

高齢社会の流通について(3) —個別配達—

倉 田 是

1. はじめに

前回までの報告では、社会に高齢化の大波がうち寄せ、その中で個別配達（戸別配達と同意味）が必要になるとの立場からの報告であった。¹²³⁾

このたび、この続報を執筆するに当たって、個別配達の事例研究のために予備調査を行ってみた。ある生活協同組合の個別配達の例を図1に示すが、供給高の指数は1994年度を1とすると、1998年度は実に25倍と驚くべき数値である。ただし、高齢者の需要はまだ一部に過ぎない。

次の2. では、この背景について、世帯構造の近年における変化をデータから説明す

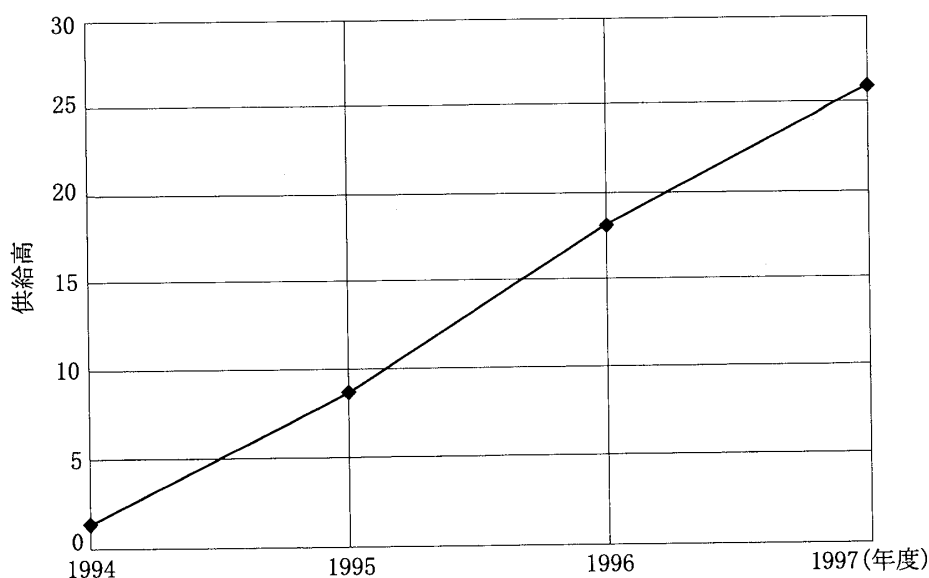


図1 個別配達供給高推移(1994年度を1とする)

る。3. では、個別配達を調査した事例を述べる。4. では、個別配達で配達料を取っているが、このコストを検討してみる。5. では、個別配達にどのような問題があるかを議論する。6. で本報告のまとを述べる。

2. 個別配達の需要の発生する背景

消費者にとって資本力にものを言わせた大規模のスーパーの豊富な品揃え、さらに、近隣に24時間開店しているコンビニエンス・ストアと買い物の環境は魅力的で整っているように見える。スーパーとコンビニエンス・ストアの商圈が重なり合いながら、商品の違いや営業時間の違い等で棲み分けて商圈を発達させている。このために、住宅街のほど近くにあった八百屋などの小規模小売商店は姿を消してしまったものが多い。

この結果、消費者の生鮮食料品などの買い物はスーパーに行かねばならない。これらは広い商圈を持たなければ商売とならない。したがって、立地の差が消費者の買い物動向に違いができる。すなわち、人工集中密度の高い都市部を除き、消費者は自家用自動車利用を前提とした買い出しを選択せざるを得ない。遠方のスーパーの買い物を補うものとして、商品構成が異なることを承知の上で、スーパーよりも開店時間の長いことと、近いことでコンビニエンス・ストアを利用することになる。

図2は世帯数の年次変化を、総理府統計局ホームページより引用したものである。図

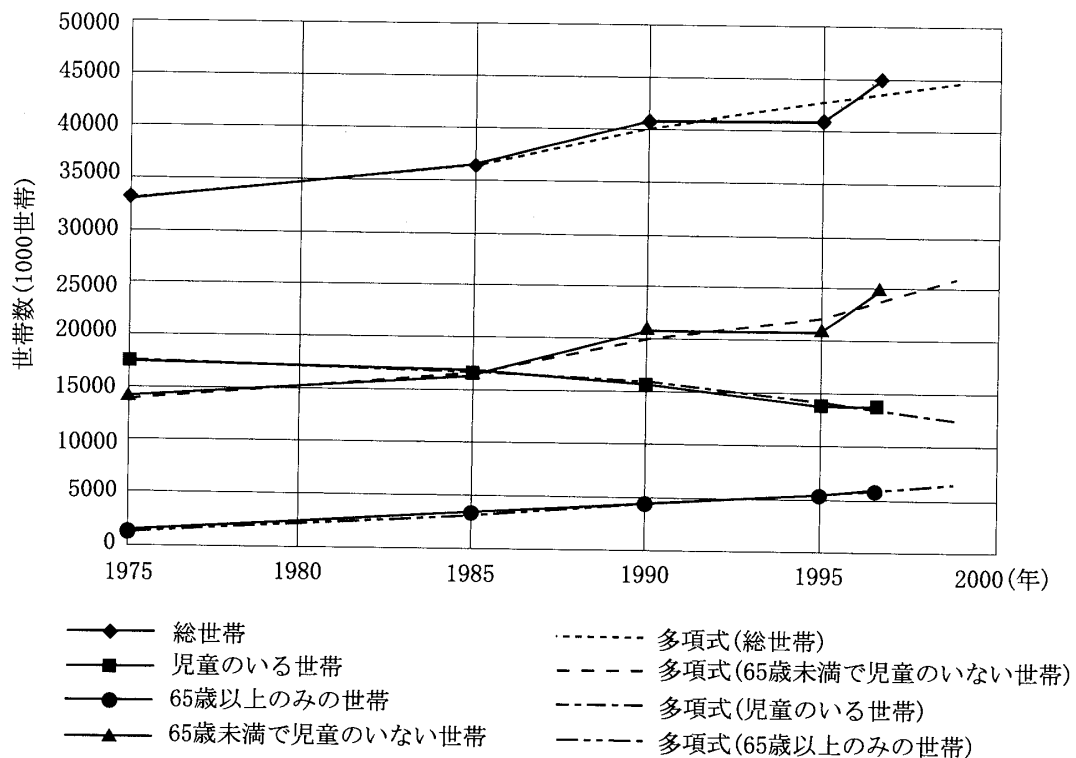


図2 世帯数の推移

によると、高齢者世帯数は増加し、児童のいる世帯は減少している。また児童のいない世帯が急増していることが分かる。なお、図には2次の多項式近似曲線を示している。この近似曲線を外挿して延長すると、児童のいる世帯が高齢者世帯よりもいずれ少なくなるような傾向が見える。

図3によると、1975年を100とした人口増加と世帯増加の伸び率は、遙かに世帯の伸び率が高い。この世帯数の伸びは何によるかを、図2の数値を使って調べてみる。

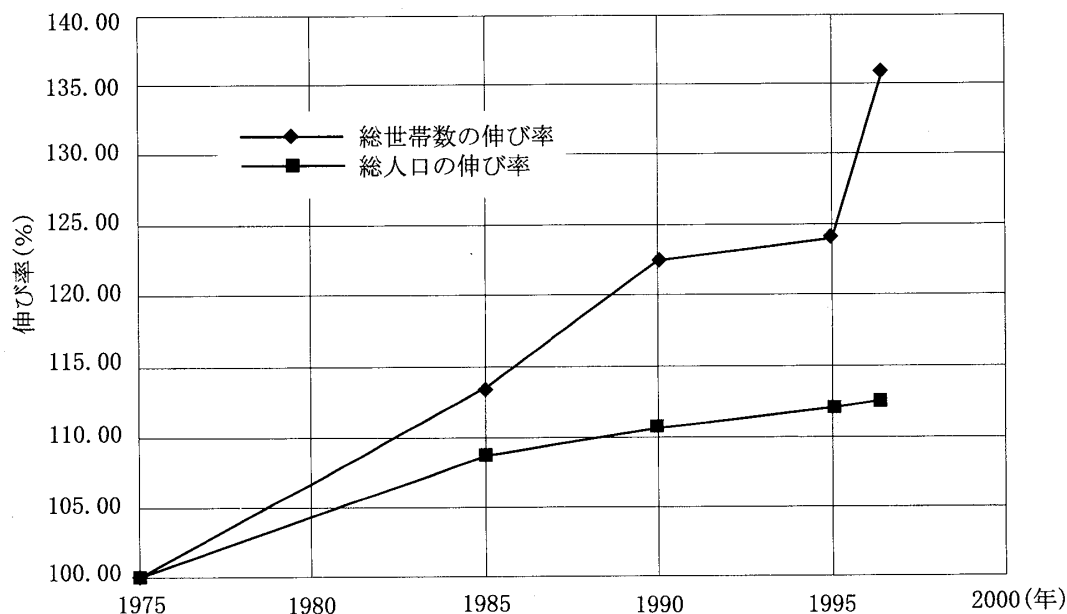


図3 人口と世帯数の伸び率の推移

図4では、この世帯伸びを「児童のいる世帯」、「65歳未満の児童のいない世帯」と「65歳以上の世帯」別に示したものである。これによると、「児童のいる世帯」の減少を「65歳以上の世帯」が補い、もっぱら「65歳未満の児童のいない世帯」の増加により世帯が伸びていることを表している。

図5では世帯当たりの人数を示しているが、明らかに低下傾向を表している。これらの図から、少子化傾向による児童のいる世帯の減少傾向と、成人した子供が結婚しなくても別居する非婚化傾向による世帯の一層の分解現象が読みとれる。

筆者は先に、個別配達は高齢者により需要が増大するであろうと予測していた。しかし、個別配達の事例調査の結果、「子育て層」、「共働き層」によるものが多いためであることが分かった。この結果について、上記データにより次のように解釈した。

まず子育て層であるが、核家族の進行により舅姑など年輩者の手助けが期待できなくなったことが挙げられる。また少子化により、地域にもよるが、近隣に育児進行中の仲間が少ないことも予測される。このような場合には、母親は育児に関して相談する年輩

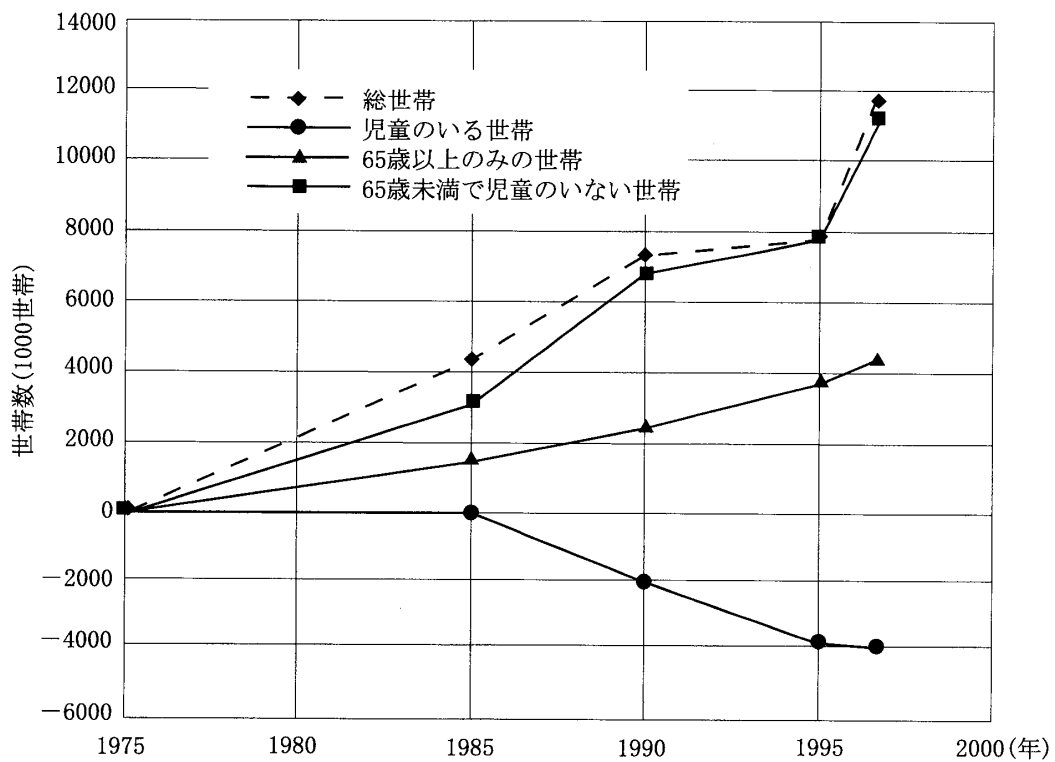


図4 世帯数の種類別伸び

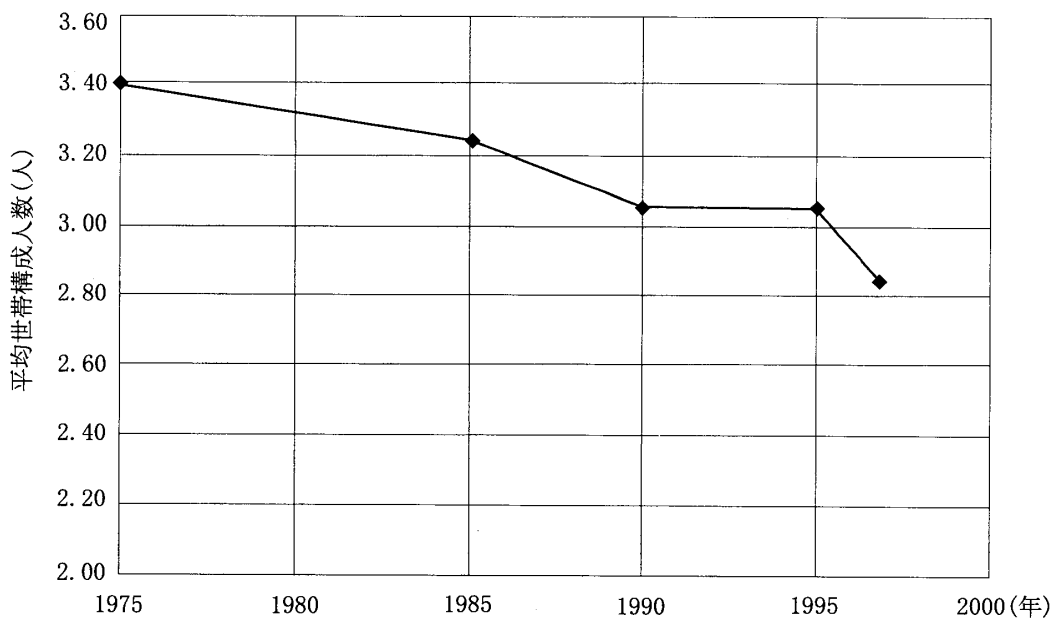


図5 平均世帯構成人数推移

者や同年輩者が家族内や近所にいないことが多い。相談すれば軽くなるような場合がままある育児の苦勞に加えて、買い物等の家事の負担がすべて母親に掛かってくる。この場合でも、住居の近くで買い物ができるような商店街があればよいのであるが、大中のスーパーに替わってしまった。スーパーは住居のそばにあるとは限らない場合が多く、

遠方の場合は、近年の交通状況を考えると、家用自動車を使っても、小さな幼児を連れての買い物は楽ではない。

不況とともに主婦がパートタイムに出始める割合が増えてきてきた。共働きの夫婦はもちろんであるが、共働きの兼業主婦の場合も、勤務、たとえパートタイムであっても、終業後買い物をして帰り、食事の支度をするには時間的に余裕もなく、体力的にも困難であろうと推察できる。さらに、帰宅途中で立ち寄って買い物をする商店が姿を消したこともこれに加わるであろう。また、休みの日には、買い物よりも溜まっていた家事労働が中心となろう。

これらの商品の主流は食料品が多く、これに日用品が加わる。これらの商品は、店により多少の値段の高低がある可能性はあり、もし時間的余裕があれば安い店を探すこともできる。しかし、この差はそれほどではないとも考えられる。日常決まり切った必ず購入しなければならない商品があると、値段よりも信頼のおける個別配達に依頼して、商品を購入する傾向があることとなる。

このような状況から考えて、消費者は「ショッピング」の楽しみの対象としての商品と日常必要な商品とに分けていると考えてもいいであろう。後者の商品が個別配達の商品となっているものと思われる。

3. 個別配達の事例

多くの生活協同組合（以下生協と言う）は、組合員の日用品の協同購入から出発した歴史を持っている。このような歴史があり、生鮮食料品を中心とする配達システムができあがっていることであろうから、個別配達も容易であろうと考えて事例調査を行った。

生協の協同購入の仕組みについて説明する。複数（4，5名以上を原則とする）の組合員で構成される班組織を単位としていて、個々人の組合員の注文を班単位にまとめて商品を購入する仕組みである。個人単位でOCR用紙を用いて注文し、班単位で商品をまとめて配達してもらう。まとめて配達された商品は、班の組合員が集まって分配するのである。支払いは組合員から銀行引き落としの方法を使っている。なお、通常生協は週1回の配達である。注文は生協ごとに異なるが、週1回あるいは月に1，2回のこともある。

しかしながら、かつて消費者運動を積極的に進めた年齢層が高齢化したことによる引退や、パートタイム労働を含めた共稼ぎにより班活動に参加できない、各種カルチャーセンターなどの文化・運動活動に参加するので班活動に参加できないと言った組合員が増えたなどの理由から、班構成組合員数の減少傾向がみられる。班構成組合員が少なくなると、供給（売り上げ）に対する配送コストが大きくなり、経営を圧迫するなど、協同購入に翳りがみられるのも事実である。

一方、最近の環境ホルモンをはじめとする生活環境の悪化現象は、自分の生活を自分で防衛しなければならないと言う意識を目覚めさせ、消費者運動の長い歴史を持つ生協への期待も高まっている。上記班活動ができない組合員、あるいは生協に新たに組合員となって個別配達を希望する者が増加している。

今回、3生活協同組合を調査した。幸いにも、個別配達システムが全く異なる生協であった。供給高や組合員数はかなりの差があるのであるが、その差は問わずに個別配達システムに関して述べようと思う。なお、生協をそれぞれA、B、Cとする。

(1) A生協

ボランティアの組合員（パートタイム労働の賃金支払いあり）と定時職員（パートタイム労働で正規職員と同じような拘束時間）が、個別配達を希望する組合員に配達する。配達料は1回につき500円である。

(2) B生協

正規職員が個別配達を希望する組合員に配達する。配達料は1回につき200円である。

(3) C生協

配送業者と共同で個別配達システムを作り、業者が配達している。配達料は1回につき200円である。

このように配達が誰によってなされるか、及び配達料が異なっている。

次に、あるコンビニエンス・ストアが個別配達を行っているので、これを紹介しよう。

(4) コンビニエンス・ストア

生協とことなり、電話注文により、店にある品物に限り、1回200円の配達手数料をとって配達する。

4. 配達コストについて

配達コストを本章で論じようと思う。しかし、生協はかなりの大きな組織であり、配達仕分けシステムのコスト、協同購入以外の店舗の売り上げとコスト、生協本部の管理経費の間接コスト等を考えなければならない。したがって、部外者が具体的に詳細を知ることほとんど不可能に近い。しかし、筆者は高齢社会に向けて、良質な個別配達が望ましいと信じているので、大ざっぱではあるが、論じてみたい。

「班構成組合員が3名未満になった場合には班を解散する」という規則を定めている生協がある。なお、この生協は事例で述べた生協ではない。これから類推できることは、協同購入のおおよその損益分岐点は、班の組合員が3名以上ということになる。以下、この類推でコストを論じようと思う。

普通の生協では、午前と午後に協同購入の配達をする。およそ1日30班を1名の職員が配達する。職員は班に品物を届けるとともに、組合員へのお知らせと、組合員からの要望（一言カードと言っている生協もある）を聞くなどして、およそ5分～10分その班に停留する。

もし、個別配達も同様の方法を採用とすれば、1日に30名の組合員に個別配達ができることになる。協同購入では、配達料を徴収していない。単純に考えると、協同購入に比べて個別配達の商品供給量の減少による利益の損失が個別配達のコストとして配達料に転嫁されると考えてもよいであろう。協同購入の人件費は商品の販売利益の中に含まれていたのであるから、時間当たり賃金の安いパートタイマーでこの利益の損失を補うことができると考えてもよいであろう。

組合員一人当たりの1回の平均供給高は、5000円から1万円を越えるくらいであると言われている。班が3名の組合員で構成され、各組合員が8000円購入したとすると、1日72万円の供給高となる。個別配達の場合には、班構成組合員が1名と考えて、購入金額も同じく8000円とすると、1日24万円となる。この差48万円が得られたであろう利益の原資であり、これに利益率を掛けたものがコストであるとする。

利益率をRとし、配達料をDとすると、次の式となる。

$$30 \times D = 48 \text{万円} \times R$$

$$D = 16,000 \text{円} \times R$$

となる。Rがいくつであるか不明であるが、0.3～0.15の範囲とすれば、配達料500～200円の数値が出てくる。この配達料収入は、15,000～6,000円である。

このコストは、購入者の所での滞留時間の長短、配達コースの上手な選び方、商品に含まれる利益の匙加減などで、きわめて変化しやすいものである。

コンビニエンス・ストアの場合は単純であると思える。もともと商圈はあまり広くない。小回りの利く配達の足があるとしよう。最初から店にある商品しか配達しないと決めておくとする。電話を聴きながら店の商品棚から商品を選び出し、料金をレジで計算して即時に配達に廻ることができる。このように受注システムは生協に比べて全く簡単であり、料金徴収も代金引換の現金取引であるからこれも簡単である。つまり、生協と比べると、電話料金は購入者持ちであり、この個別配達の間接経費はほとんど掛からないと言ってよいであろう。

次に配達時間を考察してみよう。商圈を半径500メートルに限るとすれば、スクータ等による往復時間は長くて5分と見込めばよいであろう。仮定として、商品を受けてから配達して帰るまでの時間を10分としよう、1時間に絶え間なく注文が入ったとすると、6回の配達ができることになる。200円の配達費の徴収により、1時間に1200円の収入がある。今多くのパートタイムの時間給が800～1,000円であることを考えると、専属のパートタイム店員を雇用することができる。配達した商品の利益を上乗せしたと考えれば

個別配達を付加したことにより、店の利益は向上することになる。

5. 問題点について

まず配達料について述べてみたい。高齢者は日常の生鮮食料品等の利用は少ない。したがって、配達料が高額になると利用ができなくなるという深刻な問題となる。たとえば、1回5000円の購入とすると、200円ならば許容できるが、500円では考え込んでしまう。ただし、500円のA生協はパートタイマーのボランティアが配達に行くので、高齢者とのコミュニケーションができやすい。孤独な高齢者にとっては、話相手になってくれる人を求めたがる人もいる。この精神的な癒しを配達料に含めるとすれば合理的な値段と考えることもできる。なお、高齢者の介護については行政の側にも市民の側にも責任があるので、週1回とはいえ、高齢者との接触が高齢者の心の癒しと、健康についての配慮もできるとすれば、何らかの形での配達に対する行政等よりの補助があってもよいのではないかと思う。

ただし、高齢者以外では、商品の品揃えが多く、良質な商品であって、自分の時間に合わせて確実に配達されるのであれば、1回の購入金額が多めであることも加わって、500円の配達料は高くないという意識もある。

次に配達について問題点を指摘したい。購入品は冷凍食品が中心であると思われるので、購入者の手に入るまでの時間管理ができない場合には、品質の低下と衛生面で不安が残る。時間管理をした商品の直接手渡しを原則とする方が安心である。しかしながら、ボランティアのパートタイマーにとっても、相手の時間に合わせることは易しいことではないようである。ましてや、業者委託の方式では相手の時間に合わせて配達することが困難であろうと思われる。

本来の生協は協同意識が重要なことである。班組織はその中で協同意識を育てたあるいは育てるきっかけを作ったといってもよいであろう。個別配達により班組織は崩壊して、個人個人の殻に閉じこもる可能性がある。生協が単なる流通業者となってしまう、他の大手流通業者の参入を容易にしてしまう可能性もある。この点を危惧する生協は多い。このために、各種の勉強会やイベントを企画して組合員の啓蒙や自発的な活動を促すことを行うとともに、何らかの目的を持ったグループ作りを奨励している。

次に商品代金の未収金の問題がある。必ずしも善人な消費者ばかりでないので、未収金は発生する。生協の場合には、1ヶ月遅れの銀行引き落としであるので、よほどの信用調査をしない限り未収金は発生しやすい。一方、コンビニエンス・ストアの場合には、現金取引であるので、発生しにくいと思われる。

6. むすび

2. で指摘したように、世帯がますます細分化されて単身者の世帯が多くなる。この世帯は地域との結びつきがきわめて薄いのが現状である。この単身者の世帯もいずれ年をとり、買い物不自由になる。この時にどのようにして日常必需品を供給できるか、供給者の立場から考える必要がある。金があってもろくな食べ物もなく老いさらばえて衰弱死することになるおそれもある。これを高齢者の自然淘汰で、年金の支払いが少なくても良いとするのはブラックユーモアでしかない。高齢者も元気で長く働けてこそ、良い社会である。

現在の「子育て層」と「共働き層」への商品供給のシステムをきっちりと構築し、本格的な高齢化社会に向けて、社会的に準備することが重要である。

注

- 1) 倉田是 “高齢社会の流通について” 流通経済大学情報学部紀要, Vol. 2, No.1, pp. 89-101 (1997)
- 2) 倉田是 “高齢社会と流通” 日本シミュレーション&ゲーミング学会第9回全国大会, pp. 73-76 (1997)
- 3) 倉田是 “高齢社会の流通についてー生鮮食料品の配達システムー” 流通経済大学情報学部紀要, Vol. 2, No.2, pp. 103-112 (1997)