

研究指導 八木橋 彰 講師

買い物弱者の現状と対策

—会津を事例に—

佐藤清夏 鈴木沙綾

1 研究目的

私たちは、ゼミの時間に『買い物難民—もうひとつの高齢者問題—』(著:杉田聡)という書籍を読み、初めて「買い物弱者」という言葉を耳にした。買い物弱者とは、「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置かれている人々のこと¹⁾」であり、「買物難民(買い物難民)」とも言われる。高齢者が多く暮らす過疎地だけでなく、都市郊外の団地やニュータウンでも深刻な問題になりつつある。経済産業省の推計では、現在買い物弱者は約600万人である。

本研究では、会津地方の買い物弱者の現状についてアンケートを用いて調査し、会津で行われている支援・サービスの現状や問題点を明らかにすることを目的とする。そして、買い物弱者に対する支援・サービスの今後の課題を考察する。

2 研究方法

本研究では、文献調査・インターネット調査、アンケート調査、ヒアリングを行った。文献調査・インターネット調査は、買い物弱者に関しての書籍や論文、新聞記事を調べた。アンケート調査は、買い物の際に困っていることや今後利用したいと思うサービス、買い物弱者に対する支援・サービスの認知度を知るために行った。ヒアリングは、会津地方で実際に行われている支援・サービスを知るために、会津地方で買い物弱者に対する支援・サービスを行っている企業に行った。株式会社ヨシケイ福島、JA あいづ生活株式会社、セブン-イレブン西会津野沢店にメールでお話を伺った。これら文献調査・

インターネット調査やアンケート調査、ヒアリングをもとに、会津地方の買い物弱者に対する支援・サービスの現状と今後の課題を考察する。

3 買い物弱者問題の背景

「買い物弱者」発生の要因には、高齢化の進行と人口の減少、市場規模の縮小に伴う商店街の衰退などが挙げられる。

高齢化については、総務省が公表した統計を見ると分かるように、1990年あたりから急激に進行している。2013年には、総人口に対する高齢人口の割合が25%を超え、4人に1人が高齢者と呼ばれる人々になった。人口の減少も2010年から急速に進み、今後しばらくの間は減少のペースが拡大すると予想されている。

要因の中でも、商店街の衰退は切実な問題である。1980年代末から、多数の大規模店・量販店が出店し始め、大型店周辺地域の小売店が衰退した。昔賑わっていた中心商店街は、「シャッター通り」と呼ばれるようになり、「鮮魚店」や「精肉店」は無くなっていった。商店による商品配達も減少し、行商人はほぼ完全に姿を消した。それにより、消費者は、市街地の店舗や郊外に進出した大型店に買い物に出かけることになる。そこには、今までなかった日常生活の距離が生じる。それは買い物へ行く距離が大幅に伸びる。その結果、買い物に出かけたくても容易には出来ず、不便を感じる人々が増えてくる。さらに、交通手段を見つけて利用するにしても、交通環境の弊害や料金の弊害、身体的弊害などがマイナスの要因になってしまう。特に高齢者には、「健康・経済・孤独」という3つの

¹⁾ 経済産業省 HP より

問題が存在し、そのいずれかの条件が欠けることで、買い物というごく日常的な営みが困難なものになってしまうのである。

このような要因が重なりあうことで、「買い物弱者」という問題が生み出されることとなる。

4 買い物弱者に対する支援・サービス

買い物弱者に対する支援・サービスとして、以下の4つが挙げられる。

(1) 宅配サービス

宅配サービスとは、買い物に行くことが出来ない人のために、自宅から欲しい食品や食材を注文し、自宅まで商品を届けてくれるサービスである。

主なメリットとして、第一に食材が豊富なため、近所のスーパーでは買えない食品も手に入ることが挙げられる。第二にインターネットでの注文が可能の場合、いつでも好きな時間に注文が出来る。忙しくても、空いた時間に注文することが出来るので、時間を有効活用することが可能である。また、今まで通り、カタログを見ながら注文用紙に記入して、送る時に手渡す方法、電話やFAXで注文する方法もある。

宅配サービスのメリットは以下の通りである。

- ・買い物に行く手間が省け、余った時間を有効的に活用出来る。
- ・不在時でも専用の保冷ボックスなどに食品を入れてくれることや、配達の日指定が可能な場合が多いため、昼間不在でも利用できる。
- ・飲料水やお米などの重い荷物などを運ぶ必要がない。
- ・レシピ付の食材宅配サービスの場合、献立(メニュー)で悩まずに済む。
- ・栄養バランスの摂れた食事をとることが出来る。

次にデメリットとして挙げられるものは以下の通りだ。

- ・宅配サービスが行き届いていない地域や、自宅までの距離が遠く、賞味期限の問題などでその地域に届けること出来ないという問題が見られる。

・コストが少し高めなので、近所のスーパーで買うよりも割高の場合が多い

・送料や入会金、年会費など、その他にクールや冷凍の宅配には追加料金がかかる場合がある。

・注文後、配達されるまでに数日かかるサービスもある。

・セット注文などでなければ注文できない場合や、業者によっては単品での注文を受け付けてくれないところもある。

・1つの食材宅配サービスだけで、日常生活で必要になるすべての買い物が出来るわけではない。

・当日のキャンセルが出来ない企業もあるため、急な予定の変更で料理が食べられずに、食材を余らすことがある。

(2) 移動販売

移動販売とは、よく遊園地やイベントで見かけるタピオカ店やクレープ店のような車内で簡単な調理ができる移動販売と、調理はできないが食料品や日用品を乗せた移動スーパーと呼ばれる移動販売がある。ここでは後者について詳しく論じていく。移動販売のメリットは、消費者と販売員が直接接することができ、要望をダイレクトに商品に反映してもらうことが可能である。また、移動販売車が消費者の住居地に直接赴くため、食材や日用品のような荷物を持って自ら移動する必要がなくなる。しかし、積める量が少なくスペースが狭いことで、提供できる商品も限られるため、品切れになった際にすぐ補充できないことがある。高齢者の場合、好み固定されており、購入する商品も限られたものとなるため、車内の商品数が少なくても十分であると言える。

(3) 交通支援

交通支援とは、バスなどの運行により顧客のために店までの移動手段を提供することである。無料送迎バスがあることで、実際に店へ行って買い物することができる。商品を手に取って選んだり、店

員とのコミュニケーションをしたりすることは買い物の楽しみである。しかし、行きたいところに路線がなかったり、停留所から自宅まで距離がある人は、荷物を持ったまま歩かなければならなかったりという問題点もある。

(4) 店舗立地

店舗立地とは、顧客の近くに店を作るということだ。買い物弱者の住居地近くに商業施設があれば商品の実物を見て買い物をすることができる。また、商品の詳しい説明を聞くことができる。しかし、買い物弱者がいるからといって容易に店を作ることはできない。それは、店を作るということは莫大な資金が必要なためである。また、採算が取れなければ閉店せざるを得ない。

5 会津の買い物弱者に対する支援・サービス

以上で紹介したように、買い物弱者に対する支援・サービスには4つある。ここでは、(1)宅配サービス、(2)移動販売、(3)交通支援の取り組みを述べていく。

(1) 宅配サービス

事例1:株式会社ヨシケイ福島

<概要>

毎週火曜日(一部地域では水曜日)までに次週分の注文を申込書に記入し、ヨシケイスタッフに渡す(電話やFAX、またインターネットでの注文も可)。保冷効果の高い厚手の発泡スチロール製セットボックスにすべての材料を入れ、ヨシケイスタッフがその日の夕食材料を顧客の自宅まで届ける。ヨシケイでは顧客のニーズをつかむために、入念なマーケティングリサーチを行い、人気メニューの傾向を把握し、メニュー作りをしている。また、畜産・水産品をはじめ各ジャンルのバイヤーが、産地・市場・メーカーとの直接交渉により、ヨシケイオリジナル商品の導入を図っている。

<宅配サービス開始の経緯>

『健康で幸せな家庭は食卓から』を合言葉に

1975年(昭和50年)、静岡県清水市(現:静岡市清水区)にヨシケイが誕生し、その後全国にフランチャイズ(FC)展開をし、福島県にも昭和54年に設立した。

<宅配サービスの現状>

原材料の値上がりや宅配市場の競争激化など厳しい現状である。

<宅配サービスの効果>

消費者の買い物や献立を考える手間をヨシケイが代行する事で、生活に“ゆとり”が生まれ、『楽しい食卓 明るい家庭』をモットーに食の安全にこだわり、消費者の食生活を応援している。また、買い物に行くのが大変な高齢者も、宅配担当との会話を楽しみにしている。

<今後のサービスについて>

今後も消費者の生活をより豊かに出来るよう継続していく。

事例2:JAあいづ生活株式会社

<概要>

現在の利用会員数約1,000件で、宅配地区の範囲はJAあいづ管内(会津若松市・磐梯町・猪苗代町)。県内産・国内産食材と加工品については低添加にこだわった「安全・安心」な、好みで選べる「7コース」と、いつものコースにプラスできる「お好みチョイスメニュー」。宅配は月曜日～土曜日、週3回(Aコース:月・水・金/Bコース:火・木・土)、週3回が基本。(お届けは冷凍車を使用)留守の場合は専用保冷ボックスへ保冷剤も使用。

<宅配サービス開始の経緯>

農家組合員及び地域の方々へ「安全で安心な食材宅配を通じて、健康で豊かな食生活と明るい家庭づくりをお応援します」という経営理念のもと、平成元年からスタートした事業である。²

<宅配サービスの現状>

ここ数年の利用者の傾向としては、「買い物に行

² 特に買物弱者へのサービスといったことではない。

きたくても行けない・買い物に行く手段がない・重い物が持てない・高齢のため買い物が面倒・・・」等々の理由で食材宅配を利用する人(買い物弱者)が増えてきている。(その数約1割程度)

<宅配サービスの効果>

本サービスは、日本型食生活の提案であり「家庭の味・おふくろの味」といった、“手作りにこだわった料理を子供たちに食べさせよう”というコンセプトで展開している事業であり、料理の得意なお母さん向けの商品である。そのために、若い世代の利用が少なく、年々利用者の件数・食数が減少し、利用者の拡大に苦勞しているのも現実だ。しかしながら、買物弱者へのサービスとしては、その貢献度は年々高くなってきている。

<今後のサービスについて>

平成28年度から、会津方部の4つのJA(あいづ・いいで・みどり・みなみ)が合併で1つの大きなJAになることが決定している。これを踏まえ、「宅配事業」というものを多面的に見据え、買い物弱者のサービスを中心とした、生活用品の全てを総合的に宅配できる新しい事業の確立に向け、現在検討中である。

(2) 移動販売

事例:セブンあんしんお届け便

<概要>

2012年1月12日から福島県西会津町(セブンイレブン西会津野沢店)で開始されている。移動販売車には、おにぎりやお弁当、パンや飲料等を中心に、日常生活において使用頻度の高い生活必需品に絞込んだ商品約150アイテムを搭載している。西会津町内の集会所や事業所、住宅等への巡回販売を展開している。この店舗は、2007年頃より、周辺の顧客の利便性向上に向け、「御用聞きサービス」に積極的に取り組んできた店舗であり、移動販売車を活用することで、より一層顧客満足度は向上していくと考えられる。

<移動販売開始の経緯>

セブンイレブンとして、移動販売を全国に拡大する中、人口減少している西会津町に店舗があり、本部からの依頼で実施している。

<移動販売の現状>

毎週月～金と、イベントでの要望があった際に実施している。全国で37台稼働しており売り上げは上位³。

<移動販売の効果>

訪問した先々で「ありがとう」と感謝のお言葉を頂くことが多い。移動販売とお店自体双方の認知が上がっている。お客様とは地域との触れ合いの意味もあると感じている。

<今後のサービスについて>

顧客の買い物する場所が消滅してしまうを防ぐため、一過性の商売ではないので続けていく。

(3) 交通支援

事例:エコろん号

<概要>

平成21年4月1日(木)から、まちなか循環バス「エコろん号」の定期運行が始まった。エコろん号は、まちなかの公共施設や病院、商店街を回るため、通院や買い物などに行く際の日常の“足”として利用できる。また、酒蔵や観光施設にも停留するため、市民だけではなく、観光客の交通手段としても利用できる。

<エコろん号開始の経緯>

平成20年10月、本町商店街振興会の依頼を受け、市街地活性化に向けた実証実験に協力することから始まった。実証実験終了後、本町商店街からの強い要望もあり継続、今日に至る。

<エコろん号の現状>

会津若松駅での発着ができないこともあり、顧客獲得が困難な状況である。路線バスはただ走ればいいというものではなく、商店街そのものにも誘客の工夫が必要と思う。

³ 詳細な売り上げは企業秘密。

＜エコろん号の効果＞

車掌が乗車していることもあり、高齢者、車を持たない人たちに喜ばれている。

＜エコろん号の今後＞

いつもご利用いただいているお客様からは、「エコろん号が走っているおかげで助かっている。」「やめないで。続けて。」とのありがたいお言葉を頂いている。しかしながら弊社も営利企業である以上、現在の状況が続くようであれば、今後について考えざるを得ない。

6 アンケート調査

会津の消費者の買い物行動はどのようなものなのだろうか。2ヶ所の店舗を周り、高齢者の人を中心にアンケート調査を行った。

(1) アンケート全体の集計

ここでは、前に挙げた「A店の場合」「B店の場合」を含む、今回行ったアンケート調査全体の集計結果を載せていく。

まず、買い物でよく利用する店舗の集計結果。

＜図1＞ よく利用する店舗

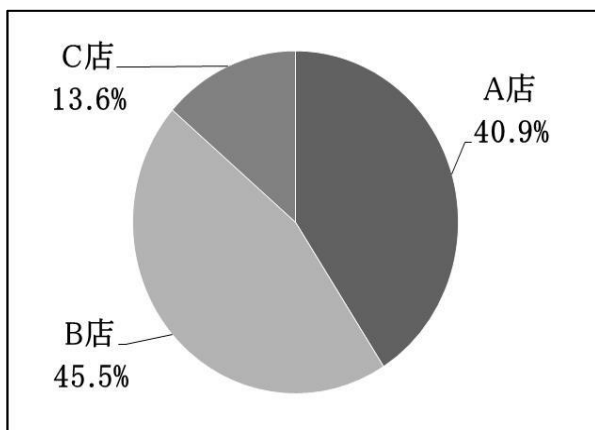


図1を見ると、B店をよく利用する人が一番多いものの、A店とB店の利用に大きな差はない。

次に、店舗までの移動手段についての集計結果。

＜図2＞ 移動手段

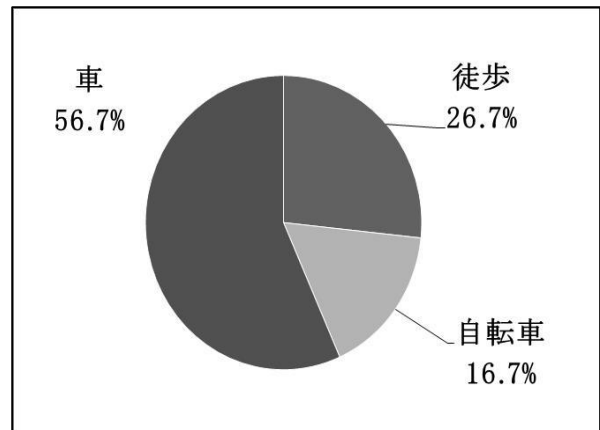


図2を見ると、車で来る人が一番多い。主に高齢者の人を中心にアンケートを取ったのだが、元気な高齢者も多く、徒歩や自転車で買い物に来る様子も伺えた。現状では、公共機関やタクシーを利用する人は少ない。

次に、店舗までの移動時間についての集計結果である。

＜図3＞ 移動にかかる時間

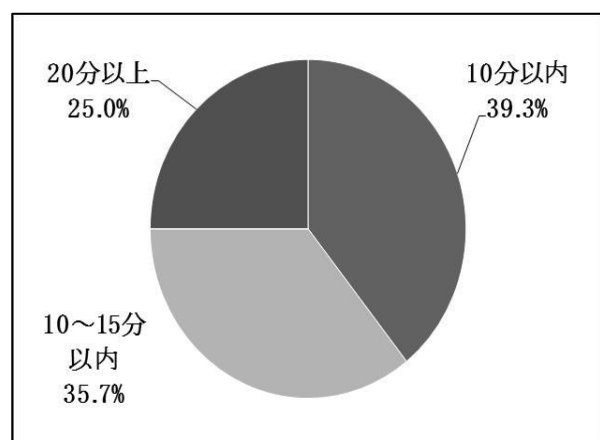


図3を見ると、店舗までの移動に10分もかからない人や15分程度という人が多いことが分かる。しかし、その反面30分以上かかるという声もあった。その中でも、車ではなく徒歩で30分以上かかるという人もいたため、少しでも負担を減らせる方法はないか考えていかなければならない。それについては、「7 おわりに」にて説明していく。

次に、普段の生活の中で買い物の際に困っていることはないかについての集計結果。「店舗までの距離が遠い」、「荷物が重く、自宅まで運ぶのが

大変」という意見はあったものの、「今はまだ動ける身体であるため、困っていることは特にない」という意見がほとんどであった。

次に、今後こんな支援・サービスがあったら良いなどと思うものを記入してもらった。それについての集計結果が以下のとおりである。

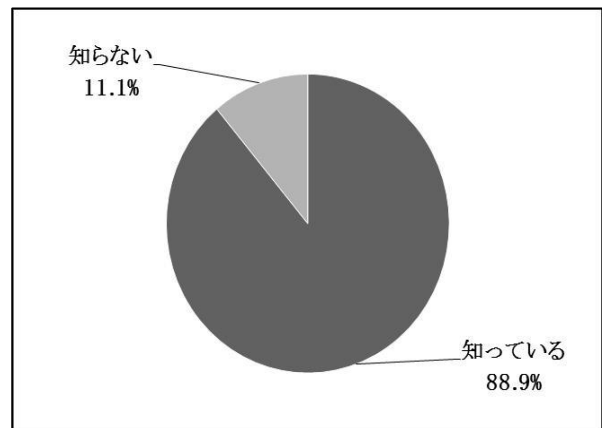
- ・購入したものを家まで届けてくれるサービス
(特に、米や飲料など重量の多いもの)
- ・宅配サービス (複数人解答)
- ・無料送迎バス
- ・移動販売
- ・タクシー
- ・デパートが欲しい

さまざまな意見がある中、宅配サービスが欲しいという意見は多いようだ。重い物を買った場合など、車で来ていない人は持ち帰ることが大変であるため、購入したものを家まで届けてくれるサービスが欲しいという意見があった。また、現在行っている企業もあるが、お弁当やお惣菜などの宅配サービスを増やしてほしいという意見もあった。「今後店舗まで行くことが大変になっても、できれば実物を見て購入したい」という人は、店舗までの無料送迎バスや移動販売があればいいと考えているようである。

また、駅にあるようなタクシープールとまではいかないが、1、2台でもタクシーが待機してくれていたらありがたいといった意見もあった。その他の意見としては、「贈答品を買う場所がない」ということで、デパートが欲しいという意見もあった。

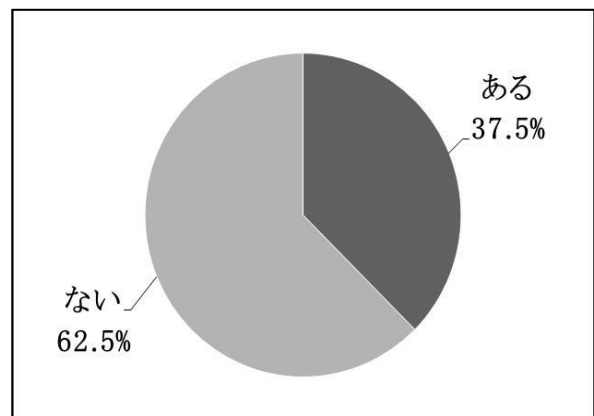
次に、宅配サービスやお届けサービスについての消費者の意見を集計した。まず、企業側の宅配やお届けサービス(生協やヨシケイ、コンビニのお届けサービスやネットスーパー)について知っているかどうかという結果が図4のように示される。

〈図4〉 企業側のサービスを知っているか



この図を見ると、ほとんどの方が企業側のサービスを知っていることが分かる。そこで、知っていると答えた人には「サービスを利用したことがあるか」を尋ねた。その集計結果が図5である。

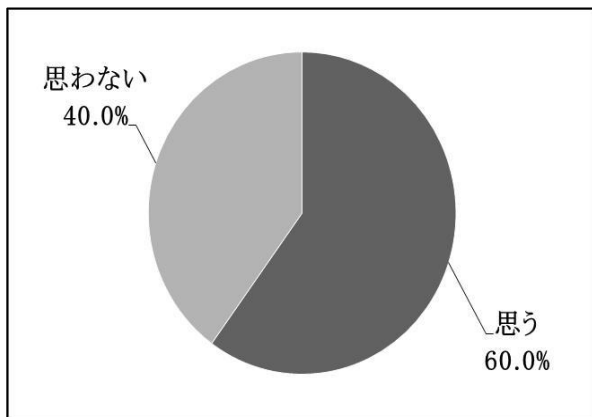
〈図5〉 サービスを利用したことがあるか



この図を見ると、企業側のサービスの存在は知っているものの、利用まではしたことがないという人が多いようだ。その中で、利用したことがあるという人は、主に生協・農協のふれあい食材・ヨシケイを利用していた。

また、サービスを利用したことがないと答えた人には、「今後利用したいと思うか」を尋ねた。その集計結果が図6である。

〈図 6〉今後サービスを利用したいと思うか



この図を見ると、今までは利用したことがないという人でも、今後機会があれば利用していきたいと思っている人が多いと分かる。しかし、中には利用したいと思わない人もいた。理由を尋ねたところ、「自力で買い物できているため利用しなくてもよい」や、「自分で実物を見て購入したい」という意見が多かった。

本研究で行ったアンケート調査について分かったことは、次の「7 おわりに」にて詳しく述べていく。

7 おわりに

(1) 今後の課題

アンケート結果でもわかるように、最近では、買い物弱者層も、徐々に運転免許を持つようになってきている。そのような個々の努力もあるため、今後、買い物弱者が急激に増えることはないかもしれない。ただし、高齢化や過疎化、商店街の衰退が更に進み、何も対策を打たなければ、確実に増えていくのは間違いない。

今回の研究は、会津若松市内についてのものであったが、同じ福島県内でも、福島やいわき郡山などでは、また違った現状を知ることができるだろう。今後、このような研究により、地域ごとの現状が詳しく把握できるようになれば幸いである。また、もっと具体的な提案をして行くことが今後の課題なのではないかと考えている。それができれば、地元への貢献にも繋がっていくのではないだろうか。

(2) 提案

私たちは、買い物弱者の現状を把握し、その地域の生の声を聞くことで、その地域の人に合った支援・サービスを生み出せるのではないかと考えている。本研究で、会津地域に住んでいる消費者の声を聞くためアンケート調査を行った結果、「宅配サービス」「無料送迎バス」「移動販売」などの支援をもっと増やして欲しいという意見を得ることができた。また、現在企業で行われているサービスが消費者に知られているかどうかについても、少なからず情報は行き届いていることがわかった。すでに利用している人も多い。しかし、まだ利用したことがないという人の、「実物を見て購入したい」という声もとても大事なことだ。店舗に赴き、商品を手に取り買い物を楽しみたいという人の気持ちも忘れてはならない。

ただし、そういった人でも店舗まで来ることが大変な場合がある。例えば会津のように、雪の多い地域だと、冬に限っては困難になるということも考えられる。そこで私たちは、店舗に赴くのが困難な人のニーズに応えるために何が必要かを考え提案したい。

それは、「店舗までの送迎バス」と「さまざまな地域を回る移動販売車」だ。まず会津には、まちなか周遊バス『ハイカラさん』や『あかべえ』がある。会津若松市内を走る『ハイカラさん』は、市内の観光スポットなどを循環運行している。『あかべえ』は、ハイカラさんの逆のコースを運行している。これらをモデルにし、「買い物周遊バス『買うべえ(仮称)』」を作ってみてはどうだろうか。会津若松市内にある買い物施設を循環するバスである。車を持たない消費者は、買い物に徒歩や自転車で行くことが出来ても、やはり大変なことはあると考えられる。そういった人に向け、1時間に1本のペースで循環させる。料金については、店舗側の協力も得るような方向で、1回の乗車につき大人 100 円とする。小人は大人の半額の値段で乗車できる。

次に移動販売車だが、行っている企業はまだま

だ少ない。買い物に行きたくても近場に店舗がなく、遠出することも難しいという状況下に置かれている人で、「できればお店のように商品を実際に見て購入したい」という消費者のために、地域ごとに移動販売車を走らせてはどうだろうか。冷蔵設備などを兼ね備えた販売車であれば、生ものやお惣菜を販売することも出来る。販売する商品については、消費者のニーズを調査しながら、時期に合わせて変更したり、次の要望を聞いたりすることも可能だ。

今回はこの2つの提案だが、今後実現可能なものになってくれたらと願う。

(3) 本研究の結論

「買い物弱者」は、過疎地や田舎だけではなく、日本全国いたるところに広がりつつある問題である。しかし、その現状を全て把握するのは難しい。だからこそ地域ごとに現状を把握し、その土地に合った対策を考えて行くことが大事ではないかと考える。

これは高齢者だけの問題ではなく、いつ自分に降りかかってもおかしくないものとして、常に意識していかなければならない重要な問題なのである。

参考文献

杉田聡『買物難民—もうひとつの高齢者問題』(大月書店)
杉田聡『「買い物難民」をなくせ!』(中央公論新社)

参考 URL

弘前市の買い物弱者の現状及び課題の調査研究報告書／国立大学法人弘前大学 教育学部 住居学研究室

<http://www.city.hirosaki.aomori.jp/kakuka2/HSC01-0000000770/files/%E5%A0%B1%E5%91%8A%E6%9B%B8%E3%80%90%E5%85%A8%E4%BD%93%E7%89%88%E3%80%91.pdf>

北海道における買い物弱者支援の現状と課題／大津ゆりえ

<http://miya.let.hokudai.ac.jp/modules/tinyd4/content/otsu.pdf#search=%E8%B2%B7%E3%81%84%E7%89%A9%E5%BC%B1%E8%80%85%E5%AF%BE%E7%AD%96%E3%81%AE%E5%95%8F%E9%A1%8C%E7%82%B9>

食材宅配サービス比較ナビ

<http://www.takuhai-go.com/003/ent348.html>

食材宅配サービスを、はじめる前に読むサイト!!

<http://xn-->

vckilfxhz70ss1o3k3e5wm.jp/kiso/meritto.php

生協の宅配をはじめませんか

<http://www.coop-takuhai.jp/merit/>

食材宅配サービス比較隊!!

<http://ietaku.net/3/5/>

食材宅配サービス比較

[http://xn--09s57yn47aolg.net/kiso/merit-](http://xn--09s57yn47aolg.net/kiso/merit-demerit.php)

demerit.php

移動販売車のすすめ

<http://idouhanbaisya.tsukureru.com/eigyoubai.php>

会津若松市

<http://www.city.aizuwakamatsu.fukushima.jp/>

経済産業省

<http://www.meti.go.jp/>

COOP あいづ

[http://www.coop-](http://www.coop-aizu.jp/rerelease/20120716_idou_hanbai/idou_hannbai.html)

[aizu.jp/rerelease/20120716_idou_hanbai/idou_hannbai.html](http://www.coop-aizu.jp/rerelease/20120716_idou_hanbai/idou_hannbai.html)

ai.html