

「買い物弱者」の現状と課題

～その解決に向けた取組みについて～

1. はじめに

わが国では、高齢化の進展や地域の小規模な食料品店の減少等を背景にロードサイドや郊外に大型店が増加し、日常の買い物が困難な「買い物弱者」の問題が大きくクローズアップされている。買い物弱者は、過疎化が進む農村部に止まらず、都市部でも生じており、奈良県内でも顕在化しつつある。

「買い物」というと医療や介護などと比べて生命にかかわる深刻な問題としてとらえにくいのが、例えば、高齢者が自由に買い物に行けなくなると、十分な食料品を購入することができず、毎日の食生活において栄養が偏り、健康に害を及ぼすおそれがある。

また、「買い物」については、医療や介護などのように公的な制度が整備されていないことを踏まえると、この問題を社会的な課題として対応することが必要になってきている。

こうした中で、スーパーやコンビニエンススト

ア（以下「コンビニ」）等の食料品小売業者が、いわゆる「移動販売」や「宅配サービス」などの事業を展開している。これらの取組みは、採算面では課題があるが、高齢者をはじめとした買い物弱者のニーズにマッチするだけでなく、共働き世帯や子育て世代などの新たな需要を開拓し、食料品小売業界のビジネスチャンスにつながるものと考えられる。

本稿では全国の買い物弱者の現状と背景を整理するとともに、奈良県の買い物弱者の現状や県内外の食料品小売業界や行政の取組みなどを紹介し、買い物弱者問題の課題と今後のあるべき姿について概観していく。

2. 買い物弱者の現状

(1) 買い物弱者とは

高齢化や人口減少などの影響で、近隣商店の相次ぐ閉店、いままであったスーパーの撤退、バスなどの公共交通機関の廃止などの理由で日常の買

図表1 生鮮食料品販売店舗まで500m以上の人口・世帯数推計（平成22年人口）

（単位：万人、％）

	地域区分	人口	対総人口割合	変化率 (17年比)	65歳以上			世帯数	対一般世帯数割合	変化率 (17年比)
					65歳以上人口割合	変化率 (17年比)				
生鮮食料品販売店舗まで500m以上の人口・世帯数	全国	4,600	36.2	-0.9	1,100	38.9	11.9	1,700	32.1	4.2
	三大都市圏	1,700	26.6	1.4	380	27.7	20.4	640	23.3	6.9
	東京圏	740	20.9	2.9	160	21.9	24.6	280	18.0	8.5
	名古屋圏	520	46.0	1.1	110	46.5	17.6	190	42.7	6.1
	大阪圏	480	25.9	-0.4	110	27.0	17.6	180	22.8	5.1
	地方圏	2,900	46.1	-2.3	750	48.9	8.0	1,000	42.3	2.6
うち自動車を持たない人口・世帯数	全国	850	6.7	-0.1	380	13.1	14.2	320	6.1	4.9
	三大都市圏	400	6.1	2.5	160	11.8	22.8	150	5.5	7.8
	東京圏	200	5.5	4.3	76	10.5	26.5	77	4.9	9.5
	名古屋圏	73	6.4	1.4	29	11.8	18.6	27	6.1	6.3
	大阪圏	130	7.0	0.5	58	14.0	20.2	49	6.4	5.9
	地方圏	450	7.3	-2.4	220	14.3	8.6	170	6.8	2.4

資料：農林水産省 農林水産政策研究所

- 注1) 「平成19年商業統計メッシュデータ」及び「平成22年国勢調査地域メッシュ統計」をもとに推計したものである。
 注2) 「生鮮食料品販売店舗」は、生鮮食品小売業（食肉小売業、鮮魚小売業、果実・野菜小売業）及び百貨店、総合スーパー、食料品スーパー。
 注3) 東京圏は、東京、埼玉、千葉、神奈川、名古屋圏は、愛知、岐阜、三重、大阪圏は、大阪、京都、兵庫、奈良である。
 注4) 自動車を持たない人口・世帯数は、注1)によるメッシュ別推計値に、「平成15年住宅・土地統計調査」をもとに市町村別に推計した自動車を持たない世帯割合を乗じて積み上げたものである。65歳以上については、自動車を持たない世帯割合に、「小売店舗等に関する世論調査（平成17年5月）」から、65歳以上の買い物に自動車を利用する割合の全平均割合に対する比率を推計して乗じている。
 注5) ラウンドのため、合計が一致しない場合がある。

い物や、生活に必要なサービスを受けるのに困難を感じている住民が「買い物弱者」と言われている。

買い物弱者の定義については、経済産業省が「流通機能や交通網の弱体化とともに、食料品等の日常の買い物が困難な状況におかれている人々^{*1}」と定めている。また、高齢者が多く暮らす過疎地や高度成長期に建てられた大規模団地等で徐々に増加の兆候が見え始めている。同省ではその数を600万人程度と推計している。

※1：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（2010年）」による。

また農林水産省 農林水産政策研究所では、自宅からスーパーなど生鮮食料品販売店舗までの直線距離が500メートル以上離れ、自動車を持っていない人を「買い物弱者」と定めている。同研究所では、過去の研究事例等から徒歩で無理なく買い物に行ける距離として500mを設定し、平成22年度国勢調査と19年商業統計の地域メッシュ統計^{*2}から、店舗まで直線で500m以上の人口・世帯数を推計している。

※2：メッシュ統計とは、ある地域を網の目状に区切って集計したデータ。

平成22年における生鮮食料品販売店舗まで500m以上の人口は、約4,600万人（人口の36.2%）と推計される（図表1）。これは、店舗への距離が近い都市部の人口増加により、平成17年比で0.9%減少した。このうち65歳以上の人口は約1,100万人で、高齢化の進展を反映して平成17年比11.9%の増加となった。うち地方圏は8.0%の増加にとどまる一方、三大都市圏では20.4%と高齢化が大幅に進んでいる。

生鮮食料品販売店舗まで500m以上で自動車を持たない人口は、全国で約850万人と、平成17年比0.1%減少した。このうち、最も買い物に不便や苦勞をしていると想定される65歳以上の人

口は、全国で約380万人と14.2%増加した。うち地方圏が8.6%の増加に対し、三大都市圏での増加率が高く、22.8%の大幅な増加となっている。～奈良県の生鮮食料品販売店舗まで

500m以上で自動車を持たない人口等推計～奈良県の生鮮食料品販売店舗までの距離が500m以上で、自動車を持たない人口は、10.8万人と推計され、うち65歳以上は5万人と推計されている（図表2）。

図表2 生鮮食料品販売店舗まで500m以上で自動車を持たない人口・世帯数推計（都道府県別）

人口			総人口比		
順位	都道府県	数値	順位	都道府県	割合
1	神奈川県	58.2	1	長崎県	10.3
2	大阪府	53.3	2	鹿児島県	9.8
3	北海道	52.2	3	北海道	9.5
			3	高知県	9.5
29	奈良県	10.8	19	奈良県	7.7
	全国	850		全国	6.7

65歳以上人口			65歳以上総人口比		
順位	都道府県	数値	順位	都道府県	割合
1	北海道	24.8	1	長崎県	20.1
2	大阪府	22.8	2	鹿児島県	19.6
3	神奈川県	22.0	3	高知県	18.6
28	奈良県	5.0	19	奈良県	15.0
	全国	380		全国	13.1

世帯数			総世帯数比		
順位	都道府県	数値	順位	都道府県	割合
1	神奈川県	22.8	1	長崎県	9.7
2	東京都	21.3	2	鹿児島県	9.5
3	北海道	21.1	3	高知県	8.9
27	奈良県	3.9	17	奈良県	7.4
	全国	320		全国	6.1

資料：農林水産省 農林水産政策研究所
「食料品アクセスマップの主要指標」より当研究所にて作成。
生鮮食料品販売店舗は、経済産業省「商業統計」における生鮮食品小売業、百貨店、総合スーパー、食料品スーパー。

特に生鮮食料品販売店舗までの距離が500m以上で、自動車を持たない買い物弱者総世帯数割合が、奈良県では7.4%と全国平均（6.1%）を上回り、買い物弱者問題が今後さらに深刻化すると予想される。

買い物弱者は、農村部など過疎化が進んだ地域の問題と捉えられがちだが、実際には都市部でも発生している。例えば、全国同様、県内でも都市郊外の丘陵地の造成された団地において、高度成長期等に集中して入居した住民の高齢化が進む状況下、坂道や階段の上り下りの負担や、団地内の

スーパー撤退等により、毎日の買物に苦勞するケースがみられる。

また一見、買い物弱者の存在については、店舗が少なく交通の便が悪い過疎地域に多いと思われるがちであるが、大都市近郊の団地やかつてのニュータウンにおいても自動車などの移動手段を持たない高齢者を中心に買い物弱者の問題が表面化している（図表3）。

（2）買い物弱者発生の背景

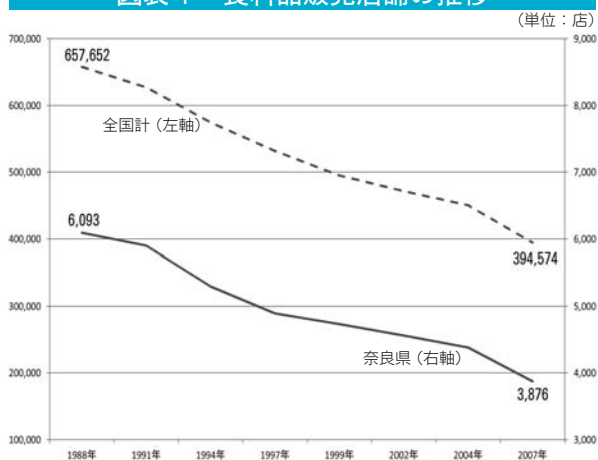
買い物弱者が生じる理由としては、①競争激化に伴う地元小売店の廃業・閉店、②住民の高齢化により、自動車を運転できない人の増加、③郊外型の大型店の増加などがあげられ、それぞれの要因が重なり合って発生している。

特に買い物弱者の発生要因として、近年、大型店の進出や後継者不在等の影響を受け、住民にとって身近な存在であった小規模店舗や商店街が減少していることが買物を困難にする状況に拍車を

掛けています。

全国の食料品販売店舗数は、1988年の657,652店から2007年の394,574店と約4割減少している。また奈良県も同様に1988年の6,093店から2007年には3,876店へと約4割減少している（図表4）。

図表4 食料品販売店舗の推移



資料：経済産業省「商業統計」各種商品小売業（百貨店・スーパー等が含まれる）及び飲食品小売業の店舗数

図表3 都市部の買い物弱者と支援事例

地方自治体	主な内容
泉北ニュータウン (大阪府堺市)	1960年代の高度成長期に開発された大規模団地の泉北ニュータウン。当時入居した壮年層がその後高齢化し、一方で子ども世代が巣立ったために、高齢化した夫婦世帯もしくは単身世帯が増え、近隣にあったスーパーや各種商店が廃業・撤退してしまい、日々の食料品さえ満足に手に入れることができなくなっている。泉北ニュータウン界隈は、丘陵を開いた地域であるため、急な坂や階段が非常に多く、高齢者には非常にづらい。こうした中、堺市役所の提案を受け、商店街振興組合の有志が移動スーパーを2011年6月から運行し始めた。
横浜市公田町団地 (横浜市)	1960年代半ばに住宅公団（現在のUR都市機構）によって開発され、約2,000人が居住するが、高齢者世帯は40%近い。ここも中央にあったスーパーが15年前に閉店し、その後コンビニができたが、これも5年前に撤退した。団地中心部から500m程度のところに最寄りのスーパーはあるが、団地内は坂が多く、その坂道を往復するのは高齢者の体にはこたえる。そこでこの団地では、自治会メンバーが中心となって、NPO法人を設立。「あおぞら市」を開催。
村山団地 (東京都武蔵村山市)	都営村山団地は、1960年代半ばに造成されたが、現在ここには約4,000世帯、約8,000人が住んでいる。高齢化率は45%にも達し、商店街までの往復に難儀する高齢者も多い。その商店街が、2009年10月から送迎手段としてバスではなく自転車を使用时、希望者宅と商店街との間を走る送迎サービスを開始。
前橋市大利根町 (群馬県前橋市)	前橋市大利根町は、1960年代半ばに造成・入居が始まった団地である。現在は約1,200戸、約2,900人が暮らしている。ここでも高齢化率は高く、すでに36%に達している。前橋市の高齢化率が2011年末現在約24%で、大利根町は、相当高い。ここでは、自治会とは別個に結成されたボランティア団体が、送迎サービスを開始。

新聞記事等により作成

これらの背景としては、都市構造の変化、消費者のライフスタイルの多様化など様々な要素があげられ、問題解決は容易ではない。

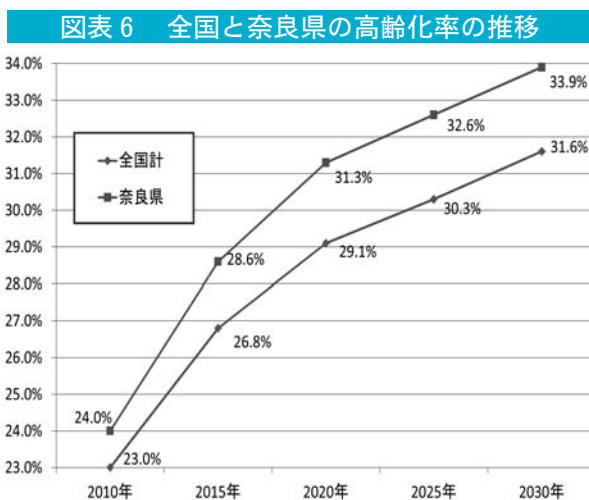
とりわけ高齢者は、加齢とともに身体機能が低下する中で、近隣の店舗が撤退すると、マイカーを持たない、あるいはバス停まで歩くのが困難といったふうに、移動手段が確保できないために、日常生活を支える食品の買い物さえ苦勞することになる。

～奈良県内の高齢化や人口減少の影響～

買い物弱者の問題には、高齢化や人口減少などの家族構造の変化も少なからず影響をおよぼしている。特に注目すべきは、65歳以上の高齢者人口の増加で、(図表5、6)、奈良県の高齢化率を全国平均と比較すると、全国平均より速いスピードで高齢化が進んでいくことがわかる。2010年

	2010年	2015年	2020年	2025年	2030年
奈良県総人口(千人)	1,401	1,370	1,330	1,280	1,223
奈良県高齢者人口(千人)	336	392	416	417	415
奈良県高齢化率(%)	24.0	28.6	31.3	32.6	33.9
全国高齢化率(%)	23.0	26.8	29.1	30.3	31.6

資料：国立社会保障・人口問題研究所
2010年までは総務省「国勢調査」
2015年以降は、「日本の将来推計人口(平成24年1月推計)」による推計結果



資料：国立社会保障・人口問題研究所

には、ほぼ4人に1人が高齢者であったものが、2030年には3人に1人が高齢者となることがかがえる。

もちろん、1人暮らし高齢者の生活事情は一樣ではなく、マイカーを運転してスーパー等に出かける、あるいは別居する家族に送迎を依頼することで、買い物が不自由なく行える人もいるであろう。その一方で、健康面の不安や、近くに家族が住んでいない等の理由により、自由に買い物に行くことが困難な高齢者も多いと考えられる。

こうして、日常の買い物が困難になる「買い物弱者」が駅前の団地やニュータウンにおいても発生するようになった。経済産業省の報告書では、「こうした地域では高齢化の進展が急であるだけに、対策が十分にとられていないことが多く、坂の多い地域に造成されたニュータウンや付随するスーパーが撤退した団地等では、既に深刻な問題が生じつつある」(経済産業省内設置の「地域生活インフラを支える流通のあり方研究会」が、2010年5月に報告)と指摘している。

3. 買い物弱者に対する取組み事例について

ここ数年で、「買い物弱者」は社会的な問題として認知され始め、その解決に向けた取組みが全国各地で行われている。

経済産業省の取組みとともに、地域の現状やニーズを把握した県内及び県外等の積極的な取組み事例を紹介する。

(1) 経済産業省における取組み

経済産業省では、日常生活に不可欠な「地域生活インフラ^{※3}」が弱体化する地域住民のニーズに応えるため、流通事業者や地方自治体等が連携して支援事業を実施することが重要としている。

※3：地域で安全・安心・快適な生活を送る上で欠かせない基礎となる、衣食住や医療・金融等のサービスの総称

同省は、買い物弱者問題を専門的に扱う委員会を立ち上げ、「買い物弱者応援マニュアル」（以下、「マニュアル」）を作成した。買い物弱者を応援する三つの方法として、

- ①身近な場所に店を作ること
- ②家まで商品を届けること
- ③家から出かけやすくすること

をあげている。

また「マニュアル」では、買い物弱者を応援する事業を立ち上げて採算が悪くサービスを続けることは容易ではないことから、継続してサービスを続けるための工夫すべきポイントを7つあげている（図表7）。

図表7 サービスを続ける7つの工夫

サービスづくりのステップ	サービスを続ける7つの工夫
利用者ニーズの把握	①買い物弱者マップをつくる ②地域ごとの課題に対応しよう
運営基盤づくり	③輸配送ルートを効率化しよう ④ITを活用しよう ⑤遊休設備や公的設備を活用しよう
サービスの開始と継続	⑥住民主体で運営しよう ⑦みんなで連携して事業を続けよう

資料：経済産業省「買い物弱者応援マニュアル ver.2.0」

同省は2010年度及び2012年度の補正予算編成に合わせて、買い物弱者支援の各種試みに補助金

制度を設け、買い物弱者支援事業を公募し、採択された事業に対し費用の2/3（100万円～1億円）の補助を行った。

同省の報告によれば、平成25年度の全国及び奈良県の買い物弱者対策関連事業内容は以下の通りである（図表8、9）。

図表8 平成25年度買い物弱者対策関連事業の内訳

（単位：事業）

買い物バス・移動支援関連	119
宅配（買い物代行含む）支援関連	73
移動販売事業支援関連	56
生活支援サービス関連	34
ミニ店舗開設支援関連	32
商店街活性化関連	26
買い物弱者支援全般	19
配食サービス関連	18

資料：経済産業省「平成25年度買い物弱者対策関連事業予算等（国・地方公共団体）の取りまとめについて」

求められるサービスが多様化しているほか、必要とされるサービスは地域によって違いがあるが、「買い物バス・移動支援関連事業」や「宅配（買い物代行含む）支援関連事業」が多い。

（2）県内での取り組み

県内のスーパーやコンビニでは、シニア層に向けた宅配サービスや配食サービスなど買い物弱者に対する支援サービスを始めており、また高齢者

図表9 平成25年度地方公共団体における買い物弱者支援関連制度一覧（奈良県）

自治体	支援事業	概 要
奈良市	お買い物支援サービスサポート事業	買い物サービスを行っている商店等を調査し、紹介パンフレットを高齢者を中心に配布。 ※緊急雇用事業
五條市	（奈良県）ふるさと復興協力隊活用事業	台風12号被災地域を対象とした奈良県による「ふるさと復興協力隊」事業を活用し、市内のNPO法人等に買い物支援事業を委託している。 1. 電話注文による買物代行（宅配サービス）を行う団体。 2. 仮設住宅や山間過疎集落を中心に移動販売を行う団体。 3. 被災地内で再開した温泉施設を拠点に日常品の小売や被災集落への宅配サービスを行う団体。
川上村		平成24年度より、民間スーパーが実施している移動販売事業が村民にも喜ばれている。村としても、この事業が継続して行えるよう積極的に支援等を検討していきたいと考えている。

資料：経済産業省 平成25年度地方公共団体における買い物弱者支援関連制度一覧

の安否確認を兼ねた買い物代行宅配サービスを実施している特定非営利活動法人がある。

以下において県内で実施されている買い物支援サービスへの取組みの一例を紹介する。

①買い物代行宅配サービス

「高齢者の安否確認にも一役」

～特定非営利活動法人 大和社中 まわるくん～
五條市のまちづくりに取り組む特定非営利活動法人大和社中は、「ふるさと雇用再生特別基金事業」を活用し、奈良県から委託された「高齢者にやさしい宅配サービス事業（買い物代行宅配サービス）」を22年10月から開始した。「まわるくん」と名づけられたこのサービスは、外出して買い物をすることが困難な方の支援とともに高齢者の安否確認にも一役買っている。

具体的なサービスの流れは、会員から電話で注文を受け、依頼のあった商品をまわるくんの加盟店（五條市内約60社）で購入し、自宅まで届けるというも注文を受けた商品の確認をするスタッフの。1回500円のお届け手数料を払えばサービスを受けられる仕組みになっている。注文は食料品が9割近くを占める。

配達専属のスタッフは現在1名。午前中に依頼のあった商品を購入し、午後から配達に回るが、市中南部の西吉野地区や大塔地区までカバーしているため、事務所に戻るのは20時頃になることもあるという。そのため配達の時間指定はできないが、何時ごろになりそうとの電話を事前に入れるよう配慮している。支払い方法は、商品の購入代金と手数料を現金でもらう。配達は移動距離の関係で1日10件程度。それでも利用されている



注文を受けた商品の確認をするスタッフ

お客様には大変喜ばれている。

取扱商品は、鮮魚、青果、精肉、ジュースやビールのケース買いの注文が多い。また、冬場になると大塔地区では、降雪のため配達できなくなる日



高齢者の安否確認も行うスタッフ

もあることから、缶詰などの保存食の注文が多くなるそうだ。

もちろん配達は、牛乳1本でも受け付けるが、わざわざ来てもらうのは申し訳ないと、沢山注文する方も結構多い。

配達先のお客様の自宅へ商品を配達するだけでなく、配達した商品を冷蔵庫に入れたり、電球の取り換えやクリーニング店を回ったり、また写真の現像を引き受けたりと雑用もこなす。利用される方の大半が、日常の買い物以外でも生活支援を必要としており、できる限りお役に立ちたいと考えている。



最大14台のパレットを積むことができる配送車



荷物が満載状態の配送車

買い物代行宅配サービスを通じ、暮らしのお手伝いを続ける中で見えてきたのが、1日中、一人で家に引きこもっている高齢者が多いこと。そこで新たなサービスとして、「五條市 老人憩の家」の協力のもと、月1～2回のお買いものバスツアーを実施している。これは、一人暮らしの高齢者の方や高齢者世帯で遠くまでの運転に自信のない方

などを対象に、五條市ふるさと復興協力隊の隊員が付添い、買い物をサポートするもの。こうした取組みで徐々にではあるが、地域のコミュニティの輪も少しずつ広がり始めている。

担当スタッフは、「事業開始から3年を迎え、地域の高齢者の方々にとってなくてはならないライフラインになりつつある。地域の方々のためにも事業を継続していくことが最大の責務だと感じている」と語る。

現在、約160名の会員を持つまわるくん。奈良県の高齢化率の高さを考えると今後ますます需要が増える事業であろう。

②宅配サービス「レジでの買い物を自宅まで宅配」 ～近商ストア 高の原店～

奈良市の近鉄高の原駅近くでスーパー事業を展開するスーパーマーケット KINSHO 高の原店は、購入した商品を自宅まで配達する「エリア限定宅配サービス」を実施している。

2007年3月に専属スタッフによる宅配サービスをスタートし、現在は、入会金500円（年会費無料）で、エリアに住んでいる KIPS カード会員の方が利用できるサービスである。

配達料は当日の買い物購入額が3,000円未満で300円、3,000円以上5,000円未満は100円、5,000円以上は無料で、実際に利用される利用者の購入金額も5,000円以上が大半である。15時までの宅配受付分は即日配達している。

レジで買い物を精算後、サービスカウンターで宅配の依頼を受け、梱包サービスも引き受けている。商品は専用コンテナ・保存ボックスに入れて届ける。

配達時間は11時から18時まで、1時間ごとの時間指定となっている。3台の配送車でエリア毎に1時間当たり15件前後、配達している。

宅配会員は、2,100人が登録しており、現在も増加中である。

利用者は高齢者がほとんどで、米や水、お酒など重い商品を購入した際の利用が目立つ。また子供など他の家族と同居していても、平日など買い物のサポートを受けにくい時に、配達を頼むケースがあるという。また、妊娠中の方や小さな子供のいる母親が利用することも多い。

大手のスーパーなどでは、インターネットを利用した「ネットスーパー」による宅配事業を手掛けているところもあるが、同店では、「利用者も50歳以上の方が8割を超えており、高の原地区特有の坂道を重い荷物を持って帰るのは大変。かといって高齢者の方の『自分で商品を見て、食材を選びたい』との要望が強い点に目をつけ、宅配サービスを開始した」とのこと。

宅配サービスは、今後も会員が増加する可能性があり、買い物弱者対策の代表的な仕組みの一つであろう。



3台がフル稼働する宅配車

梱包された商品

(3) 県外での取組み

買い物弱者対策の県外での取組み事例として、①大阪府堺市で試みられている「移動販売」事業や、②買い物支援が高齢者にとってコミュニケーションの場として成功している前橋市大利根町の「送迎バス」事業を紹介する。

①移動販売

～泉北ニュータウン「移動スーパー」～

堺市は、人口85万人に達する大阪府第二の都

市であるが、ここでも買い物弱者層が目立ち始めている。泉ヶ丘駅を中心に1.5キロの円状に広がる泉北ニュータウン泉ヶ丘地区近くの中百舌鳥駅に位置する「中百舌鳥駅前通商店街振興組合」の有志が、堺市役所の提案を受けて、中型トラックによる「移動スーパーもっず号」を2011年6月から運行し始めた。泉ヶ丘界隈は、丘陵を開いた地域であるため、高齢者の体にこたえる坂や階段が非常に多い。そうした地域で、品数は十分とは言えないとしても、この移動スーパーのおかげで困難な買い物が、緩和される高齢者がいる。

特にこの移動スーパーが走るのは、中山間地域ではなく日本の中でも有数の大都市であることに注目したい。いまや大都市も、商店街の衰退やスーパーの撤退で、買い物弱者層が出現している。

泉北ニュータウン泉ヶ丘地区の中心にある「泉ヶ丘」駅周辺には、百貨店やスーパー等があるが、坂のある長い道を越えることができない高齢者が買い物に困っているという点においては、買い物弱者であることになら変わりはない。移動販売事業は、買い物弱者対策関連事業の中でも代表的な支援事業である。

②送迎バス

～前橋市大利根町「送迎サービス」～

前橋市大利根町の高齢化率は高く、スーパーまではきつい坂があるため、車を持たない高齢者にとって買い物は容易ではない。美しいマロニエの立ち並ぶ中央道路には、当初スーパーはもちろん、鮮魚店、青果店、パン屋をはじめ15か店前後が軒を連ねていたが、近隣に大型店ができてからは、多くが廃業ないし撤退し、今はわずか数件の店が残っているだけである。

高齢者の買い物を手助けしようと、民生委員会をしていた人たちが、買い物の送迎を目的とした

ボランティア団体である「大利根マロニエ会」(以下、マロニエ会)発足させた。同会の送迎サービスは、2011年7月から開始され、毎週水曜日に行われている。

送迎サービスは、高齢者たちが、公民館でのおしゃべりやボランティアの用意してくれたお茶やお菓子等に手を伸ばしながら、楽しそうに歓談するところから始まる。ひとしきりおしゃべりをした後、利用者は、数台の車に分乗して近くのスーパーに買い物に行く。車には添乗員がつき、足腰を痛めている人の介助者としての役割を果たしている。

買い物を終えると、ボランティアが車で利用者を荷物とともに自宅まで送り届ける。利用者は送迎バスによる買物を「買い物ツアー」と呼び、「何しろ楽しい」と好評である。またボランティアは退職した男性も多く、ボランティア自身が利用者から元気をもらい生きがいを感じているという。

高齢者からの要望も大きい送迎バス事業は、地域の安定性を高めるためにも、なくてはならない事業である。

(4) ネットスーパーによる取組み

買い物弱者問題の取組みとして、「ネットスーパー」に対する期待は大きい。

確かに1年間にインターネットを利用したことがある人を対象に算出したインターネット利用率は年々高くなってはいるが、70歳以上のインターネットの利用率の水準は、他の世代に比べるとまだ低い(図表10)。

そのため、70歳以上の高齢者は、インターネットによるサービスを十分に活用できない状況といえ、現時点では、経済産業省の買い物弱者対策関連事業の中で一番多い買い物バス・移動支援関連

図表10 世代別インターネット利用率

(単位：%)

	平成 23 年末	平成 24 年末
6～12 歳	61.6	69.0
13～19 歳	96.4	97.2
20～29 歳	97.7	97.2
30～39 歳	95.8	95.3
40～49 歳	94.9	94.9
50～59 歳	86.1	85.4
60～64 歳	73.9	71.8
65～69 歳	60.9	62.7
70～79 歳	42.6	48.7
80 歳以上	14.3	25.7

資料：総務省「平成 24 年通信利用動向調査」より
「インターネット利用率」は、1 年間にインターネットを利用したことがある人の比率を示す。

のほうが、高齢者にとっては、ありがたいサービスのように思われる。

ただし、パソコン等の使用に抵抗がない団塊の世代が 70 歳以上の高齢者になる頃には、ネットスーパーの活用が一気に高まるものと思われる。

今後は、大手スーパーの相次ぐ参入等により、共働き世帯や子育て中の主婦までも対象として、ネットスーパーの市場規模は急速に拡大していくものと期待される。

4. 買い物弱者支援の課題

団地やニュータウンにおいては、入居開始後数十年が過ぎ、地域住民の高齢化が進み、「買い物弱者」といわれる状況にある人々が増加している。しかし、多くの人々は経済的理由などから容易に転居できず、同地域での生活を継続している。そうした地域において、買い物環境を改善していくためには、店舗の出店や撤退により地域住民に大きな影響を及ぼす企業がその社会的責任を認識すると同時に、地域の住民も当事者意識を持ち、支援活動に積極的に関わっていくことが必要である。

買い物弱者に対する支援として企業や地域住民が主体となって、様々な取組みを行い、一定の成果を上げている地域もある。しかし、人口の少ない地域では、収益性を求める企業が事業として取

組むことは難しく、地域住民によるボランティアとして行われる事業も多い。企業や地域住民ができる取組みには限界があり、行政の支援も必要であろう。

以下、地域住民、企業、行政（自治体）のそれぞれの立場から、買い物弱者の支援につながる課題を考える。

(1) 地域住民の課題

農村部の地域住民においては、比較的、人的なつながりは深く、また昔から「お互いさま」の精神も築かれているため、買い物に不便を感じても、隣り組で助け合う仕組みはできているように思われる。

しかし近年問題になってきている都市部においては、地域住民のつながりが希薄なため、さらに買い物弱者問題の顕在化が予想される。

送迎サービスの事例で紹介したように、公民館でのおしゃべりを通じ、買い物弱者である高齢者が、楽しいと感じる買い物ツアーを実施しているところもある。このように、都市部でも地域住民がコミュニティの輪をどんどん広げ、「お互いさま」という助け合いの精神を築き、また助け合いの精神が持続するような、地域住民の絆づくりに取り組む必要があると考える。

(2) 企業の課題

企業は、地域社会に及ぼす影響を考慮し、その社会的責任を果たすことは必要である。自社の採算性を重視するのは当然のことであるが、経済産業省も「地域社会との関係を採算性の観点からだけで割り切ってしまうことは望ましくない」（地域生活インフラを支える流通のあり方研究会報告書：経済産業省）との見解を示している。

買い物支援サービスの取材の中でも、当初は採

算が合わず継続できるかどうか不安であったが、買い物弱者の方々を支援することにより、徐々に利用者が増加し、集客力アップにつながり、今では買い物弱者の方々をしっかりと支援している事例もある。

また、売上の小さい移動販売などは、収益性をいかに高めていくかが課題となるが、低コスト化を進めることにより、黒字転換した大手スーパーの例もあることから、当初は採算面で厳しくても、徐々に利用客を増やし、収益性を高めていくという事業展開も、買い物弱者支援のビジネスモデルの一つであると思われる。

(3) 行政（自治体）の課題

自治体としては、できるだけ地域のニーズを把握し、それぞれの実情に合わせて問題を解決していく必要がある。

買い物弱者救済につながる公益性の高い事業を継続するためなら、一定の条件の下、補助金等により金銭的な支援をするなど柔軟な対応が必要だと考える。

経済産業省の報告によれば、検討中の事業も含め、県内の自治体における25年度の買い物弱者支援事業は3事業に過ぎない。

もちろん補助金の支給には、税金を投入することになるので、地域の実情を踏まえその是非をしっかりと議論していく必要はあるが、「まち」の継続的な発展につながる積極的な施策が展開されることを期待する。

5. まとめ

今後、県内においても郊外の住宅団地において、高齢者人口の急速な増加が予想される。高齢になるにつれて、買い物に不便を感じる人の割合がさ

らに多くなってくる。

農村部に比べ、都市部では地縁や血縁が希薄化しているケースが多く、買い物弱者の問題は、今後、さらに深刻化する予想であることを述べてきた。

買い物弱者問題の解決策を考えることは容易ではない。今回紹介した事例以外にも、高齢者等の買い物弱者を支援する様々な取組みがあり、全国各地で進められている。

全国各地で実施されている取組みを参考に、県内でよく似た展開ができるかどうか、また地域でどのような問題があり、何が必要とされているかを把握した上で、地域住民と自治体、企業とが連携し、効果的な対策を立てることが重要である。

買い物弱者を支援することは、福祉的な要素も強く、ビジネスとしては非効率な面もあり、採算面では厳しい状況にある。自治体のサポートや補助金がきっかけとなり始まった支援策については、今後、事業を継続するためにも、引き続き行政の支援も必要であろう。

また補助事業が終了した後も自主運営ができるよう、利用者が多少の負担を分け合うなどの仕組み作りも検討課題である。地域住民と自治体、企業との連携により買い物弱者支援事業を継続し発展させることで、地域の活性化につなげる、そうした取組みが増えることを期待する。

(橋本公秀)

【参考文献】

- 「地域生活インフラを支える流通のあり方研究会報告書(2010年)」 経済産業省
- 「食料品アクセス問題の現状と対応策(2012年)」 農林水産省農林水産政策研究所
- 「平成22年国勢調査に基づく店舗まで500m以上の人口・世帯数推計」 農林水産省農林水産政策研究所
- 「平成24年通信利用動向調査」 総務省
- 「『買い物難民』問題」 笹井かおり著 経済産業委員会調査室
- 「『買い物難民』をなくせ！」 杉田聡著 中公新書ラクレ
- 「月刊激流 2013 3月号」 国際商業出版