

平成24年度 能美市商工会女性部 まちづくり研究会

“買い物弱者支援”の調査研究活動を振り返って

平成25年2月

能美市商工会女性部「まちづくり研究会」

1年間の主な活動

- ① 買い物弱者支援のイメージと思いの合意形成
- ② 県内と全国の事例研究（成功例・失敗例）
- ③ 市内買い物不便地域の現地調査・聞き取り
- ④ 対象地域絞込みと説明会・意見交換会
- ⑤ 2回のモデル販売
(店が無い鍋谷、坂の町緑が丘)
- ⑥ 本格実施に向けた検討会（全6回）
- ⑦ 気づきを共有する研究会（全7回）



2月21日 研究会



3月13日 研究会



5月16日 現地調査



5月16日 現地調査



6月27日 地元意見交換



9月12日 事例研究



11月7日 鍋谷販売



12月21日 鍋谷販売



12月21日 緑が丘販売

拾った買い物弱者の声

- ・ 住民には当初、初対面の集団に対する警戒心が見られたが、話し始めると止まらない。プライベートな内容もどんどん話す。話し相手に飢えている印象。
- ・ 坪野と金剛寺は車で10分のところにショッピングセンターがあるほか、鶴来から買い物バスが来ていて買い物に困っている人がいない。「(坂道の多い)緑が丘の人の方が大変なのでは？」という意見を言う住民もいた。
- ・ 鍋谷に以前鮮魚や食品の移動販売車が来ていたが、売り手が商売のために大口で売ろうとする。高齢者のみの家庭では食べきれず、次第に買わなくなり、業者も来なくなった。困っている人もいる。
- ・ 市がJAに委託して注文を受けた品物を配達している。だが、カタログに記載された販売単位が大きい(米10kg・醤油6本)ため、注文しづらいとのこと。
- ・ 普段の買い物は若い人に頼むが、いつでも好きな時に頼めるわけではなく遠慮もある。

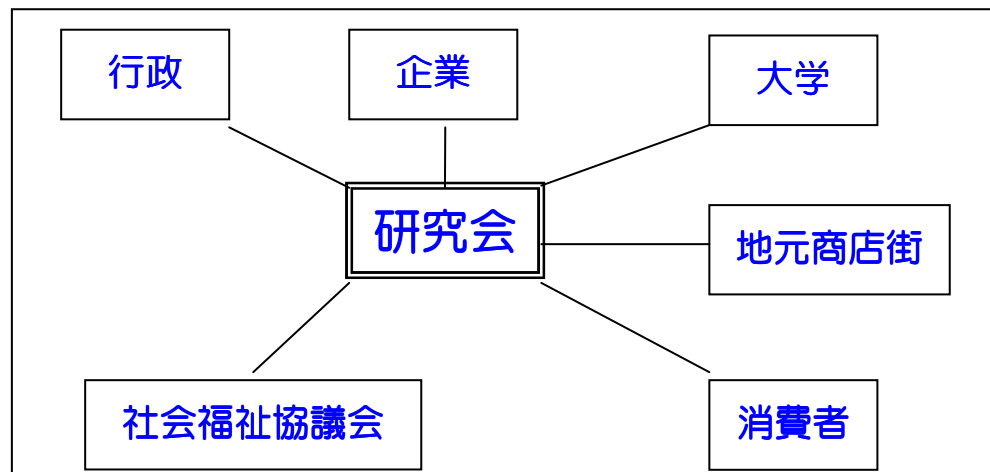
地域福祉委員の声

- ・ のみバスで買い物に出かけることを楽しみにしている人もいる。週に1度ほど。
- ・ 市がJAに委託している注文販売は65歳以上の高齢者のみの家庭と障害者が対象。若い人と同居している高齢者は対象外。
- ・ JAは自宅までの配達なので利用者は家から出ることがない。
- ・ トマトやスイカを作ってもハクビシンなどの動物に食べられてしまう。
- ・ 移動販売を利用しそうな人の家の所在地から考えて、町内8カ所で移動販売車を停車させて欲しい。
- ・ 1~2人分くらいの少量のパック詰め、魚・惣菜・果物、重い物、かさばる物(トイレットペーパー等)を持ってきてほしい。
- ・ 販売するとなれば、有線放送などを利用して町内に周知してもよい。

支援してみた感想

- ・ 活動を継続させたい。現在の研究会の担い手は商工会女性部の役員が中心だが、役員には任期がある。その後も活動が続いていくために何が必要か？
- ・ ある程度利益が出ないと他に手を挙げる人がいない。そもそも利益は出るのだろうか？
- ・ でも研究会の活動は継続して欲しい。世の中の高齢化は続いていくのだから。役員OBも含めた研究会にしていくのが必要だ。任期が終わっても関わっていただけるように。
- ・ やはり行政からの補助金を貰わないと続けられない。
- ・ 市との連携は大事。我々がやっている活動の特徴を市にしっかり知らせたい。JAの注文販売と、我々の移動販売の違いを説明したい。
- ・ 小売店にも今後ボランティア精神を半分は持って欲しいと思う。

来年度目指す連携



- ・ まず月に1回の販売
- ・ いきいきサロンの日程とも合わせる

将来の活動の発展

- ・ 連携を拡大・強化させ、地元能美市の「まちづくり」として活動を発展させる。
- ・ 「移動販売」方式を軸にしながらも、連携先の強みを活かして活動の幅を広げることを探る。
- ・ 山間部で生鮮食品や日用品を販売しつつ、山間部で取れた野菜などを仕入れて街中で販売する可能性を探る。
- ・ 全国各地で苦闘する買い物弱者支援だが、将来の高齢化の進展・買い物弱者の増大を見据えて、いずれ「能美モデル」を構築し、全国に成功事例を指し示す。
- ・ 将来的には、高齢化・人口減少・ライフスタイルの変化に合わせた商店街の維持・活性化、新たな販売スタイルの確立につなげる可能性を探る。

見えてきた大事な点

- ① 能美市全体の山間部や坂が多い町には買い物弱者が存在していることが分かった。買い物弱者は、「買い物をする」「人と話がしたい」「家の近くで自分が商品を選んで買い物をしたい」というニーズも併せ持つことが分かった。
- ② 今は困っていないなくても「10年後が心配だ」という声は研究会やヒアリング調査で何度も聞いた。
- ③ 買い物弱者支援をビジネスとして行なうことは、全国的に見ても、現状では簡単ではない。買い物弱者が多く住む地域は「高齢化」「過疎化」が進行しており、加えて「情報弱者」でもある。大規模なビジネスとしての利益確保は望みにくい。特に、県内の事例では、「移動販売」は赤字を生みやすく継続させているケースは少ない。
- ④ 今後、市内の買い物弱者への支援を継続させ「まちづくり」としてさらに発展させていくためには、行政との協働が不可欠だ。「まちづくり研究会」の行動力、結束力、ボランティア精神と、「行政」の持つ情報、統計数字、補助金を結合させることが不可欠。両者の協働によってさらに活動を発展させ、「能美モデル」とも言うべき買い物弱者支援の成功事例を築いていくことができる。