 励、女性の社会進出などが少子高齢化を招き、
 高齢者単身世帯を増加させて地域コミュニ
 ティーがほとんどない大都市に高齢者の買物
 弱者が急激に増加しています。

独自の御用聞きサービスの完成

昭和63年に高層マンションの多い大阪市西
 淀川区でたった9坪の建売住宅を購入して1
 階のガレージを店舗兼事務所と位置づけて宅
 配専門店ホッタを開業し、お米とお酒を新潟
 に仕入れに行ってお客様にご案内しました。
 当時大阪では標準米などのブレンド米を食
 べている方が多く、お酒も灘や伏見の大手メ
 ーカーの日本酒が飲まれている時代です。そ
 こへ新潟こしひかりといったブランド米、新
 潟の銘酒である白瀧酒造の上善如水、菊水
 酒造の菊水五段仕込みなどを提案するとビク

するくらい注文を戴きました。当時、酒屋さ
 んの年商が約4,000万円でしたが、独立して
 3年目で年商1億8千万円を売り上げました。

全国の酒処（＝米処）の蔵元を訪ねました
 が、地域にはその土地ならではの名産品があ
 ります。長野には信州そば、野沢菜、おやき、
 名古屋には味噌煮込みうどん、きしめん、和
 歌山には紀州南高梅梅干など・・・そんな地
 域の名産品も仕入れて、簡易の印刷機のチラ
 シを配布しながら御用聞きに回り、商品を紹
 介しました。

そんな状況の中、業界紙から取材があり、
 たった3坪で1億8千万という記事を見られ
 た酒屋さんから問い合わせがあり、見学を受
 けました。お節介が好きな人柄から、やり方
 を説明して、チラシの原稿を提供し、売れた
 ら商品は取りに来て下さいという方式にしたと
 ころ、自然と共同販促仕入に参加する仲間が
 増えました。また、商売がバツティングしな

でも酒類を購入することができるようになったため、客離れが急速に出ましたが、高齢の方、足腰が悪く買物に不便を感じる方や金銭的余裕のあるシニア層が残りました（図3、4）。



図3 御用聞きイメージ

【北海道産】フロンティアワークスグループが、

宅配で食べながら楽しむ**わんまいる グルメカタログ 811号**

北海道産

本場函館の名産品。柔らかなイカの食感と風味豊かなご飯が絶品。

**常溫
ぜんも
90日**

(全品はイメージです)

北海道産のズルメイカに監製匠が心をこめて醤油ダースの付け焼きを施すから、お昼飯からデザートまで幅広い用途の活用方法があります。歯ごたえのあるズルメイカがたっぷりあって、柔らかいイカと濃厚な醤油ダースが絶品の美味しさです。

**1-1-1 北海道 エビスパック
函館名産 いかれし**
2個 | 152kcal | 100g | 塩分0.6g

**1週間後お届け
590円**

**ふつりとした秋鮭を、西京味噌で風味豊かに焼き上げました。
手作りで丁寧仕上げ。**

**解凍後
賞味期
生鮮冷蔵
5日間以内**

(全品はイメージです)

**1-1-3 大阪 阪部恒
北海道知床産 秋鮭の西京焼き**
70g | 121kcal | 1袋 | 塩分0.4g

398円

【冷凍】**新鮮な秋鮭を、本場の秋鮭漁師が厳選した北海道産の秋鮭を、西京味噌で丁寧に焼きました。**

北海道産

**常溫
120日**

(全品はイメージです)

**1-1-5 北海道 エビスパック
あぶりっち 北海道産サンプラの塩焼き**
1盒(250g) |

**1週間後お届け
378円**

北海道産

北海道産のあまめのかき辛くしょうじろひと炊き込みました！

**常溫
120日**

(全品はイメージです)

**1-1-6 北海道 中水食品
北海道産 北の炭石 茱わめ佃煮**
150g |

**1週間後お届け
380円**

新登場

北海道産のどうもろこしを丸大豆ようちゆを使ったたれで味がけして爽ました！

北海道産

**常溫
120日**

(全品はイメージです)

**1-1-2 北海道 エビスパック
あぶりっち 北海道産どうもろこしの砂糖醤油焼き**
100g |

**1週間後お届け
378円**

北海道物産展でおなじみもちもちの皮の中ら、肉汁がジュワーッと溢れ出します。

北海道産

**解凍後
ゆで
約2時間**

(全品はイメージです)

**1-1-4 北海道 信備
佃煮のじゃが豚 [スープ付]**
4玉(28g×4、スープ1L)
226kcal | 100g | 塩分1.1g

**1週間後お届け
390円**

北海道産のスケソウケラのすり身に玉ねぎをたっぷり混ぜ込んで揚げたサンギキ

(全品はイメージです)

**北海道フロンティアフーズ
シャキシャキ
玉ねぎサンギキ**
15個 |

**1週間後お届け
500円**

DAIWA グルメカタログ 811号

	14	15	16	17	18	19
ページ	14	15	16	17	18	19
注文 開始日	21	22	23	24	25	26
注文 締切日	28	29	30	1	2	3

マンのり

図4 わんまいるのグルメカタログ（例）

チラシなどで広告を実施しても新規でご利用戴けるのは60代、70代がメインになりましたが、紀州完熟南高梅の高級梅干、鳥取砂丘のらっきょう、長野の野沢菜や蕎麦などの地域名産品が高齢者のお客様から凄い人気になりました。そこで、これからは買い物に不便を感じる高齢者の皆様へ自宅に居ながら日本各地域の名産品をお届けしようと思い、冷凍やチルドも取り扱って掲載するために、自社による物流センターを設立し、注文に対して加盟店様には在庫をさせない完全受注、後日納品制度を取り、御用聞き注文書を回収して翌週の御用聞きの際に商品をお届けする仕組みを構築しました（図5）。

電話注文に対応したのではお店側に在庫が必要になります。在庫すると余るか品切れるかの二つです。だから在庫の管理は出来るだけ少ない箇所で行い集中管理する事が重要になります。現在わんまいるは全国に120箇所の営業所がありますが、センターは常温センター1ヶ所と冷凍センター1ヶ所で管理しています。日々コンピューターで自動在庫管理発注システムを使いながらも本部からセン

ターへ週に一度、在庫管理を行っています。だから入れ間違いや破損、欠品も0.003%以下です。平成17年に伊藤忠商事様と業務提携してシステム開発を行い、凄く役に立っています。

冷凍おかずの開発が転機

島根県を初め多くの自治体の協力を得て、地域の名産品を発掘、開発して、カタログで高齢者の皆様にわかりやすく掲載していますが、平成21年に島根和牛で県産品の肉じゃがを開発した所、多くの高齢者のお客様より、こんなお惣菜が欲しかった、出来たら買い置けるように冷凍が欲しいと言われ、早速冷凍のお惣菜の開発に入りました。普通に肉じゃがを鍋で煮込んで冷まして袋に入れて真空パックして冷凍してレンジで解凍して食べたら美味しくなくて食べられたものではありませんでした。色々作ってみましたが全く駄目でした。そんな所に真真空調理を1980年に初めて日本に持ち込んで広げた第一人者である元帝国ホテル料理長の石川先生に出会って顧問契約し、冷凍商品の作り方について幅広く教えて頂きました。

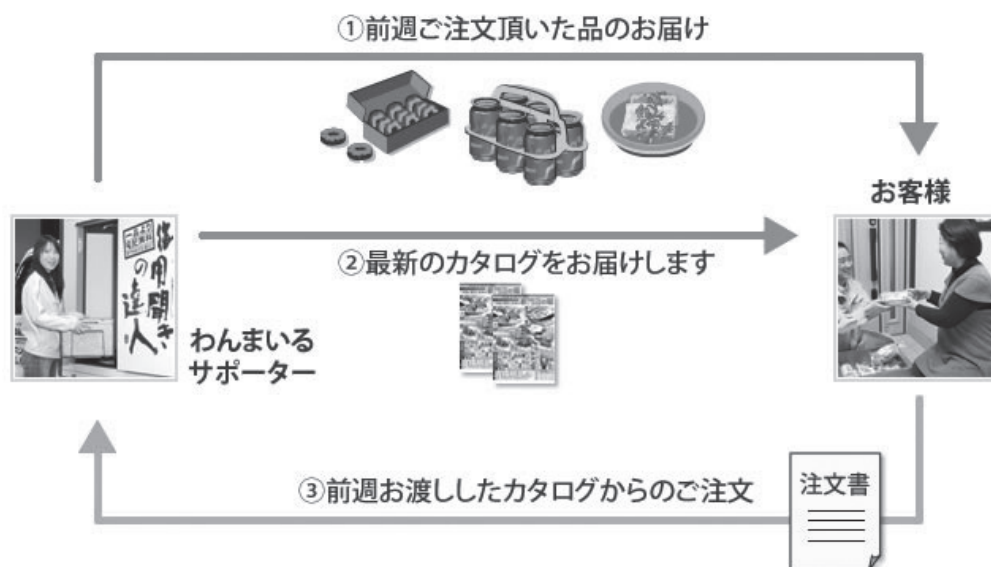


図5 わんまいるの基本スキーム

冷凍する事で、合成保存料は使わなくて長期保存が出来ます。真空圧力で砂糖、塩、醤油の使用が少なくて済み、塩分や糖分の摂取を控えられます。だしもしっかり使えて料理が美味しくなります。冷凍個食パックなので買い置くと欲しい時に便利です。そんな事をお伝えすると、多くのお客様から、年を取ると血圧や血糖値、栄養バランスなどを気にしていると言われたため、管理栄養士を採用して、栄養価の高い旬の食材を使ってバランスを考えた塩分3.5gで400kcal以下のメニューの開発を行い、夕食に週5食間召し上がって頂ければ健康が維持できるように考えた旬の手作りおかずセット健幸ディナーの取り扱いを開始しました（図6）。

弊社から車で20分の距離にある大阪中央卸売り市場 近畿圏水産事業共同組合 専務理事で株式会社三恒の三上社長に協力を頂き、産



図6 旬の手作りおかずセット

地から届く旬の魚を一次加工などしてもらっています。野菜は国産100%にこだわって、大阪泉州地域の若手こだわり農家4H倶楽部と計画栽培に取り組んだり、京都の農場で採れた京野菜など産地や農家との提携を増やしています。肉も大阪市西成区の株式会社松商さんに協力を戴いて北海道の十勝牛や群馬県の上州牛など産地を限定した取り組みを行っています。

このようにわんまいるでは、地元の食材を地元の業者に委託して作り、地元で流通され消費する地産地消を推進しております。そしてカタログやWEBサイトにも掲載して全国へ広く紹介しています。

推定700万人以上と言われる買物弱者、この方たちの暮らしを支えるためには地元で自営業を営む方達が連携して取り組んで戴き、介護業界の方達や行政とも連携して官民一体となった活動が必要ではないかと思っています。

今後は『ニッポンの故郷（ふるさと）おかず』を全国の道の駅へ働き掛けて発掘、開発をして昔からその地域に伝えられているおかずの保存、普及活動に努め、更にはその地域の食材をその地域で加工する6次産業化を推進させて地域雇用の振興に務めていく所存です。日本国内のみならず海外への輸出も行う計画です。