

買い物難民を救え!

移動スーパー

とくしま

T O K U S H I M A R U



825万人の 買い物難民

[2018年 農水省調査]

原因

- 地元店の撤退
- 高齢者の単身世帯化
- 公共交通の経営合理化
- 免許の返上

現状の 対策

- ネットスーパー
- お弁当の宅配
- 生協などの宅配
- コミュニティバス
- 家族の送迎







3つの事業目的

1 命を守る

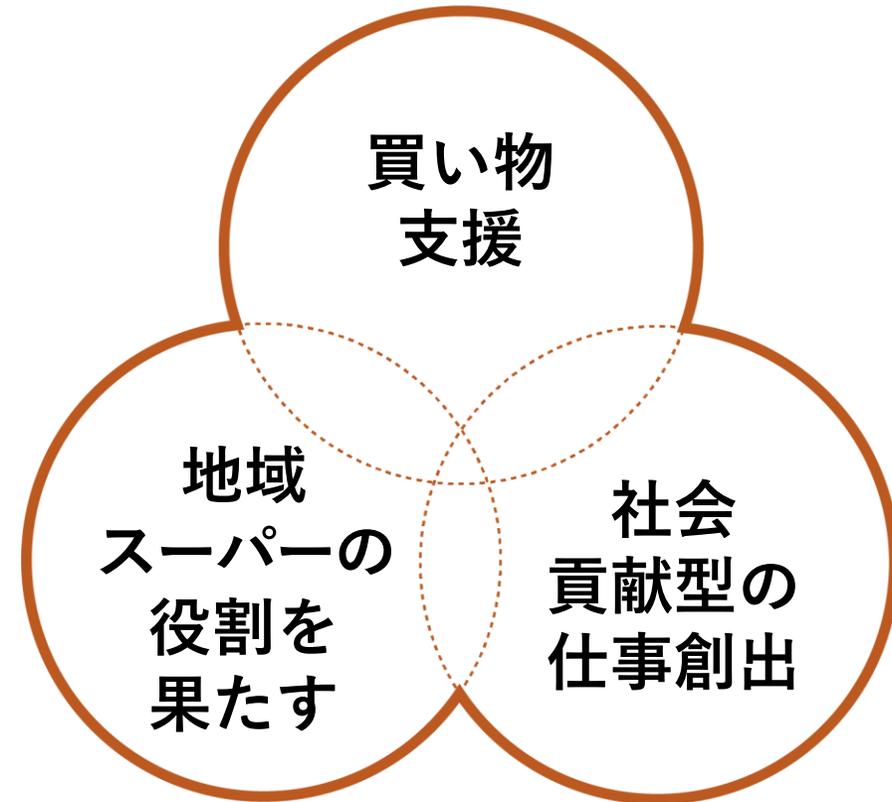
(買い物難民の支援 + 見守り役)

2 食を守る

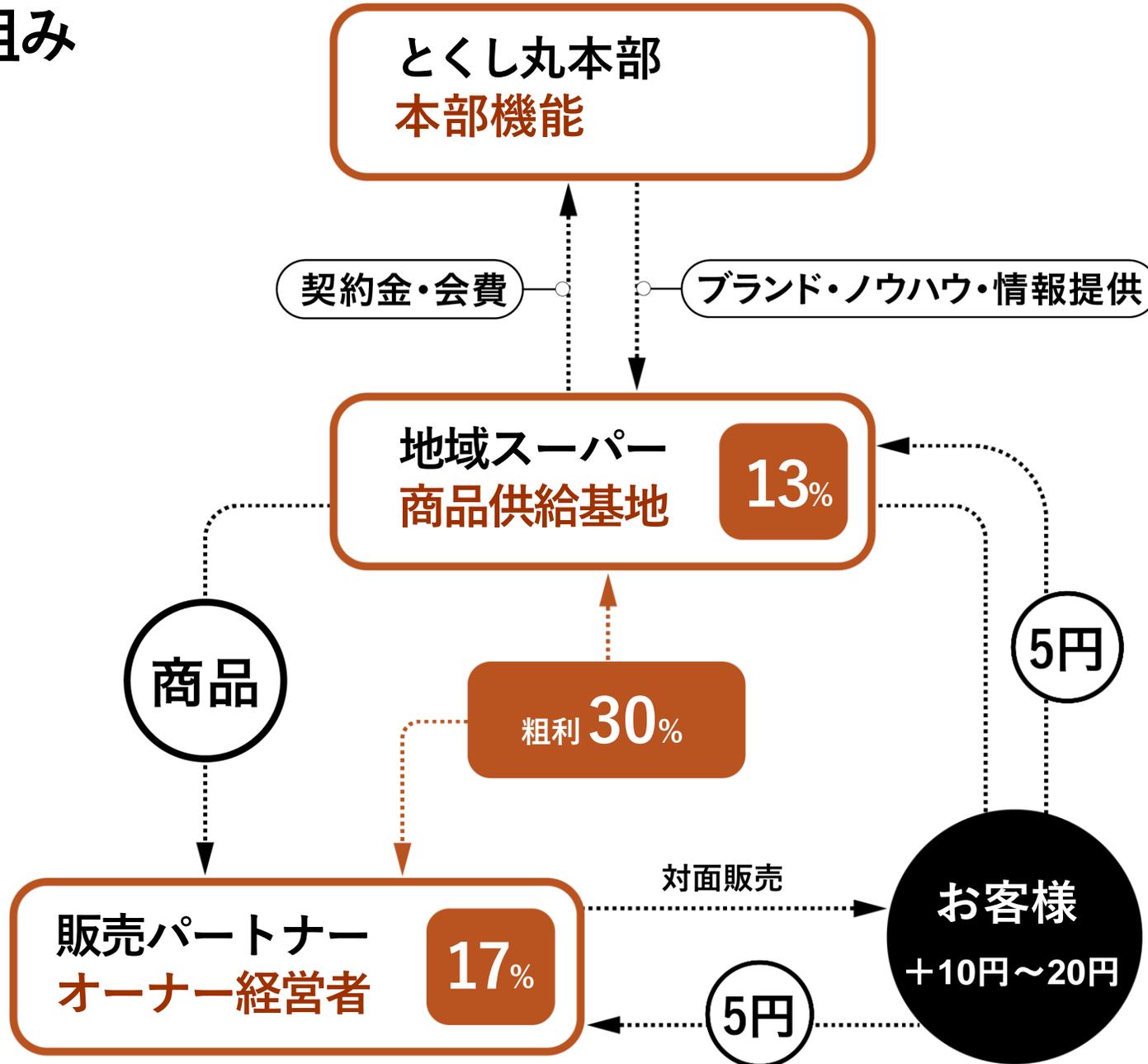
(地域スーパーとしての役割を果たす)

3 職を創る

(社会貢献型の仕事創出)



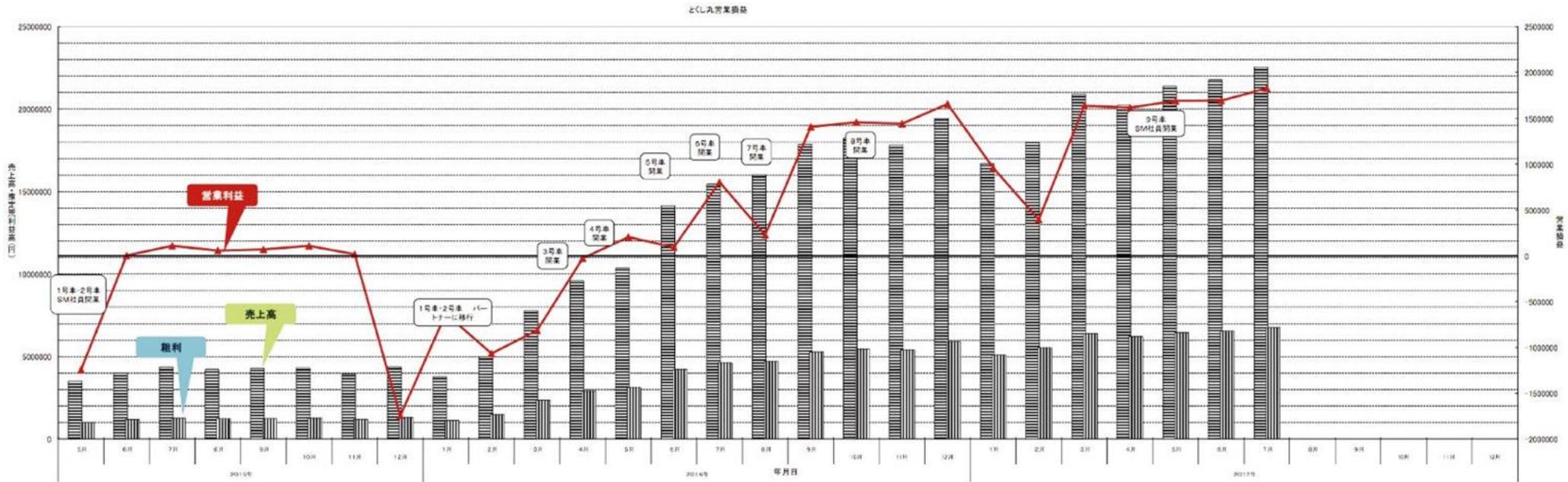
事業の仕組み



三者の役割分担

	メリット	責任
地域 スーパー	<ul style="list-style-type: none">● 待ちの商売から攻めの営業へ● 低いイニシャルコスト	<ul style="list-style-type: none">● 返品ロスの受入れ
販売 パートナー	<ul style="list-style-type: none">● 低予算で個人事業を開業● 「ありがとう」と言われる ストレスの少ない仕事	<ul style="list-style-type: none">● 営業車の購入● 商品管理リスク
とくし丸 本部	<ul style="list-style-type: none">● 新しいビジネスモデルの創出● 独自ブランド作り● 全国展開への可能性	<ul style="list-style-type: none">● 軌道に乗るまでの費用負担● ノウハウの構築

スーパーの収支事例



特徴

究極のセレクトショップ！

街の
毛細血管

見守り隊、
でもありません。

全てのお客さんに対面販売！
だからおススメや試食も自然に。

地域連合を創るためのキーワード・・・

とくし丸



売りすぎない、捨てさせない。

個人商店と
共存したい

おばあちゃん
の
コンセルジュ！



とくし丸は究極の セレクトショップ!

今のスーパーマーケットに対する、
高齢者の方々の声

広すぎて、
目的の商品を
見つけるのに
苦労する

必要な商品を
買い揃えると、
歩き疲れる (-_-;)

とくし丸なら… 軽トラックのコンパクトな荷台に**約400品目1000点**。
スタッフがお薦めしたい商品ばかりを選びすぐり。
おばあちゃんたちの究極の「セレクトショップ」です!

おばあちゃんのコンセルジュ!

食品販売だから週に2回、3日に1度
直接顔を会わせ会話する。

「とくし丸」の販売スタッフとは、
親戚よりも頻繁な濃い〜い関係です。

かたい信頼関係  食品以外の商品、あるいはサービスの
提供を可能に。

高齢者の「要望」に何でも応える「コンセルジュ」を目指して!



来てもらわな
困るわ…

売りすぎない、捨てさせない。

- 売上げは大切ですが、決して「**売りすぎる**」ことはしない。
- 食べきれなくて、消費期限を切らせて「**捨ててしまう**」ことは絶対にさせないように。
- 場合によっては「**売り止め**」すらする。



さらなる信頼関係へ



結果として、周辺商品の売上げアップとなる。

見守り隊、でもあります。

徳島では、すでに徳島県と「見守り協定」を締結し、
社会福祉協議会、地域包括センター、ケアマネージャー、
民生委員等との連携を図っています。

具合が
悪い場合は
通報

我々は、週に2回、直接顔を合わせ会話するという、
濃密な関係で、しかも対象者は、まさに「見守り」が
必要と思われる高齢者がほとんどを占めます。
だからこそ、その地域ではとても重要な
「見守り役」としての役目を果たすことができるのです。

時には
救急車を
呼ぶことも

街の毛細血管のような。

コンビニでは
ちょっとなあ…

徒歩圏マーケット = 半径300m圏内で生鮮3品が
買い物できる人は今やラッキー!

ミニマムな軽トラック = 路地裏の細い道にも入り込み
「玄関先で開店」。



「街の毛細血管」となることで、
「コンビニよりコンビニエンス」を目指します!

個人商店と共存したい。

- 町中に存在する個人商店の「半径300m」には立ち入らない。
- その地域を支えてきたお店に1日でも長く営業を続けてもらいたい。



「徒歩圏マーケット」といわれる、その商圏内には入らず、
共存を目指す。

全てのお客さんに対面販売！ だからおススメや試食も自然に。

「とくし丸」の販売は、全てのお客さんと顔を合わせ、
コミュニケーションをする「対面販売」です。

なので、試食や試飲だって自然な流れの中で行い、
「提案型販売」ができます。

さらに、この「関係性」を活用すれば、様々なメーカーの
「サンプリング調査」も難なくこなすことができます。

提案型販売

サンプリング調査

コミュニティの再生

高齢者のマーケティングリサーチが可能。



若い人のマーケティング手法は、ネット、電話、街頭インタビュー等、いろいろありますが、**80歳前後の高齢者に直接アクセスできるチャンネルは、ほぼ存在しません。**

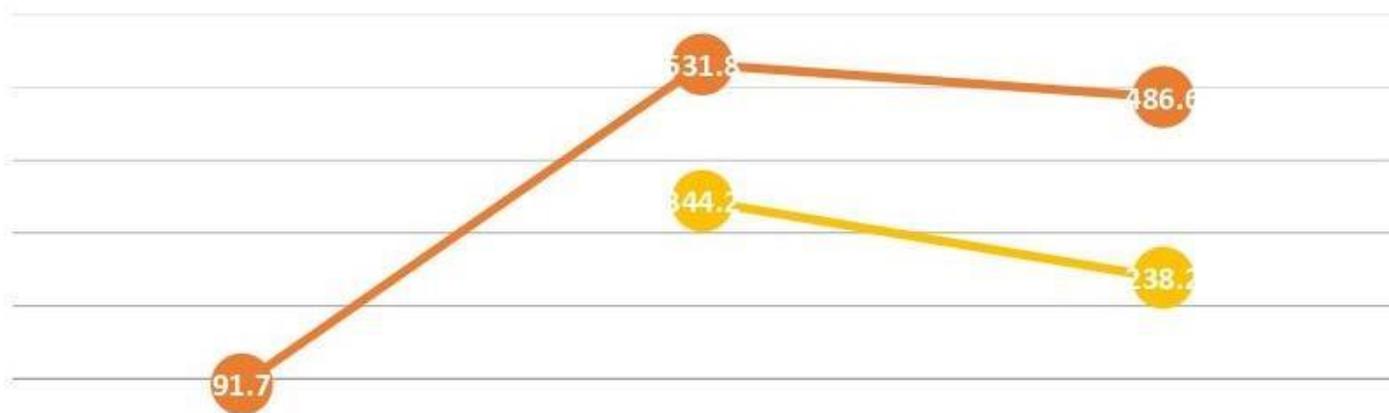
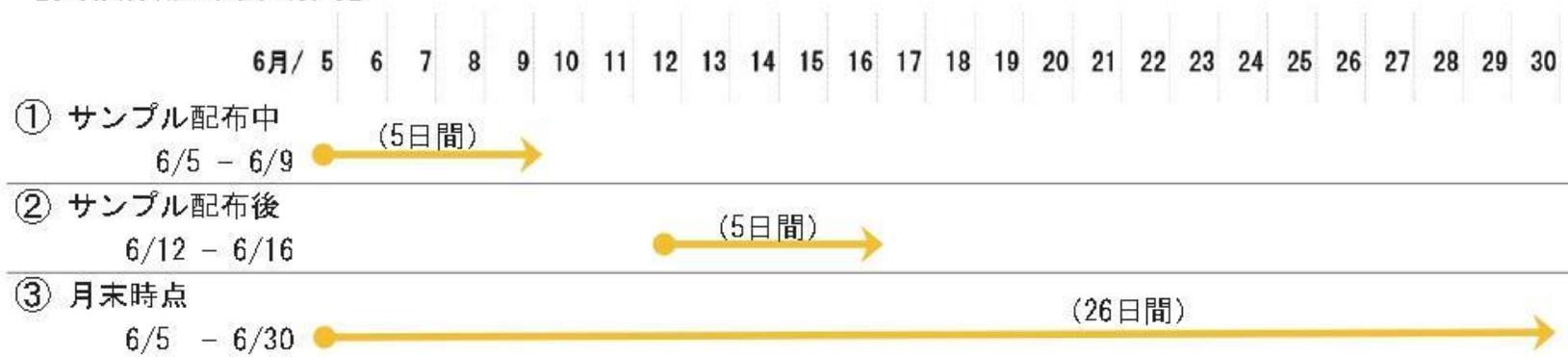
とくし丸は、そんな高齢者に直接対面し、話をし、ナマの声を集めることが可能です。

森永乳業ヨーグルト・パルテノのサンプリング調査では、**5,000枚近い手書きのアンケートを集めることができました。**



サンプリング調査

【実績数値集計期間】



	6/5-	6/12-	6/17-
とくし丸	■	■	■
店頭		■	■

● ドライバーの声

- ・ 60♀ 調子よい。続けて飲んでみる。
- ・ 80♀ 3本では分からないが、続けて飲んでみると購入。
- ・ 80♀ 味は飲みやすかったが、108円を続けるのは、、、考え中。
- ・ 80♀ 味が飲みにくいので続けられないが、出た。
- ・ 90♂ 全く出ない。
- ・ 60♀ 毎日出た!!今後の購入を考える。
- ・ 30♀ 私は全く変わらなかったが、70代の母は出たとのこと。
- ・ 80♀ 全く出なかった。
- ・ 80♀ 出た!!飲みやすかった→購入
- ・ 70♀ びくともしなかったが、飲みやすい味だった。
- ・ 80♀ 爽快!!スコーンと出た!!続けて飲みたい!!
- ・ 20♀ すぐにおなかがゴロゴロと動き出し、出た!!
- ・ 80♀ 調子が良い。続けたい。
- ・ 70♀ スッキリ出た!!味も飲みやすい!!
まとめ買いして飲み続ける→購入
- ・ 70♀ 飲んで1日目に出た!そこからまたストップ。
だが続けてみたい、と購入。
- ・ 80♀ 出た!!続けて飲んでみる→購入
- ・ 70♀ お腹が張って、おならがよく出た。
- ・ 60♀ おならは出るが、便は少しだけ出た。
- ・ 60♀ 味はよいが、全く出なかった。
- ・ 70♀ すごく調子よい。続けて飲む。

市場調査 請け負い拡大

とくし丸

軽トラックで生鮮食品や日用品を販売する移動スーパーを全国に展開する「とくし丸」(徳島市)が、大手食品メーカーなどから商品の市場調査を請け負う事業を拡大させている。買い物に行くのが困難な高齢者を主な客層にしていることで高齢者に特化した調査を行いやすい上に、調査のための試供品配布が後の販売につながるとメーカー側に好評で、請け負い数を着実に伸ばしている。

とくし丸は2013年の試供品を配り、後年5月に、高齢者への日、感想を聞く。企業移動販売に付随した新の要望があればアンケートビジネスとして市場調査を取る。

調査の請け負いを始め、企業側は、調査結果を大塚製菓のカロリを高齢者のニーズ把握に活用し、や商品改良に役立てる。大塚製菓のカロリを高齢者のニーズ把握に活用し、や商品改良に役立てる。

サンスターの歯磨き粉、や商品改良に役立てる。大塚製菓のカロリを高齢者のニーズ把握に活用し、や商品改良に役立てる。

やエースコックのカツ、や商品改良に役立てる。大塚製菓のカロリを高齢者のニーズ把握に活用し、や商品改良に役立てる。

手掛けた調査は16件に、や商品改良に役立てる。大塚製菓のカロリを高齢者のニーズ把握に活用し、や商品改良に役立てる。

上る。市場調査はとくし丸、や商品改良に役立てる。大塚製菓のカロリを高齢者のニーズ把握に活用し、や商品改良に役立てる。

の販売員が通常の販売、や商品改良に役立てる。大塚製菓のカロリを高齢者のニーズ把握に活用し、や商品改良に役立てる。

を行いながら、企業が、や商品改良に役立てる。大塚製菓のカロリを高齢者のニーズ把握に活用し、や商品改良に役立てる。

16年3月実施の森水、や商品改良に役立てる。大塚製菓のカロリを高齢者のニーズ把握に活用し、や商品改良に役立てる。

乳業の調査では、県内、や商品改良に役立てる。大塚製菓のカロリを高齢者のニーズ把握に活用し、や商品改良に役立てる。

高齢者のニーズ把握／商品改良

外のとくし丸89台がヨーグルトを1万個配り、ヨーグルトを食べる頻度や味の評価などについてアンケートを取った。

とくし丸によると、調査を通じて高齢者のヨーグルトに対するニーズの高さが分かったほか、試供品配布をきっかけに、とくし丸などでのヨーグルトの販売数が1カ月で約2万個増えたという。

森水乳業はこの成果を受け、今日5日から5日間、特定保健用食品の飲料でも調査を委託。県内外のとくし丸150台が4万5千本を配って調査した。

商品の市場調査の手法はインターネット、電話、街頭インタビュー

大手メーカーに好評



高齢者に調査のため試供品を配るととくし丸の販売員＝徳島市内

ーが主流で、調査対象社長は「とくし丸は80はのおのすと若い世代が歳前後のおはあちゃんり、ヨーグルトを食べる頻度や味の評価など品の商品で高齢者の存在感が高まる中で、とくし丸による調査が高とって価値ある情報を提供できる」と話している。(久保高茂)

移動スーパーという 「インフラ」であり「メディア」となる

一つずつの「小さな商売」が、何十台、何百台となったとき、
「移動スーパー」の概念を越える。

ヒューマン・ネットワークという「インフラ」にあらゆる商品や
サービスを載せて…。

- 受注実績 = フトン、ストーブ、衣料品、100食以上のお弁当、お中元、
お歳暮、おせち料理、クリスマスケーキ等
- 食品メーカーからのサンプリング調査依頼にも対応。



衣料品を専門に取り扱う新ブランド「とくし丸プラス」。



とくし君

「メガネの三城」と提携し。メガネの販売も実施。



「メガネの三城」の移動検眼車が、自宅の前まで来てくれる

とくし丸お料理コンテスト

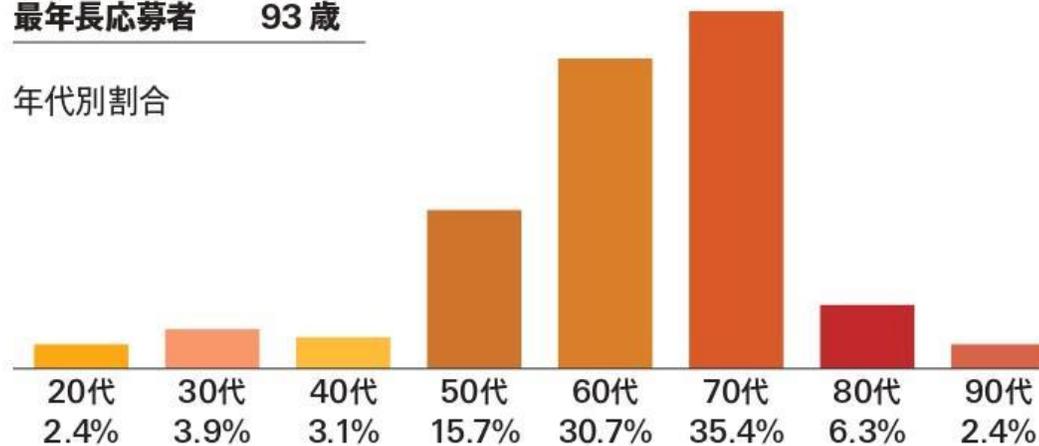


賞内訳	人数	副賞
大賞	1	30,000 円
金賞	5	10,000 円
銀賞	10	5,000 円
銅賞	30	2,000 円
入賞	100	1,000 円
参加賞	全員	コカ・コーラ1本

集計データ

応募総数	246 名
最年少応募者	21 歳
最年長応募者	93 歳

年代別割合



第2回
てく丸
料理コンテスト
大賞

長野県
藤本さん
昭和4年生まれ
スーパー名
第一スーパー
とく丸担当者
安藤さん



料理名 山餅作り

材料 (人分)
こぼろ粉 100g に水 かけ
こぼろを良くすりつぶし 薪田兵之にぎり フライパンでやく
ミン作り 之をこぼろとすりつぶし
みそ 砂糖 調味料 をぎり入れ よくすりつぶす

作り方 (文字と一緒に、絵や図を書いてもらってもいいです)

こぼろ汁
こぼろを臼で臼き海流で
山餅は、うらみで
(この山餅はうらみ)

* 山餅は、信濃町の中でも古海地区でよく作られている
伝統食

* 地区で行われる 収穫感謝祭の時に必ず出されるので、
縁江は、お祭りの先生にしてみたい。
おと、地区で受け継いでいきたい、大切な味。

* 写真は 2019 年秋の収穫感謝祭の時の、この時は火をおこして炭火で
焼いた。

長野県・
古海地区の
伝統食
山餅



批評

見事、「大賞」を受賞した「山餅」、再現したものを本部スタッフで試食をしました。【工夫・アイデア】【地域性・ユニーク性】2つの面でとても評価が高かったこちら長野県でも古海地区で食べられる伝統食で、地域の収穫祭で必ず食べられるそうです。応募の方が先生役として長年この味を伝えてきたというエピソードがとても印象的でした。
実際に食べてみると、エゴマの香が鼻から抜けるのがなんとも心地がいい、シンプルだけれどもしっかり味噌の味が感じられ、おやつ感覚でたくさん食べてしまいそうなくらいおいしい素敵レシピでした。

今回協賛いただいた
**コカ・コーラボトラーズ
 ジャパン(株)**様より
 下記副賞の商品提供が
 ありました。

コカ・コーラ賞(1名)

副賞:からだすこやか茶 1ケース

参加賞(全員)

副賞:コカ・コーラ1本(1レシピ)

コカ・コーラボトラーズジャパン(株)
 様考案の「コカ・コーラ」、「カナダ
 ドライ・ジンジャーエール」を使用した
 レシピを応募用紙に掲載しました。
 実際に作っての感想やアレンジレシ
 ピ、そこからインスピレーションを受
 けたオリジナルレシピの応募も複数
 いただきました。一部紹介します。

参加賞

応募いただいた方全員に
 「コカ・コーラ(500ml)」をプレゼント!

手羽先の「コカ・コーラ」煮



■材料(2人前)
 手羽先 10本
 にんにく 2片
 生姜 1片
 醤油 100cc
 砂糖 小さじ3
 料理酒 大さじ2
 【コカ・コーラ】500cc(ml)



つくり方

- ① にんにくのヘタを取って、包丁の腹で潰す。(ニンニクチューブの場合は3~4cm)
- ② 生姜は3等分くらいに大きめに切る。
- ③ 圧力鍋に①と②、調味料の醤油、砂糖、料理酒、コカ・コーラを入れてフタをしないで火にかける。
- ④ ③が沸騰したら手羽先を入れる。
- ⑤ 圧力鍋に蓋をして15分加熱。(最初は強火→蒸気が出てきたら中火にする)
 ※普通の鍋なら弱火で40~45分。焦げないように注意
- ⑥ 火を消してしばらくおいたら、圧力鍋の蓋を開ける。盛り付けて完成!

「カナダドライ ジンジャーエール」で しっとり柔らか豚の生焼き



■材料(2人前)
 【カナダドライ
 ジンジャーエール】50cc(ml)
 豚肉(生姜焼き用) 200g(6枚)
 小麦粉 適量
 サラダ油 適量
 玉ねぎ 1/2個
 せん切りキャベツ 適量
 ミニトマト 4個

【A】
 【カナダドライ
 ジンジャーエール】150cc(ml)
 しょうゆ 大さじ2
 砂糖 大さじ1と1/2



つくり方

- ① ビニール袋に豚肉(生姜焼き用)と「カナダドライ ジンジャーエール」を入れて
 もみこみ、冷蔵庫で約20分漬ける。
- ② 玉ねぎは細切りにする。
- ③ ①の豚肉を取り出し、小麦粉を薄くはたく。サラダ油を熱したフライパンで
 玉ねぎを炒める。豚肉を加えて、肉の両面が香ばしく焼けたら取り出す。
- ④ ③のフライパンに【A】の漬け汁を加えてとろりとするまで煮詰め、
 ③の豚肉と玉ねぎを戻し入れてざっと炒める。
- ⑤ 皿に盛り付け、せん切りキャベツとミニトマトを添える。

コカ・コーラ賞

『セロリ・ジャガイモ・人参サッパリサラダ』

ドレッシングにジンジャーエールを使用したサッパリといただける
 これからの暑い季節にちょうどいい一品。

銀賞

『レンコンのコク (coke) きんぴら』

きんぴらにコーラ?!レシピ名にもしゃれがきいたたのしい一品

銅賞

『豚バラ炊飯器コーラ煮』

入賞

『コーラで角煮』

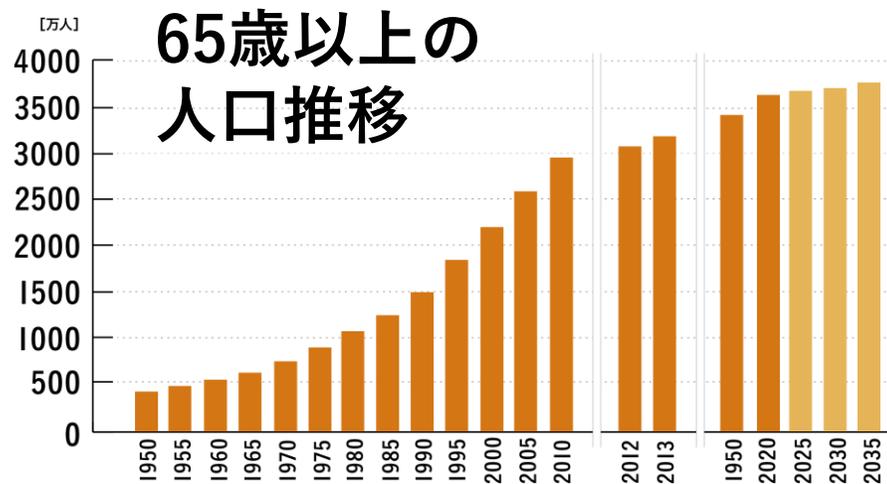
『コーラ肉じゃが』

『ファンタオレンジ パンケーキ』

今後20年間の 拡大市場

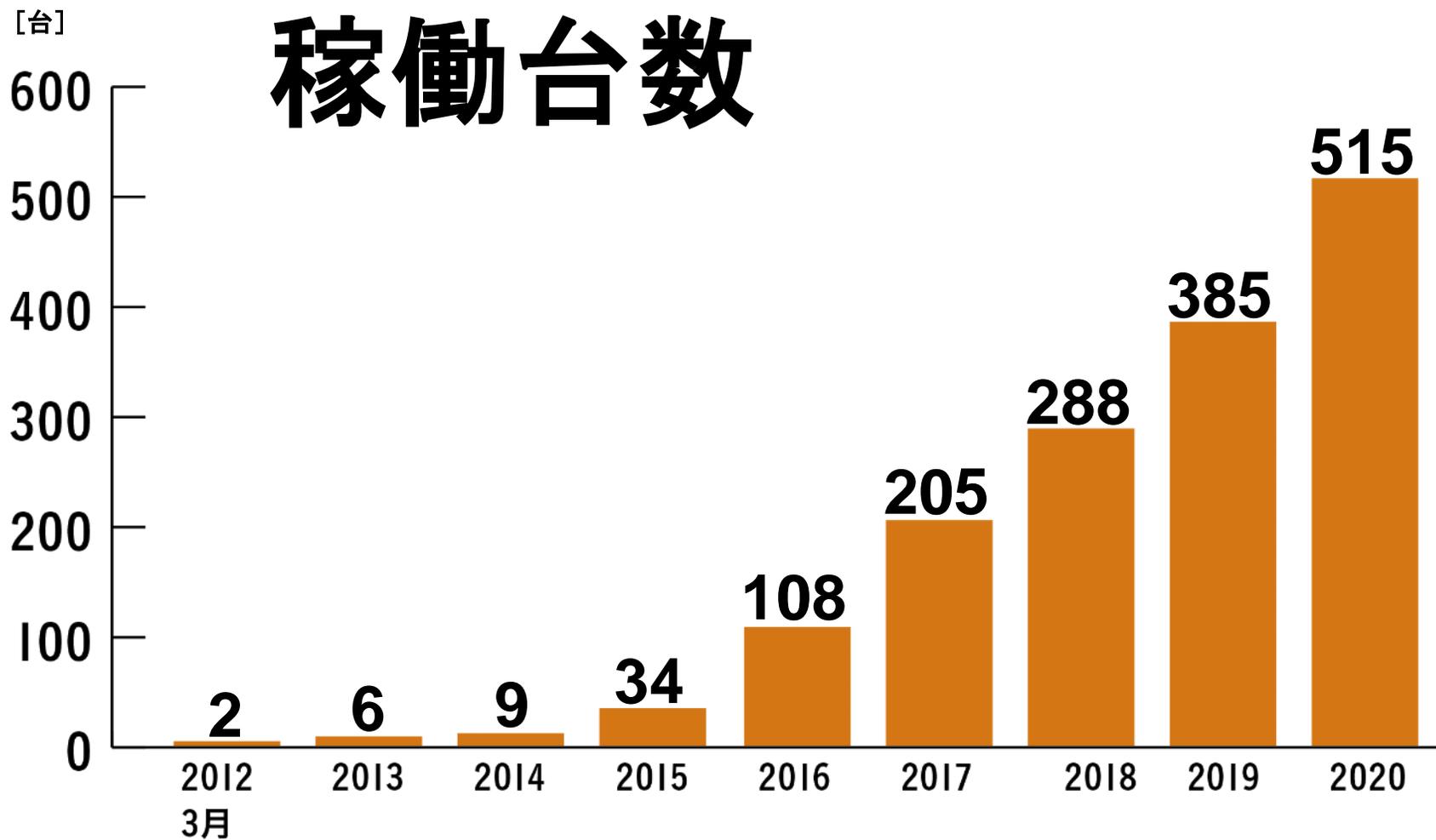
団塊の世代 = 70歳前後 ———— 今後15~20年間は
確実に需要が高まる

販売形態の スタンダードになる



[総務省統計局データ]

とくし丸 稼働台数



とくし丸

日販平均売上



全国に広がる とくし丸

契約社 **142**社

稼働台数 **960**台

47都道府県で展開



ありがとうございました。