

# 条件不利地域の買い物難民と協同組合

研究員 一瀬裕一郎

## 〔要 旨〕

- 1 近年、「買い物難民」という現代社会が抱える問題について世間の関心が高まっている。買い物難民とは「徒歩圏内に食品店等がない地域に居住し、かつ自家用車や公共交通機関等の移動手段を持たないがゆえに、買い物に際して身体的・経済的・精神的な労苦を伴わざるを得ない高齢者」と定義できる。
- 2 買い物難民が発生した主な要因は、かつて地域に存在した商店が消滅したことにある。郊外型大型量販店の進出だけでなく、商店の後継者不足や、自動車に依存するライフスタイルの定着等の複数の要因が重なり、既存の商店街が衰退した。
- 3 買い物難民の問題を解決すべく行政が動き始めている。経済産業省が取りまとめた報告書では、買い物難民の問題を解決すべく、①宅配サービス、②移動販売、③店への移動手段の提供、④便利な店舗立地という4つの新たな流通形態を提案している。
- 4 本稿では買い物難民の問題を農村部の問題ととらえ、特に条件不利地域の協同組合が買い物難民の問題に取り組んでいる6つの事例を紹介する。取り上げる事例を条件不利地域の協同組合に絞り込んだ理由は、買い物難民という言葉が注目されるはるか以前から、この問題に直面してきた地域が条件不利地域であり、また協同組合はそこで暮らす人々のより良い生活のための相互扶助組織だからである。
- 5 協同組合が買い物難民の問題に対して移動販売等に取り組むことは、組合員の生活の維持に寄与する。相互扶助組織という協同組合の性格に照らして、協同組合の取組みには極めて高い妥当性があるといえる。しかし、決して協同組合の採算を等閑視してはならない。必要に応じて行政等の力を借りつつ、協同組合に余力のある範囲内で、買い物難民の問題に取り組むという姿勢が重要である。

## 目次

### はじめに

#### 1 買い物難民をめぐる状況

- (1) 買い物難民とは
  - (2) 買い物難民が発生した背景
- #### 2 地域生活インフラを支える流通のあり方
- (1) 小売店の現状と買い物難民
  - (2) 小売店の見通しと買い物難民
  - (3) 4つの新たな流通形態

#### 3 買い物難民に対する協同組合の取組事例

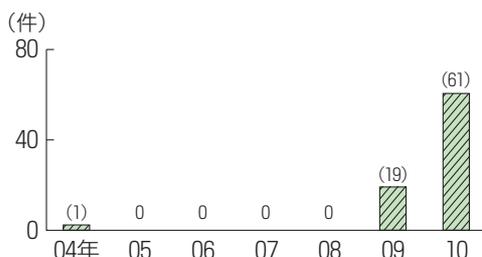
- (1) JA今津町（滋賀県）
- (2) JA十日町（新潟県）
- (3) JAくにびき（島根県）
- (4) JA山口大島（山口県）
- (5) JA大北（長野県）
- (6) 福井県民生活協同組合（福井県）

### おわりに

## はじめに

買い物難民への注目が高まっている。そのことを傍証するために、全国紙に掲載された「買い物難民」という言葉を含む記事の件数を年次別に集計した（第1図）。2004年に初めて1件の記事が掲載されたが、05年から08年までは0件であり、買い物難民は注目されてこなかった。09年にこの状況が一変し、19件の記事が掲載された。買い物難民への注目は10年になっても衰えず、10年8月17日時点で既に61件もの記事が掲載されている。このように買い物難民は近年にわかに注目を浴びることとなった。

第1図 「買い物難民」を含む新聞記事の件数



資料 日経テレコン検索結果

(注) 検索範囲は読売、朝日、日経、毎日、産経の5全国紙。  
検索日は10年8月17日。

本稿では、買い物難民について以下のよ  
うな構成で論じる。まず、買い物難民の定  
義等について整理する。次に、経済産業省  
の研究会が打ち出した買い物難民の問題を  
克服するための方策について紹介する。そ  
の上で、条件不利地域の協同組合が買い物  
難民の問題に取り組んでいる事例について  
詳述する。本稿で事例を条件不利地域の協  
同組合に絞り込んだ理由は、買い物難民と  
いう言葉が注目されるはるか以前からこの  
問題に直面してきた地域が条件不利地域で  
あり、また協同組合はそこで暮らす人々の  
より良い生活のための相互扶助組織だから  
である。最後に、条件不利地域の協同組合  
が買い物難民の問題解決に取り組む意義と  
課題を考察する。

(注1) 本稿でいう条件不利地域とは農林水産省の  
農業地域類型コード第1次分類が3（中間農業  
地域）または4（山間農業地域）である地区を  
含む区市町村である。

(注2) 笹井（2010）は「過疎化が進んだ農村部  
においては従来から同様の問題（筆者注：買い物  
難民の問題）が発生していた」と指摘している。  
一方で、笹井が論じている対象は、「大都市郊外  
の団地やかつてのニュータウン」における買  
物難民の問題である。このように買い物難民の

問題は農村部ではなく都市部の問題ととらえられる傾向がある。

## 1 買い物難民をめぐる状況

### (1) 買い物難民とは

買い物難民とは何か。関連分野の先行研究等を参考にして、その定義を試みたい。

岩間（2010）は、フードデザート（食の<sup>注3</sup>砂漠）について、「自家用車や公共交通機関を利用できないいわゆる社会的弱者が集住し、かつ生鮮食料品へのアクセスが極端に悪い地域」と定義している。

杉田（2008）は、「商店街の衰退・都市の変貌は、人に、なかでも最も弱い人々に、しわ寄せをもたらし」、その結果「買物に特別な苦勞を感じることなしに、日々の生活を送る」ことのできない『買物難民層』が広範に生まれた」とする。そして買い物難民の「筆頭に属するのは、高齢者である」と述べている。

また、新聞記事では、「商店街の衰退に、消費の冷え込みによる大型店の撤退が追い打ちをかけ、高齢者が日々の買い物に困るようになってきた。まさに『買い物難民』という事態が全国で生まれている。」（読売新聞09年6月2日付）と論じられている。

これらの指摘を踏まえれば、買い物難民とは、「徒歩圏内に食料品店等がない地域に居住し、かつ自家用車や公共交通機関等の移動手段を持たないがゆえに、買い物に際して身体的・経済的・精神的な苦勞を伴わざるを得ない高齢者」と定義できるだろう。

（注3）「フードデザート（food desert）」という買い物難民の類語を含む新聞記事も09年ごろから散見されるようになった。

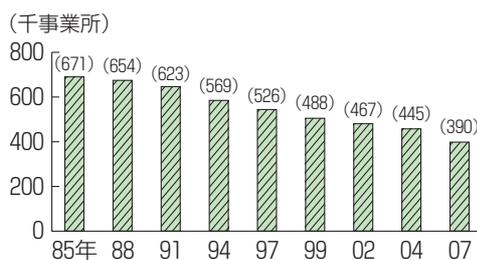
### (2) 買い物難民が発生した背景

買い物難民が発生した主な要因は、かつて地域に存在した商店が消滅したことにある。第2図は経済産業省の商業統計から飲食料品店数の推移をまとめたものであるが、85年には全国に671千事業所存在した飲食料品小売業が、07年には390千事業所まで減少した。この期間に281千事業所、割合にして約42%の事業所が消滅したのである。

00年に大規模小売店舗法（大店法）が廃止され、郊外への大型量販店の進出が加速した。また、大型量販店の進出だけでなく、商店の後継者不足や、自動車に依存するライフスタイルの定着等の複数の要因が重なり、既存の商店街が衰退したのである。

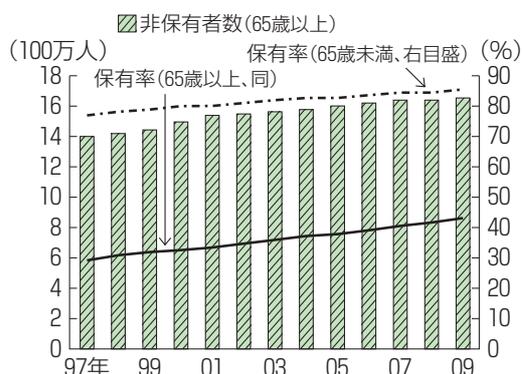
高齢者が買い物難民となるか否かの重要な分かれ目は、移動手段の有無である。近隣に商店のない地域に居住している高齢者でも、移動手段さえあれば買い物難民とならずに済む可能性が高い。そこで、高齢者の移動手段の有無を運転免許の保有状況からみると、65歳以上の保有率は上昇してい

第2図 飲食料品小売業の事業所数の推移



資料 経済産業省『商業統計』

第3図 運転免許保有状況



資料 警察庁「警察白書」

るが、65歳未満の保有率よりも大幅に低い(第3図)。また、65歳以上の免許非保有者数は増加している。それゆえ、買い物難民となる高齢者の割合は今後低下する可能性がある一方で、高齢化の進展により買い物難民の絶対数は増加するとみられる。

また、家族構成という観点から考えると、今後も進むと予想される核家族化は高齢世帯<sup>(注4)</sup>の増加を引き起こし、買い物難民を増加させる可能性がある。

(注4) 高齢世帯とは、高齢単身世帯(65歳以上の者1人のみの一般世帯<他の世帯員がないもの>)、および高齢夫婦世帯(夫65歳以上、妻60歳以上の夫婦1組の一般世帯<他の世帯員がないもの>)を指す。

## 2 地域生活インフラを支える流通のあり方

買い物難民の問題を解決すべく行政が動き始めている。経済産業省では09年11月に「地域生活インフラを支える流通のあり方研究会」を設置し、10年4月まで集中的に議論を行った。そしてこの議論を踏まえて、同研究会は10年5月に報告書を取りま

とめた。その内容を簡単に紹介する。

### (1) 小売店の現状と買い物難民

同報告書では、流通と買い物難民の状況を農村部と都市郊外に分けて整理している。

農村部では、過疎化が進展し、商圏人口の確保が難しくなったため、地元の商店の経営が困難になっている。また、住民の多数を占める高齢者の食料消費量が少ないことや、車を保有する若年層が郊外型量販店へ買い物に行くことも、地元の商店が営業を続けていくだけの需要の確保を難しくしている。このような事情によって、農村部では地元の商店が消滅し、買い物難民が発生しているとする。

都市郊外では、団塊の世代が定年を迎え、高齢化や人口減少が急激に生じており、それらの現象に対する対策が後手に回っている。スーパーが撤退した団地等で買い物に関して既に深刻な問題が生じつつある。都市郊外の高齢化が進むにつれ、かつては容易であった店舗にアクセスすることが困難になる人の数が急速に増大する。それゆえ、都市郊外では買い物難民の問題に対して喫緊の対策を講じる必要があるとする。

### (2) 小売店の見通しと買い物難民

同報告書では、今後の小売店の見通しを示している。近年、小売店では売上が伸び悩む一方で、売り場面積の拡大が続き、面積当たりの売上が減少している。このような環境下では、競争力の劣る小売店は淘汰され、閉店が増えることが予想される。

実際、中小小売業者を中心として、小売店の閉店や撤退は始まっている。今後、高齢化と人口減少によって、小売業の売上は中長期的に減少し、撤退や閉店が一層増加する可能性がある。高齢化が進む中で小売店の撤退や閉店が続くならば、買い物難民の問題は一層深刻化すると懸念される。

### (3) 4つの新たな流通形態

同報告書では、買い物難民の問題を解決すべく、①宅配サービス、②移動販売、③店への移動手段の提供、④便利な店舗立地、という4つの新たな流通形態をその特徴と課題とともに提示している。

これら4つの新たな流通形態を持続可能なものとするために、行政、商店街、NPO等の多様な組織による官民協働の重要性や、社会インフラを維持する観点から行政が補助金を交付する必要性を指摘している。

## 3 買い物難民に対する協同組合の取組事例

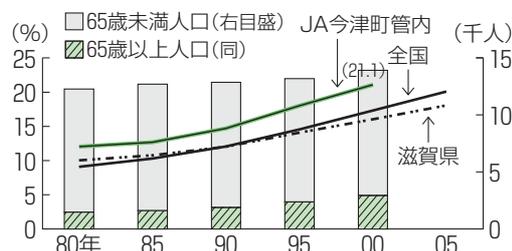
以下では、飲食料品店が存在しない空白地域が生まれている条件不利地域において、買い物難民の問題に取り組んでいる協同組合の事例を6つ紹介したい。

### (1) JA今津町(滋賀県)

#### a 地域の概要

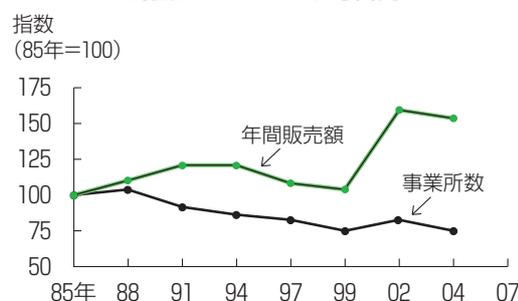
JA今津町は、滋賀県北西部の高島市今津町を管内とする。管内の65歳以上の人口

第4図 人口と高齢化率の推移  
—JA今津町管内—



資料 総務省「国勢調査」  
(注) 市町村合併により今津町が消滅したため、05年のJA今津町管内の値は不明。

第5図 飲食料品小売業の事業所数・販売額の推移  
—JA今津町管内—



資料 経済産業省「商業統計」  
(注) 市町村合併により今津町が消滅したため、07年のJA今津町管内の値は不明。

をみると、80年の1,480人から00年の2,935人へと倍増し、高齢化率は12.1%から21.1%へと上昇した。

また、管内の飲食料品小売業の状況についてみると、事業所数は85年を100とすると04年には75へと減少し、年間商品販売額は85年を100とすると04年には153へと増加しており、事業所数の減少と年間商品販売額の増加がみられる。つまり、小規模な事業所の淘汰と大規模な事業所への集約が進んでいる。

#### b 取組開始の契機

JA今津町が経営するAコープ今津町店では、利用者から電話で注文を受けた食料品

を翌日に利用者の自宅へと配達する食材宅配サービスを行っている。

Aコープ今津町店では、従前から老人福祉施設や学校給食などB to B（企業と企業の取引）の食材配達を行ってきた。そして約10年前から、Aコープ今津町店に来店した利用者が購入した重い荷物を利用者の自宅へ配達するB to C（企業と個人の取引）のサービスを始めた。そしてその取組みを進展させ、06年から電話注文を受けて食材を宅配するサービスを開始した。

### c 取組みの内容

食材宅配サービスの対象地域は、今津町全域およびAコープ今津町店から半径15km圏内の地域である。

食材宅配サービスの利用者は186人が登録しており、そのうち恒常的な利用者は20～30名である。車がなく、かつ子ども世代と同居していない世帯の高齢者が食材宅配サービスの中心的な利用者である。

一度に2,000円以上購入すれば宅配料が無料となるので、利用者の購入単価は2,000～3,000円である。代金決済は現金決済と口座振替が選択できるが、口座振替の利用者のほうが多い。口座振替ではJAにある利用者の貯金口座から決済している。

食材宅配サービスでは専属宅配員として3人を雇用しており、宅配は冷蔵車と軽貨物車によって行っている。

### d 取組みの特徴

食材宅配サービスは、組合員として農協

事業を支えてこられた方への高齢化対策の一環であり、併せて35年前に開店してから現在まで長期間Aコープ今津町店で利用のあった利用者への利益還元という性格が強い。

食材宅配サービスの対象となるのは、集落組織を通じて月1回配布されるJA今津町の広報に挟み込むチラシや、1か月に1回の新聞折込みチラシに載せている商品だけでなく、Aコープ今津町店が取り扱っているすべての商品である。

また、利用者から電話注文を受けるスタッフは、利用頻度の高い利用者の嗜好を熟知するようになり、例えば「何かお昼に食べるものを持ってきて」等の漠然とした注文に対しても、きめ細やかな対応ができています。

### e 取組みの課題

Aコープ今津町店から最も離れている今津町西地区の4つの集落までは片道30分を要する。これらの集落には飲食料品店がないため、食材宅配サービスへの期待は大きい。しかし、これら辺縁部の集落に居住する利用者は少数であり、食材宅配サービスの売上高は小さい。一方で、食材宅配サービスに要する人件費などのコストは多大である。従って、食材宅配サービスのみから収益を上げるのが困難である。今後は、食材だけでなく他の日用品等へも範囲を広げること等により、利用者の宅配サービスの利用率を向上させ、収益構造を多少なりとも改善させることが課題となっている。

現在、行政から補助金等は交付を受けて

いないので、今後は利用できる行政支援があれば、それを利用することも視野に入れる必要がある。

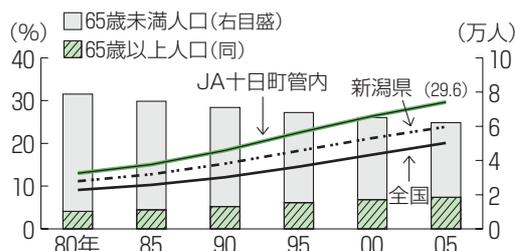
## (2) JA十日町 (新潟県)

### a 地域の概要

JA十日町は、新潟県南部の十日町市を管内とするJAである。管内の65歳以上の人口をみると、80年の10,262人から05年の18,398人へと1.8倍に増え、高齢化率は13.0%から29.6%へと上昇した(第6図)。

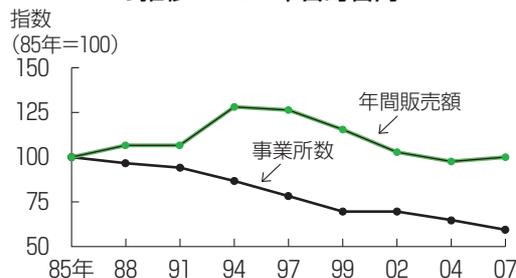
また、管内の飲食料品小売業の状況についてみると、事業所数は85年を100とすると07年には59へと減少し、年間商品販売額は85年を100とすると、94年に128まで増加したものの、07年には100へと戻った(第7図)。管内の飲食料品小売業は、94年以降、事業所数と年間商品販売額の双方の減少が

第6図 人口と高齢化率の推移  
—JA十日町管内—



資料 第4図に同じ

第7図 飲食料品小売業の事業所数・販売額の推移  
—JA十日町管内—



資料 第5図に同じ

みられる。

### b 取組開始の契機

JA十日町は、車を保有している人が今より少なかった約30年前に、車を持たない人や、農作業が忙しく買い物に行く余裕のない人のために移動購買車の運行を始めた。現在では、JA十日町の子会社でAコープを経営している株式会社ラポート十日町が、3台の移動購買車(ラポート号1号、ラポート号2号<sup>(注5)</sup>、ひまわり号)を運行している。

### c 取組みの内容

移動購買車が巡回する地区は、十日町市中心街から離れた松代地区、松之山地区、中里地区、および十日町吉田地区、川西仙田地区、白倉地区である。

3台の移動購買車はAコープ松代店、松之山店、中里店から飲食料品を積み込み、飲食料品店がない集落を巡回する。移動購買車は月曜から土曜まで週6日運行し、1つの集落を週2回訪れるコースで巡回する。

1台の移動購買車は1日に10~12か所(午前5~6か所、午後5~6か所)を巡回し、1か所当たり5名前後の利用者がいる。利用者は高齢単身世帯の70歳代の人が多い。移動購買車の利用者の購入単価は2,000円程度であり、Aコープ店舗の利用者の購入単価(約1,700円)よりも高い。代金決済は現金のみである。なお、1台当たりの年間売上高は2,000~2,500万円である。

移動購買車の車両はマイクロバスを使用している。車内には通常の商品棚だけでな

く、精肉や鮮魚用の冷蔵ケースも据え付けられている。利用者は車両後方の入口から乗り、商品を選び、レジで精算を済ませて、車両前方の出口から降りる。

それぞれの移動購買車には専従職員が1人ずつ配置され、商品の積み込み、バスの運転、レジ打ちまで1人ですべての業務を行う。移動購買車に積み込まれる商品は生鮮品の割合が若干低い、Aコープ店舗の商品構成に準拠したものとなっており、アイテム数は500種類程度である。

#### d 取組みの特徴

JA十日町では10年4月から「高齢者支援事業」を実施している。支援の対象はJAに年金受取口座を持つ70歳以上の人であり、会員証を交付している。利用者が移動購買車で会員証を提示すると買い物代金が5%引きになる特典を受けられる。

移動購買車の巡回ルートは、JAの支店長や地域の組合員の意見を汲み上げて決めている。飲食料品店が存在している地域は移動購買車で買い物支援を行う必要がないため巡回せず、移動購買車を切実に必要としている集落を重点的に巡回コースに組み入れている。移動購買車は既存の飲食料品店と役割を分担して、地域の買い物インフラを維持しているといえよう。

#### e 取組みの課題

組合員の生活の質を維持・向上させることが協同組合の使命であることから、営利を目的とする事業者のように、大きな売上

がある大規模な集落のみを巡回するわけには行かず、売上が少ない小規模な集落もまた巡回せざるをえない。当然の結果として費用がかさむ割に利益が見込めない。従って、移動購買車の事業を安定的に継続していくには、収益構造の改善が課題となる<sup>(注6)</sup>。

移動購買車の利用者には、食材を購入して自分で調理するよりも、多種類の調理済み総菜を少量ずつ購入したいというニーズがある。現時点ではこのニーズに十分にこたえられていない状況である。そこで、コンビニや量販店等と提携して、それらの業態が取り扱っている総菜を移動購買車に積み込んで販売する等の解決策を模索している。

(注5) ラポート号2号は、Aコープ店舗の閉鎖に際して、地域の買い物インフラを維持する代替策として09年4月に導入された。

(注6) (株)ラポート十日町が手掛ける冠婚葬祭事業は黒字であり、移動購買車が赤字でも事業を継続できる環境にある。

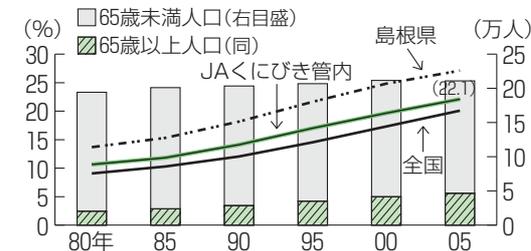
### (3) JAくにびき(島根県)

#### a 地域の概要

JAくにびきは、島根県東部の松江市と東出雲町を管内とする。管内の65歳以上の人口をみると、80年の20,652人から05年の46,650人へと2.3倍に増え、高齢化率は10.6%から22.1%へと上昇した(第8図)。

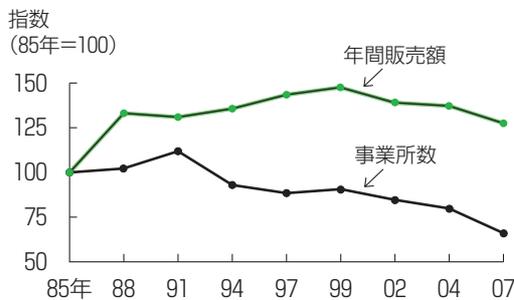
また、管内の飲食料品小売業の状況についてみると、事業所数は85年を100とすると07年には66へと減少し、年間商品販売額は85年を100とすると07年には127へと増加した(第9図)。管内の飲食料品小売業では、事業所数の減少と年間商品販売額の増

第8図 人口と高齢化率の推移  
—JAくにびき管内—



資料 第4図に同じ

第9図 飲食料品小売業の事業所数・販売額の推移  
—JAくにびき管内—



資料 第5図に同じ

加がみられる。

### b 取組開始の契機

JAくにびきでは、組合員の利便性を損なうことなく金融店舗の統廃合を進めるために、08年9月に移動金融購買車「サンサン号」を導入した。この導入により、かつては金融サービスのみを提供していた地域において、組合員は金融だけでなく、購買のサービスを楽しむことができることとなった。

### c 取組みの内容

「サンサン号」はAコープから飲食料품을積み込み、金融店舗を廃止した地区や、飲食料品店がない地区を、月曜から金曜の週5日巡回する。

巡回コースは北部コース、南部コース、島根半島コースの3コースがあり、いずれも管内の辺縁部である。曜日によってどのコースを巡回するかが決められている。それぞれのコースの巡回場所は5か所程度であり、1か所当たり6人程度の利用者がいる。利用者は年金を受給できる年齢の女性が多く、子ども世代と同居していない世帯の人が目立つ。

「サンサン号」の車両は低床3トントラックであり、営業する際には車幅が広がる仕組みになっている。車内は商品棚、冷蔵・冷凍ケースがある購買店舗部分と、金融端末がある金融店舗部分に分かれている。また、事故防止を図るための諸設備も搭載している。「サンサン号」には、運転手、金融事業のテラー、購買事業のレジ係の3人が乗務している。

金融事業では普通貯金の入出金、定期貯金の出金、公共料金の収納を行っている。購買事業では小型店舗並みのアイテム数の商品を積み込んでいるが、利用者から積み込んでいない商品の注文を受けた場合には次回の巡回時に届ける体制を整えている。なお、購買事業の代金決済は現金のみであり、購入単価は1,000円前後である。

### d 取組みの特徴

「サンサン号」の巡回コースには他業態金融機関が撤退した地域が含まれている。その地域を巡回することによって、JAは年金口座の獲得で大きな成果を挙げられた。

### e 取組みの課題

金融事業については、金融店舗の維持と比べて、「サンサン号」はコスト削減に寄与した。一方で、利用者数が導入計画を下回っているため、組合員の利便性を損なわず、かつJAにとって効率的な巡回ルートの構築が課題である。

購買事業については、夏期に冷蔵・冷凍ケースの結露によって商品が濡れたり、高温でチョコレートが溶けたりする等の想定外の問題が生じた。また、コースによって購買単価や売れ筋商品が異なることも判明した。そのため、商品特性や地域特性に応じたノウハウの蓄積が課題である。

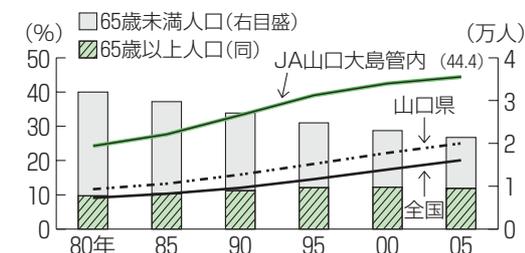
## (4) JA山口大島 (山口県)

### a 地域の概要

JA山口大島は、山口県の南東部の瀬戸内海に浮かぶ島にある周防大島町を管内とする。04年2月に島の東部にあった旧JAマルトウ東和町を統合して現在のJAとなった。管内の65歳以上の人口をみると、80年の7,767人から05年の9,502人へと1.2倍に増え、高齢化率は24.3%から44.4%へと上昇した(第10図)。

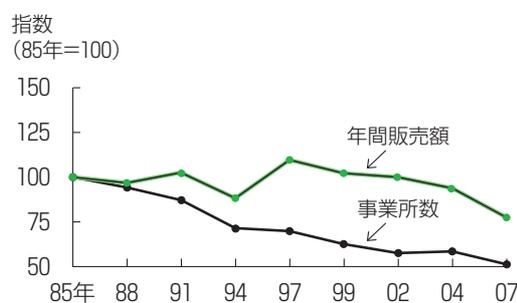
また、管内の飲食料品小売業の状況についてみると、事業所数は85年を100とすると07年には51へと減少し、年間商品販売額は85年を100とすると97年に110となったものの、07年には78へと減少した(第11図)。管内の飲食料品小売業は、97年以降に事業所数と年間商品販売額の双方の減少がみられる。

第10図 人口と高齢化率の推移  
—JA山口大島管内—



資料 第4図に同じ

第11図 飲食料品小売業の事業所数・販売額の推移  
—JA山口大島管内—



資料 第5図に同じ

### b 取組開始の契機

周防大島は入り江ごとに集落が点在し、入り江の間は山で隔てられている。飲食料品店やJAの店舗がない集落からそれらがある集落へと移動するのは、高齢者にとって非常に困難を伴う。厳しい状況に置かれた高齢者の利便性を向上させることを目的として、JA山口大島は01年11月にJAで初めて移動金融購買車ふれあい号を導入した。JAの店舗再編のために、ふれあい号を導入したわけではない。

また、JA山口大島はふれあい号だけでなく、旧JAマルトウ東和町が01年7月に導入したマイクロバス型の移動購買車のんた号も運行している。

### c 取組みの内容

ふれあい号は、Aコープから食料品を積み込み、飲食料品店がほとんどない地区を月曜から土曜まで週5日巡回する。1日の巡回場所は最大9か所であり、1か所の巡回場所を週1回もしくは2回巡回する。ふれあい号には、運転手、金融事業のテラー、購買事業のレジ係の3人が乗務している。のんた号は、旧JAマルトウ東和町管内にあるAコープ店舗から食料品を積み込み、運転手兼レジ係1名で同様に巡回する。

ふれあい号・のんた号の利用者は80歳前後の高齢者の女性が多い。購買事業の利用者は1か所の巡回場所につき6～9人であり、購入単価は約1,500円である。代金決済は現金のみである。09年度の購買事業の売上高は、ふれあい号が約2,600万円、のんた号が約2,700万円であった。

### d 取組みの特徴

ふれあい号・のんた号では、精肉、鮮魚、青果の生鮮食料品をすべて取りそろえている。また、JA山口大島には総菜センターがあり、自家製の総菜やお弁当も、ふれあい号・のんた号で販売し、利用者に好評を博している。地域の祭事や盆正月には、お酒や仕出し料理の注文販売を受け付ける等、ふれあい号・のんた号では地域の利用者の生活に密着したサービスを提供している。なお、商品の価格は基本的にAコープ店舗の通常価格となっている。

JA山口大島では、ふれあい号・のんた号の運行に関して、行政からの補助を全く

受けていない。中途半端な金額の補助を受けることによって、行政の意向を汲まざるを得なくなり、経営の自由度が制限される可能性を排除できないからだというが、行政が車両購入費や人件費を全額負担する等、十分な金額の補助ならば、JA山口大島はその受給を検討するという。

### e 取組みの課題

ふれあい号の導入から10年近くが経過し、車両の老朽化が進んでいる。一方、周防大島町では年間約600名が亡くなることから、利用者数が減少している。そのため新たな車両を導入するわけにはいかず、既存の車両を保守・点検して稼働を続けている状況にある。

また、ふれあい号・のんた号の事業から利益を挙げることは難しいので、地域住民や組合員の生活に貢献するためと割り切った姿勢で取り組むことが必要となる。

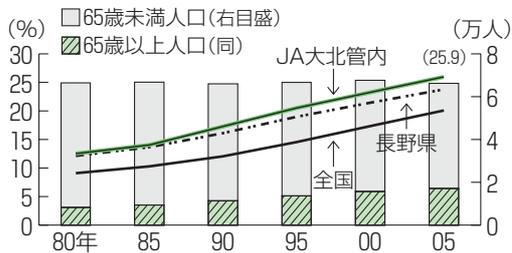
## (5) JA大北 (長野県)

### a 地域の概要

JA大北は、長野県北西部の大町市と北安曇郡(池田町、松川村、白馬村、小谷村)を管内とするJAである。JA大北管内の65歳以上の人口をみると、80年の8,332人から05年の17,192人へと2.1倍に増え、高齢化率は12.5%から25.9%へと上昇した(第12図)。

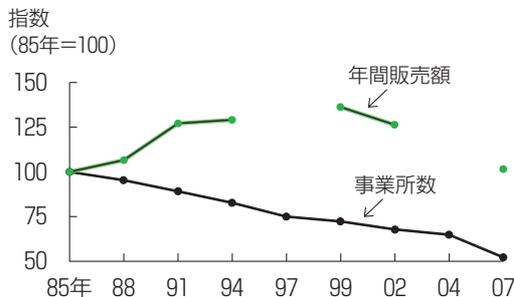
また、管内の飲食料品小売業の状況についてみると、事業所数は85年を100とする07年には53へと減少し、年間商品販売額は85年を100とする09年に137となったも

第12図 人口と高齢化率の推移  
—JA大北管内—



資料 第4図に同じ

第13図 飲食料品小売業の事業所数・販売額の推移  
—JA大北管内—



資料 第5図に同じ

(注) 85年=100とした指数である。なお、年間販売額については、97年の大町市、及び04年の八坂村の値が統計表に記載されていないため、線をつなぐことができない。

の、07年には102へと戻った(第13図)。管内の飲食料品小売業は、99年以降に事業所数と年間商品販売額の双方の減少がみられる。

### b 取組開始の契機

JA大北における移動購買車には長い歴史がある。1966年3月1日にJA大北が誕生し、同年8月10日に最初の移動購買車の運行が始まり、同年中に3台へ増車した。なお、この時の車両はマイクロバスを使用していた。<sup>(注8)</sup> 移動購買車導入の目的は中山間地の小集落に居住する組合員家庭の生活の便を図ることであった。現在、JA大北では大町市八坂地区と小谷村で移動購買車を

運行している。

### c 取組みの内容

以下では、ヒアリングした大町市八坂地区で運行している移動購買車について述べる。

八坂地区には生鮮食料品を販売している店舗がない。また、八坂地区は非常に高齢化が進んでおり、80歳代以上の高齢者が多く居住している。そのため、移動手段を持たない高齢者は日々の買い物をJA大北の移動購買車に依存している。

移動購買車はAコープときわ店から商品を積み込み、火曜から金曜の週4回運行している。なお、商品の積み込み、運転、レジ打ちを1人のスタッフが担当している。

移動購買車の巡回ルートは曜日ごとに決まっており、1日に10~16か所を巡回する。巡回場所は集会所のような公共の場所だけでなく、個人の庭先へも巡回する。巡回場所ごとの巡回時刻を一応決めているが、移動購買車のスタッフと会話を楽みたい高齢者が多いため、各巡回場所で予定以上の時間を要することが多く、巡回時刻が後ろ倒しになる傾向がある。

移動購買車では豆腐、納豆、牛乳等の日配品、精肉、鮮魚、青果の生鮮3品を中心とした品揃えで、アイテム数は約300種類である。なお、弁当や総菜は販売していない。移動販売車の販売価格はAコープ店頭通常価格である。利用者の購入単価は約2,000円であり、移動購買車の年間売上高は約1,000万円である。代金決済は現金払いが大

宗を占めるが、一部の利用者は口座引き落としを利用している。

#### d 取組みの特徴

組合員の生活のためというJA大北が移動購買車に取り組む目的は、現在でも変わっていない。移動購買車は単に高齢の組合員に買い物の場を提供するのみならず、スタッフと利用者の対面コミュニケーションを通じて利用者の安否確認という社会福祉的な役割も果たしている。

移動購買車では利用者の生活に合わせ、巡回時刻等を柔軟に変更している。例えば、敬老会等の行事が催される日には、利用者が家を離れ、移動購買車を利用できないため、運行を別の日に振り替える等の対応をしている。

#### e 取組みの課題

移動購買車の利用者には巡回の頻度を増やして欲しいと思っている人がいるが、その要望にこたえることはスケジュール的に難しい。移動購買車の車検や修理に備えて予備日として空けてある月曜や土曜に稼働させなければならないからである。

かといって増車することも難しい。死亡によって移動購買車の利用者数が減少しており、売上が増加することは望みにくい。それに加えて、移動購買車の収支は赤字であり、赤字幅を縮小させなければ、事業の継続自体が困難に直面するからである。

(注8) 08年からJA大北では1.5トントラックを大町市八坂地区の移動購買車として運用している。この車両の導入に際して大町市から金銭面での

支援を受けた。

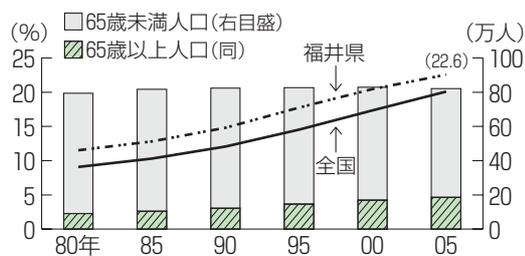
### (6) 福井県民生生活協同組合（福井県）

#### a 地域の概要

福井県民生生活協同組合（以下「県民生協」という）は福井県全域を事業地域とする生協である。県民生協は、食料品スーパー業態の店舗「Hearts（ハーツ）」を、福井市、鯖江市、越前市、敦賀市、坂井市に計6店展開しているが、県民生協の組合員は福井県全域に居住している。Heartsが出店していない郡部等に居住している組合員は、県民生協の無店舗事業（共同購入、個配）を利用してきた。

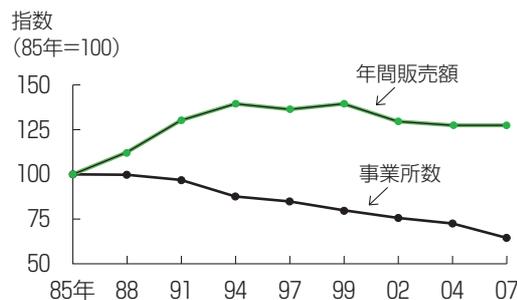
福井県の65歳以上の人口をみると、80年の91,595人から05年の185,501人へと2.0倍に増え、高齢化率は11.5%から22.6%へと上

第14図 人口と高齢化率の推移  
—県民生協管内—



資料 第4図に同じ

第15図 飲食料品小売業の事業所数・販売額の推移  
—県民生協管内—



資料 第5図に同じ

昇した（第14図）。

また、福井県の飲食料品小売業の状況についてみると、事業所数は85年を100とすると07年には65へと減少し、年間商品販売額は85年を100とすると99年に141となったものの、07年には128へと戻った（第15図）。福井県の飲食料品小売業では、99年以降に事業所数と年間商品販売額の双方の減少がみられる。

#### b 取組開始の契機

県民生協には、店舗の無いエリアの組合員から出店を期待する声が寄せられていた。組合員へ公平なサービスを提供する観点から、それらの声へ対応すべきだが、新規出店には多大な費用を要し容易ではない。

また、県民生協は、郡部を中心とした中山間地域には生協や他の飲食料品店がなく、高齢化が進んでいるため、買い物に困っている多くの組合員がいると考えていた。

そこで、県民生協は、新規出店に比べて少ない費用で組合員に買い物の機会を提供するために、トラック型の移動店舗であるハーツ便の運行を09年10月に開始した。

運行開始時にはハーツ便は3台だったが、組合員や地域住民から圧倒的な支持があり、10年8月時点で既に8台まで増車している。県民生協では、急成長を遂げるハーツ便を、店舗事業、無店舗事業に続く第3の柱と位置づけ、その一層の拡充に努めている。<sup>(注9)</sup>

#### c 取組みの内容

ハーツ便は3つのエリア（福井、丹南、嶺南）にある4つのHearts店舗（羽水店、はるえ店、たけふ店、つるが店）に2台ずつ配置されている。それぞれの所属する店舗から食料品を積み込み、曜日ごとに決められた地域を巡回する。

Hearts店舗から巡回する地域まで移動するのに30～40分要するが、それぞれの巡回場所間の距離は短いので効率的な巡回が可能である。県民生協が限界集落のある地域も含めて短期間に効率的な巡回ルートを構築できたのは、無店舗事業で培われた配送インフラが基盤にあったからである。<sup>(注10)</sup>

ハーツ便1台の1日当たりの利用者は60～70人で、巡回場所は約10か所である。利用者の購入単価は約2,000円で、Hearts店舗よりも高い。ハーツ便の利用者は高齢の女性を中心であり、水産物や惣菜を購入する割合がHearts店舗よりも大きい。

ハーツ便の売上が特に好調な日には、巡回の途中でHearts店舗から商品の補充を受ける。商品の補充はHearts店舗のアイドルタイムである13～15時に行われる。

#### d 取組みの特徴

ハーツ便は単に食料品を組合員へ供給するだけではない。ハーツ便の巡回が地域コミュニティ維持に寄与している。ハーツ便の巡回時刻になると、地域の高齢者が巡回場所に集まってくる。その場で自然と井戸端会議が始まり、ハーツ便をきっかけとして住民同士の交流が深まっている。

ハーツ便はPOSレジと売上情報の蓄積システムを搭載している。これによって販売状況を逐次把握でき、巡回途中での商品の補充や、売れ筋を分析して地域ごとに商品構成を変更することが可能となる。

県民生協は、福井県の「集落移動販売システム整備モデル事業」を利用し、福井市川西地区でハーツ便を巡回させている。福井県は川西地区を巡回するハーツ便の人件費を支援しており、県民生協は行政の支援を上手に利用しながら、地域住民の生活に資するハーツ便を運行しているといえよう。

#### e 取組みの課題

生協の店舗事業は全国的にみて赤字である一方、無店舗事業は黒字である。県民生協も例外ではなく、店舗事業は他のスーパーとの価格競争にさらされている。しかし、県民生協の移動店舗ハーツ便は他のスーパーと差別化を図る有力なツールとなりうる。それゆえ、導入後数年間は減価償却費の負担が重くのしかかるけれども、ハーツ便を新たな収益事業として確立することが、県民生協にとっての当面の課題である。

(注9) 15年までにハーツ便を20台へ増車する計画である。

(注10) 10年現在、福井県には限界集落が103集落あるが、そのうち37集落をハーツ便が巡回する。年に4～5集落のペースで限界集落が増加しているが、県民生協では将来的にはすべての限界集落をハーツ便が巡回する体制を構築したいと考えている。

## おわりに

経済産業省の報告書が指摘するように、補助金がなければ、買い物難民の問題に対して移動販売等の取組みを持続的に行うことは困難な面がある。つまり、これらの取組みから利益を上げることは難しく、営利を第一義とする事業者はこれらの取組みへ参入しづらいといえる。

一方、JAや生協は営利企業ではなく、組合員間の相互扶助を旨とする協同組合である。協同組合が買い物難民の問題に対して移動販売等に取り組むことは、組合員の生活の維持に寄与する。それゆえ、協同組合による取組みには、組織の性格に照らして極めて高い妥当性があるといえる。<sup>(注11)</sup>

とはいえ、協同組合は採算を等閑視してはならない。幾つかの事例でみられたように、必要に応じて行政等の力を借りつつ、協同組合に余力のある範囲内で買い物難民の問題に取り組むという姿勢が重要である。これらの取組みを継続するには、協同組合の安定した経営が不可欠だからである。

買い物難民の問題は地域ごとにその相貌<sup>そうぼう</sup>を異にする。従って、問題に対する適切な対応策もおのずと異なる。JAや生協のように地域に根ざした協同組合が、これからも地域の買い物難民の問題に対して適切な対応策を打ち出せる可能性は大きいだろう。

杉田(2008)の題名にある通り、買い物難民の問題は高齢社会が抱える問題の一つの断面である。わが国では今後も高齢者が

増えていくため、買い物難民の問題はより深刻な様相を呈するだろう。とはいえ、問題の深刻化を座視せず、適切な取組みを実施すれば、問題の解決は難しくとも、状況を改善させることは可能かもしれない。

買い物難民の問題に対する適切な取組みの萌芽を見いだしたいと考え、本稿では6つの事例を取り上げた。6つとも全国よりも高齢化率が高い地域の事例である。

いずれの事例にも共通することは、買い物難民の問題への取組みが単に食料品を供給するだけにとどまらず、地域社会のつながりの維持や高齢者福祉への寄与という性格を伴っていることである。高齢社会の波頭に位置するこれら6つの地域の取組みは、きずなの希薄化を起因とする行方不明の高齢者についての報道がなされる世相の

下で、これから高齢者が増える地域にとって示唆に富むのではなからうか。

(注11) 小坂田ほか(2004)は、行政が移動販売の委託先としてJA、社会福祉協議会、生協を最も多く挙げていることを明らかにしている。

#### <主要参考文献>

- ・岩間信之(2010)「地方都市に広がる『食の砂漠』」『季刊地域』第1号
- ・岩間信之・駒木伸比古・田中耕市・佐々木緑・池田真志(2010)「特集 食の砂漠:フードデザート」『地理』第55号第8号
- ・小坂田稔・佐藤豊信・駄田井久(2004)「中山間地における地域福祉型移動販売確立に関する考察—岡山県におけるアンケート調査から—」『農村生活研究』第47巻第3・4号合併号
- ・経済産業省(2010)『地域生活インフラを支える流通のあり方研究会報告書～地域社会とともに生きる流通～』
- ・笹井かおり(2010)「『買い物難民』問題～その現状と解決に向けた取組～」『立法と調査』第307号
- ・杉田聡(2008)『買物難民—もうひとつの高齢者問題』大月書店

(いちのせ ゆういちろう)

