

V 「お互いさまスーパー」設立・運営のモデル

1 「お互いさまスーパー」の地域における役割

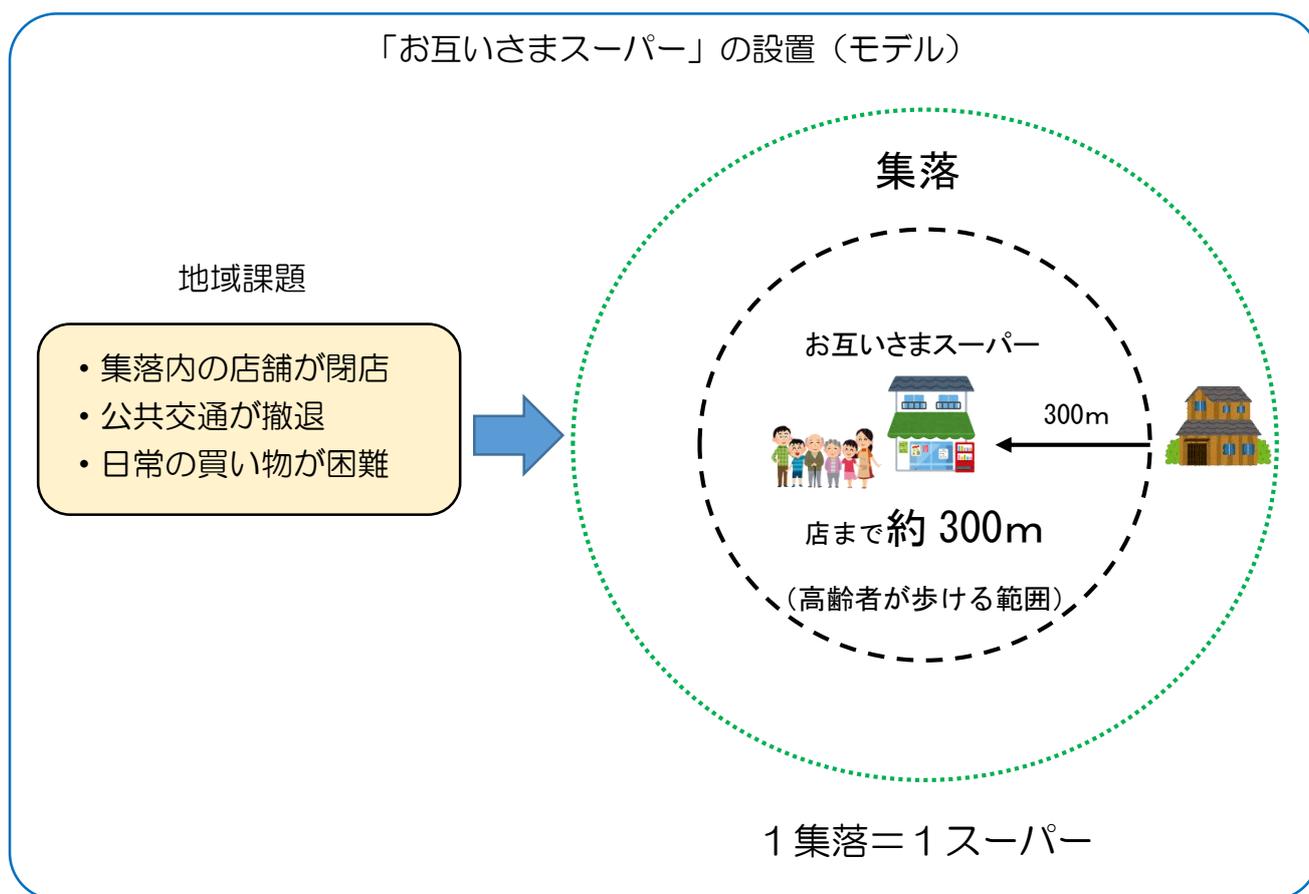
集落内の店舗が閉店し、公共交通が撤退したため離れた所にあるスーパー等へ行くのも難しくなり、日常の買い物が困難になる地域が増えています。「お互いさまスーパー」は、「買い物」の場として住民ニーズを満たすための地域住民による取組です。

そのような「お互いさまスーパー」は、買い物などの集落の暮らしを支える地域課題解決の「拠点」として期待されます。

高齢者の引きこもりを防止するため、店まで歩いて買い物に来てくれることを大事にする場合、高齢者が歩いて移動できる距離は300m程度（※）と想定されます。

※出典：国土交通省「高齢者の生活・外出特性について」（平成29年）より

ここから考えると、理想的な形としては「1集落に1店舗」が一つのモデルとなりますが、各集落の状況によっては住宅がもっと広い範囲に散在する場合があります。そのような場合は、自動車来店する住民が多くなるので、それを前提に対応をすることになります。



2 「お互いさまスーパー」の事業規模

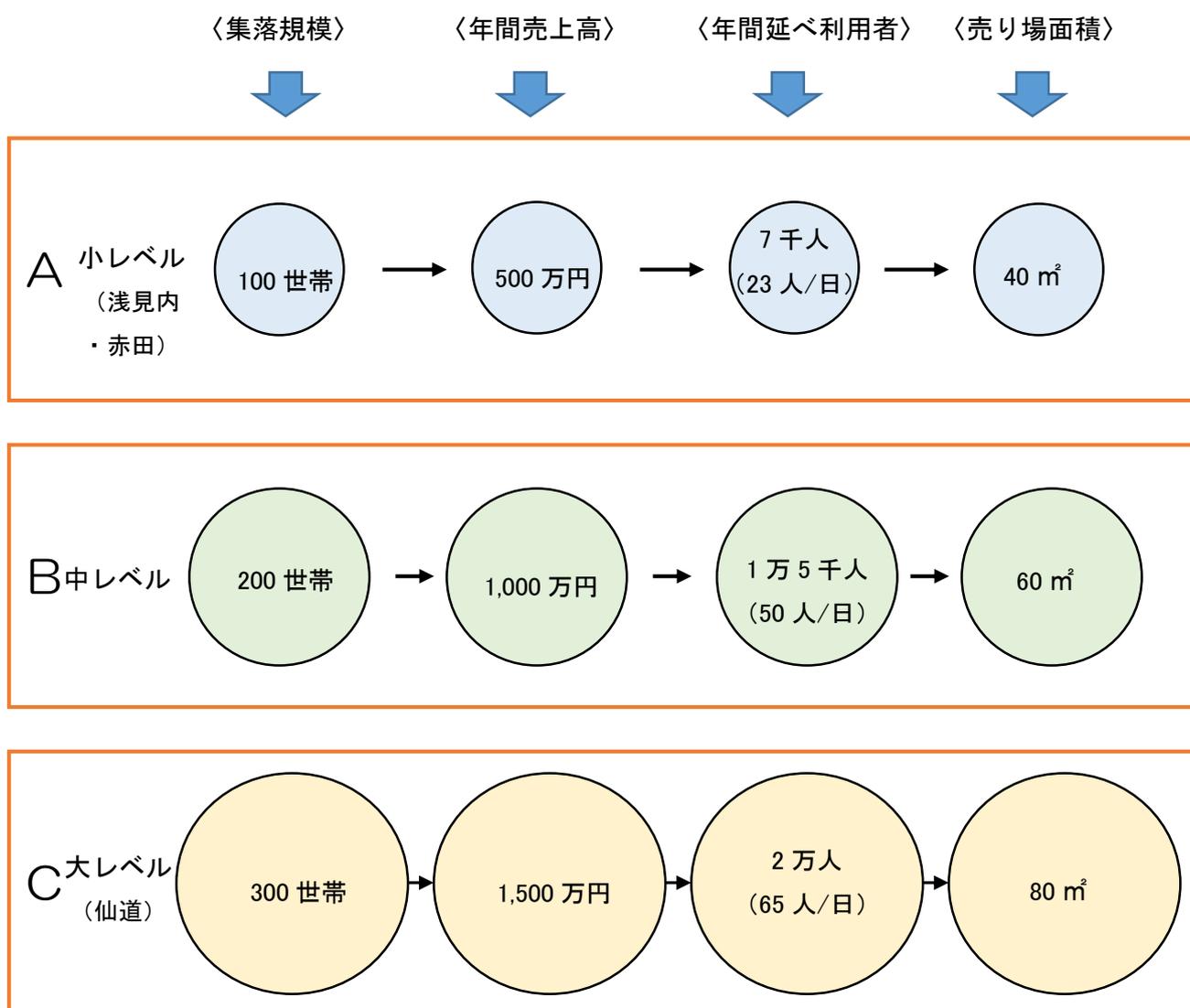
「お互いさまスーパー」の事業規模は、集落の規模と関係があります。

既存3店舗がある地域の状況との事業実績を基にすると、地域の1世帯当たりの年間売上高は5万円程度が目安になることから、「お互いさまスーパー」の事業規模のおおよその目安は下の図のようになるものと考えられます。

年間の営業日数は、300日程度（週5日営業）の場合を想定しています。

1店舗当たりの売り場面積は、コンビニの場合は平均で120㎡程度（※）ですが、既設の「お互いさまスーパー」の例をみると40㎡～80㎡程度となっています。

※出典：総務省、経済産業省「商業統計調査」（平成26年）より



3 「お互いさまスーパー」設立の進め方

「集落内の店舗が閉店」「公共交通が撤退」などの状況から、地域住民の間で「日常の買い物が困難」という危機感が芽生えた場合

ステップ1 住民による合意形成

- 課題解決の拠点として「お互いさまスーパー」を検討
- ・「課題」や活用できる「資源」の面から地域を見直します。
- ・課題解決の拠点として「お互いさまスーパー」を考えます。
- ・目指す「お互いさまスーパー」のビジョンを検討します。

ステップ2 運営組織づくり

- 「お互いさまスーパー」を継続して運営する体制を形成
- ・合意に基づき「お互いさまスーパー」運営の体制を作ります。
- ・地域の様々な立場・役割の人に参加してもらいます。
- ・町内会や地域住民の活動組織の協力を得ます。

ステップ3 資源の確保

- 「お互いさまスーパー」の運営に必要な資源の確保
- ・どのような資源が必要か確認します。
- ・人、モノ、資金、ノウハウを確保する方法を検討します。
- ・既に地域にある資源を最大限活用します。

ステップ4 マーケティングの組立

- 「お互いさまスーパー」のマーケティングを組立
- ・品揃え、値付け、売り場づくりなど営業内容を考えます。
- ・「仕入先の確保」が重要なポイントとなります。
- ・経営ノウハウについては仕入先等のアドバイスを活用します。

ステップ1

ステップ2

ステップ3

ステップ4

(1) 住民による合意形成（ステップ1）

- ・ワークショップの開催などにより、住民の合意を形成します。
- ・先進事例の視察研修を行い、県や市町村などのアドバイスを求めます。
- ・アンケート調査などで住民ニーズやお互いさまスーパーへの賛同を確認します。

① 「住民の合意」はなぜ大切なのか

- ・地域の維持・活性化のためには、地域課題を共有してその解決のために住民が一緒に取り組むことが求められるからです。
- ・地域住民は、「お互いさまスーパー」の利用者であるとともに、売り手でもあります。また、住民から出品された農産物などを販売する場合があります。このように地域住民は様々な立場で「お互いさまスーパー」に関わるからです。

② どのようなことに関して合意を形成したらいいのか

- ・地域課題を共有し、その解決のため、住民が主体となり「お互いさまスーパー」を設立し運営すること。
- ・地域の遊休公共施設等を「お互いさまスーパー」の店舗として利活用すること。

③ 合意形成はどのような手法で進めたらいいのか

- ・町内会などの住民組織を活用して、地域の現状や未来を考える「ワークショップ」を開催し、地域の課題や良い点、活用できる資源を洗い出し、整理します。
- ・ワークショップで出された意見を基に、地域課題を解決する手法として住民が主体となる「お互いさまスーパー」の設立・運営を検討します。
- ・地域住民を対象とするアンケート調査を行い、「買い物」に関する困りごとやニーズ、「お互いさまスーパー」の設立に関する賛同や協力の意思を確認します。
- ・先進事例の視察研修を行うとともに、県・市町村やアドバイザー等からのアドバイスを求めます。
- ・町内会の総会などで、お互いさまスーパー設置を決定します。

※ワークショップ：住民が主体となって地域の課題や解決の方法について話し合う手法



ヒント！ ワークショップはどのように進めますか

【ワークショップのテーマ】

①地域課題の共有と解決策の検討

- ・地域の課題を考え、その解決に活用できる地域資源を探す
- ・課題の解決策のアイデアを出し合う
- ・「お互いさまスーパー」を設立・運営するための合意形成を図る

②お互いさまスーパーの事業に関する計画

- ・設備工事、要員、資金調達、事業収支、実施スケジュールなどの計画づくり

【ワークショップの回数】

地域の状況に応じて変わりますが、3～5回程度の開催が必要と考えられます。



ヒント！ 住民を対象とするアンケート票はどのように作りますか

【五城目町・浅見内地域の例】

浅見内地域では、住民がお互いさまスーパーの設立を検討する際、アンケート調査を行い住民の合意形成に役立てました。

【アンケートの質問項目】

- ・回答者の属性
～年齢、性別、居住地区、世帯員数など
- ・買い物に関する困りごとの状況
- ・日用品を購入できる店舗（お互いさまスーパー）を設置する必要があるか
- ・店舗の設置に賛同するか
- ・世帯の買い物の状況（売上規模の推計に活用するため）
～買い物の頻度、1回あたりの食料品・日用品等の購入金額、
主に利用する店と利用頻度、買い物の交通手段など

次ページに「アンケート票の作成例」を掲載します。

ステップ1

ステップ2

ステップ3

ステップ4

(2) 運営組織づくり（ステップ2）

- ・運営組織に参画するメンバーを検討します。
- ・運営組織の形を検討します。
- ・運営組織を立ち上げます。

① どのような人が運営に参画したらいいのか

- ・「お互いさまスーパー」の設立・運営は、住民が一緒に行います。
- ・運営組織のメンバーには、様々な立場の住民が参加することが求められます。
【例】各集落の代表、社会福祉協議会、児童民生委員など

② 運営組織にはどのような形があるか

- ・町内会、地域住民の活動組織の中に「お互いさまスーパー」の「運営部会」を作る形
- ・地域住民が構成する株式会社やNPO法人などの法人を設立する形
- ・地域住民による運営組織として任意団体を作る形

③ 運営組織づくりにあたってどのようなことがポイントになるのか

- ・従来、地域住民が活動してきた実績を活用します。⇒「ヒント！」
- ・他の地域の取組をヒアリングし、農産物の加工や販売などで連携を図ります。
- ・小売業などのノウハウを持つ人がいる場合は、その知識や経験を活用します。



ヒント！ 地域住民の活動は、どのような組織で行われていますか

既設の「お互いさまスーパー」運営地域では、「浅見内活性化委員会」「赤田地域運営協議会」「仙道地区振興会」という地域住民組織があり、地域活性化の取組を行ってきました。地域でそのような活動が行われている場合は、「お互いさまスーパー」の運営にあたり、その組織を活用するとともに、活動内容（農産物の加工など）との相乗効果を図ります。

ステップ1

ステップ2

ステップ3

ステップ4

(3) 資源の確保（ステップ3）

- ・「お互いさまスーパー」の設立・運営に参加する「人」を確保します。
- ・店舗（既存施設の改修）や設備・備品などの「モノ」を調達します。
- ・設立にかかる資金計画を立て、必要な「資金」を確保します。
- ・設立・運営に必要な「ノウハウ」を習得します。

① 「お互いさまスーパー」の設立・運営にはどんな資源が必要か

「お互いさまスーパー」の設立・運営には人、モノ、資金、ノウハウという「資源」が必要です。「ステップ3」では、それらの資源を確保するためのポイントや手法を提案します。

【資源を確保するために心がけること】

- ・既に地域にある資源を最大限活用する
- ・行政など公的な支援を活用する
- ・仕入先、金融機関など民間の支援・アドバイスを活用する

人＝地域住民

- ① 「お互いさまスーパー」に参画する人
- ② 自治会など設立・運営を行う組織
- ③ レジ・仕入の担当者などの従事者

モノ

- ① 店舗（既存施設の改修）・駐車場
- ② レジ・陳列棚・冷蔵ケースなどの設備
- ③ 「商品」

資金

- ① 初期費用～設備投資資金
開店時の商品仕入資金
- ② 運営費用～仕入・人件費支払の資金

ノウハウ

- ① スーパーを設立する際の手順等
- ② 店舗営業にかかる許認可の情報
- ③ 品揃えなど運営にかかるノウハウ

② 人（従事者）の確保

a 「お互いさまスーパー」の運営にはどのような人や組織が関わるのか

- ・人口が減少する中では「人」の確保が重要であり、地域住民が一体となって取り組む必要があります。
- ・地域住民は「利用者」、「売り手」、「出品者」など様々な立場で運営にかかわります。
- ・具体的な店舗運営は、ステップ2の「お互いさまスーパー」運営組織が中心になります。
- ・店舗で毎日の営業活動に携わる人として、レジや仕入などの従事者がいます。

b 従事者の確保におけるポイントは何か

- ・収支計画に基づき、「有償ボランティア」の形などを検討します。
- ・従事者に継続して協力してもらえるよう、「負担」と「満足感」のバランスをとります。
- ・接客業、小売業のノウハウを持つ人が地域にいる場合は経験の活用を図ります。



ヒント！ 従事者の確保にはどのような形がありますか

既存の3店舗では、従事者の確保のため次のような取組をしています。

【株式会社のケース】

仙道てんぽの運営組織は、株式会社として法人化しています。店舗の従事者2名はパートとして給与が支払われています。

【法人以外の組織のケース】

みせっこあさみないと赤田ふれあいスーパーでは、店舗の従事者（仕入担当者を含む）は「有償ボランティア」という形をとっており、全体で10数名～20名程度が交代で従事しています。

有償ボランティアとして店舗運営に参加している地域住民は、報酬だけでなく、地域に貢献しているという「やりがい」や、お客さんと交流できるという「満足感」を得ています。

③ モノ（施設・設備など）の確保

a 必要な「モノ」には何があるか

- ・施設 ～ 店舗（既存施設の改修を想定）、事務スペース、交流スペース、駐車場など。
- ・設備 ～ 商品の陳列棚、冷蔵ケース、レジ、事務机、パソコンなど。
- ・商品 ～ 住民のニーズに応える商品。

b 施設の確保におけるポイントは何か

- ・地域資源の活用 ～ 公民館、空き店舗、空き校舎などの既存施設を活用します。
- ・施設の構造 ～ 店舗として利用可能か確認が必要です。
- ・施設の大きさ ～ 売り場面積として40～80㎡程度が必要です。
- ・店舗の立地 ～ 地域住民が利用しやすい場所か考慮します。
- ・駐車場の有無 ～ 来店客の駐車場スペースがあることが望ましいです。

c 設備や商品の確保におけるポイントは何か

- ・コスト ～ 無償または安価で譲り受ける、中古品の購入などの工夫をします。
- ・地域資源 ～ 農産物や山菜など地域の資源活用を図ります。



ヒント！ 設備の購入にはどれくらいの費用がかかりますか

「お互いさまスーパー」創設事業補助金（当時）を活用した仙道地域の事例です。

【補助金を活用した設備購入の事例】

冷蔵庫・冷凍庫	約227万円	
テーブル等	約 21万円	
パソコン・プリンター	約 11万円	
エアコン一式	約 41万円	合計 約300万円

④ 資金の確保

a 必要となる資金にはどのような種類があるか

- ・ **設備資金** ～ 店舗となる施設の改修、設備・備品購入など立ち上げにかかる費用。
- ・ **運転資金** ～ 商品の仕入資金、人件費など運営に必要な資金。

b 設備資金の確保におけるポイントは何か

- ・ 店舗の改修や設備の購入にかかる設備資金は金額が大きくなります。
- ・ 「お互いさまスーパー」の設立には国や自治体の交付金を活用することが有効ですが、年度により活用できる事業に変更があることに留意します（※）。

c 運転資金の確保におけるポイントは何か

- ・ 基本的に運転資金に関しては公的支援に頼らない、自立した運営が求められます。
- ・ 設立当初は、最初の商品仕入にかかる資金の手当てが必要です。

※ 「お互いさまスーパー」に関連のある国の事業の例（平成 29 年度）

	事業名	対象事業（取組例）	補助率
総務省	過疎地域等集落ネットワーク圏形成支援事業	<ul style="list-style-type: none"> ・ 高齢者サロンの開設 ・ 買い物機能の確保 ・ デマンドバス・タクシーの運行 ・ 特産品の開発や6次産業化による高付加価値化など 	10/10 (2,000万円以内)
農林水産省	農山漁村振興交付金	<ul style="list-style-type: none"> ・ 農林水産物加工施設の整備 ・ 農産物直売施設の整備など 	1/2等
国土交通省	「小さな拠点」を核とした「ふるさと集落生活圏」形成推進事業	<ul style="list-style-type: none"> ・ 既設公共施設を活用した施設の再編・集落に係る改修など ・ 旧役場庁舎を子育て支援施設や高齢者福祉施設に活用 ・ 廃校舎を集会施設や図書館などに活用 	1/2以内



ヒント！ 設立当初の商品仕入資金はどのように手当てしましたか

既設店舗の設立では次のような事例があります。

- ・ 地域住民から寄付を募った結果、目標金額の20万円を上回る60万円が集まった。
- ・ 商品仕入資金として、町内会から30万円の助成を得た。

⑤ 商店の設立・運営に必要なノウハウの確保

a ノウハウにはどのような種類があるか

- ・ 設立に関するノウハウ ～ 設立の手順、必要な施設や設備、営業上の許認可、
県・市町村や民間の支援
- ・ 運営に関するノウハウ ～ 品揃え、値付け、仕入、売り場づくりなどの経営ノウハウ

b 設立に関するノウハウを確保するうえで、どのようなことを考慮するのか

- ・ 既設の「お互いさまスーパー」関係者など民間のノウハウを活用します。
- ・ 補助金や助成制度について、県や市町村からの支援を検討します。

営業等にかかる許認可の例

許認可が必要な場合	必要な許認可等	管轄する機関
建物の建築	建築確認	県又は市町村の建築主事
乳類、食肉、魚介類の販売	乳類販売業、食肉販売業、魚介類 販売業の営業許可	保健所
酒類の販売	酒類の販売業免許	税務署
レストランの営業	飲食店経営の営業許可	保健所
惣菜・弁当等の製造・販売	飲食店営業（仕出し・弁当）の許 可、惣菜製造業の許可	保健所



ヒント！ 活用できる民間のノウハウにはどのようなものがありますか

- ・ 既設の「お互いさまスーパー」や他県の先進事例を視察することにより、設立の具体的な手法等を学ぶ。
- ・ 「道の駅」における直売所や農産物加工所を視察することにより、事業の立ち上げや運営に関するノウハウを学ぶ。
- ・ 金融機関から創業支援のアドバイスを得る。

c 運営に関するノウハウを習得するうえで、どのようなことがポイントとなるのか

- ・「お互いさまスーパー」を運営するためには、品揃え、値付け、仕入、売り場づくりなど様々なノウハウが必要であり、これらのノウハウ習得が「お互いさまスーパー」の運営を成功させるうえでポイントとなります。
- ・既設の店舗では、仕入先の事業者から品揃えや商品管理などの店舗運営に関するアドバイスを得ている例がみられます。
- ・仕入先のほかにも県・市町村や民間からの支援・アドバイス（※）が得られないか検討します。

※運営に関するノウハウに関連する支援組織の例

支援組織	支援内容
金融機関	経営支援、資金相談、企業情報など
あきた企業活性化センター 秋田県よろず支援拠点	経営相談、資金相談、企業情報など
商工会議所、商工会	経営支援



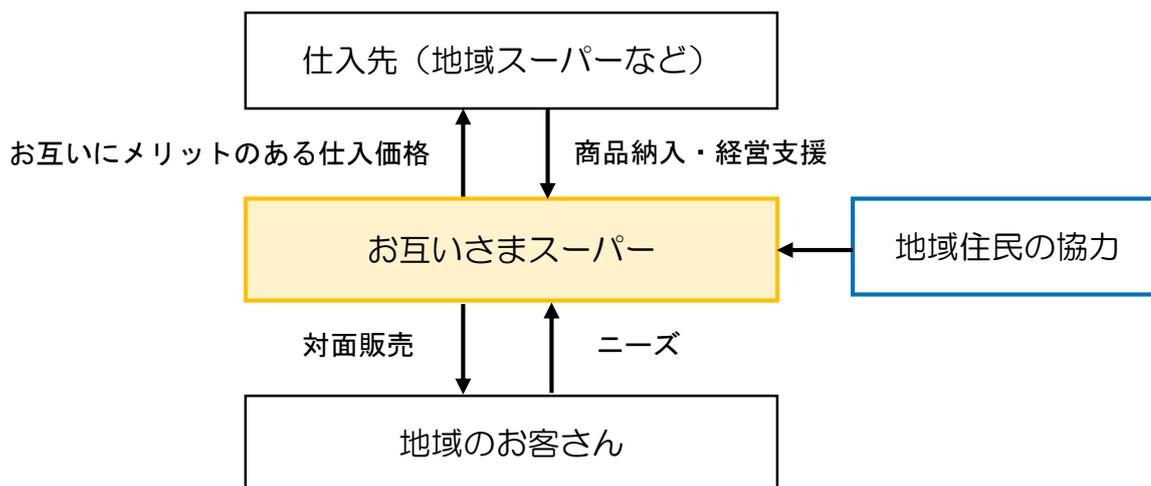
ヒント！ 金融機関からはどのようなノウハウが得られますか

金融機関には創業を支援する部門があり、次のような支援を受けることができます。

- ・事業計画を策定するノウハウに関するアドバイス
- ・創業にかかる融資や公的制度の利用を含む、資金調達の相談
- ・仕入先の選定など、事業で連携の可能性のある地元企業などの情報

d 仕入先からアドバイスを得るために必要なことは何か

- ・「運営ノウハウ」の支援が得られる事業者を仕入先を選びます。
- ・仕入先と、支援内容を定めた「協定」などを締結します。
- ・お互いにメリットのある仕入価格の設定により、仕入先と持続的な関係をつくります。



ヒント！ 仕入先との「協定」にはどのようなことを盛り込みますか

【既設店舗が仕入業者と締結した協定書の項目例】

事業目的～仕入先は「お互いさまスーパー」の事業運営に関して次の支援を行う

- ・商品の仕入に関する支援
- ・店舗の運営に関するアドバイス

有効期間～協定の存続する期間の定め

第三者からの仕入～「お互いさまスーパー」が協定を締結する事業者以外から商品を仕入することを妨げないことの確認

ステップ1

ステップ2

ステップ3

ステップ4

(4) マーケティングの組立（ステップ4）

- ・住民のニーズを基に「品揃え」を決定します。
- ・商品の「仕入先」を選定します。
- ・地域住民のニーズと事業収支のバランスを考え、「値付け」を行います。
- ・「売り場づくり」、「営業方法」、「地域へのPR方法」などを検討し決定します。

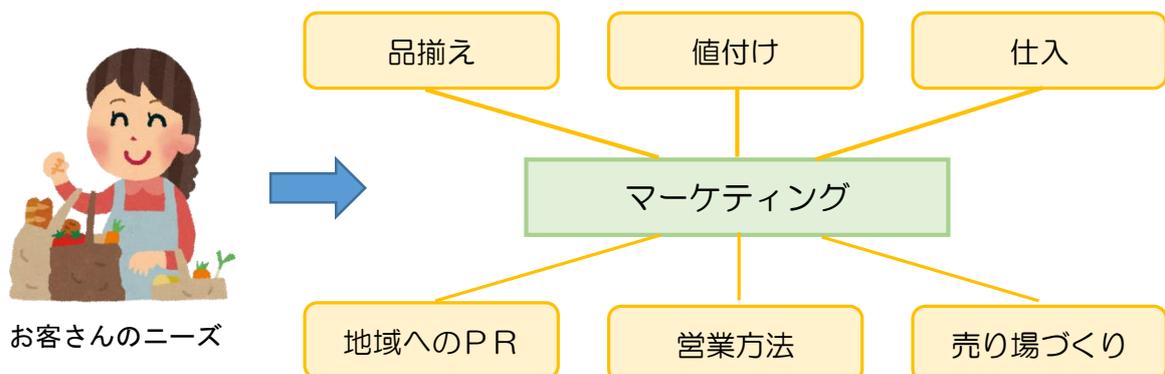
① 住民ニーズに応えるために、どのようなことを決めますか

a 住民のニーズに応えるためのポイントは何か

- ・住民の買い物ニーズに応えるためには、商品の「品揃え」や「値付け」の決定、「仕入先」の選定、「売り場づくり」など、営業活動の具体的内容を決める必要があります。
- ・地域住民が主体となる店舗運営であり、「品揃え」「値付け」などにおいて限界があることから、住民ニーズには優先順位をつけて対応することが大切です。

b 「お客さん」のどのような特性に気を配るのか

- ・住民の買い物ニーズに応えるためには、どんなお客さんが来店しているか気を配ることが必要です。
- ・来店客へのヒアリング、定期的なアンケート調査などでお客さんの「年齢」「自宅から店までの距離」「来店の際の交通手段」などの特性を把握します。
- ・把握したお客さんの特性を考慮して「品揃え」や「売り場づくり」などを検討します。



② 商品の「品揃え」はどのように行いますか

a 品揃えの検討方法は何か

- ・「アンケート調査」や「住民ヒアリング」などで把握した住民のニーズを基にします。
- ・運営体制、売り場面積、導入設備の状況を考慮して、優先順位をつけてニーズに対応する必要があります。
- ・仕入先からのアドバイス、実際の商品の売れ行き、他店舗の品揃えなどを参考にします。

b 基本的な品揃えはどのようになるか

- ・飲食品と日用品が基本的な商品になります。
- ・加えて、地域住民から出品される農産物、手芸品などを委託販売することにより、地域の資源の活用を図ります。

c 「基本的な品揃え」の商品のほか、どのような品揃えを検討しますか

- ・生鮮食品、酒類は、冷蔵ケースなどの設備だけではなく、販売営業に関する許認可が必要になります。
- ・惣菜・弁当の販売には、設備、許認可に加え、調理者（人員）が必要になります。
- ・「設備」「許認可」「人員」の面を考慮したうえで、品揃えに加えるか検討します。

基本的な品揃えの例

飲料品	ペットボトル飲料、缶コーヒー、野菜ジュースなど
食料品	パン、菓子、調味料（塩、砂糖、醤油、味噌）、カップラーメンなど
日用雑貨	洗剤、ティッシュペーパー、電池、靴下・下着など
委託販売	野菜、果物、手芸品、民芸品など

検討が必要な品揃えの例

生鮮食品	乳製品、精肉、魚介類、野菜・果物、卵など
酒類	ビール、日本酒、焼酎、ウイスキーなど
惣菜・弁当	調理済みの惣菜、弁当

③ 「品揃え」以外では、どのようなことを決めますか

a 商品の「値付け」を行ううえで、どのようなことを考慮しますか

- ・ 「お客様のニーズに応えること」と「事業収支の均衡」のバランスをとります。
- ・ 事業を継続するためには「適正な利益」の確保が前提となります。
- ・ 「適正な利益」を判断する基準として、スーパーマーケットの平均的な粗利益率である「25%程度」(※) が一つの目安となります。

※出典：「スーパーマーケット年次統計調査報告書」(平成 29 年) ～全体の平均 25.71%

b 商品の「仕入先」として、どのような事業者が望ましいですか

- ・ 「お互いさまスーパー」の理念に賛同してくれる事業者
- ・ 商品納入に加え、「お互いさまスーパー」の運営に関するアドバイスが得られる事業者
- ・ 仕入価格の面で、配慮してくれる事業者
- ・ 商品の搬送を行ってくれる事業者
- ・ 店舗の近隣にある事業者

c 仕入先の協力依頼は、どのようにして進めますか

- ・ アンケート等で把握した「地域住民が良く利用する食品スーパー・総合スーパー」
- ・ 金融機関や商工会議所・商工会からのアドバイス
- ・ 県や市町村など公的機関からのアドバイス
- ・ 既設のお互いさまスーパーの仕入に協力している卸売業者やスーパー

d 「売り場づくり」で、どのようなことがポイントになりますか

- ・ 運営ノウハウ面で支援してくれる仕入先などのアドバイスを参考にして、商品ジャンル別に、お客さんが求める商品の場所が分かりやすい陳列にします。
- ・ お客さんの胸から肩の高さ(ゴールドゾーン)に売れ行きの良い商品を陳列します。
- ・ 高齢者中心のお客さんであることを考慮し、棚の高さを高くし過ぎない(1.5m位まで)、重い商品は下の棚に置くなどの工夫をします。

e 「売り場（陳列）」以外で、店舗内にどんな施設・設備が必要ですか

- ・バックヤード（商品保管など）
- ・事務スペース
- ・交流スペース
- ・トイレ、手洗い設備
- ・レジ、レジカウンター
- ・AED（自動体外式除細動器）…など

f 営業日・営業時間を決めるうえで、どのようなことがポイントとなりますか

- ・限られた人員の中で、営業日や営業時間に対する「お客さんのニーズ」にどこまで対応するか検討します。
- ・お客さんの行動パターン（どんな用件の際に来店するか）を考慮します。

【既設店舗の例】

- ・近隣の会社従業員が帰宅の際に来店することが多いので、午後7時まで営業（仙道）
- ・近隣の観光スポットに来る観光客の利用が多いので、土曜日・日曜日も営業（赤田）

g 「地域へのPR」では、どのようなことがポイントとなりますか

- ・特売やイベントを実施する際などに、地域住民にPRを行う。
- ・コストを抑え、市町村広報への広告掲載や広報配布に合わせたチラシ配布を行う。
- ・店舗でのイベント実施を報道機関に伝え、新聞やテレビ番組で紹介してもらう。



ヒント！ 「お互いさまスーパー」創設に向けた各主体の役割

【県の役割】

- ・対象地域の選定及び運営組織の立ち上げの支援
- ・関係団体間のネットワーク構築と調整
- ・開設の初期費用（内装改修、基本設備購入）を支援（国補助金の活用等）

【市町村の役割】

- ・対象地域の選定及び運営組織立ち上げの支援
- ・立ち上げ以降の運営を支援

【地域の役割】

- ・運営組織の立ち上げ
- ・開設場所の選定・確保（廃校等の既存施設を改装）
- ・運営人員の確保等、管理運営体制の確立
- ・地域住民が一体となった購入活動の展開と継続
- ・交流スペース等の地域住民が集う場の創出



ヒント！ 県・市町村における「お互いさまスーパー」開設支援のための項目（例）

項目	内容
先進事例調査	県内外における先進事例の調査
市町村意見交換・情報収集	市町村訪問による候補地情報の収集、運営への支援等に係る事業メニュー及び意向の確認、候補地選定条件整理
候補地の確認	自治会アンケート等からのピックアップ、市町村推薦等を基にした候補地の確認
候補地調査・実施地区決定	候補地現地調査、地区役員ヒアリング等により候補地決定規模、買い物施設状況、交通機関状況、地区内施設状況などの調査
地区における合意形成 (地区住民ワークショップ)	事業説明、合意形成ワークショップ、実行委員会設立準備 継続的な店舗活用方法についての検討ワークショップ、ほか
スーパー開設準備実行委員会	①各実行委員会の立ち上げ、スケジュール策定、役割分担 ②先進地視察・住民意見の集約・方向性の決定 ③具体計画の策定、仕入れ商品の概要確定
店舗形態決定、運営計画策定	実行委員会で策定した計画を地区住民ワークショップで最終承認
店舗改修設計・改修工事	内装、トイレ、集いの場スペース等の設計・改修
店舗開設準備・商品搬入	冷蔵ケース等備品搬入、商品陳列の実施
仕入事業者調整・選定	実施地区に配送可能な業者の選定、事業概要説明及び協力要請 日用品、雑貨等の納入条件調整及び協定の締結
支援団体調整	JA、農事法人、漁協、社協、宅配業者、商工会などの連携可能な事業者の洗い出し、事業概要説明及び協力要請
行政・金融機関調整	行政・金融機関が実施する事業に関連する支援制度の調査、利用可能支援制度の活用に向けた調整

4 「お互いさまスーパー」の収支シミュレーション

(1) 収支を均衡させるために、どのようなことを考えますか

- ・売上高は、「地域内の世帯数×5万円」が一つの目安になります。
- ・「仕入先の選定」や「値付け」を行う場合、粗利率25%程度の確保を目標とします。
- ・予想される売上高や粗利益から、経費をどれくらいに止めるかを考えます。

(2) 世帯数100の地域の場合の収支シミュレーション

【シミュレーションの前提】

地域内の世帯数	100世帯
1世帯当たり年間売上高	5万円
粗利益率	25% (スーパーマーケット平均を参考)
店舗規模	「みせっこあさみない」、「赤田ふれあいスーパー」程度を想定
売り場面積	40~50㎡程度
店舗スタッフの従事形態	有償ボランティアを想定 @1,000円×2人×300日

項目	金額(円)	摘要
売上高 (a)	5,000,000	100世帯×5万円
売上原価 (b)	3,750,000	仕入にかかる費用

粗利益(売上総利益) (c)	1,250,000	(a)-(b) 粗利益率25%
-----------------------	-----------	-----------------

項目	金額	摘要
一般管理販売費		
人件費	600,000	従業形態は有償ボランティアを想定
水道光熱費	300,000	
その他経費	200,000	旅費交通費、消耗品費、会議費など
一般管理販売費合計 (d)	1,100,000	

営業利益 (e)	150,000	(c)-(d)
-----------------	---------	---------

項目	金額	摘要
法人税等 (f)	114,000	法人税・法人事業税(所得割・22%で計算) 33,000円 法人県民税・市町村民税(均等割) 81,000円

当期利益 (d)	36,000	(e)-(f)
-----------------	--------	---------

(3) 世帯数 300 の地域の場合の収支シミュレーション

【シミュレーションの前提】

地域内の世帯数	300世帯
1世帯当たり年間売上高	5万円
粗利益率	25% (スーパーマーケット平均を参考)
店舗規模	「仙道てんぽ」程度を想定
売り場面積	70~80㎡程度
店舗スタッフの従事形態	有償ボランティアを想定 @1,000円×4人×300日(週6日営業)

項目	金額(円)	摘要
売上高 (a)	15,000,000	300世帯×5万円
売上原価 (b)	11,250,000	仕入にかかる費用
粗利益(売上総利益) (c)	3,750,000	(a)-(b) 粗利益率25%

項目	金額	摘要
一般管理販売費		
人件費	1,200,000	従業形態は有償ボランティアを想定
水道光熱費	800,000	
その他経費	600,000	旅費交通費、消耗品費、会議費など
一般管理販売費合計 (d)	2,600,000	
営業利益 (e)	1,150,000	(c)-(d)

項目	金額	摘要
法人税等 (f)	335,000	法人税・法人事業税(所得割・22%で計算) 254,000円 法人県民税・市町村民税(均等割) 81,000円
当期利益 (d)	815,000	(e)-(f)



ヒント！ 収支を考えるうえでのポイント

ここに示したシミュレーションは一つの「モデル」であり、実際の収支を計画するうえでは、次のような要因を考える必要があります。

- ・店舗の規模、設備の内容 ⇒ 水道光熱費などに影響
- ・営業日、営業時間 ⇒ 人件費や水道光熱費に影響
- ・スタッフの従業形態 ⇒ 人件費に影響 …など

5 運営を改善するための「振り返り」の進め方

「お互いさまスーパー」を運営していく中で、様々な改善点がでてきます。運営の改善につなげるために、定期的に運営状況の「振り返り」を行いましょう。

(1) 「振り返り」は、どのような観点や方法で行いますか

【住民のニーズに込えているか？】

- ・お客さんからのヒアリングやアンケート、「一言カード」を利用してチェックします。

【運営状況は順調か】

- ・売上高、利益、来店客数などの「数字に表れる面」、従業員のシフトの状況など「数字に表れない面」の両方からチェックします。

(2) 「チェックシート」を用いた振り返りの方法

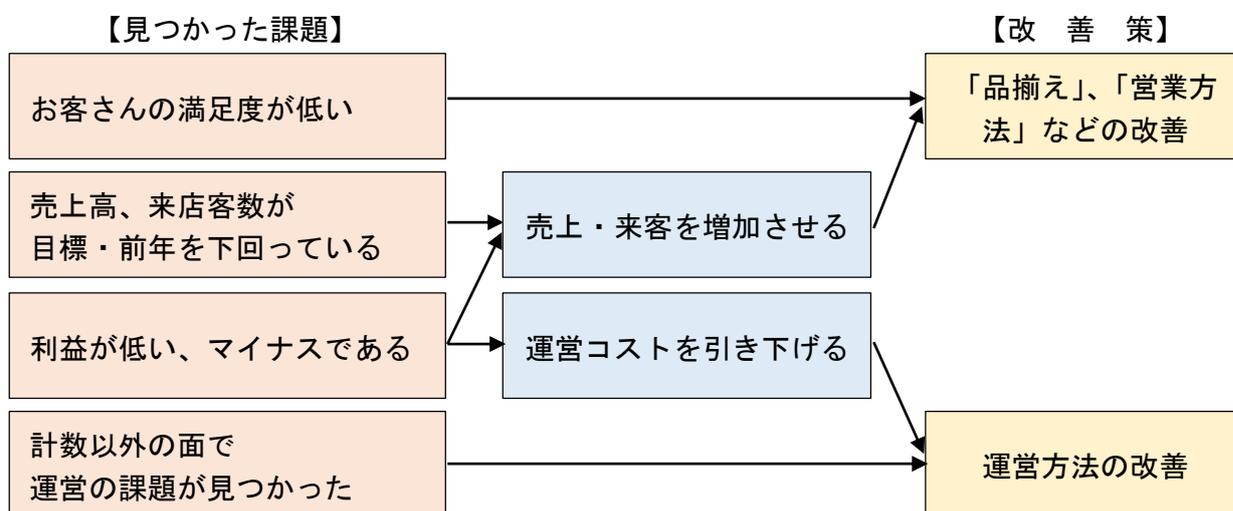
「振り返り」には、「チェックシート」を用意し毎月チェックする方法があります。

チェックシートの例

項 目	チェック
【お客さんのニーズに込えていますか？】	
お客さんから「こんな商品がほしい」という言葉があった	<input type="checkbox"/>
お客さんから「値段が高い」、「安くしてほしい」という言葉があった	<input type="checkbox"/>
お客さんから、商品の陳列方法について、意見や要望があった	<input type="checkbox"/>
お客さんから、営業日や営業時間、意見や要望があった	<input type="checkbox"/>
【運営は順調ですか？】	
売上高・利益が昨年と同じ月に比べて減少している	<input type="checkbox"/>
来店客数が、昨年と同じ月に比べて減少している	<input type="checkbox"/>
食品の廃棄ロスが増えている	<input type="checkbox"/>
売れ行きの悪い商品がある	<input type="checkbox"/>
レジ担当のシフトが順調に回っていない	<input type="checkbox"/>
負担が大きくなっている従業員の方がいる	<input type="checkbox"/>
お客さんの意見や要望がみんなで共有できていない	<input type="checkbox"/>
仕事の引継ぎの時、伝達事項がきちんと伝わっていない	<input type="checkbox"/>
修理の必要な設備や購入したい備品がある	<input type="checkbox"/>

(3) 課題が見つかったら、どのように改善しますか

- ・下の図を参考に、定期的に改善方法を検討し、実行していきます。
- ・例えば、お客さんから「あの商品を扱ってほしい」という要望があった場合、品揃えに加えることができるか検討し、仕入を試行するなどの対応を行います。
- ・また、「負担が大きくなっている従業員がいる」という課題が見つかった場合は、勤務シフト変更などの対応を検討し、従業員の勤務の調整を行います。
- ・「お互いさまスーパー」では、お客さんの要望への対応に限界があるので、同じ要望を持つお客さんがどれくらいいるかという点や、運営体制の面を考慮して対応します。



ヒント！ お客さんのニーズをつかむ「一言カード」の活用

お客さんの要望や満足度を把握するために、「一言カード」に記入してもらう方法があります。カードとカードを入れる箱を、レジの近くなどお客さんの目に触れやすい所に置き、気軽に入れてもらうように促します。

一言カード

いつもご利用ありがとうございます！

店へのご意見、ご要望がありましたら、お気軽にお知らせください。

一言（ご要望など、気づいた点などどんなことでもお書きください）

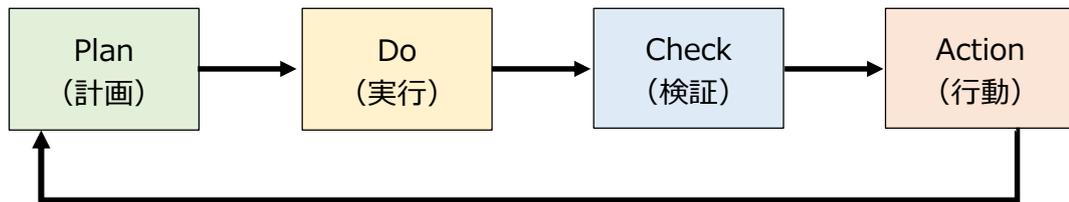


ヒント！ 「振り返り」のしくみ、「PDCA」とは？

運営について「振り返り」を行うことで、改善につなげていく「PDCA」という手法があります。

PDCAとは、Plan（計画）、Do（実行）、Check（検証）、Action（行動）の頭文字をとったものです。

事業を運営する際に、「計画」を立て、その計画を「実行」し、実行した結果が計画に沿っているか「検証」し、検証して問題が見つかれば改善のための「行動」につなげるという、一連のサイクルを意味します。



「お互いさまスーパー」の運営においても、チェックシートなどを活用した「振り返り」や、見つかった課題の共有、運営部会などでの改善方法の検討、改善策の実施という一連の活動を「しくみ」として定着させましょう。