

安曇野SC (長野県)

ドライブスルーでタマネギ販売

新型コロナウイルスの影響で、安曇野市の「玉ねぎ祭り」は中止になったが、安曇野SCではドライブスルー方式でタマネギを販売。2日間で745台が来場し、盛況であった。



「安曇野 玉ねぎ直売会」が令和2年6月13～14日、安曇野市内の16会場で開催された。安曇野SCでは、新型コロナウイルス感染防止策として三密を避けるため、ドライブスルー方式でタマネギを販売（写真上）。2日間で745台の車が来場した。写真右下は、安曇野市玉ねぎシンボルキャラクターの「あづみの玉ねぎ元気くん」

安曇野市は、タマネギの出荷量が長野県内一を誇る。旧豊科町では昭和二十年ごろからタマネギを栽培しており、より多くの人に周知するため、平成九年にシンボルキャラクター「とよしな玉ねぎ元気くん（町村合併に伴い、あづみの玉ねぎ元気くん」に改名）を作った。これと同時期に、市が主催する「玉ねぎ祭り」がスタート。新タマネギの直売と収穫体験が楽しめる、六月の恒例行事として人気を集めている。しかし、令和二年度は新型コロナウイルス感染防止のため、玉ねぎ祭り実行委員会で議論の末、中止となった。

そこで、参加を予定していた営農組合などの団体は、独自で市民を対象にした「安曇野 玉ねぎ直売会」を令和二年六月十三～十四日の二日間、十六会場で実施した。

シルバー農園でタマネギを栽培

直売会の会場の一つとなったのが、公益社団法人安曇野シルバー



安曇野SCが直売会で販売したのは、市内2か所のシルバー農園で会員が栽培したタマネギ。植え付け作業（写真右）は11月に、収穫作業（写真下）は5月下旬に行っている



人材センターが所在する、豊科保健センターの駐車場と敷地内のスペースである。

大向弘明事務局長は「当センターではシルバー農園事業を行っており、市内にある豊科と堀金の畑で「甘70」と「ネオアース」という品種のタマネギを栽培しています」と話す。栽培には約二十人の会員が携わっており、タマネギは十一月に植え付けて、五月下旬に収穫をする。

直売会で販売するのは、シルバー農園で会員が丹精込めて育てたタマネギ。二千袋を用意したという。価格は、一袋十kg入りのタマネギが千円、五kg入りの赤タマネギ（色が赤く、少し辛みのあるサラダ用）が千円、十kg入りの小玉タマネギが五百円である。

ドライブスルー方式で直売

同センターでは、直売会で三密を避ける販売方法として、ドライブスルー方式を採用。初の試みで

直売会初日（6月13日）は、本降りの雨の中、7時から会場準備を行った。購入者にタマネギを渡す積み込み場所では、雨が吹き込まないように、フォークリフトを使ってブルーシートを張った（写真下）。写真右はテントの設営



倉庫のタマネギ（写真上）を、フォークリフトで軽トラックに積載する（写真左）。購入者の車のトランクに効率よく商品を入れていくため、タマネギを積載した10台ほどの軽トラックを活用。センターでは、直売会用に2000袋のタマネギを用意した

あるため、スムーズに販売できる
よう、時間をかけて準備を整えた。
ドライブスルー方式では、各所
に係を配置。駐車場の入り口で受
付を行う係は、来場者に注文用紙
を渡し、購入希望の商品・個数を
記入してもらおう。次の係は駐車場
内に車を一時停車させ、順番に代
金を支払うテントへと誘導。テン
トの係は注文用紙を確認して、「積
込個数記入用紙」に大きな文字で
袋数を書き、購入者の車のダッシ
ュボードに置いてもらうとともに、
赤タマネギをプレゼントとして配
布していた。タマネギの代金は先
払いで、支払いを終えた車は係の
誘導でタマネギの積み込み場所に
進む。ほとんどのお客さんは二、
五袋購入していったという。

軽トラックを活用し効率よく

積み込み場所では、タマネギを
積載した十台近くの軽トラックか
ら、係が購入者の車に直接積み込
む。積載分がなくなると、タマネ

安曇野SC(長野県)



看板を設置(写真上)し、安曇野SCが所在する豊科保健センターで直売会を実施。販売開始前から購入希望者の車が列を作っていた(写真右)



安曇野SCでは初の試みとなるドライブスルー方式での直売会。スムーズに販売を行えるように、各所に係を配置した。駐車場の入り口では受付の係が注文用紙を渡し(写真上)、次の係が代金を支払うテントへと誘導した(写真左)

ギを満載した次の軽トラックと入れ替わるという仕組みである。

職員、会員十五人が会場準備と販売作業に携わったほか、積み込み作業には理事長、副理事長、事務局長も加わり、大活躍。積み込んだ数を確実に伝えるために、袋を置くごとに、「一つ、二つ」と声を出し、購入者に聞こえるように車のトランクに入れていった。

購入者からは「雨の中、車に商品に乗せてもらい、ありがたかった」「毎年、おいしいタマネギを楽しみにしている」という感想が聞かれた。

二日間で七百四十五台が来場

直売会は八〜十六時の予定であったが、準備作業から取材を始めたよと記者が七時前に到着したときには、すでに数台の車が駐車場で待っていた。実際には予定より早い七時四十分から販売を開始。八時には駐車場に入る順番を待つ車が公道に並ぶほど盛況であった。

安曇野SC(長野県)



注文用紙を確認(写真右)し、「積込個数記入用紙」に袋数を大きな文字で転記する(写真上)。これを購入者の車のダッシュボードに置いてもらい、支払いを行う。購入者には、赤タマネギ(写真右下)をプレゼントとして配布した



ダッシュボードに置かれた用紙を見ながら、購入者の車のトランクに商品を積み込む。1袋10kgのタマネギを運ぶのは、会員にとって体力を要する大変な作業だが、購入者からは「車から降りずに買い物ができ、雨でも便利」と好評だった

直売会初日の六月十三日は本降り
の雨で、積み込み場所では雨よ
けのブルーシートをフォークリフ
トを使って垂らすなど、万全の準
備を行っていた。

「今回は雨のため、ドライブブ
ルー方式の当センターにお客さん
が集中しました」と大向事務局長。
事前に広告、PRを十分に行って
いたこともあって、二日間で七百
四十五台の車が安曇野SCのドラ
イブルーを利用し、約二十士の
タマネギを販売した。

販売作業はスムーズに流れ、事
務局がシミュレーションを重ね準
備した成果が現れていた。今後し
ばらく、「新しい生活様式」を行わ
なければならぬが、今回の安曇
野SCで行った方式は、これから
の販売形態を示すものに思えた。

ドライブブルー方式に限らず、
今後、三密を避けたさまざまな取
り組みを、全国のセンターで工夫
していくことになるであろう。

(長野県)