

# 「地産外商」をキーワードに 健康支援型配食事業を通じて 高齢者と地域社会に貢献



シニアライフクリエイト  
代表取締役 高橋洋

本格的な人口減少社会の到来にともなう地方のあり方が問われている。高齢者専門の宅配弁当チェーンを全国で展開するシニアライフクリエイトは、地方の食材を全国で消費する独自の取り組みで、高齢者の健康寿命の伸長と地域活性化の両立を目指している。

## 地方の特産品を 宅配弁当に取り入れ全国へ

新型コロナウイルスの感染拡大を受け、外食産業を筆頭にさまざまな業界が疲弊している。そうした中で、高齢者向けの宅配弁当チェーン「宅配クック123」を運営するシニアライフクリエイトは、高齢者の健康維持に必要な栄養価と栄養バランスを重視したお弁当を1食550円（税抜き）の低価格で昼夜配達し着実に顧客の支持を集めている。

そんな同社が、昨年11月新たに高知県土佐清水市と「包括連携協定」を締結した。高知県内でも人口が2番目に少なく、しかも高齢化率が2番目に高いという同市で果たしてどのような活動をスタートしたのか。

「地元の食材を使用したメニューを開発し、全国のお客さまに提供します。今回の土佐清水市に限らず、形やサイズ、色が不揃いなため市場で消費されない農産物や、コロナ禍もあり行き場をなくした美味しい魚は全国に数多く存在すると思うので、そうした食材を積極的に活用していきたい」と高橋社長は語る。

確かに、大手スーパー等の店頭では見た目が重視され、色が悪く形が不揃いの野菜は敬遠される傾向にある。そんな食材をお弁当の献立として採用し、全国の顧客に届けようというのが同社の狙いだ。その第1弾

方なく廃棄されてしまう食材の新たな販路に合わせれば高齢者だけではなく地元生産者のお役にも立っています。人口減少などにより地方のマーケット自体が縮小している現状では、「土佐清水市での地産地消のみでなく、積極的な地産外商の推進で地域の活性化にも貢献したい」と高橋社長は意気込む。

全国規模の高齢者宅配チェーンだからこそ可能になるこの仕組みが注目を集め、早くも他の地方自治体と同様の協議が進んでいる。既に食物繊維やビタミン・ミネラルを多く含む徳島県鳴門産の「茎わかめ」を使用した「やわらか茎わかめ」を開発し、6月から献立の一品として提供されている。また高知県の特産品であり、健康寿命も伸びるとい「ししとう」を使用した献立の開発も現在進行中であり、今後も地方との連携は全国規模へと広がりそうだ。

## さまざまな取り組みで 企業価値の向上を実現

昨年5月には、香川県小豆島にモデル店構築のため直営店をオープンした。離島や限界集落では、市場規

として、土佐清水市の名産品「そうだがつお」を使用した高齢者向け食材「そうだがつおの角煮」を開発。7月から「宅配クック123」と高齢者施設向け食材卸事業「特助くん」で提供を開始した。

さらに第2弾として開発し、既に6月から提供を開始しているのが、そうだがつおの宗田節を使用した「おかか佃煮」と「おかか昆布」だ。通常の鰹節と比べて栄養価が高い宗田節には必須アミノ酸が多く含まれ、中でも良質なタンパク質は牛肉の約3倍、タウリンも鰹節の約3倍といわれている。高齢者の低栄養予防のため今後も献立で活用し、全国の在宅高齢者や施設入居高齢者に提供していく予定だ。

「今回のおかかの開発にあたって全国の高齢者に喜ばれるならと、ご協力いただいたのは、当代が高齢とながら収益性を確立して出店していく、というのが今後の展開の重要な軸になると考えています。企業として単に非効率だからと出店を諦めたことはありません。配食事業者がその地域は効率が良いので配達するが、遠くても少ない地域では配達しないと区別をすると、それだけで高齢の方にとってその地域は住みにくい町となってしまいます」

このような地産外商を通じた地域社会への貢献や、過疎地への配食網の充実を図るとい同社の企業姿勢により、ある大きな変化が起こりつつあるという。

「宅配クック123」のFC加盟を希望する企業の意識が徐々に変化しています。単に収益を上げる目的のみではなく、地域貢献に企業価値を見出そうという企業がここ数年、着実に増えています」

そして、そんな流れが結果としてSDGsの推進につながっていることにも注目したい。

「これまで経営にあたって特にSDGsを意識したことはありませんが、実際に地域の高齢者や地場産業の方の要望に応えることが、結果的にS

なり創業から110年余りで廃業寸前のところを、娘夫婦が脱サラをして跡を継いだ土佐清水の老舗鰹節店でした。聞くとかんりの感動話なのです。このように地方の食材を活用した惣菜には各々にさまざまな「物語」があります。お客さまには献立表などで、そんな地方での一つの「物語」を紹介することで、お節介かもしませんが、在宅中心の限られた生活空間の中であっても、お弁当の献立で地方の人情や情緒を知ったり、感じてもらえるとうれしいです。そんな献立を今後も増やしていきたい」

こうした取り組みの原動力となっているのが、同社の地産外商への強い思いだ。

「卸先の地元スーパーが年々減ってきていることに加えて、コロナ禍の影響で地元飲食店や道の駅などに卸していた食材の行き場も少なくなっている」と出先の各地で聞きます。幸い配食事業は、お弁当の献立として商品化できれば安定的に消費できます。外部環境や季節要因、その日の天候等も関係ない当社の献立に採用することで全国で決まった量の消費が可能となり、行き場が無くて仕

DGsの要件に叶っていればと思います。必要であり必然でありたい」

前述の土佐清水市のそうだがつおも近海で獲れる魚であり、海洋資源の保全というSDGsの理念に合致する。そして何より在宅配食事業として、高齢者への声かけや安否確認などをはじめとするきめ細かいサービスを通じての「暮らしやすい町づくり」と「高齢者の健康寿命の伸長」の実現を目指すという同社の企業理念こそ、まさにSDGsを体現するものと言えそうだ。

「東京からもっとも遠い市」ともいわれる土佐清水市での地産外商、そして離島の小豆島での配食事業や「昭和浪漫倶楽部」が成功すれば、全国各地で高齢者の健康寿命の伸長と地方創生につながる店舗運営の立派なモデルになるだろう。

高橋社長は「定量的にははっきりと栄養を補完された当社のお弁当や惣菜を1人でも多くのお客さまに食べて欲しいというのが目標。同時に当社の取り組みが全国各地で評価され、定性面でも企業価値の向上を果たせれば最高に嬉しいです」と意欲を新たにしている。

K