

# 「お互いさまスーパー」 ガイドブック

～ 地域の維持・活性化に向けて ～

平成30年3月

秋田県あきた未来創造部  
活力ある集落づくり支援室

# 目 次

## I はじめに

- 1 ガイドブックの目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・1
- 2 ガイドブックの構成・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・1

## II 地域での「困りごと」と住民主体の解決

- 1 地域にはどんな「困りごと」がありますか・・・・・・・・・・・・・・2
- 2 住民が主体となり地域課題を解決する「お互いさまスーパー」・・・・・・3
  - (1) 「お互いさまスーパー」の特徴・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・3
  - (2) 「お互いさまスーパー」の取組・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・3
  - (3) 「お互いさまスーパー」が運営されている地域・・・・・・・・・・・・・・3
- 3 「お互いさまスーパー」を運営するために必要なこと・・・・・・・・・・4
  - (1) 「お互いさまスーパー」が解決する地域の課題は何ですか・・・・・・・・・・4
  - (2) 「コミュニティビジネス」とは、どのようなものですか・・・・・・・・・・4
  - (3) 「コミュニティビジネス」をうまく運営させるために何が必要ですか・・・・・・・・・・4
- 4 「お互いさまスーパー」の事業としての「しくみ」・・・・・・・・・・・・5
  - (1) 事業としての「しくみ」・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・5
  - (2) 住民のニーズに応えるマーケティング・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・5
- 5 「お互いさまスーパー」を成功させるためのポイント・・・・・・・・・・・・6
  - (1) 「お互いさまスーパー」の目的・意義・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・6
  - (2) 「お互いさまスーパー」の課題・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・6
  - (3) 「お互いさまスーパー」を成功させるためのポイント・・・・・・・・・・・・6

### Ⅲ 「お互いさまスーパー」既設3店舗の取組

1 既設の3店舗はどのような取組を行っているでしょうか	7
2 みせっこあさみない【五城目町】	8
(1) 地域の状況	8
(2) 理念	9
(3) 資源の確保	9
(4) マーケティング	11
(5) 地域への効果	14
(6) 買い物以外の機能	14
3 赤田ふれあいスーパー【由利本荘市】	16
(1) 地域の状況	16
(2) 理念	17
(3) 資源の確保	17
(4) マーケティング	19
(5) 地域への効果	21
(6) 買い物以外の機能	22
4 仙道てんぽ【羽後町】	23
(1) 地域の状況	23
(2) 理念	24
(3) 資源の確保	24
(4) マーケティング	26
(5) 地域への効果	28
(6) 買い物以外の機能	29

### Ⅳ 「お互いさまスーパー」の新たな機能の提案

1 送迎サービス【買い物機能の発展】	31
(1) メリット	31
(2) 取組方法と注意点	31
(3) 既設店舗への提案	31

2	配食サービス／コミュニティレストラン【買い物機能の発展】	34
(1)	メリット	34
(2)	取組方法と注意点	34
(3)	既設店舗への提案	34
3	地域防災拠点機能【交流拠点機能の発展】	37
(1)	メリット	37
(2)	取組方法と注意点	37
4	子育て世代支援（応援）機能【交流拠点機能の発展】	39
(1)	メリット	39
(2)	取組方法と注意点	39
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	42
2	「お互いさまスーパー」の事業規模	43
3	「お互いさまスーパー」設立の進め方	44
(1)	住民による合意形成（ステップ1）	45
(2)	運営組織づくり（ステップ2）	48
(3)	資源の確保（ステップ3）	49
(4)	マーケティングの組立（ステップ4）	56
4	「お互いさまスーパー」の収支シミュレーション	61
5	運営を改善するための「振り返り」の進め方	63
VI	まとめ	66

# I はじめに

## 1 ガイドブックの目的

このガイドブックは、既設の「お互いさまスーパー」を紹介することを通じて、新たに設置・運営する際の手順や手法を提案することにより、設置を考える地域の方々に参考とさせていただくことを目的としています。

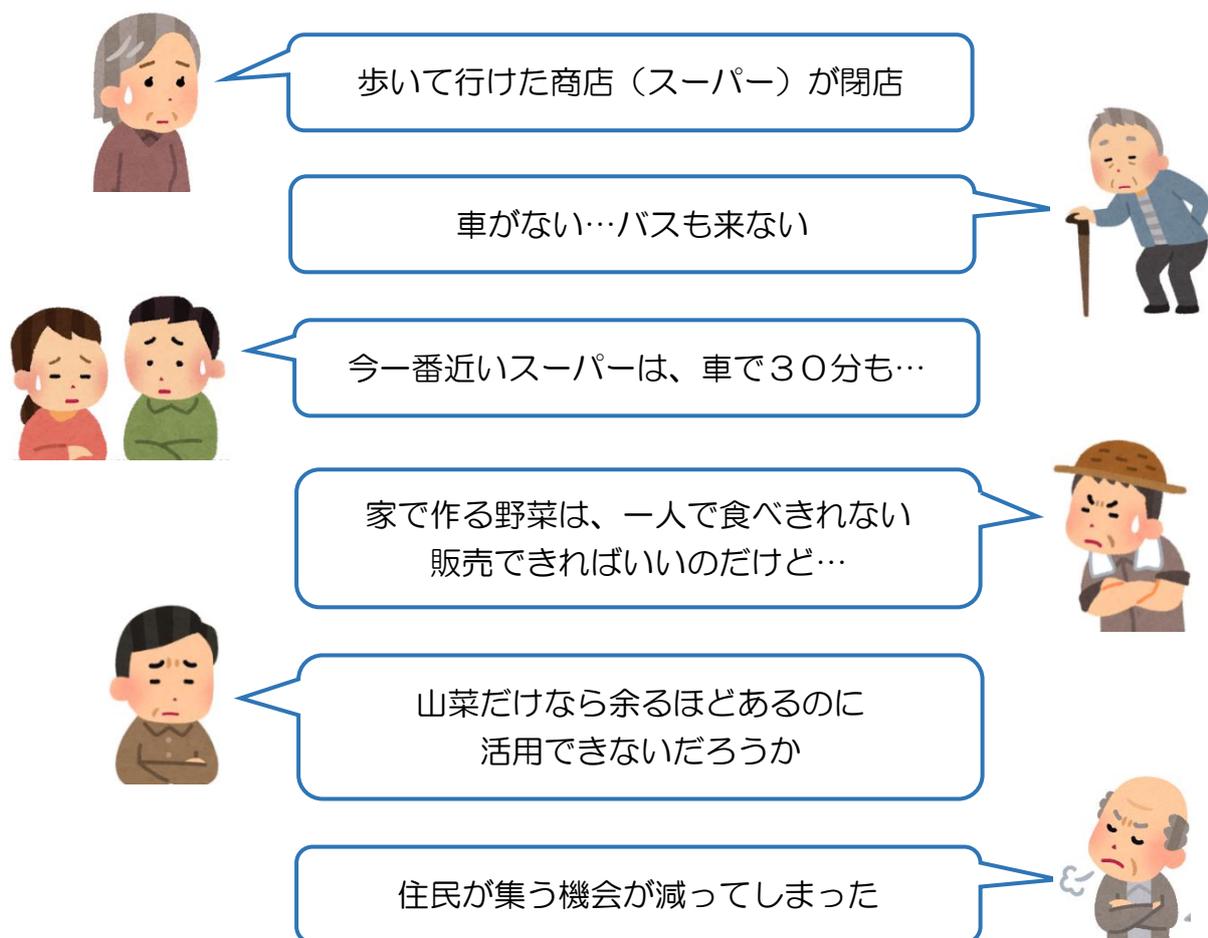
## 2 ガイドブックの構成

<b>II 地域での「困りごと」と住民主体の解決</b> 「お互いさまスーパー」の意義や背景、住民が主体となって地域課題を解決する「しくみ」について紹介します。
<b>III 「お互いさまスーパー」既設3店舗の取組</b> 既設の「お互いさまスーパー」3店舗がどのような「しくみ」をつくり、どのように運営しているのか、その取組の内容を紹介します。
<b>IV 「お互いさまスーパー」の新たな機能の提案</b> 「買い物の場」という機能に加え、地域の「小さな拠点」として、どのような新しい機能を追加することができるか紹介します。
<b>V 「お互いさまスーパー」設立・運営のモデル</b> 新たに「お互いさまスーパー」を設置・運営する場合の具体的な手順や手法を提案します。
<b>VI まとめ</b> 全体のまとめ

## Ⅱ 地域での「困りごと」と住民主体の解決

### 1 地域にはどんな「困りごと」がありますか

人口の減少や高齢化が進む中、各地域ではいろいろな困りごとが生じています。  
あなたの地域では、どんな「困りごと」がありますか？



地域により様々な「困りごと」がありますが、多くの地域に共通する問題として、人口が減少し高齢化が進んでいることが挙げられます。人口減少と高齢化を背景にして、地域から商店（スーパー）や、バス路線などの公共交通機関が撤退し、住民の買い物が困難になっている状況がみられます。

この買い物の困難という「困りごと」を解決し、地域において住民が暮らし続けることができるように、地域住民が主体となって解決する取組が行われています。



**地域住民が主体となり、お互いに協力しあって課題を解決しましょう！**

## 2 住民が主体となり地域課題を解決する「お互いさまスーパー」

### (1) 「お互いさまスーパー」の特徴

「お互いさまスーパー」は、地域の「困りごと」を解決するため、住民自らが主体となって買い物場となるミニショップを開設、運営する取組で、次のような特徴を持っています。

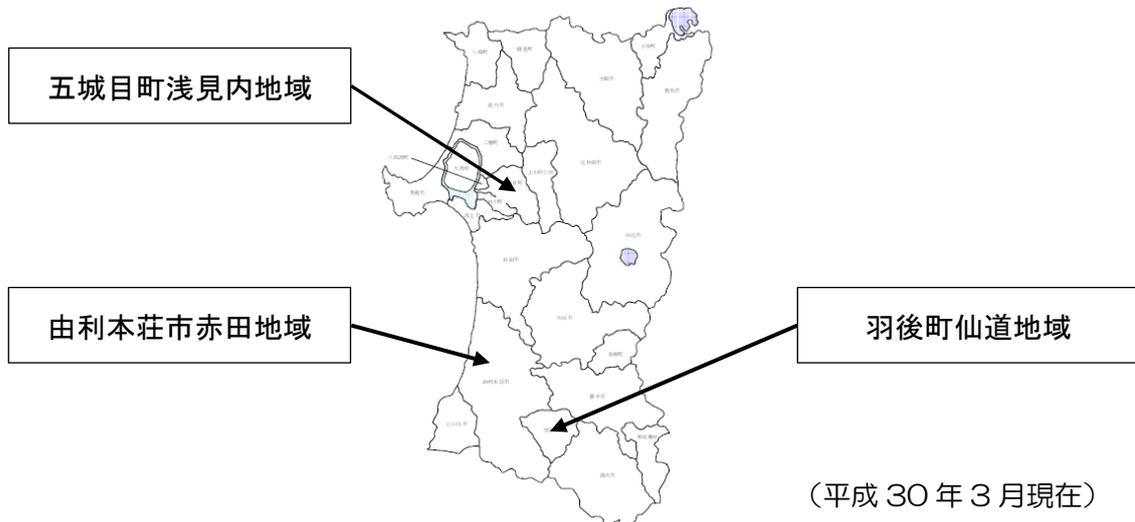
- ・地域住民自らが主体となって開設・運営します
- ・日常生活に必要な、食料品や日用品を買うことができます
- ・生活サービス機能や地域活動の「拠点」の性格も持っています

### (2) 「お互いさまスーパー」の取組

「お互いさまスーパー」は、地域の課題を解決し地域の維持・活性化を図るために、住民が主体となって次のような取組を行っています。

- ・買い物場をつくります
- ・地域住民の集いの場を確保します
- ・地域住民が活躍する機会を生み出します
- ・農産物や山菜など地域にある資源を活用します

### (3) 「お互いさまスーパー」が運営されている地域



**ヒント！** お互いさまスーパーの「お互いさま」とは？

「売る側」も「買う側」も同じ住民であり、「お互いさま」の精神が大切です。

「お互いさまスーパー」は、地域住民が協力し、一体になって運営していく取組です。

### 3 「お互いさまスーパー」を運営するために必要なこと

#### (1) 「お互いさまスーパー」が解決する地域の課題は何ですか

- ・買い物、交通が不便。
- ・地域住民の「交流の場」がないこと。
- ・地域住民が活躍する（働く）場がないこと。
- ・地域の農産物や山菜などを販売、活用する方法がないこと。

「お互いさまスーパー」は、これらの地域課題の解決をミニショップの運営という形で行うものであり、「コミュニティビジネス」としての性格をもっています。

#### (2) 「コミュニティビジネス」とは、どのようなものですか

- ・地域が抱える課題を
- ・地域住民が主体となって
- ・地域にある資源を活用しながら
- ・ビジネス的手法によって解決しようとする「事業」

#### (3) 「コミュニティビジネス」をうまく運営するために何が必要ですか

- ・「事業」を継続していく「しくみ」をつくること。
- ・そのしくみを「働かせる」工夫をすること。

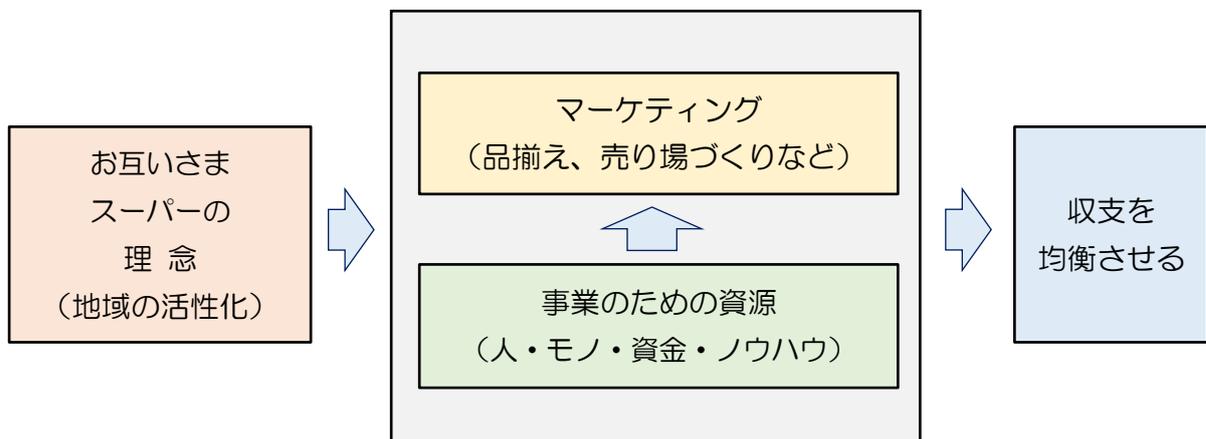
## 4 「お互いさまスーパー」の事業としての「しくみ」

「お互いさまスーパー」は、「日用必需品の買い物の場がほしい」という地域住民のニーズに応えるために、事業を継続していくことが必要となります。

事業としての「しくみ」は次のような成り立ちになっています。

### (1) 事業としての「しくみ」

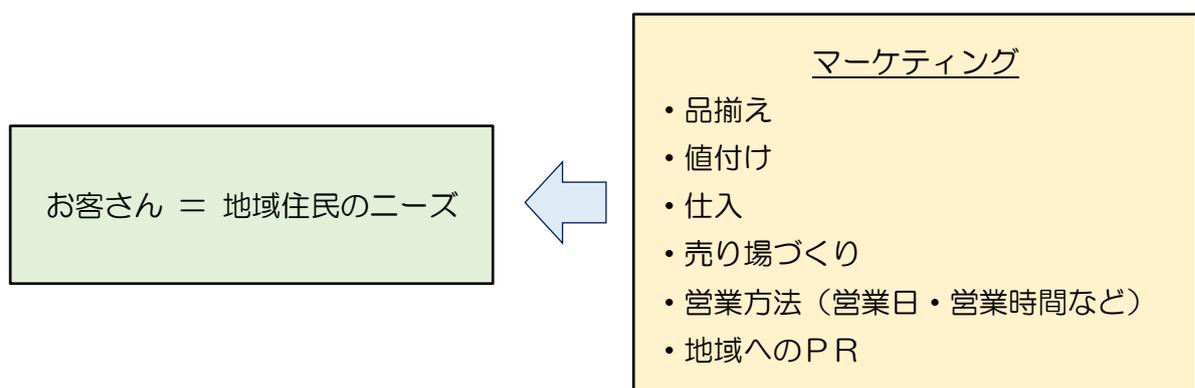
「地域課題を解決し、地域を活性化させる」というお互いさまスーパーの理念を実現するために、人・モノ・資金・ノウハウという資源を確保し、住民のニーズに応える「品揃え」「売り場づくり」などのマーケティングを行い、その結果として収支を均衡させる「しくみ」を作ります。



### (2) 住民のニーズに応えるマーケティング

「お互いさまスーパー」は、お客さんである地域住民の買い物ニーズに応えるために、住民が毎日の生活で必要とする商品を「品揃え」し、買い物のしやすい「売り場づくり」を行い、利用しやすい営業日・営業時間などの「営業方法」を設定するなど、店舗運営の活動を行います。

このような活動の全体を「マーケティング」と呼びます。



## 5 「お互いさまスーパー」を成功させるためのポイント

地域課題を解決し、地域を活性化させる取組を「事業」として行う「お互いさまスーパー」は、次のような目的・意義と課題を持っています。

### (1) 「お互いさまスーパー」の目的・意義

- ・目的 ～ 地域の課題を解決し、「**自分の地域を良くする**」こと
- ・意義 ～ 運営側も利用側も地域住民であり、「**地域のためにお互いに協力する**」こと

### (2) 「お互いさまスーパー」の課題

- ・人口減少や高齢化により商業ベースでは店舗運営が難しい地域で、住民の協力により店舗を運営すること
- ・事業に必要な資源（「人」「モノ」「資金」「ノウハウ」）を確保するために工夫すること

### (3) 「お互いさまスーパー」を成功させるポイント

「お互いさまスーパー」の目的・意義や課題を踏まえると、成功させるためには次のことがポイントとなります。

#### ① 住民のニーズに応える

- ・買い物に対する住民のニーズを把握し、そのニーズに応える「品揃え」「売り場づくり」などのマーケティングを実施する
- ・「地域住民の交流の場」など買い物以外の機能を備える

#### ② 住民の協力により運営を行う

- ・「収益を伸ばすのが難しい」という課題の解決には、「ローコスト運営」の工夫が大切
- ・「人や資金などの資源の確保が難しい」という課題の解決のための工夫が必要  
～ 「地域にある資源をフルに活用」「仕入先などの民間や行政の支援を活用」

**既設店舗がこのポイントにどのように取り組んでいるのかみてみましょう！**

### Ⅲ 「お互いさまスーパー」既設3店舗の取組

#### 1 既設の3店舗はどのような取組を行っているでしょうか

「お互いさまスーパー」は、平成30年3月現在、「仙道てんぼ」、「みせっこあさみない」、「赤田ふれあいスーパー」3つの店舗が運営されています。

3店舗は、どのような「しくみづくり」を行い、どのような「工夫」をしているのでしょうか。

〈項 目〉	〈内 容〉
(1) 地域の状況	地域の状況、スーパー設置までの経緯
(2) 理 念	地域住民の合意形成、地域が目指すビジョン、店舗の理念
(3) 資源の確保	人（運営に携わる人）、モノ（店舗建物や設備） 資金（初期費用、運営費用）、情報（店舗経営のノウハウ）
(4) マーケティング	来店客（どのような人が、どこから来店しているか） 品揃え・値付け（販売商品の内容） 仕入（仕入先の種類・確保の方法） 売り場づくり（店舗レイアウト・商品陳列の状況） 営業方法（営業日・時間、広告・宣伝、PR方法）
(5) 地域への効果	効果（開店後の地域住民の声）、今後の課題
(6) 買い物以外の機能	「買い物の場」以外にスーパーを活用している取り組みなど

## 2 みせっこあさみない【五城目町】

### (1) 地域の状況

浅見内地域は、五城目町の北部、国道 285 号線から約 4 km 北に入った中山間地に位置します。

地区名	五城目町 浅見内（あさみない）地域
世帯数等	世帯数：117 世帯 人口：253 人 高齢化率：60.5% 最寄店舗：10 km（車で 17 分） ※平成 29 年 9 月現在
店舗住所	南秋田郡五城目町内川浅見内 字後田 86-1
オープン日	平成 28 年 3 月 30 日（水）



### 経緯

平成 21 年	・ 県元気ムラ推進チームによる集落調査開始、五城目町と連携し「元気な地域づくり」活動を実施。
平成 24 年	・ 県の「社会を担う高齢者支援システム構築事業」に採択され、「浅見内活性化委員会」を組織し、高齢者支援を行う。
平成 28 年	・ 「お互いさまスーパー」として開店。 （県の「お互いさまスーパー創設事業」（当時）の補助金活用により、旧児童館の一部を改修し、スーパーを創設した）

## (2) 理念

### ① 地域住民の合意形成をどのように行ったのか

- ・ 浅見内地域は、仙道・赤田地域と違い、前身となる店舗等の存在はありませんでした。
- ・ 「浅見内活性化委員会」は、町内会役員、老人クラブ、婦人会地区役員、民生児童委員等約25名のメンバーで構成され、会長は町内会長が兼務しています。
- ・ 「メンバー全員が素人」など不安の声がありましたが、活性化委員会で事業着手や運営方針等について会議を開催し、スーパーが必要であると判断して開設に至りました。

### ② 「みせっこあさみない」の理念はどのようなものか

- ・ 小学校の閉校等に伴い、地域行事が減少し住民交流の機会も少なくなりました。
- ・ 単なるスーパー機能だけではなく、「地域交流の場」「地域貢献の場」となるよう地域の状況に対応した拠点施設にしようと考え、食堂機能も備えることにしました。

## (3) 資源の確保

### ① 店舗を運営しているのはどのような人達か

- ・ 運営主体は「浅見内活性化委員会」です。店舗の運営は、委員会に置かれている「スーパー運営部会」のメンバーが中心です。
- ・ 店のスタッフは13名、毎日3名が交代で担当しています。交代サイクルは、各人の都合により決定するため、流動的に設定しています。
- ・ 商品の仕入れは男性3名で対応しています。毎週月・木曜日に町内のスーパー「ダイサン五城目店」へ直接出向いて仕入れています。

### ② 店舗建物や備品などはどのように調達したのか

- ・ 店舗建物は、浅見内公民館に隣接する旧児童館の一部を改修し活用しています。
- ・ 旧児童館は築40年以上で老朽化していましたが、地域の建設会社の協力もあり、予算内(約450万円)で改修工事を行うことができました。

### ③ 設備資金・運転資金はどのように確保しているのか

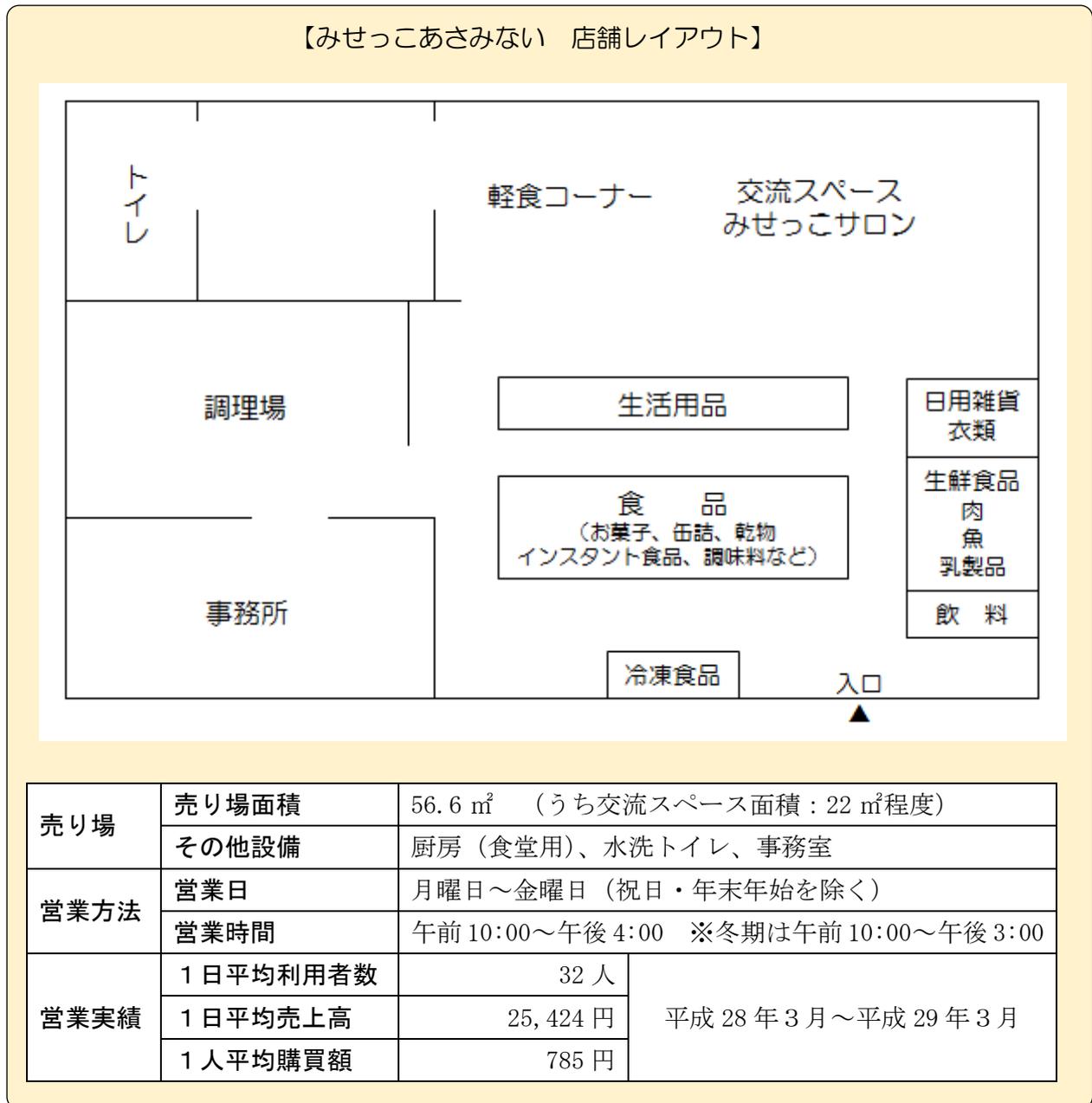
- ・建物の改修、備品購入、その他運営資金として、県の「お互いさまスーパー創設事業（H27年度）」の補助金 800 万円と、五城目町の補助金 50 万円を活用しています。
- ・開店に伴う商品仕入資金の調達には、地域住民から寄付を募り目標金額を上回る約 60 万円を集めました。寄付は、地域住民だけではなく既に転出した住民からもあり、遠くは韓国在住の方からの応援もありました。

### ④ 商店経営のノウハウはどのように得ているのか

- ・仕入先の「有限会社ダイサン」とは協定を結び、店舗運営に関するアドバイスを受けています。「仕入れ」「販売価格設定」「ディスプレイ」「商品管理」などについて気軽に相談できる関係が構築されています。
- ・許認可関連については、「食肉販売業」「魚介類販売業」「乳類販売業」「飲食店経営」の営業許可（食品衛生法）を取得しています。
- ・食品衛生責任者は、3名配置しています。

#### (4) マーケティング

① 品揃えや売り場作りは、どのように行っているのでしょうか



② 来店客にはどのような特徴があるのか

- お客さんの9割は地域の人で、半分以上は歩いて来店します。
- 地域外から来店するお客さんは、近隣にある温泉の利用客や、「お互いさまスーパー」を視察する人などです。

### ③ 商品には、どのようなものがあるのか

#### 【商品構成】

取扱品目数～オープン当初：約 300 品目、平成 29 年 12 月現在：約 400 品目

生鮮食品	卵、乳製品、肉、鮮魚、豆腐、野菜（委託販売）など
飲料品	ペットボトル飲料、缶コーヒー、牛乳など
その他食料品	菓子、インスタントラーメン、パン、調味料、アイスクリームなど
日用雑貨	洗剤、歯ブラシ、衣類（靴下・下着）、軍手、トイレトペーパーなど
委託販売	衣料、種子、お菓子、野菜、山菜、民芸品など

#### 【商品の陳列】



飲料品



食料品・調味料など

### ④ 販売状況はどうなっているか

- ・売れ筋商品は、野菜類、食堂部門（天ぷらうどん、だまこ等）、菓子、乾物、調味料、パンなどです。食堂部門の売上は全体の 1 割程度です。
- ・食品の品揃えは、「有限会社ダイサン」のアドバイスのほか、お客様の要望に応じています。
- ・酒類の取扱いは現時点では想定していませんが、今後ノンアルコール商品の導入を検討しています。
- ・住民から要望が強い惣菜部門については、建物の面積や設備投資費用の面から断念しています。
- ・「赤田ふれあい加工所」で作る惣菜（千葉県のスーパに出荷している山菜煮物）を、当店でも販売しています。

### ⑤ 商品の値付けはどのように行っているか

- ・仕入業者「有限会社ダイサン」からは、適正な粗利益率を確保できる価格設定をしていかなければ事業が継続できず、地域のためにならないと指導を受け実践しています。
- ・賞味期限切れが近い商品を店員が買い取りしないよう管理を徹底し、期限切れの商品はきちんと廃棄しています。正確な仕入発注に結び付くこと、ロスを勘案した価格設定が事業継続のために必要なこと等が理由です。

### ⑥ 商品の仕入はどのように行っているのか

- ・地元スーパーである「有限会社ダイサン」の支援を得ることができ、仕入れ面の不安は解消しました。
- ・他の仕入ルートを利用した場合、仕入価格がさらに上昇し販売価格に転嫁され、売上に影響したと想定されます。
- ・住民等が出品する衣料・野菜・山菜・民芸品等の委託販売の手数料は、町内は15%、町外は20%に設定しています。また、業者の手数料率は個別に設定しています。
- ・食品ロスを最小限に抑えるために、賞味期限が近づいたものは値引き販売をするなど、商品管理には十分留意しています。

### ⑦ 営業方法についてどのような取組をしているのか

- ・週二回の限定メニュー（鍋焼きうどん・だまこ鍋）の日は、準備した15食が早々に完売するなど、来店客の増加につながり、商品の販売にも寄与しています。
- ・土・日営業を希望する声があり、平成29年11月から3か月間土曜営業を試行しました。
- ・土曜日は、食堂は営業せず、店番は会長一人で行いました。
- ・土曜営業での来店者は1日当たり5～6人程度でしたが、営業に対する感謝の声がありました。

### ⑧ 地域へのPRはどのように行っているのか

- ・町の広報に広告を載せています。
- ・地元の新聞やテレビなど、メディアからの取材を積極的に受けることで、広告宣伝費をかけずにスーパーのPRを行っています。
- ・フェイスブックを利用した、インターネットでのPRも行っています。

## (5) 地域への効果

### ① スーパー開店後、地域の住民からはどのような声があるか

- ・「みせっこあさみない」という拠点ができ、地域住民の活躍の場が増えたことにより、地域に一体感が生まれました。
- ・地域住民が商品を出品する委託販売では、商品が売れることで満足感が高まり、出品することが生きがいになっています。

### ② 今後の課題はどのようなものか

- ・スタッフ数が多く、全員が毎日顔合わせできないことから、日々の営業活動におけるスタッフの意思統一に課題があります（月1回のみせっこあさみない運営部会で意見交換や情報共有をしています）。
- ・各営業免許の更新費用を確保しておく必要があります。更新は4～5年ごとに発生し、総額10万円程度かかる見込みであり、每期利益を積み上げていくことが重要です。

## (6) 買い物以外の機能

### ① 食堂

- ・食堂はコミュニティの場として機能しています。1日の利用者は7～8人程度であり、来店客の2割程度の人が利用しています。
- ・スーパーに来店し食事を取りながら談笑することで、店内は賑やかに活気付き、利用者の見守り機能にもつながっています。
- ・うどん、カレー等の定番料理のほか、冬場の限定メニューとして火曜日に「鍋焼きうどん」、木曜日に「だまこ鍋」を提供して好評を得ています。食堂の新メニューについては、スタッフで話し合いを行ったうえ、月1回開催される運営部会にて決定しています。

#### 食堂メニューの例（税込み価格）

- ・鍋焼きうどん 500円（火曜日限定）
- ・だまこ 500円（木曜日限定）
- ・天ぷらうどん 300円
- ・月見うどん 280円
- ・カレーライス 300円



食堂を利用するお客さん

## ② サロン活動

- ・地域包括支援センターからの委託で、社会福祉協議会の職員が毎週 1 回程度「みせっこあさみない」を訪問し、住民と一緒に歌を歌ったり、住民の相談等に応じています。
- ・その他の活動として、「七夕飾り作り」「折り紙、塗り絵」「花見会」「カルタ会」等、バラエティに富んだ催しを行っています。
- ・サロン活動の作品を店内に飾り付けする等、参加者のやりがいやモチベーションの向上につなげています。



ヒント！ どのような「新たな機能」が考えられるでしょう

### 配食サービス／コミュニティレストラン

浅見内地域では、「みせっこあさみない」で食堂を運営し近隣住民から好評を得ています。その発展した形として、「配食サービス」や「コミュニティレストラン」が考えられます。

#### **【配食サービス】**

単身や夫婦で暮らす高齢者の自宅に、調理済み食品や弁当を配達するサービスです。

#### **【コミュニティレストラン】**

「おいしく食べて、楽しく働く、くつろぎの場」をコンセプトに、安心、安全な食事を提供し、住民が集まり交流する場となるレストランです。

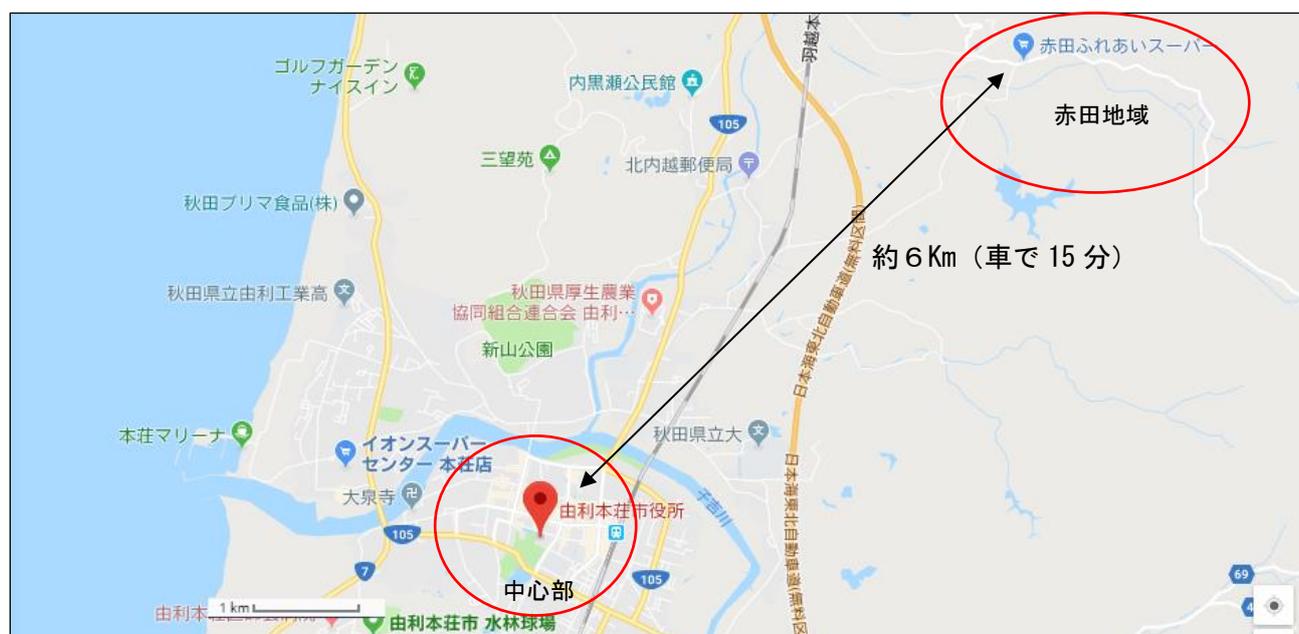
取組事例は、第3部（34 ページ）をご参照ください。

### 3 赤田ふれあいスーパー【由利本荘市】

#### (1) 地域の状況

赤田地域は、由利本荘市の北西部、国道 105 号線から西に約 4 km 入った中山間地に位置します。

地区名	由利本荘市・赤田（あかた）地域
世帯数等	世帯数：114 世帯 人口：339 人 高齢化率：48.1% 最寄店舗：6 km（車で 15 分） ※平成 29 年 3 月現在
店舗住所	由利本荘市赤田字上田表 93-1
オープン日	平成 28 年 3 月 27 日（日）



#### 経緯

平成 23 年	・赤田町内会が、秋田県の「元気ムラGB（じっちゃんばっちゃん）・パワーアップ事業」に取組み、東光館敷地内に「赤田ふれあい直売所」を設立。
平成 26 年	・国の事業を活用し山菜水煮等を生産する「赤田ふれあい加工所」を設立。地域運営組織である「赤田地域運営協議会」を立ち上げた。
平成 28 年	・「お互いさまスーパー」として開店。 （県の「お互いさまスーパー創設事業」（当時）の補助金活用により、店舗増築、加工所増築、追加設備等を実施したもの）

## (2) 理念

### ① 地域住民の合意形成はどのように行ったのか

- ・お互いさまスーパーの開設については、「赤田地域運営協議会」が中心となって地域住民と話し合いを重ねたことで、合意形成を図りました。
- ・地域住民が望んでいた直売所、加工所の拡大と、県の事業がうまくマッチングできたことで、住民の理解を得ることができました。

### ② 「赤田ふれあいスーパー」の理念はどのようなものか

- ・赤田町内会の理念は、「直売所と加工所の運営による地域の活性化」です。お互いさまスーパー開設により商店としての魅力が一層高まり、加工所設備も増設することができたことから、より地域活性化に貢献できる施設となりました。
- ・店舗運営は、赤字を回避し収支均衡を保ちつつ、地域貢献を第一に取り組んでいます。

## (3) 資源の確保

### ① 店舗を運営しているのはどのような人達か

- ・赤田地域運営協議会の「加工所・直売所・スーパー部会」が運営を担当しています。
- ・平成 29 年 2 月から役職（部門の管理者）を分担し、「スーパー・直売所部門」、「加工所部門」を別々の役職が担当しています。
- ・レジ担当者は当初 1 日 2 名でしたが、現在は 1 名で対応しています。
- ・スーパー部門の担当者は約 20 名います。報酬は 1 日 1,000 円を支給しています。

### ② 店舗建物や備品などはどのように調達したのか

- ・従来の「赤田ふれあい直売所」はキャスター付きの簡易な建物であり、町内会で 50 万円を拠出し、大工のボランティアの協力を得て完成させたものです。
- ・スーパーは、この直売所の建物を増築した店舗で営業しており、直売所と共通のレジを使用しています。

### ③ 設備資金・運転資金はどのように確保しているのか

- ・店舗・加工所の増築、スーパー等の追加設備として、県の「お互いさまスーパー創設事業（H27年度）」の補助金800万円を活用して調達しています。
- ・開店に伴う商品仕入について、町内会から30万円の助成を得ました。

### ④ 商店経営のノウハウはどのように得ているのか

- ・仕入先である「JA秋田しんせいサービス」から、商品ラインアップ、POP広告作成、商品の入替え等店舗運営に関するアドバイスや協力を得ています。
- ・許認可について、保健所の講習を受けた結果、スーパーについては許認可が必要となるものを取扱わないこと、加工所については「惣菜製造業」、「飲食店営業（仕出し・弁当）」の許可を取得することにしました。



#### メモ 「赤田の大仏」や「東光館」と一体となった地域活動拠点

赤田ふれあいスーパーは、周辺の「赤田の大仏」や「東光館」などと一体となって活動を展開しており、全体として地域活動拠点の機能を有しています。

##### 【赤田の大仏】

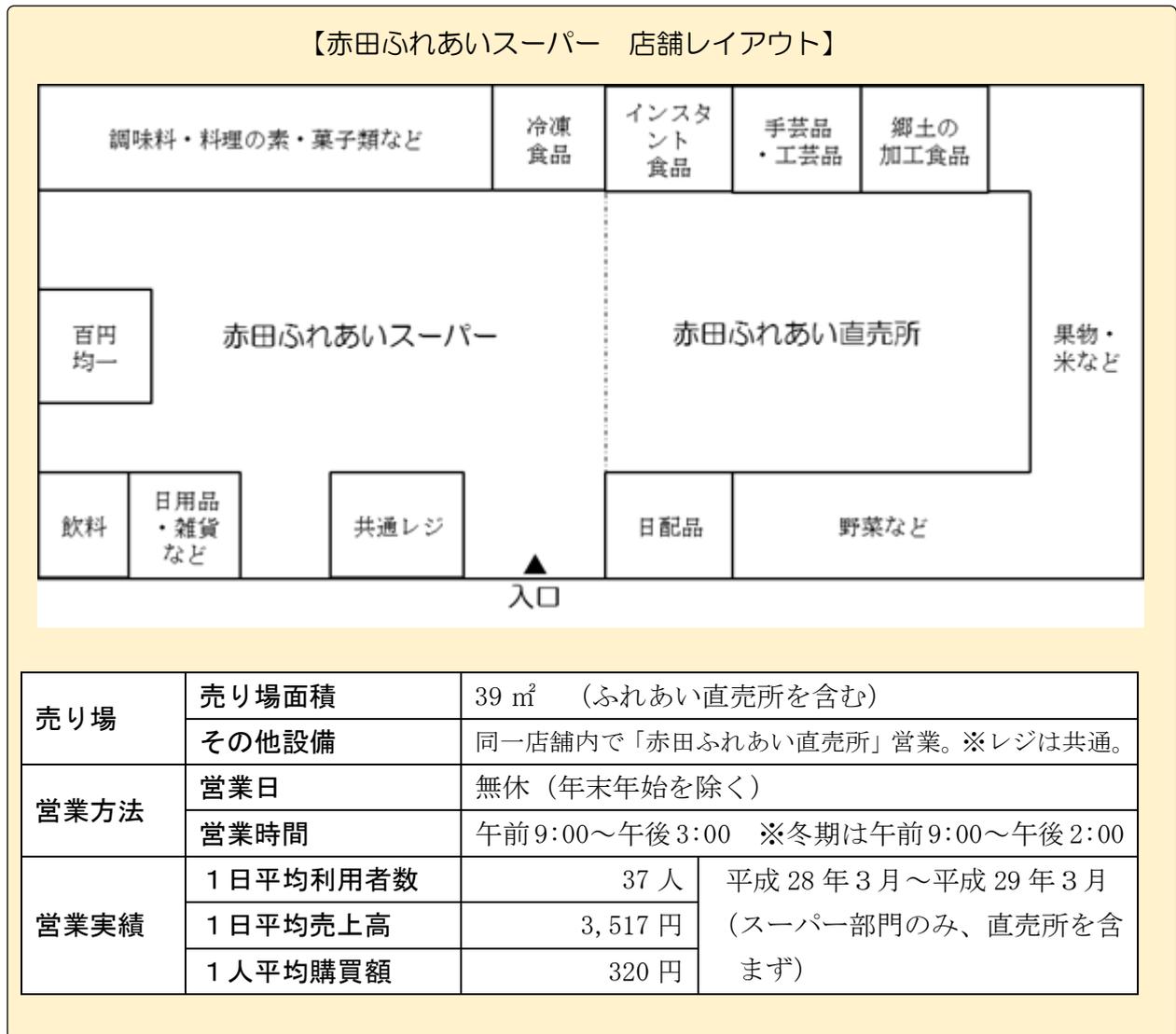
- ・「赤田ふれあいスーパー」に近い長谷寺（ちょうこくじ）には、日本三大観音の一つと言われる「赤田の大仏」があります。金色に輝く高さ9.1mの立像で、今から210年前に安置されました。
- ・毎年8月22日には、「赤田の大仏まつり」が行われます。
- ・「赤田ふれあいスーパー」には、赤田の大仏への参拝客も立ち寄っています。

##### 【東光館】

- ・長谷寺から道をはさんだ所に、赤田地域の拠点施設「東光館」があります。
- ・東光館は「五峰苑」と呼ばれる苑内にありますが、五峰苑では、東光館のほか、バラ園、菖蒲園、美術館、ピザ釜など様々な施設が集まっています。
- ・東光館には、地域の人々が利用できる集会室と会議室があります。また、陶芸教室や、そば打ち体験教室も開かれ、地域内外を問わず人々が交流する拠点となっています。

(4) マーケティング

① 品揃えや売り場作りは、どのように行っているでしょうか



② 来店客にはどのような特徴があるのか

- ・ 赤田地区の住民に限らず、商店がない近隣の集落からの来店客も多く、地域の買い物機能の維持に役立っています。
- ・ 「新鮮」「安い」と評判が良い直売所の農産物を目当てに来店する人も多くみられます。

③ 商品には、どのようなものがあるのか

【商品構成】

取扱品目数～オープン当初：約 213 品目、平成 29 年 12 月現在：約 161 品目

飲料品	野菜ジュース、栄養ドリンクなど
食料品	パン、油揚げ、菓子、インスタントラーメン、調味料など
日用雑貨	洗剤、由利本荘市指定ゴミ袋、ティッシュペーパーなど
百元ショップ	文房具、台所用品、靴下、紙食器、線香、ロウソク、裁縫用品など
※直売所	野菜、果物、手芸品、米など

【商品の陳列】



ふれあいスーパー



ふれあい直売所

④ 販売状況はどうなっているのか

- ・売れ筋商品は、やわらか煮込みホルモン（JA生産・販売）、冷凍餃子、パン、調味料、菓子類、油揚げなどです。
- ・生鮮食品の取扱いについては、下水道工事が必要となり相応の金額が掛かるため、費用対効果を考慮し当面は様子を見ています。
- ・「ふれあい直売所」の商品は新鮮で安いことから好評であり、売上げも伸びています。

⑤ 商品の値付けはどのように行っているのか

- ・「ふれあいスーパー」の価格は、仕入先である「JAしんせいサービス」の指導や他のスーパーの価格等を基に設定しています。
- ・「ふれあい直売所」の価格は、他の販売所を参考にしています。販売価格を安く設定することで、キャベツ、白菜、葱などが売れており、地域外の人もわざわざ買いに来ています。

## ⑥ 商品の仕入はどのように行っているのか

- ・「JAしんせいサービス」と仕入に関する支援協定を締結しました。
- ・商品の仕入は、赤田地域運営協議会の担当者が「JA・Aコープ大内店」に直接出向き行っています。
- ・JAの承諾を得て、豆腐類等について他の業者からの直接仕入に変更しています。今後、直接仕入を増加させることで仕入コストの引き下げにつなげていきたいと考えています。
- ・「直売所」は、出品者から20%の手数料をもらい人件費や光熱費に充当しています。

## ⑦ 地域へのPRはどのように行っているのか

- ・月一回、由利本荘市の広報にチラシを入れ、地域内へPRしています。

## (5) 地域への効果

### ① スーパー開店後、地域の住民からはどのような声があるか

- ・スーパーに隣接する伝統文化保存施設、「東光館」（赤田地域運営協議会が指定管理者）のロビーが、赤田地区の住民が集まる交流の場となっています。スーパーができて、より住民が集まりやすくなっています。
- ・スーパーのレジ担当者の評判が良いというアンケート結果が出ており、従業員と来店客の「ふれあい」がスーパーの良い点です。
- ・「赤田ふれあい加工所」の従業員は、地域交流を図りながら働くことにやりがいと楽しみを感じています。

### ② 今後の課題はどのようなものか

- ・地域に残っている小売店から、酒類販売を含めた事業の引き受けを要請されています。酒類販売による売上増加が見込まれますが、業務用冷蔵庫の引き取りや空瓶置き場等のスペース確保も必要になることから慎重に検討しています。
- ・「赤田ふれあい加工所」は、機械・冷蔵庫等の補修費・保守料、建物の維持費等の費用軽減の方策を検討しています。

## (6) 買い物以外の機能

### ① 農産物・山菜の加工

- ・「赤田ふれあい加工所」には、県内各地から農産物や山菜などの食材が集まり、それを加工して生産された惣菜（山菜の水煮等）は、千葉県のスーパ－等の販路で販売しています。（「みせっこあさみない」でも販売しています）
- ・加工所では、5～6名の従業者が1日4～5時間、1週間に3～4日程作業をしています。
- ・自分たちが採った山菜を加工するため、楽しみながら作業するという方針です。

#### 【赤田ふれあい加工所】



加工所外観



加工所設備



加工所設備

### ② 交流の場

- ・スーパーに隣接する「東光館」は、1週間に1回広間を無料開放しています。地域住民の交流に役立つとともに、スーパーの利用客も訪れるなど地域の賑わい創出に貢献しています。
- ・「東光館」周辺は、スーパー・直売所・加工所に加え「ピザ焼き用石釜」があるなど、赤田地区における「地域活動拠点」として機能しています。



ヒント！ どのような「新たな機能」が考えられるでしょうか

赤田地域は、住民の方が広い範囲に居住し、お互いさまスーパーのお客さんも自動車を運転して来店する方が多くなっています。来店を容易にし、交流の場という機能を強化するために、「送迎サービス」が考えられます。

#### 【送迎サービス】

車を持たない高齢者などのために、来店する方を自動車で送迎するサービスです。取組事例は、第3部（31ページ）をご参照ください。

## 4 仙道てんぽ【羽後町】

### (1) 地域の状況

仙道地域は、羽後町の南西部、町中心部から南東に 11km ほど離れた中山間地に位置します。

地区名	羽後町・仙道（せんどう）地域
世帯数等	世帯数：366 世帯 人口：1,041 人 高齢化率：37.8% 最寄店舗：11 km（車で 15 分） ※平成 29 年 3 月現在
店舗住所	雄勝郡羽後町中仙道堀内 139-1
オープン日	平成 28 年 3 月 13 日（日）



### 経緯

平成 15 年	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域内の商店（JA 購買部）の閉鎖が決定。</li> <li>・地域住民による「運営委員会」を組織し、商店の運営を引き継ぎ。</li> </ul>
平成 19 年	<ul style="list-style-type: none"> <li>・運営委員会を「株式会社仙道てんぽ」として法人化。</li> </ul>
平成 28 年	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「お互いさまスーパー」1 号店として開店。 （県の「お互いさまスーパー創設事業」（当時）の補助金活用により、店舗のリニューアル、交流スペースや直売所の新設、設備の整備を実施したもの）</li> </ul>

## (2) 理念

### ① 地域住民の合意形成はどのように行ったのか

- ・仙道地域には、集落の代表、老人クラブ、社会福祉協議会、民生委員、交通安全協会等のメンバーで構成される「仙道地区振興会」があります。
- ・商店の維持が地域にとって必要と考え、振興会でのワークショップ開催を通じて話し合いを重ねたほか、地域の住民からも意見・知恵を集めることで合意形成を図りました。

### ② 「仙道てんぼ」の理念はどのようなものか

- ・地域の小学校が廃校となり近所から子どもの声が聞こえなくなるなど、地域のにぎわいが少なくなっているという危機感がありました。そこで、仙道てんぼを地域住民の交流拠点として活用し、にぎわいを取り戻すことを理念としました。(交流機会の創出)
- ・遠くまで買い物に行くことが難しい方々に対して、品揃えが豊富な買い物の場を提供することです。(買い物困難の解決)

## (3) 資源の確保

### ① 店舗を運営しているのはどのような人達か

- ・仙道てんぼの事業主体は「株式会社仙道てんぼ」です。
- ・商品の販売・仕入れなどの毎日の作業は、店長と従業員の計2名で担当しています。2名の担当者は、従業員として雇用契約が結ばれており、ボランティアではありません。
- ・法人の代表者は、仙道地区の振興会長も兼務しています。

### ② 店舗建物や備品などはどのように調達したのか

- ・仙道てんぼは、地域に元々あった商店（JA購買部）の建物を活用し、現在は持ち主（個人）から賃借して利用しています。
- ・商品棚、冷蔵ケースなどは旧店舗から引継し、当時の在庫商品は販売額の半額程度で譲り受けています。

### ③ 設備資金はどのように確保しているのか

- ・店舗のリニューアルや、追加の冷蔵庫等の設備、その他の備品は、県の「お互いさまスーパー創設事業（H27年度）」の補助金 800 万円を活用して調達しています。

### ④ 商店経営のノウハウどのように得ているのか

- ・店舗引継時に旧店舗の従業員から、日々の作業（商品の仕入、陳列など）やノウハウ（売れ筋の商品など）に関して指導を受けています。現従業員は、それまで販売業務の経験はありませんでした。
- ・毎年の決算、確定申告に関しては、税理士へ顧問料を支払って依頼しています。

#### (4) マーケティング

① 品揃えや売り場作りは、どのように行っているのでしょうか

【仙道てんぽ 店舗レイアウト】

売り場	売り場面積	67.52 m <sup>2</sup> (交流スペース面積：25.50 m <sup>2</sup> )	
	その他設備	水洗トイレ、AED (自動体外式除細動器)	
営業方法	営業日	月曜日～土曜日 (祝日・年末年始を除く)	
	営業時間	午前 9:00～午後 7:00	
営業実績	1日平均利用者数	65人	平成 28年 3月～平成 29年 3月
	1日平均売上高	74,347円	
	1人平均購買額	1,142円	

② 来店客にはどのような特徴があるのか

- ・まとめ買いは週末に一般スーパーなどで行い、お互いさまスーパーでは日々の生活で足りなくなった物を買う方や、通勤や帰宅時、子どもの幼稚園の送迎時に自動車来店する方です。
- ・店舗近隣にある会社の従業員が、夕方の帰宅時に利用することが多く、午後7時まで営業する理由の一つとなっています。

③ 商品には、どのようなものがあるか

【商品構成】

取扱品目数～オープン当初：約 1,000 品目、平成 29 年 12 月現在：約 1,020 品目

生鮮食品	卵、魚、肉、豆腐、野菜（産直コーナーあり）など
飲料品	ペットボトル飲料、酒・ビールなど
その他食料品	パン、菓子、乾物、調味料、カップ麺、お茶、アイスクリームなど
日用雑貨	洗剤、電池、ティッシュペーパー、ロウソクなど

【商品の陳列】



その他食料品



冷蔵ケース

④ 販売状況はどうなっているのか

- ・ 売れ筋商品は、ビール・酒類、ザラメ、醤油、あられ・干し餅、山菜などです。
- ・ 地域住民からの生鮮食品のニーズが高く、特に鮮魚が好評です。
- ・ 酒類は売上の割合も高く、集落内で開催される行事があると売上が大きく伸びます。
- ・ 学生服の販売代理店、ゆうパックの受付を行っています。

⑤ 商品の値付けはどのように行っているのか

- ・ 価格設定は年 2 回開催される役員会で、店長との協議によって決定しています。
- ・ 価格が高いというイメージを持たれがちですが、仕入先との関係が構築されていることから、民間スーパーよりも安い商品もあります。

## ⑥ 商品の仕入はどのように行っているのか

- ・旧店舗時代の仕入ルートを活用し、問屋から直接仕入れできることが強みとなっています。
- ・食料品、酒類、日用雑貨は、横手市や湯沢市の卸売業6社から、豆腐、パン、肉、鮮魚、卵等は西馬音内の地元業者から仕入れしています。
- ・鶏卵は養鶏場から箱で仕入れし、店舗内でパック詰めしています。
- ・なお、仕入業者の協力もあり、商品は全て業者から配達してもらっています。

## ⑦ 地域へのPRはどのように行っているのか

- ・特売などの告知チラシを作成し、地域全戸へ配布しています。
- ・「土用の丑の日」にうなぎ蒲焼の販売を告知したところ、予想以上の販売につながりました。

## (5) 地域への効果

### ① スーパー開店後、地域の住民からはどのような声があるか

- ・家の近くに店舗があって安心感があります。
- ・近隣の地区より買い物できる商品が豊富です。
- ・冬でも通りに明かりがあり、安心感があります。

### ② 今後の課題はどのようなものか

- ・冬場は、雪のため自転車が使えなくなることもあり、1～3月の買物客減少への対応が課題です。
- ・スーパー運営に関する情報共有について、店舗内でのスタッフ間の話し合いだけでなく、運営検討会議等の開催を増やしたいと考えています。

## (6) 買い物以外の機能

### ① 交流サロン

- ・週二回（水曜日・土曜日の10時～15時）、地域住民の交流の場として社会福祉協議会の主催による「かっちサロン」（お茶飲み会）を開催しています。
- ・参加者は2～3名程度と多くありませんが、交流の貴重な機会と好評を得ています。送迎ができるようになれば、さらに参加者が増えることも期待されます。

### ② 山菜の加工

- ・仙道地区振興会では山菜の加工を行っています。使用する資材の購入や、商品を送付するときに利用する「ゆうパック」の手数料は、仙道てんぼの売上となっています。
- ・加工することにより、季節に左右されず山菜の出荷が可能になります。今後は、他の地域（赤田地域など）と連携し、首都圏スーパー等に共同出荷することも検討しています。



ヒント！ どのような「新たな機能」が考えられるでしょうか

仙道地域は、住民が広い範囲に居住し、スーパーに来店するお客さんも自動車来店する方が多くなっています。来店客や「かっちサロン」への参加者を増加させるための取組として「送迎サービス」が考えられます。

#### 【送迎サービス】

車を持たない高齢者などのために、来店する方を自動車で送迎するサービスです。取組事例は、第3部（31ページ）をご参照ください。



## ヒント！ 仙道地域では国の事業を活用して機能の増強を図りました

仙道地区振興会は、平成 29 年度、総務省の「過疎地域等ネットワーク圏形成支援事業」の交付金 1,935 万円を活用し、「仙道地区ネットワーク圏形成支援事業」を実施しました。この事業により、店舗の一部改修、交流スペースの拡大、調理兼加工所の整備を行いました。

### 【国の事業を活用し新たに整備した設備】



交流スペース



調理兼加工所



加工設備



調理用加熱器

## Ⅳ 「お互いさまスーパー」の新たな機能の提案

### 1 送迎サービス 【買い物機能の発展】

車を持たない高齢者や一人暮らしの方などの手軽に利用できる交通機関がほしいというニーズに対応するために、「お互いさまスーパー」へ買い物に来店される方を車で送迎する機能です。

各地で「お買物バス」や「デマンドタクシー」等の幅広い取組み事例がありますが、地域性を十分考慮したうえで送迎地域や回数を限定する等小規模な取組みから始めていきます。

#### (1) メリット

- ・店舗までの移動手段がなかった高齢者などの来店を促すことで、売上増加を図ります。
- ・来店する機会を高めることにより、高齢者を含む地域住民交流の活性化を図ります。
- ・自宅への送迎により見守り・安否確認機能が期待できるほか、送迎中の運転手との対話による交流がはかれます。

#### (2) 取組方法と注意点

- ・送迎用自動車と運転手の確保が必要です。
- ・送迎時間などは柔軟な対応が望ましいですが、まずは地域住民の要望を確認しましょう。
- ・許認可の関係を踏まえて、送迎料金を設定しましょう。送迎にかかるコストは、来客数増加による売上でカバーしていくことになります。
- ・地域の社会福祉協議会等、関係機関と連携し送迎することも考えられます。

#### (3) 既存店舗への提案

- ・店から離れた自宅に暮らす住民が多い「仙道てんぼ」、「赤田ふれあいスーパー」に適した機能と考えられます。
- ・両店舗についても、送迎用車輛の確保が課題となります。中古車購入等、初期費用を抑える工夫をしましょう。
- ・また、車輛の維持費（車検やガソリン代等）についても、月次の資金計画を十分に考慮するなど、仕入等の運転資金に影響しないよう検討していく必要があります。
- ・運転手については当面従業者で対応することになりますが、ボランティアを募集する等経営面に支障をきたさないよう工夫していきましょう。

## 島根県雲南市 波多コミュニティ協議会「はたマーケット」

### 「地域内交通たすけ愛号を運行」

島根県雲南市の「はたマーケット」は、お互いさまスーパーと同様、地域内に唯一あった商店の閉店を機に設置された、地域協議会が運営するミニスーパーです。

はたマーケットでは、車を持たない高齢者の方、一人暮らしの方が手軽に頼める交通機関があればうれしいとの要望があり、「たすけ愛号」の運行をしています。無料送迎しており、利用者にはお店で買い物をしていただいています。自動車は、島根県の事業によって取得し、協議会が所有しています。

- ・ 開設：ふるさと島根定住財団の助成金、地区住民からの寄付金等により、平成 26 年 10 月 8 日オープン。
- ・ 営業時間：毎週月曜日～土曜日、午前 9 時～午後 6 時まで。
- ・ 店舗：一般的なコンビニエンスストアの半分以下である 30～40 m<sup>2</sup>程度。交流センター（旧波多小学校）の一室にて営業、喫茶スペースを隣接。
- ・ 品揃え：野菜、肉、飲料、加工食品等 1,000 品目程度。生活に困らない程度の品揃えとし、特売も行っている。
- ・ 従業員：4 名（交流センター職員業務とマーケット業務について役割分担しながら対応している）。
- ・ 取組概要：全日本食品㈱が開発した「マイクロスーパー」を導入（半径 5 km の商圏人口が 1,000 人、日商 10 万円程度で事業化可能な小規模食料品店）、平成 27 年は延べ 1,474 人が利用している。
- ・ 機能：買い物をした方に無料配達も実施。買い物支援機能にサロン機能を追加（買い物後に出会った人同士がお茶を飲みながら交流できる毎週水曜日の喫茶デー、月一回の DVD 映画鑑賞・健康体操を実施等）。また、安否確認やひきこもり防止等の福祉サービスの機能も併せ持っている。



【買い物の様子】



【たすけ愛号】

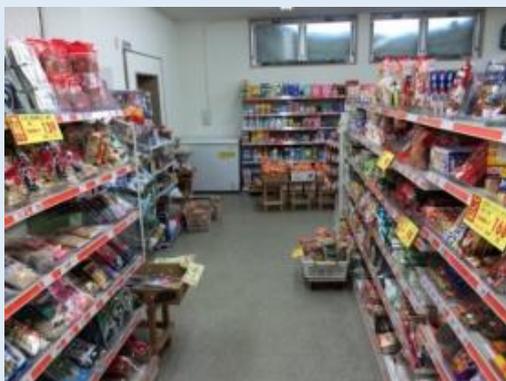
新潟県十日町市 合同会社うらだ「スーパーふれあい浦田」

## 「送迎バスを運行し地域の生活を支えるミニスーパー」

浦田地区では、地域にあった A コープが撤退したことから、地域で資金を募り住民自らが運営する合同会社を設立し、ミニスーパーをオープンしています。開設時は、補助金を活用し、店舗改装と送迎バスを購入しています。

毎週土曜日の特売日に合わせ、送迎バスを浦田地区と隣の室野地区を運行しています。送迎バスの運転手は有償ボランティアで担っており、1日2ルート・労働時間3時間程度で2,000円とし、人件費を抑制しています。

- ・ 開設：店舗は十日町市が旧AコープをJAから譲受け、改修後ふれあい浦田に貸与（国土交通省と経済産業省の補助事業として約5,900万円かけて改修工事）。地域住民から405万円の資本金を集め「合同会社うらだ」を設立し、平成23年3月に「スーパーふれあい浦田」をオープン。車輛購入費・改造費・店舗内装等については、平成22年度地域商業活性化事業（買い物弱者対策支援事業）を活用。
- ・ 営業時間：毎週月曜日～土曜日、午前9時～午後6時まで。
- ・ 店舗：1階がミニスーパー（93㎡）、2階が体験交流室と調理室。
- ・ 品揃え：惣菜等の食品全般、酒類等。
- ・ 従業員：4名（Aコープ時代店員として働いた経験豊富な人材2名を含む）。
- ・ 機能：スーパーの一角にある「お茶の間広場」にて、買い物をした後に話をしながら交流ができる。週一回の無料送迎バスとお茶の間広場での集まりが地域住民の活力につながっている。送迎バスが運行する土曜日に特売日を設定することにより売上アップを図っている。



【商品が並ぶ店内】



【雪の日に運行する送迎バス】

## 2 配食サービス／コミュニティレストラン 【買い物機能の発展】

「配食サービス」は、食事の用意に困っている高齢者を対象に自宅へ食事を配達するサービスです。また、「コミュニティレストラン」とは「楽しく働き、おいしく食べる、くつろぎの場」であり、地産地消を目指した「地域の食卓」として地域住民の健康づくりを応援する機能です。

両サービスともに、「高齢者が一日に一食でも栄養バランスの取れた温かい食事を食べることができれば良い」というコンセプトを実践するものです。

### (1) メリット

- ・ 食事の提供によって来店客数が増え、商品販売も増加します。
- ・ 地域農産物などの活用によって地産地消が促され、地域経済の活性化を図ります。
- ・ 高齢者の配食ニーズは高く、健康的なメニューの提供で住民の健康維持に貢献できます。
- ・ 配食による訪問、継続的に来店するお客さんの、見守り・安否確認機能も備えられます。

### (2) 取組方法と注意点

- ・ 調理担当者の確保と、調理設備の整備が必要です。
- ・ 食品調理に関する許認可の取得が必要です。
- ・ 食材原価、人員コストなどを勘案して、適切な料金を設定しましょう。

### (3) 既設店舗への提案

- ・ 近隣住民の利用が多く、すでに「食堂」を運営している「みせっこあさみない」に適した機能と考えられます。
- ・ 「コミュニティレストラン」については、「減塩」で「栄養バランス」の取れたメニューを安価で提供する取組みであることから、栄養士等からのアドバイスが必要となります。また、スタッフに対する「メニュー」や「味付け」等調理スキルの統一が課題となります。
- ・ 「配食サービス」への取組みについては、配達用車両の確保が課題となります。中古車の購入等、初期費用を抑える工夫をしましょう。
- ・ また、車両の維持費（車検やガソリン代等）についても、月次の資金計画を綿密に考慮するなど仕入等の運転資金に影響しないよう検討していく必要があります。
- ・ 運転手については従業者で対応することになりますが、ボランティアを募集する等事故防止の観点からも無理のない人員での運営を実践しましょう。

青森県青森市 活き粋あさむし「浅めし食堂」

## 「高齢者へ一日一食栄養バランスのよい温かい食事を提供」

少子高齢化が進む浅虫地域では、商店も減り、食の課題が大きくなる中、浅めし食堂は、おいしく、安心して、健康な料理を提供しようと生まれました。観光地としての浅虫温泉が寂しくなる中、若い世代にも浅虫には素敵な場所があると思ってもらいたく、多世代が自然に集い、いきいきできる場所を目指しています。

高齢者への食事宅配のほか、お惣菜・日用品の販売も行っています。

- ・開 設：NPO法人「活き粋あさむし」の理事長（地元出身の医師）が建物を買い取り、家賃を無料とし「浅めし食堂」を平成15年10月にオープン。経済産業省委託事業・市民ベンチャー事業・県地域づくり推進ソフト事業の助成を受け、技術開発・人材教育・広報等に活用。その他の基盤整備に係る経費は自己資金にて対応。
- ・営業時間：年中無休、午前11時～午後5時まで。
- ・品 揃 え：栄養バランスのとれた一汁三菜のランチに加え、カフェメニュー、自家農園で浅虫の温泉水をかけて育てたトマトのゼリー、自家農園野菜のプリン等スイーツ類も充実。惣菜や肉類の販売も人気。
- ・従 業 員：11名（食堂従事、高齢者生活支援サービス、弁当配達、農園）。
- ・機 能：会合用弁当を中心に、一定の金額以上の注文・あるいは高齢者・障害者を対象に仕出しも行っている。定食は、開店当時から1食650キロカロリー以下塩分4グラム以下に抑える工夫をしている。一人分の量で日持ちがするよう真空袋に入れ販売している。洗剤・ティッシュ・トイレットペーパー・調味料等の日用品も販売している。農業特区を活用し、減農薬で約15種類の野菜を通年で生産し食堂の食材として利用している。



【食事の風景】



【弁当／500円】

東京都稲城市 NPO 支え合う会みのり「会食交流会・配食サービス」

「食事の用意に困っている高齢者向け配食サービスを実施」

配食サービスは、月1回から選べる夕食を一食 620 円で提供しています。利用者は 120 人程度で、ほぼ毎日利用しています。また、配達の見守り効果もあり、利用者と地域のつながりができています。

会食交流会は、食事だけでなくコミュニケーションの場になっており、歓談しながら普段よりも楽しく食事ができる利用者からは好評です。

- ・概要：昭和 58 年よりボランティア団体として活動開始し、平成元年より毎日型食事サービスをスタート。平成 12 年にNPO法人格を取得し、稲城市を中心とした地域の9つの公共施設を利用した会食交流会サービス及び食事の用意に困っている高齢者等を対象とした夕食の配食サービスを実施。
- ・取組内容：会食交流会は月に 12 回程度開催。配食サービスは毎週月～金曜日の週5日間、夕食を届けている（一日 120 食対応）。
- ・年会費：2,000 円。（会食交流会・配食サービス利用者）
- ・従業者：会食交流会はスタッフとボランティア合わせて 10～15 名程度で対応。配食は4コースあり4台の専用配達車にてスタッフとボランティア合わせて 20 名程度で対応。
- ・特徴：減塩、お粥、魚の骨の取り除き等個別要望に応じており、健康状態に対応した食事の提供を実施している。配食訪問による生活支援、見守り、安否確認等の機能もある。
- ・取組効果：地域住民が会食交流会や配食の活動に取り組むことで、地域コミュニティの形成と生活面での利用者への安心感を与えている（孤立の防止等）。



【調理の様子】



【会食の様子】

### 3 地域防災拠点機能 【交流拠点機能の発展】

「お互いさまスーパー」が持つ「地域の拠点施設」としての機能を活かし、災害発生時等における地域防災拠点としての役割を担うことが可能です（飲食料品やトイレ設備等の提供）。

高齢化が進む地域における防災対策機能等の確保に向け、高齢者の日常的な交流施設である「お互いさまスーパー」において、定期的に防災対策講習や訓練を行う取組を実践します。

#### (1) メリット

- ・ 地域住民の防災意識の向上につながります。
- ・ 災害発生時における、高齢者の避難場所や役割分担等の認識につながります。
- ・ 非常時の食料品備蓄機能としての役割を担うことが可能です。

#### (2) 取組方法と注意点

- ・ 防災訓練のイベント等を実施することから、取組を始めましょう。
- ・ 防災活動や防災訓練については、市町村や地域の自主防災組織と連携しましょう。



新潟県柏崎市 松美町町内会

「地域ので進める防災まちづくり」

- ・概要 : 松美町町内会は、437世帯、人口1,116人のうち、高齢者が255人(22.4%)を占める地域。町内会行事を始めとした様々な活動を通じて地域の結びつきを強めている。同町内会では、新潟県中越地震をきっかけに自主防災会を立ち上げ、被災経験を活かしながら防災訓練、災害時要援護者対策などを実施している。
- ・取組 : 地域の災害対応力をより高めるために、被災経験を整理して教訓集「災害に強いまちづくり～新潟県中越地震の教訓から～」としてまとめたほか、「松美町自主防災計画」の改定にも取り組んでいる。また、災害時に道路情報、防犯活動の情報伝達を容易にするため、町内の道路1本1本に命名している。
- ・特徴 : 災害対応のためのハード対策のほか、災害時に頼りにできる地域コミュニティづくりにも力を入れている。町内会行事の実行委員は地域住民から選出する決まりとなっており、地域住民の誰もが行事に携わることで全員参加型の地域コミュニティを目指している。また、高齢者のデイケアセンターである松美サロンは高齢者の交流の場となっており、松美町内会のメンバーが運営している。松美サロンでは、高齢者の方が町内の防災活動への取組に参加したくなるように継続的に運営を行っている。

【お互いさまスーパーでの取組に向けて】

地域住民が日常利用する「お互いさまスーパー」の規模は、防災意識の醸成に適していると考えられます。地域住民がお互いに助け合うには、日頃のコミュニティづくりが重要となります。

## 4 子育て世代支援（応援）機能 【交流拠点機能の発展】

高齢者の交流拠点を活用し、「高齢者による子どものあずかり」や「高齢者と子どもの世代間交流」等の活動ができる機能を地域内外の子育て世代にPRします。

高齢者の生きがいのみならず、子育て中の若い親世代や子どもとの交流により、核家族化等で失われつつある世代間交流・継承につながります。

### (1) メリット

- ・ 高齢者だけではなく、子どもから子育て世代も含めた多世代の交流が図られます。
- ・ 将来の店舗運営の継続を見据えて、次の担い手となる若年世代との関係を構築できます。
- ・ 子どもを対象とした魅力的なイベントなどは、地域外からの来店が期待できます。
- ・ 若い世代の来店客が増加することにより、売上アップにつながります。

### (2) 取組方法と注意点

- ・ 取り組み易さの観点では、子どもを対象としたイベント開催から始めることが有効です。
- ・ 市町村ごとの「ファミリー・サポート・センター事業」との連携も考えられます。
- ・ 地域内の高齢者による子育て経験を活かしていきましょう。



## 「岩沼市生活学校」(宮城県岩沼市)

### 「子育て支援ボランティア活動の実践」

- ・概要 : 昭和 43 年に活動を開始した女性を中心とする高齢者の集まりで、市の放課後対策事業「のびやか教室」に参加し、市内の小学校にて「学習アドバイス」「食育」「紙芝」「昔あそび」の他、季節行事を行っている。
- ・特徴 : 「岩沼市子育て支援センター」では、子育て支援の拠点として子育て支援ボランティアへ向けた各種講座や交流会を開催する等、地域で子育てを応援できる取組を実践している。また、子育て支援ボランティア活動のサポートとして、「岩沼市内外で行われる子育て支援関係研修のお知らせ」や「活動場所の提供(岩沼みなみプラザ・ボランティア室の無料利用)」等のお手伝いをしている。
- ・取組 : 主な活動内容としては、センター主催の事業における子どもの遊びの見守りや「ファミリー・サポート・センター事業」がある。この事業は、子どもを預けたい方と預かる方が会員登録し、地域を挙げて子育て支援する有償ボランティア事業である。
- ・謝礼 : 「ファミリー・サポート・センター事業」の謝礼については、一回の活動修了後に直接支払う。  
昼間：1時間 700 円、それ以外 1時間 800 円  
送迎援助謝礼：一人一回 200 円(公共交通機使用時は実費支払い)



【子ども遊びの見守り】



【子育て支援センター】

## 「つねよし百貨店」(京都府京丹後市)

### 「地域に住む人が幸せに暮らせるための百貨店経営」

- ・概要 : 経営不振等により閉店した「常吉村営百貨店」を、地域おこし協力隊OBの東田氏が引き継ぎ、地域の拠点機能を存続させたいという思いで平成24年11月に営業を再開。日本一小さい百貨店として、高齢者や子どもが安心して暮らしていける店づくり、ふるさとを誇りに思い将来「常吉」に住みたいと子ども達が思える地域づくりを目指している。
- ・特徴 : 陳列する商品は最小限に絞り、地元で採れた旬の野菜や地域の高齢者が手作りした保存食を販売。店舗内は市場規模に合わせ商品棚のスペースを従来の1/4に縮小。電気代の高い大型冷蔵庫を撤去し小型冷蔵庫1台を設置、暖房設備を薪ストーブに替え木材を無料調達するなど経費削減を徹底的に実践している。肉や魚等の生鮮食品については午前11時までに注文を受け付け、地元のスーパーから調達したものを当日中に配達している。配達先では、高齢者との対話等コミュニケーションを強化することで、安否確認や見守り機能を実践している。
- ・従業員 : 開業当初は3名であったが、現在は代表者1名で経営。
- ・子育て : コミュニティスポットとしての拠点を目指し、店舗の2/3を「子供スペース」や「フリースペース」とする等、子供達が集まり世代間のつながりができる場所を提供している。



【来店する子ども】



【店舗外観】

## 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

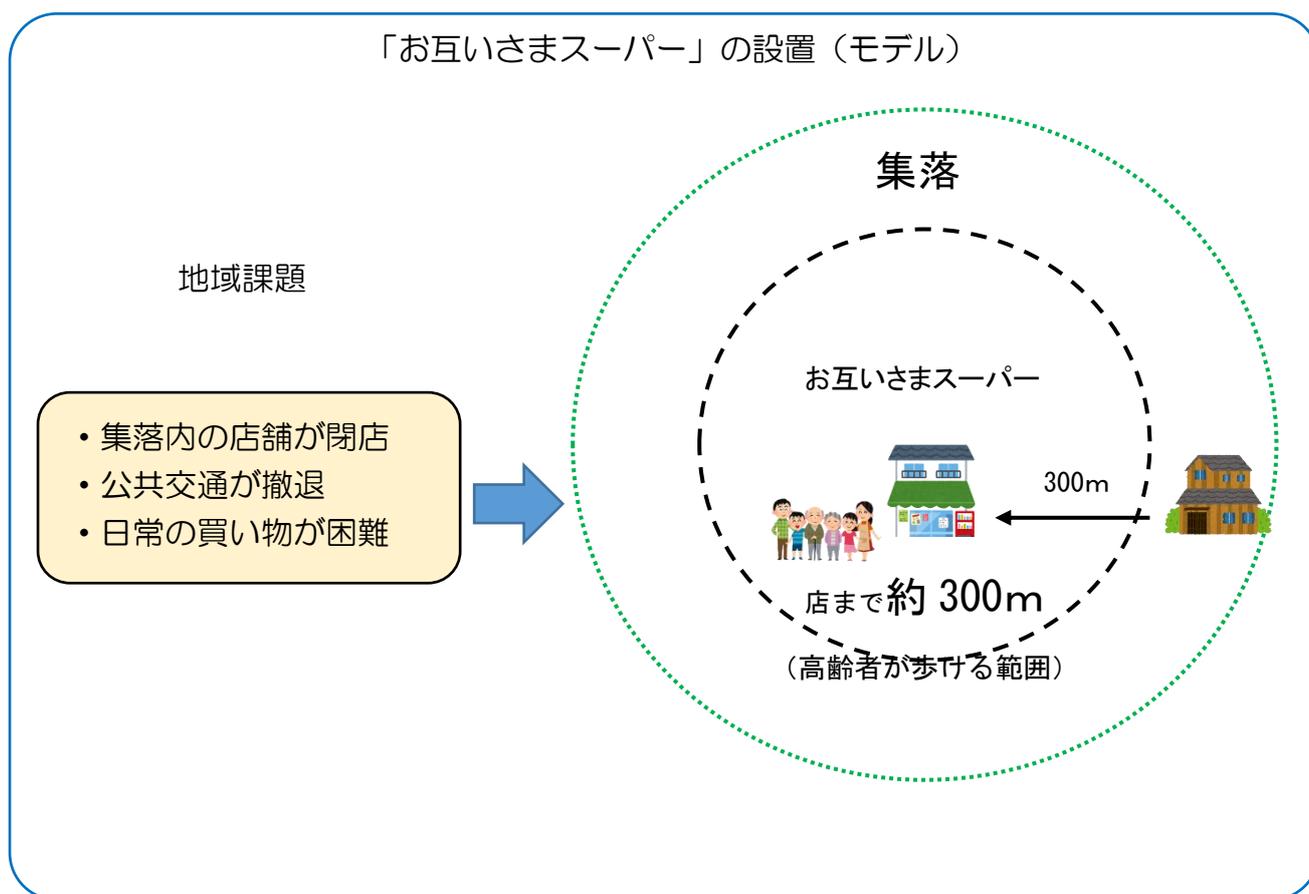
集落内の店舗が閉店し、公共交通が撤退したため離れた所にあるスーパー等へ行くのも難しくなり、日常の買い物が困難になる地域が増えています。「お互いさまスーパー」は、「買い物」の場として住民ニーズを満たすための地域住民による取組です。

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。



1 集落 = 1 スーパー

## 2 「お互いさまスーパー」の事業規模

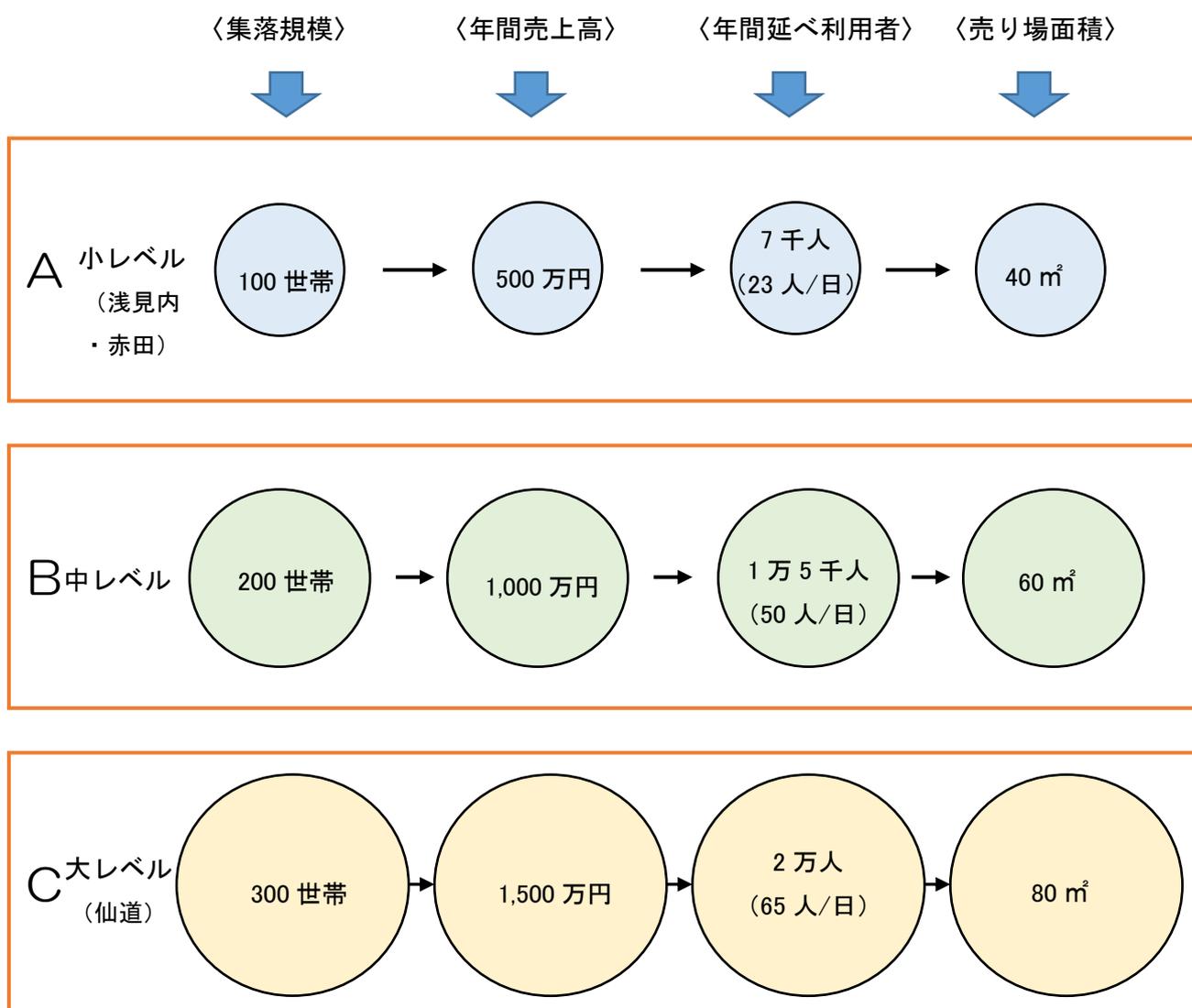
「お互いさまスーパー」の事業規模は、集落の規模と関係があります。

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"> <li>・ 高齢者サロンの開設</li> <li>・ 買い物機能の確保</li> <li>・ デマンドバス・タクシーの運行</li> <li>・ 特産品の開発や6次産業化による高付加価値化など</li> </ul>	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"> <li>・ 農林水産物加工施設の整備</li> <li>・ 農産物直売施設の整備など</li> </ul>	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"> <li>・ 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</li> <li>・ 旧役場庁舎を子育て支援施設や高齢者福祉施設に活用</li> <li>・ 廃校舎を集会施設や図書館などに活用</li> </ul>	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



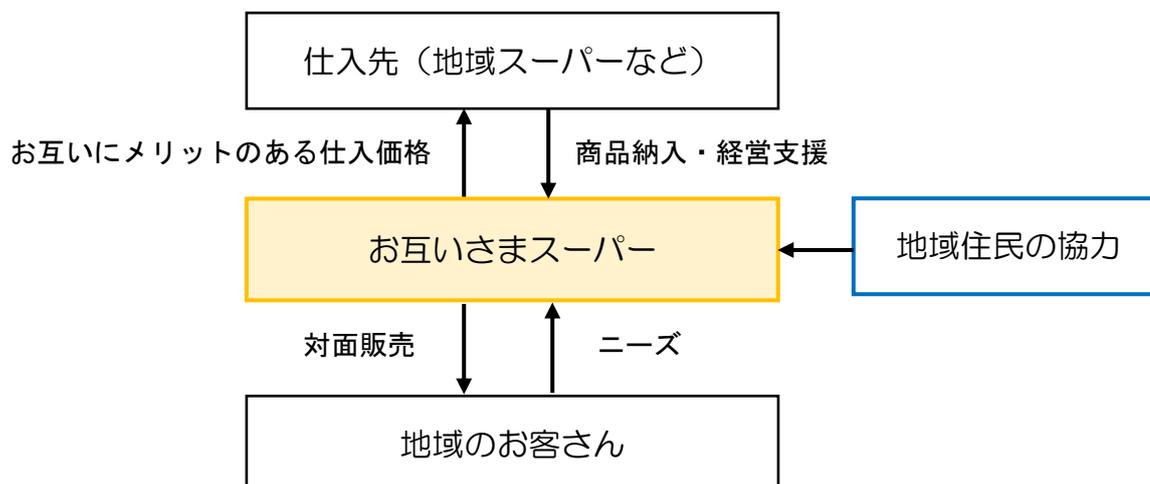
ヒント！ 金融機関からはどのようなノウハウが得られますか

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。

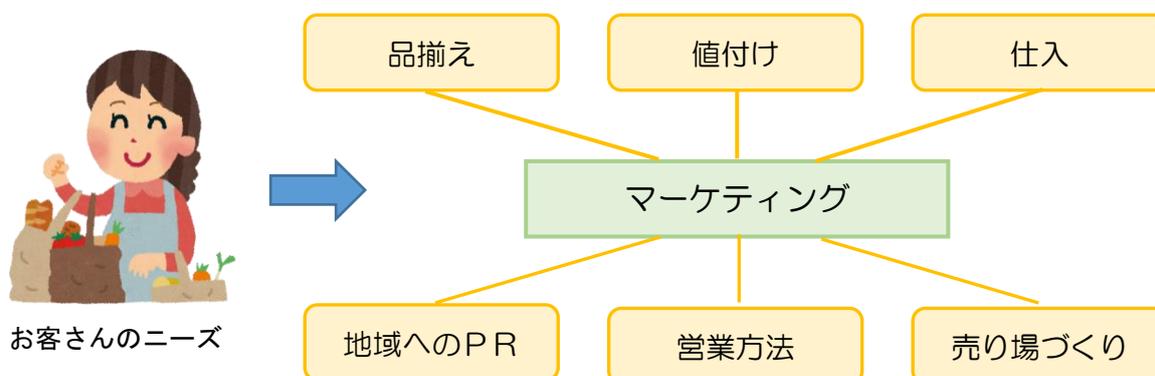
##### ① 住民ニーズに応えるために、どのようなことを決めますか

###### 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

- ・飲食料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「お客様のニーズ」にどこまで対応するか検討します。
- ・お客様の行動パターン（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

<b>粗利益(売上総利益)</b> (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	

<b>営業利益</b> (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

<b>当期利益</b> (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
<b>粗利益(売上総利益) (c)</b>	<b>3,750,000</b>	(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	

<b>営業利益 (e)</b>	<b>1,150,000</b>	(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

<b>当期利益 (d)</b>	<b>815,000</b>	(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。

### (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

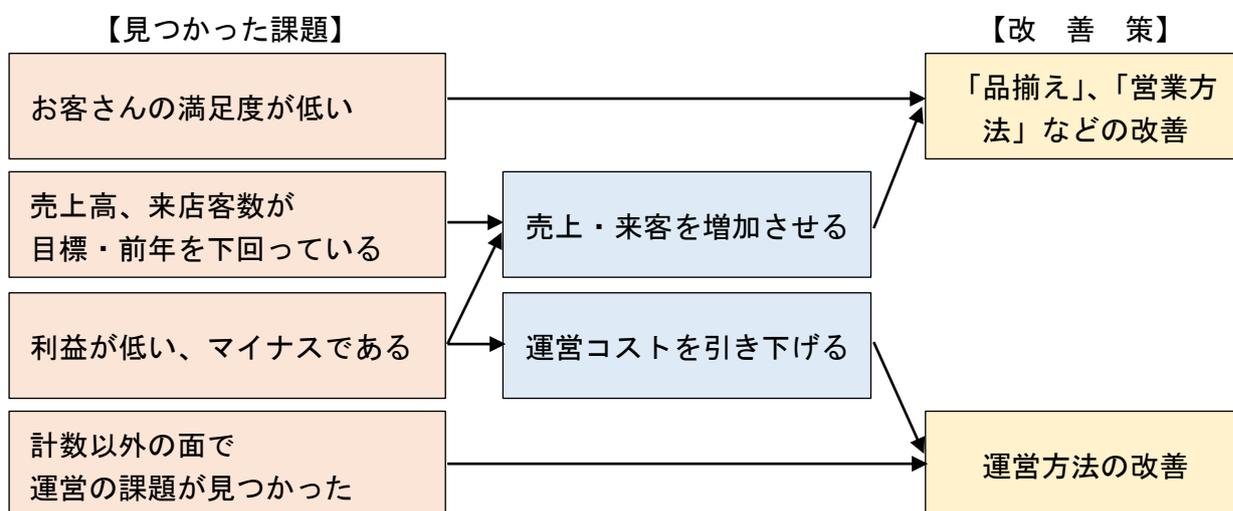
「振り返り」には、「チェックシート」を用意し毎月チェックする方法があります。

#### チェックシートの例

項 目	チェック
<b>【お客さんのニーズに込えていますか？】</b>	
お客さんから「こんな商品がほしい」という言葉があつた	<input type="checkbox"/>
お客さんから「値段が高い」、「安くしてほしい」という言葉があつた	<input type="checkbox"/>
お客さんから、商品の陳列方法について、意見や要望があつた	<input type="checkbox"/>
お客さんから、営業日や営業時間、意見や要望があつた	<input type="checkbox"/>
<b>【運営は順調ですか？】</b>	
売上高・利益が昨年の同じ月に比べて減少している	<input type="checkbox"/>
来店客数が、昨年の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"/>
売れ行きが悪い商品がある	<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、気軽書い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）

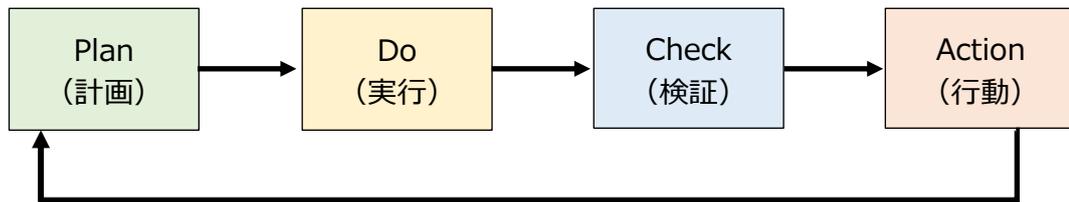


## ヒント！ 「振り返り」のしくみ、「PDCA」とは？

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。

## VI まとめ

地域の住民だからこそできる、地域活性化の手法があります！



### 【まとめ】

「お互いさまスーパー」は、地域の住民が知恵を出し合い、一緒になって地域の課題を解決し、地域の活性化を図る取組です。

また、地域の「買い物の場」という機能を持つだけでなく、「住民が集う場」「住民が活躍する機会」「農産物や山菜などの地域資源の活用」という役割も持ちます。

さらには、関連する様々な機能を兼ね備えることにより地域の生活機能や住民活動の「拠点」となることが期待されます。

この取組を進めるには、地域課題の共有や解決の方法に関する住民の合意形成など、プロセスと時間が必要となります。人口減少や高齢化が進み地域の課題がはっきりしてきた今が、「お互いさまスーパー」に取り組むチャンスです。

住民が「お互いに」協力し合う地域活性化の手法

「お互いさまスーパー」に取り組んでみませんか！

## 「お互いさまスーパー」ガイドブック

平成30年3月

### 編集（業務委託）

株式会社 あきぎんリサーチ&コンサルティング

〒010-8655 秋田市山王三丁目2番1号

電話 018-863-1221 FAX 018-863-1245

### 発行

秋田県あきた未来創造部 活力ある集落づくり支援室

〒010-8570 秋田市山王四丁目1番1号

電話 018-860-1215 FAX 018-860-3875