



昔はラッパ、いまスピーカー。原点志向が盛んな中で、豆腐の移動販売がちょっととした人気を呼んでいる。値段は少々高くても、おいしさで新鮮さが受ける。消費者のハートをグッとつかんだこの商法、いま北海道から愛知、兵庫でも。一度はこの目で確かめたいということで、販売のお供を試してみた。場所は神戸市「須磨ニュータウン」。

豆腐の移動販売車 同乗記 〜 神戸須磨ニュータウン

◇昔味に挑戦する尾崎夫妻

須磨ニュータウンは神戸市が十年前から開発しているもので、団地・分譲住宅あわせてざっと一万戸をかねて。市営地下鉄名谷（みよやだに）の名をとって名谷団地と呼ぶこともある。

この名谷に営業所・工場をもち移動販売の拠点にしているのが尾崎食品（神戸市垂水区多聞町字小東山八六八―八五）である。社長の尾崎義隆さん（四二）と妻章江さん（三五）、それに章江さんの妹さんと三人で一日およそ二俵半の大豆をつぶしている。尾崎社長は神戸豆腐に十年以上つとめた豆腐づくりのベテラン。妻はその神戸豆腐理事長のイトコにあたるという関係もあって、いやがおうでも豆腐への関心は高まる。

三年前、義隆さんは「天然にがりを使い、地域でとれた大豆で子供のころ食べたおいしい豆腐をつくりたい」という一念から独立。が、つくる方はお手のものでも売る方にかけてはまったくのシロウト。そこで立地条件その他をいれて考えついたのが豆腐の移動販売だった。翌年軽トラ（軽四輪トラック）四台をリースで買いこみ、売り子（販売員）を使っ

て近隣への華々しい豆腐キャラバンとはあいになった。広いニュータウンには高層団地や分譲住宅がひしめき、物理的には申し分のないターゲットであった。

ところが、一見恵まれていた環境でも売り子たちの成績は一向にあがらない。一日売りまわっても一万円ぐらいにしかならないし、まったくゼロの日もある。中には向こう意気の強い若者もいて「ぜひ挑戦したい」ということでやってみてもらったが、十日、二十日たっても実績があらぬ。義隆さんは焦った。理想と現実のギャップに悩む。

妻の章江さんは本来は店売りを担当しており、外売りへの関心はなかったが頼みの綱を章江さんに求めた。主人のくどきで、キャラバンの第一戦にでる羽目になったわけである。しかし、この選手交代の効果はメキメキとあがり、たちまちのうちにファンをつくり、尾崎食品のニガリ豆腐は口コミでまたたく間に広がっていった。章江さんは小柄だが、人見知りせず、しかも必要以上のお世辞をいうのでもない。思っていることをズケズケというわりに人から好かれるタイプ。

こうして女房が移動販売に乗り出