

「コミュニティ力」の醸成による 買い物弱者問題への対応

— 地域住民による自主店舗運営の事例調査 —

藤澤 研 二*

1. 「買い物弱者」600万人

日本の高齢化率（65歳以上人口の総人口に占める割合）は23%を超え、すでに「超高齢社会（高齢化率21%以上⁽¹⁾）」に突入している。さらに、高齢化率は今後も上昇し、2023年に30%に達することが見込まれている⁽²⁾。

超高齢社会では、医療・介護や年金制度、雇用・労働システムなど、多くの社会制度、システムの見直しは不可避だ。同時に、食・住など身近な生活に係わる領域でもサービス内容や提供方法などの変更が求められる。

本稿のテーマである食料品をはじめとする日用品の購買システムも、まさに見直しを迫られている分野の一つだ。というのも、すでに「買い物弱者（食料品等の日常の買い物が困難な状況に置かれている人々）」が全国に約600万人も存在し、もはや看過しえない状況になっているからだ⁽³⁾。このような買い物弱者問題は、従来指摘されてきた過疎地などだけでなく、大都市内やその周辺住宅地などにおいても顕在化してきている。さらに、これら買い物弱者のなかには、保存がきく缶詰やレトルト食品を多用し、健康を害したり、栄養失調に陥るケースがあることも報告されている。

2. 買い物弱者増大の背景

買い物弱者の増大は、直接的には近隣商店街などの身近な商店が消失したことが原因だ。中山間地域などでは、過疎化に伴う人口減少が商業施設の撤退を招いた。一方、都市部ではモータリゼーションの進展とそれに伴う都市のスプロール的な外延化が商業施設の立地構造を大きく変えた。すなわち、スーパーマーケットなどの商業施設は当初は駅周辺や既存商店街に立地したが、徐々に車利用を前提に郊外へと出店地域を移動した。郊外に出店される大型店は、品揃えの豊富さやバイイングパワーを生かした低価格を武器に商店街などから顧客を奪取していった。このような動向は、大規模小売店舗立地法が施行され、大型店の出店規制が緩和された2000年以降に顕著になった⁽⁴⁾。

郊外の大型店などを積極的に使ってきた消費者も、いざ高齢になり自動車や自転車の利用が難しくなると、近隣に日用使いの店舗がないことの不便さに気が付いた。しかし、その時点では都市構造や交通環境も健常者を基本に、効率を優先して構築されており、もはや簡単には変えられない。

もう一つ、このような都市や商業施設などハード面の構造変化と並行して進んだのが核家族化と地域コミュニティの崩壊である。核家族化の進展は、65歳以上の高齢単身者を急増させた。国勢調査をみると、高齢単身世帯数は1990年の1,623千世帯から2010年の4,577千世帯へと20年ではほぼ3倍に増大し、全世帯に占める比率も9%に近

2011年11月25日受付

* 江戸川大学 経営社会学科教授 生活産業論

づいている⁽⁵⁾。

また、家族関係に加えて地域コミュニティのつながりが希薄化したことで、高齢者をはじめ社会的弱者の孤立化が進んでいる。孤独死も増大し、NHKの「無縁社会」を取り扱った特集番組は社会に衝撃を与えた⁽⁶⁾。

孤立した高齢者は、買い物の不自由も独力で解決せざるを得ない。それではと生協などの宅配型サービスを利用してみるが、同様のサービスは生鮮魚介類の品揃えが不足する、週1回しか配達されない、自分の目で商品を確認できないなど、高齢者の満足度は必ずしも高くない。また、経済的な事情でこのような宅配サービスを利用することが難しい高齢者も少なくない。そして、経済格差が拡大する中で、低所得高齢者層の生活レベルの悪化が進むなど、買い物弱者問題の背景は複雑で根の深いものとなっている。

3. 買い物弱者問題への対応

前述の経済産業省の報告書では、買い物弱者への対応として以下の4つの施策が提案されている。すなわち、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、である。同研究会のテーマが「地域インフラを支える流通のあり方」の検討であったため、施策提案の内容は流通のあり方に関するものに限定されている。

この提案を待つまでもなく、流通企業は1990年代末からの小売販売額の減少、さらに今後の急速な人口減少および人口構成の変化に対応すべく新たな事業展開に動き始めている。流通業の取り組みは上記の①から④の施策に幅広く及んでいるが、都市部での小型新業態の開発を除くとネットスーパーや移動販売など無店舗販売の可能性を模索しているようだ⁽⁷⁾。

経済産業省では全国から買い物弱者対策事業を公募し、現在、その中から採択した48件の社会実験に取り組んでいる⁽⁸⁾。これらの社会実験は、大都市から過疎地まで多様な地域で行われているとともに、参加主体も小売業、生協などの流通事業者はもちろん、通信、物流（宅配便等）、運輸

（バス、タクシー等）などの民間企業、行政、商工会議所、商店会、自治会、社会福祉協議会、NPO法人などと幅広い。これを見ても、いま買い物弱者問題が全国の多くの地域で起こり、その対応には広くさまざまな主体の連携が求められる地域課題であるということを再認識させられる。

4. 肝要な「コミュニティ力」の醸成

買い物弱者問題に限らず、地域の生活課題の改善に成果を上げている事例を見ると、そこには共通する特徴があるように思う。それは前述したように、地域に係わるさまざまな主体が連携して課題に取り組んでいることだ。そして、成果を決定的に左右する最大の要因は、生活者自身が他力本願ではなく、自らの問題として課題に向き合い、主体的にその解決に取り組んでいるか否かにある。

いまここで、生活者が地域においてさまざまな主体と連携して地域課題の解決に取り組み、改善していく力を「コミュニティ力」と呼べば、地域の「コミュニティ力」の如何がその地域の暮らしやすさ、居心地の良さを左右するということになる⁽⁹⁾。

買い物弱者への対応においても、まさにそれは当てはまる。すなわち、流通企業は移動販売や宅配サービス、店舗までの移動手段の提供など、買い物弱者にも配慮した事業展開を進めてはいる。しかし、それらはいくまでも企業のマーケティング戦略上の対応に過ぎない。それらの方策が集客や売上高の向上に結び付かなくなれば早晩取り止めるだろう。

また、行政が買い物弱者対策として実施する補助事業も、多くは3年程度の事業期間で実施される。その後の継続は保証されておらず、補助金が打ち切りになる場合も少なくない。補助金を支給する側は、財政事情が厳しいなか、補助事業の実施期間中に事業基盤を確立して独り立ちして欲しいという意識が強い。一方、事業者側は補助金の支給を契機に起業したり、補助金の受給を前提に事業計画を立てている場合も多い。そのようなケースでは補助金の終了で事業が頓挫しかねず、支援

を当てにしていた利用者は従来以上に不便を感じることになりかねない。

いずれにしろ、生活者が受け身の姿勢では買い物弱者問題の解決は覚束ない。それどころか高齢化の一層の進展、財政事情の逼迫などにより、ますます状況は深刻化してしまう。もちろん、生活者自身が主体的に取り組めば地域の生活課題が簡単に解決するという話ではない。しかし、一つ一つの課題と主体的に取り組む中で関係者との連携を進めたり、さまざまな工夫を施したりと課題の解決力は高まっていく。また、行政等の支援策も、そのような基盤があることでより成果が上がりやすくなるなどの利点がある。

そのため、今後はいかに「コミュニティ力」の醸成を図るかが地域にとって重要な課題になる。以下では、買い物弱者対策に地域の生活者が主体的に取り組んでいる地域の事例を具体的に見ていこう。

5. 生活者が主体的に取り組む買い物弱者対策

図表1は、買い物弱者対策などの目的で生活者自らが主体的に取り組んでいる事例を挙げたものだ。

それぞれの地域特性を反映して、各事例の運営主体や事業内容は多様だ。が、全国の多くの地域が同様の課題を抱える中で、なぜこれらの地域の生活者は主体的に動き始めたのか、「その背景や契機は何か」、さらに「地域のさまざまな主体と連携して活動を発展させるポイントは何か」、「現状でどのような課題を抱えているのか」などは非常に興味深いところだ。また、それらには事例に共通する要素もありそうだ。

このような問題意識に基づいて、以下では「店舗運営」事例から「くらし協同館なかよし」（以下、「なかよし」）について、これまでの活動経過をトレースするとともに現状の課題等を整理した。

(1) くらし協同館なかよし（茨城県ひたちなか市）

1) 地域の概要

水戸市の北隣に位置するひたちなか市は、1994年に勝田市と那珂湊市が合併して誕生した。日立製作所の企業城下町である旧勝田市は工業都市として発展し、同社関連企業に勤める住民が多い。「なかよし」が立地する本郷台団地は、JR勝田駅から東へ4km程の郊外にある戸建て住宅団地（約500戸）で、1960年代後半に開発された。周辺にもほぼ同時期に開発された東中根、富士山、弥生団地などがあり、「なかよし」はこれら約1,000戸の住宅団地を商圈とする。

2) 活動の経緯

住宅団地の開発から40年以上が経過し、住民の高齢化が進んできた。

一方、商業施設は1990年代以降、幹線道路沿いにロードサイド店舗や大型店の出店が進んだ。それに伴い、団地中央にあった商店や金融機関が相次いで撤退し、最後に残った生協店舗も2004年5月に閉店してしまった。

自転車や自動車を利用すれば周辺の商業施設を容易に利用できるが、徒歩しか買い物の手段を持たず、遠くの店舗を利用できない高齢者、障害者には、団地内に店舗がなくなってしまうことは毎日の食事にも支障をきたすことになる。そのため、生協の組合員を含め、多くの住民から生協店舗の存続を求める声が高まった。

たまたま本郷台団地に店舗理事も兼務する生協の理事が居住していたため、同理事を仲立ちに店舗閉鎖後についての建設的な話し合いが始まった。協議の結果、生協側からは店舗の存続は不可能なものの、「地域に役立つ形で店舗施設を活用するのであれば支援を行う」という提案がなされた。そこで、生協と住民代表が旧店舗施設の活用について、「検討委員会」を設置して協議を重ねた。

検討の中で住民の意向調査も行われたが、住民からの要望が多かったのは、①近くで日常的な食品が買える場所、②食事や喫茶サロン・交流ので

図表1 生活者が主体的に取り組む買い物弱者対策の事例

区分	事例(所在地)	事業主体	事業化年度・事業内容	備考
店舗運営	くらし協同館なかよし (茨城県ひたちなか市) ⁽¹⁰⁾	NPO 法人 くらし協同館な かよし	<ul style="list-style-type: none"> ・2005年 NPO 法人設立 ・撤退した生協店舗を借用して店舗運営（気軽に集まれる「たまり場」づくり） ・直売所運営（地産地消産品・惣菜） ・喫茶、食堂の運営 ・健康講座、趣味講座の開催 ・食事会、生活サポート（弁当宅配・家事支援・見守り） ・子育て支援 	<ul style="list-style-type: none"> ・1960年代に開発された郊外の戸建て住宅団地 ・生協組合員を核に活動を開始 ・120人の有償ボランティアスタッフが運営に参画
	サロン「いこい」 (神奈川県横浜市) ⁽¹¹⁾	NPO 法人 お互いさまねっ と公田町団地	<ul style="list-style-type: none"> ・2009年 NPO 法人設立 ・団地センターのスーパー店舗跡地を活用した活動 ・買い物支援（青空市の開催、日用生活用品の販売、配送） ・ミニ食堂の運営 ・見守り、交流（サロン）事業 	<ul style="list-style-type: none"> ・1964年に入居が開始された UR 都市機構の中層団地（1,160戸） ・安心住空間創出PJとして UR、行政、社協等が関与する事業として推進
	常吉村営百貨店 (京都府京丹後市大宮町) ⁽¹²⁾	農業生産法人 (南常吉村営百貨 店)	<ul style="list-style-type: none"> ・1997年、住民出資の法人設立 ・廃止された農協支所（店舗）を活用した店舗を運営（加工食品、地元野菜・果物、日用雑貨、肥料・農業用品、宅配便、DPE、クリーニング取次等） ・地元特産品開発と「ぴゅあ常吉」ブランド化 ・移動販売、商品宅配 ・農作業受託 ・農あるくらし体験事業・イベント開催 	<ul style="list-style-type: none"> ・住民有志33人が出資 ・町づくり活動メンバーを核に活動、出資 ・店舗跡地と支所の一部を農協から借用 ・中山間地域
移動手段 の提供	生活バスよっかいち (三重県四日市市) ⁽¹³⁾	NPO 法人 生活バス四日市	<ul style="list-style-type: none"> ・2003年 NPO 法人設立、バス運行開始 ・三重交通バス垂坂線廃止を契機に自主運行の運動を開始（延長9.5km） ・週5日、5.5往復/日、31停留所 ・平均乗客数90~100人/日 	<ul style="list-style-type: none"> ・三重交通への運営委託 ・運賃、沿線事業者からの協賛金、市補助金で運営
	あおぼす (千葉県市原市) ⁽¹⁴⁾	青葉台コミュニ ティバス運営協 議会	<ul style="list-style-type: none"> ・2005年地域町内会会員が運営委員会を設立し、運行を開始（地域3町会が共同で運行する） ・2005年地域町内会会員が運営委員会 ・月~土曜運行、平日23往復、19停留所 ・平均平日370人、土曜160人が利用 	<ul style="list-style-type: none"> ・路線バスの空白地域の解消（住宅団地） ・運賃、沿線企業・商店の協賛金、市補助金で運営
	商店街巡回バス (長崎県五島市) ⁽¹⁵⁾	NPO 法人 市民バスネット ワーク五島	<ul style="list-style-type: none"> ・2008年 NPO 法人設立 ・大波止タクシー、五島タクシーなど4社のタクシー会社に運行を委託 ・福江商店街の本町駐車を起終点に4コースの循環路線を運行 ・ジャンボタクシー用車両で、乗り合いタクシーに近い（全区間フリー乗降制） ・運賃、商店街の店舗、銀行等の協賛金、市の補助金（1/3）で運営 	<ul style="list-style-type: none"> ・離島（過疎地域） ・電話注文による買い物代行も並行して実施

きる場所、③近くで趣味活動ができる場所、④近くで講演会や講習会が受けられる場所、⑤高齢者が元気に過ごせ、全世代が楽しく交流できる場所、の5項目であった。

同時に、住民自らが主体的に施設の運営を行うことが確認され、多くの住民から運営に参加する意思も表明されるなど、実現に向けての施設コンセプトと運営の在り方のイメージが具体化していった。ただ、生協の施設を借用するには法人格の取得が必要なこと、また、活動を持続していくためにも明確な経営管理を実施する形態が望ましいことから、NPO 法人格を取得することとなった。法人の名称は、「くらし協同館なかよし」とされた。

NPO 法人は、旧店舗閉鎖から1年5ヶ月が経過した2005年10月に設立され、翌11月から事業を開始した。それまでの期間には、閉鎖店舗の軒先で週1回「産直市」を開催して住民の買い物不便の軽減を図るとともに、広報活動や仕入れ先の開拓、店舗運営のトレーニングなど店舗開設の準備が進められた。

事業開始に当たっては、生協から店舗改装費として700万円の寄付を受けられたことが大きかった。その資金で部分的な改装工事は実施したが、できるだけコストをかけず、食器、テーブルなど多くの備品をメンバーや利用者からの寄贈で整えた。また、メンバーができる工事は自前で行った。このように、本事例では主体的な取り組みが徹底されていたことが活動の継続と広がりを実現したものと考えられる。

3) 事業内容

NPO 法人の事業内容は、①高齢者・障害者の健康維持と介護予防に関する事業、②高齢者・障害者と市民の交流・助け合い・生きがいにづくりに関する事業、③地域産業の支援と地産地消の活動、安全な食を守る活動に関する事業の3つに分けられる¹⁶⁾。

① 高齢者や障害者の健康維持と介護予防に関する事業

食の支援（日用食品の販売、総菜の製造販売）、

食事・喫茶サロンの運営、地域特産品の販売、健康講座、シルバーリハビリ体操の実施、健康相談・チェックなどが実施されている。

とくに、買い物弱者対策としての店舗運営では、地産地消をコンセプトに直売所方式で地域の農業者、漁業者、食品加工メーカーなどとの連携を図り、身近な買い物の場を提供している。また、毎日約20品目が並ぶ手づくりの惣菜類は、単身者や高齢世帯に対する有効な食の支援、健康管理の手段となっている。

食事・喫茶サロンは、買い物や健康づくり活動、交流活動などと連動して、地域住民の憩いの場として定着している。

② 高齢者や障害者と市民の交流・助け合い・生きがいにづくりに関する事業

すでに30講座を開設し、年間延4,000人が参加する趣味講座をはじめ、高齢者のニーズに即した「私らしい古い支度」などの講習会、あるいは幅広い世代の参加・交流を目的とするお節旬行事（お楽しみ交流会）など、多様なイベントが企画・開催されている¹⁷⁾。

生活サポート事業では、家事支援や外出介助、買い物・お弁当などの宅配、あるいは各種の相談などを実施している。また、2011年度からは「お元気ですか？電話」という見守りサポートを開始した。希望する会員に定期的に電話をして、体調の聞き取りや話し相手をする、あるいは行事の案内、御用聞きなどを行う。

会員や利用者層の拡大の目的もあり、現在、「なかよし」が力を入れているのが子育てサポート事業だ。毎週1回、親子参加で絵本の読み聞かせや手遊び、ゲームなどを行う子育て交流会「おてつないで」の他、随時、育児相談や託児なども保育士資格を持つスタッフが対応している。

③ 地域産業の支援と地産地消の活動・安全な食を守る活動に関する事業

隔週金曜日に開催される市民交流市は、生産者による対面販売や試食などが行われ、利用者には好評で毎回賑わう。この交流市に限らず、日常の店舗においても販売する商品は地産地消が基本である。とくに地域特産の干し芋は、「ふるさと便」

としてギフト用にも活用されており、店舗売上高への貢献度も大きい。

また、伝統食の継承および食育活動では、食堂や惣菜での「日替わり伝統食」の提供の他、漬物、梅干し、味噌などの伝統食、保存食の講座を年間10回程度開催している。これらの講座には若い主婦の参加も増えてきている。

④ その他の活動（行政、自治会等との連携）

NPO 法人では、ひたちなか市のヘルスケアセンター、消費生活センター、社会福祉協議会等の出前講座の開催、あるいは高齢福祉課の補助事業を活用した「認知症サポーター」の養成や「いきいきセカンドライフ講座」を実施している⁽¹⁸⁾。これらの講座は、自治会の後援あるいは自治会との共催で実施されるものもある。

また、市内外の高齢者福祉や市民協働などの活動に係わる諸団体との情報交換や視察など、さまざまな形での連携も行っている。

4) 運営体制

現在、「なかよし」の会員数は、スタッフとして運営に参加する正会員が118人、賛助会員（利用会員）が207人である（2011年3月31日現在）。

組織の運営は、理事会（理事10名）、事務局（12名）、そして業務ごとに分けられた9つのチームによって行われている（図表2参照）。

各チームは、チームリーダーを中心とする会議で活動方針や課題を話し合い、具体的な活動内容を決定している。チームリーダーは事務局メンバーを兼務し、NPO 全体の調整や情報の共有化が行われる。

「なかよし」は、各会員が得意技を生かして、自分のやりたい活動を行う「自己実現の場」であるとの認識が浸透しており、会員の意思や提案が最も重視される。

5) 事業収支状況

最近の「なかよし」の経常収入は25百万円前後で推移しており、そのうちの80%程度を「食の支援と健康活動」の手数料、利用料収入が占める。また、行政の補助金等の収入割合は1%程度あり、その意味では自立性を持った事業運営が実現できている。また、現在までのところ毎年1.2～2.4百万円の収益を確保していることも評価できる⁽¹⁹⁾。

6) 現状の課題

「なかよし」の課題としては以下の点が挙げられる。

- ① 事業収益面では、ここ1,2年、事業収入が頭打ち傾向にある。とくに事業収入の80%を占める「食の支援と健康活動」が前年割

図表2 なかよしの活動を推進する9つのチームと担当業務

チ ャ ーム 名	業 務 内 容
① 健康活動チーム	・リハビリ体操の開催、健康チェック・相談・健康講演会の開催
② 食の支援チーム	・店舗運営、高齢者への食のアドバイスや見守り活動
③ 喫茶・食事サロンチーム 兼 市民交流チーム	・喫茶・食事サロンの運営 ・市民交流市（隔週金曜日）の運営、季節行事、祭りの開催
④ 惣菜チーム	・手作り惣菜とサロン向け食事づくり、お弁当の配達
⑤ 趣味活動チーム	・趣味講座（30講座）の運営、作品発表会・展示会の開催
⑥ レンタルボックス管理チーム	・レンタルボックスの管理、運営
⑦ 子育てサポートチーム	・子育て交流会「おててつないで」の開催、育児相談、託児
⑧ 生活サポートチーム	・ふれあい食事会の開催、家事支援・買い物の手伝い、見守り
⑨ 広報活動チーム	・ニュースの発行、その他イベント広報

れをしている。原因としては、収入への寄与が大きい特産物の干し芋が夏季の猛暑の影響で不作であったこと、あるいは同様の理由で高齢者の来店が減ったことなどが挙げられている。

その対応策として、「福祉・生きがい活動」、「地域支援・交流活動」の2事業においてさまざまな企画を実施して利用客の来店機会や頻度を高め、商品の購入や食事・喫茶サロンの利用拡大に繋げる取り組みを行っているが、今のところ減収分をカバーしきれていない。

「なかよし」は、これら3つの活動の連携を図り、その相乗効果を高めていく事業構造のため、事業収入を増やすには現状の取り組みを地道に継続していくことが重要だ。その意味では、現在、注力している「子育てサポート活動」や2010年度からスタートした「自分らしい老い支度——エンディングプラン」講座などは新しい利用層の拡大にも結び付いており、期待が持てる。

ただ、周辺住宅地の高齢化は毎年進んでおり、「なかよし」の利用者も年を追うごとに支援の必要性が高まることは避けられない。例えば、今までは頻繁に来店していた利用者が、加齢や体調不良により配食や見守りが必要になるというようなことだ。そのため、サービスの内容や提供方法の見直しが必要になることは避けられない。

事業面のもう一つの課題は、生協から借用している店舗施設や諸設備の老朽化が進んでおり、今後それらの更新費用が発生することだ。「なかよし」は、現状でも運営基金を6百万円ほど積み立てており、さらに毎年の積み増しも実現できているので今のところ問題はない。しかし、基金の積み立てを実現するには、毎年、一定水準の事業収益を確保する必要がある、今後も事業を進化させ続けることが求められる。

- ② 組織運営面の課題は、「なかよし」では当初から50人以上のボランティア職員が運営に参加しているが、実際の業務では理事やチー

ムリーダーなどに業務が集中しがちであった。また、活動開始から数年が経つと業務ごとに職員の専門化が進み、特定の職員がいないとチームの運営に支障が出る状況に陥った。

そこで、業務のローテーション化を図り、1人の職員が複数の業務を担当できるようにして、組織的に業務に関する情報とノウハウの共有化を進めた。また、理事などの幹部メンバーも、必ず週内に休日を設け、他のメンバーが業務を代替できる運営が行われている。

次に、①の事業面の課題とも関連するが、「なかよし」では事業継続を図るため経営基盤の安定化を優先し、役員（理事）報酬は設立以来支払っていない。また、職員の報酬も、有償ボランティアとはいえ240円/時と茨城県の最低賃金（690円）の半分にも満たない⁽²⁰⁾。現在の職員の中には、NPO法人の設立当初には無給で運営に参加した人たちも多く、「自分たちの住む地域をみんなで支え合って、“住み慣れたところで、いつまでも、元気に暮らせるまち”にしたい」という共通の想いで働いている。また、地域の仲間づくりや自己実現の場を「なかよし」に見出している人たちなので、賃金の多寡は問題ではないはずだ。しかし、次代の理事、チームリーダーなどの経営陣や中核スタッフを確保、育成し、事業の持続性を担保していくには、現状のままでは難しい面もある。

また、今後増大が予想される生活サポート事業では、配食や訪問、送迎サービスなど、外廻りの活動や力仕事など男性ボランティアの参加が不可欠になろう。現状では男性ボランティアは全体の1割程度に過ぎず、その確保は課題の一つである。男性の参加を促すには、男性利用者の拡大がまず必要になる。そのためには、男性が参加したくなる講座やイベントの企画を増やしていくことが求められる。

7) まとめ

設立から6年が経過して、「なかよし」は身近

な買物の場として、また“たまり場”として地域に不可欠な存在になった。そのような「なかよし」の存在感が如何なく発揮され、地域の人たちに再確認された出来事があった。2011年3月に発生した東日本大震災だ。

ひたちなか市は、震度6弱の揺れと4m超の津波に襲われ、沿岸部を中心に大きな被害を受けた。「なかよし」の周辺地区でも、一部家屋の倒壊が起きた他、水道、電気、ガスの生活インフラが全てストップした。また、物流網が切断され商品の補充ができない、停電で冷蔵庫、レジスターが使えないなどで、周辺の商業施設はすべて休業状態に陥った。

そのような中、「なかよし」は仕入れ先が地元の農家や食品メーカーのため、震災後も商品が確保できた。また、停電中もスタッフが手作業でレジ処理を行うなどで営業を継続した。さらに、野菜を出荷する農家が井戸水をポリタンクで供給するなどして周辺住民の生活を支えた。「なかよし」では、いち早く惣菜の販売や喫茶サロンの営業も再開し、店舗を核に会員の安否確認や食料品の配達なども行った。それにより、「なかよし」へ行けば誰かがいる、何とかなる、と大きな心の支えにもなった。

このように、「なかよし」はこれまでの活動の中で、着実に「コミュニティ力」を高めてきたことが図らずも緊急時に証明された。

6. 活動スタッフおよび利用者の状況と意識

「なかよし」のスタッフおよび利用者アンケート調査を実施した⁽²¹⁾。アンケート調査から読み取れるスタッフおよび利用者の状況および意識について、その特徴的な点を以下に整理する。

(1) スタッフ向けアンケート結果

1) アンケート回答者のプロフィール

「なかよし」の約120人のスタッフのうち54人から回答が得られた。アンケート回答者のプロフィールは図表3のとおりである。

回答したスタッフは、過半が生協店舗の時代からの利用者（組合員）であり、地区内に店舗がなくなることの不便さを実際に体験している。同時に、回答者は60歳を過ぎて自分の老後が視野に入ってきた人も多く、日用品を購入できる身近な店舗や地域の“たまり場”的なスペースの必要性を強く感じている当事者でもある。

また、現施設の立ち上げ過程にも参画し、自分たちが望むものの実現には自らが主体的に動くことの必要性を認識した人たちである。

2) スタッフの意識

スタッフが活動に参加した動機は、年代にかかわらず「自分のことで地域・社会に貢献」「生甲斐や生活の張りづくり」という回答が多く、

図表3 スタッフ用アンケート回答者のプロフィール

項目	回答者のプロフィール
性別	・54人中49人が女性（スタッフ全体でも男性比率は約1割）
年齢	・30歳代から70歳代後半まで幅広いが、60歳以上が44人（80%強）（スタッフ全体でも60歳以上が80%強を占める）
家族構成	・「単身」と「配偶者と2人」の合計が38人（約70%）
居住年数	・現住所の居住年数20年以上が42人（78%）、うち30年以上が31人（これらの人たちは同住宅団地の当初からの入居者）
スタッフとしての活動期間	・回答者の30人（55%）が2005年10月の店舗開設当初から活動に参加している。

社会貢献と自己実現が2大動機である（図表4参照）。

また、60歳代以上では自分の老後（要支援・介護の可能性）がすぐ目前であることも影響し、互恵的あるいは自立的な意識が見られるのも特徴だ。さらに、この年代は「お互いさま」や「できることは自分たちでやる」という教育を受けてきたこと、あるいはかつてコミュニティがより濃密であった時代を経験していることなどが意識に反映されていると考えられる。

次に、今後の活動の方向性に関しては、「なかよし」では既に多様なサービスが提供されていることから、「現状の活動を継続する」が圧倒的に多い。しかし、ここでも60歳代以上では、より支援型の「生活サポート事業」や「見守り事業」の充実を望む回答、活動の持続性や発展性を意識した「利用者の年齢層の拡大につながるサービス」の充実の必要性をあげる回答も一定数ずつ存在する（図表5参照）。

これらの年齢層では、年々加齢が進み、支援が

図表4 活動に参加した動機（年代別：MA）

年 齢	回 答 数	自分のできることで社会や地域貢献したかった	豊富な時間を有効に活用しなかった	活動を通じて地域に仲間を作りたかった	いずれ自分が支えてもらう必要が生じるかも知れない	行政依存でなく、自分達で支え合うことが必要	何か生甲斐や生活の張りになる事をしたかった	NA
30歳代	2	1	0	1	0	0	0	0
40歳代	1	1	0	0	0	0	1	0
50歳代	7	6	1	0	0	0	4	0
60歳代前半	14	9	3	1	2	1	6	0
60歳代後半	18	12	3	5	4	1	6	1
70歳代前半	9	5	2	3	0	1	3	2
70歳代後半	3	1	0	0	0	0	0	2
合 計	54	35	9	10	6	3	20	5

図表5 今後の活動の方向性（年代別：MA）

年 齢	回 答 数	現状の活動を継続して行けば良い	健康講座エンディングテーマなどの講座を増やす	食事を増やす	弁当宅配や家事支援など生活サポートを充実させる	「お元気ですか？電話」等の見守り活動を充実させる	趣味講座を充実させる	子育て支援などで利用者の年代拡大	産地交流・伝統行事等のイベントを増やす	NA
30歳代	2	1	0	0	0	0	0	1	1	0
40歳代	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
50歳代	7	4	0	0	2	0	0	0	1	0
60歳代前半	14	9	2	0	2	2	1	1	1	0
60歳代後半	18	10	1	0	7	4	0	4	1	1
70歳代前半	9	6	0	0	4	1	0	1	3	2
70歳代後半	3	0	0	0	0	0	0	1	0	2
合 計	54	31	3	0	15	7	1	8	7	5

必要になる利用者の状況を日々の活動の中で感じ取っているのではないか。また、それを自分の近未来と重ね合わせて見ている面があるので、生活支援型事業の充実の必要性をより強く感じていると思われる。

(2) 利用者向けアンケート調査結果

1) アンケート回答者のプロフィール

「なかよし」に来店した利用者にはアンケート調査を実施し、177人から回答を得た。利用者全体でも圧倒的に女性が多いが、今回の回答者も約90%が女性であった。

回答者の年齢構成は30歳代から80歳代と幅広いが、60歳代以上が約80%と大多数を占める。そして、家族構成では「単身」と「配偶者と2人」が、居住年数では住宅団地が分譲を開始した当初から当地に住む人が過半を占める。

2) 「なかよし」の利用状況

「なかよし」の利用者には旧生協の店舗時代から利用している人も多いが、回答者も約60%が「なかよし」を開設当初から利用している。また、「店舗・講座を利用してみて」リピーターになった、「友人に誘われて」利用するようになったと

いう利用者が多い。

利用内容では、「店舗で野菜・食品を買う」が139人(79%)、「惣菜を買う」が94人(53%)と食料品の購入利用が圧倒的に多いが、「趣味講座に参加する」、「食事と喫茶サロンを利用する」という人もそれぞれ70人(40%)、49人(28%)と商品購入に次いで多い。

次に利用頻度では、食料品の購入利用者も「週に1~2日」、「不定期で時々」が多い。また、その他の利用者では、「週1~2日」以下の人が大半を占める(図表8参照)。

そして、これら利用内容と利用頻度と併せてみると、「なかよし」の利用実態をおおよそ想定することができる。すなわち、野菜や惣菜などを購入するためだけに「なかよし」に来店する人はそれほど多くなく、趣味講座や食堂・喫茶の利用時について店舗で買い物をするという複合的な利用が中心となっている。

これは、地域住民の要望に応じて多様なサービスを提供してきた「なかよし」の利用状況としては当然の結果ではあるが、運営主体が意識して作り上げてきた「なかよし」の目指すべき方向が、ほぼその意図通りに実現していると見ることができる。

図表6 利用者アンケート回答者のプロフィール

項目	回答者のプロフィール
性別	・177人中160人が女性(利用者全体でも男女比はおおよそ9:1)
年齢	・30歳代から80歳代後半まで幅広いが、60歳以上が141人(約80%)
家族構成	・「単身」と「配偶者と2人」の合計が98人(約55%)
居住年数	・現住所の居住年数20年以上が129人(73%)、うち30年以上が108人(これらの人たちは同住宅団地の当初からの入居者)

図表7 「なかよし」の利用状況

項目	利用状況
「なかよし」の利用開始時期	・回答者の107人(60%)が店舗開設当初から利用している(生協店舗時からの利用者(組合員)も少なくない)。
利用のきっかけ	・「店舗・講座等を利用してみて」リピーターになった人が82人(46%)と最も多く、次いで「友人に誘われて」(39人)、「なかよしニュースを見て」(27人)の順になっている。

図表8 「なかよし」の利用内容と利用頻度

「なかよし」でよく利用するサービスや催し物	回答者数	利 用 頻 度			
		ほぼ毎日	週3~4日	週1~2日	不定期時々
店舗で野菜や食品を買う	139	7	22	50	57
店舗でお惣菜を買う	94	6	14	39	34
市民交流市を利用する	21	1	4	11	5
食事と喫茶サロンを利用する	49	1	4	14	26
なかよし「健康講座」に参加する	14	0	1	4	6
なかよし趣味講座に参加する	70	4	9	22	34
食事会を利用する	10	0	1	4	5
講習会（布絵本づくり等）に参加する	6	0	1	2	3
講習会（漬物づくり等）に参加する	4	0	1	1	2
子育てサロンに参加する	8	0	1	3	4
生活サポートを利用する	0	0	0	0	0
産地交流、伝統行事に参加する	12	0	1	4	7

もちろん全体的に利用頻度が高いとは言えず、多様なサービスの提供により地域住民のたまり場的な機能を高めつつ、その相乗効果として買い物利用頻度を上げていくことが運営面からの課題と言えよう。

3) 「なかよし」の位置づけと今後の方向性

利用者に「なかよし」が多様な使われ方をしてしていることは、「なかよし」をどのような施設として認識しているかを見た以下の結果にも表れている（図表9参照）。

最も回答が多かったのは「食料品や惣菜を買うための場所（108人：61%）」だが、「趣味の活動ができるカルチャーセンターのような場所（65人：37%）」、「食事をしたり、お茶を楽しんだりする喫茶店のような場所（35人：20%）」、「さまざまな講座で知識を増やすことができる生涯学習の場所（34人：19%）」など回答は多様な項目に分散している。

また、「なかよし」の今後の方向性については、施設の準備段階から地域住民の要望を調査したこと、また、出された要望を多様なサービスの提供という形で実現してきたことから「現状の活動を

継続して行けばよい」という意見が圧倒的に多い。同時に、利用者の加齢が進むなどの状況の変化に対応して「弁当の宅配や家事支援など生活サポートを充実させたらよい」、あるいは『『お元気ですか？電話』のような見守り活動を充実させたらよい』、「健康講座やエンディングプランなどの講座を増やしたらよい」などの意見も少なからず存在する。

もっとも、「なかよし」では地域住民の変化、あるいは日々接する利用者の動向やニーズに対応して、自分らしい老い支度として「エンディングプラン——よろしくノートを作ろう」講座を開設したり、希望する会員向けに定期的に電話で安否・体調の確認や支援の必要性を打診する「見守り・生活サポート事業」などを実施するなど、毎年新しいサービスメニューを追加している。

このようなユーザーオリエンテッドで柔軟な事業展開は、店舗で日常的に個々の利用者（高齢者）と接し、また理事やスタッフも同じ地域で生活をするという、コミュニティに根差した運営を行う「なかよし」だからできることであり、これが「なかよし」の最大の強みである。

図表9 「なかよし」の位置づけと今後の方向性 (MA)

Q10 「なかよし」はどのような存在か	回答数	現状の活動を継続して行けば良い	健康講座やエンディングターマなどの講座を増やす	食事を増やす	弁当宅配や家事支援など生活サポートを充実させる	「お元気でですか?電話」等の見守り活動を充実させる	趣味の講座を充実させる	子育て支援・子供向け行事を開催し利用者の年代を拡大	産地交流・伝統行事等のイベントを増やす
野菜や食料品を買う店舗	108	80	7	4	21	6	9	10	11
趣味の活動ができるカルチャーセンター	65	47	11	1	11	5	9	8	8
講座で知識を増やせる生涯学習の場	34	26	6	2	6	4	2	3	5
地域の友人と会うためのサロン	18	15	0	1	4	3	1	2	2
食事やお茶を楽しむ喫茶店	35	24	3	2	10	2	1	3	0
生活を支援してくれる福祉施設	6	5	0	0	3	0	1	0	2
いざという時に頼れる生活支援センター	16	14	0	0	4	4	2	2	3
様々な活動をしている「街のホットステーション」	19	13	2	0	5	0	4	5	2
様々な行事、イベントが行われる公民館	21	11	4	1	1	2	4	0	5
その他	3	3	0	0	0	0	0	1	0

7. 「くらし協同館なかよし」の事例から導き出される仮説

本稿で具体的な事業内容や利用状況を紹介してきた「なかよし」を中心に、筆者が過去に調査した他の事例（図表1参照）も参考にして、地域生活者の主体的な取り組みがどのように始まり、地域内で拡大し、成果を上げていけるのか、また、活動の過程で遭遇する問題にどのように対処し、克服しているのかなどについてそのポイントを仮説的に整理してみたい。

その目的は、同様の生活課題を抱える地域の参考にできる要素を抽出することである。

(1) 地域が動き始める背景と契機

はじめに、生活者自身が地域において具体的な

活動を始める背景や契機について考えてみたい。

前述のように、地域によりその現象形態や深刻度に差はあるが、買い物弱者問題は今や多くの地域が抱える生活課題だ。しかし、同問題に対して生活者が主体的、組織的に行動を起こすケースは決して多くない。では、動き出した地域は他と何が違ったのか。

深刻な生活課題を抱える地域では、現状を変えたいと思う生活者の潜在エネルギーは蓄積しており、適当なきっかけがあれば地域は動き出す、と筆者は考える。では、その“きっかけ”とは何か。それは、「いま自分たちが動かなければ、地域の生活インフラが失われ、日々の生活に深刻な影響が出る」という危機感であろう。さらに、実際に活動が始まるか否かは、地域に組織的な連携や協働の経験を持つ個人やグループが存在することが最も重要な要素だ。

「なかよし」のケースは、身近な商店が相次いで撤退した地域において、「最後に残った生協店舗までもが閉店するという生活の危機」に直面して、「生協組合員」を中心に地域の生活者が動き出した。

生協の組合員同士は相互交流があり、従来からさまざまなテーマで協議や協働を経験してきた。また、店舗問題については、生協側も他の商業施設が撤退した地域の状況を認識しており、撤退後の店舗活用に対して相応の支援を行うことが提案された。そして、それが生活者が動き出すことを決定づける最大のポイントであった。このように、「なかよし」の事例では活動の基盤も交渉相手も生協であったという有利さが存在した。しかし、どの地域にも町内会やPTA、商店会、消防団などの既存組織は必ず存在し、さまざまな活動経験や活動実績を持っている。実は、多くの地域には動き出す基盤はあるのだ。

実際に動き出すか否かを分けるのは、行政依存や他力本願では解決が難しいことを認識し、自らの主体的な取り組みを促す「人（リーダー）やグループ」の存在だろう。それでは次に、活動を牽引する人やグループについて見ていこう。

(2) 活動を牽引する「人」の存在

生活者主体の活動が展開されている地域では、活動を牽引し、束ねる「人（リーダー）」が必ず存在する。多くの場合、このリーダーと取り巻きの少人数のグループ（以下、サポーターと呼ぶ）の「気づき」が活動の源点となる。なぜ、彼らが他の人たちに先立って気づき、行動を起こしたのかと言えば、課題の当事者として苦勞していたり、生活者視点で地域に強い関心を持っていたり、あるいは地域組織の責任ある立場から地域の現在、そして将来を俯瞰的に眺めていたなど、そのバックグラウンドは様々だ。

「なかよし」のケースでは、NPO 法人の現理事長の T 氏（女性）が牽引役を果たした。もともと T 氏は生協の理事（店舗理事を兼任）で、店舗問題のまさに当事者であった。そのため、T 氏が生協と地域の生活者の間に入り、双方の事情を

理解した上で、「店舗撤退後」の在り方について建設的な協議が行われた。

協議の過程で購買機能だけでなく、今後の地域にとって必要な機能を付加した施設とすること、また、それを自分たちで経営面にも責任を持ちながら運営していくことなどが話し合われていくが、これらの議論をリードしたのもリーダーおよびサポーターであった。

(3) 学習の重要性

前述のように、生活者主体の活動には牽引役のリーダーやサポーターの存在が大きいが、それとともに動き出す地域の共通点は生活課題について生活者が学習をし、社会や地域の実情を把握するとともに、当該問題に関する相当程度の専門知識を身に付けているということだ。このような学習を行うきっかけは自然発生的な場合もあれば、行政などの働きかけによる場合もある。いずれにしろ、学習に参加するのは当該問題の当事者や関心を持つ生活者であるため学習意欲は高い。

「なかよし」のケースでは、以前より生協活動を通じた組合員への学習機会の提供が行われ、現状の社会問題や生活課題への関心を高めるとともに、課題解決に取り組む先行事例を紹介するなどの啓発活動が行われてきた。

そのような蓄積があったために、生協店舗の撤退問題が発生した時にも、問題の本質がどこにあり、その解決に向けて自分たちは何をしなければならぬのかを、早い時期から多くの人たちが理解していたと言える。すなわち、同問題が発生した責任の一端は自分たちにもあり、自らがライフスタイルを見直したり、他力本願ではなく自らが動き、汗をかくことが必要だという認識が共有されやすかった。

このような学習で得た知識は実際の活動の中で一つ一つ実践、検証され、またそのことで生活者は視野を広げ、課題の客観的な位置づけやそれへの多面的なアプローチができるようになる。そうなれば、活動は次のステップへと進んでいくことができる。

(4) 小さな成果がもたらす自信と自覚

生活者の活動は、危機感や切実なニーズからスタートするが、当初は言わば素人の事業だ。そのため、日々試行錯誤の連続だ。しかし、その最大の特徴、強みは利用者視点で進められることだ。利用者視点の事業は、当然のことながら利用者の支持を得て、少しずつ成果を上げ始める。

成果と言っても初めは小さなものだが、これが実は活動にとっては大きな自信と自覚をもたらす。小さな成果であっても、それが活動メンバーたちに達成感、充実感をもたらし、次の活動のエネルギーになっていく。また、何らかの成果を上げたことで、地域内での活動に対する認知も徐々に進み、参加するメンバーも増えるなど、活動の輪が広がっていく。

「なかよし」のケースでは、生協店舗を受け継いでNPO法人として運営を行うまでの約1年間、旧店舗の軒先で週一回「産直市」を開催した。産直市の開催は、地域住民の買い物不便を若干なりとも改善することが目的であったが、地域への認知の向上、仕入れ先の開拓や関係構築、さらに店舗運営のトレーニング期間として有意義であった。産直市は、次第に口コミで広がり利用客が増え、メンバーも手ごたえを感じるとともに、利用者に喜ばれることが大きな励みとなって次のステップへの活力源となった。

また、この期間にアンケート調査などで地域住民の声が収集され、新施設に盛り込まれる機能が決められていく。そこでも、自分たちの要望に基づいて作られる施設であり、自分たちが運営に係わるということなので、施設のことを知人に紹介したり、自らも含めて施設を積極的に活用することを意識する。なぜなら、身近な商業施設の撤退は、郊外の大規模施設の利用を優先してきた自分たちの購買スタイルにも原因の一端がある事を認識したからである。

その後、「なかよし」の活動は「全国・ソーシャルビジネス55選（2009年3月：経済産業省）」や「あしたのまち・くらしづくり活動賞・内閣官房長官賞（2009年11月：財あしたの日本を創る

協会等）」を受賞する⁽²²⁾。そして、それを受けて「なかよし」には全国から視察や取材の依頼が来るようになる。これはメンバーにとって大きな誇りであるとともに、自分たちの活動が社会的に評価されたことで自覚を持って業務を遂行することになる。

このように、活動の成果がメンバーに自信と活力を与えるとともに、活動を通して生活者は責任と自覚を持ち、自らが変わり始める。

(5) 拡がる活動テーマ

もう一つ地域の活動に共通してみられる特徴は、前述のように一定の成果を挙げて活動が活性化すると、取り組むテーマや活動の範囲が拡大していくことである。

「なかよし」でも、当初からの店舗、趣味講座、健康講座、食堂・喫茶の事業、子育て支援に加えて、見守り・生活支援、交流事業、環境関連事業などの新たな活動プログラムの導入や充実が図られている。

このような発展過程はコミュニティ活動ではごく自然な成り行きとして受け入れられている。というのも、地域の生活課題は相互に密接に関連しており、活動範囲の線引きが難しいからだ。また、活動を進める中で、利用者のニーズも当然変化するし、活動メンバーが増えたり、業務に慣れて効率化が進むことで新たな活動に取り組む余裕が出てくるからだ。

直接的には既存店舗の撤退による買い物弱者対策として活動が始まった「なかよし」ではあるが、当初から地域住民のニーズに対応した諸機能を取り込み、地域の“たまり場”、あるいは学習や情報発信の場などとしてコミュニティに不可欠な施設となった。

今後、地域ではさらなる高齢化が進むなどで新たな生活課題が発生するだろう。また、「なかよし」自体も、経営面、運営面などで克服すべき問題も出てこよう。しかし、この6年間で培った「コミュニティ力」の基盤を活用し、ハードルを一つ一つ越えていくように思える。

8. おわりに

本稿で取り上げた買い物弱者問題は、さまざまな分野で超高齢社会に対応した社会システムへの転換を迫られている日本の極めて典型的なテーマである。そして、新しい社会システムでは、行政、企業などとともに生活者自身が課題解決に直接的に関与することが求められる。そのような問題意識を起点に、生活者が主体的に動き出した事例を手掛かりに新しい仕組みづくりの糸口を探ってみたい。

本稿で示した仮説ははまだ極めて稚拙な試論に過ぎず、今後、さまざまな検証を加えて実践的、汎用的なものにしていく必要がある。そのため、今後の研究では、地域の生活者が生活課題の解決に向けて動き出した事例をさらに検証したい。

《注》

- (1) 一般的に高齢化率（65歳以上人口の割合）によって、高齢化率7～14%＝「高齢化社会」、同14～21%＝「高齢社会」、21%以上＝「超高齢社会」と分類される。
- (2) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」（2006年12月推計）の出生中位（死亡中位）推計による。
- (3) 経済産業省「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——」（2010年5月）。
- (4) 1998年10月制定、2000年6月施行。
- (5) 65歳以上の人1人のみの一般世帯（国勢調査）。
- (6) 「無縁社会——無縁死3万2千人の衝撃」2010年1月31日放送。
- (7) 藤澤研二（2010）「新しいビジネスモデル構築への模索が続く小売業——無店舗販売に可能性を求める——」江戸川大学紀要「情報と社会」21, 15-30。
- (8) 平成22年度地域商業活性化補助事業（買い物弱者対策支援事業）平成22年度補正予算。
- (9) 藤澤研二（2004）「コミュニティ『力』の時代——市町村合併を超えて——」水曜社。
- (10) NPO法人くらし協同館なかよし 通常総会資料（2011年度：第6回）、同保存版パンフレット、同インタビュー調査。
- (11) 「見守り安心ネット公田町プロジェクト」パンフレット（UR都市整備機構）、「『ひとり生活』に地域ぐるみの安心サポート」パンフレット（横浜市栄区2011年1月）、同インタビュー調査。
- (12) 前掲「コミュニティ『力』の時代——市町村合併を超えて——」、最近の動向については「広報きょうたんご」（京丹後市広報誌、2009年6月）、常吉村営百貨店HP（常吉村 農あるくらし体験：<http://tsuneyoshi.tango.gr.jp/>）。
- (13) NPO法人生活バス四日市HP（<http://www.rosenzu.com/sbus/>）、「地域住民が主体となった持続可能な公共交通づくり」（Social Business Net：<http://www.socialbusiness.jp/case/000093.html>）。
- (14) 市原市青葉台地区コミュニティバス「あおばす」の取り組み（国土交通省政策統括課資料）、あおばすHP（<http://www.aobus.com/>）。
- (15) 地域を守るコミュニティビジネス「商店街が取り組むコミュニティビジネス5」（みらいしんきん同友会レポート・連載コラム）。
- (16) 平成23年度 NPO法人くらし協同館なかよし 通常総会資料。
- (17) 「エンディングプラン——よろしくノートを作ろう——」というタイトルで、物の片づけ、不用品の整理、遺言、相続、葬儀、成年後見制度など、月1～2回、計12回の講座を実施している。
- (18) ひたちなか市高齢者サロン事業、同子育て支援事業。
- (19) 注(16)と同じ。
- (20) 茨城県労働政策課 2010年10月16日改定（12円引き上げ）。
- (21) アンケート調査は、2011年8月下旬～10月上旬にかけて実施。スタッフ用アンケートは、出勤時の業務休み時間に実施。利用者用アンケートは、来店時に、趣味講座はグループごとに講座終了時に、店舗利用者はレジにて配布、回収。
- (22) 「全国・ソーシャルビジネス55選」は、社会的課題・地域課題の解決を目標として事業展開している企業やNPO等の先進55事例を紹介（経産省地域経済産業グループ・立地環境整備課）、「あしたのまち・くらしづくり活動賞」は、地域が直面しているさまざまな課題を自らの手で解決して、住み良い地域社会の創造をめざす活動に取り組んでいる住民集団・企業等の先導的な事例を表彰（あしたの日本を創る協会、各都道府県新生活運動等協議会、読売新聞東京本社、日本放送協会の共催）。