

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

1. 背景
 - ・ 全国で増え続ける「買い物弱者」
 - ・ 能美市の状況
 - ・ 商工会女性部の思い
2. 事業目的
 - ・ 活動開始に当たって目指したこと
 - ・ 平成24年度の目的
3. 活動内容と工夫したこと
 - ・ これまでの活動の概略
 - ・ 各活動の詳細
4. 成果～1年目の活動から気づいたこと
5. 来年度および将来の展望
6. 資料 モデル販売告知チラシ3種類



平成25年2月 能美市商工会女性部「まちづくり研究会」

1. 背景

1. 全国で増え続ける「買い物弱者」

- ・ 生活必需品である生鮮食品や日用品などを日々購入することに困っている人々は、「買い物弱者」や「買い物難民」と言われ全国で増加している。
- ・ 高齢化や人口減少による小規模小売店の廃業がその原因と言われている。
- ・ その規模は全国で、600万人（経済産業省）とも910万人（農林水産省）とも推計される。経済産業省の推計を見ると、平成14年の350万人から短期間で大幅に増加してきたことが分かる。
- ・ この現象は、「フードデザート（食の砂漠）が全国に広がっている」と表現されることもあり、対策が必要だ。
- ・ そうした中、全国で様々な支援の動きが見られる。経済産業省の調べでは、行政からの補助金・助成金等を受けて支援を行なっているものが全国に365事例ある（平成24年3月集計）。

2. 能美市の状況

- ・ かつて存在していた地域の身近な小売店が減り、車で買い物に行く生活が定着してきた。
- ・ 市内には高齢化率が40%を超える地区もあるなど、高齢化が進んでいる。
- ・ 能美市の行政が平成23年に市内の高齢者の買い物に関する実態調査を行なった結果、「自動車の運転ができなくなったら不安」という回答が多いことが分かった。

3. 商工会女性部の思い

- ・ 地元の買い物弱者の問題について、女性部として支援が出来ないか模索を始めた。
- ・ 他の団体と広く連携して継続していくために「まちづくり研究会」を立ち上げた。

2. 事業目的

1. 活動開始に当たって目指したこと

- ・ 地元の買い物弱者を支援することによる社会貢献。
- ・ 市内事業所の連携による消費拡大と売上増加。
- ・ 他の団体との協働、女性部のネットワーク活用による連携の強化。
- ・ 地元の活性化。

2. 平成24年度の活動目的

- ・ 次年度からのスムーズな本格実施のために、1年を掛けて調査研究を行なう。
- ・ 前半は支援の方法を研究し、後半にはモデル販売を実施する。そして成果をまとめる。



3. 活動内容と工夫したこと

1. これまでの活動の概略

日付	項目	内容
①平成 24 年 2 月 21 日	第 1 回研究会議	能美市社会福祉協議会のボランティアセミナー（春まちぼかぼかプロジェクト）の一環として開催。買い物弱者と支援の方法をイメージして話し合う。山間部の集落に生鮮食品が買える店が無いことを確認した。同協議会との連携は以降も続いている。
②3 月 13 日	第 2 回研究会議	前回グループに分かれて話し合ったイメージの再確認と、買い物弱者への支援方法を具体化。「移動販売」方式が有力な案としてメンバーで合意。
③4 月 2 日	打合せ会議	年間の活動スケジュール決め。先進地視察とモデル販売を盛込んだ。
④5 月 16 日	現地調査と第 3 回研究会議	坪野、金剛寺、鍋谷を回って調査。小グループに分かれながら、出会った住民からヒアリング。結果は、鍋谷には移動販売のニーズがあることが分かった。
⑤6 月 27 日	地元説明会	能美市社会福祉協議会の協力を得て、鍋谷の町内会長、民生委員など 6 名に集まっていた。趣旨を説明して理解をいただき、地元の様子を詳しく教えていただいた。
⑥6 月 28 日	前日の確認会	前日の地元説明会の成果を確認。また、先行して移動販売に取り組んでいる市外の団体を視察することとし、候補を決めた。
⑦7 月 18 日	保健所訪問と打合せ会議	食品の移動販売を行なうに当たって注意すべき点や許可を取るべき点を確認するため、保健所を訪問。また、金沢で買い物弱者支援に取り組む NPO 法人オアシスの活動を視察することを決めた。
⑧9 月 12 日	第 4 回研究会議 先進地事例学習	NPO 法人オアシスより体験談を聞く。当初は訪問を予定していたが、こちらの人数が多いため、金沢よりお越しいただいた。他の団体の事例に関する話も聞いた。

⑨10月22日	直前地元説明会 と打合せ会議	地元の協力者に再度集まっていただき、翌月のモデル販売で扱う品物や地元への告知方法について打合せた。また、それ以後の準備について詳細を決めた。
⑩10月31日	打合せ会議	食品を仕入れる商店「なかお」と打合せ、品物と数量を決めた。また、当日の役割分担とタイムスケジュールを決めた。
⑪11月7日	モデル販売と 第5回研究会議	鍋谷川に沿って集落が細長い鍋谷地区で、地元協力者のアドバイスに従って8カ所で停車して販売。スピーカーで訪問販売を知らせながら車を走らせた。また、事後の研究会議で振返りを行なうとともに、年内に再度モデル販売を実施することを決めた。
⑫12月5日	傾聴講習会	買い物弱者支援の移動販売は品物を売るだけではなく、高齢者の話し相手になる意味も大きいと分かったことから、聴く技術を学んだ。
⑬12月12日	打合せ会議	2回目のモデル販売のための役割分担打合せ。また、次年度に補助金を受けることについても情報交換した。
⑭12月21日	モデル販売と 第6回研究会議	前回の鍋谷に加え、新たに緑が丘でも販売を実施。鍋谷は前回と異なる曜日であったため、新たに出会う人がいた。緑が丘はこの日“いきいきサロン”が開かれており、高齢者が集まっていたことから実施した。
⑮平成25年1月23日	第7回研究会議	次年度の方向性をイメージするに当たり、活動の将来を見通した。連携をさらに広げることや、メンバーが継続して関わっていただける工夫などについて話し合った。補助金を受けることが活動継続のために不可欠だという認識も出た。



2. 各活動の詳細

①平成 24 年 2 月 21 日（火） 第 1 回研究会議

能美市社会福祉協議会のボランティアセミナー（春まちぼかぼかプロジェクト）の一環として開催。

<工夫したこと>

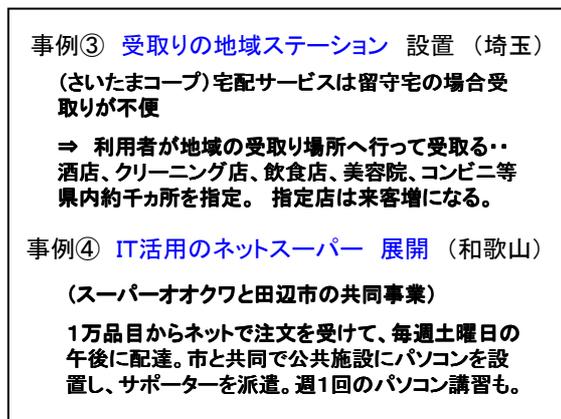
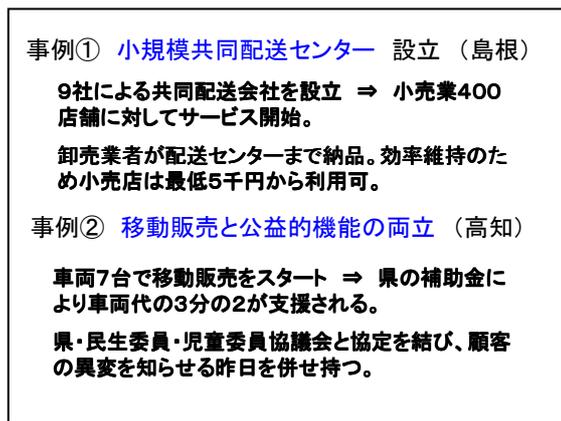
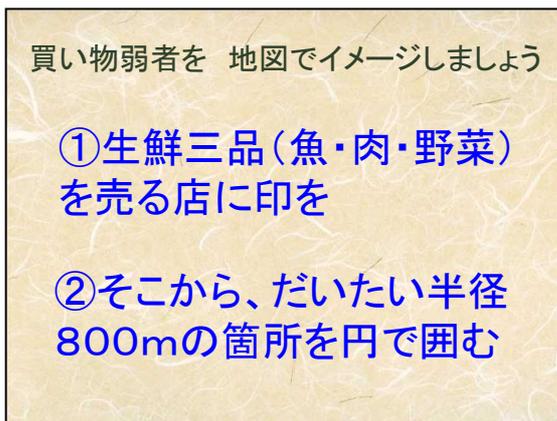
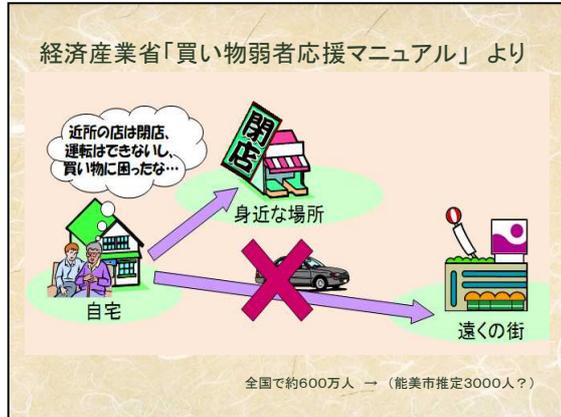
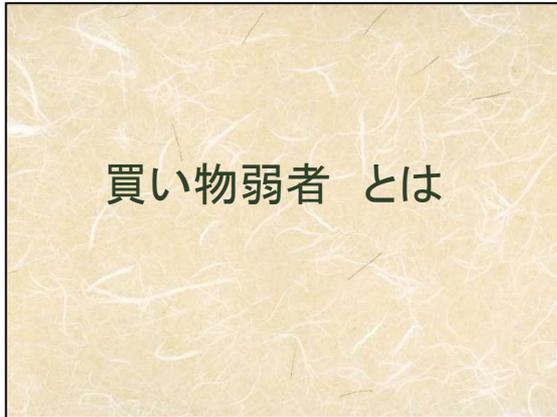
- ・ 市内の地図を拡大したものをグループごとに用意した。生鮮 3 品（精肉・鮮魚・野菜果物）が買える店に印を付け、更にもその周り半径 800 メートルを丸で囲んだ。市内の小売店空白地域が見えてきた。
- ・ グループに分かれ、ワークショップ形式で進行した。
- ・ 全国の事例を見ながら、グループワークで能美市ではどう買い物弱者を支援するか・できるか、将来的にできたら良い支援・すぐにできる支援は何かを考えた。
- ・ 支援のやり方を考える時、「何を」「どれくらい」「誰が」「いつ」「どこで」「どのように」「なぜ」と、できるだけ具体的にイメージしながら話し合った。
- ・ 各グループには、市内 3 地区（根上・寺井・辰口）それぞれの参加者がまんべんなく混じるように構成した。
- ・ 最後に発表してもらい、グループごとの共通点と違いを見た。

<分かったこと>

- ・ 全国の事例から、支援には大きく分けて「店が無い地区に店を作る」「店が無い地区に品物を届ける」「店がある街まで出かけやすくする」の 3 つがあることが分かった。
- ・ 能美市での支援は、「品物を届ける」やり方が無理なくできるやり方だという共通認識が出た。
- ・ 「品物を届ける」場所は、「辰口の山間部」「公民館」「風呂やいきいきサロンなど高齢者が集まる所」という意見が出た。
- ・ 「品物を届ける」方法は、車に積んで届ける「出張販売」という意見が多かった。また、デイサービス事業所に勤める参加者からは昼間に送迎のワゴン車を使えるという話が出た。乗客が少ない“のみバス”を活用しないのはもったいないという意見も複数あった。



◆第1回研究会で用いたスライド



事例⑤ NPO法人による共同店舗 設立（大分）

徒歩圏内に店舗が無い地区で、住民80人が会員となって設立。

日用品を販売 + 地域産品をスーパーでの委託販売に回す + 談話スペース + 共同調理場の併設を検討中



ノーzonくらぶ

事例⑥ その他個別事業者によるもの（全国）

・ヤマザキストアー(Yショップ) JA広島ゆたかがタイアップ

・全日食チェーン 生鮮品加工を一元化。店舗小型化

・セブンミール セブンイレブンの配送網を活用した弁当、惣菜、野菜の宅配サービス

・エブリデイ・ドット・コム インターネット、プッシュホン、電話等で、約3千品目から注文



事例⑦ 社会福祉協議会によるもの（岩手）

社会福祉協議会が電話で注文を受ける ⇒ 地元スーパーでピッキング ⇒ ヤマト運輸に配送を委託
近隣の高齢者が宅配到着時に寄り合う「買い物待ちサロン」が生まれた。配達料金の軽減、安否確認。

事例⑧ 共同でバスを運行（三重）

住民のNPOが主体 + スーパーサンシが協賛。

駅、スーパー、病院、福祉センターを組み込み、市の補助金を利用。

200～300メートルごとにバス停を設置。バス停は私有地を無償で利用させてもらう。

三重(NPO+スーパー)



北海道(生協主体)



組合員は無料、非組合員は200円

千葉(地域住民主体)



茨城(住民+商店街+市)



事例⑨ タクシーやジャンボタクシーを利用

・熊本市 健軍商店街 1日2便、買い上げ品をタクシーにより配送 料金1回300円。うち100円は商店街から補助。未稼働タクシーを利用。配達受付ステーションの設置。

・広島県呉市 ジャンボタクシーを使った「お出かけバス」を運行。NPO法人とまちづくり協議会が主体。1日4回、地区中心のスーパーを基点に、病院や住宅地を巡回。運賃100円。行政からの助成金。地元企業の車内広告収入。住民からの賛助金。

経済産業省「買い物弱者応援マニュアル」で紹介されている全国の事例

行政・異業種・市民団体・他との連携 支援制度の活用
まちづくり団体の設立



では、商工会として、
すぐに取り掛かれることは
何でしょうか？



②3月13日（火） 第2回研究会議

前回グループに分かれて話し合ったイメージの再確認と、買い物弱者への支援方法をさらに具体化。

<工夫したこと>

- ・ グループに分かれてワークショップで進行。
- ・ 初めて参加した人のために、まず前回の振り返りから行なった。
- ・ 前回出た意見をすべて実現させることが将来的な目標かも知れないが、スムーズなスタートを切るために、まずは“無理なく効率的に”すぐに実行可能なやり方を考えようということ冒頭に全員で確認した。
- ・ 考えるための材料として、のみバスのバス停が入った地図・時刻表と、市内町ごとの人口一覧表を配布した。
- ・ 前回の講師（毎田雄一、石川県商工会連合会エキスパート、キャリアコンサルタント）がアドバイザーとして継続して関わることになった。
- ・ アイデアをさらに検討して具体化してするために、話合いの“7つの切り口”を用意し、それに基づいて話合いを進めた。“7つの切り口”は、①車に積んだままで品物を買ってもらうのか、場所に広げて選んでもらうのか、②商品を誰が運ぶのか、誰が販売するのか、③開催頻度・開催時間、④地元どんな協力者が必要なのか、謝金の有無は、⑤希望や注文をどのようにきくのか、⑥この出張販売を実施する際にどんな費用がどれくらい発生するのか、誰がどう負担するのか、⑦この取組みのタイトル（愛称）をどうするか、またマスコットキャラクターをどう選ぶか。



<分かったこと>

- ・ 支援を実施する場所として、辰口の山間部の町名が各グループから出された。
- ・ 品物をワゴン車に積んで移動しながら時折停車して販売する「移動販売」が有力。「戸口に配達」という少数意見もあった。
- ・ 買い物弱者支援は、“介護保険によって買い物支援を受けられる人よりも、交通手段がなくて買い物に困っている人が対象”という点や、“家から出て近所の人に接してもらう”という点から、「移動販売」が無理なくすぐにできそうで、まずそれをやりながら考えようということになった。
- ・ その他のやり方についても、まずはモデル販売を実施してその中で工夫していこうという方針が決まった。
- ・ 「売だけが目的ではない。話し相手になることが大事」という研究会メンバーの思いが共有できた。

③4月2日（月） 打合せ会議

2度に渡ってグループワークで思いを出し合ったことを踏まえた年間の活動スケジュール決め。

[決定・確認事項]

- ・ 石川県商工会連合会への提案が通り「提案公募事業」に採択された。活動費が今年度35万円支給される。
- ・ 今年度は1年間掛けて研究し準備する段階と位置づける。その成果を踏まえて本格実施に踏み切るのは次年度から。
- ・ 移動販売地区を決めるための候補地調査を5月に実施する。
- ・ 先進地視察を7月に予定する。
- ・ 移動販売予定地区への説明会と要望調査を9月に予定する。
- ・ 移動販売を「モデル販売」として11月に予定する。
- ・ 社会福祉協議会との連携を継続させる。
- ・ 再確認「売るだけが目的ではない。値段勝負はできない。話し相手になる。」

④5月16日（水） 第3回研究会議 現地調査と成果のまとめ

辰口の山間部へ移動し、坪野、金剛寺、鍋谷を回って調査。小グループに分かれて歩きながら、出会った住民からヒアリングした。

<工夫したこと>

- ・ バスで辰口山間部へ移動した後、小グループに分かれて調査をした。
- ・ 現地へ向かうバスの中で、調査のやり方を説明した。
- ・ 各グループにインタビュアーと記録係を決めた（慣れてくれば全員がインタビュアーでもよいが、すぐに始められるように決めた）。
- ・ 住民への最初の声掛けと質問の事例を書いた紙を全員に配布した。
- ・ 住宅地図と記録用のバインダーを各グループに配布した。
- ・ あらかじめ住宅地図からバスの停車場所を細かく決めており、乗り降りが慌しかったが、じっくり回れた。



<分かったこと>

- ・ 地元で出会った住民には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してくれる。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。
- ・ 鍋谷では、1人暮らしの高齢者が配食サービスを利用。
- ・ 鍋谷に以前は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という。来なくなったことで困っている人もいる。
- ・ 市介護長寿課が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。
- ・ 鍋谷には移動販売のニーズがあることが分かった。ただし、以前の業者と同じやり方はできない。
- ・ 移動販売を鍋谷で実施することに決定。小分けした品物を販売しながら、顔を合わせて対話をするのが大事。
- ・ 現地調査をしてみて、ただの電話販売・カタログ販売だけでは、この課題のニーズに結びつかないのではないかという感想を持った。
- ・ 各町にある「地域福祉委員会」は町内会長、民生委員、福祉推進委員、老人会などの代表者で構成されている。鍋谷の地域福祉委員会の開催に合わせて地元説明会を行なう(社会福祉協議会にアポイントをお願いする)。

⑤6月27日(水) 地元説明会

能美市社会福祉協議会の協力を得て、鍋谷の地域福祉委員会メンバー6名に集まっていた。

<研究会からの説明>

- ・ 現地調査を基に、女性部として地域貢献・社会貢献のために、福祉的な面で買い物に対してのサポートをしていきたい。



<地元から教えていただいたこと>

- ・ 今年1月まで、寺井の鮮魚店が生鮮食品や日用雑貨を、改造したトラックに乗せて移動販売を行っていたが、利益が薄いため来なくなった。

- ・ 現在は、小松の豆腐屋さん、橋立の鮮魚店が時々販売に来る。
- ・ 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。
- ・ デイサービスに通っている人が多いので、日中の高齢者は少ない。
- ・ 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（トイレトーパー等）を持ってきてほしい。
- ・ 便利屋さんのような役割であってほしい。
- ・ 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。
- ・ 11月のモデル販売の前に、もう一度打合せ会を設けたい。

⑥6月28日（木） 前日の確認および今後の打合せ

前日の地元説明会の成果を確認。また、先行して移動販売に取り組んでいる市外の団体を視察することとし、候補を決めた。

〔決定・確認事項〕

- ・ 地域の方々、はじめは移動販売に対して必要なさそうな雰囲気であったが、話し合っているうちに心が打ち解けて、前向きな話し合いとなっていった。
- ・ 民生委員を8年されている方は各世帯の実情を把握され、主導的な発言をされていた。
- ・ 市とJAが提携して行っている事業では、対象者が限定されている。同居高齢者は家族に気を使って買い物に出かけられない事もあるので、町内全ての方を対象で考える。
- ・ 先進地視察の候補に挙げられている富山県上市町は民間2社が委託を受けて行なっているもので、商工会のケースとは、若干形式が違う。
- ・ 小集団の市民が行なっている金沢市きご山地区の支援事業が一番形式が近い。その他、位置的も近くて良い視察先があればそちらでもよい（先方へのアポイント・日程等については、毎田講師が設定）。
- ・ 移動費は商工会連合会の事業費が使えるので、バス貸出し業者を利用。
- ・ デイサービスの事業所から昼間は車が空くという話があったが、事前準備がしづらい。

⑦7月18日（水） 保健所訪問と打合せ会議

食品の移動販売を行なうに当たって注意すべき点や許可を取るべき点を確認するべく、南加賀保健所を訪問。

<分かったこと>

- ・ 許可が必要なものは、牛乳・生肉であるが、許可をもっている事業所内で作られたものであれば、そのまま仕入・販売するにあたっては、女性部として特に許可は必要なし。惣菜についても同様。
- ・ 温度管理については、10℃以下を保つこと。

〔決定・確認事項〕

- ・ 前に候補に上がっていた移動販売を手掛ける「きご山ふれあい市」について、連絡がとれなかったため、実際に毎田講師が現地に行ってみた。しかし、既に解散。移動販売の難しさがあるようだ。なぜうまくいかなかったのか、その原因を探りたいと思い、金沢市役所や他の団体にアプローチをした。
- ・ 昨年度（平成23年度）、金沢市の助成金を受けて買い物弱者支援を行っていた6団体の内、2団体は解散したようである。
- ・ 解散理由の一番の原因としてあげられるのが、共通して「地域に認知されるのが難しい」。その点については、女性部は既にクリアしていると思う。
- ・ 次に理由は「採算が合わない」。金沢市からの助成金を受けていながら赤字になる理由がわからない。仕入商品が予想以上に売れ残るのか？
- ・ 先進地視察先を「きご山ふれあい市」との関わり合いがあった、金沢市大徳にある「NPO法人オアシス」とし、現在行なわれている販売活動（常備薬方式等）を見学するに加え、この事業がうまくいかない理由を伺うこととする。

⑧9月12日（水） 第4回研究会議 先進地事例学習

NPO法人オアシスより4名の方に能美市へお越しいただいた（今村事務局長、東谷理事長、東谷お買い物応援隊長、越納金城大学助手）。また、話を伺った後、グループワークで感想を語り合った。



あらかじめ、NPO法人オアシス事務局に質問を送り、それに基づいた説明をお願いした。

1. 「なぜ財政的に苦しくなるのか。市からの補助金を得ても難しいのか？」
2. 「買い物弱者支援の収支はどのようなものなのか？」
3. 「なぜオアシスさんは移動販売をやめたのか？」
4. 「キゴ山ふれあい市さんはなぜ活動を中止したのか？」
5. 「移動販売をこれからスタートさせるに当たって、注意点は何か？」

<分かったこと>

- ・ 市の委託金には縛りがあり（使い方に制約があり）使いにくいいため、継続しない団体が出た。市は雇用創出の目的もあり、人件費も助成金より支出される。
- ・ 地域の助け合いはコミュニケーションづくりからであり、地域全体を巻き込むのが大事。
- ・ オアシスはハローワークへ職員の募集をかけ、現在2名を雇用し、無償のスタッフと7～8名で活動。だが、その差が難しい（ボランティア精神の有無）。
- ・ 活動を停止した移動販売の「きご山ふれあい市」は売れ行きも良く、仲良くなるにつれリクエストされることも出てきた。
- ・ 話をするのが楽しみに来る方が多かった。交流が大切だと実感する。話始めると30分くらいかかる。話し相手になりに行くつもりでいく。
- ・ ただ、ボランティア感覚の時は順調で、「ありがとう」の言葉が嬉しく活動にやりがいを感じていたものの、人件費が発生すると人間関係が難しくなってきた、そのうちに活動停止となる。
- ・ 当初の趣味・楽しみからの活動が、「労働」になり責任を感じ重荷になってきた。商品は残らないようにおまけなどをつけて全部売り切る。だから持ち出し金も出た。止める時は「困る・・・。」との声も上がったが・・・。
- ・ 収支でプラスはない。マイナスを出さないようにすることのみ。
- ・ 都市型の買い物弱者もいる。
- ・ 買い物弱者は「情報弱者」でもあり、周知しづらい。
- ・ 行政の協力が大切。（行政の協力なしでは不可能）。高齢者は行政の言うことはよく聞く。
- ・ 福祉と商業のコラボレーション、既存の型をうまく利用するのも大事。

<先進事例紹介を受けて、研究会メンバーから出た意見>

- ・ 今後更に社会問題となっていくので、女性部としては何らかの形で取り組みたい。利益よりもまずはボランティアの気持ちで！
- ・ 身内に自分のことを頼みにくく会話を求めている高齢者の助けになりたい。
- ・ 高齢者とのコミュニケーションを取ることを第一に考えて支援したい。
- ・ 自分の余った時間を少しでも活用したい。高齢者の役に立ち、「助かったわ！」の声が聞きたい
- ・ 将来の自分の姿。今少しでも応援できないか。
- ・ 話し相手になることで、住民の方々の要望も聞きだし、パイプ役になる。
- ・ 気軽なおかみさんとして接することが出来る。
- ・ 見守りとしての役割を果す。
- ・ 正直さが必要。継続が大事。
- ・ 将来は便利屋。
- ・ 小売店舗の存続に繋がらないか？ 新規の顧客開拓。
- ・ 我々は商工会なので、「買い物支援」をするのが我々にとってやりやすい支援の仕方だ。

⑨10月22日（月） 直前地元説明会と打合せ会議

地元の協力者に再度集まっていたき、翌月のモデル販売で扱う品物や地元への告知方法について打合せた。



〔地元から要望を受けた品物〕

- ・ りんご、みかん、バナナ
- ・ 飴玉（年寄りには口が渇く）
- ・ パン、菓子パン（年配者も結構パンを食べる）
- ・ お菓子（もち系の和菓子）
- ・ 肉（牛・豚・鶏）
- ・ 牛乳、ヨーグルト
- ・ 惣菜各種（2人前くらいの量）
- ・ 調味料（少量容器）、しょうゆ、ポン酢（鍋の季節）、酢、味噌
- ・ こんにゃく
- ・ 玉子
- ・ スライス済みのレンコン等のパック野菜
- ・ 重たいもの・かさばる物、トイレトペーパー、洗剤
- ・ LEDライト、乾電池（結構切れている）

〔ある物〕

- ・ 大根、ごぼう、ねぎ、はくさい、じゃがいも、玉ねぎ

〔準備に関する地元と研究会の役割分担〕

- ・ 鍋谷町配布用チラシ（A4、色紙）100枚を研究会が作成し、町内役員に届ける（大きな見出し、大きな文字にする）。
- ・ 地元の有線放送を掛けて頂く
- ・ 移動販売車は「AKB48」の曲を流しながら走る。

〔会場を変えて研究会の打合せ会議〕

- ・ 車の手配（レンタル）。
- ・ 必要な物の準備、クーラーボックス、保冷剤、氷、電卓（各人）、つり銭、BGM、陳列棚、のぼり旗、金庫。
- ・ 値段設定は切りのよい金額で。
- ・ 寒い時期でもあるので、温かいお茶とキャンディーを用意し来客に振る舞う。
- ・ そろいのジャンパーを用意する。

⑩10月31日（水） 打合せ会議

食品を仕入れる商店「なかお」と打合せ、品物と数量を決めた。当日の役割分担とタイムスケジュールを決めた。

売れ残った品物は「なかお」へ返却することで合意した。

カット野菜(ミックス等)	3	牛肉(細切れ) 200g	3	牛乳 500ml	3
〃(ごぼう)	3	豚こま 200g	3	ヨーグルト(3ヶ入り)	3
玉子(6ヶ入り)	3	とり肉(唐揚げ用)	3	プリン(3ヶ入り)	3
こんにゃく(白板)	3	ハム	3	マーガリン	2
〃(糸)	3	ソーセージ	3	ジャム	2
豆腐(絹)	3	ビタミンちくわ	3	食パン	
薄あげ	3	かにかまぼこ	3	菓子パン	
厚あげ	3	納豆	3	飴玉	10
醤油(350ml)	3	煮魚(さばの味噌煮)	5	みかんS(10ヶ入り)	10
酒	3	焼魚(さば2切れ)	3	りんご	10
味ポン	5	干イワシ(5連)	3	バナナ	5
マヨネーズ(小)	3	コロケ	3		
ケチャップ	3	鶏のから揚げ	3	トイレットペーパー	3
のと塩	3	ポテトサラダ	3	洗濯洗剤(粉)	3
本だし	3	他、10品目ほど		食器用洗剤	3
砂糖	3			ティッシュ(5連)	3
サラダ油 500ml	3				
				LEDライト(小)	5
				乾電池	5

⑪11月7日(水) モデル販売と第5回研究会議

地元協力者のアドバイスに従って8カ所で停車して販売。スピーカーで訪問販売を知らせながら車を走らせた。時折雨が降る寒い日だった。民生委員の方々の呼びかけや、町内放送の協力、チラシの効果等で良い滑り出しになった。

仕入先の「なかお」が付けた値札通りに販売し、売上金は売れ残り品と共にそのまま返却した。販売手数料は引いていない。

<鍋谷町の人から聞いた話、要望など>

- ・ 雨の日や寒い日に利用できるとうれしい。
- ・ 過去の移動販売(鮮魚店)は、週に2~3回でわずらわしかった。『商売やしね〜。』
- ・ 「月に2回程が良い」という要望があった。
- ・ スピーカーから流している音楽が聞こえない(高齢者は耳が遠く、家の中にいたら聞こえない)。
- ・ 「次は来年なの？」と寂しそうだった。
- ・ すき焼きのタレ、焼肉のタレが欲しい(孫の弁当)。
- ・ ヨーグルトは(小さなパックではなく)500mlが欲しい。
- ・ メモをしてから買い物に来た方もいた。



<改善すべき点>

- ・ 調味料は1本ずつでよい。
- ・ 菓子パンは1袋に小さいパンが数個入ったものも必要。
- ・ つり銭は販売車の助手席に置く（別の車に積んだ金庫まで一々取りに走った）。
- ・ つり下げラックの様なものがあつたらよい（ティッシュペーパー等置く）。
- ・ 拡声器やハンドベルがあるとよい。
- ・ 天候の良い日なら、シートを敷くとよい（ござ、ブルーシート、レジャーシート）。
- ・ お菓子はもっと年配者の好む物にならないか。
- ・ 販売人の人数を減らした方がよい。6～7人で（多いと圧倒される）。
- ・ 売れ残り対策…市役所や企業、辰口のお風呂へ寄ってみては。
- ・ 完売したものは数を増やす。（食パン、牛肉、揚げ、ちくわが完売）

<うまくいった点>

- ・ 部長のアナウンスが非常に良かった。
- ・ お茶とキャンディーのサービスが良かった。
- ・ 商品を並べるのにおりを活用したのが良かった。
- ・ 市社会福祉協議会の職員（海道さん）が参加してくれたことで、高齢者が安心できた。

<第2回目のモデル販売について>

- ・ 今年度の試験販売は1回のみと考えていたが、もっと来て欲しいという声があり、第2回目を実施する。
- ・ 次回は、鍋谷町販売後に緑が丘いきいきサロンの会場へ向かう（50～60名、男女半々）。
- ・ 緑が丘はスーパーが近くにあるが、傾斜が多い地形であり、年配者は買い物へ行きづらい。
- ・ 次回は鍋谷に加えて緑が丘でも事前にチラシを配布する。

⑫12月5日（水） 傾聴講習会

買い物弱者支援の移動販売は品物売るだけでなく、高齢者の話し相手になる意味も大きいと分かったことから、聴く技術を学んだ。

講師は、坂尻他津子氏（指導精神対話士）。

- ・ 心を真っ白にして相手と向き合う（あまり先入観は必要ない）
- ・ 相手のペースを尊重（とくに高齢者。相手とのメンタルテンポを大切に）
- ・ 話しやすい雰囲気、おおらかな気分で話を聴く
- ・ 聴き上手は3割しか話さない（7対3）
- ・ 言葉以外の言葉にならない感情（気持ち）を受け止める
- ・ 「聴いてますよ」の合図を返す（あいづち、うなずき）
- ・ さりげないキーワードの復唱、オウム返しのあいづちで話を促進させる
- ・ 良い悪いの判断や批評をせずに、まず気持ちを受け止める
- ・ 要約をすることで、話の展開を楽しみ、相手の感情を整理する
- ・ 沈黙を恐れない（少し待てば相手から返る。沈黙も相手からの言葉。あまり長くなったら、「今、話したくない感じですか？」と促す。自分で口火を切ると話が変わってしまう）
- ・ ねぎらいの言葉、いたわりの言葉をかける

⑬12月12日（水） 打合せ会議

2回目のモデル販売のための役割分担打合せ。また、次年度に補助金を受けることについても情報交換した。

⑭12月21日（金） モデル販売と第6回研究会議

鍋谷での移動販売に続いて、緑が丘でも販売を実施。鍋谷は前回と異なる曜日であったため、新たに出会う人がいた。再び足を運んでくれた顧客については、初回ほどの警戒心もなく穏やかに安心感をもって来られたようであった。緑が丘はこの日“いきいきサロン”が開かれており、高齢者が集まっていたことから実施した。



<販売終了後の研究会で出てきた気づき>

- ・ 鍋谷のスタート拠点を逆（奥鍋谷から）にする日も設ける（2回とも口鍋谷からスタートしたが奥鍋谷では品切れが発生している）。
- ・ 男性から「カップラーメンが欲しい」という声があった。
- ・ 車のスピーカーは音が小さいので、拡声器で呼び込む。
- ・ 他のいきいきサロンの調査を行ってはどうか？
- ・ 緑が丘で大根が欲しい方がいたが、鍋谷町で家庭菜園の大根や白菜を仕入れて販売してはどうか？
- ・ 売り子の人数が多いと圧迫感があるのではないか？
- ・ 高齢者は自分の必要な物だけ欲しい。
- ・ いろいろ買うと、家の人に叱られることもある（病気で食事制限あり）。
- ・ ちよつとつまめる物、生菓子が欲しい。
- ・ 脚が高い台に並べるよりも直置きの方が、高齢者にとっては商品を全部見られてよい。
- ・ いきいきサロンは財布を持ってきてない方がいたので、周知がもっと必要。
- ・ ナイロン袋、部員電卓忘れた（2回目の気のゆるみ）。
- ・ 社会福祉協議会の海道さんの顔を見ると、やっぱり安心するようだ。
- ・ 仕入価格と販売価格が同じ（儲けなし）であるが、計算相違などで最終金額が¥2,675円不足したことは、今後活動するにあたって検討しなければならない。
- ・ 商品の仕入先は前回同様「なかお」がメインだった。他の店にも声を掛けたが、当日の朝に小分けしてもらい売れ残りは返品というやり方を嫌がる小売店があった。



次年度に活かす。

⑮平成 25 年 1 月 23 日 第 7 回研究会議

次年度の方向性をイメージするに当たり、「活動の将来」を見通した。

<工夫したこと>

- ・ 出席者は少人数だったが、テーブルの真ん中に置いたもぞう紙に出た意見を書きながら話し合いを進めた。

[活動を継続させるには]

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け

るように。

〔補助金について〕

- ・ やはり行政からの補助金を貰わないと続けられない。
- ・ 補助金を貰わなくても利益が出る仕組みを作ればいいのだが。
- ・ 使える補助金は貰えばいい。

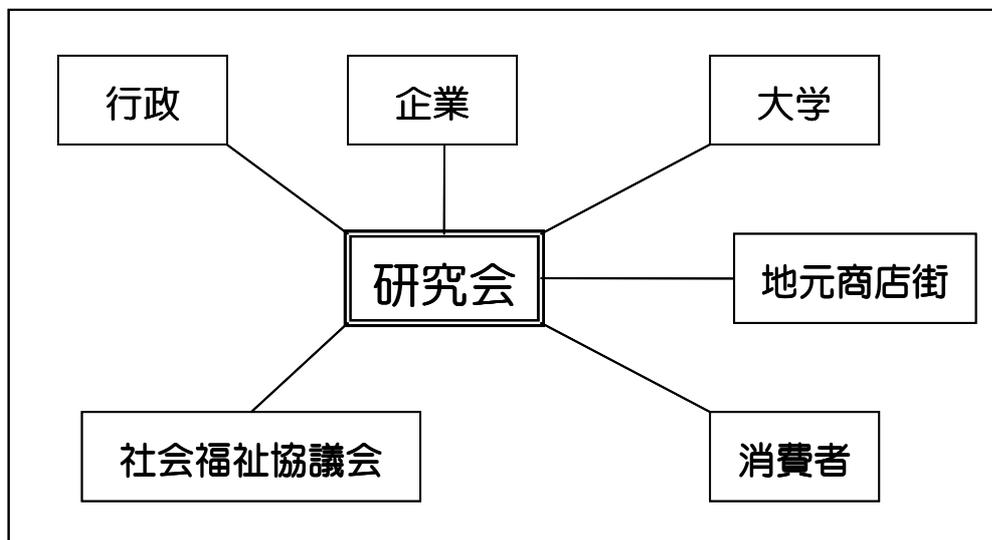
〔仕入先について〕

- ・ 仕入先の「なかお」に次年度現場を見てもらおう。どんな人たちにどうやって買ってもらっているのか見て欲しい。
- ・ 「なかお」以外にこちらの都合を聞いてくれる業者がない。
- ・ 小売店にもボランティア精神を半分は持って欲しいと思う。

〔能美市との連携について〕

- ・ 市の介護長寿課がJAに委託をして注文販売をしていることで、「市はすでにやっている」と思っているかも知れない。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。
- ・ 市との連携は大事。

〔次年度にめざす連携の枠組み〕



- ・ 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
- ・ できるだけ早く今年度の報告書を完成させる
- ・ 連携できる行政の部署を探す

4. 成果～1年目の活動から気づいたこと

- ① 能美市全体で65歳以上の市民の人口比率は20.8%だが、山間部では30%台から40%台に達する町がある(平成22年)。そうした中、普段の買い物に困っている弱者が存在することが分かった。
- ② また、高齢化率が15.7%であっても、坂が多い町には弱者が存在していることが分かった。
- ③ そうした買い物弱者は、「買い物をする」というニーズのほか、「人と話したい」というニーズも併せ持つことが分かった。
- ④ 市内の買い物弱者は、のみバスを利用して買い物に出かけたり、若い人に頼んで買い物に連れて行ってもらったりしている。だが、商品を自宅まで持ち帰る手間や同行者の声を気にすることなく、「家の近くで自分が商品を選んで買い物をしたい」というニーズがある。
- ⑤ 今は困っていなくても「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。
- ⑥ 買い物弱者支援を担うには、自分達の「強み」「特徴」を活かした支援のやり方をすることが無理なく始められるこつ。商工会女性部はメンバーに商店主や工場経営者がいて、商品の仕入れや移動販売車(レンタカー)の手配やちょっとした改良がしやすかった。
- ⑦ 継続させることで高齢者と顔見知りになり、気心が通じていく。鍋谷町内では8カ所で販売車を停車させるが、1回目のモデル販売よりも2回目の方が1カ所あたりの停車時間が長くなった。
- ⑧ 大規模な企業や団体の場合、単独で支援を担う事例も多々あるが、小規模な団体の場合、「広く連携を目指す」ことで無理なく遂行できる。今年度、商工会女性部は「まちづくり研究会」を結成し能美市社会福祉協議会と連携して活動を続けたことはとてもやりやすかった。次年度以降、さらに「連携」を広げていく方針だ。



- ⑨ 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。
- ⑩ 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。
- ⑪ 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。
- ⑫ 「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。



5. 来年度および将来の展望

- ・ 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。

活動内容	必要なもの	おおよその必要金額
①移動販売 10 回程度 (月に 1 度ペース)	・ レンタカー ・ または車の購入 ・ 内部改造 (商品棚、陳列台、 スピーカー)	約 1 5 0 万円 ~ 2 5 0 万 円程度
②広報活動 ・ シンポジウム ・ 報告書作成 ・ 市内外への情報発信	・ ガソリン代 ・ チラシ制作	
③連携 (ネットワーク) 拡大活動 ・ 大学への提案 ・ 行政への提案 ・ 商店街への提案 ・ 市民、市内町内会、 各種団体との連携	・ 販売管理費、事務用品費、 ・ 通信費 ・ 会議費、資料代 ・ 販売のための備品 ・ ボランティア保険料 ・ 人件費 (運転手、販売員、 事務員、講師代) ・ 弁当、お茶代	

6. 資料 (モデル販売告知チラシ)