HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	農村地域における共同店の果たす役割と可能性 ： 北海道芽室町上美生地区の「みんなのお店KAMIBI」を事例に
Author(s)	白井, 大地
Degree Grantor	北海道大学
Degree Name	学士(文学)
Issue Date	2020-03-25
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/77612
Type	bachelor thesis
File Information	2019_01162101.pdf

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

令和元年度卒業論文

農村地域における共同店の果たす役割と可能性

：北海道芽室町上美生地区の「みんなのお店 KAMIBI」を事例に

北海道大学文学部人文科学科

人間システム科学コース

指導教員：笹岡正俊

学生番号：01162101

氏名：白井大地

目次

1. はじめに 3

1.1 研究の背景 3

1.2 研究の目的 4

2. 研究方法 5

2.1 研究対象地域の概観 5

2.2 上美生地区における地域づくりの取り組み 7

2.2.1 移住者受け入れと山村留学 7

2.2.2 住民組織「上美生ほしぞらプラン会議」の創設と活動 8

2.3 研究手法 8

2.4 現地調査について 9

3. KAMIBI の概要 10

3.1 基本情報 10

3.2 KAMIBI 開店に至る経緯 11

3.2.1 地域のスーパー閉店の動きと上美生地区の対応 11

3.2.2 「上美生のお店を考える会」設立と店の存続への模索 12

3.2.3 NPO 法人設立と KAMIBI の開店 13

3.2.4 まとめ 14

4. KAMIBI が地域において果たす役割 15

4.1 買い物の場 15

4.2 ガソリンスタンドの事業 16
4.3 弁当配達の事業 17
4.4 地域住民のコミュニケーションの場 18
4.4.1 日常的に住民が集う場 18
4.4.2 イベントでの活用 19
4.4.3 補論：店舗の改装 20
4.5 非常時の地域拠点 22
4.6 KAMIBI を運営するという行為が地域にもたらす影響 23
4.6.1 店の運営を通した地域住民の協働 23
4.6.2 地域住民の意識への影響 24
4.6.3 ほかの地域課題との連動 25

5. 考察：共同店の 3 つの役割と可能性 27
5.1 地域のニーズに応える事業の実施 27
5.2 地域住民が集う場としての共同店 28
5.3 共同店の運営による地域全体への波及効果 29

6. おわりに 30

7. 参考文献 31

8. 謝辞 32

1. はじめに

1.1 研究の背景

近年、日本では人口減少と高齢化が進行している。今後も歯止めがかかる見通しはなく、2065 年には総人口がおよそ 8800 万人まで減少するとともに、国民の約 2.6 人に 1 人が 65 歳以上の高齢者になると予測されている[1]。そのような状況下で顕在化している問題のひとつが、「買い物弱者」の問題である。経済産業省[2]によれば、買い物弱者とは「食料品等の日常の買物が困難な状況に置かれている人々」を指し、全国に約 700 万人いると推計される。とりわけこの問題が深刻なのは、過疎化が著しい農村地域である。農村地域では、地域の農協が運営する販売店舗が、農協の支所統合や利用者の減少による採算の悪化によって、撤退の動きを強めている[3]。これにより、特に交通手段の無い高齢者は、日常的な買い物に困難を強いられると考えられる。

こうした中、地域に店を存続させるため、農協店舗が撤退した後を継ぎ、地域住民が主体となって新たな店舗を運営する事例が現れている[4]。そのような店は、住民が共同で経営するため「共同店」と称される[5]。

「共同売店」とも呼ばれる共同店は、沖縄県にはかなり前から存在する。中でも最も古い「奥共同店」は、100 年以上前から存続している。その成立背景と展開は、関[6]によれば、「当時の『いのちの産業』であった薪の供給に関連して、その物流（海上輸送）を握っていた外部商人への対抗措置として開始されている。自前で山原船を用意し、独自に那覇方面まで売りに行き、帰りに生活物資を積み込み住民に提供していた。そして、資本蓄積を進め、多様な工場を展開、金融機能から奨学金の提供までと、地域経営全体の担い手としての機能を果たしてきた。あたかも『集落の総合的な事業体』として発展していった」というものである。長い歴史をもつ沖縄の共同店に関しては、研究も蓄積されている。代表的なものとしては、沖縄の共同店を網羅的に調査し、その構造と機能を村落共同体との関わりから明らかにした安仁屋ほかによる研究[7]がある。また、2000 年代に入ってからも、宮城[8]、清水・大矢野[9]、上地ほか[10]などの研究が行われている。

その一方、沖縄以外の共同店、すなわち、先述の農協店舗が撤退した農村地域において近年開店している共同店の研究については、唐崎・木下[11]や関[12]、藤田ほか[13]などが散見されるものの、研究数は少ない。唐崎・木下[14]が述べるように、それらの共同店と沖縄の共同店とでは、成り立ちの歴史的、社会的背景が大きく異なる。農協店舗の撤退など、地域の小売店の消滅が加速していくと考えられる中、その対

---

[1] 内閣府, 2019.
[2] 経済産業省, 2015.
[3] 唐崎・木下, 2011.
[4] 唐崎・木下（前掲書）は、2011 年 2 月時点で、こうした事例は全国に約 20 カ所程度あるとしている。同研究から 8 年が経った現在は、事例数の増減があると考えられる。
[5] 唐崎・木下, 前掲書.
[6] 関, 2015, 274 頁.
[7] 安仁屋・玉城・堂前, 1979 ならびに 1983.
[8] 宮城, 2004.
[9] 清水・大矢野, 2016.
[10] 上地・藤井・加藤, 2017.
[11] 唐崎・木下, 前掲書.
[12] 関, 前掲書.
[13] 藤田・土井・孔, 2013.
[14] 唐崎・木下, 前掲書.

策として共同店の存在は注目されている[15]。その現状において、近年、農村地域で開設された共同店の実状を研究することは、今後へ向けた有用な知見になると考えられる。

1.2 研究の目的

そこで本研究では、近年、農村地域に開設された共同店の事例である北海道芽室町・上美生地区の共同店「みんなのお店 KAMIBI」を対象に調査を行い、開店の経緯や事業内容とともに、上美生地区において共同店がどのような役割を果たしているのかについて明らかにする。その上で、「買い物の場」としてだけではない多様な視点から、農村地域における共同店の役割とその可能性について考察する。

なお、本研究においては、唐崎・木下[16]に倣い、「共同店」を「1)住民が主体的に関与して開設され，住民による運営が継続的になされ，2)食料を含む日用生活品を販売する，3)常設の店舗」と定義することとする。

[15] 土屋, 2019.
[16] 唐崎・木下, 前掲書, 1122 頁.

2．研究方法

2.1 研究対象地域の概観

本研究の調査対象「みんなのお店 KAMIBI」（以下、KAMIBI）は、地域住民が NPO 法人を設立し運営に取り組んでいる。同店の開店は 2018 年 5 月と比較的新しいが、道内外から視察団が訪れるなど注目されている事例であり、研究する意義があると考え調査対象とした。

KAMIBI のある上美生地区は、日高山脈の麓に広がる芽室町内の一地域である。芽室町の市街地からは南西に 16 キロほど離れており、車でおよそ 15 分かかる（図 1 参照）。

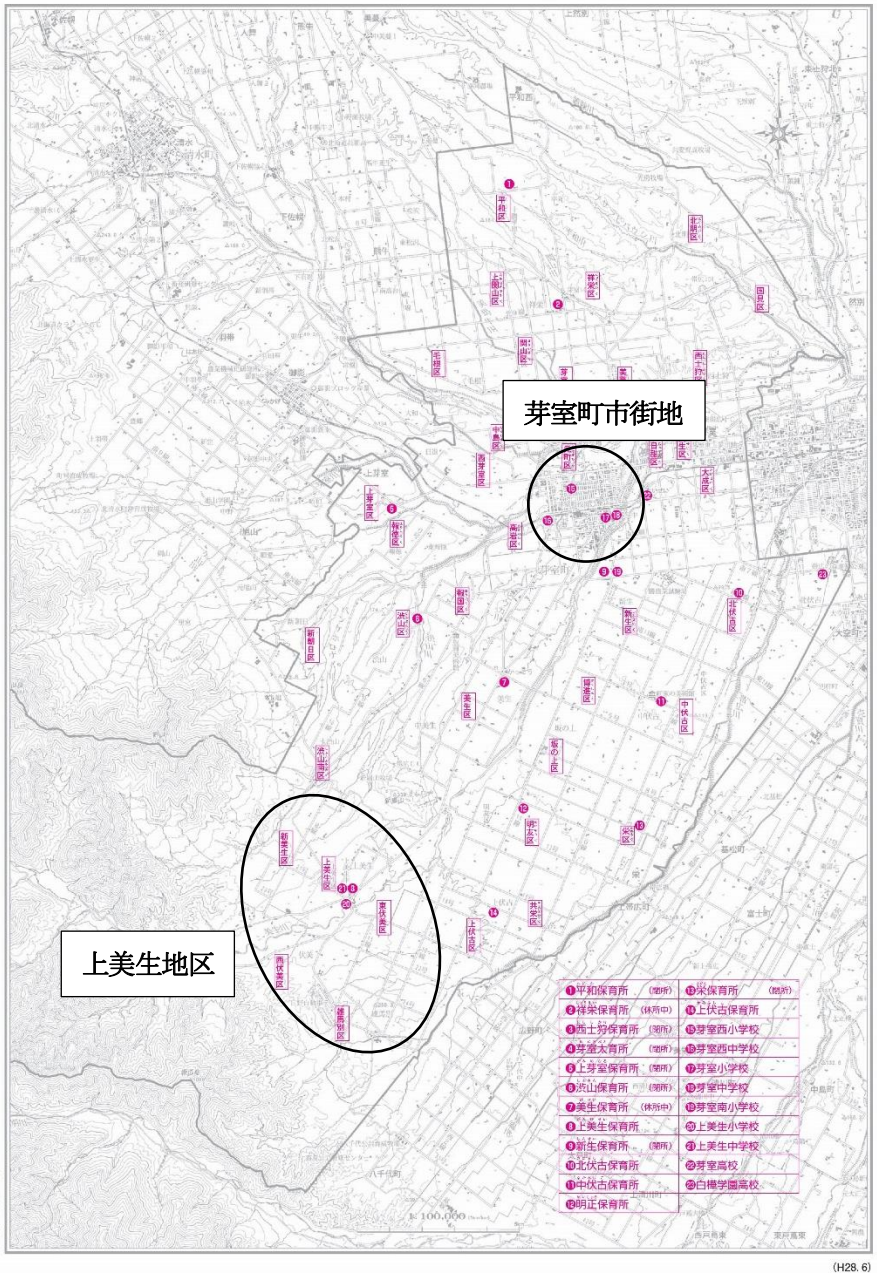

図 1. 芽室町の市街地と上美生地区の位置

出所：芽室町「芽室町全域　地図」を執筆者が加筆修正

上美生地区は、図２に記載のある６つの行政区（上美生町・上美生・新美生・東伏美・西伏美・雄馬別の各区）から構成される[17]。その中で、「上美生町」区は小中学校、郵便局、警察の駐在所などが集まる上美生地区の中心部となっていて、住宅がたち並んでいる。KAMIBI は、この上美生町区内にある。残る５つの区は、畑作や酪農が営まれる農業地帯である。

図 2. ６つの行政区からなる上美生地区

出所：芽室町「芽室町全域　地図」を執筆者が加筆修正

注：図１の「上美生地区」部分を拡大して加筆修正した

[17] 行政区名とは別に、地元では昔からの部落の呼び名で上美生地区を８つに分けることもある。

上美生地区全体の人口は 542 人で、世帯数は 180 世帯[18]である。上美生地区内の行政区毎の男女別人口・世帯数は表 1、年代別人口は表 2 にそれぞれ示した通りである。

農業が盛んな上美生地区であるため、地域内では農家の数が多い。しかしながら、30 年ほど前から地域へ移住者を呼び込む取り組みを行ってきたこともあり（詳しくは後述する）、上美生町区を中心に地域外から移住してきた非農家の住民も多く暮らしている。

表 1.　上美生地区の行政区毎・男女別人口と世帯数(2019 年 10 月 31 日現在)

	住民登録者数			世帯数
行政区名	男	女	計	
上美生町	87	92	179	80
新美生	29	41	70	19
上美生	63	78	141	38
西伏美	20	19	39	11
東伏美	38	39	77	20
雄馬別	21	15	36	12
計	**258**	**284**	**542**	**180**

出所：芽室町住民生活課住民係「芽室町の行政区毎，男女別人口，世帯数，年代別人口調べ」をもとに執筆者作成

表 2.　上美生地区の行政区毎・年代別人口 (2019 年 10 月 31 日現在)

	年齢区分毎の住民登録者数																	
行政区名	1才未満	1~4才	5~9才	10~14才	15~19才	20~24才	25~29才	30~34才	35~39才	40~44才	45~49才	50~54才	55~59才	60~64才	65~69才	70~74才	75才以上	計
上美生町	0	8	9	18	9	5	2	6	8	14	21	12	18	7	11	15	16	179
新美生	2	2	4	2	6	2	5	2	5	3	6	3	1	6	4	6	11	70
上美生	2	10	10	9	3	4	11	12	9	7	10	3	7	12	8	9	15	141
西伏美	0	1	2	4	2	0	1	1	4	2	3	2	2	2	4	2	7	39
東伏美	2	0	3	4	3	0	3	5	5	2	4	0	13	4	8	2	19	77
雄馬別	0	0	2	0	1	1	0	3	2	1	3	3	2	4	6	5	3	36
計	6	21	30	37	24	12	22	29	33	29	47	23	43	35	41	39	71	542

出所：芽室町住民生活課住民係「芽室町の行政区毎，男女別人口，世帯数，年代別人口調べ」をもとに執筆者作成

2.2 上美生地区における地域づくりの取り組み

2.2.1 移住者受け入れと山村留学

上美生地区は、住民主体の地域づくりが積極的に行われてきた地域である。その先駆けとなったのが、1990 年代初めの移住者受け入れの開始である。

[18] 2019 年 10 月 31 日現在、芽室町住民生活課住民係調べ。

当時、上美生地区では、生徒数の減少により中学校の存続が危ぶまれていた。地区内の上美生中学校を新設する芽室町市街地の中学校に統合する案が、町の会議で採択されたのである。その後、地域住民の反対運動により上美生中学校の存続が決まったが、その過程で、地域へ移住者を呼び、子どもの数を増やす取り組みが必要という議論がなされた[19]。これを受け、1992 年、地域住民により「たらんぼの会」が結成され、移住希望者への情報提供や地域住民と移住者の交流促進など、移住者受け入れへ向け活動を始めた。たらんぼの会誕生から 2001 年度までの 10 年間で、16 世帯 60 人[20]が上美生地区へ移住した。その後も移住者は増え、2015 年時点でおよそ 40 世帯[21]の移住者が上美生で暮らしている。また、1997 年からは山村留学[22]の制度も開始し、2018 年 12 月現在で延べ 234 人[23]の留学生を受け入れている。

このような取り組みもあり、北海道内の町村の人口減少率がここ 20 年で 27%であるのに対し、上美生地区は 13%にとどまっている[24]。

2.2.2 住民組織「上美生ほしぞらプラン会議」の創設と活動[25]

さらに、2014 年には、息子の山村留学をきっかけに上美生へ移住してきた A さんを代表として、住民が地域課題について共に考え、その解決へ向け取り組む「上美生ほしぞらプラン会議」が設立された。同会議では、地域住民のニーズを把握するためのアンケート調査を行い、その結果などをもとに様々な取り組みを実施している。これまでに、高齢者宅の除雪サービス、児童・生徒や高齢者の送迎実験、子どもの学習をサポートする寺子屋の開催などを行ってきたほか、それらの活動報告をするとともに、住民が地域課題について話し合う「地域づくりフォーラム」も開催している。

上美生地区では、以上のような地域づくりの取り組みが行われてきたのである。

2.3 研究手法

本研究では、共同店に関する先行研究を調査し、その内容を概観する。その上で、KAMIBI に関する文献、資料や現地での住民に対する聞き取り、店の訪問観察や運営会議への参加を通じ、KAMIBI 発足の経緯や事業内容、上美生地区において KAMIBI がどのような役割を果たしているのかについて明らかにする。最後に、上美生地区の事例を踏まえ、農村地域における共同店の役割とその可能性について考察する。

---

[19] 上美生出身で当時芽室町の企画調整課長を務めていた宮西義憲氏（後に町長）が 1991 年、町の PTA 懇談会で「反対するだけでなく、地域の子供たちを増やすことを考えるのも必要ではないか。たとえば、昨今、農村に移住したいという都会の人が多い。地域としてそういう人の受け皿づくりを考えるのもひとつの方法ではないか」（協賛会記念史部, 2002, 229 頁）と発言した。

[20] 協賛会記念史部, 前掲書.

[21] 十勝毎日新聞, 2015. なお、たらんぼの会は 2012 年に解散した。

[22] 山村留学とは、義務教育課程の教育を受けている小中学生が、現在住んでいる地域とは違う環境の地域に転居転校し、学習をするというもの（上美生地区山村留学推進協議会）。上美生地区では、親子または家族が上美生小・中学地域に転居する「親子留学」と、山村留学生受け入れ施設「やまなみ」により子どもだけを受け入れる「センター留学」の 2 種がある。

[23] 上美生地区山村留学推進協議会の内部資料による。

[24] 北海道新聞, 2019.

[25] 以下の記述は、7 月 12 日の A さんへの聞き取りと、その際に頂いた内部資料（上美生ほしぞらプラン会議. 2018.「上美生ほしぞらプラン会議設立からこれまでの経緯」）による。

2.4 現地調査について

表 3 に、本研究で実施した聞き取り調査の概要を示した。聞き取り調査は 2019 年 7 月から 11 月にかけて、すべて上美生地区において実施した。上美生地区の住民で、とくに KAMIBI の運営に深く携わっている方々を中心に、事業内容の詳細や活動への意識、地域全体のことなどについて幅広くお話を伺った。その際、地域のことや KAMIBI に関する資料をいくつか頂いたとともに、聞き取り調査のほとんどを KAMIBI 店内にて実施したこともあり、聞き取りをした日には店の観察[26]も行った。なお、表 3 に掲載した以外にも、店や地域行事などで出会った地域住民の方と立ち話をすることもあった。

また、KAMIBI を運営する NPO の理事が集まって毎月 1 回開かれる運営会議に、2019 年 9 月 16 日、10 月 14 日、11 月 11 日の計 3 回、参加させて頂いた。

表 3. 聞き取り調査でお話を伺った方々と調査日

仮名	性別	年齢	調査日 (全て 2019 年)	備考
A	女性	50 代	7 月 12 日 8 月 31 日 11 月 7, 9, 14, 17, 19 日	NPO 法人上美生理事 上美生ほしぞらプラン会議代表 上美生地区山村留学推進協議会役員
B	男性	60 代	8 月 20, 25 日 10 月 15 日	NPO 法人上美生理事 上美生地区協議会役員
C	男性	30 代	8 月 20, 21 日 9 月 28 日 11 月 7, 9, 14 日	みんなのお店 KAMIBI 店員
D	女性	40 代	8 月 20 日	NPO 法人上美生理事
E	男性	40 代	10 月 13 日	上美生ほしぞらプラン会議メンバー
F	男性	60 代	10 月 15 日 11 月 14 日	NPO 法人上美生理事

注：お話を伺った方々の名前については、執筆者の配慮により仮名とした

[26] 表 3 に記載された調査日以外に、2019 年 8 月 27 日にも KAMIBI を訪問し観察を実施した。

3. KAMIBI の概要

3.1 基本情報

KAMIBI は、2018 年 5 月にオープンした上美生地区の共同店である（写真 1 参照）。上美生地区の住民から構成される NPO 法人（理事 10 名、監事 2 名）が運営主体となっている。詳しい経緯は後述するが、地区唯一のスーパーが閉店するのを受け、その後を住民自らが継ぐ形での開店となった。

KAMIBI の営業時間は 8 時から 19 時までで、毎週月曜が定休日である。曜日や時間帯にもよるが、営業時間中は常時 1～3 名ほどの店員[27]がいて、店の業務にあたっている。店には、地元産野菜、精肉、日配品、菓子類、飲料、調味料といった食品や日用雑貨が取りそろえられている。KAMIBI の商品の主な仕入れ先は山崎製パン株式会社であり、同社が展開する「ヤマザキショップ（Y ショップ）」[28]という小売店業態をとっている。

店内には商品の陳列棚（写真 2 参照）とレジ以外に、テーブルとイスが数組設置されたフリースペース（写真 3 参照）があり、スペース内には地域住民が出品するフリーマーケットのコーナー（写真 4 参照）もある。また、店舗に隣接してガソリンスタンドがあり、運営主体の農協から実際の業務を委託される形で、KAMIBI の店員が給油作業を行っている。

写真 1. KAMIBI の外観
出所：執筆者が撮影（2019 年 11 月 9 日）

写真 2. KAMIBI の内観（商品の陳列の様子）
出所：執筆者が撮影（2019 年 11 月 12 日）

[27] 2019 年 11 月現在、地域住民 5 名が店員として雇われている（うち 4 名はパートタイマー）。
[28] 山崎製パン株式会社がボランタリーチェーン本部として中小小売店の活性化を支援する小売店業態（山崎製パン株式会社）。NPO の理事を務める A さんによると、KAMIBI のメインの仕入れ先を検討した際、保証金等お金のことや、運営に関する自由度の高さなどを考慮した結果、「ヤマザキショップ」業態にすることを選んだという（2019 年 8 月 31 日の A さんへの聞き取りから）。

写真 3. KAMIBI 内のフリースペース
出所：執筆者が撮影（2019 年 11 月 7 日）

写真 4. フリーマーケットのコーナー
出所：執筆者が撮影（2019 年 11 月 9 日）

3.2 KAMIBI 開店に至る経緯[29]

3.2.1 地域のスーパー閉店の動きと上美生地区の対応

ここからは、上美生地区において KAMIBI が開店するに至った経緯について見ていく。

KAMIBI ができる以前は長らく、地元の芽室農協が運営する A コープ上美生店が地区唯一のスーパーとして営業していた。小売や隣接するガソリンスタンドの運営のほか、貯金の窓口があるなど金融の機能も有していた。しかし、10 年ほど前から、A コープが閉鎖されるという話が出始める。そして 2012 年、地元の農事組合別懇談会の場で、2015 年 3 月をもっての店舗廃止が提案された。その後、2014 年には金融の窓口が廃止され ATM が設置されるなど店の規模が縮小され、撤退へ向けた動きが加速する。

これに対し、上美生地区では「上美生店運営協力会」[30]が中心となって、農協の総代会、総会など事あるごとに地域の実情を訴え、店の存続を要望した。現在、KAMIBI を運営する NPO の理事を務める B さんは、当時の様子を振り返り、次のように語っている。

> かなり前から、農協の方で、「地域での役割は終わりました」っていうことで、「撤退します」って言ってたのさ。地域では、「まだまだ必要だ」ってことで、ずっと「残してくれ」って頼んだんだよね。支所の運営協力会が中心となって、農協の方に折衝したのさ。「農協さんはそう言うけど、地元の人はまだまだ必要だよ」っていうことで、残してほしいと[31]。

このような地域の声もあり、当初提案されていた 2015 年 3 月での閉店は延期されたものの、同じく NPO 理事の F さんいわく「撤退はもう決まり事みたいになってた。いつする？いつする？もうちょい延

[29] 以下の記述は、現地での聞き取り調査と、特定非営利法人上美生・株式会社 KITABA「JA 店舗の撤退に伴う地域運営の小売店舗再開の取り組み」（内部資料）による。
[30] 上美生地区の農協組合員で構成され、A コープ上美生店の運営の手助けをする組織。
[31] 2019 年 8 月 20 日、B さんへの聞き取りから。

ばす？延ばすべ」[32]という状況で、A コープとしての店の存続は厳しくなっていた。

そういった状況下で、上美生地区では、店の将来をどうするかについて地域全体での議論が行われるようになっていった[33]。2016 年 5 月には、店の存続について意見交換会が開催され、47 名の地域住民が参加した。会では、店利用の現状や将来的な店の存続のあり方が話し合われた。住民からは、現在（当時は A コープ）店を利用する理由として「近くで便利」「地域の顔が見られる」「燃料が必要」「子どもが買い物する」といった意見が上がった一方、利用しない理由として「営業時間が短い」「品揃えが少ない」「単価が高い」といった意見も出た。また、店のあり方に関しては「企業の力で存続」「企業や個人のスピードに期待」「地域で運営して利用増を」といった将来像や、それぞれについて「企業では地域性がない」「個人運営は負担が大きい」「地域で運営するのは難しい」「赤字の場合どうするか」といった課題が出された。

このような話し合いを行っていく中で、地域内では店存続の必要性に関して否定的な意見もあったという。それでも、A さんは店を残すべきだと考えていた。当時の心境を A さんは次のように語っている。

> （地域の店が）全く無くなると、山村留学の子たちも来てるし、あの子たちが例えば「明日大会だからカロリーメイト買いたい」とかなっても無理だしさ。やっぱりそういうの買えるお店っていうのは、おばあちゃんたちだって牛乳ほしいって言ったって、無いとさ、っていうのはあるから[34]。

このように、店の存続を願う声は少なからずあり、地域全体の意向としては、農協が撤退したとしても店自体は残そう、という方向になっていったのである。

3.2.2 「上美生のお店を考える会」設立と店の存続への模索

2016 年 11 月には、地域住民の意見を集約し、農協撤退後の店のあり方を検討する新たな住民組織「上美生のお店を考える会」（以下、お店を考える会）の設立総会が開かれた。この際、地域住民から 33 名の役員が選出されている。翌 2017 年 1 月には、お店を考える会の総会が開催され、改めて地域住民の意見集約が行われた。総会では、多くの住民から小売、ガソリンスタンド、ATM の各機能を残して店を続けてほしいという要望が出された。

そして 2017 年 3 月、農協の臨時総代会において、2018 年 3 月末での A コープ上美生店の廃止が正式に決定された。数年にわたり取り沙汰されていた農協の撤退が、ついに現実のものとなったのである。これを受け、上美生地区は、A コープの閉店まで残り 1 年という限られた時間の中で、お店を考える会を中心に、新たな形での店の存続へ向けて本格的に動いていく。

お店を考える会は、店のあり方について検討する過程で、単なる小売店としてのみならず 10、20 年後の上美生地区を見据え、地域の拠点となるべき場として店を存続させるという方針を定めるとともに、2017 年 8 月には外部から有識者を招き、アドバイザーとした。さらに、同年夏以降は、「色々見て、『ウ

---

[32] 2019 年 10 月 15 日、F さんへの聞き取りから。

[33] 住民組織「上美生ほしぞらプラン会議」が 2015 年、地域住民を対象に実施したアンケート（452 通配布、285 通回収、回収率 63%）では、「将来の上美生を元気にしていくために必要なもの」という質問項目に対し、「お店の存続」という回答が 20.1%で 2 位となっており（1 位は「学校・保育所等の存続」で 20.6%）、店に対する住民の関心の高さがうかがえる。

[34] 2019 年 8 月 31 日、A さんへの聞き取りから。　※（ ）内は執筆者が補足

チはこのやり方じゃ無理だね』とか、そういう視野を広げるのに、見に行くのは良い」[35]ということで、北海道更別村・上更別地区[36]や広島県安芸高田市・川根地区[37]など各地の先進事例の視察研修を複数回実施している。また、これらの動きと並行して地域全体で店について話し合う場も設けられ、2017 年 8 月、10 月、12 月の 3 回にわたり、地域住民を対象とした地域意見交換会が実施された。

その後、同年末から翌 2018 年はじめにかけては、地域住民からなる NPO 法人を設立し、それを主体として店を運営することや、その店の名称を「みんなのお店 KAMIBI」[38]にすることを決定するなど、新たな地域の店の形が具体的に定まっていった。

3.2.3 NPO 法人設立と KAMIBI の開店

2018 年 3 月、お店を考える会が「発展的に解散して」[39]KAMIBI の運営を担う NPO 法人「上美生」（以下、NPO）が設立され、地域住民から理事 10 名と監事 2 名の中核メンバーを選出するとともに、会員[40]も募った。また、NPO の運営資金として寄付も募り、地域住民や農協から計 700 万円ほどが集まった。なお、NPO の設立趣旨は、以下の通りである。

> この活動は、小売店舗の運営を核としながら、様々な地域課題と向き合い、その解決に向けて活動を続けることが地域住民の総意であり、大いに期待されているところです。そのためには、運営資金の調達や不動産管理など、財産に関わる活動も考えられるため、社会的信用財産管理の視点から、法人格の取得の必要性があるとの考えに至りました。（～中略～）様々な地域課題の解決を目的に活動し、上美生地区の地域づくり、地域の発展・振興に寄与することを目的として設立します[41]。

そして、2018 年 5 月 9 日、同年 3 月をもって閉店した A コープ上美生店の後を引き継ぐ形で、KAMIBI が開店した。

オープンにあたっては、先述のようにメインの仕入れ先は山崎製パン株式会社とし、同社が扱っていない商品は他社から仕入れることとした。生鮮野菜に関しては、上美生地区の農家の直販コーナー「ほしぞら市場」を設けた。なお、陳列棚や冷蔵庫などの店内設備の大半は A コープ時代のものをそのまま使用している[42]。

---

[35] 2019 年 8 月 31 日、A さんへの聞き取りから。

[36] 上更別地区には、地域住民で運営される店「ポピーマート」がある。ポピーマートは 2004 年、A コープ上更別店の閉店後の店舗を活用して開店した。住民から出資金を募り、住民代表でつくる一般社団法人が経営にあたる（十勝毎日新聞, 2019）。

[37] 川根地区の取り組みについては、小田切, 2009 に詳しい。

[38] この名称は、上美生地区の小中学生に公募して決定した。

[39] 2019 年 8 月 31 日、A さんへの聞き取りから。

[40] 年会費 1000 円（中学生までは 300 円、66 歳以上は 500 円）で会員になれる。1 年更新で、2018 年度は 154 人が会員となった。同年度末にはプレミア付きの KAMIBI の商品券が配られるなど、会員向けのサービス・特典がある。この会員制度を設けたのは、「自分たちが店を応援している」と意識してもらうためだという（2019 年 8 月 31 日の A さんへの聞き取り、ならびに、NPO 法人上美生「会員募集のご案内」から）。

[41] 特定非営利法人上美生・株式会社 KITABA（前掲の内部資料）の記載から一部抜粋。

[42] 2019 年 11 月 9 日、C さんへの聞き取りから。

小売以外には、弁当配達やゆうパック取り次ぎ[43]の事業も行うほか、A コープ時代には事務室だった店舗内の場所をフリースペースとし、イスやテーブル、1 杯 100 円のコーヒーマシンを設置して開放した。このフリースペース内の一角には、先述のようにフリーマーケットのコーナーが設けられた。このような「庶民の発想」（B さん）を取り入れながら店づくりができる点は、A コープ時代には無かったことだという[44]。また、A コープ時代にあった ATM など金融面の機能は無くなったものの、店舗横のガソリンスタンドに関しては、農協から業務委託される形で営業が継続された。

3.2.4 まとめ

以上のような経緯で、上美生地区の共同店 KAMIBI が誕生するに至った。改めてその経緯を年表にしたものが表 4 である。

スーパーの閉店という事態に直面した上美生地区は、住民による議論の場を設けて問題を共有しつつ、住民組織の発足や他地域への視察の実施といった実際の取り組みも進めながら、新たな形での店の存続について模索してきた。地域全体で店の存続という課題に向き合い、取り組みを着実に積み重ねたことが、KAMIBI の開店につながったと言えるだろう。

表 4.　A コープ上美生店廃止から KAMIBI 開店に至る経緯

年	月	出来事
2012	3	農事組合別懇談会にて A コープ上美生店の閉鎖が提案される
2014	4	A コープ上美生店の店舗機能縮小化が実施される
2016	5	店の存続に関する地域住民の意見交換会
	11	「上美生のお店を考える会」設立総会 33 名の役員を選出し、地域の小売店の存続に関する協議を始める
2017	1	「上美生のお店を考える会」総会 多くの地域住民から小売、ガソリンスタンド、ATM を残して店を継続してほしいとの声
	3	農協の臨時総代会で 2018 年 3 月をもっての A コープ上美生店の廃止が決定
	8	地域住民を対象に第 1 回地域意見交換会
	10	第 2 回地域意見交換会
	12	第 3 回地域意見交換会
2018	3	NPO 法人上美生の設立 月末、A コープ上美生店閉店
	5	9 日、みんなのお店 KAMIBI 開店

出所：特定非営利法人上美生・株式会社 KITABA「JA 店舗の撤退に伴う地域運営の小売店舗再開の取り組み」（内部資料）ならびに聞き取り調査をもとに執筆者作成

[43] 上美生郵便局と提携し、個人でゆうパックを発送するよりも KAMIBI 経由で発送する方が料金が安くなり、なおかつ KAMIBI には取り次ぎの手数料が入るようになっている（2019 年 11 月 7 日の A さんへの聞き取り、ならびに、同 9 日の C さんへの聞き取りから）。

[44] 2019 年 8 月 20 日、B さんへの聞き取りから。

4. KAMIBI が地域において果たす役割

本章では、3.2 に示したような経緯で開店した KAMIBI が、上美生地区において実際にどのような役割を果たしているのかについて見ていく。

4.1 買い物の場

地区唯一のスーパーとしての KAMIBI は第一に、地域住民の買い物の場としての役割を果たしている。2.1 で述べたように、芽室町の市街地から少し離れた位置にある上美生地区の住民にとって、地区内に店があるのは便利ということに違いはなさそうだ。ともに KAMIBI を運営する NPO の理事を務める B さんと D さんはそれぞれ、次のように話す。

> 【B さん】結局、ガソリン代かけて（芽室町市街のスーパーへ）行って帰ってきたらさ、そのぶんの経費は高くなる。そういうこともあるし[45]。

> 【D さん】今日カレー作りたいけどルウがこれだけしかないとかね、味噌がちょっと･･･とかいうときに（KAMIBI が）あるっていうのは、すごいありがたいことですよね[46]。

近くに買い物ができる店がある、ということに関しては、地域の子どもにとっても役立っている。執筆者は 2019 年 7 月から 11 月にかけてたびたび KAMIBI を訪問したが、15 時ごろになると親子連れや小中学生が駄菓子やアイスを求めて来店する場面に数多く遭遇した。また、小さな子をもつ女性は、「子どもがお菓子を買いたいと言ったときには KAMIBI を利用する」と話していた。

ほかにも、KAMIBI 店員の C さんによれば、以下のような住民もいるのだという。

> （上美生地区の）町中に住んでる人なんだけど、電話もらって、「これ持ってきてください」って頼まれて持っていく人はいる。一軒だけ。ほんとに、ここ（＝KAMIBI）から 100 メートルぐらい向こうに住んでる人。独りで、けっこうご高齢で、女性。車もないし、もう歩くのもけっこう･･･（※執筆者発言：大変？）そうそう。押し車みたいなので歩いてるから、いつも。しかも、体調が良いときしか、そういうこともできないし。まあ、最近ちょっと、あんまり外にも出てないんじゃない･･･？（※執筆者発言：誰かに KAMIBI まで送ってもらって買い物するのも厳しい？）そうだね。たぶん、あんまり歩き回れないんじゃないかな。なんかもう、ゴミ出しとかもできないぐらいの感じらしいから[47]。

C さんの話から、直接買い物に行くという形ではないものの、その住民にとっては、KAMIBI の存在が生活する上で大きな助けになっていると考えられる。

また、農業が盛んな上美生地区では、C さんが以下に語るような買い物事情もあるようだ。

> みんな、例えばこう農作業とかやって、その帰りとかにさ、あんまり町（＝芽室町市街）に行こ

[45] 2019 年 8 月 20 日、B さんへの聞き取りから。　※（ ）内は執筆者が補足
[46] 2019 年 8 月 20 日、D さんへの聞き取りから。　※（ ）内は執筆者が補足
[47] 2019 年 11 月 7 日、C さんへの聞き取りから。　※（ ）内は執筆者が補足

うってならない。疲れてるし、着替えなきゃいけないからさ。町行くのに泥だらけでは行けないから。そういうときはやっぱり、ここ（＝KAMIBI）があった方が便利っていう人も多いかも知れないけど[48]。

執筆者がKAMIBIを訪問した際には、農作業の合間の15時くらいに、菓子やパンなどの軽食や飲料、夏場の暑い日にはアイスを買いに来る作業着姿の客を見かけることも多かった。

そして、農業が盛んなことに関連し、KAMIBIでは先述の通り地元野菜の直販コーナーを設けているが、Cさんによれば「これを求めて来る人も少なからずいる」[49]とのことである。実際に、執筆者がKAMIBIを訪れた際も、地元野菜を購入していく住民が多く見られた。KAMIBIは地場産品が手に入る貴重な場となっている[50]。

4.2 ガソリンスタンドの事業

Aコープの閉店に伴い、それまで店にあった機能のうちATMなど金融面は無くなった一方、店舗隣のガソリンスタンド（以下、GS）については、農協から業務委託される形で、KAMIBIになってからも営業が続けられている。営業時間・定休日はKAMIBI店舗に準じ、店員が給油作業を行う。KAMIBIには農協から、僅かながら委託料が入る。

このGSは、農家が多い上美生地区において貴重な存在となっている。NPO理事のBさんとDさんは、以下のように述べている。

> 【Bさん】スタンド（があること）はみんな喜んでる。【Dさん】地域性ですね。農家の人が多いから、やっぱり、軽トラとか、トラックとか･･･【Bさん】車が使えないとどうにもならん。【Dさん】車社会だから。みんな、車を一家で何台も持ってるっていう。大事ですね、ガソリンは[51]。

仮に、KAMIBI隣接のGSが無ければ、最寄りのGSは15キロほど離れた芽室町市街のGSということになる。実際にKAMIBI横のGSを利用している地域住民にお話を伺った際も、「GSがあるのは助かる」（70代女性）、「Aコープ時代よりGSの営業時間が延び、日曜も営業するようになったので、KAMIBIができてからGSを利用するようになった」（男性、年齢不明）といった声が聞かれた。実際の利用状況については、店の資料によると、1日あたり平均して20台ほどのGS利用があるようだ。執筆者がKAMIBIを訪れた際には、時間帯によっては立て続けに数台が給油しに来ることもあった。これらのことからも、GSは地域にとって重要な存在だと言うことができるだろう。

GSの事業そのものは、KAMIBIにとってそれほど収益が上がるものではない。しかしながら、農協から業務委託を受けて営業を続けることで、地域のニーズに応えているのである。

---

[48] 2019年11月7日、Cさんへの聞き取りから。　※（ ）内は執筆者が補足

[49] 2019年11月7日、Cさんへの聞き取りから。

[50] 地域行事などを除き、日常的に住民が地元野菜を購入できるのは、上美生地区内でKAMIBIのみである。

[51] 2019年8月20日、Bさん・Dさんへの聞き取りから。この場面では、お二人から同時にお話を伺っていた。
※（ ）内は執筆者が補足

4.3 弁当配達の事業[52]

KAMIBI では、主に地元の農家向けに弁当配達のサービスも行っている。前日までに希望者から注文を受け、KAMIBI から弁当店[53]に発注する。当日、店員（主にＣさん）が直接、弁当店まで取りにいった後、注文者宅まで配達している[54]。弁当配達は、多いときで１日７，８カ所あり、注文者はほとんどが農家だという。夫婦で 2 個だけ注文がくることもあれば、団体[55]から十数個のまとまった注文を受けることもある。

弁当配達の依頼については、KAMIBI の方で「前日の午後３時くらいまでにはお願いします」と周知している。しかしながら、それより遅れて、場合によっては KAMIBI の営業時間終了後に、店員に対して個人的に注文の依頼が入ることもあるという。それでも、

> けっこうあるよ、８時ぐらいに電話かかってきて、「弁当、今から間に合う？」みたいな。夜８時頃にかかってきて、「C さん、ちょっと･･･」みたいな感じで。（～中略～）そもそも俺いないから、ここ（＝KAMIBI）に。８時にね。そう言われてもいいように、まあ、メニュー表は一応写メでは撮ってるから。だいたい俺に注文してくる人って、LINE でつながってるから、LINE で画像送って「ここから選んでください」みたいな。で、俺が電話で注文する[56]。

とＣさんが述べるように、可能な限り注文に応じるようにしている。

また、農繁期には、KAMIBI の定休日である月曜日も弁当配達をすることがある。そのことについてＣさんは以下のように語る。

> やっぱりこう、みんな、「月曜日は休みなんでしょ」って言ってくれる人もいるんだけど、まあでも、こっちとしてはさ、みんなが忙しいときに助けてあげたいじゃない、やっぱり。こういうところで商売しているからさ。だから、「いや、あの、何とか都合つけるので大丈夫ですよ」って毎回言うんだけどさ[57]。

前節で述べた GS と同様、弁当配達のサービスは、KAMIBI として採算性が低い上、小売店が本来担う事業ではない。加えて、自らが弁当店へ出向き購入して配達もこなすのは、店員にとっても、またその店員が抜ける店舗運営にとっても負担になるだろう。だが、C さんの言葉にもあるように、弁当配達は農村であるという上美生地区特有のニーズに応える事業なのである。

---

[52] 以下の記述は、特に断りのない限り、2019 年 11 月 7 日のＣさんへの聞き取りによる。

[53] 現在、KAMIBI の主な弁当発注先は、芽室町市街の１店と帯広市内の２店。そのうち、帯広市内の１店を除いた２店とは契約を結んで、通常の店頭価格より１割安価な値段で購入している。

[54] 当初、契約２店に関しては KAMIBI まで配達してくれることになっていたが、２店とも人手不足により、現状、KAMIBI 店員が直接、弁当店まで取りに行き、さらに各注文者宅へ届けている。それを受け、KAMIBI では 2019 年５月から、契約２店の弁当は１個につき 50 円、契約していない１店の弁当は１個につき 100 円の手数料を新たに設定し、注文者が支払う代金に上乗せしている。なお、この手数料に関しては、2019 年５月に導入する以前から、「とらなくても大丈夫なのか」と心配する農家の声があったという。

[55] 団体とは、近隣の酪農家同士が結成する、作業協力のための組織。デントコーンや牧草など牛の飼料を収穫する際に、各戸が個別に自分の家の作業だけをやろうとすると、人手やトラックの不足により作業効率が悪い。そこで、いくつかの農家が協力して機械や人員を動員し、１戸の農家の作業を手伝う。それを、団体を組んだ各戸で行うことで、作業の効率化を図る。

[56] 2019 年 11 月９日、Ｃさんへの聞き取りから。　※（ ）内は執筆者が補足

[57] 2019 年 11 月７日、Ｃさんへの聞き取りから。

4.4 地域住民のコミュニケーションの場

4.4.1 日常的に住民が集う場

KAMIBI は、地域住民が訪れて思い思いに過ごしたり、交流したりする場にもなっている。以下に、KAMIBI 店内の日常的な様子を、執筆者の訪問観察時のメモから抜粋して描写する。

◎KAMIBI 訪問観察から

＜2019/8/21（水）16:30-18:00＞

・高齢の男性が 1 人で来店。その後、高齢の女性が同じく 1 人で来店。ともに店内で菓子類などの商品を選びつつ、2 人で数分間会話を楽しんでいた。

・上記の男性が帰った後、店内は上記の女性と店員 C さん、執筆者の 3 人に。レジの前にて 3 人で、十勝の「インデアンカレー」や札幌のスープカレーといったカレーについての話題で盛り上がり、数分間話していた。

・その後も、5 組ほどの地域住民が来店した。いずれも、買い物をする以外に、店員の C さんと談笑してから帰っていく。

＜2019/8/27（火）14:00-16:00＞

・15 時台は、20 人ほどの来店があり、やや混雑。パート店員の女性が 1 人で店番をしていたが、ほとんどの客がその店員と会話してから帰る。

・小学生数人が店内のフリースペースで休憩していた。

＜2019/11/7（木）14:00-16:30＞

・14 時台 5 人、15 時台 3 人ほど来店。お菓子やパンなど軽食を買う人が多い。客は店員と会話を交わしてから帰る。

・学校帰りの地元の小学生 3 人が、フリースペースで漫画[58]を読んだりしながら過ごす。

＜2019/11/14（木）15:00-16:30＞

・学校帰りの小学生 3 人がそれぞれ KAMIBI に立ち寄り、フリースペースで漫画を読んだり、宿題をしたりしながら、親の迎えを待っていた。子どもがフリースペースで漫画を読む光景は多く見かける。この日はとても寒いが、暖房の入ったフリースペース内は暖かい。

上記以外にも、地元の中学生 5 人ほどが KAMIBI で購入した菓子をフリースペースで食べながら談笑したり、KAMIBI 横のガソリンスタンドへ給油に訪れた住民がフリースペースに入り、コーヒーを入れて休憩したり、といった場面も見られた。

以上のような観察からは、KAMIBI を訪れる客の多くが、買い物だけでなく、他の客や店員との会話をしている様子がうかがえる。客のほとんどは地域住民で、KAMIBI の店員も地元民であるため、KAMIBI は住民同士のコミュニケーションの場になっていると言える。そして、小中学生が KAMIBI のフリースペースを利用しているように、買い物客以外にも、子どもなどが気軽に訪れ過ごせる場所であることも指摘

[58] KAMIBI のフリースペースには漫画や小説などが並べられた本棚があり、自由に読むことができる。

できるだろう。ほかにも、店員のC さんが「集まるってなると、けっこう便利なのかもね。ここ(＝KAMIBI)集合ってのは、気軽なのもあるし。場所分かりやすいし」[59]と語るように、利便性の高さから地域住民に利用されるようだ。

また、NPO 理事のD さんによれば、KAMIBI に来ることが日課のようになっている住民もいるという。

> よく来てくれるおじちゃんとかね。毎日何か買ってくれるおじさんがいて。やっぱ、毎日習慣化してらっしゃる方も。毎日ここ（＝KAMIBI）に来てこれを買うっていうことが習慣化してらっしゃる方もいるみたいなんですけど[60]。

その住民にとっては、必要があって買い物をするというよりも、日課として店を訪れることが主な目的になっているのだろう。

このように、KAMIBI は、地域住民が日頃から立ち寄ったり、交流したりする場所としての役割をもっていると言える。

4.4.2 イベントでの活用

日常的な住民のコミュニケーションの場としてだけでなく、KAMIBI は、住民が交流を深める地域イベントの開催時にも活用されている。執筆者が上美生地区での現地調査を開始した 2019 年 7 月以降に開催されたイベントとしては、以下の 1)～3) [61]が挙げられる。

1)上美生地域盆踊り大会（2019 年 8 月 18 日　18 時～）

「上美生地域盆踊り大会」は、上美生地区で行われる毎年恒例の盆踊り大会である。KAMIBI の店舗前にある駐車スペースを使って開催された。地域住民によれば、上美生地区の 200、300 人ほどが集まるといい、地域の一大イベントとなっている。執筆者は都合により冒頭の 30 分ほどしか滞在することはできなかったが、親子連れを中心に 100 人ほどがすでに来場し、踊りや談笑を楽しんでいた。飲食の屋台もいくつか出店していたが、そのうち、揚げたこ焼きに関しては、2019 年の夏季に実施された KAMIBI の改装工事[62]で新設した厨房を活用し、調理されたものとのことである[63]。

2)ほしぞら秋の交流広場（2019 年 10 月 13 日　11 時～15 時）

「ほしぞら秋の交流広場」は、住民組織「上美生ほしぞらプラン会議」が主催し、A コープ時代の 2016 年から毎年秋に開催されているイベントである。地域住民の交流や店の利用促進を主目的としている。KAMIBI ができてから 2 回目の開催となった今回は、KAMIBI 前の駐車スペースを利用した「チョーク落書き」や店舗内フリースペースでのフリーマーケット、駄菓子売りのほか、無料のピザ手作り体験が行われていた。これは、イベント来場者が、フリースペース内でオリジナルのトッピングを施した生地を作り、それを KAMIBI にある厨房のオーブンや地域住民手作りのピザ窯で焼いて食べるというものである。また、厨房を使って調理されたオニオンスープの無料配布もあり、ピザとともに、訪れた地域住民

---

[59] 2019 年 11 月 7 日、C さんへの聞き取りから。　※（ ）内は執筆者が補足
[60] 2019 年 8 月 20 日、D さんへの聞き取りから。　※（ ）内は執筆者が補足
[61] 以下の 1)～3)の行事には執筆者自身も参加したため、その際の参与観察の様子を交えつつ記述する。
[62] 改装工事の詳細は次項で述べる。
[63] 2019 年 8 月 20 日、C さんへの聞き取りから。

から好評の様子だった。執筆者は 12 時半頃に KAMIBI を訪問したが、小中学生や小さな親子連れを中心に数十名の地域住民で賑わっていた。小さな子どもは外の駐車スペースで遊び、大人や学生たちはピザやスープを口にしながら談笑している様子が見られた。

3)上美生地域収穫感謝祭（2019 年 11 月 17 日　9 時半～16 時頃）

「上美生地域収穫感謝祭」は、毎年秋に行われ、2019 年の今回で 30 回目を迎える。地元農産物の格安販売や地域住民の芸能発表、飲食屋台の出店などがあり、年代問わず多くの住民が参加する。このイベントそのものは KAMIBI ではなく、近くの地域施設をメイン会場として開催される。ただ今回は、屋台で出す中華まんじゅうを KAMIBI で調理し、会場へ運んで販売するという形で、KAMIBI の新設厨房が活用された。中華まんじゅうは肉まん、あんまんの 2 種類があったが、いずれも用意したぶんが完売していた。

以上のように、上美生地区で開催されるイベントの際にも、何らかの形で KAMIBI が活用されている。住民が交流する地域行事においても、KAMIBI の存在が一役買っているのである。

4.4.3 補論：店舗の改装

ここまで述べてきたように、地域交流の場としての役割も有する KAMIBI だが、運営主体の NPO では、より多くの住民に KAMIBI を訪れ利用してもらうため、今夏に店舗の改装工事を行った。改装に際しては、北海道が推進している「共生型地域福祉拠点」[64]として補助を申請し、費用およそ 900 万円の助成を受けた[65]。

改装で変わった点は、大きく 2 点ある。まず 1 点目は、厨房の新設である。厨房は、フリースペースの奥側につくられ、大型のオーブンやガスコンロなどが設置された（写真 5 参照）。

[64] 詳細は、北海道,2019 を参照。
[65] 2019 年 11 月 14 日、A さんへの聞き取りから。

写真 5. KAMIBI 内に新設された厨房
出所：執筆者が撮影（2019 年 11 月 7 日）

2 点目は、店舗内のトイレのバリアフリー化である[66]。改装前のトイレは屋外からしか出入りができなかった。そのため、改装前は、冬場になると地面が凍結し、トイレを利用する子どもや高齢者が滑って危険だったという。そこで、利用者の安全のため、工事により店舗のフリースペース内に出入り口が変更された。また、改装前は 1 つの部屋内に男子用便器と和式便器が 1 つずつだったものが、現在では男女別の 2 部屋にそれぞれ洋式水洗便器が設けられる形となっている。

さらに、改装工事の後も、イスやテーブルの配置を変更してフリースペースを小洒落た雰囲気にしたり、コーヒーマシン以外の 100 円ドリンクのラインナップを増やしたりするなど、KAMIBI では利用者がより居心地良く過ごせる場となるように工夫を重ねている。これらは、地域住民が気軽に何度も足を運べるようにするためにも重要なことだろう。

店舗の改装について NPO 理事の A さんは、「(KAMIBI は) ここ上美生全体の拠点になるべき所だから、みんながここを使っていろんなことをする拠点にしましょうっていう、そういう考え」[67]と話す。

前述のように、上美生地区でのイベント時に新設した厨房が使われるなど、改装後の店舗を利用する例も出ている。ただ、改装からまだ時間が経っていない現状、「新たなスペースをつくったはいいが、どう活用するか」[68] (B さん) という手探りの状況である。KAMIBI 店員の C さんが、

> 例えば、この辺（＝上美生地区）は農家が多いので、農家の人たちはやっぱり、農業忙しいとき「農繁期」って言うんですけど、そういうときお弁当を欲しがる人が多くて。やっぱりこう、(農

[66] 以下、トイレの改装に関する記述は、2019 年 8 月 20 日の C さんへの聞き取りによる。
[67] 2019 年 8 月 31 日、A さんへの聞き取りから。　※（ ）内は執筆者が補足
[68] 2019 年 8 月 20 日、B さんへの聞き取りから。

作業のため外に）出ていると、お弁当を作るために一回帰んなきゃいけないんですよ、お母さんたちとか。そうなるとやっぱり、作業効率も下がっちゃいますし。その手間をウチ（＝KAMIBI）でやれば地域貢献にもなりますし、まあ、あとは、お金という意味でも、利益もそのままウチに入ってきますし。そういうこともできるのかなと思います。あとは、例えば料理教室とか。地域のお母さんたちが集まって料理教室とか開いたりするんですよ。たまに。どこかからの講師連れてきて。まあ、そういうのもここでできるのかなと思います[69]。

と展望するように、今後の店舗活用のあり方次第では、KAMIBI の新たな事業につながる可能性があるとともに、より一層、地域住民に利用される場としての KAMIBI の役割も大きくなり得るだろう。これからの展開が注目されるところである[70]。

4.5 非常時の地域拠点

2018 年 9 月、北海道胆振東部地震の後に起こったブラックアウトにより、上美生地区も停電に見舞われた。その際、KAMIBI は、上美生地区内の農家が持ち寄った自家用発電機を使って営業した。当時の様子を店員の C さんは以下のように語っている。

水とか、みんなここ（＝KAMIBI）に買いに来てる。（電気は）止まってる。発電機使ってた。（※執筆者発言：農家の方が持ち寄った？）そうだね、3 台ぐらいかな。まあ、電気は落としてたけど。店内の電気は。レジとかは大丈夫だった。冷蔵庫も動いてたし。あと、スタンドもやってたし。凄かったよ、マジで。列。ここ（＝GS の給油場所）から列できて、（KAMIBI の横を通る）道まででできてたから。いや、ほんと、びっくりした。こんなことあるんだって。で、しかも何かね、ツイッターなのかフェイスブックなのかわかんないけど、「それを見て来ました」っていう（上美生地区以外の）人も。一番遠い人は音更って言ってた。

ウチ（＝KAMIBI 横の GS）、20 リットル限定でやってたんだ。一番はじめ、3 台ぐらいは満タンで入れてたんだよね。でも、それはたぶんすぐ無くなるって（いうことで）、じゃあ 20 リットルにしましょうって。絶対（上美生地区の住民）みんな来るから、一台一台満タンに入れてたらすぐ無くなるって。で、20 リットルにして。ウチってもともと、一日入っても 400 とか 500（リットル）なんだよね、多い日でね。でも、その時は一日で 1200（リットル）ぐらい入ってた。いつもの 2.5 倍ぐらい。で、2 日でウチもスッカラカンになっちゃってさ。20 リットル限定にしてそれだよ。（※執筆者発言：断った人もいた？）ああ、いたいた。「ちょっと今日、すいません」って言って。

（～中略～）

（商品の在庫が）ウチ（＝KAMIBI）も、だって、もうほとんど･･･。まあ余ったのは余ったんだけど･･･。あと、何か、お湯入れて戻せるご飯みたいなのを町が持ってきてくれたのさ。災害用。それを配布したりした。（※執筆者発言：KAMIBI は、そういう場所としても使われたんですね）そうだね。一応、この前のシャッター（＝店の正面出入り口にあるシャッター）は、営業時間外は閉めてたから･･･。で、夜でしょ、地震起きたの。だから開けられなくてさ（店は営業時間外でシ

[69] 2019 年 8 月 20 日、C さんへの聞き取りから。　※（ ）内は執筆者が補足

[70] なお、2019 年 11 月には、それまで命名されていなかったフリースペースの名称が「上美生ふれあい広場　ひだまり」に決定した。

ャッターは閉められていたが、開閉は電動のため動かすことは不可能)。だから、こっち（＝シャッターのある店舗の正面出入り口ではなく、フリースペースにあるもう一つの小さな出入り口）側から（KAMIBI に来た人に）出入りしてもらった。それでもやっぱり、ちょっと尋常じゃないぐらい車とまってるし、やっぱ（KAMIBI は）やってるんじゃないかって、みんな来るよね。あと、何か、小中学校は貼り紙してた。「休校のお知らせ」みたいな。もう、電話とかも使えなかったからさ。電気止まってるから。そういう意味では、けっこう（KAMIBI の果たした）役割は凄かったんじゃないか、あの時は[71]。

この語りからわかるように、上美生地区内で食料品や燃料が手に入る貴重な場所である KAMIBI が営業したことで、多くの住民が店に集まった。さらに KAMIBI は、行政による支援物資の配布拠点となり、小中学校の情報を伝える場にもなっていた。C さんが語るように、ブラックアウト時の上美生地区において、様々な形で「拠点」となった KAMIBI が果たした役割は大きかったと言えるだろう。

また、ブラックアウト時のことについては、地元の 40 代男性である E さんが次のように語っている。

去年、ブラックアウトになったじゃない。そのとき、ここ（＝KAMIBI）にみんな集まったからね。買い物しに来たり、燃料入れに来たりとか。だから、ああ、やっぱあった方がいいなって大部分の人が感じたと思う。(～中略～）やっぱりこういう近くにお店ないと、ああいうときは大変なんだなって[72]。

また、NPO 理事の D さんは「『KAMIBI があってよかったよかった』と、皆さんそのときは凄く、ほんとありがたみをわかっていただいて、良かったです」[73]と語っている。災害時の KAMIBI という存在の重要性に関しては、多くの地域住民が実感したようである。

非常時の地域の拠点として、また、「何かがあったときには KAMIBI に行けば」という意識を住民に与える存在としても、KAMIBI の果たす役割は大きいだろう。

4.6 KAMIBI を運営するという行為が地域にもたらす影響

本章ではこれまで、KAMIBI という存在そのものが上美生地区において果たす役割について述べてきた。ここからは、KAMIBI を住民主体で運営するという行為が地域に何をもたらしているか、との視点から、KAMIBI の果たす役割を考えたい。地域で店を運営するということは上美生地区にとり、今までにない全く新しい取り組みである。それに取り組むということは、主体となっている地域住民ないし地域全体にどのような影響をもたらしているのだろうか。

4.6.1 店の運営を通した地域住民の協働

地域で運営されている KAMIBI だが、運営の中核を担っているのは NPO である。NPO は、既述のように、理事・監事合わせて 12 名の地域住民からなる。メンバーの年代は 40～60 代が中心で、その立場は地元出身の農家や移住者など様々であり、12 名のうち 3 名が女性である。

---

[71] 2019 年 11 月 7 日、C さんへの聞き取りから。　※（ ）内は執筆者が補足
[72] 2019 年 10 月 13 日、E さんへの聞き取りから。　※（ ）内は執筆者が補足
[73] 2019 年 8 月 20 日、D さんへの聞き取りから。

NPO では毎月 1 回、メンバーが KAMIBI のフリースペースに集まり、店の運営会議を行っている。会議では、当月の決算やその時々の議題について話し合う。既述のように、執筆者は、2019 年 9 月、10 月、11 月の計 3 回、会議の場に出席させて頂いた。その中で、とくに印象的だったのが、女性メンバーが活発に意見を述べて議論を主導していたことであった。例えば、9 月の運営会議で、店舗改装で新設された厨房やフリースペースの活用法が議題となった際には、ある女性理事が「改装したとは言え、いきなり何かをはじめるにも予算が無い。現実的に、急に何かはじめても上手くいかないのでは。1 日だけ何かイベントをやるとか、地道にできることからはじめていかないと」と発言したのを皮切りに、ほかの女性理事たちからも「例えば KAMIBI の食材を使った料理教室。そうすれば店の利益にもなるし、店を利用するきっかけにもなる。無理しないで、できることを少しずつ」とか、「KAMIBI のものを利用して、みんながここに集まるきっかけを作る。1 日だけ、ここのものを使って居酒屋的なことをやるとか。KAMIBI はそれに合わせて仕入れしといて。何かやりたいって人に使ってもらい、利用料をいただく」といった、新たな空間の活用と店の利用促進・収益増加の両立を図る取り組みの提案が積極的になされ、話し合いが進展していった。

このように、女性が KAMIBI の運営に参加しアイデアを出すことについては、60 代男性理事の F さんが「女の人はこんなこと考えてるんだってのはやっぱり、参考になるよね。こういうお店とかやるには、女の人の意見って大事なんだよね」[74]と話していることから、店の運営を考える上でも重視されていることがうかがえる。また、60 代男性理事の B さんは「女の人でも会議でちゃんと意見言うんだわ。そこがやっぱ違うね」[75]と語り、地域のことを考える場に女性が参加すること自体がかつては無かったことだと振り返る。

このように、KAMIBI を運営することで、多様な立場の地域住民が意見を出し合い、協働する実践の場が生まれている。

4.6.2 地域住民の意識への影響

A コープの閉店から KAMIBI の運営へという、上美生地区にとって非常に大きな動きを経験していることは、その当事者たる住民が地域に対する意識を高める契機にもなっている。

40 代男性の E さんは、住民による地域づくり組織「上美生ほしぞらプラン会議」に所属している。E さんは、そのような地域での活動を意識し、本格的に参加するようになったきっかけについて、次のように語っている。

> A コープが撤退することに決まって、将来的にお店なくなったら大変だなって実感したから。（～中略～）ほんと地域の未来考える良いきっかけになったんじゃないかね。A コープがなくなる、どうする？ってね[76]。

店の存続について話し合う中で、地域の将来そのもののあり方について真剣に考えるようになり、現在では様々な地域課題について考えるほしぞらプラン会議の一員として、積極的に地域づくりに携わっている。ここで再度、本文 3.2 で述べた KAMIBI 開店の経緯を振り返ると、地域住民が店のあり方を考え、話し合う機会が何度も設けられている。E さんのように、店について議論することを通じ、地域課

[74] 2019 年 10 月 15 日、F さんへの聞き取りから。
[75] 2019 年 10 月 15 日、B さんへの聞き取りから。
[76] 2019 年 10 月 13 日、E さんへの聞き取りから。

題に対する意識を高めた住民も少なくないのではないか。

また、ほしぞらプラン会議のメンバーであり、NPO の理事でもある A さんは、KAMIBI の運営を地域で行うことに関して、次のように語っている。

> A コープ時代より、地域とのつながりが強いような気がする。私自身、A コープ時代はあまり行ってなかった。農協という大きい組織がやっている事なので、つぶれることはないと。でも KAMIBI になって、自分が関わっていることもあり、色んな事を地域につなげて考えられるから、良い面もあるな、と。大変だけど、色んな事できる可能性はあるよね[77]。

A さんの話からは、自分自身も関わりながら地域で店を運営することを通し、当事者意識が生まれたことがうかがえる。ほかにも、ある NPO 理事は、当初 A コープ閉店とともに地域の店が無くなっても仕方ないと考えていたものの、理事として KAMIBI に深く携わるようになってからは、地域のためにと運営に力を入れている、と話していた。店について地域で考え、運営するということは、地域住民の意識の面にも影響を与えていると言える。

4.6.3 ほかの地域課題との連動

A さんの「色んな事を地域につなげて考えられる」という言葉にもあるように、上美生地区では、「店＝買い物の場」と「交通の便」という 2 つの地域課題をともに考えた取り組みが試行されている。すなわち、上美生地区協議会[78]主催のもとに、上美生ほしぞらプラン会議・NPO 法人上美生のともに地域づくりに携わる住民組織が連携するかたちで、地域住民を自宅と KAMIBI の間で送迎する「ほしぞら買い物おたすけ便」という取り組みを実験的に行っているのだ。2 年目の 2019 年は、11 月中旬から翌 2 月末までの毎週水・金曜日に行い、10 時から 15 時の間で、利用者の希望時間に応じて送迎する。送迎を担当するのは、芽室町の地域おこし協力隊員として上美生地区に赴任してきた女性である。

上美生地区でこのような取り組みが立案された背景には、地域の交通事情がある。民間路線バスや公営コミュニティバス等がない上美生地区では、マイカー以外で地区内を移動するには登下校時のスクールバス[79]に乗り合わせるしかない。そのような事情から、もし車を使うことができない住民がいた場合には、それすなわち買い物が困難になるという事態に直結しかねない。そこで、店の運営とともに、店に足を運ぶための手段も地域独自の取り組みによってカバーしようというのである。

この取り組みはあくまで実験段階に過ぎず、「2 世帯 3 世帯だったりするからな。お年寄りだけで住んでいる方って、あんまりいないんだよね」[80]という C さんの言葉が示すように、農家を中心として多世代で暮らす世帯が多い上美生地区では、車が使えず困るという問題は現時点で切迫したものではない。しかしながら、A さんによると、今のうちから実験的に取り組んでおかなければ、将来的に高齢者が増えていざとなった際すぐに対応できないため、10、20 年後を見据えて地域で取り組んでいるのだという[81]。

---

[77] 2019 年 8 月 31 日、A さんへの聞き取りから。
[78] 上美生地区内の各部落の代表者の集まりで、「連合町内会」のような地域を取りまとめる自治組織。住民と行政の橋渡しをするほか、地域行事の主催や地域施設の管理などをメインに行う（2019 年 10 月 15 日、B さんへの聞き取りから）。
[79] スクールバスは、上美生地区内の各域と上美生小中学校をつなぐ。地元の小学生によると、高齢者が乗っていることもあるそうだ。
[80] 2019 年 11 月 7 日、C さんへの聞き取りから。
[81] 2019 年 11 月 7 日、A さんへの聞き取りから。

このように、店の運営とともに、住民を店へ送迎するという、地域の今後の課題を見据えた新たな試みも生まれている。KAMIBI の運営は単なる個別の事業ではなく、将来的な住民の暮らしを考える上美生地区の地域づくり全体の一環として位置づけられているのである。

5. 考察：共同店の３つの役割と可能性

以上、上美生地区における KAMIBI の役割について見てきた。ここからは、KAMIBI の事例から、改めて共同店が農村地域において果たす役割を 3 つに大別して整理するとともに、その将来的な可能性について論じていきたい。

5.1 地域のニーズに応える事業の実施

共同店が果たす役割の１つ目は、地域のニーズに応える事業の実施である。

薪の供給をめぐる外部商人への対抗策として、強固な自主・独立性をもつ地縁組織に基づいて成立した沖縄の共同店と異なり、沖縄を除く各地の農村地域に見られる共同店の多くは、地域の農協購買店舗の撤退を受け、その運営を地域が引き継ぐという経緯で開設されている[82]。そのため、生活に必要な食料品や日用雑貨を販売する小売店としての側面が、共同店の最も重要な役割だということは言うまでもない。しかしながら、共同店の事業はそういった商品の販売にとどまらない。本文 4.2 ならびに 4.3 で述べたように、KAMIBI では小売のほか、農協運営 GS の業務委託や農家への弁当配達といった事業も行っている。これらは、地域の買い物の場としての小売事業とともに、住民のニーズを充足して地域に貢献する事業であり、地域住民自らが運営する共同店ならではの役割でもある。

そういった意味では、共同店は農村地域におけるコミュニティ・ビジネスの実践型として捉えることができるだろう。コミュニティ・ビジネスとは、石田[83]によれば、町内会や自治会などの地縁型自治組織である「ローカル・コミュニティ」と、協同組合や NPO など自発的協力によって組織される「テーマ・コミュニティ」のいずれか、もしくは両方に基礎を置いて設立される事業組織が、社会的な問題の解決と生活の質の向上を目指し、地域に根ざした活動や事業を継続的に展開することである。そして近年、地域課題解決の手法として地域住民が主体となって行うコミュニティ・ビジネス[84]は、農村地域の活性化につながるとしてその役割が注目されている[85]。地域住民からなる NPO が運営し、小売事業を軸に GS、弁当配達といった多岐にわたる事業で上美生地区のニーズに対応する KAMIBI はまさに、コミュニティ・ビジネスの実践と言える。農村地域の共同店は、地域ごとのニーズを満たすコミュニティ・ビジネスを住民自ら展開していくことで、単なる小売店の域を超え、より暮らしやすい地域づくりに寄与する存在になる可能性を有していると言えよう。

もっとも、共同店をコミュニティ・ビジネスとして発展させていくためには、乗り越えなければならない課題もある。コミュニティ・ビジネスが備える四つの特徴として、石田[86]は、「①生きがい、他人の役に立つ喜び、地域への貢献など、志を同じくする人びとが自発的に集まり（自発性）、②地域のみんなに役立つ財・サービスを生産・提供し（公益性）、③事業の継続のために効率性を追求するものの（継続性）、④そこから生まれる経済的利益すなわち剰余金の分配はこれを目的としない（非営利性）」を挙げているが、共同店にとって課題となるのは「継続性」であろう。先述のように、農村地域の共同店の多くは地域の農協店舗の撤退を受けて開設されているが、そもそも農協が撤退する主要因のひとつは、過

[82] 唐崎・木下, 前掲書.
[83] 石田, 2010.
[84] 唐崎・木下, 前掲書.
[85] 草野・澤野・田畑, 2010.
[86] 石田, 前掲書, 30 頁.

疎化に伴う利用客減少による採算の悪化である[87]。撤退した農協店舗の後を継ぎ、小売事業を中心に運営されている共同店も当然、同様の問題に直面するのは必至である。実際のところ、開店からおよそ 1 年半が経った KAMIBI でも、収支は赤字の状態となっている。容易なことではないが、共同店を存続させていくためには、この課題を解決する方策を導き出さなければならない。例えば KAMIBI について言えば、本文 4.4.3 で店員 C さんも触れているが、店内の厨房を利用した弁当づくりを行い、そのための食材として規格外野菜のような地場産品を、人員として地域の高齢者を活用する等、その地域、共同店ならではの工夫した取り組みを考えていくことなどが求められるだろう。また、関[88]は、沖縄以外の地域における共同店の先進的な事例をいくつか取り上げて記述しているが、そういった事例から学べる部分も多いのではないだろうか。

事業継続のための収益確保という克服すべき大きな課題はある半面、共同店は、地域の課題解決や活性化につながる新たなコミュニティ・ビジネスの実践型として、農村地域で大きな役割を果たす可能性があると考える。

5.2 地域住民が集う場としての共同店

共同店が果たす役割の 2 つ目は、地域住民が集う場としての役割である。

本文 4.4 で述べたように、KAMIBI では地域の子どもが立ち寄ったり、地域住民同士が会話している姿が多く見られるなど、日常的に住民が集い、交流する場となっている。ほかにも、KAMIBI は地域のイベント時にも活用されており、より多くの地域住民の交流に貢献している。こういったコミュニケーションの場としての共同店の役割については、沖縄の共同店研究の中で指摘されてきた。例えば宮城[89]は、沖縄の共同店において住民同士の「ユンタク」（おしゃべり）が盛んに行われている様子を描写し、共同店は単に商品を購入する場ではなく交流の場でもあるとしている。また、沖縄以外の地域の共同店についても、京都市の農山村地域の共同店を研究した藤田ほか[90]は、共同店が一部の高齢住民にとって店員や友人とのコミュニケーションの場として機能していることを明らかにし、共同店での買い物という行為自体が、物資調達のみならず、外出やコミュニケーションの機会になると指摘している。この藤田ほかによる研究や本研究の KAMIBI の事例から考えると、地域住民の交流の場としての役割は、沖縄以外の共同店についても当てはまると言えそうだ。

また、KAMIBI は、本文 4.5 で述べたように、2018 年 9 月の胆振東部地震に伴うブラックアウトの際にも、情報伝達や行政の支援物資の拠点となっていた。このことは、共同店が農村地域における災害時の拠点となる可能性を示したと言えるだろう。そして特筆すべきは、KAMIBI の店員 C さんの「やっぱ（KAMIBI は）やってるんじゃないかって、みんな来る」という言葉が示すように、上美生地区の住民が自主的に KAMIBI へ集まったという点である。これは、地域住民にとって、何かあった際に行くべき場所として KAMIBI が認識されていたということを物語っている。上美生地区には小中学校や地域施設など、KAMIBI 以外にも住民が集まることのできる場所はいくつか存在する。それでも、日頃から馴染みのある場所であり、食料品や日用品、燃料が手に入る貴重な場所であるからこそ、農家が発電機を持ち寄って店を開け、多くの住民が KAMIBI へ来た。そして、住民が集まるからこそ、情報伝達や行政による支援の拠点にもなり得たのである。実際に住民たちも、「KAMIBI があって良かった」ということを実感している。共

[87] 唐崎・木下, 前掲書.
[88] 関, 前掲書.
[89] 宮城, 前掲書.
[90] 藤田・土井・孔, 前掲書.

同店が開設されるような農村地域では、上美生地区と異なり、そもそも地域住民が集うことのできる施設・場所自体が極めて限られている地域も多いと考えられる。生活に必要なものが常時そろっているという面でも、また、「いざというときに集まる場所」という住民の共通認識をつくるという面でも、地域における共同店の存在は大きいのではないか。

このように、共同店は、日常的に地域住民が集い交流する場としての役割を果たすとともに、非常時においても地域の拠点となる可能性を有しているのである。

5.3 共同店の運営による地域全体への波及効果

共同店の果たす役割の3つ目は、共同店を運営する（あるいは、共同店について考える）という行為を通じて、その主体である地域住民一人ひとりや地域全体に変化をもたらすということである。

本文4.6.2で述べたように、上美生地区の住民には、Aコープ閉店とKAMIBI開店に関わる一連の過程で、店のあり方について地域で議論する中で意識が高まり、地域づくりの活動に対し積極的に取り組むようになったという住民もいた。そして、店の運営を担うNPOのメンバーとなった住民にも、「自分たちの店」だという当事者意識が生まれていた。これらのことから、共同店の運営は、住民の地域に対する意識、関心を高めるきっかけになると考えられる。これは、共同店の存在が「地域に買い物の場があるか否か」という、地域住民にとって身近かつ非常に大きな問題であるからこそとも言える。「人口減少や高齢化に伴い、住民自らが主体的に地域の課題を解決する必要性が高まっている」[91]現代、共同店の運営が地域住民の主体的意識を育むひとつの契機になるとすれば、その意義は大きいだろう[92]。

また、先述のとおり、KAMIBIの開店に際しては事前に地域全体での話し合いの場が何度も設けられた後、開店に向けて様々な立場の住民からなるNPOが結成され、実際の運営を考える場でも女性たちが進んで参加し、その意見を積極的に取り入れる姿勢が見られるなど、地域内に新たな協働がつくり出されている。この点について、沖縄を除く地域の共同店を対象に、その運営における地域協働について論じた唐崎・木下[93]は、共同店が生活基盤の確保など明確な目的意識をもった地域協働によって成立するとした上で、それに基づいて行われる共同店の開設と運営は、多様な主体による協働を必要とする現代の地域づくり活動とも共通するとしている。この指摘にあるように、KAMIBIの開店、運営を通して形成されてきた住民の協働体勢は、今後の上美生地区の地域づくりにおいても大きな力を発揮し得るものである。地域で話し合う中で物事の方向性を定め、その実現に向け組織づくりなど具体的な動きを進め、実際に取り組みを始めてからも住民が協働し、試行錯誤を繰り返しながら磨きをかけていく。共同店の運営はまさに、地域づくりに必要なプロセスを実践するものである。

そして、協働ということに着目すれば、上美生地区ではさらなる地域協働の動きも生まれていた。それが、本文4.6.3で述べた住民送迎の取り組みである。これは、KAMIBIを運営するNPOに加えて、以前からの住民組織や地域おこし協力隊員といったより大きな枠の連携により、「買い物の場」と「交通」という地域課題を包括したものである。この取り組みはまだ実験の段階だが、将来的には、地域で共同店を運営して住民の身近な買い物の場をつくり、店を拠点とした送迎で住民の足を確保しつつ店の利用促進を図り、それが結果的には店の維持にもつながるという、地域内での循環を生むことも不可能ではない。共同店は、地域づくりの活動の拠点にもなり得るのである。

---

[91] 長曽我部・谷本・土屋, 2017, 991頁.

[92] もっとも、先述のように、上美生地区は共同店の運営以前から、地域づくりに住民が主体的に取り組むという意識の高い地域であったと言える。しかし、その上美生地区の住民にも、共同店の運営を通じた意識の変化が見られるのである。

[93] 唐崎・木下, 前掲書.

このように、自分たちの生活と密接に関係する共同店の運営を行うことは、地域内に住民同士の新たな協働を創出し、ひいては住民主体の地域づくり活動そのものの発展につながる可能性をもつ。これは、地域全体にとってプラスの効果と言えるだろう。

6. おわりに

ここまで、上美生地区の共同店 KAMIBI の事例を通して見てきたように、農村地域における共同店は、①地域のニーズに応える事業を実施し、 ②地域住民が集う場となり、 ③共同店を運営するという行為を通じて地域住民の意識の変化や新たな地域協働をもたらす、という 3 つの大きな役割を果たす存在となっている。それと同時に、将来的には、地域のコミュニティ・ビジネスや非常時の拠点になるとともに、地域づくり活動そのものを発展させる可能性を有している。よって、事業の継続性などの課題はあるものの、既存小売店の撤退を受け、その後を継いで共同店を運営することは、農村地域にとって有意義だと考える。

冒頭でも述べたように、近年新たに開設されている農村地域の共同店に関する研究は、まだまだ少ない。地域にとって共同店がどのような存在であるのか、より一層の理解を深めるためには、さらに多くの研究を蓄積することが重要であろう。また、本研究について言えば、今回取り上げた共同店は開設からまだ日が浅い事例であるため、これから数年の間にどう展開していくのか、今後の動きを注視していく必要があるだろう。

7. 参考文献

安仁屋政昭・玉城隆雄・堂前亮平. 1979.「共同店と村落共同体　沖縄本島北部農村地域の事例 (1)」,『南国文化』(1) , 47-186.

安仁屋政昭・玉城隆雄・堂前亮平. 1983.「共同店と村落共同体 (2) ―沖縄本島中南部地域と離島の事例―」,『南国文化』(5) , 165-229.

石田正昭編著. 2010.『農村版コミュニティ・ビジネスのすすめ　地域再活性化と JA の役割』, 家の光協会.

上地一郎・藤井孝哉・加藤光一. 2017.「共同店と買い物難民―農山村コミュニティ・ビジネスと制度設計・政策立案に関する検討―」,『高岡法学』(35) , 1-72.

小田切徳美. 2009.『農山村再生　『限界集落』問題を超えて』(岩波ブックレット 768) , 岩波書店.

上美生地区山村留学推進協議会「上美生地区と山村留学」
http://sanson.sakura.ne.jp/kamibisei/index.html　2019/12/12 最終閲覧.

唐崎卓也・木下勇. 2011.「農村地域の共同店にみられる地域協働に関する研究」,『日本建築学会計画系論文集』76 (664) , 1121-1128.

協賛会記念史部 編. 2002.『上美生開拓百年記念史』, 上美生地区開拓百年記念事業協賛会.

草野拓司・澤野久美・田畑保. 2010.「農村版コミュニティ・ビジネスの展開に関する実証的分析―和歌山県上秋津地区の実態調査から―」,『明治大学農学部研究報告』59 (3) , 53-60.

経済産業省. 2015.「買物弱者応援マニュアル ver3.0」, 同省ホームページ
https://www.meti.go.jp/policy/economy/distribution/kaimonojakusyashien.html　より閲覧可, 2019/12/09 最終閲覧.

清水万由子・大矢野修. 2016.「現代における共同売店の展開可能性―沖縄本島北部・中部地域の現地調査報告―」,『龍谷政策学論集』5 (2) , 73-89.

関満博. 2015.『中山間地域の「買い物弱者」を支える　移動販売・買い物代行・送迎バス・店舗設置』, 新評論.

長曽我部まどか・谷本圭志・土屋哲. 2017.「組織の活動記録を用いた地域運営組織の活動評価に関する研究」,『都市計画論文集』52 (3) , 991-997.

土屋純. 2019.「買い物弱者支援の手段として注目される共同売店」,『沖縄研究ノート』(28) , 10-15.

十勝毎日新聞「あの時の記憶 (45) 1992 年 5 月 17 日　芽室　たらんぼの会事務所開き」, 2015 年 8 月 29 日, 19 面.

十勝毎日新聞「上更別の台所支え 15 年　住民協働で経営「ポピーマート」」, 2019 年 11 月 7 日, 23 面.

内閣府. 2019.『令和元年版　高齢社会白書』.

藤田有紀・土井勉・孔相権. 2013.「過疎集落における地元商店が安寧な地域社会の構築に果たす役割～京都市 京北黒田地区「(有)おーらい黒田屋」を事例に～」,『日本都市計画学会関西支部研究発表会講演概要集』11 (0) , 73-76.

北海道. 2019.「北海道では「共生型地域福祉拠点」の設置を推進します！！」,
http://www.pref.hokkaido.lg.jp/hf/feg/kyouseigata.htm　2019/11/30 最終閲覧.

北海道新聞「「新時代」守りたい変えたい③ 守る 地域　集落維持へ住民決起」, 2019 年 5 月 6 日朝刊, 27 面.

宮城能彦. 2004.「共同売店から見えてくる沖縄村落の現在」,『村落社会研究』11 (1) , 13-24.

芽室町. 2016.「芽室町全域　地図」,
「芽室町役場ホームページ」(http://www.memuro.net/) より閲覧可, 2019/11/18 最終閲覧.
芽室町住民生活課住民係. 2019.「芽室町の行政区毎, 男女別人口, 世帯数, 年代別人口調べ　令和 1 年 10 月 31 日現在 (外国人世帯含む)」, http://www.memuro.net/jinkou.pdf　2019/11/16 最終閲覧.
山崎製パン株式会社「ヤマザキショップ　地域に愛されるお店を目指して。」
https://www.yamazakipan.co.jp/shops/yshop/　2019/11/20 最終閲覧.

8. 謝辞

卒業論文の執筆にあたり、地域科学研究室の先生方には、親身になってご指導いただきました。とくに、何度も相談にのっていただいた指導教員の笹岡正俊先生、ゼミの際に多くの助言をいただいた宮内泰介先生には大変お世話になりました。本当にありがとうございます。また、ともに励まし合いながら卒業論文に取り組んだ地域科学研究室の皆様にも、厚く御礼申し上げます。

そして何より、現地調査の際に快く私を迎え、たくさんの貴重なお話をしてくださった上美生地区の皆様がいなければ、この論文の完成はありませんでした。この場をお借りして、心から、深く感謝いたします。本当にありがとうございました。