

初秋の候、皆様におかれましては、ますますご清栄のこととお喜び申し上げます。

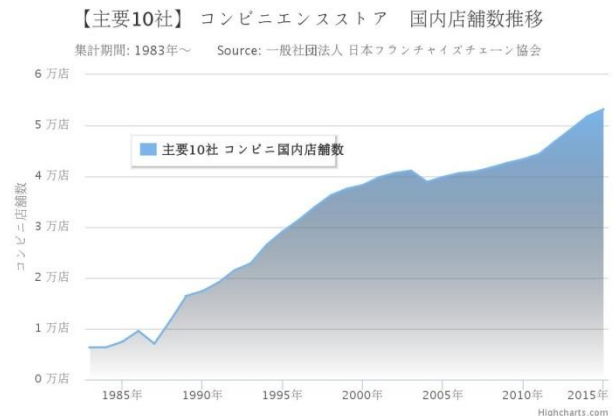
さて、7月号ではJPFPが今から35年前にすでに日本人口の高齢化を懸念し、その現状を踏まえた上で基本的対策を検討し、政策提言を行った、JPFP刊行の『高齢化社会への対応-課題と提言-』をご紹介します。

今月号では趣向を変え、日本における高齢化対策として、ビジネス分野、中でも高齢化と歩調と取って拡大してきたとも言えるコンビニエンスストアを例にとりご紹介したいと思います。

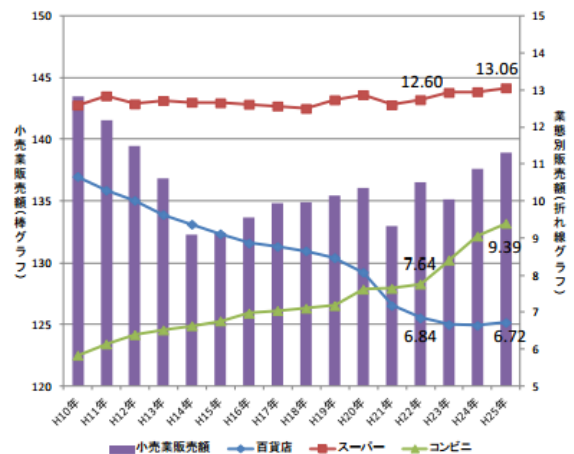
日本におけるコンビニエンスストアの軌跡とその役割

現在、大げさに言えば、コンビニエンスストアは高齢者の生活を支える社会インフラとなりつつあります。しかしその歴史はそれほど古いものではありません。日本で現在のような形のコンビニエンスストアが出店し始めたのは、1974年5月のセブン-イレブン豊洲店が初めてだといわれています。この時期は、第2次世界大戦後復興から始まり、東京オリンピック、日中国交回復などに象徴される、日本を大きく変えた高度経済成長が、第一次オイルショックで終わりを告げた時代でした。1974年以降コンビニエンスストアは急拡大し、一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会（JFA）コンビニエンスストア統計調査月報（2016年7月度）によると、今やその数は国内において54,331店舗になっています。昨年比でも2.3%の増加です。主要10社¹コンビニエンスストアは1983年に6,308店舗しかなかったものが、現在（2016年7月時点）では54,331にまで拡大しました。

経済産業省が2014年9月に発表した『コンビニエンスストアを取り巻く環境に関する調査結果（株式会社野村総合研究所）』によると、「コンビニエンスストアは出店形態の多様化も経営戦略に取り入れ、その出店数と販売額をその最初の出現から40年来順調に拡張し、様々なビジネス



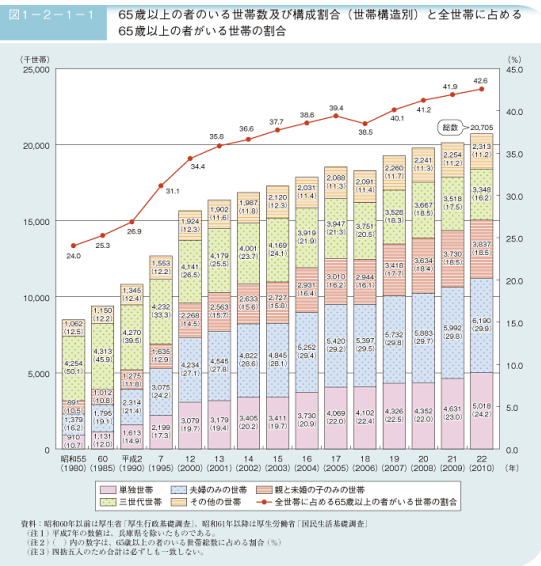
小売業販売額の推移(単位:兆円)



(出所) 経済産業省「商業動態統計調査」平成25年

¹ セブン-イレブン、ローソン、ファミリーマート、サークルKサンクス、スリーエフ、セーブオン (<http://todo-ran.com/t/kiji/10327>)

スモデルを展開し、大都市だけでなく地域庶民の生活に密着したサービスデリバリーにおける成果から、今日の重要な社会インフラの担い手として国民生活の中においてその存在感がより高まってきている」としています。

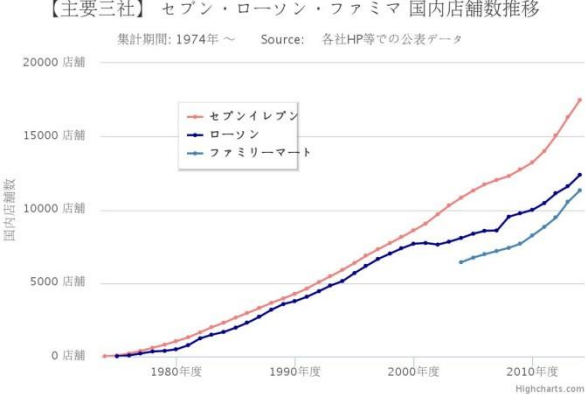
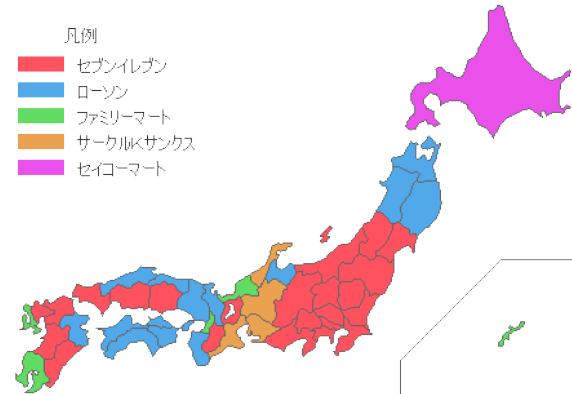


「内閣府 平成 24 年版高齢社会白書 第 2 節 高齢者の姿と取り巻く環境の現状と動向」より抜粋

後述の井阪隆一(株)セブン-イレブン・ジャパン代表取締役社長(現在 セブン&アイ・ホールディングス代表取締役社長)によると、非常に生産性の低かった地方の小規模小売業に共通の仕入れや販売システムを導入することで競争力を確保し、生産性の向上を実現し、利益が確保できる仕組みを作ったことが拡大の大きな要因であったとされています。人口の都市集中が進む中で、若者人口の都市への集中などが進み、地方を中心に小規模商店の担い手が減少し、大学進学等で都市に流入した若者のアルバイトなどの雇用を創出することになりました。つまり、コンビニエンスストアの躍進の背景には、社会構造・環境の変化があったといえます。

この30年間、世帯数は増加していますが、その内訳は65歳以上のみの世帯数の増加に代表されるように、高齢世帯、独居世帯、単身世帯は増加となっています。特に高齢者だけで構成される高齢世帯は年々増加の一途をたどり、2010年では20.9%を占めています。同時に1世帯当たりの人数は減少の一途をたどっていることがわかります。

このような中で小売りの店舗の大型化が進み、人口の多い地域に小売業が集中し、そうでない地域では小売店舗数の減少が生じ、買い物弱者の問題も顕在化しています。まさしくコンビニエンスストアは、このような産業構造の変化の合間に生まれたニーズをつかみ、日本の社会変動と人口構造、人口移動の変化の中で社会的に受け入れられてきたことがわかります。



現在、上位3位に入っているコンビニ会社、①セブン-イレブン(2016年6月:国内18,785店/国外41,046店)、②ローソン(2016年2月:国内12,395店/国外785店)、そして③ファミリーマート(2016年7月末:国内11,872店/国外6,029店)²は、海外においては北米やアジアのみにとどまらず、グローバルサプライチェーンとして世界各地を繋ぐ流通システムを確立しつつあります。国内においては、地図に見られるように、各社の発展への努力の結果が様々な特色を生み出し、結果としての「すみわけ戦略」となっている点が非常に興味いものとなっています。

² <http://www.family.co.jp/company/familymart/store.html>

日本におけるコンビニエンスストアが解決口となる課題

日本が抱える課題としての人口の高齢化には、それに対応するために適切な社会制度の段階的整備が必要となっています。内閣府の平成 28 年版高齢社会白書³によると、平成 27 年 10 月 1 日のデータに基づく高齢化率は 26.7%（昨年比 0.7%増加）で、日本は世界の高齢化社会の最先端にいます。そんな中、コンビニエンスストア各社が、どのように高齢化対応や世帯人数減少に対応すべくビジネスを展開しているか、その一例をご紹介します。

コンビニ各社による高齢者層に向けた取組み

事例 1. 商品の配送

セブン-イレブンとファミリーマートでは、高齢化対応事例として宅配サービスや移動販売を開始しています。環境配慮した小型自動車ですべて事前注文を受けた商品を届けたり、日常の買い物や食事に不安を感じているであろう住民（主に高齢者や主婦）に対し、栄養バランスと利便性に配慮した宅配用商品を開発し、食事宅配サービスによって食生活をサポートしています。セブン-イレブンの会員制食事配送サービスの利用者は、60 才以上が全体の 45%、80 才以上が 18%を占めており、高齢になればなるほど利用回数が多いというデータ（80 才以上は月に 10 回以上利用）もあります。

事例 2. 商品の小口化

セブンプレミアムにおいては、小分け惣菜や簡単調理に特化して、高齢人口だけでなく世帯人員減少対応の一環ともなっています。サークル K サンクスでは青果・生鮮食品などを取りそろえたミニスーパー型店舗展開を進めており、ローソンストア 100 では生鮮食品・日用品の充実、均一料金や適量化対応を手掛けています。

事例 3. 原料の安全性の確保・地産地消の推進・健康ニーズの取組み

コンビニエンスストア業界による農業事業参入も始まっており、地域農産品から商品開発につながる地産地消を目標とした生産を始めています。さらに総合的な健康に対するニーズに包括的に取り組むため医薬品販売が可能な店舗も増えてきています。コンビニエンスストアは、高齢化社会や社会的弱者への対応を視野に、地域の見守りネットワークや包括協定を自治体と締結するなど、その地域ごとのニーズに応え、地域に適応したあり方や施策を模索してきています。

私たちは、このようなコンビニエンスストアの機能に注目し、2012 年に開催した高齢化に関するアジア国会議員会議で、日本を代表するコンビニエンスストアである(株)セブン-イレブン・ジャパン 井阪隆一代表取締役社長（当時）より、上記のコンビニエンスストアによる高齢社会への取組みというテーマでご説明いただきました。

簡単に内容をご紹介します。

第 28 回人口と開発に関するアジア国会議員代表者会議 高齢社会への対応としての企業 CSR の取組み

セブン-イレブンでは、高齢社会への取組みとして①「セブン・ミールサービス」というお食事配達サービスの取組みと②「セブンらくらくお届け便」という加盟店による商品のお届けの強化、③「セブンあんしんお届け便」で買い物困難地域への移動販売の取組みを実施しています。

³ http://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2016/zenbun/28pdf_index.html

一つ目の「セブン・ミールサービス」は、2000年に設立された、お食事お届けサービスの企画会社で、会員制のサービスを提供しています。主なターゲット客層は高齢者・介護中の方・働く女性・育児中の女性など、店舗への来店が困難な方々向けとなっています。注文は店頭、サービスセンター（電話・FAX）、インターネットを通して受け付け、その後店舗に商品が直接納品され、2012年5月からは加盟店がお客様のご自宅などに配達するようになりました。その結果、お客様への配達料は500円以上のお買上は無料となっています。新サービス導入前と導入後3ヶ月を比べてみるとの配達注文件数は3.3倍に伸び、注文件数・会員数と共に大幅に増えました。サービス利用者の内訳は、60歳以上の利用者が全体の45%、80歳以上が18%と、高齢者の利用が多いのが特徴で、高齢になればなるほど利用回数も多くなっています。

二つ目の②「セブンらくらくお届け便」は、お届け専用車両を導入し、社会環境の変化により、今後も増加すると予測される、お届けニーズに効率的に対応できるようにインフラを整えることから始めました。車両活用例として、セブン・ミールサービスを始め、店内商品お届けサービス、そしてお買い上げ商品お届けサービスを用意しました。このようにインフラの活用を図るためにもサービスを積極的に告知し、お客様の利便性の向上を図りました。

三つ目の「セブンあんしんお届け便」では、社会福祉法人、JA、被災地の仮設住宅等、各自治体をはじめとする様々な団体と連携し、お客様のニーズに応えています。一例としては、茨城県城里町では、定期的な移動販売車が来ることで、人々が集まる場ができ、商品に対する詳しく親切な説明を徹底することで、地域の人々との信頼関係が構築されるとともに、利用者からの要望や意見をいただくことができるなど、これらの情報が今後の品揃えや商品の絞り込みを行なう際に貴重な情報となってきています。都市や商業施設から離れた地域社会においては、このような小規模ではあっても丁寧なサービスが、高齢夫婦や独居老人世帯にとって、彼らの健康を保持するための生命線（ライフライン）となっています。

このように、お客様のニーズは社会的課題であり、企業としてもそれを解決することが、企業利益につながると同時に企業の社会的責任（CSR）であると考え、セブン-イレブン・ジャパンは取り組んできています。

健康な長寿社会に向けた予防政策とコンビニエンスストア

このほかにも、また、健康な長寿社会に向けた予防政策の一つとして、特定健診とがん検診の受診率向上を目指し、コンビニエンスストアを検診会場とする官民連携の取り組みが始まっています。兵庫県尼崎市では、2013年に国内初の「コンビニ検診」を実施し、計248人が受診しました（内、初めて受診した人の割合は78.7%）。佐賀県では、高齢者向けの複合施設内のローソンで「コンビニ健診」を実施し、30~80代の男女計99人が受診しました。市民からは、コンビニエンスストアは医療機関より気軽に行け、またアクセス・情報収集の利便性からも、受診しやすいと好評を得ました。高齢社会における医療費の高騰を抑制するには、病気の早期発見・重症化の予防が重要であり、地域におけるコンビニエンスストアの「健康拠点」としての役割が期待されています。

今回は私たちに身近なコンビニエンスストアが果たしている高齢化対策をご紹介します。これからの少子高齢化による人口減、高齢化対策には、官民間問わず様々なレベルや形での連携をし、アイデアを出し合い、高齢化社会に対応したセーフティネットを構築していくべきではないでしょうか。

夏の疲れが出やすい時節ではございますが、くれぐれも体調をくずされることなく、健やかな秋を向かえられますことをお祈り申し上げます。



国際人口問題議員懇談会（JPFP）事務局
（公財）アジア人口・開発協会（APDA）

TEL: 03-5405-8844

FAX: 03-5405-8845

E-mail: apda@apda.jp

Website: <http://www.apda.jp>

入会をご希望の方は、apda@apda.jpまでご連絡くださいますようお願い申し上げます。

尚、本ニュースレターの配信停止をご希望の方は apda@apda.jp までお願いいたします。