協同組合による中山間地域の買い物弱者支援の課題と展開方向

武田 彬奈 (岡山大学大学院環境学研究科)
小松 泰信 (岡山大学)
横溝 功 (岡山大学)

Development of Support System by Cooperatives for People at a Disadvantage in Shopping in Hilly and Mountainous Areas

Akina Taketa (Graduate School of Environmental Science, Okayama University)

Yasunobu Komatsu (Okayama University)

Isao Yokomizo (Okayama University)

In several residential areas, people are facing problems in shopping owing to the lack of means of transportation and facilities.

However, hilly and mountainous areas in which many elderly residents with the disadvantage of shopping are holding subjects, such as the continuity of a support business.

This report focused on cooperatives whose associates share a responsibility in continuing business ventures.

1. 課題と方法

近年、交通手段の欠如や、居住地の商業機能の低下が原因で、日常の買い物に困難を抱える「買い物弱者」の増加が問題視されている。本報告では、①おかやまコープの個配事業、および②JA 広島市のYショップ上水内店を対象とした利用者アンケート調査などによる実態調査を行い、その結果をもとに買い物弱者支援の現状と課題を明らかにし、協同組合による中山間地域での長期的な買い物弱者支援の展開方向を示す。

2. 買い物弱者支援対策の方法と課題

(1) 買い物弱者支援対策の方法

経済産業省によると、買い物弱者支援の方法は以下の三つにまとめられる¹⁾。

第1に、JAの生活店舗展開、コンビニエンスストア・スーパーマーケットの設置などにより、「消費者の身近な場所に店を作る」ことである。この方法は、利用者自ら買い物できる点が特徴である。

The present condition of the people at a disadvantage in shopping in hilly and mountainous areas was clarified by a survey. The questionnaires were distributed to the customers of the individual door-to-door delivery business of Okayama Copland, and the users of the Y-shop, Kamiminochi branch of JA Hiroshima City. Further, the survey results indicated that cooperatives are engaging in the development of long-term support for people at a disadvantage in shopping in hilly and mountainous areas.

第2に、ネットスーパー、通信販売、移動販売、夕食・弁当宅配による移動コストの軽減、すなわち「消費者の家まで商品を届ける」方法である。

第3に、デマンドタクシー・コミュニティバスの運行、福祉有償運送、買い物ツアーの実施による「家から出かける手段の提供」があげられる。買い物弱者とされる、あるいはそのリスクを抱える人々の多くは、高齢者であり、自家用車を所有していない、または運転免許を返納していることが考えられる。居住地が中山間地域であれば、商業施設が少なく公共交通サービスが不十分であるケースも多い。そのため、この方法は買い物以外にも通院や公共施設利用などを目的とした外出にも応用が可能である。

以上のように、買い物への物理的アクセスの改善が高齢者の自立度維持にもつながるのである²⁾。

(2) 買い物弱者支援対策の課題

買い物弱者支援対策の課題として、以下の3点があげられる。

①ニーズの把握の必要性：地域、年代、ライフスタ

イル、経済状況、健康状態など、買い物弱者化の要因は様々であり、買い物弱者とされる人々のニーズを把握しなければならない。しかしながら、それには大規模な調査が必要であり、また支援対策の運営主体に向けてその結果が発信されなければならない。

②各地域に適した支援対策の必要性：各地域で求められる対策も異なるため、「適切な支援対策」を行うために、地域の実態把握が不可欠である。

③支援対策事業の継続性：買い物弱者を抱える地域では商業機能が低下しているケースが多く、支援対策事業の収益性も低くなりがちである。事業が長期的に行われなければ買い物弱者問題の解消にはならず、収益の見込める仕組みづくり、ならびに地域住民による事業利用への理解を促すことが必要である。

これらを克服しうる支援主体として考えられるのが、協同組合である。協同組合には、①組合員への奉仕を第一とした事業を行う、②組合員が組合運営に日常的に参画することが原則であり、事業の継続に関し責任が生じる、③参画において、買い物弱者とされる人々の意見を事業に反映させることが可能である、などの特徴がある。

次節より、生活協同組合、農業協同組合の買い物弱者支援対策の概要をまとめるとともに中山間地域における利用状況を分析し、買い物弱者支援の展開方向について考察する。

3. おかやまコープによる「個配事業」

(1) 組織・事業概要

岡山県を区域として活動する生活協同組合「おかやまコープ」は1956年に設立され、2010年3月末時点の組合員数は307,892名である。

組合員に取扱商品を提供する方法は、店舗での販売とカタログおよびインターネット利用の宅配の二つに大別される。宅配事業には、①利用者が店舗へ出かける必要が無く、移動コストが削減される、②毎週決まった曜日に商品が届き、在宅していない場合でも対応が可能でライフスタイルが買い物に左右されない、③班配の仕分け、個配の受取りがコミュニケーションの機会となる、④カタログによる注文により、食料品から雑貨まで、多様な商品を自ら選択し購入できる、⑤店舗と比較し物件費や人掛がかからないため、中山間地域での展開が可能、といった特徴があり、買い物弱者支援に適している。

宅配事業はさらに、利用者の自宅まで商品が届き、月840円（1か月の購入額が4万円を超える、あるいは要介護認定などの条件を満たす利用者は420円）の利用料を支払う「個配」、5人以上の集合場所に商品が届く「班配」、利用者の指定した店舗に商品が届く「拠点配」の3種類に分けられる。うち、もっとも組合員のニーズに柔軟に対応可能であると考えられる「個配」について、地域ごとの利用状況を比較する。

(2) 岡山県・岡山市・高梁市における利用状況

岡山県は面積の75%、27市町村中22市町村が中山間地域である。調査対象とした高梁市は、2010年度時点の高齢化率が34.6%（7位/27市町村）と高い水準にある。高齢化率40%を超える集落がほとんどであり、60%を超える集落も存在する。国勢調査によれば、1995年には-2.1%であった5年間の人口増減率が、2010年には-9.9%になっており、人口流出も著しい地域である。この高梁市を中山間地域と位置付け、一方で北部を除いた大半が中山間地域に含まれず、2010年時点の高齢化率が21.7%と最も低い岡山市（27位/27市町村）を都市部と位置付け、岡山県全域との個配利用状況を比較する。

3地域について、年度別の利用高、利用者数の推移を示したものが表1である。数値の推移をみると、他地域と比較して高梁市が大きな伸びを示していることがわかる。岡山市は利用高に減少を示した年度も、高梁市は伸び続けている。

表1. 岡山県、岡山市、高梁市の個配利用高、利用者数の年度別推移

		2006年	2007年	2008年	2009年	2010年
岡山県	利用高 (万円)	18,164	19,423	19,147	22,069	19,299
	利用者数 (人)	30,559	33,931	36,100	38,402	40,556
岡山市	利用高 (万円)	7,755	8,274	7,993	9,134	7,783
	利用者数 (人)	12,771	13,918	14,575	14,950	15,468
高梁市	利用高 (万円)	233	274	288	353	388
	利用者数 (人)	401	474	571	755	911

資料：おかやまコープ内部資料より筆者作成

図 1. 2010 年度年代別個配利用者構成

資料：表 1 に同じ

また、年代別の利用者数について岡山市と高梁市を比較したものが図 1 である。

岡山市では 30 代、40 代が占める割合が大きいのに対し、高梁市では 60 代、70 代以降の高齢者の占める割合が大きい。

以上の比較より、中山間地域では、個配に対する需要が高まる傾向にあり、その多くに高齢者が含まれることがわかる。よって、おかやまコープでは、高齢者に、より利用しやすいサービスを提供することが求められているといえる。

次節で、高梁市の個配利用者アンケート結果を分析し、個配が買い物弱者解消に貢献する可能性について考察する。

(3) おかやまコープ個配利用者アンケート調査

おかやまコープ個配利用者の、当該事業利用状況を把握することを目的とし、高梁市の個配利用者 20 名を対象としたアンケート調査を行った。調査期間は 2011 年 9 月 25 日～10 月 6 日、商品配達時に用紙を配布し、回答後郵送にて回収した。回収率は 85% であった。

回答者は全員女性、平均年齢は 67.1 歳であった。主な購入品目は、生鮮食品では肉類、魚類が多く、一方で野菜は自ら栽培しているケースが多く、回答数は少なかった。また、重いために運搬に労力を要

表 2. 個配の利用品目（複数回答，n=108，回答者数 17）

品目	冷凍食品	雑貨	調味料	肉類	魚介類	果物	菓子類	卵	野菜	飲料
回答数 (人)	17	16	14	14	12	10	10	9	7	6

資料：アンケート調査より筆者作成

する冷凍食品、多様な店舗利用が必要とされる雑貨の利用が多い。

個配を利用した感想については、肯定的なものに、「留守でも商品を届けてくれるので助かる」、「配達スタッフにとってもよくしてもらっており、今の内容で満足している」、「重いものを運ぶ負担がなくなった」などがあがる。一方で改善すべき点や要望については、「月額利用料が負担になっており、いつまで利用を継続できるかわからない」、「宅配だけでは、急に必要なものがあったとしても揃わないので、移動販売も行って欲しい」、「カタログによる注文方法が複雑なので、利用しづらい」、「要望があっても、遠慮を感じ職員に伝えられない」などがあげられた。

個配を利用するようになったきっかけで最も多かったのは、「職員による推進」であった。また、「班配を利用していた仲間が死亡し、個配に切り替えた」という利用者もあり、高齢化、人口流出が進行した地域では、職員による積極的な利用推進が必要とされる。

2004 年に合併し高梁市となった旧備中町地区は、高齢化率が 48.5%（平成 17 年国勢調査）と高く、公共交通サービスが十分に行き届いていない。図 2 に示されるように、買い物に不便を感じている利用者も多い。このように、買い物弱者の増加が著しい地域での対応が急がれている。

(4) おかやまコープにおける個配事業の位置づけ

おかやまコープは、買い物弱者問題が顕在化する以前より個配事業に取り組んでいるが、近年「買い物弱者支援対策」である点に着目し、高齢者向けの商品開発などに取り組んでいる。

しかしアンケート結果より、個別宅配を利用する組合員が遠慮や機会の少なさが原因で、手数料の金額などの要望を職員に伝えられていない実態も明らかになった。おかやまコープでは、インフォメーシ

表 3. 回答者の年齢，性別，居住集落および買い物状況

No.	年齢	性別	集落	買い物に不便を感じていますか？	理由	生協への意見・要望
①	67	女	高山	いいえ	—	月額利用料が負担となっており，いつまで利用を継続できるかわからない。
②	78	女	高山	はい	ちょっと思いついていける 近い場所に店がない。	—
③	68	女	布賀	いいえ	生協でものが揃う。	—
④	82	女	布賀	はい	店が遠く，欲しいものが間に 合わない。	—
⑤	84	女	平川	はい	近くに店が無い，交通の便 が悪い。	—
⑥	82	女	平川	はい	店まで 2 時間かかる。	経済的理由で思うように注文できない。
⑦	74	女	備中町	はい	店と家が 10 km 以上離れてい るが，車を運転できない。	—
⑧	59	女	備中町	はい	—	—
⑨	63	女	備中町	いいえ	今のところは車を運転でき る。しかし将来は心配。	要望があればアンケートに記入する。
⑩	67	女	地頭	いいえ	—	注文用紙の文字が小さい。
⑪	50	女	川上町	いいえ	—	注文用のカタログが見つらい。
⑫	76	女	吹屋	いいえ	—	注文方法が複雑でわかりにくい。
⑬	50	女	吹屋	はい	近くにスーパーが無い。	—
⑭	73	女	宇治町	はい	すぐに必要なものがあつて も買えない。	—
⑮	32	女	宇治町	いいえ	—	手数料が高い。とっさの時に買い物ができなく も欲しいが，遠慮を感じ職員に伝えられない。
⑯	87	女	松山	いいえ	—	要望があつても，職員に伝える手段が無い。
⑰	50	女	—	はい	家から近いスーパーは小さ く品揃えが悪い。	—

資料：表 2 に同じ

注：— は未回答

図 2. 回答者の居住地分布

資料：表 2 に同じ

ンセンターへの電話，メールや，アンケート記入による意見・要望の収集を行っている。より多くの組

合員の意見を把握するために，これらの手段の利用を促すことが肝要である。

4. JA 広島市と Y ショップの提携による生活店舗経営

(1) 組織・事業概要

JA 広島市は 2010 年 3 月時点の組合員数は 93,477 名（正組合員 19,857 名，准組合員 73,620 名）である。管内には 54 の店舗がある。

管内では，農業従事者の重要な買い物の場であった生活店舗の多くが撤退し，買い物弱者が増加していた。また，残された店舗も流通業者の撤退により「仕入れ弱者」となっていた。そこで，以前よりパンを仕入れていた山崎製パン株式会社のボランティアチェーンである Y ショップと提携し（以下，Y ショップ化），仕入先を確保している。

Y ショップ化による影響には、①ヤマザキの全国物流網、スーパーバイザー機能を活かした商品供給体制を受けられる、②地域や店舗形態に合わせた品揃え（生産資材、管内産品など JA ならではの品揃えが可能）、③ Y ショップの店舗運営支援（販売促進企画、情報提供など）を受けられる、④売上に関係なく月々定額の運営費で提携が可能、⑤初期投資において、加盟金、保証金、最低限の固定費のみの支払いで、ロイヤリティは無い、⑥支所店舗がコンビニエンスストア化することでオープンな雰囲気が出てきた、ことがあげられる。

Y ショップ上水内店は、JA 広島市による Y ショップの一号店として、2009 年 12 月に開店した。上水内は広島市佐伯区の山間部の集落である。2010 年度時点の商圏人口は半径 5 km 以内に 354 世帯で、定休日（水曜）を除く 9:00～19:00 に営業している。取扱商品は通常のコンビニエンスストアの品揃えに加え、生鮮食品、生産資材、衣類など多岐にわたる。利用者とのコミュニケーションを通して得られた意見や要望を品ぞろえに反映させている。月 2 回行われる特売をはじめとした情報は、チラシの配布によって発信されている。毎週月曜日と木曜日に、電話注文による食料品や生産資材の配達を行っており、外出が困難な利用者にも対応している。

(2) 中山間地域における利用状況

Y ショップ上水内店来店者の、当該店舗利用状況ならびに普段の買い物について把握することを目的に、アンケート調査を行った。調査対象は Y ショップ上水内店来店者 78 名中 23 名、調査時期は 2011 年 9 月 30 日（金）9:30～19:00、買い物後に聞き取り調査を行った。回答者の性別は、男性 7 名

表 4. Y ショップ利用以外の買い物手段（複数回答、n=40、回答者数 17）

方法	回答者数（人）
他店で買う	14
野菜を自給	11
宅配	5
人からもらう	5
移動販売	3
家族に買ってきてもらう	2

資料：アンケート結果より筆者作成

女性 16 名、平均年齢は 68.2 歳であった。

店舗までの移動手段は徒歩 4 名、自家用車が 19 名であり、自家用車の利用の有無が買い物環境を大きく左右することが示唆された。

当該店舗の利用回数は個人差があったものの、平均は週 3 回であった。

JA 広島市の生活店舗と Y ショップとの提携については、「営業時間が長くなり、仕事帰りにも利用できるようになった」、「土日でも営業するようになったので助かる」、「品揃えが改善された」、「店の雰囲気が明るくなり、利用しやすくなった」という意見があげられ、利便性の向上が強調されていた。

当該店舗以外の日用品入手手段もあるが（表 4）、「自分で買い物できるのが楽しい」、「店で知り合いや店員とコミュニケーションがとれる」、「近所には他に店が無いので、ここがないと困る」という意見があげられた。以上のように、楽しみの場が提供されていることがわかる。

「普段の買い物に不便を感じるか？」の問いに対する回答は表 5 の通りであった。いずれの年代も買い物に不便を感じると回答した利用者は少なかったものの、当該店舗のほかに利用している店舗は、上水内地区から車で約 1 時間かかる場所に位置している。よって、現在の買い物環境の維持には「車を自由に運転できること」が不可欠となる。しかし、高齢者層はいずれ車の運転が困難になるリスクを抱えているため、住民による危機感の共有が必要である。

(3) JA 広島市における位置づけと推移

JA 広島市の購買担当者によれば、JA 広島市は、生活店舗を組合員の重要な買い物の場であると認識しており、組合員の生活環境の維持を第一義とし、今

表 5. 買い物の不便さに対する回答—Y ショップ上水内店利用者—（回答者数 21）

年齢（歳）	買い物に不便を感じていますか？		
	はい	いいえ	総計
～ 59	2	1	3
60～69	1	4	5
70～79	2	6	8
80～	1	4	5
総計	6	15	21

資料：表 4 に同じ

表6. Yショップ上水内店の供給目標達成率の推移

年月	'10.10	'10.11	'10.12	'11.01	'11.02	'11.03	'11.04	'11.05	'11.06	'11.07	'11.08
供給目標 達成率(%)	101.1	90.3	75.9	87.8	70.3	96.0	99.5	87.4	70.7	95.0	92.0

資料：JA広島市Yショップ上水内店月別効率指標より筆者作成

図3. JA広島市Yショップ上水内店の売上・来客数推移

資料：表6に同じ

後も自らの「仕入れ弱者」体質解消のためにYショップとの提携店舗を増やす計画である。売上、来客数を開店初年度と今年度と比較する（図3参照）と、季節ごとに同様に推移していることが読み取れるが、赤字を克服できていないとのことであった。しかしながら、組合員への奉仕のために、昨年度売上実績などのデータをもとに供給目標（表6）を設定しており、職員のモチベーションの向上と、収益性の改善を図っていた。

「民間企業との提携」という業態を、「協同組合運営のあり方」としていかに評価すべきであるかは検討の必要がある。当事例はJAグループが自らのノウハウで生活店舗事業を存続することの困難性を示唆している。しかし、株式会社ではあるが、当JAの意向や運営手法を尊重し、柔軟な対応を示すYショップとの提携によって、組合員の不利益の解消に努めている点は評価できる。2011年度中に管内全14店舗のYショップ化が完了する計画であり、各店舗を拠点とした地域ごとの買い物弱者支援が期待される。

5. むすびに

以上の分析を踏まえ、協同組合による買い物弱者

支援の展開方向について考察する。

おかやまコープの個配事業では、利用者のニーズ把握手段の利用促進によって、JA広島市のYショップ経営では、各生活店舗を拠点とした買い物弱者支援によって、第2章であげた課題①ニーズの把握の必要性、②各地域に適した支援対策の必要性、の克服に向けて動いていた。

しかし、③支援事業の継続性については、その判断に時間を要する点や、収益性の改善が困難であることから、今後も慎重な検討が必要である。

しかし、民間企業の目的が収益を上げることであるのに対し、協同組合の目的は組合員への奉仕である。協同組合による買い物弱者支援の継続は、中山間地域の買い物弱者問題の解消、すなわち組合員への奉仕に繋がる。よって、職員と組合員が課題意識を共有し、積極的な事業への参画を促進することによる事業の継続が求められる。

注 1) 経済産業省 [2] の pp. 2-3 を引用。

2) 農林水産政策研究所 [8] の p. 73 を引用。

引用文献・参考文献

- [1] 岩間信之「フードデザート問題 無縁社会が生む『食の砂漠』」農林統計協会, 2011年。
- [2] 経済産業省「買い物弱者応援マニュアル ver. 2.0」2011年。
- [3] 杉田聡「買物難民—もうひとつの高齢者問題」大月書店, 2008年。
- [4] 高梁地域公共交通会議「高梁地域公共交通総合連携計画」2010年。
- [5] 統計局「平成17年度国勢調査」2006年。
- [6] 統計局「平成22年度国勢調査」2011年。
- [7] 日本生協連会員支援本部「福井発の挑戦—生協が取り組む経営品質向上と事業ネットワーク」日本生活協同組合連合会, 2011年。
- [8] 農林水産省農林水産政策研究所「食料品アクセス問題の現状と対応方向（中間報告）」2011年。

（受理日：2012年3月9日）